



ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ



ទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រី

គណៈកម្មការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍

ទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ

លេខ: ០០១.៧៧៧.៩. គ.អ.ស

សេចក្តីណែនាំ

ស្តីពី

**ការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់សូចនាករត្រួតពិនិត្យ តាមដាន និងវាយតម្លៃ
ការអនុវត្តវិធានការគន្លឹះអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២៥**

យោងតាមសេចក្តីសម្រេចរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលលេខ៣០ សសរ ចុះថ្ងៃទី៤ ខែមីនា ឆ្នាំ២០២៥ ស្តីពី "ការដាក់ឱ្យអនុវត្តវិធានការគន្លឹះអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២៥" គណៈកម្មការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ (គ.អ.ទ.ស.) សូមធ្វើការណែនាំដល់គ្រប់ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដូចមានចែងក្នុងតារាង "វិធានការគន្លឹះអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២៥" សូមចូលរួមអនុវត្តតាមតួនាទីភារកិច្ចរៀងៗខ្លួន និងសូមធ្វើរបាយការណ៍ប្រចាំខែអំពីវឌ្ឍនភាពការងារ ជូន គ.អ.ទ.ស. ដើម្បី គ.អ.ទ.ស. មានមូលដ្ឋានក្នុងការរៀបចំបូកសរុបជារបាយការណ៍គោរពជូនរាជរដ្ឋាភិបាល។

ដើម្បីចូលរួមជំរុញដល់ការអនុវត្ត គ.អ.ទ.ស. បានរៀបចំតារាង "សូចនាករត្រួតពិនិត្យ តាមដាន និងវាយតម្លៃការអនុវត្តវិធានការគន្លឹះអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២៥" (ដូចមានក្នុងឧបសម្ព័ន្ធជូនភ្ជាប់)។

ទទួលបានសេចក្តីណែនាំនេះ គ្រប់ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធត្រូវចូលរួមអនុវត្តឱ្យបានខ្ជាប់ខ្ជួន ប្រកបដោយស្មារតីទទួលខុសត្រូវ។

ថ្ងៃ ៤ ខែ កើត ខែ វស្សា ឆ្នាំម្សាញ់ សប្តស័ក ព.ស. ២៥៦៩
ធ្វើនៅរាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី ៧ ខែ មេសា ឆ្នាំ២០២៥

**ទេសរដ្ឋមន្ត្រី និងជាប្រធានគណៈកម្មការ
គ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ**



ហង់ ខុន

ឧបសម្ព័ន្ធនៃសេចក្តីណែនាំលេខ.....០០១៧៧៧ស.គ.អ.រ.ល.ចុះថ្ងៃទី..៩...ខែ..វិច្ឆិកា..ឆ្នាំ២០២៥

ស្តីពី

**ការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់សូចនាករត្រួតពិនិត្យ តាមដាន និងវាយតម្លៃ
ការអនុវត្តវិធានការគន្លឹះអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២៥**

វិធានការ/សកម្មភាព	សូចនាករលទ្ធផល
ចង្កោមទី១. នាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិមកទស្សនាខេត្តសៀមរាប	
វិធានការគន្លឹះទី១. ការផ្សព្វផ្សាយឱ្យស្គាល់ និងនាក់ទាញភ្ញៀវមកទស្សនាខេត្តសៀមរាប	
វិធានការទី១. លើកកម្ពស់រូបភាពខេត្តសៀមរាបជា “គោលដៅទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងធម្មជាតិ”	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ជំរុញការផ្សព្វផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តសៀមរាបឱ្យបានទូលំទូលាយតាមគ្រប់រូបភាព និងគ្រប់មធ្យោបាយ៖ 	
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំការប្រកួតប្រជែងថតរូបទេសចរណ៍ឆ្លើម ក្នុងព្រឹត្តិការណ៍សំខាន់ៗ (សមាគ្រី, អង្គរសង្ក្រាន្ត..) 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន/គោលបំណងនៃកម្មវិធីប្រកួតប្រជែង - ការប្រកួតប្រជែងថតរូបទេសចរណ៍ឆ្លើម ត្រូវបានរៀបចំ - ចំនួនអ្នកចូលរួមក្នុងការប្រកួតប្រជែង
<ul style="list-style-type: none"> - ផ្សព្វផ្សាយអំពីទិដ្ឋភាពជាក់ស្តែង នៃភាពពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរ និងរូបភាពវិជ្ជមាននានា 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនផ្សព្វផ្សាយពីការបញ្ចេញមតិល្អៗរបស់ភ្ញៀវទេសចរ ដោយត្រួតស្រង់សំបុត្រ



	<ul style="list-style-type: none"> - ភាពផុសផុលនៃការចូលរួមចែករំលែករូបភាពវិជ្ជមាននៃការធ្វើដំណើរ ដោយភ្ញៀវទេសចរ - ខ្លឹមសារ/មាតិកា នៃការបង្ហាញពីភាពពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរ
<ul style="list-style-type: none"> - ផ្សព្វផ្សាយជាវីដេអូខ្លីៗ និងបង្ហាញពីខ្លឹមសារឱ្យចំទីផ្សារគោលដៅ និងទាក់ទាញការមកទស្សនា។ 	<ul style="list-style-type: none"> - Spot ផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញទេសចរ - ចំនួនវីដេអូផ្សព្វផ្សាយ - ចំនួនតំបន់គោលដៅ និងខ្លឹមសារនៃវីដេអូ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ បង្កើនការយល់ឃើញជាវិជ្ជមានរបស់ភ្ញៀវទេសចរតាមថ្នាលបណ្តាញសង្គមល្បីៗ៖ 	
<ul style="list-style-type: none"> - បង្កើនការផ្សព្វផ្សាយ និងលើកកម្ពស់រូបភាពល្អៗ ដើម្បីលុបបំបាត់នូវការផ្សព្វផ្សាយនូវរូបភាពអវិជ្ជមាន និងព័ត៌មានមិនពិត 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនការផ្សព្វផ្សាយរូបភាពនៃគោលដៅទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តសៀមរាប ដោយក្រសួងស្ថាប័ន - វឌ្ឍនភាពនៃការអនុវត្តយន្តការសម្របសម្រួល គ្រប់គ្រងព័ត៌មាន និងសាធារណមតិ - វឌ្ឍនភាពនៃការប្រយុទ្ធប្រឆាំងព័ត៌មានមិនពិត និងរូបភាពអវិជ្ជមានរបស់គោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - ទាក់ទាញការរៀបចំកិច្ចប្រជុំកម្រិតតំបន់ កម្រិតអន្តរជាតិ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយពីរូបភាពវិជ្ជមានរបស់ខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួននៃការរៀបចំកិច្ចប្រជុំ និងសិក្ខាសាលា - ចំនួនអ្នកចូលរួម
<ul style="list-style-type: none"> - លើកទឹកចិត្តដល់អ្នកដំណើរការអន្តរជាតិ និងសាស្ត្រាចារ្យស្រាវជ្រាវល្បីៗ នៅក្នុងក្របខណ្ឌនៃ ICC Angkor និងក្របខណ្ឌផ្សេងទៀត ឱ្យជួយផ្សព្វផ្សាយពីរូបភាពវិជ្ជមាន និងគុណតម្លៃបេតិកភណ្ឌ វប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ នៅខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនអ្នកដំណើរការអន្តរជាតិ និងសាស្ត្រាចារ្យស្រាវជ្រាវល្បីៗ នៅក្នុងក្របខណ្ឌ ICC Angkor ដែលបានផ្តល់កិច្ចសហការ - ខ្លឹមសារ/មាតិកា នៃផ្សព្វផ្សាយពីរូបភាពវិជ្ជមាន និងគុណតម្លៃបេតិកភណ្ឌ វប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្ររបស់ខេត្តសៀមរាប



<ul style="list-style-type: none"> - អញ្ជើញអ្នកសារព័ត៌មានក្នុងវិស័យធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍ និងបុគ្គលដែលមានឥទ្ធិពល (KOLs), Influencers ក្នុងស្រុក និងមកពីទីផ្សារសំខាន់ៗ ដូចជា អាមេរិក អឺរ៉ុប ចិន ជប៉ុន កូរ៉េ អូស្ត្រាលី និងឥណ្ឌា ធ្វើទស្សនកិច្ចនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាពក្នុងខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន/គោលបំណងនៃទស្សនកិច្ចនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ - ចំនួនអ្នកចូលរួម ទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិ មកពីទីផ្សារសំខាន់ៗ
<ul style="list-style-type: none"> - ជ្រើសរើស “ទូតសុច្ឆន្ទៈ” ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយអំពីវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការជ្រើសរើស “ទូតសុច្ឆន្ទៈ” - ចំនួន “ទូតសុច្ឆន្ទៈ” ផ្សព្វផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍ទៅកាន់ទីផ្សារសំខាន់ៗ
<ul style="list-style-type: none"> - សហការជាមួយដៃគូពាណិជ្ជកម្មផ្នែកទេសចរណ៍ និង/ឬភ្នាក់ងារទេសចរណ៍អនឡាញ ដើម្បីលើកកម្ពស់ និងរក្សាកិត្តិយាមទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ទៅកាន់ពិភពលោក (ជាអាទិ៍៖ Tripadvisor, Agoda, Booking.com, Expedia សម្រាប់ទីផ្សារអាមេរិក និងអឺរ៉ុប, Trip.com,... ជាដើម) 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនដៃគូពាណិជ្ជកម្មផ្នែកទេសចរណ៍ និង/ឬភ្នាក់ងារទេសចរណ៍អនឡាញ ដែលបានសហការជាមួយ - ចំនួនផ្សព្វផ្សាយតាមថ្នាលបច្ចេកវិទ្យាឡឌីជីថលភាពវិជ្ជមានរបស់ខេត្តសៀមរាប ទៅកាន់ពិភពលោក - ខ្លឹមសារ/មាតិកា នៃការផ្សព្វផ្សាយ
<ul style="list-style-type: none"> - បំផុស និងលើកទឹកចិត្តឱ្យប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរ និងសហគមន៍ខ្មែរដែលរស់នៅក្រៅប្រទេស ចូលរួមផ្សព្វផ្សាយអំពីរូបភាពវិជ្ជមានរបស់ទឹកដីកំណើតខ្លួន និងផ្សព្វផ្សាយពីវប្បធម៌របស់ជាតិ តាមរយៈគណនីបណ្តាញសង្គមផ្ទាល់ខ្លួន (Facebook, YouTube, Tiktok, Instagram, X ។ល។) 	<ul style="list-style-type: none"> - ភាពផុសផុលនៃការចូលរួមពីប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរ និងសហគមន៍ខ្មែរដែលរស់នៅក្រៅប្រទេសក្នុងការផ្សព្វផ្សាយអំពីរូបភាពវិជ្ជមាន និងសក្តានុពលទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - ដាក់ចេញកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយឌីជីថលដោយឈរលើអភិក្រមនៃការចូលរួមផ្សព្វផ្សាយពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ “អាជីពណា ផ្សាយពីអាជីពនោះ” និង “អ្នកស្រុកណា ផ្សាយពីស្រុកនោះ” ដែលតម្រូវឱ្យមានការធ្វើអក្ខរកម្មឌីជីថលដល់គ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ អំពីរបៀបរៀបចំខ្លឹមសារផ្សព្វផ្សាយ ការធ្វើទីផ្សារ វិធីសាស្ត្រ និងឧបករណ៍ផ្សព្វផ្សាយតាមគ្រប់ 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល - ចំនួនជនបង្គោលដែលត្រូវបានបណ្តុះបណ្តាល នៅតាមឃុំ-សង្កាត់ សមាគមសហគ្រាស និងក្រុមហ៊ុននានា អំពីរបៀបសរសេរសារខ្លីៗ ការចែករំលែកសារៗ និងលក្ខណៈពិសេស នៃសក្តានុពលទេសចរណ៍



<p>ទម្រង់។ល។ ស្របតាមទស្សនាទាន “ទេសចរណ៍ដើម្បីទាំងអស់គ្នា ទាំងអស់គ្នាដើម្បីទេសចរណ៍” និង “ម្នាក់ៗជាអ្នកផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាម្នាក់”</p>	<p>- ចំនួនវត្តអារាមកម្មវិធីថវិកា នៅតាមតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាពក្នុងខេត្តសៀមរាប</p>
<p>- ផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានទូលំទូលាយពីការទទួលបានជ័យលាភី ឬការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិធានារបស់គោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប (ឧ.Tripadvisor, Lonely Planet...)។</p>	<p>- ចំនួនផ្សព្វផ្សាយពីការទទួលបានជ័យលាភី ឬការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិធានារបស់គោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ដោយក្រសួងស្ថាប័ន - ភាពផុសផុលនៃការចូលរួមចែករំលែកពីការទទួលបានជ័យលាភី ឬការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិធានារបស់គោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ដោយភ្ញៀវទេសចរ និងមហាជន - ខ្លឹមសារ/មាតិកា នៃការផ្សព្វផ្សាយ</p>
<p>▪ លើកកម្ពស់រូបភាពខេត្តសៀមរាបជាគោលដៅទេសចរណ៍មានភាពទាក់ទាញខ្ពស់ផ្នែកថ្លៃ៖</p>	
<p>- ថ្លៃធ្វើដំណើរ (ឧទា.ធ្វើឱ្យតម្លៃសំបុត្រយន្តហោះប្រហាក់ប្រហែលនឹងប្រទេសជិតខាង¹ បន្តកាត់បន្ថយចំណាយដើមផ្សេងៗមិនចាំបាច់ សិក្សាលទ្ធភាពលើកទឹកចិត្តផ្នែកពន្ធដារសម្រាប់កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍។ល។)</p>	<p>- តម្លៃសំបុត្រយន្តហោះចូលមកកម្ពុជា ត្រូវបានបញ្ចុះថ្លៃ - របាយការណ៍សិក្សាលើការលើកទឹកចិត្តផ្នែកពន្ធដារសម្រាប់កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍</p>
<p>- ថ្លៃស្នាក់នៅ និងហូបចុក (ឧទា.លើកទឹកចិត្តឱ្យមានហាងម្ហូបអាហារច្រើនប្រភេទ និងថ្លៃសមរម្យ មានការអប់រំ និងការផ្សព្វផ្សាយថ្លៃឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងមានការទុកចិត្តពីភ្ញៀវការលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ត្រូវផ្តល់បដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ និងតម្លៃច្បាស់លាស់ ។ល។)</p>	<p>- ចំនួនមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលចូលរួមអនុវត្ត - ចំនួននៃការផ្សព្វផ្សាយរបស់អាជីវកម្មទេសចរណ៍អំពីការធ្វើ Promotion</p>
<p>- ថ្លៃសំបុត្រចូលទស្សនា៖ (ឧទា.បំផុសចលនាពីវិស័យសាធារណៈ និងឯកជនលើយុទ្ធនាការ “ថ្លៃ” ដោយបង្កើតនូវ “បណ្ណទស្សនាសៀមរាប” ។ល។)</p>	<p>- យុទ្ធនាការ “ថ្លៃ” សម្រាប់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ត្រូវបានដាក់ចេញ - បណ្ណទស្សនាសៀមរាប ត្រូវបានបង្កើត និងដាក់ឱ្យដំណើរការ</p>

¹ រាជរដ្ឋាភិបាលបានសម្រេចកាត់បន្ថយតម្លៃសិទ្ធិហោះហើរតែម្ដង (Traffic Right Charge -Royalty) ដល់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ដែលប្រតិបត្តិការដើរហោះហើរអន្តរជាតិទៅមករវាងភ្នំពេញនិងទីក្រុងសៀមរាប-អង្គរ រួចហើយ។



	- ចំនួនភ្ញៀវទេសចរដែលចូលរួមប្រើប្រាស់បណ្ណនេះ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ផ្សព្វផ្សាយពីការអនុវត្តល្អ (Best Practice) នៃអាជីវកម្មទេសចរណ៍ និងអាជីវកម្មពាក់ព័ន្ធក្នុងការអនុវត្តតាមស្តង់ដារជាតិ និងអន្តរជាតិលើការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព៖ 	
<ul style="list-style-type: none"> - កម្រិតថ្នាក់ជាតិ៖ បំផុសការផ្សព្វផ្សាយពីអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលទទួលបានជ័យលាភីក្នុងការអនុវត្តតាមស្តង់ដារបៃតង និងស្តង់ដារគុណភាពនានា 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួននៃការផ្សព្វផ្សាយពីការអនុវត្តល្អ (Best Practice) នៃអាជីវកម្មទេសចរណ៍ - ចំនួនអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលទទួលបានជ័យលាភីក្នុងការអនុវត្តស្តង់ដារបៃតង និងស្តង់ដារគុណភាពនានា - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍ដែលបានស្គាល់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ ដែលអនុវត្តតាមស្តង់ដារ
<ul style="list-style-type: none"> - កម្រិតថ្នាក់តំបន់ និងអន្តរជាតិ៖ បំផុសការផ្សព្វផ្សាយពីអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលទទួលបានជ័យលាភី ឬការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួននៃការផ្សព្វផ្សាយពីការអនុវត្តល្អ (Best Practice) នៃអាជីវកម្មទេសចរណ៍ - ចំនួនអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលទទួលបានជ័យលាភី ឬការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍ដែលបានស្គាល់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ ដែលទទួលបានជ័យលាភី ឬការទទួលស្គាល់ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ
វិធានការទី២. ទាក់ទាញទិដ្ឋារទេសចរណ៍អាទិភាពមកកាន់ខេត្តសៀមរាប	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ រៀបចំផែនការទិដ្ឋារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២៥- ២០២៨ ដោយសិក្សាកំណត់ប្រភព និងប្រភេទទិដ្ឋារទេសចរណ៍សំខាន់ៗដែលមានសក្តានុពលសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ផែនការទិដ្ឋារ និងផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប ឆ្នាំ២០២៥- ២០២៨ ត្រូវបានរៀបចំ



