រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម

កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវ
មនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម

ភខមខស

លេខទី១ ខែធ្នូ
ច្បាប់លេខ២ ឆ្នាំ២០២២

កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រ
និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម

លេខទី១ ច្បាប់លេខ២

រក្សាសិទ្ធិ® វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

មិនមានផ្នែកណាមួយនៃឯកសារនេះ ត្រូវបានផលិតឡើងវិញ រក្សាទុក ឬបម្លែងឱ្យខុសពីទ្រង់ទ្រាយដើមតាមវិធីណាមួយ ទោះបីជាក្នុងទម្រង់ឯកសារឌីជីថល ឬការថតចម្លង ដោយពុំមានការយល់ព្រមជាលាយលក្ខណ៍អក្សរជាមុនពីម្ចាស់កម្មសិទ្ធនោះទេ។

បោះពុម្ពដោយ៖ វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម (វមវស)

ទំនាក់ទំនង៖

វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម

មហាវិថីសហព័ន្ធរុស្ស៊ី ជាន់ទី២ នៃអគារខេមរវិទូ, រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

- ➪ ទូរសព្ទ/តេឡេក្រាម៖ (+៨៥៥)៩៩-៧៨១-១៨៤
- ➪ ទូរសារ៖: cjihss.academy@gmail.com

គណកម្មការកាលិកបត្រ

ក្រុមប្រឹក្សាភិបាល

បណ្ឌិត ហ៊ាន សុខុម	ក្រុមប្រឹក្សាជាតិភាសាខ្មែរនៃជបណ្ឌិតសភាកម្ពុជា
បណ្ឌិត ឆេង គីមឡុង	វិទ្យាស្ថានចក្ខុវិស័យអាស៊ី
បណ្ឌិត លី វណ្ណា	គណកម្មការជាតិបេតិកភណ្ឌ
សាស្ត្រាចារ្យ Takuya Baba	Hiroshima University
បណ្ឌិត វង់ សំអូន	អគ្គលេខាធិការដ្ឋាននៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

និពន្ធនាយក

បណ្ឌិត ផុន កសិកា	វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

គណកម្មការនិពន្ធ

បណ្ឌិត តូច សុធារី	វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
លោក លី តុង	វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
បណ្ឌិត ឃិន យ៉ង់	វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
លោក សេង សុធា	លេខាធិការដ្ឋានក្រុមប្រឹក្សាបណ្ឌិតសភាចារ្យនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
លោក មឿង ចំរើន	លេខាធិការដ្ឋានក្រុមប្រឹក្សាបណ្ឌិតសភាចារ្យនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

អ្នកពិនិត្យវិនិច្ឆ័យ

បណ្ឌិត ភោគ សុខី	វិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជា
លោក មាឃ សារី	វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
លោក ហ៊ុំ ចាន់	សាកលវិទ្យាល័យបាត់ដំបង, សាកលវិទ្យាល័យអប់រំហេងកុង
លោក ធី សៅរិន	វិទ្យាស្ថានជាតិអប់រំ
លោក ឆោម ជុំរ៉ុង	លេខាធិការដ្ឋានក្រុមប្រឹក្សាបណ្ឌិតសភាចារ្យនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
លោក ជា សុត	វិទ្យាស្ថានជាតិគរុកោសល្យរាជធានីភ្នំពេញ

អំពីកាលិកបត្រ

កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម (កវមវស) បង្កើតឡើងដោយវិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា ក្នុងគោលបំណងបោះពុម្ព និងផ្សព្វផ្សាយនូវរបកគំហើញវិទ្យាសាស្ត្រ និងអត្ថបទស្រាវជ្រាវនានាក្នុងវិស័យមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម ពីគ្រប់មជ្ឈដ្ឋានអ្នកស្រាវជ្រាវទាំងអស់។ ក្នុងដំណាក់កាលនៃការចាប់ផ្ដើមនេះ កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម ទទួលបោះពុម្ពអត្ថបទពីរប្រភេទគឺ៖ (១) អត្ថបទសំយោគ (Review Paper) និង (២) អត្ថបទស្រាវជ្រាវ (Research Paper ឬ Research Article)។ សំណៅអត្ថបទ (Manuscript) ដែលទទួលបានទាំងអស់ត្រូវឆ្លងកាត់ការត្រួតពិនិត្យដោយគណកម្មការកាលិកបត្រជាមុន រួចបញ្ជូនបន្តទៅអ្នកជំនាញតាមឯកទេសពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីវាយតម្លៃ ឬផ្ដល់អនុសាសន៍កែលម្អក្រោមទម្រង់ Double-blind Peer Review មុននឹងទទួលបោះពុម្ព។ កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមទទួលបោះពុម្ពអត្ថបទស្រាវជ្រាវនានាជាពីរភាសាគឺ ***ភាសាខ្មែរ និងភាសាអង់គ្លេស*** ដោយអ្នកស្រាវជ្រាវអាចបញ្ជូនអត្ថបទជាភាសាមួយណាក៏បានទៅតាមលទ្ធភាពរបស់ខ្លួន។ ការបោះពុម្ពកាលិកបត្រមានទាំងជាទម្រង់រឹង (Hard Copy) និងទម្រង់ឌីជីថល (Digital Copy) ដោយមានមួយលេខក្នុងមួយឆ្នាំ ហើយចែកចេញជាពីរច្បាប់ទៅតាមភាសាដូចការកំណត់ខាងក្រោម៖

- កាលិកបត្រជាភាសាអង់គ្លេស (ច្បាប់លេខ១)
- កាលិកបត្រជាភាសាខ្មែរ (ច្បាប់លេខ២)

កវមវស ទទួលបោះពុម្ពអត្ថបទដែលស្ថិតក្រោមជំនាញខាងក្រោម៖

វិទ្យាសាស្ត្រនយោបាយ	រដ្ឋបាលសាធារណៈ	ទស្សនវិជ្ជា	ភាសាវិទ្យា
ចរិយាសាស្ត្រនិងយេនឌ័រ	ការសិក្សាអភិវឌ្ឍន៍	ពាណិជ្ជកម្ម	ភូមិវិទ្យា
នរវិទ្យានិងជាតិពន្ធុវិទ្យា	សេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ	សង្គមវិទ្យា	គ្រប់គ្រង
ទំនាក់ទំនងអន្តរជាតិ	បុរាណវត្ថុវិទ្យា	ប្រវត្តិវិទ្យា	ចិត្តវិទ្យា
វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច	វិទ្យាសាស្ត្រអប់រំ	អក្សរសិល្ប៍	ច្បាប់
ក្រៅពីជំនាញខាងលើ កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម ក៏ទទួលសំណៅអត្ថបទពាក់ព័ន្ធដែលស្ថិតក្រោមវិសាលភាពនៃវិស័យមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមផ្សេងទៀតផងដែរ។			

សាររបស់និពន្ធនាយក

ខ្ញុំមានសេចក្តីរីករាយឥតឧបមា ដែលបានចូលរួមក្នុងការបង្កើត និងបោះពុម្ពផ្សាយកាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម **លេខទី១** (Volume 1) ដែលមានទាំងពីរភាសាគឺ ***ភាសាខ្មែរ និងភាសាអង់គ្លេស*** នេះឡើង។ ខ្ញុំពិតជាជឿជាក់យ៉ាងមុតមាំថា កាលិកបត្រនេះនឹងដើរតួសំខាន់ក្នុងការជួយជំរុញនូវវប្បធម៌ស្រាវជ្រាវបែបវិទ្យាសាស្ត្ររបស់កម្ពុជា ក៏ដូចជាចូលរួមក្នុងការចែករំលែកចំណេះដឹងផ្សេងៗ ប្រកបដោយលក្ខណៈវិទ្យាសាស្ត្រ ពីសំណាក់អ្នកស្រាវជ្រាវគ្រប់មជ្ឈដ្ឋាន។ ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះដែរ តាងនាមឱ្យគណកម្មការកាលិកបត្រទាំងមូល ខ្ញុំបាទសូមស្វាគមអ្នកស្រាវជ្រាវ សិស្ស-និស្សិត សាស្ត្រាចារ្យ និងមិត្តអ្នកអានទាំងអស់ដែលគាំទ្រនូវកាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនេះ។ ជាមួយគ្នានេះ ខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅដល់សមាជិកក្រុមការងារនៃគណកម្មការកាលិកបត្រទាំងអស់ ព្រមទាំងអ្នកស្រាវជ្រាវ ក្រុមប្រឹក្សាពិគ្រោះនិងផ្តល់យោបល់ គណកម្មការត្រួតពិនិត្យ និង អ្នកជំនាញទាំងអស់ ដែលបានចូលរួមធ្វើឱ្យស្នាដៃមួយនេះលេចចេញជារូបរាងឡើង។ រូបខ្ញុំផ្ទាល់ ក៏ដូចជាសមាជិកក្រុមការងារកាលិកបត្រទាំងអស់រង់ចាំទទួលនូវមតិរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនាពីមិត្តអ្នកអាន សិស្ស និស្សិត សាស្ត្រាចារ្យ និងអ្នកស្រាវជ្រាវពីគ្រប់មជ្ឈដ្ឋានទាំងអស់ ដើម្បីឈានទៅធ្វើឱ្យស្នាដៃស្រាវជ្រាវបែបវិទ្យាសាស្ត្រកាន់តែមានគុណតម្លៃ និងគុណភាពប្រសើរឡើងជាលំដាប់។

និពន្ធនាយក

បណ្ឌិត **ផុន កសិកា**

ប្រកាសរកអត្ថបទ

កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម រីករាយស្វាគមនូវរាល់សំណៅអត្ថបទ ពីគ្រប់មជ្ឈដ្ឋានអ្នកស្រាវជ្រាវ លើប្រធានបទនានាទាក់ទងនឹងវិស័យមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម ដើម្បីធ្វើការត្រួតពិនិត្យ និងបោះពុម្ពផ្សាយក្នុងលេខបន្តបន្ទាប់របស់កាលិកបត្រ។ អ្នកស្រាវជ្រាវទាំងឡាយដែលមានបំណងបោះពុម្ពលទ្ធផលស្រាវជ្រាវរបស់ខ្លួន សូមទំនាក់ទំនង ឬផ្ញើសំណៅអត្ថបទមកគណកម្មការនិពន្ធរបស់ **កវមវស** តាមលេខទូរសព្ទ/តេឡេក្រាម ឬសារអេឡិកត្រូនិកដូចខាងក្រោម៖

- ទូរសព្ទ/តេឡេក្រាម៖ (+855)-12-250-887
- សារអេឡិកត្រូនិក (Email)៖ cjihss.academy@gmail.com

អត្ថបទរបស់លោកអ្នក នឹងឆ្លងកាត់ការត្រួតពិនិត្យពីគណកម្មការនិពន្ធ (Editorial Team) និងបន្តឆ្លងកាត់ការពិនិត្យវិនិច្ឆ័យ និងផ្តល់អនុសាសន៍កែលម្អលើខ្លឹមសារ ដោយផ្អែកលើអ្នកជំនាញតាមឯកទេសនីមួយៗ។

សូមផ្ញើសំណៅអត្ថបទមក **កវមវស** ឱ្យបានយ៉ាងហោចណាស់ **០២ខែ** មុនកាលបរិច្ឆេទបោះពុម្ពដូចខាងក្រោម៖

- កាលិកបត្រជាភាសាអង់គ្លេស (ច្បាប់លេខ១)៖ ក្នុងខែមិថុនា
- កាលិកបត្រជាភាសាខ្មែរ (ច្បាប់លេខ២)៖ ក្នុងខែធ្នូ

លោកអ្នកអាចទាញយកទម្រង់គម្រូអត្ថបទកាលិកបត្រទាំងពីរភាសាដោយធ្វើការស្កេនលើ Bar Code ណាមួយខាងក្រោម។

ទម្រង់អត្ថបទភាសាអង់គ្លេស		ទម្រង់អត្ថបទភាសាខ្មែរ	
(គម្រូទី១)	(គម្រូទី២)	(គម្រូទី១)	(គម្រូទី២)

ចំណងជើងអត្ថបទ

ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក ក្នុងឃុំកំពង់ហ្លួង ស្រុកពញាឮ ខេត្តកណ្តាល ១-២១

ដោយៈ ផុន កសិកា, ឡេង វិទូ, តាកេត ស័កដា, សួ ប៉ុណ្ណារ៉ាត់

ប្រាសាទដូនអនក្នុងខេត្តពោធិ៍សាត់៖ ប្រវត្តិ រចនាបថ និងរចនាសម្ព័ន្ធពាក់ព័ន្ធនឹងប្រាសាទ ២២-៥៥

ដោយៈ សួ ប៉ុណ្ណារ៉ាត់, ផុន កសិកា, តាកេត ស័កដា, យិន ពោ

ការសិក្សាទៅលើជំងឺថប់បារម្ភរបស់និស្សិតវិស្វករនៃវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជាក្នុងបរិបទនៃវិបត្តិកូវីដ-១៩ ៥៦-៧៧

ដោយៈ លី តុង , មាឃ សារី, សូ សុធីរ,ឃាង ធានី

វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា៖ បញ្ហាប្រឈម និងដំណោះស្រាយដើម្បីនិរន្តរភាពការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ៧៨-១០១

ដោយៈ មឿង ចំរើន, លី តុង, ផុន កសិកា, តូច សុធារី

ទស្សនៈនិងឥរិយាបថទិញទឹកដោះគោស្រស់របស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ៖ ករណីសិក្សាលើអតិថិជនចំនួន១០០នាក់ ១០២-១៣១

ដោយៈ មឿង ចំរើន, លី តុង, ផេង វិមាន

កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម
Cambodian Journal of Humanities and Social Sciences

Website: https://ihss.rac.gov.kh/ihss-journal/

ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក ក្នុងឃុំកំពង់ហ្លួង ស្រុកពញាឮ ខេត្តកណ្ដាល

ផុន កសិកា[១], ឡេង វិទូ[២], តាកេត ស័កដា[៣], សួ ប៉ុណ្ណារ៉ាត់[៤]

[១] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ kaseka1975@yahoo.com

[២] នាយកដ្ឋានបុរាណវិទ្យានិងបុរេប្រវត្តិសាស្ត្រនៃក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ
អ៊ីមែល៖ vitou_4everybody@gmail.com

[៣] វិទ្យាស្ថានវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ sakdataketh@gmail.com

[៤] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ ponnarath_rac@yahoo.com

បានទទួល៖ ១២ ឧសភា ២០២២; ទទួលបោះពុម្ព៖ ១០ ធ្នូ ២០២២; បោះពុម្ព៖ ៣០ ធ្នូ ២០២២

ទំនាក់ទំនង៖ kaseka1975@yahoo.com

អាគតដ្ឋាន៖ ផុន កសិកា, ឡេង វិទូ, តាកេត ស័កដា, សួ ប៉ុណ្ណារ៉ាត់. (២០២២). ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក ក្នុងឃុំកំពង់ហ្លួង ស្រុកពញាឮ ខេត្តកណ្ដាល, *កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម*, *១*(២), ទំ. ១-២១.

សង្ខិត្តន័យ

ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែកជាប្រធានបទសិក្សានៅចន្លោះបន្ទាយលង្វែកភាគខាងកើត រហូតដល់មាត់ទន្លេសាប ស្ថិតក្នុងភូមិសាស្ត្រឃុំកំពង់ហ្លួង ស្រុកពញាឮ ខេត្តកណ្ដាល។ ប្រធានបទនេះ ផ្ដោតលើរចនាសម្ព័ន្ធ ទម្រង់ និងប្រភេទនៃប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណដែលមាននៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក ក៏ដូចជាសិក្សាអំពីសក្ដានុពលសម្រាប់វិស័យកសិកម្ម និងស្ថានភាពជាក់ស្ដែងនៃប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រទាំងនោះផងដែរ។ វិធីសាស្ត្រវិភាគតាមបែបបុរាណវត្ថុវិទ្យា, វិភាគទៅលើរូបភាពផ្កាយរណប (Google Map), ការសម្ភាសចាស់ទុំក្នុងភូមិ

និងការសិក្សាទៅលើឯកប្រវត្តិសាស្ត្រក្នុងសម័យកាលនៃការកកើតនូវស្ថានីយ ឬ ទីតាំងទាំងនោះជាដើម ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីសម្រេចបាននូវវត្ថុបំណងខាងលើ។ លទ្ធផលបង្ហាញថា ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រពីរប្រភេទត្រូវបានគេប្រើប្រាស់គឺប្រព័ន្ធព្រែក និង ប្រព័ន្ធមេទឹក។ ប្រព័ន្ធព្រែកមានពីរប្រភេទគឺព្រែកធម្មជាតិ និងព្រែកដែលកើតឡើងពីស្នាដៃមនុស្ស ដោយឡែកព្រែកដែលកើតឡើងដោយស្នាដៃមនុស្សត្រូវបានគេស្គាល់តាមការហៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋថា "ជំនីក"។ ចំណែកប្រព័ន្ធមេទឹកជាលក្ខណៈស្រដៀងគ្នានឹងទំនប់ដែរ ប៉ុន្តែមេទឹកច្រើនមានទំនប់ពីរខ្សែ ឬ បីខ្សែសម្រាប់ទប់ ឬស្តុកទឹកទុកប្រើប្រាស់។ ការសិក្សានេះក៏បានបង្ហាញដែរថា ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែកនៅអាចបន្តប្រើប្រាស់ដោយប្រជាជននៅឡើយ បើទោះបីជាមានព្រែក និង មេទឹកមួយចំនួនត្រូវបាត់បង់រូបរាង ឬសណ្ឋានដើមរបស់ខ្លួនដោយសារកត្តាធម្មជាតិ និងការអភិវឌ្ឍន៍ដោយគម្រោងឯកជនក៏ដោយ។ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណនៅក្នុងតំបន់នេះ បានបង្ហាញជាភស្តុតាងនៃមរតកវប្បធម៌ខ្មែរដែលគួរត្រូវរក្សាទុកជាអត្តសញ្ញាណវប្បធម៌ក្នុងតំបន់ ព្រមទាំងជាប្រពៃណីនៃការប្រកបការងារកសិកម្មស្រូវបែបប្រពៃណីជាប្រចាំឆ្នាំរបស់ប្រជាពលរដ្ឋនៅតំបន់នោះ។ ការរក្សាបាននូវប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណទាំងនេះគឺជាការរក្សាបាននូវទេសភាពវប្បធម៌ប្រចាំតំបន់ផងដែរ។

ពាក្យគន្លឹះ មេទឹក, ព្រែក, ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រ, ទំនប់, ពាម

ABSTRACT

Water Management System at Eastern Banteay Longvek is a research topic which was conducted at Kompong Lourng commune, Pognea Leu district, Kandal province of Cambodia. The study focused on structures and the typology of the ancient water irrigation system which still exist in the eastern of Longvek area and also the potentials of rice agriculture production and lastly the present conditions of the water irrigation systems. The methodology used includes the archaeological survey, analysis of google aerial images, interview with old villagers and reviewing related historical studies. The results showed that there are two types of the irrigation systems exist: 1) Prek system (canal) and 2) Me Tik system (water barrage). Natural Prek system and human constructed Prek sytem were identify. The human constructed Prek system were dug sometime in the past where date of construction could not be identified in this study due to no archaeological excavation. For Me Tik, they are similar to water dams but they are composed of two or three earthen embankments for blocking the water at a corner. The research finds that some Prek and Me Tik systems are disappeared due to natural factor and the private development company who uses the area for other purposes. The evidence of this water system is the cultural asset which should be preserved. This cultural asset is also the evidence of traditional rice production activities of the villagers in the area. The preservation of this cultural asset is to preserve the cultural landscape of the area as well.

KEYWORDS: Me Tik (water barrage), canal, irrigation system, dam, Peam (Dam)

១. សេចក្តីផ្តើម

នៅលើពិភពលោកក្នុងសម័យបុរាណ គេសង្កេតឃើញថា អារ្យធម៌ធំៗជាច្រើនបានកកើតឡើងតែងតែស្ថិតនៅតំបន់ជាប់នឹងប្រភពទឹក ជាឧទាហរណ៍ អារ្យធម៌អេហ្ស៊ីបដែលបានចាប់កំណើតឡើងតាំងពី ៣៤០០ មុនគ្រឹស្តសករាជ បានរីកចម្រើនលូតលាស់នៅតំបន់ដីសណ្តរទន្លេនីល និងតាមដងទន្លេនីល។ ដូចគ្នានេះដែរ អារ្យធម៌មេហ្សូប៉ូមី និងអារ្យធម៌បាប៊ីឡូន ក៏បានរីកចម្រើនដោយមានការផ្សារភ្ជាប់យ៉ាងជិតស្និតជាមួយនឹងប្រភពទឹក (Casson, 1971)។ បើយើងក្រឡេកមើលអារ្យធម៌បុរាណនៃប្រទេសកម្ពុជាវិញ គេក៏សង្កេតឃើញថា មានទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងទឹកយ៉ាងខ្លាំងណាស់ដែរ។ ចាប់តាំងពីសម័យដំបូងនៃអារ្យធម៌ខ្មែរ ដែលត្រូវបានគេស្គាល់យ៉ាងទូលំទូលាយថាសម័យហ្វូណន ក៏បានរីកចម្រើនលូតលាស់នៅតាមដីសណ្តរទន្លេមេគង្គក្រោម ភាគខាងត្បូងប្រទេស ចំណែកអារ្យធម៌អង្គរវិញ បានស្គាល់ភាពរុងរឿងរបស់ខ្លួននៅក្បែរតំបន់ទន្លេសាបផងដែរ។

មិនខុសពីសម័យបុរាណ យើងសង្កេតឃើញថា ការកសាងអារ្យធម៌សម័យទំនើប នៅតែរក្សាបាននូវការផ្សារភ្ជាប់គ្នាយ៉ាងជិតស្និតជាមួយនឹងប្រភពទឹក ដោយជាក់ស្តែង រដ្ឋធានី និងរាជធានីរបស់ប្រទេសនានាជាច្រើនត្រូវបានកសាង និងស្ថាបនាឡើងនៅតំបន់ដែលមានប្រភពទឹកខ្វាត់ខ្វែង។ ជាឧទាហរណ៍ ទីក្រុងប៉ារីសប្រទេសបារាំង, ទីក្រុងញូយក របស់សហរដ្ឋអាមេរិក និង ទីក្រុងសៀងហៃ ប្រទេសចិន ជាដើម ដែលទើបនឹងស្ថាបនាឡើងក្នុងសម័យទំនើប សុទ្ធសឹងតែមានការផ្សារភ្ជាប់យ៉ាងជិតស្និតជាមួយនឹងប្រភពទឹកនៅជុំវិញ (Adrienne Wilmoth Lerner, A., W., nd; Thiscityknow.com, 2020)។ ទីក្រុងចំណាស់ជាងគេបំផុតរបស់ពិភពលោកជាច្រើនបានផុសឡើងជុំវិញទន្លេ ដោយសារទន្លេបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការទ្រទ្រង់និងផ្គត់ផ្គង់ទឹកសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ក្នុងទីក្រុងផ្ទាល់តែម្តង។ ទន្លេគឺជាប្រភពនៃទឹកសាប ដែលអាចបរិភោគបាន ហើយជាងនេះទៅទៀត ទន្លេក៏ត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រ ដែលមានសារៈសំខាន់ក្នុងការ ផលិតអាហារ បូករួមទាំងការផ្តល់ជាជម្រកធម្មជាតិសម្រាប់រុក្ខជាតិ និងសត្វផងដែរ (Thiscityknows.com, 2020)។ បន្ថែមពីលើនេះ ទន្លេក៏ដើរតួជាតំណភ្ជាប់ពីសហគមន៍មួយទៅសហគមន៍មួយទៀត បង្កើតឱកាសសម្រាប់ការកម្សាន្ត និងនាំមនុស្សមកជួបជុំជាមួយគ្នាផងដែរ (Reynolds, F. E., 2020)។

ការកសាង ឬស្ថាបនារាជធានីបុរាណនៅតាមតំបន់នានាក្បែរប្រភពទឹក គឺជាសក្តានុពលមួយសម្រាប់ការធ្វើរបរកសិកម្ម ការការពារក៏ដូចជាបម្រើឱ្យវត្ថុបំណងផ្សេងទៀតផងដែរ។ បើតាមការស្រាវជ្រាវរបស់ Fletcher, et al. (2008) បានបង្ហាញថា នៅតំបន់អង្គរ ទឹកហូរមកពីតំបន់ខ្ពស់ត្រូវបានរក្សាទុក និងត្រូវបានចែកចាយសម្រាប់គោលបំណងជាច្រើនដូចជាកសិកម្ម ពិធីសាសនា និងរួមទាំងការបញ្ចៀសនូវគ្រោះទឹកជំនន់ផងដែរ។ នៅសម័យបុរាណជួនកាលខ្លះ ខ្មែរបុរាណបានលើកទំនប់ ទប់ស្កាត់ និងរក្សាទឹកក្នុងទំនប់នោះសម្រាប់យកមកប្រើប្រាស់ ដោយទម្រង់ ឬរូបរាងរបស់ទំនប់ទៀតសោធ អាចមានរាង២ជ្រុង ឬ ៣ជ្រុង ទៅតាមស្ថានភាពជាក់ស្តែងនៃសណ្ឋានដី។ ទំនប់ទឹកនាសម័យបុរាណ ច្រើនត្រូវបានកសាងឡើងនៅតាមទីតាំងដែលមានសណ្ឋានដីជម្រាលដែលពិបាកក្នុងការទប់រក្សាទឹក ដូចនេះ បុព្វបុរសខ្មែរបានកសាងទំនប់ ដើម្បីរក្សាទឹកទុកប្រើប្រាស់។ ក្រៅពីការលើកជាទំនប់ យើងក៏សង្កេតឃើញថា ខ្មែរបុរាណក៏មានសាងសង់នូវប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រជាច្រើនប្រភេទទៀតដូចជាព្រែក ត្រពាំង និងប្រឡាយតូចៗជាច្រើនទៀត (Fletcher, et al., 2008; Penny, 2010; Nhim, 2016)។

ក្នុងសម័យបុរាណ វិស័យកសិកម្មគឺជាឆ្អឹងខ្នងសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមដ៏ចម្បងជាងគេ ដោយឡែកវិស័យមួយនេះក៏មានតម្រូវការទឹកជាចាំបាច់បំផុតដើម្បីជំរុញការដាំដុះ ក៏ដូចជាការអភិវឌ្ឍវិស័យកសិកម្ម និងសេដ្ឋកិច្ចជាតិទាំងមូល។ ការដាំដុះទាំងឡាយរាប់តាំងពីដំណាំស្រូវ បន្លែបង្ការផ្សេងៗ រឹតតែត្រូវការទឹកខ្លាំងណាស់ទៅទៀត ដូចនេះហើយ នៅសម័យហ្វូណន ក៏ដូចជាសម័យអង្គរ ខ្មែរបុរាណបានជីកបារាយណ៍ធំៗ ព្រមទាំងត្រពាំងតូចៗជាច្រើនទៀតសម្រាប់សហគមន៍តូចៗ ឬ ភូមិតូចៗអាចទាញយកទឹកមកប្រើប្រាស់ផ្គត់ផ្គង់តម្រូវការផ្សេងៗ (Penny, 2010, p. 133)។

ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ប្រភពទឹកដ៏ចម្បងសម្រាប់វិស័យកសិកម្មគឺទន្លេមេគង្គដែលមានប្រភពពីខ្ពង់រាបទីបេប្រទេសចិន និងមានប្រវែង៥០០គីឡូម៉ែត្រ (Penny, 2010) ព្រមទាំងហូរចាក់ទៅទន្លេផ្សេងៗទៀតដូចជា ទន្លេបាសាក់ ទន្លេសាប និងបឹងទន្លេសាបជាដើម។ នៅរដូវវស្សា ទឹកបានហូរចេញពីបឹង និងទន្លេទាំងនេះចូលតាមស្ទឹង ព្រែកតូចៗ និងវាលស្រែនានាដែលនៅជាប់មាត់ទន្លេ។ ផ្អែកទៅលើស្ថានភាពបែបនេះ ជាហេតុធ្វើឱ្យខ្មែរសម័យបុរាណរៀបចំកសាង និងស្ថាបនាប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រក្នុងទម្រង់ជាព្រែក ប្រឡាយតូចៗ អាងស្តុកទឹក បារាយណ៍ទឹក ក៏ដូចជាទំនប់ទឹកជាដើម ដើម្បីបង្ហូរទឹកចេញពីទន្លេទាំងឡាយយកមកប្រើប្រាស់ក្នុងវត្ថុបំណងផ្សេងៗដូចជាកសិកម្ម ការចិញ្ចឹមសត្វ និងការប្រើប្រាស់ប្រចាំថ្ងៃជាដើម។

១.១- ការស្រាវជ្រាវពីប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណ

នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា គេពុំសូវឃើញមានការសិក្សាទៅលើប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណច្រើននោះទេ ហើយការសិក្សាដែលមានទៀតសោធ ក៏មានលក្ខណៈចង្អៀត និងធ្វើឡើងនៅតាមទីតាំងនានាដែលជាអតីតរាជធានីខ្មែរនាសម័យមុនអង្គរ និងសម័យអង្គរ។ ជាក់ស្តែង ការស្រាវជ្រាវអំពីប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រសម័យបុរាណរបស់ Fletcher, et al. (2008) និង Penny (2010) បានផ្តោតជាសំខាន់ទៅលើប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រមុនសម័យអង្គរ និងក្នុងសម័យអង្គរ ដែលការសិក្សានេះផ្តោតតែទៅលើរចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្រដែលមាននៅនៅតំបន់អង្គរប៉ុណ្ណោះ។ លោកញឹម សុធារិទ្ធ, Nhim (2016), បានធ្វើការសិក្សាអំពីរាជធានីខ្មែរសម័យកណ្តាល និងបានសិក្សាខ្លះៗអំពីប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅតំបន់លង្វែក និងតំបន់ស្រីសន្ធរ ក៏ប៉ុន្តែការសិក្សានេះ ពុំបានផ្តោតជាសំខាន់ទៅលើប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនោះទេ។ តាមរយៈការសិក្សាលើឯកសារស្រាវជ្រាវនានាទាក់ទងនឹងប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណរបស់កម្ពុជាយើងសង្កេតឃើញថា ការសិក្សាទៅលើប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណ ពុំសូវទទួលបានការយកចិត្តទុកដាក់ខ្លាំងនោះទេ ដែលបញ្ហាទាំងនេះ អាចដោយសារកត្តាបច្ចេកទេស ថវិកា និងកត្តាផ្សេងៗទៀតដែលមិនអាចអនុវត្តទៅបាន។

តាមរយៈលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវខាងលើ យើងសង្កេតឃើញថា នៅតំបន់អង្គរ ក្រៅពីប្រព័ន្ធមេទឹកធម្មជាតិដែលមានស្រាប់ ព្រះរាជាជំនាន់នោះក៏បានកសាងនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្រផ្សេងទៀតផងដែរដូចជា ព្រែកជីកប្រឡាយទឹក បារាយណ៍ស្តុកទឹកជាដើម។ ជាក់ស្តែង Fletcher, et al. (2008) បានធ្វើការសិក្សាអំពីប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រសម័យអង្គរនៅតំបន់អង្គរ បានបង្ហាញថា មានប្រព័ន្ធព្រែកជីក និង បារាយណ៍ធំ គឺជាប្រព័ន្ធស្រូបយកទឹក និងបញ្ចេញទឹក មានដូចជាបារាយណ៍ខាងលិច ជាដើម។ ជាមួយគ្នានេះ Penny (2010) បានរកឃើញថា ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងទឹកនៅតំបន់អង្គររួមមានទាំងព្រែកជីករាប់ពាន់ និងអាងស្តុកទឹកដែលមានរាប់តាំងពីត្រពាំងនិងបារាយណ៍។ ចំណែកបារាយណ៍ដែលកសាងនៅចំភាគកណ្តាលក្រុងអង្គរ និង គូទឹកនៃប្រាសាទធំៗគឺជាអាងស្តុកទឹកយ៉ាងធំ ជាឧទាហរណ៍ គ្រាន់តែបារាយណ៍ខាងលិចមួយអាចស្តុកទឹកបានរហូតដល់៥០លានម៉ែត្រគូប។ ដោយឡែកការសិក្សា