<p>▪ ទន្ទឹមនេះ ក្រៅពីទីផ្សារអឺរ៉ុប និងអាមេរិក ដែលបានកើនឡើងដល់កម្រិតប្រហាក់ប្រហែលមុនវិបត្តិ ចំពោះមុខគួរចាប់យកប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗបន្ថែមមកកាន់ខេត្តសៀមរាប ជាអាទិ៍ ទីផ្សារឥណ្ឌា ចិន ថៃ វៀតណាម ឡាវ កូរ៉េ ជប៉ុន និងអូស្ត្រាលី។</p> <p>សម្រាប់ទីផ្សារឥណ្ឌា:</p>	
<p>- រៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចសម្រាប់បែបទេសចរណ៍ជំនឿ ដោយផ្ដោតលើការផ្សព្វផ្សាយ “សៀមរាប ជាគោលដៅជំនឿសាសនា សម្រាប់ទេសចរណ៍” (Pilgrimage Tourism)</p>	<p>- ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃទស្សនកិច្ចនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍</p> <p>- ចំនួនអ្នកចូលរួមក្នុងដំណើរទស្សនកិច្ច</p> <p>- ចំនួនការផ្សព្វផ្សាយ “សៀមរាប ជាគោលដៅជំនឿសាសនា សម្រាប់ទេសចរណ៍” (Pilgrimage Tourism)</p>
<p>- រៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចសម្រាប់កម្មវិធីមុនអាពាហ៍ពិពាហ៍ កម្មវិធីអាពាហ៍ពិពាហ៍ និងក្រោយអាពាហ៍ពិពាហ៍ ដោយផ្ដោតលើ “សៀមរាប ជាគោលដៅផ្តល់ពរជ័យ និងសុភមង្គល”</p>	<p>- ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃទស្សនកិច្ចនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍</p> <p>- ចំនួនអ្នកចូលរួមក្នុងដំណើរទស្សនកិច្ច</p> <p>- ចំនួនការផ្សព្វផ្សាយ “សៀមរាប ជាគោលដៅផ្តល់ពរជ័យ និងសុភមង្គល”</p>
<p>- បន្តរៀបចំទិវាអន្តរជាតិកីឡាយ៉ូហ្កា</p>	<p>- ទិវាអន្តរជាតិកីឡាយ៉ូហ្កាត្រូវបានរៀបចំ</p>
<p>- ទាក់ទាញការវិនិយោគ និងពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មផ្នែកភោជនីយដ្ឋានលក់ម្ហូបឥណ្ឌា។</p>	<p>- ចំនួនភោជនីយដ្ឋានលក់ម្ហូបឥណ្ឌា</p> <p>- ចំនួនវត្តបណ្តុះបណ្តាលដល់អ្នកបម្រើសេវាកម្មម្ហូបឥណ្ឌា</p>
<p>សម្រាប់ទីផ្សារចិន:</p>	
<p>- រៀបចំ Fam Trip សម្រាប់វិស័យឯកជន និង ក្រុមសារព័ត៌មានចិនល្បីៗមកខេត្តសៀមរាប</p>	<p>- ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការរៀបចំ Farm Trip</p> <p>- ចំនួននៃការចូលរួមពីវិស័យឯកជន និងក្រុមសារព័ត៌មានល្បីៗមកកាន់ខេត្តសៀមរាប</p>
<p>- រៀបចំកម្មវិធី “សៀមរាប ដោយជីវិតក្បាច់” តាមសាកលវិទ្យាល័យនៅប្រទេសចិន ដែលមានកិច្ចសហការជាមួយកម្ពុជា (តំបន់ដែលមានអគ្គក្នុងស៊ុលកម្ពុជា)</p>	<p>- កម្មវិធី “សៀមរាប ដោយជីវិតក្បាច់” ត្រូវបានរៀបចំនៅប្រទេសចិន</p> <p>- ចំនួនសិស្ស-និស្សិតបានចូលរួម និងស្គាល់ពីខេត្តសៀមរាប</p>



<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងសមត្ថភាពភាសាចិនដល់មគ្គុទ្ទេសក៍និយាយភាសាចិន និងប្រតិបត្តិករ អមដោយចំណេះដឹងអំពីវិយាបថទេសចរជនជាតិចិន។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនវគ្គបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងប្រតិបត្តិករ អំពីភាសាចិន និងវិយាបថទេសចរជនជាតិចិន
<p>សម្រាប់ទីផ្សារថៃ៖</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍តាមផ្លូវគោកនិងផ្លូវអាកាស ពីប្រទេសថៃ ដូចជាកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍សិក្សាស្រាវជ្រាវ កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចមុននិងក្រោយអាពាហ៍ពិពាហ៍ ការលម្អៃប្រចាំឆ្នាំរបស់បុគ្គលិកក្រុមហ៊ុន (Incentive Program) កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចរួមសៀមរាប ប៉ាតាយ៉ា សម្រាប់ទេសចរប្រទេសទី៣ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនការិយាល័យទេសចរណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិដែលបានសហការជាមួយ - កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចត្រូវបានដាក់លក់ និងផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលំទូលាយ - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរពីប្រទេសទី ៣ ធ្វើដំណើរពីប្រទេសថៃមកខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - សិក្សាលទ្ធភាពចុះ MoU ជាមួយអាជ្ញាធរទេសចរណ៍ថៃ (TAT) និងអាជ្ញាធរខេត្តជាប់ព្រំដែន ដើម្បីទទួលបានការគាំទ្របន្ថែម និងជំរុញការអនុវត្ត។ 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សាស្តីពីលទ្ធភាពចុះ MoU ជាមួយអាជ្ញាធរទេសចរណ៍ថៃ (TAT) និងអាជ្ញាធរខេត្តជាប់ព្រំដែន
<p>សម្រាប់ទីផ្សារវៀតណាម៖</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - សិក្សាលទ្ធភាពចុះ MoU ជាមួយអាជ្ញាធរជាតិទេសចរណ៍វៀតណាម (VNAT) និងអាជ្ញាធរខេត្តជាប់ព្រំដែន ដើម្បីទទួលបានការគាំទ្របន្ថែម និងជំរុញការអនុវត្ត 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សាស្តីពីលទ្ធភាពចុះ MoU ជាមួយអាជ្ញាធរជាតិទេសចរណ៍វៀតណាម (VNAT) និងអាជ្ញាធរខេត្តជាប់ព្រំដែន
<ul style="list-style-type: none"> - សហការរៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចជាមួយប្រតិបត្តិករកម្ពុជា និងវៀតណាម 	<ul style="list-style-type: none"> - កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចពីប្រទេសវៀតណាមមកកម្ពុជា ត្រូវបានដាក់លក់ និងផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលំទូលាយ
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍ តាមផ្លូវគោក ផ្លូវទឹក និងផ្លូវអាកាស ពីវៀតណាមសៀមរាប-ហាឡុង សៀមរាប-ដាណាង សៀមរាប-ភូកុក សៀមរាប-ហាណូយ សៀមរាប-ហូជីមិញ សម្រាប់ទេសចរប្រទេសទី៣។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនការិយាល័យទេសចរណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិដែលបានសហការជាមួយ - កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចត្រូវបានដាក់លក់ និងផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលំទូលាយ - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរពីប្រទេសទី ៣ ធ្វើដំណើរពីប្រទេសវៀតណាមមកខេត្តសៀមរាប
<p>សម្រាប់ទីផ្សារឡាវ៖</p>	



<ul style="list-style-type: none"> - សិក្សាលទ្ធភាពចុះ MoU ជាមួយក្រសួងទេសចរណ៍ខ្មែរ និងអាជ្ញាធរខេត្តជាប់ព្រំដែន ដើម្បីទទួលបានការគាំទ្របន្ថែម និងជំរុញការអនុវត្ត 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សាស្តីពីលទ្ធភាពចុះ MoU ជាមួយក្រសួងទេសចរណ៍ខ្មែរ និងអាជ្ញាធរខេត្តជាប់ព្រំដែន
<ul style="list-style-type: none"> - សហការរៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចជាមួយប្រតិបត្តិករកម្ពុជានិងខ្មែរ 	<ul style="list-style-type: none"> - កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចពីប្រទេសខ្មែរមកកម្ពុជា ត្រូវបានដាក់លក់ និងផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលំទូលាយ
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍ តាមផ្លូវគោក និងផ្លូវអាកាស ពីខ្មែរ សៀមរាប-ហ្លួងប្រាបាង សម្រាប់ទេសចរប្រទេសទី៣។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនការិយាល័យទេសចរណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិដែលបានសហការជាមួយ - កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចត្រូវបានដាក់លក់ និងផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលំទូលាយ - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរពីប្រទេសទី ៣ ធ្វើដំណើរពីប្រទេសខ្មែរមកខេត្តសៀមរាប
<p>សម្រាប់ទីផ្សារក្នុង:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ស្របតាមចំណង់ចំណូលចិត្តទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុង 	<ul style="list-style-type: none"> - ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗត្រូវបានរៀបចំឡើង
<ul style="list-style-type: none"> - ទាក់ទាញផលិតកម្មក្នុង មកថតកម្មវិធីទូរទស្សន៍ នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍សៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការថតកម្មវិធីទូរទស្សន៍របស់ផលិតកម្មក្នុង - ចំនួននៃការផ្សព្វផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងសមត្ថភាពមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍និយាយភាសាកូរ៉េឱ្យបានច្រើន និងច្បាស់លាស់ 	<ul style="list-style-type: none"> - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ អំពីភាសាកូរ៉េ និងនិយាយថាទេសចរជនជាតិកូរ៉េ
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំ Fam Trip សម្រាប់វិស័យឯកជន និង ក្រុមសារព័ត៌មានកូរ៉េល្បីៗមកខេត្តសៀមរាប។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការរៀបចំ Farm Trip - ចំនួននៃការចូលរួមពីវិស័យឯកជន និងក្រុមសារព័ត៌មានកូរ៉េល្បីៗមកកាន់ខេត្តសៀមរាប
<p>សម្រាប់ទីផ្សារជប៉ុន:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ ស្របតាមចំណង់ចំណូលចិត្តទីផ្សារទេសចរណ៍ជប៉ុន ដូចជាផលិតផលទេសចរណ៍ (MICE) ផលិតផលគិតគូរពីបរិស្ថាន។ល។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗត្រូវបានរៀបចំឡើង



<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំ Fam Trip សម្រាប់វិស័យឯកជននិងក្រុមសារព័ត៌មានជប៉ុនល្បីៗមកខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការរៀបចំ Farm Trip - ចំនួននៃការចូលរួមពីវិស័យឯកជន និងក្រុមសារព័ត៌មានកូរ៉េល្បីៗមកកាន់ខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំកម្មវិធីផ្លាស់ប្តូរបទពិសោធដូចជា ការរៀបចំដំណើរទស្សនកិច្ចសិក្សាស្វែងយល់វប្បធម៌និងធម្មជាតិរបស់ខេត្តរវាងនិស្សិតជប៉ុននិងនិស្សិតខ្មែរ 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃទស្សនកិច្ចសិក្សានៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ - ចំនួននិស្ស-និស្សិតបានចូលរួម និងស្គាល់ពីខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងសមត្ថភាពភាសាជប៉ុនដល់មគ្គុទ្ទេសក៍និយាយភាសាជប៉ុន និងប្រតិបត្តិករ ឱ្យបានច្រើន និងច្បាស់លាស់។ 	<ul style="list-style-type: none"> - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងប្រតិបត្តិករ អំពីភាសាជប៉ុន និងឥរិយាបថទេសចរណ៍ជាតិជប៉ុន
<p>សម្រាប់ទីផ្សារអូស្ត្រាលី៖</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - បន្តធ្វើការផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់ទីផ្សារទេសចរណ៍អូស្ត្រាលី តាមរយៈការចូលរួមពិព័រណ៍នៅប្រទេសអូស្ត្រាលី 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការផ្សព្វផ្សាយ - ចំនួនការចូលរួមពិព័រណ៍ នៅប្រទេសអូស្ត្រាលី
<ul style="list-style-type: none"> - ការរៀបចំ Fam Trip និង Tourism Road Show ដោយសហការជាមួយនឹងសភាពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជា -អូស្ត្រាលី និងសមាគមខ្មែរនៅអូស្ត្រាលី 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការរៀបចំ Farm Trip និង Tourism Road Show - កិច្ចសហការរវាងសភាពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជា -អូស្ត្រាលី និងសមាគមខ្មែរនៅអូស្ត្រាលី
<ul style="list-style-type: none"> - ជំរុញឱ្យមានការហោះហើរត្រង់ពីអូស្ត្រាលីរបស់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ Qantas ឬក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាតិ Cambodia Angkor Air ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនភ្ជាប់ជើងហោះហើរត្រង់ពីអូស្ត្រាលីរបស់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ Qantas ឬក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាតិ Cambodia Angkor Air (បច្ចុប្បន្នហៅថា Air Cambodia) មកកាន់ខេត្តសៀមរាប - ចំនួនក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ដែលបានសហការជាមួយ
<p>សម្រាប់ទីផ្សារផ្ទៃក្នុងអាស៊ាន (Intra-ASEAN Travelers)៖</p>	



<ul style="list-style-type: none"> - ជំរុញ និងបង្កើនការតភ្ជាប់ និងការហោះហើរពីបណ្តាប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ានមកកាន់ខេត្តសៀមរាប (ឧទា. ការទាក់ទាញជើងហោះហើរថ្មីៗមកកាន់ខេត្តសៀមរាប ចូលរួមអនុវត្តបណ្តាកម្មវិធីក្នុងក្របខណ្ឌកិច្ចសហប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍អាស៊ាន...) 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនការតភ្ជាប់ និងការហោះហើរពីបណ្តាប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ានមកកាន់ខេត្តសៀមរាប - ចំនួនក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ដែលបានសហការជាមួយ
<ul style="list-style-type: none"> - សហការរៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍ និងផ្សព្វផ្សាយរួមគ្នាជាមួយប្រទេសថៃ វៀតណាម ឡាវ និង/ឬ ប្រទេសក្នុងតំបន់ផ្សេងទៀត ក្រោមមូលបទ “ប្រទេសពីរ គោលដៅទេសចរណ៍មួយ” និង “ប្រទេសបី/បួន គោលដៅទេសចរណ៍មួយ” និង ការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ដោយខ្លួនឯង 	<ul style="list-style-type: none"> - កម្មវិធី Roadshow នៅប្រទេសថៃ វៀតណាម ឡាវ និង/ឬ ប្រទេសក្នុងតំបន់ផ្សេងទៀតត្រូវបានរៀបចំ - វេទិកា “ប្រទេសពីរ គោលដៅទេសចរណ៍មួយ” និង “ប្រទេសបី/បួន គោលដៅទេសចរណ៍មួយ” ត្រូវបានរៀបចំ - ចំនួនសហការ និងទំនាក់ទំនងឆ្លងព្រំដែន ជាមួយប្រទេសជិតខាង - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍ដែលទិញកញ្ចប់រួមគ្នា
<ul style="list-style-type: none"> - បន្តសម្រួលការធ្វើដំណើរ និងកាត់បន្ថយរបាំងមិនចាំបាច់ (ឧទា. សិក្សាការលើកលែងទិដ្ឋាការសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរណ៍ទេស ដែលរស់នៅ ឬធ្វើការក្នុងបណ្តាប្រទេសអាស៊ាន...) 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍ធ្វើដំណើរផ្ទៃក្នុងតំបន់អាស៊ាន - របាយការណ៍សិក្សាការលើកលែងទិដ្ឋាការសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរណ៍ទេស ដែលរស់នៅ ឬធ្វើការក្នុងបណ្តាប្រទេសអាស៊ាន...
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ពង្រីកចំណែកទីផ្សារទេសចរណ៍អន្តរជាតិមកខេត្តសៀមរាប ដោយផ្ដោតលើប្រភេទទីផ្សារទេសចរណ៍ថ្មីៗ (Niche Markets)៖ <ul style="list-style-type: none"> - គិតគូរលើការរៀបចំសម្បទាទេសចរណ៍ និងការបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលបន្ថែមទៀត ដើម្បីទាក់ទាញទេសចរណ៍បែបសាសនា និងជំនឿ ទេសចរណ៍ម៉ាយ (MICE) ទេសចរណ៍ដែលធ្វើការចល័តតាមឌីជីថល (Digital Nomad) ទេសចរណ៍កីឡា ទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍ ទេសចរណ៍តាមផ្លូវទឹក ទេសចរណ៍រៀបចំកម្មវិធីអាពាហ៍ពិពាហ៍ ។ល។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗត្រូវបានបង្កើត ស្របទៅតាមនិន្នាការជាក់ស្តែង - ចំណែកទីផ្សារទេសចរណ៍ថ្មីៗ ចូលមកកាន់ខេត្តសៀមរាប




Handwritten signature in blue ink.