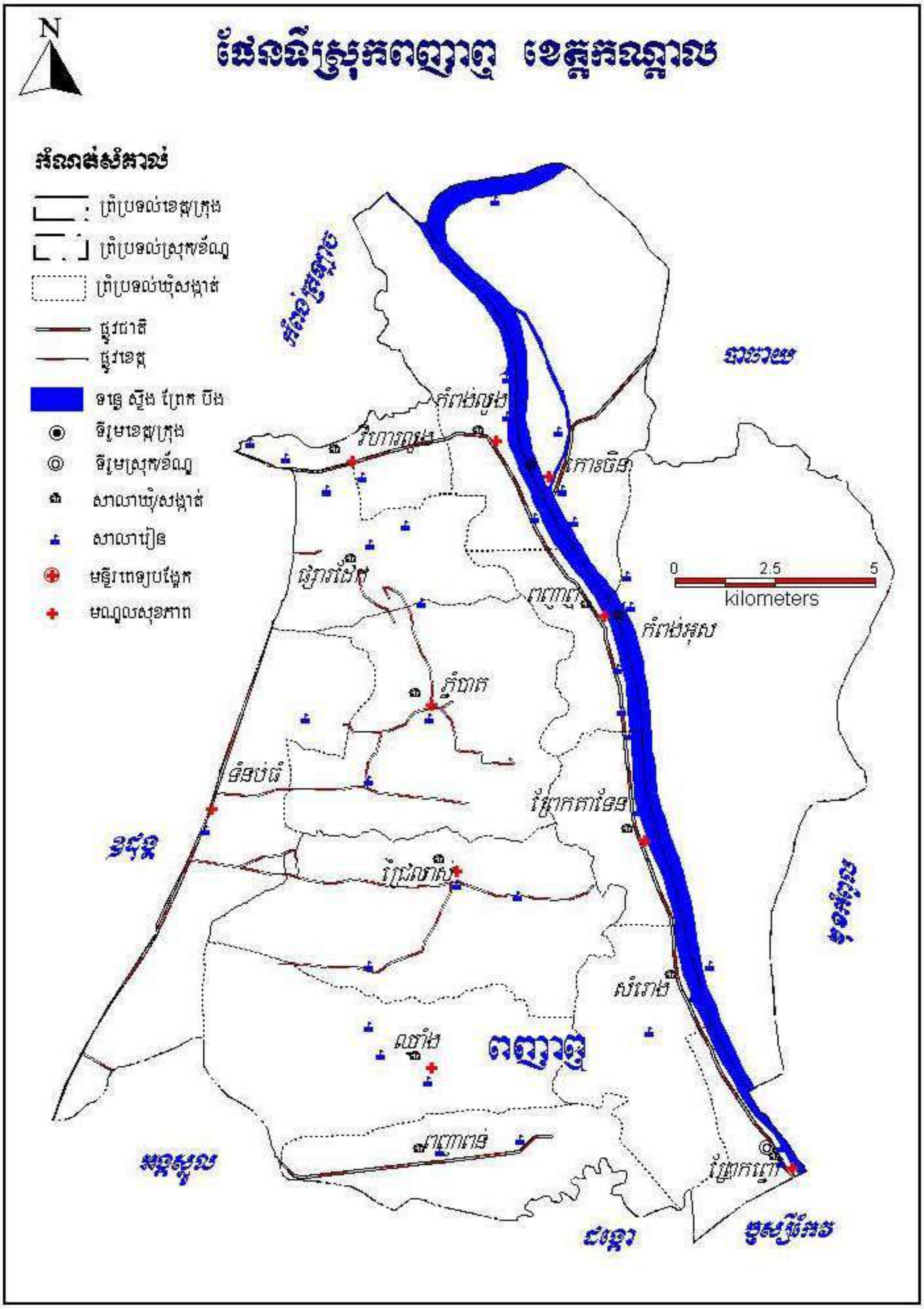
របស់ Nhim (2016) ក៏បានបង្ហាញអំពីប្រព័ន្ធជាពសាស្ត្រមេដែលបានតភ្ជាប់ពីទន្លេមេគង្គ និងទន្លេសាបផ្ទាល់ និងចែកចាយទឹកសម្រាប់ការដាំដុះនៅតាមតំបន់ជុំវិញ។ ការសិក្សារបស់លោក ញឹម សុធារិទ្ធ បានរកឃើញប្រព័ន្ធព្រែកចំនួនជាង៦០ នៅចន្លោះពីស្រុកស្អាងនិងស្រុកកោះធំនៃខេត្តកណ្តាល និងព្រែកជាច្រើនទៀតនៅភាគខាងត្បូងប្រទេសកម្ពុជា។ ក្រៅពីនោះ ការសិក្សាដដែល ក៏បានបង្ហាញផងដែរអំពីប្រព័ន្ធទឹកដូចជា មេទឹក មេទំនប់ ក្នុងតំបន់ស្រីសន្ធរ និងបន្ទាយលង្វែកខ្លះៗផងដែរ។

ជាមួយនឹងលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវខាងលើនេះ យើងអាចធ្វើការកំណត់បានថា ដើម្បីសិក្សាពីប្រព័ន្ធជាពសាស្ត្របុរាណនៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក មានវិធីសាស្ត្រជាច្រើនត្រូវបានប្រើប្រាស់ដូចជា៖ (១) វិធីសិក្សានិងវិភាគតាមបែបបុរាណវត្ថុវិទ្យា, (២) វិធីវិភាគទៅលើរូបភាពផ្កាយរណប (Google Map) និង រូបថតពីលើអាកាសថតដោយឧបករណ៍ដ្រូន, (៣) ការសម្ភាសដោយផ្ទាល់ជាមួយនឹងចាស់ទុំក្នុងភូមិ និង (៤) ការសិក្សាទៅលើឯកប្រវត្តិសាស្ត្រក្នុងសម័យកាលនៃការកកើតនូវស្ថានីយ ឬទីតាំងទាំងនោះជាដើម។

១.២- ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ

តំបន់លង្វែកភាគខាងកើត មានទីតាំងនៅចន្លោះបន្ទាយលង្វែកមកទល់នឹងទន្លេសាប ដែលស្ថិតក្នុងឃុំកំពង់ហ្លួង ស្រុកពញាឮ ខេត្តកណ្តាល។ ចំណែកនៅភាគខាងត្បូង មានព្រែកជីកមួយដែលអ្នកស្រុកនៅតំបន់នេះហៅឈ្មោះថា «ព្រែកកំពង់ហ្លួង»។ បន្តពីព្រែកកំពង់ហ្លួងទៅភាគខាងជើង នឹងមានព្រែកមួយទៀតដែលអ្នកស្រុកហៅថា «ពាមជំនីក»។ បន្តទៅភាគខាងជើងទៀត មានព្រែកមួយឈ្មោះថា «ព្រែកលង្វែក ឬ ពាមល្វែក» ហើយបន្តហួសព្រែកលង្វែកជាគឺតំបន់វាលស្រែ ស្ថិតក្នុងខេត្តកំពង់ឆ្នាំង។ ព្រែកទាំងបី (ព្រែកកំពង់ហ្លួង, ព្រែកជំនីក និង ព្រែកលង្វែក) ជាប្រទេសព្រែកជីកដោយមនុស្ស ប៉ុន្តែមិនមានការស្រាវជ្រាវណាមួយបង្ហាញពីអាយុកាលទេ (Nhim. 2016, p. 80)។ ចំណែកព្រែកលង្វែក ភ្ជាប់គ្នាទៅនឹងស្ទឹងក្រាំងពន្លៃ។

តំបន់លង្វែកស្ថិតជាប់នឹងទន្លេសាប និងទទួលរងឥទ្ធិពលជំនន់ទឹកភ្លៀងនៅរដូវវស្សា។ នៅរៀងរាល់រដូវវស្សាតំបន់នេះតែងទទួលទឹកភ្លៀងច្រើនផង និងទទួលទឹកដែលហូរមកពីតំបន់ផ្សេងៗនៅភាគខាងលិចផង ដូចជាទឹកហូរពីស្ទឹងក្រាំងពន្លៃ រហូតដល់ជន់លិច និងមិនអាចធ្វើកសិកម្មស្រូវ ឬ ដាំដំណាំកសិកម្មផ្សេងទៀតបានទេនៅរដូវវស្សា លើកលែងតែនៅតាមទីទួលខ្ពស់ៗ ឬ នៅជុំវិញផ្ទះប៉ុណ្ណោះ។ ស្ទឹងក្រាំងពន្លៃមានប្រភពមកពីប្រភពទឹកផ្សេងៗដែលបន្តពីប្រភពទឹកភ្នំក្រវាញ (Nhim. 2016, p. 80)។ ជាធម្មតា ទន្លេ ស្ទឹង ឬ ព្រែកដែលភ្ជាប់ទៅនឹងទន្លេសាប បាននាំយកទឹកហូរចូលក្នុងទន្លេសាប ក្នុងរដូវវស្សា។ ដូចគ្នានេះដែរ ព្រែកក្រាំងពន្លៃដែលមានបណ្តាញព្រែកផ្សេងៗទៅដល់ទន្លេសាបក៏នាំទឹកជាច្រើនចូលទន្លេសាប នៅរដូវវស្សា។ ប៉ុន្តែ មុននឹងទឹកហូរចូលក្នុងទន្លេ ទឹកបែកវាលលិចតំបន់លង្វែកភាគខាងកើត ដែលតម្រូវឲ្យមានប្រព័ន្ធព្រែកជីកដោយមនុស្សសម្រាប់រំដោះទឹកចេញ។ នៅពេលទឹកចាប់ផ្តើមស្រកចុះចាប់ពីខែវិច្ឆិកា ដោយហូរចេញពីតំបន់ខ្ពស់ចូលក្នុងព្រែក ក្នុងទន្លេ ឬហូរបែកពាសវាលពាសកាលទៅកាន់តំបន់ដែលពុំមានទឹក ឬមានកម្រិតនីវ៉ូទឹកទាប។ ស្ថានភាពដីនៅក្នុងតំបន់នេះមានសណ្ឋានខ្ពស់នៅភាគខាងជើង និងភាគខាងលិច។



រូបទី១៖ ផែនទីឃុំកំពង់ហ្លួង ស្រុកពញាឮ ខេត្តកណ្ដាល (ប្រភព៖ រដ្ឋបាលស្រុកពញាឮ)

ដោយសារតែបញ្ហាជំនន់ទឹកភ្លៀងនៅរដូវវស្សា ប្រជាពលរដ្ឋរស់នៅក្នុងតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែកមិននិយមប្រកបមុខរបរធ្វើកសិកម្មដាំស្រូវនោះទេ ដោយពួកគេនិយមប្រកបមុខរបរនេសាទត្រីនៅតាមទន្លេ ព្រៃក ឬតាមទីវាលដែលលិចទឹក។ លុះក្នុងរដូវប្រាំង ជាពិសេសចាប់ពីជាវទឹកចាប់ផ្តើមស្រកចុះ (ដើមខែវិច្ឆិកា) ប្រជាពលរដ្ឋចាប់ផ្តើមដាំស្រូវប្រាំង ឬ ស្រូវប្រដេញទឹក ដោយចាប់ផ្តើមពីការព្យួររាស់ដាស់ដី និងបូមទឹកបញ្ចូលស្រែជាដើម (រូបលេខ២, ៣ និង ៤)។

រូបទី២៖ កសិករចាប់ផ្តើមព្យួររាស់ដីនៅក្បែរមេទឹកកំពីងពួយ នៅដើមខែវិច្ឆិកា

រូបទី៣៖ កសិកររៀបចំដីស្រែមុននឹងព្រួសស្រូវប្រាំង

រូបទី៤៖ កសិករបូមទឹកបញ្ចូលស្រែដែលនៅជាប់មេទឹកកូនត្រពាំងរាំង

១.៣- គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សានេះមានគោលបំណងចម្បងគឺសិក្សា និងស្វែងយល់អំពីប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រដែលបានបន្សល់ទុកនៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក។ ជាមួយនឹងគោលបំណងខាងលើ ការសិក្សានេះ ផ្តោតទៅលើវត្ថុបំណងស្រាវជ្រាវចំនួនពីរដូចខាងក្រោម៖

១- សិក្សាបង្ហាញអំពីរចនាសម្ព័ន្ធ ទម្រង់ និងប្រភេទនៃប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណរបស់កម្ពុជា ដែលមានសេសសល់នៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក។

២- សិក្សាអំពីសក្តានុពលសម្រាប់វិស័យកសិកម្ម និងស្ថានភាពជាក់ស្តែងនៃប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណដែលមានសេសសល់នៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក។

២. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សានេះប្រើប្រាស់វិធីស្រាវជ្រាវច្រើនរួមបញ្ចូលគ្នាដែលមាន៖ (១) វិធីសិក្សានិងវិភាគតាមបែបបុរាណវត្ថុវិទ្យា ដោយចុះសិក្សាដល់ទីតាំង (archaeological investigation), (២) វិធីវិភាគទៅលើរូបភាពផ្កាយរណប (Google Map) និង រូបថតពីលើអាកាសថតដោយឧបករណ៍ដ្រូន, (៣) ការសម្ភាសចាស់ទុំក្នុងភូមិ និង (៤) ការសិក្សាទៅលើឯកសារស្រាវជ្រាវ, ឯកសារប្រវត្តិសាស្ត្រ, ពង្សាវតារ ក្នុងសម័យកាលនៃការកកើតនូវស្ថានីយ ឬទីតាំងទាំងនោះជាដើម។

២.១. ទិសាលភាពទីតាំង

ការសិក្សាលើប្រធានបទនេះផ្តោតនៅទីតាំងឃុំកំពង់ហ្លួង ស្រុកពញាឮ ខេត្តកណ្តាល នៅចន្លោះរវាងបន្ទាយលង្វែក និង ទន្លេបាសាក់។ ទីតាំងស្ថានីយស្ថិតក្នុងភូមិពាមជំនីក ភូមិពាមល្វែក និង ភូមិខ្លាត្រាំ។ ទំហំស្ថានីយដែលត្រូវសិក្សាស្រាវជ្រាវពីកើតទៅលិច គឺពីបន្ទាយលង្វែកដល់មាត់ទន្លេមានប្រវែងប្រមាណ៣គីឡូម៉ែត្រ និងពីជើងទៅត្បូង ចន្លោះពីព្រែកកំពង់ហ្លួងទៅព្រែកលង្វែក មានប្រវែងប្រមាណ៦គីឡូម៉ែត្រ។

រូបទី៥៖ រូបភាពបង្ហាញពីតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក (ប្រភព៖ Google Earth, 2010)

២.២. ការប្រមូលនិងវិភាគទិន្នន័យ

ការប្រមូលនិងវិភាគទិន្នន័យសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវនេះ ត្រូវបានធ្វើឡើងជាបីដំណាក់កាលដូចខាងក្រោម៖

- **ដំណាក់កាលទី១៖**

ការប្រមូលទិន្នន័យក្នុងដំណាក់កាលដំបូងនេះគឺធ្វើឡើងតាមរយៈការសម្ភាសដោយផ្ទាល់ជាមួយចាស់ទុំក្នុងភូមិដែលមានការយល់ដឹងច្រើនទាក់ទងនឹងរឿងប្រវត្តិសាស្ត្រ ភូមិសាស្ត្រ ឈ្មោះទីតាំង ឈ្មោះមេទឹក និងឈ្មោះព្រែក ក៏ដូចជាប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រសម័យបុរាណទាំងនេះ។ ក្នុងដំណាក់កាលនេះ យើងក៏បានសិក្សាផងដែរទៅលើឯកសារប្រវត្តិសាស្ត្រនានាទាក់ទងទៅនឹងតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក តាមដែលអាចរកបាន។ ទិន្នន័យដែលទទួលបានពីការសម្ភាសត្រូវបានថតទុកក្នុងទម្រង់ជាឯកសារសម្លេងដើម្បីធ្វើការវិភាគ និងផ្ទៀតផ្ទាត់ជាមួយទិន្នន័យផ្សេងទៀត។

- **ដំណាក់កាលទី២៖**

ការប្រមូលទិន្នន័យនៅក្នុងដំណាក់កាលទី២ ត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈការចុះអង្កេតដោយផ្ទាល់ទៅដល់ទីតាំងប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រជាក់ស្តែង (Archaeological Investigation) តាមការចង្អុលបង្ហាញរបស់ចាស់ទុំ និងអ្នកចេះដឹងទាំងឡាយនៅក្នុងតំបន់នេះ។ នៅក្នុងដំណាក់កាលនេះ យើងក៏មានការថតរូបពីទីតាំងជាក់ស្តែងដោយប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ដ្រូន (Drone) ក៏ដូចជាសិក្សា និងវិភាគទៅលើស្ថានភាពស្ថានីយ ទម្រង់ រូបរាង និងប្រភេទនៃប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រទាំងនេះ ទៅតាមស្លាកស្នាមដែលនៅសេសសល់។

- **ដំណាក់កាលទី៣៖**

ការប្រមូលទិន្នន័យដំណាក់កាលទី៣ គឺធ្វើឡើងតាមរយៈការទាញយករូបភាពពីផ្កាយរណបតាមកម្មវិធី Google Earth ដើម្បីពិនិត្យមើលដាន ក៏ដូចជាបម្រែបម្រួលរូបរាងនានានៃប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រទាំងនេះផងដែរ។ ទិន្នន័យដែលទទួលបានពីដំណាក់កាលនេះ នឹងយកមកវិភាគ ដើម្បីផ្ទៀងផ្ទាត់ជាមួយទិន្នន័យដែលមានក្នុងដំណាក់កាលទាំងពីរខាងលើ។

៣. លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

៣.១. ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក

លទ្ធផលនៃការសិក្សានេះបានបង្ហាញថា នៅតំបន់ភាគខាងកើតនៃបន្ទាយលង្វែក សម្បូរទៅដោយរចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណដែលត្រូវបានកសាង និងស្ថាបនាឡើងក្នុងសម័យណាមួយនៃអតីតកាល។ ក្នុងនោះ ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រត្រូវបានរៀបចំដោយមានប្រព័ន្ធ «មេទឹក» និង ប្រព័ន្ធសម្រាប់ចែកចាយទឹកទៅកាន់ទីជិតឆ្ងាយផងដែរ ដែលមានដូចជា «ប្រព័ន្ធព្រែក» ដែលជាស្នាដៃរបស់មនុស្ស និង ព្រែកឫអូរ ដែលជាប្រភេទកើតពីធម្មជាតិ ដូចជាព្រែកផ្តៅ, ព្រែកអន្លង់ជ្រៃ, ព្រែកត្រង់ និង ព្រែកអន្លង់តាហោជាដើម។

ក. ប្រព័ន្ធព្រែក

ការសិក្សានេះ បានបង្ហាញថា នៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក ក៏មានប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រទាក់ទងនឹងព្រែកនេះដូចគ្នា។ តាមរយៈការស្រាវជ្រាវ ព្រែកនៅក្នុងតំបន់ខាងកើតបន្ទាយលង្វែកនេះចែកចេញជាពីរប្រភេទគឺ ព្រែកជីក (ព្រែកមនុស្សជីក) និងព្រែកធម្មជាតិ។ ព្រែកទាំងនោះមានតួនាទីពីរយ៉ាងគឺ រម្លស់ទឹកចេញនៅរដូវវស្សា និងស្តុកទឹកទុកប្រើប្រាស់នៅរដូវប្រាំង។ ដោយឡែកពាក្យព្រែកនេះ នៅតំបន់ខ្លះ គេប្រើពាក្យ «ជំនីក» ជំនួសឱ្យពាក្យ «ព្រែក» ដូចជានៅភូមិពាមជំនីក ឃុំកំពង់ហ្លួង ស្រុកពញាឮ ខេត្តកណ្តាល អ្នកស្រុកហៅព្រែកថាជា «ពាមជំនីក» វិញ។ តាមរយៈការផ្ទៀងផ្ទាត់ទិន្នន័យពីចាស់ទុំក្នុងភូមិ ក៏ដូចជាសិក្សា និងវិភាគទៅលើដានប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រដែលមាននៅក្នុងផែនទី Google Earth យើងអាចកំណត់បានថា នៅតំបន់ភាគខាងកើតនៃបន្ទាយលង្វែកមានព្រែកជីក (ព្រែកមនុស្សជីក) ចំនួន៣ខ្សែគឺ (១) ព្រែកកំពង់ហ្លួង, (២) ព្រែកជំនីក (ពាមជំនីក), និង (៣) ព្រែកល្វែក។ ចំណែកព្រែកធម្មជាតិមានប្រភពពីព្រែកតែមួយ ប៉ុន្តែអ្នកស្រុកហៅឈ្មោះព្រែកខុសៗគ្នា នៅចំណុចទីតាំងភូមិសាស្ត្រខុសគ្នា ឧទាហរណ៍ ព្រែកផ្តៅ, ព្រែកអន្លង់ជ្រៃ, ព្រែកត្រង់ និង ព្រែកអន្លង់តាហោ។

រូបទី៦៖ រូបភាពលើអាកាសបង្ហាញពីព្រែកធម្មជាតិ (ព្រែកផ្តៅ, ព្រែកតាហោ និង ព្រែកត្រង់) (ប្រភព៖ Google Map 2021)

១ ព្រែកកំពង់ហ្លួង

មានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិពោធិតូច ឃុំកំពង់ហ្លួង និងមានប្រវែងប្រហែល៣០០ម៉ែត្រ គិតត្រឹមពីមាត់ទន្លេមកដល់ផ្លូវជាតិលេខ៥។ បច្ចុប្បន្ន ព្រែកកំពង់ហ្លួងលែងមានទឹកហូរចេញចូល ឬជាទីស្តុកទឹកបានទៀតហើយ ព្រោះព្រែកនេះ ត្រូវកកស្ទះដោយសារមានសំណង់លំនៅដ្ឋានហូរហែ នៅតាមមាត់ព្រែក (រូបទី៥)។ នៅភាគខាងលិចនៃព្រែកត្រូវបិទ ដោយសារផ្លូវជាតិលេខ៥ ត្រង់ផ្លូវកោងដែលមានសំណង់បុស្បុកតម្កល់បដិមាព្រះអង្គឌួងទ្រង់គង់លើសេះ។ បើតាមការឱ្យដឹងពីចាស់ទុំ និងអាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន ព្រែកនេះ ជាប្រភេទព្រែកជីកដោយដៃផ្ទាល់ ដែលកាលនោះជីកនាំសាង

សង់ដោយព្រះបាទអង្គឌួង។ ជាក់ស្តែង នៅត្រង់ចំណុចនេះ យើងពុំមានឯកសារស្រាវជ្រាវណាសម្រាប់ធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់ទៅលើអំណះអំណាងទាំងនេះនៅឡើយទេ។ បើតាមការសិក្សារបស់ Nhim (2016) ដែលបានបង្ហាញនូវប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅតំបន់លង្វែកនេះ ក៏ប៉ុន្តែការសិក្សានេះពុំបានធ្វើការគូសបញ្ជាក់អំពីភស្តុតាងបែបវិទ្យាសាស្ត្រណាអំពីអំណះអំណាងខាងលើនោះដែរ។

រូបទី៦៖ រូបភាពព្រែកកំពង់ហ្លួង តាមរយៈផែនទី Google Earth នៅឆ្នាំ២០១៥

បើតាមពង្សាវតារនេះ ប្រហែលជាមានព្រែកដែលជីករួចស្រាប់ ឬ ត្រូវបានជីកក្នុងរាជព្រះអង្គឌួង ទើបព្រះអង្គព្រះរាជបំរាមឱ្យជួយថែរក្សាព្រែក។ ព្រែកដែលរៀបរាប់ក្នុងពង្សាវតារនេះ ប្រហែលជាព្រែកកំពង់ហ្លួង។ បច្ចុប្បន្ននេះព្រែកកំពង់ហ្លួងនៅរក្សារូបរាងត្រឹមប្រវែង ៣០០ម៉ែត្រ ពីទន្លេ។ ដូច្នេះហើយ យើងមិនអាចដឹងថា ចុងព្រែកកំពង់ហ្លួងចប់នៅត្រឹមណា និង តើព្រែកនេះត្រូវគេលប់ផ្នែកដែលបាត់នៅពេលណា? ពាក់ព័ន្ធនឹងប្រវត្តិព្រែកកំពង់ហ្លួងនេះដែរ បើយោងតាមព្រះរាជពង្សាវតារឧកញ៉ា វាំង ជួន «នៅគ្រិស្តសករាជ ១៨៤៧, ព្រះបាទអង្គឌួង ក្នុងព្រះជន្ម៥២ឆ្នាំ បន្ទាប់ពីភិសេកសោយរាជសម្បត្តិ ព្រះអង្គ បានដាក់ព្រះរាជបម្រាម ដោយហាមនាម៉ឺនសព្វមុខមន្ត្រីធំតូចទាំងពួងកុំឲ្យសេពសុរា ចំណែកបណ្តារាស្ត្រនៅខែត្រក្រៅទាំងប៉ុន្មានទ្រង់ដាក់ព្រះរាជបម្រាមមិនឲ្យបោះធ្នស់ទោះត្រី រាំងព្រែកបិតជិត។ ឲ្យធ្វើតែសង្វាងទុកផ្លូវកណ្តាល ដើម្បីឲ្យជារាចេញចូលនឹងមច្ឆជាតិហែលចេញចូលដោយស្រួល បើរាស្ត្រណាមិនស្តាប់តាមព្រះរាជបម្រាមនេះទេនឹងយកទោសជាទម្ងន់» (វាំង, ១៩៣៣, ទំ. ៨២៥-៨២៦)។

១ ព្រែកជំនីក (ពាមជំនីក)

ចំណែកព្រែកជំនីក (អ្នកស្រុកនៅក្នុងតំបន់ហៅពាមជំនីក ដោយសារពាក្យ «ព្រែក» និង «ពាម» ត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងន័យតែមួយ) ស្ថិតក្នុងភូមិពាមជំនីក ឃុំកំពង់ហ្លួង មានប្រវែងប្រមាណ១៦០០ម៉ែត្រ ជាព្រែកដែលមនុស្សជីកនៅសម័យណាមួយដែលការសិក្សាស្រាវជ្រាវកន្លងមកមិនទាន់បានបង្ហាញពីអាយុកាលនៅឡើយទេ។ ព្រែកនេះត្រូវ

បានជីកភ្ជាប់នឹងទន្លេសាប ដើម្បីទឹកអាចហូរចេញចូលបាន ដោយចុងព្រែកម្ខាងទៀតបានតភ្ជាប់ទៅនឹងព្រែកធម្មជាតិផ្សេងទៀត ដើម្បីបន្តបង្ហូរទឹកចូលក្នុងព្រែកធម្មជាតិ។

➲ ព្រែកល្វែក (ពាមល្វែក)

ព្រែកល្វែក (ព្រែកលង្វែក) ស្ថិតក្នុងភូមិល្វែក ឃុំកំពង់ហ្លួង មានប្រវែងប្រមាណ៥០០ម៉ែត្រ។ ព្រែកល្វែកក៏ដូចព្រែកជំនីកដែរជាព្រែកដែលមនុស្សជីកនៅសម័យណាមួយដែលការសិក្សាស្រាវជ្រាវកន្លងមកមិនទាន់បានបង្ហាញពីអាយុកាលនៅឡើយ។ ព្រែកទាំងពីរត្រូវបានជីកភ្ជាប់នឹងទន្លេសាប ទឹកអាចហូរចេញចូលបាន។ ចុងព្រែកទាំងពីរតភ្ជាប់ទៅនឹងព្រែកធម្មជាតិផ្សេងៗទៀត។

ក្រៅពីប្រព័ន្ធព្រែកជីកទាំង៣ខាងលើ តំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក ក៏មានប្រព័ន្ធព្រែកធម្មជាតិមួយចំនួនផងដែរដូចជា ព្រែកតាហោ, ព្រែកត្រង់ និងព្រែកផ្តៅជាដើម។ ព្រែកធម្មជាតិទាំងបីនេះ ហូរបត់បែន កោងចុះឡើង ទៅតាមភូមិសាស្ត្រ នៃតំបន់ និងតភ្ជាប់គ្នា ព្រមទាំងមានប្រភពតែមួយគឺ «ព្រែកក្រាំងពន្លៃ[1]» ក្នុងខេត្តកំពង់ស្ពឺ។ ជាក់ស្តែងយើងពុំបានសិក្សាលម្អិតអំពីប្រវែងនៃព្រែកធម្មជាតិនីមួយៗនោះទេ។

រូបទី៧៖ រូបភាពព្រែកជំនីក ឬ ពាមជំនីក (ប្រភព៖ Google Earth,

រូបទី៨៖ រូបភាពពីលើអាកាសព្រែក

រូបទី៩៖ រូបភាពព្រែកតាហោ, ព្រែកត្រង់ និង ព្រែកផ្តៅ (ប្រភព៖ Google Earth, 2019)

---

[1] ព្រែកក្រាំងពន្លៃហូរចេញពីខេត្តកំពង់ស្ពឺឆ្លងកាត់ផ្លូវជាតិលេខ៥ ចូលមកភ្ជាប់ព្រែកផ្តៅ ហើយបែងចែកទឹកទៅតាមព្រែកនានានៅក្នុងតំបន់នេះ។

ខ. ប្រព័ន្ធមេទឹក

ក្រៅពីប្រព័ន្ធព្រែកដែលមាននៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក នៅមានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជារាសាស្ត្រមួយប្រភេទទៀតដែលមនុស្សបានសាងសង់ឡើងដើម្បីរក្សាទឹកទុកប្រើប្រាស់ នោះគឺប្រព័ន្ធមេទឹក។ អ្នកស្រុកហៅថា «មេទឹក» ដោយសំដៅលើសំណង់ទំនប់មានរាង ២ជ្រុង ឬ ៣ជ្រុង សង់ឡើងឬលើកភ្ជាប់គ្នានៅចំណុចណាមួយ ដើម្បីឱ្យទឹកដក់នៅត្រង់ចំណុចភ្ជាប់គ្នានោះ។ លោក ញឹម សុជារិទ្ធ បានកំណត់ប្រើឈ្មោះ «មេទឹក» ឬ «មេទំនប់» សំដៅដល់រចនាសម្ព័ន្ធដែលសាងសង់ឡើងដើម្បីស្តុកទឹកទុកប្រើប្រាស់ ដោយសារពាក្យនេះជាពាក្យដែលអ្នកស្រុកនៅតំបន់លង្វែកប្រើប្រាស់ (Nhim, 2016, p. 76)។ ដើម្បីរក្សាទឹកកុំឱ្យហូរចេញពីព្រែក ឬ រក្សាទឹកសម្រាប់ប្រើប្រាស់កសិកម្មដាំណាំស្រូវប្រាំង អ្នកស្រុកនៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែកមានរបៀប និងបច្ចេកទេសរបស់ខ្លួនក្នុងការរក្សាទឹកទុក។ បច្ចេកទេសនៃការឃាត់ស្តាត់ទឹកទុកគឺការសង់សំណង់មេទឹក។

មេទឹកដែលមាននៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែកមានដូចជា៖

១- **មេទឹកអង្គុំក្រោម ឬ មេទឹកអន្លង់ជំរី៖** មានទំនប់ពីរគឺខាងកើតមានប្រវែង១៥០ម៉ែត្រ និងទំនប់ខាងត្បូងដែលត្រូវបានគេសាងសង់ឡើងមានរាងកោងដូចដងធ្នូ មានប្រវែង៥០០ម៉ែត្រ។

២- **មេទឹកអង្គុំលើ៖** មានទម្រង់ជាទំនប់ទឹកដែលមានមុខទំនប់ចំនួនពីរគឺ ទំនប់ខាងលិចមានប្រវែង៣០០ម៉ែត្រ និងទំនប់ខាងត្បូងមានប្រវែង៤០០ម៉ែត្រ។