វិធានការគន្លឹះទី២. បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ការសម្រេចចិត្ត និងការរៀបចំដំណើរទេសចរណ៍មកកាន់ខេត្តសៀមរាប

វិធានការទី៣. ពង្រឹងការផ្តល់ព័ត៌មានអំពីគោលដៅទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបដល់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ

<ul style="list-style-type: none"> ▪ បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលក្នុងការធ្វើការកក់ (Booking) មកខេត្តសៀមរាប៖ 	
<ul style="list-style-type: none"> - តាមរយៈថ្នាលអនឡាញ : បង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការស្វែងរកគេហទំព័រ និងថ្នាលឌីជីថលនានាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប នៅលើប្រព័ន្ធស្វែងរក ដូចជា Google, Baidu.com, Naver.com ជាដើម តាមរយៈវិធីសាស្ត្រ Search Engine Optimization (SEO) និង AI 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនគេហទំព័រ និងថ្នាលឌីជីថល បានផ្សព្វផ្សាយពីព័ត៌មានទេសចរណ៍នៅតាមតំបន់នីមួយៗ - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរបានស្វែងរកព័ត៌មានទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - តាមរយៈការិយាល័យទេសចរណ៍ : ពង្រឹងការិយាល័យទេសចរណ៍នាំភ្ញៀវចូលជាតិ និងអន្តរជាតិ មានសមត្ថភាពក្នុងការចូលទីផ្សារទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ និងអន្តរជាតិ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - យន្តការពង្រឹងការិយាល័យទេសចរណ៍ ពិសេសការិយាល័យទេសចរណ៍នាំភ្ញៀវចូលជាតិ និងអន្តរជាតិ - ចំនួនភ្ញៀវចូលមកខេត្តសៀមរាប តាមរយៈការិយាល័យទេសចរណ៍
<ul style="list-style-type: none"> ▪ សិក្សាផ្តល់ការលើកទឹកចិត្ត (Incentives) ដល់ការិយាល័យទេសចរណ៍ដែលបាននាំភ្ញៀវ មកទស្សនាខេត្តសៀមរាបច្រើនជាងគេ ប្រចាំឆ្នាំ២០២៥ 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន/គោលបំណងនៃកម្មវិធីប្រកួតប្រជែង - កម្មវិធីប្រកួតប្រជែង “ការិយាល័យទេសចរណ៍ឆ្នើម” ត្រូវបានរៀបចំ - ចំនួនការិយាល័យទេសចរណ៍ចូលរួមប្រកួត
<ul style="list-style-type: none"> ▪ សហការពង្រឹងទំនាក់ទំនង ជាមួយនិងបណ្តាស្ថានទូត និងស្ថានតំណាងបរទេសប្រចាំកម្ពុជា ស្ថានតំណាងនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជានៅបណ្តាប្រទេសទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយ អំពីទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនស្ថានទូត និងស្ថានតំណាងបរទេសប្រចាំកម្ពុជា ស្ថានតំណាងនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជានៅបណ្តាប្រទេសទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ត្រូវបានសហការ - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរទទួលបានព័ត៌មានទេសចរណ៍ពីខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ជំរុញការបង្កើតអនុព័ន្ធទេសចរណ៍អមស្ថានទូតកម្ពុជាប្រចាំនៅទីផ្សារទេសចរណ៍អាទិភាព (ចិន ជប៉ុន កូរ៉េ អាមេរិក ឥណ្ឌា អូស្ត្រាលី បារាំង អង់គ្លេស អាល្លឺម៉ង់...)។ 	<ul style="list-style-type: none"> - វត្តមានអនុព័ន្ធទេសចរណ៍តាមបណ្តាស្ថានទូតកម្ពុជានៅទីផ្សារទេសចរណ៍អាទិភាព



វិធានការទី៤. បង្កើនការតភ្ជាប់ និងសហប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍អន្តរជាតិ	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ផ្លូវអាកាស : បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ការចាប់យកប្រភពទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗ និងបង្កើនជើងហោះហើរត្រង់ពីប្រភពទីផ្សារអាទិភាព ឱ្យបានច្រើន មកកាន់ខេត្តសៀមរាប៖ 	
<ul style="list-style-type: none"> - ជំរុញ និងទាក់ទាញក្រុមហ៊ុនអាកាសចរ និងជើងហោះហើរថ្មីៗ មកកាន់ខេត្តសៀមរាប ឱ្យបានច្រើន ពិសេស “ថ្លៃទាប” (LCCs) តាមរយៈកម្មវិធីពិសេសសម្រាប់ឆ្នាំ២០២៥ ក្នុងនោះ ការបញ្ចុះថ្លៃចុះចត (Landing) ថ្លៃចំណត (Parking) ថ្លៃភ្លើងបំភ្លឺ (Lighting) និងថ្លៃស្ថានភាពចូលយន្តហោះ នៅអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ 	<ul style="list-style-type: none"> - ត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយអំពី Promotion ការលក់ និងការកក់សំបុត្រយន្តហោះ - ចំនួនការហោះហើរពីបណ្តាក្រុមហ៊ុនអាកាសចរ ទាំងក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍សេវាពេញលេញ និងក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ “ថ្លៃទាប” - ចំនួនអ្នកធ្វើដំណើរ
<ul style="list-style-type: none"> - ការពង្រឹងក្រុមហ៊ុនអាកាសចរជាតិ “កម្ពុជាអង្គរអែរ” និង/ឬ លើកទឹកចិត្តក្រុមហ៊ុនអាកាសចរក្នុងស្រុក និង/ឬ ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរ Air Asia ហោះត្រង់ទៅកាន់សៀមរាប - ញូវដេលី សៀមរាប - បាលី សៀមរាប-ប្យូបឌូ សៀមរាប-ម៉ាល់ឌីវ ។ល។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនជើងហោះហើរត្រង់ពីប្រភពទីផ្សារសំខាន់ៗមកកាន់ខេត្តសៀមរាប - ចំនួនក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ដែលបានសហការ
<ul style="list-style-type: none"> - សិក្សាលទ្ធភាពបន្ថែមបន្ថយពន្ធប្រេងសាំងចាក់យន្តហោះនៅអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ សម្រាប់ឆ្នាំ២០២៥ 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សា
<ul style="list-style-type: none"> - ពិនិត្យឡើងវិញ និងសម្រួល Slot ម៉ោងហោះហើរតភ្ជាប់មកកាន់អាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ ឱ្យមានភាពទាក់ទាញជាងមុន។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួន Slot ម៉ោងហោះហើរ មានច្រើនជម្រើស - ម៉ោងហោះហើរទៀងទាត់ពេលវេលា - ចំនួនការហោះហើរមកកាន់ខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ផ្លូវគោក៖ សម្រួលការធ្វើដំណើរដល់ភ្ញៀវទេសចរដែលឆ្លងកាត់តាមច្រកទ្វារព្រំដែនអន្តរជាតិផ្លូវគោក ចូលមកកម្ពុជា និងបន្តមកដល់គោលដៅខេត្តសៀមរាប ពិសេសនៅច្រកទ្វារប៉ោយប៉ែត និងអូស្មាច់ ពីប្រទេសថៃ ច្រកទ្វារបារិត ពីប្រទេសវៀតណាម និងច្រកទ្វារត្រពាំងក្រៀល ពីប្រទេសឡាវ 	

<ul style="list-style-type: none"> - ជំរុញចលនា “ការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ដោយខ្លួនឯង” សំដៅសម្រួលការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ ពីបណ្តាប្រទេសក្នុងតំបន់អាស៊ានចូលមកខេត្តសៀមរាបឱ្យកាន់តែប្រសើរថែមទៀត ក្នុងនោះត្រូវរៀបចំអនុក្រឹត្យស្តីពី “នីតិវិធីប្រតិបត្តិស្តង់ដារ (SOP) ស្តីពីការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ដោយខ្លួនឯង” 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង - អនុក្រឹត្យស្តីពី “នីតិវិធីប្រតិបត្តិស្តង់ដារ (SOP) ស្តីពីការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ដោយខ្លួនឯង” ត្រូវបានអនុម័តដោយរាជរដ្ឋាភិបាល
<ul style="list-style-type: none"> - សិក្សាលទ្ធភាពការផ្តល់នូវបណ្ណធ្វើដំណើរ (Laissez-passer) សម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋថៃដែលរស់នៅខេត្តជាប់ព្រំដែនអាចចូលមកទស្សនាខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សា
<ul style="list-style-type: none"> - សម្រួលការធ្វើដំណើរចេញ-ចូលតាមផ្លូវអាកាស និងផ្លូវគោកឱ្យកាន់តែប្រសើរ និងងាយស្រួល ដោយបង្កើតជាកម្មវិធីពិសេស និងមានក្រុមការងារបដិសណ្ឋារកិច្ចពិសេសនៅច្រកទ្វារទាំងនោះ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ទំនាក់ទំនងឆ្លងព្រំដែន ជាមួយប្រទេសជិតខាងត្រូវបានសម្រួល - ចំនួនក្រុមការងារបដិសណ្ឋារកិច្ចពិសេសនៅច្រកទ្វារ

វិធានការគន្លឹះទី៣. បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលក្នុងការមកដល់របស់ភ្ញៀវទេសចរនៃខេត្តសៀមរាប

វិធានការទី៥. សម្រួលការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍នៅតាមច្រកទ្វារអន្តរជាតិ

<p>▪ ជំរុញការបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលនៅក្នុងអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ ដោយ៖</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - សហការរៀបចំជាមួយក្រុមហ៊ុនដែលមានជំនាញក្នុងការគ្រប់គ្រងអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិដើម្បីពង្រឹងការគ្រប់គ្រងនៅអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ 	<ul style="list-style-type: none"> - ក្រុមហ៊ុនដែលមានជំនាញក្នុងការគ្រប់គ្រងអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិត្រូវបានសហការជាមួយ
<ul style="list-style-type: none"> - បន្ថែមសម្បទា សេវាកម្ម និងផលិតផលនៅក្នុងអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ ដូចជាហាងលក់ទំនិញ ភោជនីយដ្ឋាន កន្លែងកម្សាន្ត កីឡា និងសួនកុមារ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនហាងលក់ទំនិញ ភោជនីយដ្ឋាន កន្លែងកម្សាន្ត កីឡា សួនកុមារ និងសេវាកម្មផ្សេងទៀត នៅក្នុងអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ ដែលបម្រើឱ្យភ្ញៀវទេសចរ - ផលិតផលក្នុងស្រុកត្រូវបានដាក់លក់នៅអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ



<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងសមត្ថភាពមន្ត្រីនៅក្នុងអាកាសយានដ្ឋានក្នុងការផ្តល់សេវាកម្ម និងបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អដល់ភ្ញៀវទេសចរ 	<ul style="list-style-type: none"> - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលអំពីបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អដល់មន្ត្រីបម្រើការនៅអាកាសយានដ្ឋាន - ចំនួនមន្ត្រីដែលចូលរួមវគ្គ
<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងយន្តការគ្រប់គ្រងរថយន្តតាក់ស៊ី នៅអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ (ធានាតម្លៃសមរម្យ) 	<ul style="list-style-type: none"> - បានកំណត់ថ្លៃធ្វើដំណើរប្រសើរជាងមុន - រថយន្តតាក់ស៊ីត្រូវបានគ្រប់គ្រងប្រសើរជាងមុន
<ul style="list-style-type: none"> - សម្រួលការធ្វើដំណើរភ្ញៀវទេសចរពីអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរទៅមកក្រុងសៀមរាប ក្នុងនោះជំរុញការពង្រីកផ្លូវចូលក្រុងសៀមរាប ចាប់ពីកន្លែងច្រកចូលអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរឆ្ពោះទៅក្រុងសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ច្រកចូលនៅផ្លូវជាតិលេខ៦ ត្រូវបានកែលម្អ និងពង្រីក - ផ្លូវចេញ-ចូលសម្រាប់រថយន្ត ត្រូវបានកែលម្អ
<ul style="list-style-type: none"> - បន្តចរចាឱ្យក្រុមហ៊ុនមិនយកថ្លៃផ្លូវចូលព្រលាន មិនយកប្រាក់សម្រាប់ការចូលដាក់ភ្ញៀវ² 	<ul style="list-style-type: none"> - បានសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនមិនយកថ្លៃផ្លូវចូលព្រលាន មិនយកប្រាក់សម្រាប់ការចូលដាក់ភ្ញៀវ
<ul style="list-style-type: none"> - ជំរុញការអនុវត្តគម្រោងរថភ្លើងធុនស្រាល (Tramway) ភ្ជាប់ពីអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ-រុនតាឯក-ក្រុងសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ដំណើរការរថភ្លើងធុនស្រាល (Tramway) ភ្ជាប់ពីអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ-រុនតាឯក-ក្រុងសៀមរាប - ចំនួនអ្នកធ្វើដំណើរតាមរថភ្លើងធុនស្រាល (Tramway)
<ul style="list-style-type: none"> - សិក្សាផ្លូវភ្ជាប់ពីអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ - រុនតាឯក - តំបន់អង្គរ - ក្រុងសៀមរាប។ 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សា
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ជំរុញការបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលតាមច្រកចូលផ្លូវគោក ដោយ៖ 	
<ul style="list-style-type: none"> - បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍នៅច្រកទ្វារអន្តរជាតិប៉ោយប៉ែត អូស្មាច់ បារិត និងត្រពាំងក្រៀល ដោយបង្កើតឱ្យមានក្រុមបដិសណ្ឋារកិច្ចពិសេស Lane ពិសេស 	<ul style="list-style-type: none"> - ក្រុមបដិសណ្ឋារកិច្ចពិសេស Lane ពិសេស ត្រូវបានបង្កើត - ពន្លឿនការត្រួតពិនិត្យការចេញចូលរបស់អ្នកដំណើរ និងភ្ញៀវទេសចរ

² ការងារនេះ សម្តេចបទដ៏មតិសាយភាយទូទាំងប្រទេស បានណែនាំរួចហើយកាលពីឆ្នាំ២០២៤។



- ពង្រឹងការគ្រប់គ្រងរថយន្តដឹកភ្ញៀវទេសចរពីច្រកទ្វារទាំងនេះមកក្រុងសៀមរាប លើទិដ្ឋភាពតម្លៃ គុណភាព និងសុវត្ថិភាព។	- យន្តការគ្រប់គ្រងរថយន្តដឹកភ្ញៀវទេសចរត្រូវបានរៀបចំល្អប្រសើរជាងមុន
--	---

វិធានការគន្លឹះទី៤. សម្រួលដល់ដំណើរកម្សាន្តក្នុងខេត្តសៀមរាប ប្រមូលនិស្សិត “សៀមរាប៖ តារា៖នាទិសឧត្តរ”

វិធានការទី៦. ពិពិធកម្មគោលដៅទេសចរណ៍នៅតាមតំបន់អាទិភាពទាំង៦

▪ កសាង និងកែលម្អឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើងនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងសេវាគាំទ្រទេសចរណ៍ នៅតាមគោលដៅអាទិភាពដូចខាងក្រោម៖

១. តំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ៖

- បន្តលើកទឹកចិត្ត និងសម្រួលនូវលក្ខខណ្ឌតម្រូវថ្មីពាក់ព័ន្ធនឹងការថតវីដេអូ ឬរូបភាពសន្លឹក ក្នុងតំបន់រមណីយដ្ឋានអង្គរ ^១	- ដាក់ចេញលក្ខខណ្ឌតម្រូវថ្មី សម្រួលដល់ការថតវីដេអូ ឬរូបភាពសន្លឹក ក្នុងតំបន់រមណីយដ្ឋានអង្គរ
- សិក្សាបង្កើនវង់ទស្សនាប្រាសាទឱ្យមានច្រើនជម្រើសសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ	- របាយការណ៍សិក្សា
- រៀបចំផែនការសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់អង្គរ	- ផែនការត្រូវបានរៀបចំ
- សិក្សារៀបចំឱ្យមានសេវាកម្មអាហារ និងភេសជ្ជៈ (F&B) នៅតាមទីតាំងជាក់លាក់មួយចំនួននៅក្នុងតំបន់អង្គរ ដោយត្រូវអនុលោមតាមសៀវភៅបន្ទុកច្បាស់លាស់ពីអាជ្ញាធរជាតិអប្សរា	- របាយការណ៍សិក្សា
- ថែរក្សាភាពស្អាត អនាម័យ សន្តិសុខ និងសណ្តាប់ធ្នាប់	- ភាពស្អាត អនាម័យ សន្តិសុខ និងសណ្តាប់ធ្នាប់ មានភាពប្រសើរជាងមុន នៅក្នុងតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ
- បង្កើនការផ្សព្វផ្សាយអំពីប្រភេទប្រាសាទ ឬក្រុមប្រាសាទ ដែលអនុញ្ញាតឱ្យរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍និងវប្បធម៌	- ប្រភេទប្រាសាទ ឬក្រុមប្រាសាទ ដែលអនុញ្ញាតឱ្យរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍និងវប្បធម៌ ត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយ

^១ អាជ្ញាធរជាតិអប្សរាបាននិងកំពុងកែសម្រួលការងារនេះ ក្រោយ សម្តេចបបទលើបតិសាយករដ្ឋមន្ត្រី បានណែនាំ។