៣- **មេទឹកត្រពាំងរាំង៖** មេទឹកនេះមានទំនប់តែមួយជ្រុងទេ គឺជ្រុងខាងលិច ស្របនឹងទន្លេសាបតែម្តង។ ទំនប់នេះចាប់ពីព្រែកតោហោលាតសន្ធឹងរហូតទល់នឹងពាមជំនីក ដែលមានប្រវែង២០០០ម៉ែត្រ។

៤- **កូនមេទឹកត្រពាំងរាំង៖** សាងសង់ឡើងដោយមានទំនប់ខាងកើតប្រវែង១៣៥ម៉ែត្រ និងទំនប់ខាងត្បូងប្រវែង១៨៨ម៉ែត្រ គឺមកទល់នឹងព្រែកត្រង់។

៥- **មេទឹកកំពីងពួយ៖** មានទំនប់ខាងត្បូងជាប់ពីផ្លូវមាត់ទន្លេ មកទល់គ្នានឹងទំនប់ខាងលិច។ ទឹកអាចទប់ស្តាត់ដក់នៅជ្រុងខាងត្បូងឆៀងខាងលិច។ ទំនប់ខាងត្បូងមានប្រវែង៥០០ម៉ែត្រ និងទំនប់ខាងលិចប្រវែង៦៥០ម៉ែត្រ។ មេទឹកនេះចាត់ទុកថាជាមេទឹកធំមួយដែរក្នុងតំបន់លង្វែកនេះ។

៦- **មេទឹកបឹងចក៖** មានទំនប់នៅខាងកើតប្រវែង៤៤០ម៉ែត្រ និងទំនប់ខាងត្បូងប្រវែង៤០០ម៉ែត្រ។ មេទឹកនេះនៅជាប់ព្រែកលង្វែកភាគខាងត្បូង, ចម្ងាយប្រមាណ៣០០ម៉ែត្រពីបន្ទាយលង្វែកភាគខាងកើត។

៧- **មេទឹកទួលបាយក្អែក៖** ជាមេទឹកធំមួយដែរ ដែលមានទំនប់វែងនៅភាគខាងត្បូង និងរាងបត់បែនច្រើនគន្លាក់។ មេទឹកនេះមានទំនប់បីជ្រុង គ្រាន់តែជ្រុងខាងកើត និងខាងលិចមានប្រវែងខ្លីៗ មិនវែងដូចទំនប់ខាងត្បូង។ ទំនប់ខាងត្បូងប្រវែង៩៧០ម៉ែត្រ និងទំនប់ខាងកើតមានប្រវែង២៥០ម៉ែត្រ និងទំនប់គន្លាក់ខាងកើតប្រវែង១៨០ម៉ែត្រ និងទំនប់ខាងលិចប្រវែង១៥០ម៉ែត្រ។ បច្ចុប្បន្នទំនប់នេះលែងឃើញមានទៀតហើយ។

៨- **មេទឹកទទឹងថ្ងៃ៖** ស្ថិតក្នុងបន្ទាយលង្វែកដែលទំនប់ខាងត្បូងនៃមេទឹកស្ថិតក្នុងបរិវេណបន្ទាយលង្វែក ផ្នែកខាងកើត ចំណែកមានទំនប់ខាងកើតនៃមេទឹកស្ថិតនៅចំកំពែងទំនប់នៃបន្ទាយតែម្តង។ ទំនប់ខាងកើតប្រវែង៧០០ម៉ែត្រ និងទំនប់ខាងត្បូងប្រវែង៧៦០ម៉ែត្រ រាងបត់បែនចុះឡើង មិនត្រង់ដូចទំនប់ខាងកើតទេ។

៩-**មេទឹកទំនប់គ្រូ៖** ស្ថិតនៅភាគខាងជើងព្រែកលង្វែក ស្ថិតក្នុងខេត្តកំពង់ឆ្នាំង។ មេទឹកនេះមានទំនប់សង់នៅខាងត្បូងប្រវែង៦៦៥ម៉ែត្រ និងទំនប់ខាងលិចប្រវែង៣០០ម៉ែត្រ។

រូបទី១០៖ រូបភាពមេទឹកផ្សេងៗនៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក

រូបទី១១៖ រូបភាពមេទឹកអង្គលើ និង មេទឹកអង្គក្រោមឬមេទឹក

រូបទី១២៖ រូបភាពមេទឹកកំពីងពួយ

រូបទី១៣៖ រូបភាពមេទឹកត្រពាំងរាំង

រូបទី១៤៖ រូបភាពមេទឹកទួលបាយក្អែក

រូបទី១៥៖ រូបភាពមេទឹក និង វាលស្រែដែលប្រើទឹកពីមេទឹក

រូបទី១៦៖ រូបភាពទំនប់ខាងលិចនៃមេទឹកត្រពាំង

រូបទី១៧៖ រូបភាពទំនប់ខាងត្បូងនៃមេទឹកអង្គុំលើ

៣.២. ស្ថានភាពប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រ

លទ្ធផលចេញពីការចុះទៅដល់ទីតាំងព្រែក និងមេទឹកនៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក យើងសង្កេតឃើញថា ព្រែក និងមេទឹកជាច្រើននៅតំបន់នោះ នៅអាចបន្តការប្រើប្រាស់បានដល់បច្ចុប្បន្ន បើទោះបីជាទំហំនៃការស្តុកទឹកទុកប្រើប្រាស់មានការប្រែប្រួលច្រើនក៏ដោយ។ ព្រែកមួយចំនួនដូចជាព្រែកជំនីក និង ព្រែកល្វែកត្រូវបានស្តារបន្ថែម និងកសាងទ្វារទឹកសម្រាប់បើកទឹកចូលព្រែក និងបង្ខាំងទឹកមិនឲ្យហូរចេញពីព្រែក។ ព្រែកទាំងពីរនេះនៅរក្សាតួនាទីផ្គត់ផ្គង់ទឹកសម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋនៅតំបន់បានជាប្រចាំ។ ទោះយ៉ាងណា ព្រែកកំពង់ហ្លួង ត្រូវកកស្ទះ និងប្រើប្រាស់លែងកើតតទៅទៀតហើយ ដោយសារមានសំណង់លំនៅដ្ឋាននៅតាមមាត់ព្រែក និងសំណង់ផ្លូវជាតិលេខ៥សង់កាត់ព្រែកនេះ។ ចំណែកប្រព័ន្ធមេទឹកនៅមានច្រើននៅឡើយដែរ លើកលែងមេទឹកទួលបាយក្អែកដែលបានបាត់រូបរាងទាំងស្រុង ដោយសារគម្រោងអភិវឌ្ឍរបស់ក្រុមហ៊ុនឯកជនបានឈូសពង្រាប ចាក់ដីបំពេញ ព្រមទាំងកសាងផ្លូវកាត់មេទឹកទួលមួយនេះ។ ក្នុងកិច្ចការអភិរក្ស និង អភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅភាគខាងកើតនៃបន្ទាយលង្វែកក្នុងភូមិពាមជំនីក ឃុំកំពង់ហ្លួង ស្រុកពញាឮ ខេត្តកណ្តាល លោកជំទាវឧកញ៉ាកិត្តិបណ្ឌិត សៀង ចាន់ហេង អគ្គនាយិកាក្រុមហ៊ុនហេងអភិវឌ្ឍន៍ បាននឹងកំពុងស្តារប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រទាំងនេះ រាប់តាំងពីការស្តារព្រែកតាហោ ព្រែកត្រង់ មេទឹកអង្គំលើ និង មេទឹកកូនត្រពាំងរាំង សម្រាប់បង្កើនបរិមាណទឹកឱ្យមានក្នុងប្រព័ន្ធទាំងនេះ ជាប្រយោជន៍ដល់កសិករក្នុងភូមិធ្វើស្រែប្រាំងមានទឹកគ្រប់គ្រាន់។

បើទោះបីជាតំបន់ខាងកើតបន្ទាយលង្វែកមានប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រច្រើនខ្សែ និងច្រើនទីតាំងយ៉ាងណាក្តី ប៉ុន្តែការផ្គត់ផ្គង់ទឹកសម្រាប់ការធ្វើស្រែប្រាំង ពុំទាន់អាចគ្របដណ្តប់លើផ្ទៃដីដាំដុះបានទាំងស្រុងនៅឡើយទេ ដោយសារមានតែផ្ទៃដីដាំដុះដែលនៅតំបន់ក្បែរព្រែក មេទឹក ឬទំនប់ទឹក ដែលទទួលបានបរិមាណទឹកគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ដំណាំស្រូវ។ ម្យ៉ាងទៀត ក្រៅពីកំពុងទទួលរងការគម្រាមកំហែងពីកត្តាធម្មជាតិ និងកត្តាមនុស្ស ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅតំបន់នេះ ពុំទាន់អាចទាញយកសក្តានុពលឱ្យបានពេញលេញក្នុងរូបភាពពហុបំណងនៅឡើយទេ ដែលជាក់ស្តែងប្រព័ន្ធព្រែក និងមេទឹកមួយចំនួននៅក្នុងតំបន់នេះ អាចកែច្នៃ និងអភិវឌ្ឍបន្ថែមដើម្បីបម្រើឱ្យសក្តានុពលទេសចរណ៍ និងសេដ្ឋកិច្ចសហគមន៍ដោយផ្ទាល់បាន។

ក្រៅពីអត្ថប្រយោជន៍ក្នុងគោលបំណងចម្បងសម្រាប់បង្ហូរ និងបង្ខាំងទឹកទុកប្រើប្រាស់ដើម្បីធ្វើស្រែប្រាំងហើយ គេសង្កេតឃើញថា វត្តមានប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រទាំងនេះ ក៏បានផ្តល់ជាជម្រកដល់មច្ឆជាតិទាំងឡាយដែលផ្តល់ជាអាហារសម្រាប់ប្រជាកសិករនៅទីនោះផងដែរ។ ជាងនេះទៀត វាក៏បានផ្តល់ជាប្រភពអាហារដល់សត្វស្លាប ក៏ដូចជាទីជម្រកសម្រាប់បក្សាបក្សីនានាទៀតផង។

៤. ការពិភាក្សា

ដូចបានបង្ហាញនៅក្នុងលទ្ធផលខាងលើ តំបន់ភាគខាងកើតនៃបន្ទាយលង្វែកមានរចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណ ដែលជាប្រព័ន្ធ «មេទឹក» និង ប្រព័ន្ធសម្រាប់ចែកចាយទឹកទៅកាន់ទីជិតឆ្ងាយ ហើយប្រព័ន្ធព្រែកនេះក៏មានពីរប្រភេទគឺ ប្រភេទកើតឡើងដោយធម្មជាតិ និងកើតឡើងពីការជីករបស់មនុស្ស។ ការស្រាវជ្រាវរបស់ Nhim (2016) ក៏បានរកឃើញមាន ប្រព័ន្ធព្រែកច្រើនប្រើនៅភាគខាងត្បូងនៃប្រទេសកម្ពុជា ពិសេសក្នុងខេត្តកណ្តាល ដែលមានរហូត

ដល់ជាង៦០ខ្សែ ក៏ប៉ុន្តែ ការសិក្សានេះពុំបានសិក្សាលម្អិតដោយផ្ទៀតផ្ទាត់តាមរយៈការធ្វើកំណាយ ដើម្បីបង្ហាញអំពីរូបរាងជាក់លាក់នៅសម័យកាលជីកព្រែកទាំងនុះ ព្រមទាំងអាយុកាលនៃព្រែកផងដែរ។ បន្ថែមពីលើនេះ ការហៅឈ្មោះព្រែកដែលកើតឡើងដោយស្នាដៃមនុស្សថាជា «ជំនីក» ក៏មានការខុសគ្នាផងដែរ ដែលការនេះ ប្រហែលតាមការនិយមរបស់ប្រជាពលរដ្ឋតាមតំបន់។ ដោយសារការសិក្សាអំពីប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជានៅមានកម្រិត យើងពុំមានឯកសារ ឬទិន្នន័យសព្វគ្រប់ពាក់ព័ន្ធនឹងការហៅឈ្មោះប្រព័ន្ធព្រែកដែលកើតឡើងពីស្នាដៃរបស់មនុស្សនេះថាជា «ជំនីក» មានសុគតភាពប៉ុណ្ណា ឬមានភាពខុសប្លែកគ្នាបែបណាទៅតាមតំបន់ផ្សេងៗនោះដែរ។ ក៏ប៉ុន្តែ បើតាមលទ្ធផលរបស់ Nhim (2016) ដែលបានបង្ហាញពីព្រែកជីកចំនួនលើសពី៦០ខ្សែក្នុងខេត្តកណ្តាល គេសង្កេតឃើញថាប្រជាពលរដ្ឋនៅក្នុងតំបន់នោះ នៅនិយមហៅថា «ព្រែក» ជាជាងពាក្យ «ជំនីក»។

យើងសង្កេតឃើញថា ការសាងសង់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាពីសម័យបុរាណមានរូបសណ្ឋានខុសគ្នាខ្លះ និងដូចគ្នាខ្លះអាស្រ័យលើស្ថានភាពតំបន់ ដោយឡែកគោលបំណងទៀតសោធ ក៏ពុំមានខុសគ្នាខ្លាំងនោះដែរ។ ជាក់ស្តែង នៅតំបន់ឬស្ថានីយសម័យមុនអង្គរ មានការជីកត្រពាំងជាច្រើនសម្រាប់រក្សាទឹកប្រើប្រាស់ ហើយក៏មានកសាងប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រដោយជីកព្រែកសម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ទឹកពីតំបន់មួយទៅតំបន់មួយទៀត (Heng & Lavy, 2018)។ លទ្ធផលនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវថ្មីៗនៅតំបន់សម្បូរព្រៃគុកដែលជារាជធានីឦសានបុរីក្នុងសម័យមុនអង្គរ បានរកឃើញត្រពាំងចំនួនជាង១៥០០សម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងរាជធានី (Heng & Lavy, 2018) ទោះជាយ៉ាងណាប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅសម្បូរព្រៃគុកមិនដូចគ្នាទាំងស្រុងនៅតំបន់លង្វែកនោះទេ។

ដោយឡែក ការសាងសង់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅក្នុងតំបន់អង្គរវិញ មានលក្ខណៈពហុបំណង ដោយលើសពីការប្រើប្រាស់សម្រាប់វិស័យកសិកម្ម បើធៀបជាមួយនឹងតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក។ ជាក់ស្តែង ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រធំៗនៅតំបន់អង្គរ ភាគច្រើនមានទំនាក់ទំនងជាមួយសំណង់ប្រាសាទ (Heng, 2012)។ តាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបស់ Fetcher et, al. (2008) បច្ចេកទេសស្ថាបនាប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅតំបន់អង្គរមានបច្ចេកទេសខ្ពស់ក្នុងការជីកព្រែកទាញយកទឹកបញ្ចូលក្នុងបារាយណ៍ និង ព្រែកផ្សេងទៀតសម្រាប់បង្ហូរទឹកចេញពីបារាយណ៍។ ជាមួយគ្នានេះ ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនៅភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក ទាំងប្រព័ន្ធព្រែកក្តី និង ប្រព័ន្ធមេទឹកក្តីមានលក្ខណៈ និងទម្រង់ប្រហាក់ប្រហែលគ្នានឹងប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រក្នុងតំបន់ដែលមានភូមិសាស្ត្រស្រដៀងគ្នា ឧទាហរណ៍ប្រព័ន្ធមេទឹកលើកជាទំនប់រក្សាទឹកក៏មានប្រើនៅតំបន់ស្រីសន្ធរ ខេត្តកំពង់ចាមដែរ ដោយឡែកប្រព័ន្ធព្រែក ក៏មានទម្រង់ប្រហាក់ប្រហែលនឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធព្រែកនៅតំបន់ភាគខាងត្បូង (ស្រុកស្អាង និងកោះធំ ខេត្តកណ្តាល)។

ដោយសារមានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្រទាំងនេះ ធ្វើឱ្យបរិមាណទឹកកសិកម្មមានគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ការដាំដុះស្រូវប្រាំងនៅតំបន់ក្បែរនោះ ដោយប្រជាកសិករអាចទទួលផលបានចាប់ពី៥តោន ទៅ៨តោនក្នុងមួយហិកតា។ ជាក់ស្តែង ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្រទាំងនេះ ពុំអាចជួយប្រជាកសិករបានច្រើននោះទេក្នុងរដូវវស្សា ដោយនៅរដូវវស្សាទឹកបានជន់លិចស្រែទាំងអស់ ដូចនេះប្រជាពលរដ្ឋនិយមធ្វើស្រូវប្រាំង ឬស្រូវប្រដេញទឹកជំនួសវិញ។ ទោះជាយ៉ាងនេះក្តី ប្រព័ន្ធនេះអាចប្រើបាននៅតំបន់ណាដែលមានជម្រាល មិនអាចរក្សាទឹកសម្រាប់ធ្វើស្រែប្រាំងបាន ប៉ុន្តែ លទ្ធភាពក្នុងការស្តុកទឹកក៏ពុំបានច្រើនខ្លាំងនោះទេ។ ក្នុងករណីចំនួនប្រជាជនមានការកើនឡើង តម្រូវការវាលស្រែសម្រាប់ដាំដុះស្រូវប្រាំងកើនឡើង នោះទឹកដែលរក្សាទុកក្នុងមេទឹក ឬព្រែក នឹងមានចំនួនមិនមានគ្រប់គ្រាន់ឡើយ

សម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ការដាំដុះរបស់ប្រជាកសិករ។ កត្តានេះ ទាមទារឱ្យមានយន្តការ ឬដំណោះស្រាយសមស្របក្នុងការបង្កើនបរិមាណទឹកឱ្យបានច្រើន និងគ្រប់គ្រាន់ តាមរយៈការស្តារមេទឹក និងព្រែកឱ្យបានធំ និងជម្រៅជ្រៅជាងមុន។

តាមរយៈការស្រាវជ្រាវនេះ យើងពុំទាន់អាចកំណត់បាននូវកាលបរិច្ឆេទជាក់លាក់នៃការសាងសង់រចនាសម្ព័ន្ធជាពសាស្ត្រទាំងនេះឱ្យបានច្បាស់លាស់នៅឡើយទេ ដោយសារបច្ចេកទេសក្នុងការកំណត់កាលបរិច្ឆេទទាមទារឱ្យមានការធ្វើកំណាយ និងសិក្សាវិភាគឱ្យបានស៊ីជម្រៅតាមបែបបុរាណវត្ថុវិទ្យា។ ផ្អែកទៅលើប្រវត្តិសាស្ត្រនៃប្រទេសកម្ពុជា តំបន់នេះធ្លាប់ជារាជធានីចាស់នៅសម័យលង្វែក ដូចនេះ ប្រព័ន្ធជាពសាស្ត្រ និងទីតាំងភូមិសាស្ត្រមួយចំនួននៅភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែក មានលក្ខណៈទេសភាពវប្បធម៌បុរាណមួយដែលបន្តមាននៅឡើយ។ បើទោះបីជា ការសិក្សាស្រាវជ្រាវមិនទាន់អាចកំណត់បានពីអាយុកាលនៃការសាងសង់មេទឹក ឬ អាយុកាលព្រែកដែលបានជីកក្តី យ៉ាងហោចណាស់ វាជាភស្តុតាងដែលបានបន្សល់ពីអតីតកាល ទុកឱ្យប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជាដែលនឹងបន្តរស់ជាមួយវា។ ប្រព័ន្ធជាពសាស្ត្រនៅក្នុងក្នុងតំបន់នេះ អាចចាត់ទុកថាជាមរតកទេសភាពវប្បធម៌ ហើយមរតកនេះក៏បានធ្វើឱ្យប្រជាពលរដ្ឋនៅបន្តមុខរបរកសិកម្មបែបប្រពៃណីក្នុងភូមិស្រុករបស់ខ្លួនបាន។

៥. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

៥.១. ការសន្និដ្ឋាន

ជាមួយនឹងរបកគំហើញខាងលើ យើងសង្កេតឃើញថា ការជ្រើសរើសទីតាំងរាជធានីរបស់ព្រះរាជាជំនាន់មុនៗ តែងតែគិតគូរយ៉ាងល្អិតល្អន់អំពីផ្លូវទឹក និងប្រព័ន្ធជាពសាស្ត្រសម្រាប់បម្រើឱ្យវិស័យកសិកម្ម។ ក្រៅពីការជ្រើសរើសទីតាំងរាជធានីដែលមានរចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវទឹកធម្មជាតិដែលមានស្រាប់ហើយ ព្រះរាជាជំនាន់នោះ ក៏មិនភ្លេចពីការស្ថាបនាបន្ថែមនូវប្រព័ន្ធជាពសាស្ត្រ ដែលជាអត្ថប្រយោជន៍សម្រាប់ការដាំដុះផលដំណាំកសិកម្មគ្រប់ប្រភេទនោះដែរ។ បន្ទាយលង្វែកគឺជាអតីតរាជធានីរបស់កម្ពុជាក្នុងសតវត្សទី១៦ ហើយបើផ្អែកលើតឹកតាងដែលនៅសេសសល់ យើងអាចកំណត់បានថា ព្រះរាជាជំនាន់នេះ ក៏បានកសាង និងស្ថាបនានូវប្រព័ន្ធជាពសាស្ត្រមួយចំនួនផងដែរ នៅជុំវិញតំបន់ក្បែរបន្ទាយលង្វែក។ ការសិក្សាមួយនេះ បានបំពេញបន្ថែមទៀតនូវរបកគំហើញរបស់ Nhim (2016) ដែលបានបង្ហាញពីប្រព័ន្ធជាពសាស្ត្រមួយចំនួននៅក្នុងតំបន់នេះ។

ប្រព័ន្ធជាពសាស្ត្រនៅតំបន់ភាគខាងកើតបន្ទាយលង្វែកត្រូវបានស្ថាបនាជាទម្រង់តូចៗ ច្រើនកន្លែងសម្រាប់បម្រើដល់សហគមន៍តូចៗ ហើយការប្រើប្រាស់បានតែក្នុងរដូវប្រាំងប៉ុណ្ណោះសម្រាប់ការដាំដុះស្រូវប្រាំង និងស្រូវប្រដេញទឹក។ ទំហំមេទឹកនីមួយៗមិនអាចរក្សាបរិមាណទឹកបានច្រើននោះទេ ដូច្នេះតម្រូវឱ្យគេស្ថាបនាប្រព័ន្ធមេទឹកច្រើនបន្ថែមទៀត។ ក្រៅពីទំហំតូចៗស្រាប់ ប្រព័ន្ធព្រែក និងមេទឹកមួយចំនួនក៏កំពុងប្រឈមមុខនឹងការបាត់បង់ ខូចរូបរាង ឬបាត់បង់នូវសមត្ថភាពក្នុងការរក្សាទឹកទុកឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់ ដែលបណ្តាលមកពីកត្តាធម្មជាតិ និងកត្តាមនុស្សផងដែរ។ ដោយសារពុំទទួលបានការយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការស្តារ ឬអភិវឌ្ឍបន្ថែមទៅលើហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដែលមានស្រាប់នេះ ព្រែក និងមេទឹកទាំងនេះមានជម្រៅកាន់តែរាក់ ដែលធ្វើឱ្យសមត្ថភាពស្តុកទឹកថយចុះ។

របកគំហើញខាងលើក៏បានបង្ហាញពីទិដ្ឋភាពបែបប្រពៃណីនិងវប្បធម៌នៃការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធជាពសាស្ត្រក្នុងជីវភាពរស់នៅ ក៏ដូចជាការដាំដុះផលដំណាំផ្សេងៗ ដែលនៅបន្តតាំងពីសម័យកសាងរាជធានីនៅតំបន់នោះផងដែរ។

សកម្មភាពដាំស្រូវដោយប្រើប្រាស់ទឹកស្តុកក្នុងមេទឹក និង ព្រែកគឺជាទិដ្ឋភាពវប្បធម៌នៅតែបន្តរស់រានមានជីវិត។ ម៉្យាងទៀត ភស្តុតាងនៃប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រទាំងនេះគឺជាទេសភាពវប្បធម៌ (cultural lanscape) បង្កប់នូវវប្បធម៌ដោយឡែកក្នុងតំបន់។ ប្រសិនបើហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធធារាសាស្ត្រទាំងនេះត្រូវបាត់បង់ ទេសភាពវប្បធម៌ក៏បាត់បង់ រួមទាំងលក្ខណៈវប្បធម៌ក្នុងតំបន់ក៏ត្រូវបាត់បង់ផងដែរ។ ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណគួរត្រូវធ្វើការអភិរក្សជាបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌ជាតិ និងគួរថែរក្សាទុកជាកេរមរតកបន្តទៅខ្មែរជំនាន់ក្រោយៗទៀត។ បើទោះបីជាប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្របុរាណទាំងនេះ ពុំមានទម្រង់ស្រស់ឆើតឆាយដូចប្រាសាទធំល្បីៗក្នុងប្រទេសក្តី ក៏ប៉ុន្តែ វាជាចំណែកមួយនៃវប្បធម៌ខ្មែរ និងអារ្យធម៌ខ្មែរដែលនៅបន្តរស់រានមានជីវិតមកដល់សម័យបច្ចុប្បន្ន ហើយដែលយើងមិនគួរមើលរំលង។

៥.២. ដែនកំណត់និងអនុសាសន៍សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ

ដោយសារតែកង្វះខាតនៃបច្ចេកទេស និងវិធីសាស្ត្រដែលបានប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រាវជ្រាវ ការសិក្សានេះពុំទាន់អាចកំណត់ឱ្យបានច្បាស់លាស់នូវអាយុកាល និងកាលបរិច្ឆេទនៃការសាងសង់ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រមួយចំនួននៅក្នុងតំបន់នេះបាននៅឡើយ ជាពិសេសទាក់ទងនឹងព្រែកជីក និងទំនប់មេទឹកមួយចំនួន។ ផ្អែកទៅលើលទ្ធផលខាងលើ យើងនឹងធ្វើការសិក្សាបន្ថែមទៀត ដោយការធ្វើកំណាយសម្រាប់បង្ហាញអំពីទំហំជាក់លាក់នៃព្រែក និងមេទឹកដែលត្រូវបានកសាងនៅក្នុងតំបន់នោះ ព្រមទាំងសិក្សាពីស្រទាប់ដីចាក់បង្គរ និងអាយុកាលនៃការសាងសង់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទាំងនោះផងដែរ។

ឯកសារយោង

វាំង ជួន. (១៩៣៣). ព្រះរាជពង្សាវតារមហាក្សត្រខ្មែរក្រុងកម្ពុជាធិបតេយ្យ, ទំព័រ ៨២៥-២៦។

Adrienne Wilmoth Lerner, A., W., (nd). Water and Cultures in the Ancient World . Encyclopedia of Water Science. Retrieved November 08, 2022 from Encyclopedia.com: https://www.encyclopedia.com/environment/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/water-and-cultures-ancient-world.

Casson, L. (1971). Ships and Seamanship in the Ancient World. Princeton University Press, Princeton Lagacy Library, New Jersy.

Heng, Piphal. (2012). Speculation on Land Use in and around Sambor Prei Kuk." In Old Myths, New Approaches, edited by Alexandra Haendel, 180–98. Monash: Monash University Press.

Heng, Piphal., Lavy, Paul A. (2018). Pre-Angkorian Cities: Ishanapura and Mahedraparvata in Angkor: Exploring Cambodia's Sacred City, eds. Theresa McCullough, Stephen A. Murphy, Pierre Baptiste, Thierry Zéphir. Singapore: Asian Civilisations Museum.

Nhim, Sotheavin. (2016). Factors that Led to Change of the Khmer Capitals from the 15ht to 17th

Century, Sophia University, Tokyo.

Penny, Dan. (2010). The Mekong River System and the End of the Angkor Civilization: A Water Historical Perspective in A History of Water, Edited by Terje Tvedt and Richard Coopey.

Reynolds, F. E. (2020, January 15). Angkor. Encyclopedia Britannica. https://www.britannica.com/place/Angkor

Roland, Fletcher., Christophe, Pottier., Damian, Evans., Matti, Kummu. (2008). THE DEVELOPMENT OF THE WATER MANAGEMENT SYSTEM OF ANGKOR: A PROVISIONAL MODEL. *Bulletin of the Indo-Pacific Prehistory Association*.

Roland, Fletcher., Dan Penny., Damian Evans., Christophe, Pottier., Mike, Barbetti., Matti, Kummu., Terry, Lustig., & Authority for the Protection and Management of Angkor and the Region of Siem Reap (APSARA) Department of Monuments and Archaeology Team. (2008). The Water Management Network of Angkor, Cambodia.

Thiscityknow.com. (2020). From Ancient Egypt to modernity, why were cities built near rivers? Retrieved from: https://www.thiscityknows.com/why-were-cities-built-near-rivers/

បណ្ឌិត ផុន កសិកា

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖
- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖
- បណ្ឌិតបុរាណវត្ថុវិទ្យា
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់បុរាណវត្ថុវិទ្យា

ចំណង់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖
- ស្រាវជ្រាវវិស័យវប្បធម៌
- បុរាណវត្ថុវិទ្យា

ឡេង វិទូ

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖
- ក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ

សញ្ញាបត្រ៖
- បរិញ្ញាបត្រជំនាញបុរាណវិទ្យា

ចំណង់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖
- បុរាណវត្ថុវិទ្យា
- ធ្វើប្លង់ផែនទីស្ថានីយបុរាណ

តាកេត ស័កដា

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖
- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖
- បរិញ្ញាបត្រជំនាញបុរាណវិទ្យា

ចំណង់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖
- សិក្សាវិភាគកុលាលភាជន៍
- ស្រាវជ្រាវសង្គមតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ

សួ ប៊ុណ្ណារ៉ាត់

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖
- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ប្រវត្តិសាស្ត្រ

ចំណង់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖
- ស្រាវជ្រាវប្រវត្តិសាស្ត្រ

កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម
Cambodian Journal of Humanities and Social Sciences

Website: https://ihss.rac.gov.kh/ihss-journal/

ប្រាសាទដូនអនក្នុងខេត្តពោធិ៍សាត់៖ ប្រវត្តិ រចនាបថ និង រចនាសម្ព័ន្ធពាក់ព័ន្ធនឹងប្រាសាទ

សួ ប៉ុណ្ណារ៉ាត់[១], ផុន កសិកា[២], តាកេត ស័កដា[៣], យិន ពោ[៤]

[១] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ ponnarath_rac@yahoo.com
[២] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ kaseka1975@yahoo.com
[៣] វិទ្យាស្ថានវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ sakdaks9999@gmail.com
[៤] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ yinpo9999@gmail.com

បានទទួល៖ ១២ សីហា ២០២២; ទទួលបោះពុម្ព៖ ១០ វិច្ឆិកា ២០២២; បោះពុម្ព៖ ៣០ ធ្នូ ២០២២

ទំនាក់ទំនង៖ ponnarath_rac@yahoo.com

អាគតដ្ឋាន៖ សួ ប៉ុណ្ណារ៉ាត់, ផុន កសិកា, តាកេត ស័កដា, យិន ពោ. (២០២២). ប្រាសាទដូនអនក្នុងខេត្តពោធិ៍សាត់៖ ប្រវត្តិ រចនាបថ និងរចនាសម្ព័ន្ធពាក់ព័ន្ធនឹងប្រាសាទ, *កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម*, ១(២), ទំ. ២២-៥៥.

សង្ខិត្តន័យ

កម្មវត្ថុនៃការស្រាវជ្រាវនេះជាប្រាសាទវត្តដូនអនដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិប្រាសាទ ឃុំរលៀច ស្រុកបាកាន ខេត្តពោធិ៍សាត់។ ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះមានវត្ថុបំណងចំនួនពីរគឺ សិក្សាពីប្រវត្តិនិងរចនាបថរបស់ប្រាសាទដូនអន និងសិក្សាពីស្ថានភាពហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជុំវិញប្រាសាទដែលមានទំនាក់ទំនងជាមួយប្រាសាទ។ វិធីសាស្ត្រចម្រុះត្រូវបានប្រើប្រាស់ ដោយប្រើវិធីវិភាគតាមបុរាណវត្ថុវិទ្យា ការសម្ភាស ការវិភាគរូបថតបានពីផ្កាយរណប និងការសិក្សា

ទៅលើឯកសារមានស្រាប់។ លទ្ធផលស្រាវជ្រាវបានបបង្ហាញថា ការសាងសង់ប្រាសាទដូនអនយកលំនាំប្រហាក់ប្រហែលនឹងការសាងសង់ប្រាសាទបុរាណនៅតំបន់អង្គរ ដោយមានគូទឹកបីជាន់ព័ទ្ធជុំវិញ និងបារាយណ៍ទឹកផងដែរ។ ទីតាំងប្រាសាទដូនអនបច្ចុប្បន្នអាចមិនមែនជាទីតាំងដើមនៃប្រាសាទនោះទេ ប៉ុន្តែគ្រាន់តែជាគំនរបំណែកថ្មដែលគេបានប្រមូលមកដាក់គរលើគ្នា។ ផ្អែកទៅលើក្បាច់ចម្លាក់ដែលមាននៅលើសសរពេជ្រ ផ្តែរ ហោជាងចម្លាក់ចែង ស្លឹករកា មេទ្វារ បល្ល័ង្ក និងបំណែកផ្សេងៗទៀត គេអាចសន្និដ្ឋានបានថា ប្រាសាទនេះត្រូវបានសាងសង់ឡើងក្នុងសម័យអង្គរអំឡុងចន្លោះសតវត្សរ៍ទី១១ ដល់ទី១៣។ ក្បាច់ចម្លាក់របស់ប្រាសាទមានរូបសណ្ឋានដូចគ្នាទៅនឹងចម្លាក់ក្នុងរចនាបថបាយ័ន។ ទោះជាយ៉ាងនេះក្តី ការសន្និដ្ឋានឱ្យបានច្បាស់លាស់ពីរូបរាងប្រាសាទ និងពេលវេលាជាក់ស្តែង ឬរាជក្សត្រាដែលសាងសង់ប្រាសាទនេះ ពុំអាចធ្វើទៅបាន ដោយសារតួប្រាសាទទាំងមូលបានបាក់បែកខ្ទេចខ្ទី (ទំនងជាគំនរថ្ម) និងពុំឃើញមានផ្ទាំងសិលាចារឹកនៅសេសសល់ដើម្បីយកធ្វើជាសំអាងបាន។ លទ្ធផលនៃការសិក្សានេះ បានបង្ហាញថាទីតាំងវត្តប្រាសាទដូនអនគឺជាអតីតប្រាសាទមួយ ដោយសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីប្រវត្តិប្រាសាទដូនអនដែលពាក់ព័ន្ធនឹងសម័យកាលសាងសង់ប្រាសាទ, ប្រវត្តិសាស្ត្របញ្ជាក់ពីកាលវេលានៃការរុះរើប្រាសាទ, ការសាងសង់វត្ត។ ការសិក្សានេះក៏នឹងសិក្សាតាមបែបបុរាណវត្ថុវិទ្យា, ប្រវត្តិសិល្បៈ និង ការសិក្សាធ្វើផែនទីស្ថានីយ ដើម្បីបង្ហាញអំពីសំណង់អចល័តដែលជាធាតុនៃប្រាសាទ។ ការសិក្សាក៏បង្ហាញដែរថា ប្រាសាទដូនអនត្រូវបានបំផ្លាញរចនាសម្ព័ន្ធប្រាសាទទាំងស្រុង បាត់បង់បរិបទបុរាណវត្ថុវិទ្យា ដែលបង្ហាញអំពីសោភណនៃសំណង់ស្ថាបត្យកម្ម ហើយដែលការបាត់នេះនឹងមិនអាចយកអ្វីមកជំនួសបាន។ ទោះយ៉ាងនេះក្តី អ្វីដែលបន្សល់ទុកនៅប្រាសាទដូនអន ដល់បច្ចុប្បន្ន គួរត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់ថែរក្សាពីស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីបុព្វហេតុអភិរក្សបេតិកណ្ឌជាតិនៃកម្ពុជា។

ពាក្យគន្លឹះ: បុរាណវត្ថុវិទ្យា, បុរាណវត្ថុអចល័ត, វត្ថុសិល្បៈ, រចនាបថ, ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ

ABSTRACT

The object of this study is Wat Daun On temple, located in Prasat village, Romlech commune, Bakan district, Pursat province. The objectives of this study were (1) to study the age and style of the temple and (2) to identify the temple-related physical infrastructures and their present conditions. Archeological method, in-depth interview, Google image analysis and secondary document study were used. It was found that the construction of the Wat Daun On temple followed Khmer traditions with three layers of moat and a Baray were constructed around the area. The finding also revealed that the present location of temple may not be at its original site where it was constructed but rather a pile of stone collection. Based on the art and carving carved on top of temple, frontons, semi frontons, lintels, corner stones, finials, supporters, door frames, moonstones, and other stone fragments, it revealed that Daun On temple was constructed with Bayon style during Angkorean period. This research aims to identify the location was a former temple by conducting research on background of this temple related to period of temple construction, history and when the temple was demolished, and when the pagoda was built? This research also includes the archaeological investigation, arts history study, mapping to show the features which are the elements of the temple. Studies also show that Daun An temple structure was completely destroyed,

the archeological site was lost, which the aesthetics of the architecture was lost, and this loss will be irreplaceable. However, what remains of the Daun An temple to this day should be taken care of by the relevant institutions and stakeholders for the cause of preserving the national heritage of Cambodia.

KEYWORDS: Archaeology, Archaeological feature, artifacts, style, geography

១. សេចក្តីផ្តើម

នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ការសិក្សាអំពីប្រវត្តិសាស្ត្រនៅមានការខ្វះចន្លោះច្រើន ហើយប្រវត្តិសាស្ត្រប្រទេសកម្ពុជាត្រូវបានចងក្រង និងបែងចែកជាសម័យកាលផ្សេងៗ ដោយអ្នកស្រាវជ្រាវជាតិ និងអន្តរជាតិនានា ក៏ប៉ុន្តែឯកសារប្រវត្តិសាស្ត្រជាគោល ភាគច្រើនត្រូវបានស្រាវជ្រាវនិងចងក្រងដោយអ្នកស្រាវជ្រាវអន្តរជាតិ ដោយសរសេរជាភាសាខ្មែរ, បារាំង និង ភាសាអង់គ្លេស។ ការសិក្សាស្រាវជ្រាវប្រវត្តិសាស្ត្រនៅប្រទេសកម្ពុជាមានលក្ខណៈជាដុំៗ ផ្នែកៗ តាមតំបន់ និងទៅតាមគោលបំណងផ្សេងៗ ដោយមិនត្រូវបានស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងឱ្យមានលក្ខណៈជាខ្សែសង្វាក់តាមពេលវេលា ជាប្រព័ន្ធ ពីដើមសម័យកាល (សម័យបុរេប្រវត្តិសាស្ត្រ) រហូតដល់សម័យបច្ចុប្បន្ននោះទេ។ ម្យ៉ាងទៀត ឯកសារទាំងនេះ ក៏ពុំបានភ្ជាប់នូវខ្លឹមសារដែលមានទាំងទិដ្ឋភាពវប្បធម៌ អារ្យធម៌ និងសង្គមខ្មែរមកជាមួយផងទេ[1]។ ប្រវត្តិសាស្ត្រប្រទេសកម្ពុជាត្រូវបានលាតត្រដាងឡើងទៅតាមកម្រិតដែលអាចធ្វើទៅបាន ទៅតាមទិន្នន័យ ឬ ភស្តុតាងដែលរកបានជាក់ស្តែងដូចជាក្នុងសម័យបុរេប្រវត្តិសាស្ត្រនៃប្រទេសកម្ពុជា និងសម័យមុនអង្គរជាដើម ទោះបីអ្នកស្រាវជ្រាវប្រវត្តិសាស្ត្រ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធ ដូចជាអ្នកស្រាវជ្រាវបុរាណវត្ថុវិទ្យា ជាតិពន្ធុវិទ្យាក៏កំពុងសិក្សាស្រាវជ្រាវជាហូរហែរហូតមកក៏ដោយ។

វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រគឺជាវិស័យពីរដែលពិបាកក្នុងការកាត់ផ្តាច់ឱ្យចេញពីគ្នាបាន ជាពិសេសការសិក្សាអំពីវប្បធម៌របស់មនុស្សជំនាន់មុន។ ការសិក្សាអំពីប្រវត្តិសាស្ត្រ គេតែងតែរំលេចនូវទិដ្ឋភាពវប្បធម៌ អារ្យធម៌របស់មនុស្ស សង្គមមនុស្សទៅតាមសម័យកាលនានា (Pickering, 1997, p. 33)។ ដូចគ្នាដែរ បើកាលណាសិក្សាអំពីវប្បធម៌ក្នុងសម័យកាលណាមួយ ឬ ការវិវត្ត វប្បធម៌ នោះនឹងឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីប្រវត្តិសាស្ត្រ ក៏ដូចជាការវិវត្តសង្គមផងដែរ។ ការសិក្សាវប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ ត្រូវការគ្នាទៅវិញទៅមក អំពីដំណើរការ លក្ខខណ្ឌ និងមូលដ្ឋាននៃការសន្ទនាដែលអាចកើតមាននៅក្នុងបរិបទវប្បធម៌ និងជុំវិញបរិបទប្រវត្តិសាស្ត្រ។

១.១- ការស្រាវជ្រាវអំពីប្រាសាទបុរាណ

ជាចំណែកមួយនៃវប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្ររបស់ជាតិ ការសិក្សាអំពីប្រាសាទបុរាណរបស់កម្ពុជា ហាក់ពុំសូវទទួលបានការយកចិត្តទុកដាក់ខ្លាំងនោះទេក្នុងចំណោមអ្នកស្រាវជ្រាវជាតិ។ ជាក់ស្តែង ការសិក្សាពីប្រាសាទបុរាណនៅប្រទេសកម្ពុជាបានចាប់ដំណើរការតាំងពីឆ្នាំ១៨៥០ ដោយជនជាតិបារាំង លោក Henri Mouhot ដែលលោកបាន

[1] គួរបញ្ជាក់ថា ការសរសេរប្រវត្តិសាស្ត្រមានវិធី និងរបៀបច្រើន អាស្រ័យតាមគោលបំណងរបស់អ្នកប្រវត្តិវិទ្យា ដោយអ្នកខ្លះសរសេររៀបរាប់ពីលំដាប់ព្រឹត្តិការណ៍ មូលហេតុ និងផលប៉ះពាល់នៃព្រឹត្តិការណ៍ អ្នកខ្លះសរសេរពន្យល់ពីទំនាក់ទំនងដែលបណ្តាលឱ្យកើតមានព្រឹត្តិការណ៍ដោយផ្សារភ្ជាប់រវាងហេតុការណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិជាដើម។ អ្នកខ្លះទៀត សរសេរឯកសារប្រវត្តិសាស្ត្រដោយរំលេចនូវទិដ្ឋភាពច្រើនបញ្ចូលគ្នា ដូចជាព្រឹត្តិការណ៍នយោបាយ វប្បធម៌ អារ្យធម៌ និងអប់រំជាដើម។

រៀបរាប់អំពីប្រាសាទអង្គរវត្ត ដែលជាលទ្ធផលធ្វើឱ្យមានការចាប់អារម្មណ៍ពីសំណាក់អ្នកស្រាវជ្រាវអន្តរជាតិ ហើយក៏នាំទៅដល់ការចាប់ផ្តើមសិក្សាអំពីប្រវត្តិសិល្បៈ និង សំណង់ប្រាសាទខ្មែរជាបន្តបន្ទាប់ (Stark, 2001, pp. 238-249)។ កិច្ចការស្រាវជ្រាវទាំងនោះមានលក្ខណៈប្រវត្តិសិល្បៈ ស្ថាបត្យកម្ម និង បុរេប្រវត្តិសាស្ត្រ ហើយការស្រាវជ្រាវទាំងនោះក៏បានបើកផ្លូវឱ្យមានការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបស់សាលាចុងបូព៌ា អំពីប្រវត្តិសិល្បៈ និងសំណង់ប្រាសាទបុរាណរបស់ខ្មែរជាច្រើន និងឈានទៅដល់ការបង្កើតនូវសកម្មភាពជួសជុលប្រាសាទមួយចំនួនផងដែរនៅក្នុងតំបន់អង្គរ (ផុន, ២០១៨, ទំ. ៨-១១)។ បន្ទាប់មក លោក Etienne Aymonier បានធ្វើការសិក្សា និងចុះបញ្ជីប្រាសាទបុរាណខ្មែរ ព្រមទាំងផ្ទាំងសិលាចារឹកនៅទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា (Aymonier 1900: Volume I, Volume II and Volume III)។ បន្ថែមពីលើនេះ Lajonquière (1902: Tome I, Tome II and Tome III) ក៏បានសិក្សា និងចុះបញ្ជីប្រាសាទនិងសិលាចារឹក នៅតាមគ្រប់បណ្តាខេត្តក្នុងប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។ លទ្ធផលនៃការសិក្សាទាំងនេះ គឺជាឯកសារគោលចម្បងយ៉ាងសំខាន់ដែលបានរៀបរាប់អំពីស្ថានភាពប្រាសាទបុរាណខ្មែរ។

បន្ទាប់ពីបង្កើតសាលាបារាំងចុងបូព៌ា នៅដើមសតវត្សរ៍ទី២០ ការសិក្សាស្រាវពីប្រាសាទកាន់តែមានសកម្មភាពផុសផុលឡើងជាលំដាប់។ ជាក់ស្តែង នៅឆ្នាំ១៩៥១ សាលាបារាំងចុងបូព៌ាបានសិក្សាស្រាវជ្រាវប្រាសាទចំនួន១២៥៦ ដែលក្នុងនោះ ប្រាសាទចំនួន៧៨០ ស្ថិតក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ៤០១ ស្ថិតក្នុងប្រទេសវៀតណាម និង ប្រាសាទចំនួន ៧៥ ស្ថិតនៅក្នុងប្រទេសឡាវ (Stark, 2001, p. 245)។ បន្ទាប់ពីមហាវិទ្យាល័យបុរាណវិទ្យា នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទវិចិត្រសិល្បៈ បានចាប់បើកបណ្តុះបណ្តាលនិស្សិតជំនាញបុរាណវិទ្យា ការសិក្សាពីប្រាសាទមានការកើនឡើងច្រើនជាងមុន និង បានបន្តរហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន។ ស្ថាប័នជាតិជាច្រើន មានដូចជាក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ អាជ្ញាធរជាតិអប្សរា, អាជ្ញាធរជាតិព្រះវិហារ អាជ្ញាធរជាតិសំបូរព្រៃគុក និងរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជាជាដើម បាននឹងកំពុងរួមចំណែកយើងសកម្មក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីប្រាសាទនានាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

១.២- ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃប្រាសាទបុរាណក្នុងប្រទេសកម្ពុជា