<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងការគ្រប់គ្រងសេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ : ដើម្បីឱ្យការគ្រប់គ្រងសេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍បានល្អប្រសើរ ត្រូវឆ្លងកាត់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលវិក្រឹតការពិសេស ដែលទទួលស្គាល់ដោយក្រសួងទេសចរណ៍ និងអាជ្ញាធរជាតិអប្សរា 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ចូលរួមវគ្គបណ្តុះបណ្តាលវិក្រឹតការពិសេស - របាយការណ៍តាមដានត្រួតពិនិត្យការផ្តល់សេវារបស់មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍
<ul style="list-style-type: none"> - បន្តរៀបចំដាក់ភ្លើងបំភ្លឺពេលយប់នៅតាមផ្លូវសំខាន់ៗក្នុងតំបន់អង្គរ 	<ul style="list-style-type: none"> - ភ្លើងបំភ្លឺពេលយប់នៅតាមផ្លូវសំខាន់ៗក្នុងតំបន់អង្គរត្រូវបានរៀបចំ
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ និងផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗបន្ថែម អនុលោមតាមគោលការណ៍នៃទេសចរណ៍វប្បធម៌-ទេសចរណ៍បៃតង 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនព្រឹត្តិការណ៍ និងផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ - ត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយព្រឹត្តិការណ៍ និងផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗ
<ul style="list-style-type: none"> - បន្តការអនុវត្តការកែសម្រួលពេលវេលាបើក-បិទ នៃការចូលទស្សនាប្រាសាទក្នុងរមណីយដ្ឋានអង្គរ និងសិក្សាលទ្ធភាពកែសម្រួលពេលវេលាបើក-បិទផ្សេងៗទៀតដោយផ្អែកលើតម្រូវការជាក់ស្តែងរបស់ភ្ញៀវទេសចរ 	<ul style="list-style-type: none"> - ដាក់ចេញការកែសម្រួលពេលវេលាបើក-បិទ នៃការចូលទស្សនាប្រាសាទក្នុងរមណីយដ្ឋានអង្គរ
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំបញ្ជីព័ត៌មានទេសចរណ៍ អមជាមួយការបំពាក់សម្បទាឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់ 	<ul style="list-style-type: none"> - បញ្ជីព័ត៌មានទេសចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំ - ចំនួនការផ្តល់នូវព័ត៌មានសេវាកម្មទេសចរណ៍ជូនភ្ញៀវទេសចរ
<ul style="list-style-type: none"> - បន្តពង្រឹងការធ្វើពិពិធកម្មសកម្មភាពបម្រើឱ្យទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់អង្គរ ឱ្យកាន់តែមានភាពសម្បូរបែប ស្របតាមតម្រូវការថ្មីៗរបស់ភ្ញៀវទេសចរគ្រប់កម្រិត ដោយប្រកាន់ខ្ជាប់នូវគោលការណ៍ “ការអភិរក្សគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍ ហើយការអភិវឌ្ឍបម្រើដល់ការអភិរក្ស” ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - មានផលិតផលថ្មីៗបម្រើឱ្យទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់អង្គរ
<ul style="list-style-type: none"> - ឌីជីថលអង្គរ (Digital Angkor)៖ 	
<ul style="list-style-type: none"> • បន្តធ្វើទំនើបកម្ម កម្មវិធីទូរសព្ទ Visit Angkor ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយពីវង់ទស្សនាប្រាសាទ គោលដៅទេសចរណ៍ និងផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗនៅក្នុងតំបន់រមណីយដ្ឋានអង្គរ 	<ul style="list-style-type: none"> - កម្មវិធីទូរសព្ទ Visit Angkor ត្រូវបានដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់
<ul style="list-style-type: none"> • ជំរុញការអនុវត្តគម្រោងបង្កើតសារមន្ទីរ Immersive Angkor 	<ul style="list-style-type: none"> - សារមន្ទីរ Immersive Angkor ត្រូវបានបង្កើត និងដាក់ឱ្យដំណើរការ
<ul style="list-style-type: none"> • សិក្សាលទ្ធភាពដាក់ឱ្យដំណើរការ “សារមន្ទីរសព្ទទស្សន៍អង្គរ” (Angkor Panorama) 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សា



<ul style="list-style-type: none"> • បន្តជំរុញទំនើបកម្មប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងការលក់សំបុត្ររបស់គ្រឹះស្ថានអង្គរ ដែលប្រព័ន្ធនេះអាចជួយដល់ការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យវិហាររបស់ភ្ញៀវទេសចរ 	<ul style="list-style-type: none"> - ការដាក់ឱ្យដំណើរការប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងការលក់សំបុត្ររបស់គ្រឹះស្ថានអង្គរ
<ul style="list-style-type: none"> • ជំរុញសេវាទូរគមនាគមន៍ក្នុងតំបន់អង្គរ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ការដំឡើងអង់តែនសេវាទូរគមនាគមន៍ក្នុងតំបន់អង្គរ
<p>២. ក្រុងសៀមរាប៖</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំកែលម្អស្ទឹងសៀមរាប (ផ្នែកកណ្តាល) ជាកន្លែងកម្សាន្តទេសចរណ៍ 	<ul style="list-style-type: none"> - ស្ទឹងសៀមរាប (ផ្នែកកណ្តាល) ត្រូវបានកែលម្អ ជាកន្លែងកម្សាន្តទេសចរណ៍
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំ “សង្កាត់ទេសចរណ៍គិរ្យ” នៅក្រុងសៀមរាប ផ្សារភ្ជាប់នឹងការរៀបចំវត្តទេសចរណ៍ 	<ul style="list-style-type: none"> - “សង្កាត់ទេសចរណ៍គិរ្យ” នៅក្រុងសៀមរាបត្រូវបានរៀបចំ - វត្តទេសចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំ
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំវិធីម្ហូបអាហារ និងផ្សាររាត្រីឱ្យមានភាពទាក់ទាញ 	<ul style="list-style-type: none"> - វិធីម្ហូបអាហារ និងផ្សាររាត្រីត្រូវបានរៀបចំ - សណ្តាប់ធ្នាប់អ្នកលក់ម្ហូបអាហារតាមដងវិធីត្រូវបានពង្រឹង
<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងភាពស្អាត និងបៃតង 	<ul style="list-style-type: none"> - ភាពស្អាត និងបៃតងមានភាពប្រសើរជាងមុន
<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងសណ្តាប់ធ្នាប់តាមផ្លូវក្នុងទីក្រុង ចំណាត់ថយន្ត និងចំណាត់រ៉ឺម៉កកង់ប៊ី 	<ul style="list-style-type: none"> - សណ្តាប់ធ្នាប់តាមផ្លូវក្នុងទីក្រុង ចំណាត់ថយន្ត និងចំណាត់រ៉ឺម៉កកង់ប៊ី មានភាពប្រសើរជាងមុន
<ul style="list-style-type: none"> - តុបតែងលម្អក្នុងទីក្រុង 	<ul style="list-style-type: none"> - ទីក្រុងត្រូវបានតុបតែងលម្អ
<ul style="list-style-type: none"> - ទំនើបកម្មសេវាកម្មមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ 	<ul style="list-style-type: none"> - ការធ្វើទំនើបកម្មសេវាផ្តល់ព័ត៌មានទេសចរណ៍ នៅតាមមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ ក្នុងខេត្តសៀមរាប - ចំនួនព័ត៌មាននៅក្នុងមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរបានទទួលព័ត៌មានតាមគោលដៅទេសចរណ៍
<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងគុណភាពសេវាហាងលក់ទំនិញ វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ពិសេសត្បូងមានតម្លៃ តាមរយៈការបង្កើតយន្តការគ្រប់គ្រងច្បាស់លាស់ ដើម្បីធានាទំនុកចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរ 	<ul style="list-style-type: none"> - ក្រុមការងារគ្រប់គ្រង និងត្រួតពិនិត្យគុណភាពហាងលក់ទំនិញត្រូវបានបង្កើតឡើង - ចំនួននៃការចុះត្រួតពិនិត្យគុណភាព និងវាយតម្លៃហាងលក់ទំនិញ វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ពិសេសត្បូងមានតម្លៃ



<ul style="list-style-type: none"> - គិតគូរលើសម្បទាទាក់ទាញប្រភេទទេសចរណ៍ Digital Nomad (Co-Working Spaces និងប្រភេទទិដ្ឋាការពិសេស) 	<ul style="list-style-type: none"> - សម្បទាទាក់ទាញប្រភេទទេសចរណ៍ Digital Nomad ត្រូវបានអភិវឌ្ឍន៍ - របាយការណ៍សិក្សាប្រភេទទិដ្ឋាការពិសេសសម្រាប់ ប្រភេទទេសចរណ៍ Digital Nomad
<ul style="list-style-type: none"> - សិក្សា និងកំណត់ទីតាំងរៀបចំតំបន់ (zoning) សេវាកម្មមណ្ឌលកម្សាន្តមនុស្សពេញវ័យ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សា
<p>៣. តំបន់បឹងទន្លេសាប (ពិសេសនៅចុងឃ្លើស កំពង់ក្អក កំពង់ឃ្លាំង និងបឹងពារាំង (ជ្រាវ)៖</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - សិក្សាគម្រោងកែលម្អផ្លូវចូលទៅសហគមន៍ចុងឃ្លើស កំពង់ក្អក បឹងពារាំង និងកំពង់ឃ្លាំង 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សា
<ul style="list-style-type: none"> - កែលម្អទូកទេសចរណ៍ នៅតំបន់បឹងទន្លេសាប ជាជំហានៗ ស្របតាមតម្រូវការ និងសំណូមពរជាច្រើនពីភ្ញៀវទេសចរ ក៏ដូចជាសហគមន៍ដែលជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាទូកទេសចរណ៍នេះផ្ទាល់តែម្តង 	<ul style="list-style-type: none"> - ទូកទេសចរណ៍ នៅតំបន់បឹងទន្លេសាប ត្រូវបានកែលម្អ ជាជំហានៗ
<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងសហគមន៍ ទាំងធនធាន និងសមត្ថភាពក្នុងការទទួលស្វាគមន៍ភ្ញៀវ 	<ul style="list-style-type: none"> - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដល់សហគមន៍ អំពីការបម្រើសេវាកម្ម និងបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំ - របាយការណ៍សិក្សាលទ្ធភាពហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់សហគមន៍
<ul style="list-style-type: none"> - បញ្ចុះតម្លៃទូកសម្រាប់ភ្ញៀវក្នុងស្រុកនៅចុងឃ្លើស⁴ 	<ul style="list-style-type: none"> - ការបញ្ចុះតម្លៃទូកសម្រាប់ភ្ញៀវក្នុងស្រុក នៅចុងឃ្លើស - ចំនួនភ្ញៀវក្នុងស្រុក
<ul style="list-style-type: none"> - ជំរុញសកម្មភាពសិប្បកម្មងាយៗនៅតាមសហគមន៍ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនសិប្បកម្មក្នុងស្រុក នៅតាមសហគមន៍ - ការដាក់លក់ផលិតផលក្នុងស្រុក នៅតាមសហគមន៍

⁴ គ្រឹះស្ថានអង្គរបាននិងកំពុងកែលម្អការងារនេះ ក្រោយទទួលបានការណែនាំដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់របស់ សម្តេចបច្ចេកទេសសិលាសាស្ត្រ។



<ul style="list-style-type: none"> - សិក្សារៀបចំប្រព័ន្ធបង់វិលសំទ្រកទេសចរណ៍នៅក្នុងសហគមន៍ទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់បឹងទន្លេសាប (ដោយមានការផ្តល់ការធានាពីរដ្ឋ អមជាមួយការកំណត់នូវលក្ខខណ្ឌបែបបទ និងនីតិវិធីនៃការធានាច្បាស់លាស់) 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សា
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំឱ្យមានទីតាំងថតរូបអនុស្សាវរីយ៍ ជាមួយទេសភាពស្អាតៗ 	<ul style="list-style-type: none"> - ទីតាំងថតរូបអនុស្សាវរីយ៍ត្រូវបានរៀបចំ
<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់វិង-រាវ 	<ul style="list-style-type: none"> - ការគ្រប់គ្រងសំរាម សំណល់វិង-រាវមានភាពប្រសើរជាងមុន
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំឱ្យមានការសម្តែងទស្សនីយភាពផ្សេងៗ ឬបុណ្យប្រពៃណីប្រចាំតំបន់ ឬព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ទស្សនីយភាពផ្សេងៗ ឬបុណ្យប្រពៃណីប្រចាំតំបន់ ឬព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗត្រូវបានរៀបចំ - ចំនួនភ្ញៀវចូលរួម
<p>៤. តំបន់ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន៖</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - ដាក់ឱ្យដំណើរការអង្គការគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ភ្នំគូលែន 	<ul style="list-style-type: none"> - សេចក្តីសម្រេចស្តីពីការរៀបចំអង្គការគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ភ្នំគូលែនត្រូវបានរៀបចំ - អង្គការគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ភ្នំគូលែនចាប់ផ្តើមការងារតាមផែនការសកម្មភាព
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំសណ្តាប់ធ្នាប់ 	<ul style="list-style-type: none"> - សណ្តាប់ធ្នាប់មានភាពប្រសើរជាងមុន
<ul style="list-style-type: none"> - កែលម្អផ្លូវឡើង និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតាំទ្រ (ដូចជា ខ្យល់-តូបអាហារ រៀបចំមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍នៅជើងភ្នំ កែលម្អបន្ទប់ទឹកនៅលើភ្នំ គ្រប់គ្រងសំរាម) 	<ul style="list-style-type: none"> - ផ្លូវឡើងទៅឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែនត្រូវបានកែលម្អ - មណ្ឌលព័ត៌មានត្រូវបានរៀបចំ - ខ្យល់-តូបអាហារត្រូវបានរៀបចំ - បន្ទប់ទឹកចាស់ត្រូវបានជួសជុល និងបន្ថែមបន្ទប់ទឹកថ្មី - ការគ្រប់គ្រងសំរាមមានភាពប្រសើរជាងមុន
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំផ្លូវទស្សនាចរបន្ថែម ទៅកាន់ទីតាំងធម្មជាតិ និងវប្បធម៌ 	<ul style="list-style-type: none"> - ផ្លូវទស្សនាចរត្រូវបានរៀបចំ



Handwritten signature in blue ink.

- ពិពិធកម្មផលិតផល និងសេវាទេសចរណ៍ រួមទាំងសហគមន៍ព្រៃធុរអន្តរជាតិ និងសហគមន៍ព្រៃធុរពេល	- ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗត្រូវបានបង្កើតឡើង
- រៀបចំបង្កើតមណ្ឌលវិបស្សនា ឬសមាធិ ឱ្យមានមាត្រដ្ឋានជាទីជ្រះថ្លា នៅតំបន់ភ្នំគូលែន	- មណ្ឌលវិបស្សនា ឬសមាធិ នៅតំបន់ភ្នំគូលែនត្រូវបានរៀបចំ
- ពង្រឹងសមត្ថភាពសហគមន៍ ពិសេសគុណភាពសេវាកម្ម	- វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដល់សហគមន៍ អំពីការបម្រើសេវាកម្ម និងបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ នៅលើភ្នំគូលែន
- សិក្សាសម្រួលថ្លៃសំបុត្រចូលទស្សនា	- របាយការណ៍សិក្សា
- បំពាក់សេវាទូរគមនាគមន៍។	- ការដំឡើងអង្គតែនសេវាទូរគមនាគមន៍ក្នុងតំបន់ភ្នំគូលែន
៥. តំបន់ជុំវិញតំបន់ការពារប្រាសាទបន្ទាយស្រី៖	
- ដាក់ឱ្យដំណើរការអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍តំបន់ជុំវិញតំបន់ការពារប្រាសាទបន្ទាយស្រី	- សេចក្តីសម្រេចស្តីពីការរៀបចំអង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍តំបន់ជុំវិញតំបន់ការពារប្រាសាទបន្ទាយស្រីត្រូវបានរៀបចំ - អង្គភាពគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍តំបន់ជុំវិញតំបន់ការពារប្រាសាទបន្ទាយស្រីចាប់ផ្តើមការងារតាមផែនការសកម្មភាព
- ការកែលម្អផ្លូវទៅបន្ទាយស្រី	- ផ្លូវចូលទៅបន្ទាយស្រីត្រូវបានកែលម្អ
- ផ្សារភ្ជាប់ការអភិវឌ្ឍជាមួយក្រុងរុនតាឯកតេជោសែន	- ផ្លូវធ្វើដំណើរពីប្រាសាទបន្ទាយស្រី ទៅក្រុងរុនតាឯកតេជោសែនត្រូវបានតភ្ជាប់ - គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍រួមគ្នា រវាងក្រុងរុនតាឯកតេជោសែន និងតំបន់ជុំវិញតំបន់ការពារប្រាសាទបន្ទាយស្រី
- ការរៀបចំភូមិទេសចរណ៍គំរូ (ដាក់ភូមិព្រះដាក់ជាភូមិទេសចរណ៍ឆ្លើមនៃអង្គការទេសចរណ៍ពិភពលោក - UN Tourism)	- ភូមិទេសចរណ៍គំរូត្រូវបានរៀបចំ
- ការពង្រឹងសហគមន៍។	- វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដល់សហគមន៍



Handwritten signature in blue ink.

	- របាយការណ៍សិក្សាលទ្ធភាពហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់សហគមន៍
៦. តំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី - ក្រុងរុនតាងកេដោសែន៖	
- សិក្សាសមាហរណកម្មតំបន់ទេសចរណ៍សៀមរាបថ្មី ចូលក្នុងគម្រោងអភិវឌ្ឍន៍ក្រុងរុនតាងកេដោសែន	- របាយការណ៍សិក្សា
- រៀបចំគម្រោងសាកល្បងលើការរៀបចំភូមិទេសចរណ៍នៅក្នុងក្រុងរុនតាងកេដោសែន។	- គម្រោងត្រូវបានរៀបចំ
- សិក្សាលទ្ធភាពកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនៅកាន់គោលដៅទេសចរណ៍ និងបំពាក់បន្ថែមនូវសម្បទាទ្រទ្រង់នៅក្នុងក្រុង និងផ្លូវទៅកាន់គោលដៅសំខាន់ៗ ជាអាទិ៍ ភ្លើងបំភ្លឺផ្លូវបំពាក់ស្លាកសញ្ញា ដូចខាងក្រោម៖	
- កំពង់ផែចុងឃ្លៀស : ១)-ផ្លូវទឹកសម្រាប់កាណូតដឹកភ្ញៀវទេសចរនៅរដូវប្រាំង ទំហំទទឹង ១២ម៉ែ និងបណ្តោយ ៤០០០ម៉ែ ដោយត្រូវដឹកស្តារជម្រៅ ២ម៉ែត្របន្ថែមទៀត ២)-កន្លែងចំណតរថយន្តមានទំហំ ៣០ម៉ែ និងបណ្តោយ ៥០ម៉ែ (តូចចង្អៀត) និង ៣)-កន្លែងចំណតកាណូត និងទូកមានទំហំតូចចង្អៀតនៅរដូវប្រាំង និងរដូវវស្សា។	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនអំពូលភ្លើងបំភ្លឺតាមផ្លូវ - ចំនួនស្លាកសញ្ញាប្រាប់ទិស និងកន្លែងកម្សាន្តតាមគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ - ការដឹកស្តារឃ្នងបន្ថែម - ចំណតរថយន្តត្រូវបានរៀបចំ - ចំណតកាណូត និងទូកត្រូវបានរៀបចំ
- សហគមន៍ទេសចរណ៍កំពង់ក្អក : ១)-រៀបចំផ្លូវបេតុង១ខ្សែ ប្រវែង ១៤គ.ម ចាប់ពីស្ពានទំនប់ទឹកវត្តការហូតដល់ស្ពានដើមរាំងមួយដើម ២)-រៀបចំមណ្ឌលព័ត៌មានសម្រាប់ដាក់តាំងឧបករណ៍នេសាទផ្សេងៗទៀត ៣)-រៀបចំណតកាណូត និងចំណតរថយន្ត ១កន្លែង សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិប្រវែង (២០០x២០០ម) ៤)-រៀបចំបង្គន់អនាម័យចំនួន៦ នៅកន្លែងលក់សំបុត្រ ៥)-រៀបចំបង្គន់អនាម័យចំនួន៦នៅកន្លែងចំណតរថយន្ត ៦)-រៀបចំសួនច្បារ ១កន្លែង នៅក្បែរចំណតរថយន្តសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ ៧)-រៀបចំបច្ចេកទេសក្នុងការទុកដាក់សំណាម។	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនអំពូលភ្លើងបំភ្លឺតាមផ្លូវ - ចំនួនស្លាកសញ្ញាប្រាប់ទិស និងកន្លែងកម្សាន្តតាមគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ - ផ្លូវបេតុង ឬផ្លូវកៅស៊ូ ត្រូវបានរៀបចំ - មណ្ឌលព័ត៌មានត្រូវបានរៀបចំ - ចំណតរថយន្ត និងចំណតកាណូតត្រូវបានរៀបចំ - បន្ទប់ទឹកចាស់ត្រូវបានជួសជុល និងបន្ថែមបន្ទប់ទឹកថ្មី - សួនច្បារត្រូវបានរៀបចំ



	- ចំនួនផ្ទះសំរាប់
- រមណីយដ្ឋានទឹកធ្លាក់ភ្នំគូលែននិងព្រះអង្គជំរុំ : ផ្លូវបេតុងប្រវែង ១ ០០០ម៉ែត្រ ចំណតរថយន្តទំហំ ៥០ម x ១០០ម បន្ទប់ទឹកចំនួន ២០បន្ទប់។	- ចំនួនអំពូលភ្លើងបំភ្លឺតាមផ្លូវ - ចំនួនស្លាកសញ្ញាប្រាប់ទិស និងកន្លែងកម្សាន្តតាមគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ - ផ្លូវបេតុងត្រូវបានរៀបចំ - ចំណតរថយន្តត្រូវបានរៀបចំ - បន្ទប់ទឹកចាស់ត្រូវបានជួសជុល និងបន្ថែមបន្ទប់ទឹកថ្មី
▪ សិក្សាគម្រោងប្លង់លម្អិតកែលម្អគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាព ដូចជា គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍សង្កាត់ទេសចរណ៍គំរូក្រុងសៀមរាប (ផ្សារចាស់ វត្តរាជបូណី និងវត្តព្រះព្រហ្មវិគ្គ) គម្រោងលើកកម្ពស់ភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍នៅតំបន់ចុងឃ្លៀស គម្រោងលើកកម្ពស់ភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍នៅសហគមន៍ទេសចរណ៍ធម្មជាតិកំពង់ភ្នំ គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍តំបន់ឧទ្យានជាតិព្រះជ័យវរ្ម័ន នរោត្តម-“ភ្នំគូលែន” និង គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍ផ្សាររាត្រី និងវិថីម្លូបអាហារ	- របាយការណ៍សិក្សាគម្រោងប្លង់លម្អិត
▪ សិក្សាគោលនយោបាយអនុគ្រោះបន្ថែមដល់ការវិនិយោគបង្កើតផលិតផលនិងសេវាកម្មទេសចរណ៍ថ្មីៗនៅខេត្តសៀមរាប ដោយផ្តល់អាទិភាពសម្រាប់រមណីយដ្ឋានកែច្នៃ អាជីវកម្មភោជនីយដ្ឋានកម្រិតស្តង់ដារខ្ពស់ ដូចជា ភោជនីយដ្ឋានចិន ឥណ្ឌា ជប៉ុន ភូមិ អឺរ៉ុប និងហាលឡាល់ នៅខេត្តសៀមរាប	- របាយការណ៍សិក្សា
▪ សិក្សាស្វែងរកដៃគូវិនិយោគបង្កើតតំបន់ទេសចរណ៍ពិសិដ្ឋនៅក្នុងខេត្តសៀមរាប។	- របាយការណ៍សិក្សា
វិធានការទី៧. ពង្រឹងយន្តការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍គោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាព	



<ul style="list-style-type: none"> រៀបចំនិងពង្រឹងយន្តការគ្រប់គ្រងកម្រៃចូលទស្សនានៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាពទាំងអស់ 	<ul style="list-style-type: none"> យន្តការគ្រប់គ្រងកម្រៃចូលទស្សនានៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាព ត្រូវបានរៀបចំ កម្រៃចូលទស្សនា នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ត្រូវបានកំណត់ របាយការណ៍កម្រៃចូលទស្សនានៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍
<ul style="list-style-type: none"> ពិនិត្យឡើងវិញនូវគោលនយោបាយសំបុត្រអង្ករឱ្យស្របតាមនិន្នាការទេសចរណ៍ និងបរិបទជាក់ស្តែង 	<ul style="list-style-type: none"> របាយការណ៍សិក្សាគោលនយោបាយសំបុត្រអង្ករ
<ul style="list-style-type: none"> បន្តពង្រឹងរចនាសម្ព័ន្ធ ធនធាន និងយន្តការ នៃគណៈកម្មការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ ឱ្យស្របតាមតម្រូវការជាក់ស្តែង។ 	<ul style="list-style-type: none"> រចនាសម្ព័ន្ធ ធនធាន និងយន្តការ នៃគណៈកម្មការគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ ត្រូវបានពង្រឹង
<p>វិធានការទី៨. ពិពិធកម្មផលិតផលទេសចរណ៍មានសក្តានុពលនៅខេត្តសៀមរាប</p>	
<ul style="list-style-type: none"> លើកទឹកចិត្តក្នុងការទាក់ទាញទេសចរណ៍ម៉ាយ (MICE) ក្នុងខេត្តសៀមរាប តាមរយៈ៖ 	
<ul style="list-style-type: none"> - បង្កើតយន្តការសម្របសម្រួលការទាក់ទាញ និងរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ម៉ាយ (MICE) នៅខេត្តសៀមរាប អមជាមួយការផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិនូវសំបុត្រចូលទស្សនាអង្ករដោយបង់កម្រៃតែពាក់កណ្តាល 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនអាជីវកម្មបម្រើទេសចរណ៍ម៉ាយ (MICE) ស្របតាមស្តង់ដារជាតិ និងអាស៊ាន - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍ម៉ាយ (MICE)
<ul style="list-style-type: none"> - សិក្សាបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលសន្និបាតនិងពិព័រណ៍សៀមរាប-អង្គរ (Siem Reap-Angkor Convention and Exhibition Center) នៅទីតាំងអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាប (ចាស់) ឬទីតាំងសមស្របណាមួយនៅក្នុងក្រុងសៀមរាប។ 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សា
<ul style="list-style-type: none"> រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទាក់ទាញខ្នាតអន្តរជាតិខេត្តសៀមរាប៖ 	
<ul style="list-style-type: none"> - ពិធីបុណ្យឆ្លងឆ្នាំសកល ឆ្នាំ២០២៥ 	<ul style="list-style-type: none"> - ពិធីបុណ្យត្រូវបានរៀបចំឡើង - ចំនួនភ្ញៀវចូលរួម
<ul style="list-style-type: none"> - ព្រឹត្តិការណ៍រត់ប្រណាំងចម្ងាយឆ្ងាយ “Angkor Ultra Trail” 	<ul style="list-style-type: none"> - ព្រឹត្តិការណ៍ត្រូវបានរៀបចំឡើង



	- ចំនួនភ្ញៀវចូលរួម
- ព្រឹត្តិការណ៍ព្រះអាទិត្យរះចំកណ្តាលកំពូលប្រាសាទអង្គរវត្ត (Equinox)	- ព្រឹត្តិការណ៍ត្រូវបានរៀបចំឡើង - ចំនួនភ្ញៀវចូលរួម
- ព្រឹត្តិការណ៍រត់ប្រណាំងម៉ារ៉ាតុង (Marathon)	- ព្រឹត្តិការណ៍ត្រូវបានរៀបចំឡើង - ចំនួនភ្ញៀវចូលរួម
- ព្រឹត្តិការណ៍តន្ត្រីរបស់លោក Andrea Bocelli	- ព្រឹត្តិការណ៍ត្រូវបានរៀបចំឡើង - ចំនួនភ្ញៀវចូលរួម
- ទិវារត់ប្រណាំងអន្តរជាតិពាក់កណ្តាលម៉ារ៉ាតុង (International Angkor Half Marathon)	- ទិវាត្រូវបានរៀបចំឡើង - ចំនួនភ្ញៀវចូលរួម
- ព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ខ្នាតអន្តរជាតិផ្សេងៗ។	- ព្រឹត្តិការណ៍ត្រូវបានរៀបចំឡើង - ចំនួនភ្ញៀវចូលរួម
▪ រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍អង្គរសង្គ្រាម ឆ្នាំ២០២៥	- ព្រឹត្តិការណ៍ត្រូវបានរៀបចំឡើង - ចំនួនភ្ញៀវចូលរួម
▪ កែលម្អផលិតផលដែលមានស្រាប់ រួមទាំងសណ្តាប់ធ្នាប់ សុវត្ថិភាព អនាម័យ និងបរិស្ថាន ព្រមទាំងបង្កើតផលិតផលទាក់ទាញថ្មីៗ (កីឡា, ផ្សារទំនើប...)	- សណ្តាប់ធ្នាប់ អនាម័យ និងបរិស្ថានមានភាពប្រសើរជាងមុន - ផលិតផលទេសចរណ៍ថ្មីៗត្រូវបានបង្កើតឡើង
▪ រៀបចំទស្សនីយភាព អំពី “គុណល្បក្កតោ និងគុណខ្មែរចម្រុះ” សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ ឱ្យបាន ជាប្រចាំ ទាំងក្នុងទីក្រុង និងនៅទីលានជល់ដំរី។	- ទស្សនីយភាព “គុណល្បក្កតោ និងគុណខ្មែរចម្រុះ” ត្រូវបានរៀបចំ - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរចូលទស្សនា
វិធានការទី៩. កាត់បន្ថយភាពឆ្លុះឆ្លាយផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃទេសចរណ៍	
▪ ពង្រឹងផលិតកម្មក្នុងស្រុក និងការអនុវត្តច្បាប់លើហាងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ក្លែងក្លាយ៖	



<ul style="list-style-type: none"> - គាំទ្រដល់និរន្តរភាពនៃសិប្បកម្ម និងផលិតករក្នុងស្រុក ទាំងផ្នែកធនធាន និងបច្ចេកទេសផលិត 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនមូលនិធិអភិវឌ្ឍន៍សិប្បកម្មក្នុងស្រុក - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកបច្ចេកទេសផលិត និងការវេចខ្ចប់ឱ្យត្រូវស្តង់ដារ - ចំនួនសិប្បកម្ម និងផលិតករក្នុងស្រុក នៅខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - ជំរុញការដាក់លក់ផលិតផលក្នុងស្រុក តាមរយៈ ការផ្តល់ស្លាកសញ្ញាទុកចិត្ត (Labelling on Quality Mark and/or Trust Marks) 	<ul style="list-style-type: none"> - ផលិតផលក្នុងស្រុក ត្រូវបានបិទស្លាកសញ្ញាទុកចិត្ត ឬការទទួលស្គាល់ ពីក្រសួង ឬស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ច - ផលិតផលក្នុងស្រុកមានដាក់លក់នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍
<ul style="list-style-type: none"> - ពិនិត្យ ណែនាំ និងអនុវត្តពិន័យអន្តរការណ៍ចំពោះហាងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ដែលលក់ផលិតផលក្លែងក្លាយ ដែលដាក់ការផលិតនៅកម្ពុជា 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍វឌ្ឍនភាពត្រួតពិនិត្យលើអាជីវកម្មលក់ផលិតផលក្លែងក្លាយ
<ul style="list-style-type: none"> - ជំរុញសិប្បកម្មផលិតវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ក្នុងស្រុកបម្រើឱ្យភ្ញៀវទេសចរ ក្នុងនោះលើកកម្ពស់ Artisans Angkor និងពង្រឹងការគ្រប់គ្រងហាងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ អមជាមួយការបង្កើតម៉ាកសញ្ញា សម្រាប់ទទួលស្គាល់ហាងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍នៅខេត្តសៀមរាប។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនសិប្បកម្មផលិតវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ក្នុងស្រុក - Artisans Angkor ត្រូវបានពង្រឹង - ផលិតផលត្រូវបានបិទស្លាកសញ្ញាទុកចិត្ត ឬការទទួលស្គាល់ពីក្រសួង ឬ ស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ច
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំខ្សែក្រវាត់បៃតង (Green Belt) ក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ដើម្បីជំរុញការផ្គត់ផ្គង់កសិផលក្នុងស្រុក ដូចជា បន្លែ ផ្លែឈើ សាច់ និងផ្កា ដល់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប តាមរយៈ ការរៀបចំវេទិកាផ្លូវផ្តងអាជីវកម្ម ឬជំនួបរវាងអ្នកលក់ និងអ្នកទិញ ការលើកកម្ពស់ផលិតផលកសិកម្ម ដែលមានតម្លៃបន្ថែមខ្ពស់ និងការអភិវឌ្ឍចង្កោមផលិតផលតាមមូលដ្ឋានក្រោមគម្រោងជំរុញទីផ្សារសម្រាប់កសិកម្មខ្នាតតូច (AIMS) និងគម្រោងអភិវឌ្ឍន៍ខ្សែក្រវាត់តម្លៃនៅក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប។ 	<ul style="list-style-type: none"> - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដល់ប្រជាពលរដ្ឋពីការដាំបន្លែ ផ្លែឈើ ផ្កា និងការចិញ្ចឹមសត្វ - ចងក្រងសហគមន៍ផ្គត់ផ្គង់បន្លែ ផ្លែឈើ ផ្កា និងសាច់ ដល់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ - ចំនួនមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក - វេទិកាផ្តងអាជីវកម្ម ឬជំនួបរវាងអ្នកលក់ និងអ្នកទិញ ត្រូវបានរៀបចំឡើង
<p>វិធានការទី១០ - បង្កើនសហចាមភាពរវាងតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ និងតំបន់ទេសចរណ៍អាទិភាពផ្សេងទៀតក្នុងខេត្តសៀមរាប</p>	



<p>▪ រៀបចំផែនទីទេសចរណ៍សម្រាប់ខេត្តសៀមរាប និងតាមគោលដៅអាទិភាព ដោយបង្ហាញពីខ្សែទស្សនាចរណ៍ ព័ត៌មានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ និងមានភាពទាក់ទាញសម្រាប់ទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ដោយរៀបចំជាច្រើនភាសា និងច្រើនជម្រើស ទាំងទម្រង់ជាឯកសារ បោះពុម្ព និងទម្រង់ឌីជីថល នូវ៖</p>	
<p>- “ផ្លូវទស្សនាចរណ៍ទៅកាន់ទេសចរណ៍វប្បធម៌ បេតិកភណ្ឌ សាសនា និងជំនឿ” សំដៅដល់ ១)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍បេតិកភណ្ឌពិភពលោក ២)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍បេតិកភណ្ឌប្រាសាទ និងតំបន់ធម្មជាតិដ៏ពិសិដ្ឋនៃឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន ដែលមានសកម្មភាពផ្សារភ្ជាប់ជាមួយវត្តអារាមនានា និង/ឬព្រឹត្តិការណ៍សាសនា ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីសក្តានុពលនៃទេសចរណ៍សាសនា និងជំនឿ ៣)-ផ្លូវទស្សនាចរណ៍សិក្សាស្វែងយល់ និងស្រាវជ្រាវ ដោយផ្សារភ្ជាប់ជាមួយសកម្មភាពទស្សនាតាមទីកន្លែងស្រាវជ្រាវ សារៈមន្ទីរអរិយធម៌ និងសារៈមន្ទីរជាច្រើនផ្សេងទៀតក្នុងខេត្តសៀមរាប ដើម្បីពន្យល់អំពីអច្ឆរិយភាពរបស់អង្គរ និងអាចឱ្យភ្ញៀវស្វែងយល់ពីវប្បធម៌ អរិយធម៌ខ្មែរ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ជំនឿ និងសាសនា និង ៤)-ផ្លូវទស្សនាចរណ៍ផ្សារភ្ជាប់នឹងឧស្សាហកម្មច្នៃប្រឌិត ដែលផ្សារភ្ជាប់នូវសកម្មភាពទេសចរណ៍នៅនឹងកន្លែង នៃសិប្បកម្ម ការផលិតវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ការទស្សនាក្បាច់គុណល្អក្តៅដែលមានអាយុកាលយូរលង់ណាស់មកហើយ ការរៀបចំម្ហូបអាហារខ្មែរ និងចំណីអាហារពិសេសប្រចាំតំបន់ ជាដើម។</p>	<p>- ផែនទីផ្លូវទស្សនាចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំ - កញ្ចប់ខ្សែទស្សនាចរណ៍វប្បធម៌ បេតិកភណ្ឌ សាសនា និងជំនឿ ត្រូវបានរៀបចំ</p>
<p>- “ផ្លូវទស្សនាចរណ៍ទៅកាន់ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ អេកូទេសចរណ៍ ” សំដៅដល់ ១)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ និងអេកូទេសចរណ៍នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដូចជាការទស្សនាភូមិទេសាទ ភូមិបណ្តែតទឹក ដំណើរកម្សាន្តបែបឡើងភ្នំ និងដើរព្រៃ ការជិះទូកកម្សាន្តនៅកំពង់ភ្នំ ល្អនសត្វស្លាប និងសកម្មភាពកម្សាន្តជាច្រើនផ្សេងទៀត និង ២)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍ផ្សារភ្ជាប់នឹងសកម្មភាពកម្សាន្តដែលគិតគូរអំពីបរិស្ថានខ្ពស់ ដូចជាការចូលរួមដាំដើមឈើក្នុងសួនទេសចរណ៍ ឬទីតាំងនានាដែលមានការរៀបចំ</p>	<p>- ផែនទីផ្លូវទស្សនាចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំ - កញ្ចប់ខ្សែទស្សនាចរណ៍ធម្មជាតិ អេកូទេសចរណ៍ ត្រូវបានរៀបចំ</p>



Handwritten signature in blue ink.