ប្រាសាទបុរាណខ្មែរបានចាប់ផ្តើមកសាងឡើងនៅចុងសតវត្សរ៍ទី៥ រហូតដល់សតវត្សរ៍ទី១៤ សម្រាប់គោរពឧទ្ទិសដល់ព្រះទាំងឡាយក្នុងសាសនាហិណ្ឌូ និងពុទ្ធសាសនាដែរ។ សំណង់ប្រាសាទបានសាងសង់ឡើងពីវត្ថុធាតុច្រើនប្រភេទដូចជាឥដ្ឋ ថ្មភក់ ថ្មបាយក្រៀម និងថ្មបាស្សាល់ខ្លះដែរ។ សំណង់ប្រាសាទក៏មានការវិវត្តប្រែប្រួលទៅតាមសម័យកាល និងទៅតាមរាជស្តេចដែលបានសោយរាជ្យនៅជំនាន់នោះផងដែរ។ ដោយមានការប្រែប្រួលបែបនេះ ទើបអ្នកស្រាវជ្រាវជនជាតិបារាំង លោកស្រី Gilberte de Coral-Rémusat, Rémusat (1951) អាចសិក្សានិងបែងចែកសំណង់ប្រាសាទបុរាណខ្មែរទៅតាមរចនាបថ គឺរាប់ពីរចនាបថភ្នំដា, រចនាបថសម្បូរព្រៃគុក, រចនាបថព្រៃក្មេង, រចនាបថកំពង់ព្រះ, រចនាបថគូលេន, រចនាបថព្រះគោ, រចនាបថបាខែង, រចនាបថកោះកេរ, រចនាបថបន្ទាយស្រី, រចនាបថឃ្លាំង, រចនាបថបាពួន, រចនាបថអង្គរវត្ត និង រចនាបថបាយ័ន។ ក្នុងរចនាបថនីមួយៗ មានការកំណត់ក្បាច់ចម្លាក់លើប្រាសាទ ចម្លាក់ផ្តែរ ហោរជាង សសរពេជ សសរផ្តោប រូបរាងប្រាសាទ ប្លង់ប្រាសាទ ក៏ដូចជាគូទឹក និង បារាយណ៍ទឹកជាដើម។ ក្បាច់ចម្លាក់នៅជាប់បដិមា មានដូចជាសម្លៀកបំពាក់ (សំពត់) ក្នួងសក់ មកុដ ក៏ពាក់ព័ន្ធនឹងការចែករចនាបថផងដែរ។

យោងតាមនាយកដ្ឋានគាំពារនិងអភិរក្សសំណង់បុរាណនៃអគ្គនាយកដ្ឋានបេតិកភណ្ឌ នៃក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ បានបង្ហាញថា ប្រាសាទបុរាណនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានចំនួនសរុបប្រមាណ១៦៧[2] (មិនរាប់បញ្ចូលប្រាសាទក្នុងតំបន់អង្គរ) និងស្ពានបុរាណចំនួន២២ (នាយកដ្ឋានគាំពារនិងអភិរក្សសំណង់បុរាណ, ២០២០) ដែលសំណង់ប្រាសាទ រចនាបថ និងវត្ថុធាតុដើមដែលយកមកសាងសង់ប្រាសាទទាំងនោះ ក៏មានភាពខុសប្លែកគ្នាទៅតាមសម័យកាលផងដែរ។ ប្រាសាទខ្លះសាងសង់ពីឥដ្ឋ[3] ប្រាសាទខ្លះសង់ពីថ្មបាយក្រៀម[4] ប្រាសាទខ្លះទៀតសាងសង់ពីថ្មភក់[5]។

រូបលេខ១៖ ប្រាសាទហាន់ជ័យ សង់អីថ្មបាស្សាល់ ក្នុងខេត្តកំពង់ចាម

រូបលេខ២៖ ប្រាសាទបន្ទាយព្រៃនគរ សង់ពីឥដ្ឋ (ស.ត. ទី៧) ស្ថិតក្នុងខេត្តកំពង់ចាម

រូបលេខ៣៖ ប្រាសាទត្រពាំងប្រាសាទខាងជើង សង់ពីឥដ្ឋ (ស.ត. ទី១០) ស្ថិតក្នុងខេត្តឧត្តរមានជ័យ

---

[2] ចំនួនប្រាសាទចំនួន១៦៨ គឺជាតួលេខដែលមិនទាន់បានបញ្ចូលទិន្នន័យពីបណ្តាខេត្តខ្លះៗ ឧទាហរណ៍ នៅខេត្តឧត្តមានជ័យមានប្រាសាទដែលមានរូបរាងច្រើនគួរសមដែរ។ ដូចមានក្នុងទិន្នន័យរបស់លោក ផុន កសិកា ឆ្នាំ២០១២ រកឃើញប្រាសាទនៅមានរូបរាងចំនួន២១ប្រាសាទ ក្នុងស្រុកត្រពាំងប្រាសាទ ខេត្តឧត្តរមានជ័យ។ ប្រាសាទដែលរកឃើញនោះ ភាគច្រើនមិនមានក្នុងបញ្ជីបែងចែកប្រាសាទរបស់ក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈនៅឡើយទេ (សូមអាន៖ ផុន កសិកា (២០១២) **ប្រាសាទរកឃើញថ្មី និងការធ្វើផែនទីស្ថានីយបុរាណ នៅស្រុកត្រពាំងប្រាសាទ ខេត្តឧត្តរមានជ័យ**, រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា និង ផុន កសិកា (២០១០) **ប្រាសាទត្រពាំងប្រាសាទ**, រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា)។

[3] ជាទូទៅ ប្រាសាទសង់ពីឥដ្ឋច្រើនសង់ក្នុងសម័យមុនអង្គរ និងបន្តដល់សម័យអង្គរខ្លះដែរ គឺចាប់ពីសតវត្សរ៍ទី៦ ដល់សតវត្សរ៍ទី១១។

[4] ប្រាសាទដែលសាងសង់ដោយថ្មបាយក្រៀមច្រើនតែនៅក្នុងសម័យអង្គរ មានដូចជាប្រាសាទរកាជន្លឹងក្នុងខេត្តកណ្តាល, ប្រាសាទគុកនគរ ក្នុងខេត្តកំពង់ធំ, ប្រាសាទភ្នំដា ក្នុងខេត្តតាកែវ, ប្រាសាទក្រពុំឈូក ក្នុងខេត្តព្រះវិហារ, ប្រាសាទត្រពាំងប្រាសាទខាងជើង ក្នុងខេត្តឧត្តរមានជ័យ ។ល។ ប្រាសាទសង់ពីថ្មបាយក្រៀមមិនសូវសម្បូរទេ។

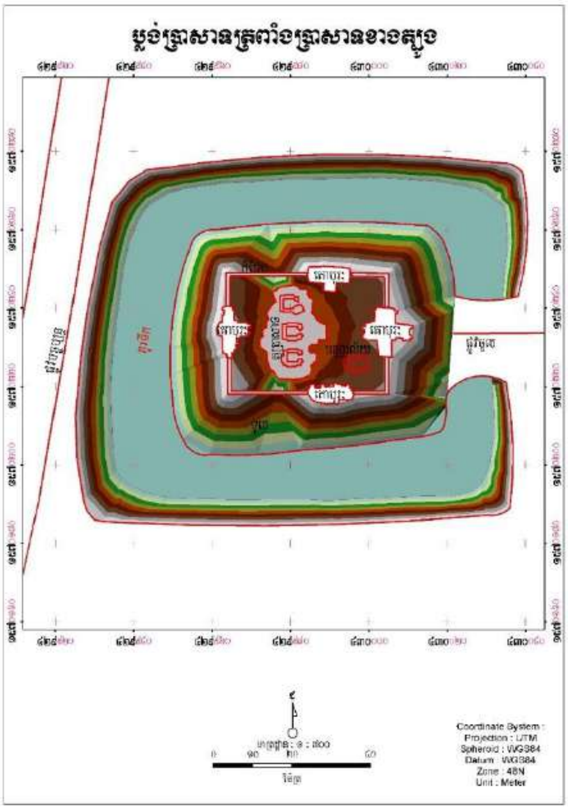
[5] ប្រាសាទដែលសាងសង់ដោយថ្មភក់ច្រើនតែនៅក្នុងសម័យអង្គរ ហើយមានច្រើន ជាពិសេសចាប់សតវត្សរ៍ទី១០ ដល់១៤។

រូបលេខ២៤៖ ប្រាសាទត្រពាំងប្រាសាទខាងជើង សង់ពីថ្មបាយក្រៀម (ស.គ. ទី១៣) ស្ថិតក្នុងស្រុកត្រពាំងប្រាសាទ ខេត្តឧត្តរមានជ័យ

រូបលេខ២៥៖ ប្រាសាទបាយ័ន សង់ពីថ្មភក់ (ស.គ. ១៣) ស្ថិតក្នុងតំបន់អង្គរ ខេត្តសៀមរាប

ប្រាសាទបុរាណខ្មែរច្រើនសាងសង់ដោយមានគូទឹកព័ទ្ធជុំវិញ ព្រោះគូទឹកតំណាងឲ្យមហាសមុទ្រ ចំណែកប្រាសាទគឺជាតំណាងឲ្យភ្នំមេរុ ដែលជាលំនៅដ្ឋានរបស់ទេវទាំងឡាយក្នុងលិទ្ធិព្រហ្មញ្ញសាសនា ដែលភ្នំនោះព័ទ្ធជុំវិញដោយមហាសមុទ្រ (Polkinghorne, 2008, pp. 65-88)។

រូបលេខ២៦៖ ប្រាសាទត្រពាំងប្រាសាទខាងត្បូង និងគូទឹកជុំវិញ



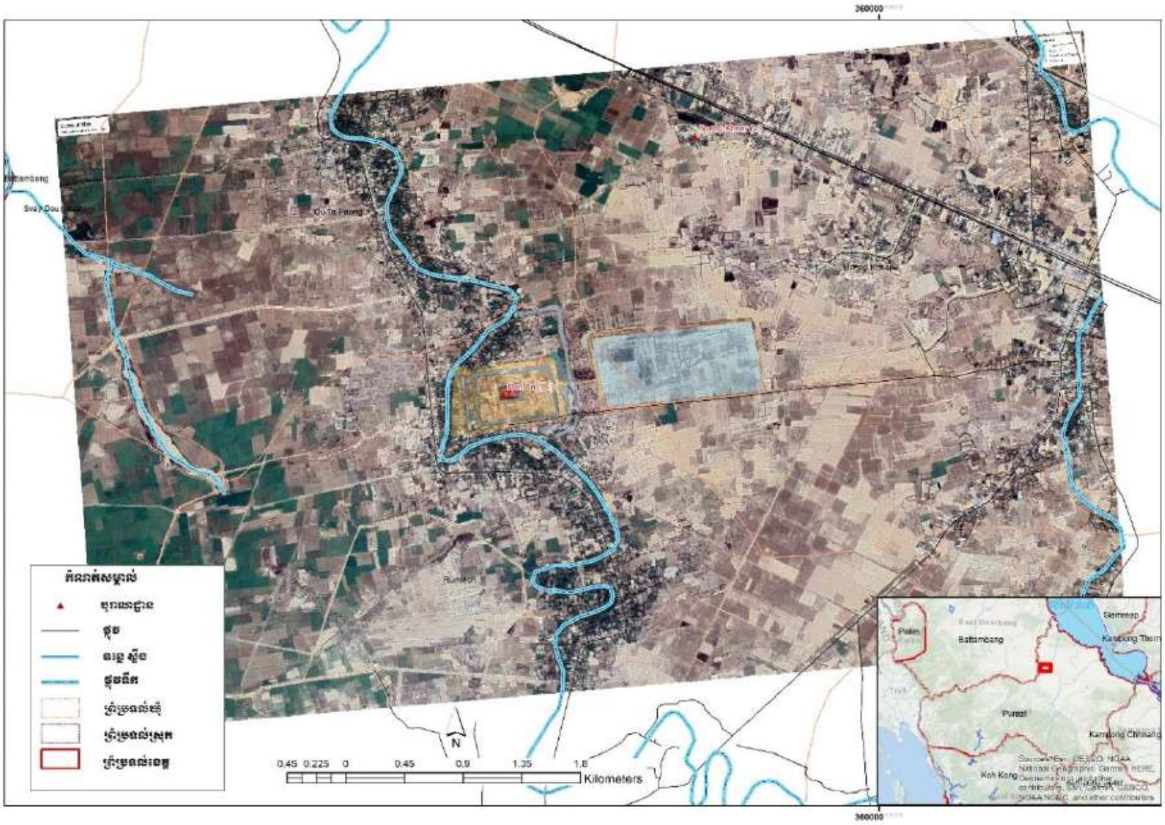
រូបលេខ២៧៖ ប្លង់ប្រាសាទត្រពាំងប្រាសាទខាងត្បូង បង្ហាញពីគូទឹកជុំវិញ

១.៣- ទីតាំងភូមិសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

ប្រាសាទដូនអនស្ថិតនៅក្នុងភូមិប្រាសាទ ឃុំរំលេច ស្រុកបាកាន ខេត្តពោធិ៍សាត់។ ប្រាសាទនេះស្ថិតក្នុងបរិវេណវត្តឈ្មោះ «ដូនអន»។ ប្រាសាទវត្តដូនអនស្ថិតនៅត្រើយខាងលិចស្ទឹងអូរតាប៉ោង គិតចាប់ពីវត្តបឹងខ្នារមានចម្ងាយ៤គីឡូម៉ែត្រ ស្ថិតនៅជ្រុងនិរតីនៃផ្លូវជាតិលេខ៥ (ក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ, ២០០៧)។ ប្រាសាទនេះស្ថិតនៅភាគនិរតីនៃបឹងទន្លេសាប ចម្ងាយប្រហែល៤០គីឡូម៉ែត្រពីបឹងទន្លេសាប។ តំបន់នេះមានប្រភពទឹកមួយខ្សែមានឈ្មោះថា អូរតាប៉ោង ឬ អូររំលេច[6] អាស្រ័យទៅលើទីតាំងភូមិសាស្ត្រជាក់ស្តែងនៃភូមិ ឃុំរបស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងតំបន់នោះ។ អូរតាប៉ោង ឬ អូររំលិចមានប្រភពពីស្ទឹងពោធិ៍សាត់ ហើយហូរចាក់ចូលបឹងទន្លេសាប ដែលអូរនេះជាប្រភពទឹកដ៏សំខាន់សម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋរស់នៅក្នុងតំបន់។ ស្ទឹងពោធិ៍សាត់មានប្រភពពីភ្នំក្រវាញភាគខាងកើត មានចម្ងាយ១៥០គីឡូម៉ែត្រគិតចាប់ពីភ្នំក្រវាញដល់បឹងទន្លេសាប។ ប្រជាពលរដ្ឋដែលរស់នៅជិតក្បែរស្ទឹងអាចប្រកបមុខរបរនេសាទត្រី ចំណែកឯអ្នកនៅឆ្ងាយពីស្ទឹងអាចប្រកបមុខរបរធ្វើស្រែបាន ដោយការទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីស្ទឹងមួយនេះ។

រូបលេខ៨៖ ផែនទីខេត្តពោធិ៍សាត់ (ប្រភព៖ មន្ទីររៀបចំដែនដី នគរូបនីយកម្ម សំណង់ និងសុរិយោដី ខេត្តពោធិ៍សាត់)

[6] គួរបញ្ជាក់ថា អូរនេះជាអូរតែមួយទេ ក៏ប៉ុន្តែអ្នកស្រុកនៅទីនោះហៅឈ្មោះផ្សេងគ្នាអាស្រ័យទៅតាមទីតាំងភូមិ ឬឃុំ ឬភូមិ ឃុំជាក់ស្តែងក្នុងតំបន់នេះ។ ការហៅឈ្មោះច្រើន ចំពោះប្រភពទឹកតែមួយបែបនេះ មានលក្ខណៈប្រហាក់ប្រហែលគ្នាទៅនឹងតំបន់ផ្សេងទៀតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដែរ ជាឧទាហរណ៍ ប្រព័ន្ធអូរនៅតំបន់លង្វែក ក៏ត្រូវបានប្រជាពលរដ្ឋហៅឈ្មោះផ្សេងគ្នា អាស្រ័យលើទីតាំងភូមិ ឃុំជាក់ស្តែង។



រូបលេខ៩៖ ផែនទីតំបន់ប្រាសាទដូនអន (ផលិតដោយ៖ ឡេង សត្យា)

១.៣- ចំណោទបញ្ហា

ក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីប្រាសាទបុរាណក្នុងប្រទេសកម្ពុជា គេតែងផ្ទៀងផ្ទាត់ទិន្នន័យជាមួយសៀវភៅចុះបញ្ជីប្រាសាទរបស់លោក Aymonier និង លោក Delajonquière ដែលបានសិក្សាស្រាវជ្រាវចុះបញ្ជីប្រាសាទនៅទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា។ លោក Aymonier (1900, pp. 227-230) បានសរសេររៀបរាប់អំពីប្រាសាទ និង ទីដ្ឋានបុរាណខ្លះៗក្នុងខេត្តពោធិ៍សាត់។ ក្នុងសេចក្តីមួយលោករៀបរាប់