<p>សម្រាប់ជាការចងចាំដ៏ល្អមួយដល់ភ្ញៀវទេសចរ និងការទស្សនា និងកម្សាន្តនៅក្នុងទីតាំង ឬតំបន់ទេសចរណ៍គ្មានការប្រើប្រាស់ផ្លាស្ទិក ជាដើម។</p>	
<p>- “ផ្លូវទស្សនាចរណ៍នៅកាន់ទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍” សំដៅដល់ ១)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍នៅតំបន់បឹងទន្លេសាបដែលពោរពេញដោយសត្វត្រីគ្រប់ប្រភេទ និង/ឬការទស្សនាសកម្មភាពនេសាទ របៀបរស់នៅប្រចាំថ្ងៃរបស់ប្រជាជនខ្មែរបែបសហគមន៍ទេសចរណ៍ ដែលគួរជាទីចាប់អារម្មណ៍ ប្រកបដោយទេសភាពធម្មជាតិដ៏ស្រស់ត្រកាល អាកាសធាតុ ខ្យល់បរិសុទ្ធ ភាពសម្បូរបែបនៃជីវៈចម្រុះ ដែលអនុញ្ញាតឱ្យភ្ញៀវទេសចរបានស្គាល់អំពីសក្តានុពលនៃភាពជាខ្មែរ និង ២)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍នៅតំបន់បន្ទាយស្រី ដែលផ្សារភ្ជាប់គ្នារវាងប្រាសាទ និងសកម្មភាពទស្សនាទេសភាពកសិកម្មក្នុងតំបន់នោះ ជាអាទិ៍ ការជិះរទេះគោទស្សនាព្រឹត្តិការណ៍ប្រមូលផលកសិកម្មការទស្សនាការផលិតស្ករត្នោត និងតម្រាញផ្លែនៃស្រុកបន្ទាយស្រី ដំណាំស្រែចម្ការកសិដ្ឋានចិញ្ចឹមត្រីធម្មជាតិ ផ្ទះស្នាក់ស្រុកបន្ទាយស្រី អមដោយការភ្ជក់ម្ហូបអាហារខ្មែរ។ល។</p>	<p>- ផែនទីផ្លូវទស្សនាចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំ - កញ្ចប់ខ្សែទស្សនាទេសចរណ៍ជនបទ និងកសិ-ទេសចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំ</p>
<p>- “ផ្លូវទស្សនាចរណ៍ទេសភាពទីក្រុងបេតិកភណ្ឌប្រវត្តិសាស្ត្រ និងភាពវិករាយ” សំដៅដល់ ១)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍បេតិកភណ្ឌទីក្រុងប្រវត្តិសាស្ត្ររបស់ខេត្តសៀមរាប ដែលមានអគារបុរាណ និងដើមឈើចាស់ៗជាច្រើនដែលត្រូវបានអភិរក្ស ការទស្សនាសំណង់ស្ថាបត្យកម្មក្នុងវត្តអារាម និងសំណង់ក្នុងសម័យអាណានិគម ព្រះបរមរាជវាំងនិងសារៈមន្ទីរនានា ជាពិសេសការទស្សនា និងកម្សាន្តតាមដងស្ទឹងសៀមរាប ដែលជាស្ទឹងប្រវត្តិសាស្ត្រមួយដ៏សំខាន់សម្រាប់ខេត្តសៀមរាប ២)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍ទេសចរណ៍បែបលម្អៃកាយ ដែលជាការដើរផ្សារទិញទំនិញ វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ភាពប្រណិតនៃសេវាកម្មទេសចរណ៍ សេវាកម្មកម្សាន្តមនុស្សពេញវ័យ និងភោជនីយដ្ឋានទេសចរណ៍ដែលមានគុណភាព និងបម្រើឱ្យគ្រប់ជាតិសាសន៍ ៣)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍ទេសចរណ៍ម៉ាយ (MICE) រួមមានព្រឹត្តិការណ៍សន្និសីទ កិច្ចប្រជុំនានា សិក្ខាសាលា</p>	<p>- ផែនទីផ្លូវទស្សនាចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំ - កញ្ចប់ខ្សែទស្សនាទេសភាពទីក្រុងបេតិកភណ្ឌប្រវត្តិសាស្ត្រ និងភាពវិករាយត្រូវបានរៀបចំ</p>



Handwritten signature in blue ink.

<p>ឬវេទិកា កម្រិតថ្នាក់ជាតិ តំបន់ និងអន្តរជាតិ អមជាមួយការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទាក់ទាញ ដូចជា ព្រឹត្តិការណ៍អង្គរសង្គ្រាម ពិព័រណ៍ មហោស្រពវប្បធម៌អន្តរជាតិ និងប្រគុំតន្ត្រី ធំៗ ដែលមានបញ្ចូលលក្ខណៈសិល្បៈ និងតន្ត្រីខ្មែរ ជាដើម។</p>	
<p>- “ផ្លូវទស្សនាចរណ៍ទៅកាន់ទេសចរណ៍វ័យចំណាស់ ទេសចរណ៍សុខភាព និងទេសចរណ៍ ផ្ទះទី២” សំដៅដល់ ១)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍សម្រាប់ទេសចរណ៍វ័យចំណាស់ និងទេសចរណ៍ សុខភាពដែលផ្សារភ្ជាប់នឹងសកម្មភាពកម្សាន្ត និងលម្អៃកាយ ដូចជា ការសម្រាកលំហែ កាយនៅផ្ទះស្នាក់ធម្មជាតិ ការទទួលនូវសេវាកម្មស្បៀង និងម៉ាស្សាស្របតាមស្តង់ដារជាតិ និងអាស៊ាន ការធ្វើសមាធិនៅទីតាំងសមរម្យ ការបរិភោគម្ហូបអាហារដែលគ្មានជាតិគីមី ការទិញទំនិញសុខភាព និងសកម្មភាពកម្សាន្តផ្សេងៗទៀត ២)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍ ទេសចរណ៍សុខភាព ជាអាទិ៍ ការពិនិត្យសុខភាពនៅមន្ទីរពេទ្យវេជ្ជសាស្ត្រ ឬគ្លីនិក ការទិញ ផលិតផលថែរក្សាសម្រស់ សេវាកម្មទន្តសាស្ត្រ ជាដើម និង ៣)-ខ្សែទស្សនាចរណ៍បែប កីឡាដោយផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងការទស្សនាព្រឹត្តិការណ៍កីឡាជាតិ និងអន្តរជាតិធំៗ អម ជាមួយការរៀបចំសកម្មភាពកីឡាទេសចរណ៍នៅក្នុងខេត្តសៀមរាប ដូចជា ជិះកង់កម្សាន្ត គយគន់ទេសភាព រត់ប្រណាំងម៉ារ៉ាតុង (កម្រិតស្រាល) វាយកូនគោល ជាដើម ដើម្បី សុខភាព។</p>	<p>- ផែនទីផ្លូវទស្សនាចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំ - កញ្ចប់ខ្សែទស្សនាចរណ៍ទេសចរណ៍វ័យចំណាស់ ទេសចរណ៍សុខភាព និងទេសចរណ៍ ផ្ទះទី២ ត្រូវបានរៀបចំ</p>
<p>▪ សហការជាមួយការីទេសចរណ៍ក្នុងការបញ្ចូលកញ្ចប់ទស្សនាចរណ៍ដោយមានតម្លៃសមរម្យ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ ដែលមកទស្សនាខេត្តសៀមរាបនូវផ្លូវទស្សនាចរណ៍ខាងលើ</p>	<p>- ចំនួន និងឈ្មោះការីទេសចរណ៍ត្រូវបានសហការជាមួយ - កញ្ចប់ខ្សែទស្សនាចរណ៍ត្រូវបានលក់ និងផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលំទូលាយ</p>
<p>▪ រៀបចំប្រព័ន្ធទេសចរណ៍ធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង (Self-driving tourists and FIT) សម្រាប់ទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប។</p>	<p>- ប្រព័ន្ធទេសចរណ៍ដោយខ្លួនឯង (Self-Drive) ត្រូវបានបង្កើតឡើង - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធទេសចរណ៍ដោយខ្លួនឯង (Self-Drive)</p>
<p>វិធានការទី១១ - បង្កើនសហចាមភាពរវាងខេត្តសៀមរាប និងគោលដៅអាទិភាពរបស់កម្ពុជា</p>	



<ul style="list-style-type: none"> ▪ បង្កើនសហច្នៃភាពផ្នែកទេសចរណ៍រវាងរាជធានីភ្នំពេញ - ខេត្តសៀមរាប 	
<ul style="list-style-type: none"> - ជំរុញការភ្ជាប់ជើងហោះហើរ (Flight) ឱ្យមានតម្លៃសមរម្យ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនជើងហោះហើរតភ្ជាប់រវាងរាជធានីភ្នំពេញ - ខេត្តសៀមរាប - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរធ្វើដំណើររវាងរាជធានីភ្នំពេញ - ខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំថយន្តទេសចរណ៍ (bus) ដែលធានាសុវត្ថិភាព និងគុណភាព 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនថយន្តទេសចរណ៍សម្រាប់ធ្វើដំណើររវាងរាជធានីភ្នំពេញ - ខេត្តសៀមរាប - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរធ្វើដំណើរតាមថយន្ត
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំសៀគ្វីទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌផ្សារភ្ជាប់នឹងទេសចរណ៍ទីក្រុង។ 	<ul style="list-style-type: none"> - សកម្មភាពកម្សាន្តនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗត្រូវបានរៀបចំ - សៀគ្វីទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌផ្សារភ្ជាប់នឹងទេសចរណ៍ទីក្រុង ត្រូវបានរៀបចំ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ បង្កើនសហច្នៃភាពផ្នែកទេសចរណ៍រវាងខេត្តព្រះសីហនុ- ខេត្តសៀមរាប 	
<ul style="list-style-type: none"> - ជំរុញការភ្ជាប់ជើងហោះហើរ (Flight) ឱ្យមានតម្លៃសមរម្យ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនជើងហោះហើរតភ្ជាប់រវាងខេត្តព្រះសីហនុ- សៀមរាប - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរធ្វើដំណើររវាងខេត្តព្រះសីហនុ- សៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំថយន្តទេសចរណ៍ (bus) ដែលធានាសុវត្ថិភាព និងគុណភាព 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនថយន្តទេសចរណ៍សម្រាប់ធ្វើដំណើររវាងខេត្តព្រះសីហនុ- សៀមរាប - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរធ្វើដំណើរតាមថយន្ត
<ul style="list-style-type: none"> - រៀបចំសៀគ្វីទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌផ្សារភ្ជាប់នឹងទេសចរណ៍សមុទ្រ 	<ul style="list-style-type: none"> - សកម្មភាពកម្សាន្តនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗត្រូវបានរៀបចំ - សៀគ្វីទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌផ្សារភ្ជាប់នឹងទេសចរណ៍សមុទ្រ ត្រូវបានរៀបចំ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ បង្កើនសហច្នៃភាពផ្នែកទេសចរណ៍រវាងខេត្តសៀមរាប និងតំបន់ជុំវិញ 	
<ul style="list-style-type: none"> - បង្កើតសៀគ្វីទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌទេសចរណ៍ពិភពលោក (ព្រះវិហារ- សៀមរាប- កំពង់ធំ) 	<ul style="list-style-type: none"> - សកម្មភាពកម្សាន្តនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗត្រូវបានរៀបចំ - សៀគ្វីទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌទេសចរណ៍ពិភពលោក (ព្រះវិហារ- សៀមរាប- កំពង់ធំ) ត្រូវបានរៀបចំ
<ul style="list-style-type: none"> - បង្កើតសៀគ្វីទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបភ្ជាប់បណ្តាខេត្តជុំវិញ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - សកម្មភាពកម្សាន្តនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗត្រូវបានរៀបចំ - សៀគ្វីទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបភ្ជាប់បណ្តាខេត្តជុំវិញត្រូវបានរៀបចំ



<ul style="list-style-type: none"> ▪ បង្កើតបណ្ណសុទ្ធាសៀមរាប (Siem Reap Pass) ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - បណ្ណសុទ្ធាសៀមរាប (Siem Reap Pass) ត្រូវបានបង្កើត និងដាក់ឱ្យដំណើរការ - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរដែលចូលរួមប្រើប្រាស់បណ្ណនេះ
<p>វិធានការទី១២ - ពង្រឹងសេវាកម្ម និងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ស្របតាមតម្រូវការភ្ញៀវទេសចរគ្រប់ប្រភេទ</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ សិក្សាធ្វើទំនើបកម្ម និងឌីជីថលបន្ថែមកម្មគោលដៅទេសចរណ៍ និងអាជីវកម្មទេសចរណ៍ 	
<ul style="list-style-type: none"> - កែលម្អបទពិសោធន៍ទេសចរណ៍ និងជំរុញការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា នៅក្នុងការគ្រប់គ្រងគោលដៅទេសចរណ៍ កំរូអាជីវកម្មទេសចរណ៍ និងអាជីវកម្មក្នុងវិស័យគាំទ្រដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញរបស់ផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - បញ្ជ្រាបការយល់ដឹង ឬបណ្តុះបណ្តាលអក្ខរកម្មឌីជីថល និងជំនាញឌីជីថលចាំបាច់ដល់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប - ចំនួននៃការប្រើប្រាស់ថ្នាលឌីជីថល និងបច្ចេកវិទ្យាធានានៅតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ នៅខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - បង្កើនការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធទូទាត់ប្រាក់ជាឌីជីថលឱ្យបានទូលំទូលាយ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនអាជីវកម្មទេសចរណ៍ទទួលបានការទូទាត់តាមគណនីធនាគារ និងការទូទាត់តាម KHQR Code - ចំនួនប្រតិបត្តិការ និងទំហំទូទាត់ប្រាក់ជាឌីជីថល
<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងសមត្ថភាពមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងការផ្តល់សេវាកម្មប្រកដោយភាពកក់ក្តៅនិងវិជ្ជាជីវៈ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដល់មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍
<ul style="list-style-type: none"> ▪ កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍មូលធនមនុស្សដើម្បីភាពធន់និងចីរភាព 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការអភិវឌ្ឍមូលធនមនុស្ស - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដល់ម្ចាស់អាជីវកម្ម និងបុគ្គលិក អំពីការបម្រើសេវាកម្មជូនភ្ញៀវទេសចរ - ចំនួនអ្នកចូលរួម
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ពង្រឹងភាពធន់នៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប តាមរយៈ បន្តការលើកទឹកចិត្តពន្ធដារចំពោះសហគ្រាសក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប និងវិធានការ 	<ul style="list-style-type: none"> - ដាក់ចេញវិធានការអន្តរាគមន៍ផ្នែកពន្ធដារ - ចំនួនអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលទទួលផល



<p>អន្តរាគមន៍ផ្នែកពន្ធដារនានា ដាក់ចេញដោយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ សម្រាប់ឆ្នាំ ២០២៥។</p>	
<p>វិធានការទី១៣ - កាត់បន្ថយគម្លាតនៃដំណើរកម្សាន្តទេសចរណ៍រវាងរដូវភ្ញៀវតិច / រដូវកាលបែតង (Green Season) និងរដូវភ្ញៀវច្រើន</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ជំរុញការទាក់ទាញទីផ្សារទេសចរណ៍ដែលច្រើនមកទស្សនាខេត្តសៀមរាបនៅរដូវកាលភ្ញៀវតិច / រដូវកាលបែតង ជាអាទិ៍៖ ទីផ្សារក្នុងតំបន់ ទីផ្សារអារ៉ាប់... 	<ul style="list-style-type: none"> - សកម្មភាពក្នុងការទាក់ទាញទីផ្សារទេសចរណ៍មកទស្សនាខេត្តសៀមរាប នៅរដូវកាលភ្ញៀវតិច / រដូវកាលបែតង - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរដែលមកទស្សនាខេត្តសៀមរាប នៅរដូវកាលភ្ញៀវតិច / រដូវកាលបែតង
<ul style="list-style-type: none"> កំណត់ព្រឹត្តិការណ៍សំខាន់ៗប្រចាំឆ្នាំរបស់ខេត្តសៀមរាប និងទាក់ទាញការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍អន្តរជាតិ និងព្រឹត្តិការណ៍ថ្នាក់ជាតិ ព្រមទាំងព្រឹត្តិការណ៍នៅតាមមូលដ្ឋានក្រុងស្រុក ឃុំ/សង្កាត់ ឱ្យមានក្នុងអំឡុងពេលរដូវកាលភ្ញៀវតិច/រដូវកាលបែតង 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ និងពិធីបុណ្យ - ព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ ពិធីបុណ្យទាន កម្មវិធីប្រពៃណី ពិធីបុណ្យសាសនា ព្រឹត្តិការណ៍កីឡា និងព្រឹត្តិការណ៍សំខាន់ៗ ត្រូវបានរៀបចំក្នុងអំឡុងពេលរដូវកាលភ្ញៀវតិច/រដូវកាលបែតង - ចំនួនភ្ញៀវចូលរួម
<ul style="list-style-type: none"> ដាក់ចេញយុទ្ធនាការបញ្ចុះថ្លៃលើគ្រប់សេវាទាំងអស់នៅរដូវកាលភ្ញៀវតិច ដូចជាបញ្ចុះថ្លៃលើសេវាកម្មដឹកជញ្ជូន មត្តុទ្ទេសក៍ សំបុត្រចូលទស្សនា សេវាស្នាក់នៅ និងសេវាកម្សាន្តផ្សេងៗ ដោយផ្អែករដ្ឋ និងឯកជនសហការបញ្ចុះថ្លៃព្រមគ្នាតែម្តង តាមរយៈការរៀបចំ “កិច្ចសន្យាគោលដៅ” អនុវត្តយុទ្ធនាការ “ចុះថ្លៃ” នៅរដូវកាលភ្ញៀវតិច/រដូវកាលបែតង 	<ul style="list-style-type: none"> - យុទ្ធនាការ “ចុះថ្លៃ” នៅរដូវកាលភ្ញៀវតិច/រដូវកាលបែតង ត្រូវបានរៀបចំ - ចំនួនប្រតិបត្តិករចូលរួម - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរ
<ul style="list-style-type: none"> សិក្សាផ្តល់ការលើកលែងកម្រៃទិដ្ឋាការទេសចរណ៍នៅក្នុងអំឡុងពេលរដូវកាលភ្ញៀវតិច/រដូវកាលបែតង។ 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍សិក្សា



វិធានការលេខ១៤ - ដំណើរការប្រតិបត្តិការប្រកបដោយការចងចាំ

វិធានការទី១៤ - បង្កើនការចងចាំ ដោយផ្តល់បទពិសោធន៍ដល់ភ្ញៀវទេសចរ

<ul style="list-style-type: none"> - ដាក់ចេញយុទ្ធនាការ “អង្គរ : គ្មានប្លាស្ទិក”, “ត្រូវលែន : គ្មានប្លាស្ទិក”, “ ទន្លេសាប : គ្មានប្លាស្ទិក ” ត្រឹមឆ្នាំ២០៣០ សម្រាប់គោលដៅទេសចរណ៍សៀមរាប-អង្គរ 	<ul style="list-style-type: none"> - យុទ្ធនាការ “អង្គរ : គ្មានប្លាស្ទិក”, “ត្រូវលែន : គ្មានប្លាស្ទិក”, “ទន្លេសាប : គ្មានប្លាស្ទិក” ត្រឹមឆ្នាំ២០៣០ ត្រូវបានដាក់ឱ្យអនុវត្ត
<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងចលនាប្រឡងប្រណាំង “ទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត សេវាល្អ បដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ” និង ជំរុញបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អនៅតាមគ្រប់គោលដៅ និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ 	
<ul style="list-style-type: none"> - បង្កើនគុណភាពបដិសណ្ឋារកិច្ច ផ្តល់ដោយមន្ត្រីអន្តោប្រវេសន៍ 	<ul style="list-style-type: none"> - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលអំពីបដិសណ្ឋារកិច្ចសម្រាប់មន្ត្រីអន្តោប្រវេសន៍ - តាមដាន និងត្រួតពិនិត្យការអនុវត្តរបស់មន្ត្រីអន្តោប្រវេសន៍ - របាយការណ៍វឌ្ឍនភាពការងារ
<ul style="list-style-type: none"> - បង្កើនគុណភាពបដិសណ្ឋារកិច្ច និងផ្តល់ភាពជឿជាក់ដល់ភ្ញៀវទេសចរ ដោយអ្នកបើកបរ និងសេវាដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ អ្នកបើកកាណូតនៅបឹងទន្លេសាប មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យសំបុត្រចូលទស្សនាតាមប្រាសាទ អ្នកបម្រើសេវាកម្មនៅគ្រប់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ 	<ul style="list-style-type: none"> - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលអំពីបដិសណ្ឋារកិច្ច ដល់អ្នកបើកបរ និងសេវាដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ អ្នកបើកកាណូត មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យសំបុត្រចូលទស្សនាតាមប្រាសាទ និងអ្នកបម្រើសេវាកម្មនៅគ្រប់មូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ - ភាពពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរ
<ul style="list-style-type: none"> - លើកទឹកចិត្តឱ្យមានជម្រើសមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនច្រើនសម្រាប់ទេសចរ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួនមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍មានច្រើនជម្រើសជាងមុន
<ul style="list-style-type: none"> - ពង្រឹងគុណភាព អនាម័យ និងការផ្តល់សេវាកម្មល្អ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចល្អ។ 	<ul style="list-style-type: none"> - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដល់ម្ចាស់អាជីវកម្ម និងអ្នកបម្រើសេវាកម្ម - គុណភាព អនាម័យ និងការផ្តល់សេវាកម្មមានភាពល្អប្រសើរ

វិធានការទី១៥. ពង្រឹងសន្តិសុខនិងសណ្តាប់ធ្នាប់



<ul style="list-style-type: none"> ▪ ពង្រឹងសន្តិសុខ សុវត្ថិភាព និងភាពកក់ក្តៅដល់ភ្ញៀវទេសចរនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ ក្នុងនោះត្រូវបង្កើតប្រព័ន្ធទូរសព្ទទំនាក់ទំនង Hotline ការពង្រឹងសមត្ថភាពសង្គ្រោះ ការបំបាត់ការមេរ៉ាសុវត្ថិភាពនៅទីតាំងសំខាន់ៗ 	<ul style="list-style-type: none"> - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដល់នគរបាលទេសចរណ៍ ត្រូវបានរៀបចំ - ចំនួននគរបាលទេសចរណ៍ប្រចាំការនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ - ប្រព័ន្ធទូរសព្ទទំនាក់ទំនង Hotline ត្រូវបានរៀបចំ - ការមេរ៉ាសុវត្ថិភាពត្រូវបានបំបាត់ - ចំនួនបទល្មើសនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ និងការដោះស្រាយ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ពង្រឹងសណ្តាប់ធ្នាប់ក្នុងក្រុងសៀមរាប ពិសេសពង្រឹងការគ្រប់គ្រងមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន ទេសចរណ៍គ្រប់ប្រភេទនៅខេត្តសៀមរាប។ 	<ul style="list-style-type: none"> - វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដល់អ្នកបើកតាក់ស៊ីជូនភ្ញៀវទេសចរ - សណ្តាប់ធ្នាប់ក្នុងក្រុងសៀមរាបមានភាពល្អប្រសើរ
<p>វិធានការទី១៦. បង្កើនការទទួលខុសត្រូវរបស់ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ បន្តពង្រឹងការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ និងបទបញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធនានា ដើម្បីពង្រឹងអនុលោមភាព និងគុណភាពឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប ជាអាទិ៍ ការលុបបំបាត់កញ្ចប់ទេសចរណ៍ “ថ្លៃសូន្យ” (Zero-Cost Tour) ការឆបោកភ្ញៀវទេសចរ បទល្មើស និងឧក្រិដ្ឋកម្មនានា ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ 	<ul style="list-style-type: none"> - ការចុះត្រួតពិនិត្យផ្ទាល់ តាមគោលដៅទេសចរណ៍ - កម្មវិធីសិក្ខាសាលាផ្សព្វផ្សាយ ការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ និងបទបញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធនានា - ការលុបបំបាត់កញ្ចប់ទេសចរណ៍ “ថ្លៃសូន្យ” (Zero-Cost Tour) នៅខេត្តសៀមរាប - ចំនួនពាក្យបណ្តឹង ការតវ៉ា ពីភ្ញៀវទេសចរលើការឆបោក បទល្មើស និងឧក្រិដ្ឋកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ត្រូវបានថយចុះ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ពង្រឹងគុណភាពផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍នៅខេត្តសៀមរាប តាមរយៈការប្រឡងប្រណាំងអាជីវកម្មឆ្នើម ដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធចំណាត់ថ្នាក់ និងស្តង់ដារគុណភាពទេសចរណ៍ដាក់ចេញដោយថ្នាក់ជាតិនិងអាស៊ាន 	<ul style="list-style-type: none"> - កម្មវិធីប្រឡងប្រណាំងអាជីវកម្មទេសចរណ៍ឆ្នើមត្រូវបានរៀបចំ - ចំនួនមូលដ្ឋានអាជីវកម្មទេសចរណ៍ដែលបានចូលរួមអនុវត្តប្រព័ន្ធចំណាត់ថ្នាក់ និងស្តង់ដារគុណភាពទេសចរណ៍ ទាំងថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់អាស៊ាន



Handwritten signature in blue ink.

	- ការត្រួតពិនិត្យគុណភាពផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ត្រូវបានរៀបចំគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ និងជាទៀងទាត់
▪ រៀបចំនិងជំរុញការអនុវត្តក្រមសីលធម៌ និងក្រមប្រតិបត្តិវិជ្ជាជីវៈ សម្រាប់សេវាកម្មទេសចរណ៍	- ក្រមសីលធម៌ និងក្រមប្រតិបត្តិវិជ្ជាជីវៈ សម្រាប់សេវាកម្មទេសចរណ៍ ត្រូវបានរៀបចំ និងដាក់ឱ្យអនុវត្ត - ចំនួនប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ដែលបានអនុវត្តក្រមសីលធម៌ និងក្រមប្រតិបត្តិវិជ្ជាជីវៈ - ការត្រួតពិនិត្យការអនុវត្តក្រមសីលធម៌ និងក្រមប្រតិបត្តិវិជ្ជាជីវៈត្រូវបានរៀបចំគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ និងជាទៀងទាត់
▪ ពង្រឹងការគ្រប់គ្រងសេវាកម្មម្រៃជើងសារ (Commission) និងសេវាកម្មប្រៃបន្ថែម (Service Charge) នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។	- របាយការណ៍វឌ្ឍនភាពនៃការគ្រប់គ្រងសេវាកម្មម្រៃជើងសារ (Commission) និងសេវាកម្មប្រៃបន្ថែម (Service Charge) នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

វិធានការទី១៧. អង្កេតស្តីពីភាពពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរ

▪ រៀបចំអង្កេត និងសិក្សាវាយតម្លៃពីភាពពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ នៅតាមគោលដៅអាទិភាព ដើម្បីបានជាមូលដ្ឋានក្នុងការដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រទាក់ទាញបង្កើនគុណភាពបដិសណ្ឋារកិច្ច និងការរៀបចំសម្បទាសមស្រប សំដៅទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរមកម្តងទៀត	- ការរៀបចំកម្រងសំណួរស្តង់ដារ និងវិធីសាស្ត្រអង្កេត - ការចុះប្រមូលទិន្នន័យ - របាយការណ៍លទ្ធផលវាយតម្លៃពីភាពពេញចិត្ត និងការយល់ឃើញរបស់ភ្ញៀវទេសចរ
▪ រៀបចំការវាយតម្លៃអំពីប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តគម្រោងសំខាន់ៗ ពាក់ព័ន្ធនឹងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាបតាមការចាំបាច់។	- របាយការណ៍វឌ្ឍនភាពនៃការអនុវត្តគម្រោង

ចម្លោងទី២. នាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក^៥ មកទស្សនាខេត្តសៀមរាប

^៥ ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក សំដៅដល់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកដែលស្នាក់នៅកម្ពុជា។



វិធានការគន្លឹះទី៦. បង្កើនភាពទាក់ទាញសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិមកទស្សនាខេត្តសៀមរាប

វិធានការទី១៨. រៀបចំ និងសម្រួលឱ្យមានការធ្វើចលនាទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងទៅកាន់ខេត្តសៀមរាបឱ្យបានកាន់តែច្រើន

<ul style="list-style-type: none"> ▪ សហការជាមួយការីទេសចរណ៍ និងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក រៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចក្នុងស្រុក ដែលមានថ្លៃសមរម្យ ប្លែកៗ ចម្រុះ និងប្រកបដោយគុណភាព សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក 	<ul style="list-style-type: none"> - ការីទេសចរណ៍ និងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកត្រូវបានសហការ - កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចក្នុងស្រុកត្រូវបានដាក់លក់ និងផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលំទូលាយ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ បង្កើនសកម្មភាពកម្សាន្តសម្រាប់ទេសចរជាលក្ខណៈគ្រួសារ ដែលអាចបំពេញតម្រូវការបានទាំងឪពុក ម្តាយ កូន និងក្មេងតូចៗ ព្រោះថាភ្ញៀវទេសចរប្រភេទនេះយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ចំពោះភាពរីករាយរបស់សមាជិកគ្រួសារទាំងមូលក្នុងកំឡុងពេលដំណើរកម្សាន្ត 	<ul style="list-style-type: none"> - ទីតាំងសកម្មភាពកម្សាន្តសម្រាប់ទេសចរជាលក្ខណៈគ្រួសារ ត្រូវបានរៀបចំ - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកដែលបានទៅកម្សាន្ត
<ul style="list-style-type: none"> ▪ បញ្ជូលកម្មវិធីទស្សនកិច្ចសិក្សាសម្រាប់សិស្ស- និស្សិត និងគ្រូបង្រៀននៅតាមគ្រឹះស្ថានបណ្តុះបណ្តាលនានាទៅតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ ខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការរៀបចំកម្មវិធីទស្សនកិច្ចសិក្សា - ចំនួនសិស្ស- និស្សិត និងគ្រូបង្រៀនបានមកទស្សនកិច្ចសិក្សានៅខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> ▪ បញ្ជូលកម្មវិធីទស្សនកិច្ចសម្រាប់មន្ត្រីរាជការរបស់ក្រសួង-ស្ថាប័ន រដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិទៅតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ ខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការរៀបចំកម្មវិធីទស្សនកិច្ច - ចំនួនមន្ត្រីរាជការរបស់ក្រសួង-ស្ថាប័ន រដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ មកតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ ខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> ▪ បញ្ជូលកម្មវិធីទស្សនកិច្ចសម្រាប់បុគ្គលិកក្នុងវិស័យឯកជន ទៅតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ ខេត្តសៀមរាប 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការរៀបចំកម្មវិធីទស្សនកិច្ច - ចំនួនបុគ្គលិកក្នុងវិស័យឯកជន មកតំបន់បេតិកភណ្ឌអង្គរ ខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> ▪ រៀបចំ និងជំរុញការប្រើប្រាស់ “បណ្ណដំណើរកម្សាន្ត” ដែលមានថ្លៃសមរម្យ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ ពិសេសសម្រាប់មន្ត្រីរាជការ កងកម្លាំងសមត្ថកិច្ច គ្រូបង្រៀន កម្មករ-កម្មការិនី 	<ul style="list-style-type: none"> - ការដាក់ឱ្យអនុវត្ត “បណ្ណដំណើរកម្សាន្ត” ដែលមានថ្លៃសមរម្យ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ - ចំនួនការចូលរួមប្រើប្រាស់បណ្ណនេះ



<ul style="list-style-type: none"> ▪ បន្តពិនិត្យលើការបន្តបន្ថយកម្រៃសម្រាប់សេវាកម្មទេសចរណ៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗក្នុងខេត្តសៀមរាបឱ្យមានតម្លៃសមរម្យសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ (ឧទា. តម្លៃជិះទូកនៅចុងឃ្លៀស៍...) 	<ul style="list-style-type: none"> - សេចក្តីជូនដំណឹងស្តីពីការបញ្ចុះតម្លៃទូកសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ - ចំនួនភ្ញៀវទេសចរជាតិនៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗក្នុងខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> ▪ បន្តជំរុញគម្រោងសាងសង់ផ្លូវល្បឿនលឿនពីរាជធានីភ្នំពេញ-ខេត្តសៀមរាប។ 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍វឌ្ឍនភាព
<p>វិធានការទី១៩. ដាក់ចេញយុទ្ធសាស្ត្រលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងជាសាធារណៈ</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ពង្រឹងយុទ្ធនាការ “ទស្សនាស្រុកយើង” ក្រោមស្មារតី “ស្រលាញ់ជាតិ ត្រូវស្គាល់ទឹកដី” និង “ទេសចរណ៍ផ្សារភ្ជាប់ទឹកដី និងធម្មជាតិ” 	<ul style="list-style-type: none"> - របាយការណ៍វឌ្ឍនភាពនៃការអនុវត្តយុទ្ធនាការ “ទស្សនាស្រុកយើង” - ចំនួនអ្នកចូលរួមថតផ្សព្វផ្សាយពីគោលដៅទេសចរណ៍ - ចំនួនការចូលរួមយ៉ាងផុសផុលក្នុងយុទ្ធនាការ “ទស្សនាស្រុកយើង”
<ul style="list-style-type: none"> ▪ បង្កើតនូវបទសម្ភាសន៍ជាមួយបុគ្គលសំខាន់ៗនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដូចជា ថ្នាក់ដឹកនាំមន្ត្រី អ្នកជំនាញ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងភាគីពាក់ព័ន្ធ មកពីវិស័យរដ្ឋ និងឯកជន ដែលមានភាពជោគជ័យ នៅក្នុងកម្មវិធីទូរទស្សន៍និងវិទ្យុល្បីៗជាប្រចាំ ដើម្បីលើកទឹកចិត្តឱ្យប្រជាពលរដ្ឋស្វែងយល់ និងចូលរួមចំណែកនៅក្នុងសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ 	<ul style="list-style-type: none"> - ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃបទសម្ភាសន៍ - ចំនួនបុគ្គលសំខាន់ៗនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដែលត្រូវបានសម្ភាសន៍ - ចំនួនការផ្សព្វផ្សាយខ្លឹមសារនៃបទសម្ភាសន៍
<ul style="list-style-type: none"> ▪ បំផុសចលនាផ្សព្វផ្សាយ តាមរយៈប្រជាពលរដ្ឋម្ចាស់ស្រុក និងម្ចាស់អាជីវកម្ម ដោយ “អ្នកស្រុកណា ផ្សាយពីស្រុកនោះ” និង “អាជីពណា ផ្សាយពីអាជីពនោះ” ស្របតាមទស្សនាទាន “ទេសចរណ៍ដើម្បីទាំងអស់គ្នា ទាំងអស់គ្នាដើម្បីទេសចរណ៍” និង “ម្នាក់ៗ ជាអ្នកផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍កម្ពុជាម្នាក់” ដែលជាការផ្សព្វផ្សាយបង្ហោះដោយខ្លួនឯងលើបណ្តាញសង្គម ដូចជាការថតពីសកម្មភាពកម្សាន្ត ទេសភាពរបស់ទីតាំង រូបភាព និងវីដេអូ អមជាមួយការពិពណ៌នាខ្លីៗ 	<ul style="list-style-type: none"> - ការបណ្តុះបណ្តាលជនបង្គោលនៅតាមឃុំ-សង្កាត់ សមាគម សហគ្រាស និងក្រុមហ៊ុននានា និងរបៀបសរសេរសារខ្លីៗ ការថតរូបភាពស្អាតៗ និងលក្ខណៈពិសេស ជាសក្តានុពលទេសចរណ៍នៅតាមមូលដ្ឋានអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន - វគ្គអក្ខរកម្មខ្លីដ៏ថ្លៃថ្លាតាមតំបន់ ឬគោលដៅទេសចរណ៍សំខាន់ៗ

៦ គ្រឹះស្ថានអង្គការបានកែសម្រួលការងារនេះ ក្រោយទទួលបានការណែនាំដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់របស់ សម្តេចបចេសីនាយករដ្ឋមន្ត្រី។



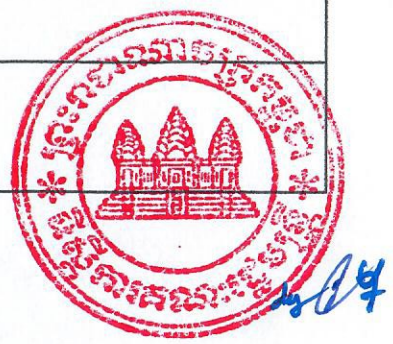
<p>▪ ការរំលេចសាច់រឿង (Feature Stories) ដើម្បីបង្កើនចំណាប់អារម្មណ៍របស់សាធារណជន នៅក្នុងការធ្វើដំណើរកម្សាន្តផ្ទៃក្នុង ដោយត្រូវយកចិត្តទុកដាក់លើចំណុចមួយចំនួនដូចជា៖</p>	
<p>- លើកទឹកចិត្តប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក្នុងស្រុក ឱ្យមានការសរសេរជាអត្ថបទរំលេចអំពីប្រភេទ ទេសចរណ៍ ដែលទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកអាន</p>	<p>- ប្រព័ន្ធលើកទឹកចិត្តសម្រាប់ការអប់រំ និងបញ្ញាបការយល់ដឹងជាសាធារណៈអំពី វិស័យទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ត្រូវបានរៀបចំ</p> <p>- រៀបចំការប្រកួតប្រជែងសរសេរអត្ថបទរំលេចអំពីប្រភេទទេសចរណ៍ និងផ្តល់ រង្វាន់ដល់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក</p>
<p>- ជំរុញការផលិតខ្សែភាពយន្តដែលបង្ហាញពីគោលដៅទេសចរណ៍អាទិភាពសំខាន់ៗ ក្នុងខេត្តសៀមរាប</p>	<p>- ចំនួនក្រុមហ៊ុនផលិតខ្សែភាពយន្តត្រូវបានសហការ មកថតនៅតាមគោលដៅ ទេសចរណ៍ ក្នុងខេត្តសៀមរាប</p> <p>- ការបង្ហាញឈុត/ឆាក អំពីតំបន់ទេសចរណ៍ និងវប្បធម៌ប្រជាជនខ្មែរនៅក្នុង សាច់រឿង</p>
<p>- ផលិតវីដេអូអំពីគោលដៅសក្តានុពលទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តសៀមរាប និងចម្រៀង ទេសចរណ៍ ដើម្បីចាក់ផ្សាយតាមបណ្តាញស្ថានីយទូរទស្សន៍ និងប្រព័ន្ធបណ្តាញ សង្គមនានា</p>	<p>- ចំនួនវីដេអូ និងចម្រៀងរៀបរាប់ពីតំបន់ទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តសៀមរាប</p> <p>- ចំនួនការចាក់ផ្សាយតាមទូរទស្សន៍ និងប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គមនានា</p> <p>- ចំនួនក្រុមហ៊ុនដែលត្រូវបានសហការ ថតផ្សាយគោលដៅទេសចរណ៍នៅក្នុង បទចម្រៀង</p>
<p>- ជំរុញការផ្សព្វផ្សាយ ការផលិតរូបភាព វីដេអូ និងមាតិកាទេសចរណ៍ ការអប់រំ និង បញ្ញាបការយល់ដឹងជាសាធារណៈអំពីវិស័យទេសចរណ៍ តាមរយៈបុគ្គលដែលមាន ឥទ្ធិពល (Influencers) និងអ្នកផលិតរូបភាព និងវីដេអូជំនាញ នៅលើប្រព័ន្ធ ផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គម (YouTube, Facebook, Tiktok, Instagram, X ...) និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនានា។</p>	<p>- ចំនួនវីដេអូ និងរូបភាពនៃការផ្សព្វផ្សាយតាមបណ្តាញសង្គម</p> <p>- ចំនួនបុគ្គលដែលមានឥទ្ធិពល (Influencers) និងអ្នកផលិតមាតិកា ដែលចូល រួមផ្សព្វផ្សាយពីទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប</p> <p>- ចំនួននៃការចូលមើល (Views)</p> <p>- ខ្លឹមសារមាតិកាទេសចរណ៍នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តសៀមរាប</p>



(Handwritten signature in blue ink)

វិធានការទី២០. លើកទឹកចិត្តការរៀបចំកម្មវិធីផ្សេងៗ ដូចជាកិច្ចប្រជុំនិងសិក្ខាសាលានៅខេត្តសៀមរាបនាពេលរៀបចំរៀន	
<ul style="list-style-type: none"> រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍និងកម្មវិធីកម្សាន្តឱ្យបានច្រើននៅរដូវកាលភ្ញៀវតិច 	<ul style="list-style-type: none"> ឯកសារទស្សនាទាន / គោលបំណងនៃការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ និងកម្មវិធី ព្រឹត្តិការណ៍ និងកម្មវិធីកម្សាន្តសំខាន់ៗត្រូវបានរៀបចំឡើង នៅរដូវកាលភ្ញៀវតិច/រដូវកាលបែតង
<ul style="list-style-type: none"> ទាក់ទាញការរៀបចំកិច្ចប្រជុំ និងសិក្ខាសាលានានា នៅខេត្តសៀមរាប ជាពិសេសនាពេលរៀនភ្ញៀវតិច តាមរយៈកិច្ចសហការជាមួយវិស័យឯកជនក្នុងការបង្កើតកម្មវិធីផ្តល់ជូនក្នុងតម្លៃពិសេស។ 	<ul style="list-style-type: none"> ចំនួនមូលដ្ឋានអាជីវកម្មដែលផ្តល់សេវារៀបចំបន្ទប់ប្រជុំ ស្របតាមស្តង់ដារជាតិនិងអាស៊ាន នៅខេត្តសៀមរាប ចំនួននៃការរៀបចំកិច្ចប្រជុំ និងសិក្ខាសាលានានា នៅខេត្តសៀមរាប នារដូវកាលភ្ញៀវតិច/រដូវកាលបែតង ចំនួនអ្នកចូលរួម

វិធានការទី២១. បន្តបង្កើនភាពទាក់ទាញតាមរយៈការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ធំៗប្រចាំឆ្នាំក្នុងខេត្តសៀមរាបឱ្យបានច្រើន	
<ul style="list-style-type: none"> ក្រៅពីព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍អន្តរជាតិ (ដូចមានចង្អុលក្នុងវិធានការទី៨) ត្រូវរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ប្រចាំឆ្នាំផ្សេងៗទៀតក្នុងខេត្តសៀមរាបឱ្យបានច្រើន ជាអាទិ៍៖ 	
<ul style="list-style-type: none"> ព្រឹត្តិការណ៍ទេសចរណ៍ បុណ្យទាន ប្រពៃណី ពិធីបុណ្យ និងព្រឹត្តិការណ៍សាសនាផ្សេងៗ (ដូចជា បដិបត្តិសមាធិ និងពិធីរាប់បាត្រព្រះសង្ឃ ជាដើម) 	<ul style="list-style-type: none"> ព្រឹត្តិការណ៍ត្រូវបានរៀបចំឡើង ចំនួនអ្នកចូលរួម
<ul style="list-style-type: none"> ព្រឹត្តិការណ៍កីឡា ពិសេសព្រឹត្តិការណ៍កម្រិតថ្នាក់ជាតិ ដូចជា ព្រឹត្តិការណ៍ជិះកង់ និងរត់ម៉ារ៉ាតុង 	<ul style="list-style-type: none"> ព្រឹត្តិការណ៍ត្រូវបានរៀបចំឡើង ចំនួនអ្នកចូលរួម
<ul style="list-style-type: none"> ទិវាអន្តរជាតិកីឡាយូហ្គា 	<ul style="list-style-type: none"> ទិវាអន្តរជាតិត្រូវបានរៀបចំឡើង ចំនួនអ្នកចូលរួម



<ul style="list-style-type: none"> - ព្រឹត្តិការណ៍ “ស្នាមញញឹមនៃកម្ពុជា” 	<ul style="list-style-type: none"> - ព្រឹត្តិការណ៍ត្រូវបានរៀបចំឡើង - ចំនួនអ្នកចូលរួម
<ul style="list-style-type: none"> - សិក្សាបង្កើតកម្មវិធី ឬបុណ្យថ្មីៗផ្សារភ្ជាប់នឹងទេសចរណ៍ប្រចាំឆ្នាំសម្រាប់ខេត្តសៀមរាប ដូចជា បុណ្យតន្ត្រី ពិធីបុណ្យពន្លឺអង្គរ។ល។ 	<ul style="list-style-type: none"> - កម្មវិធី ឬបុណ្យថ្មីៗត្រូវបានរៀបចំឡើង - ចំនួនអ្នកចូលរួម

វិធានការទី២២. ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជាប្រជាពលរដ្ឋខ្មែររស់នៅក្រៅប្រទេស មកទស្សនាខេត្តសៀមរាប

<ul style="list-style-type: none"> ▪ ពង្រឹង និងបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរ និងសហគមន៍ខ្មែរដែលរស់នៅក្រៅប្រទេស តាមរយៈ៖ 	
<ul style="list-style-type: none"> - បំផុស និងលើកទឹកចិត្តឱ្យមកទស្សនាទឹកដីអង្គរដែលជាដែនដីមាតុភូមិ ក្រោមយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ “ស្រលាញ់ជាតិ ត្រូវស្គាល់ទឹកដី” 	<ul style="list-style-type: none"> - យុទ្ធនាការ “ស្រលាញ់ជាតិ ត្រូវស្គាល់ទឹកដី” ត្រូវបានដាក់ចេញ - ចំនួនប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរ និងសហគមន៍ខ្មែរដែលរស់នៅក្រៅប្រទេស ដែលមកទស្សនាខេត្តសៀមរាប
<ul style="list-style-type: none"> - ជំរុញឱ្យមានការចូលរួមផ្សព្វផ្សាយអំពីរូបភាពវិជ្ជមានរបស់ទឹកដីកំណើតខ្លួន និងសក្តានុពលទេសចរណ៍របស់ខេត្តសៀមរាប តាមរយៈការដាក់ចេញនូវយន្តការលើកទឹកចិត្តនានាដល់ប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរ និងសហគមន៍ខ្មែរដែលរស់នៅក្រៅប្រទេស ដើម្បីអាចអញ្ជើញមកឱ្យឃើញពីការអភិវឌ្ឍក្រោមម្លប់នៃសុខុមន្តិភាពដោយផ្ទាល់ភ្នែក។ 	<ul style="list-style-type: none"> - ចំនួននៃកិច្ចសហការរវាងក្រសួងស្ថាប័ន និងយន្តការពាក់ព័ន្ធ ក្នុងការបំផុសប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរ និងសហគមន៍ខ្មែរដែលរស់នៅក្រៅប្រទេស ឱ្យផ្សព្វផ្សាយពីរូបភាពវិជ្ជមាន និងសក្តានុពលទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប - វឌ្ឍនភាពការងារ នៃការអនុវត្តក្នុងក្របខណ្ឌ “ការទូតសេដ្ឋកិច្ច” - ខ្លឹមសារ និងរូបភាព ផ្សព្វផ្សាយដោយប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរ និងសហគមន៍ខ្មែរដែលរស់នៅក្រៅប្រទេស ពីសក្តានុពលទេសចរណ៍ខេត្តសៀមរាប

វិធានការទី២៣. បង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ចស្វែងយល់បេតិកភណ្ឌពិភពលោករបស់កម្ពុជាសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរបរទេសផ្នែកក្នុង



Handwritten signature in blue ink.

<ul style="list-style-type: none"> រៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចស្វែងយល់បេតិកភណ្ឌពិភពលោកនៅខេត្តសៀមរាបសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរណ៍ទេសផ្ទៃក្នុង។ 	<ul style="list-style-type: none"> កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចត្រូវបានរៀបចំ ចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍ទេសផ្ទៃក្នុងធ្វើដំណើរតាមខ្សែទស្សនកិច្ច
<p>វិធានការទី២៤. ពង្រឹង និងបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរណ៍ទេសផ្ទៃក្នុង</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ជំរុញ និងលើកទឹកចិត្តឱ្យមានដំណើរការកម្សាន្តទេសចរណ៍សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរណ៍ទេសផ្ទៃក្នុងតាមរយៈការរៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌពិភពលោក ដោយយកមណីយដ្ឋានអង្គរជាអំកូស្ត្រូល ផ្សារភ្ជាប់ជាមួយប្រាសាទព្រះវិហារ ប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក និងមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍សំខាន់ៗផ្សេងទៀត ដោយអាចឱ្យភ្ញៀវទេសចរណ៍ទេសផ្ទៃក្នុងទស្សនាបានច្រើនដង ក្នុងតម្លៃសមរម្យ 	<ul style="list-style-type: none"> កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចពីរមណីយដ្ឋានអង្គរ តភ្ជាប់ទៅតំបន់ទេសចរណ៍បេតិកភណ្ឌពិភពលោកផ្សេងទៀត ត្រូវបានរៀបចំ ចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍ទេសផ្ទៃក្នុងធ្វើដំណើរតាមកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចនេះ
<ul style="list-style-type: none"> បន្តការបង្កើនភាពទាក់ទាញសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរណ៍ទេសផ្ទៃក្នុងមកកាន់ខេត្តសៀមរាបដោយផ្ដោតលើការផ្តល់ជម្រើសបន្ថែមនៃប្រភេទបណ្ណចូលទស្សនាមណីយដ្ឋានអង្គរដូចករណីដែលគ្រឹះស្ថានអង្គរបានដាក់ចេញនូវកម្មវិធីស្នើសុំបណ្ណចូលទស្សនាមណីយដ្ឋានអង្គរ និងប្រាសាទកោះកែវ ដោយឥតបង់ថ្លៃ ដែលអាចធ្វើតាមអនឡាញ សម្រាប់ជនបរទេសដែលបានរស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាចាប់ពី២ឆ្នាំ ឡើងទៅ។ 	<ul style="list-style-type: none"> កម្មវិធីស្នើសុំបណ្ណចូលទស្សនាមណីយដ្ឋានអង្គរ និងប្រាសាទកោះកែវ ដោយឥតបង់ថ្លៃ ដែលអាចធ្វើតាមអនឡាញ សម្រាប់ជនបរទេសដែលបានរស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាចាប់ពី២ឆ្នាំ ឡើងទៅ ត្រូវបានបន្តអនុវត្ត ចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍ទេសផ្ទៃក្នុង ដែលបានស្នើសុំ ប្រភេទបណ្ណចូលទស្សនាមណីយដ្ឋានអង្គរ ត្រូវបានផ្តល់ជម្រើសបន្ថែមសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរណ៍ទេសផ្ទៃក្នុង

សរុបរួម វិធានការគន្លឹះមានចំនួន ៧ និង វិធានការចំនួន ២៤ ចែកជា ៧៣សកម្មភាព។

ចំណាំ៖ ចំពោះសូចនាករអំពី “វឌ្ឍនភាព/ត្រូវបានកែលម្អ/ភាពប្រសើរជាងមុន” ត្រូវរៀបចំជាបាយការណ៍ ភ្ជាប់ជាមួយរូបភាពសន្លឹក ឬវីដេអូ ដើម្បីបញ្ជាក់ពីវឌ្ឍនភាពនៃការងារ។

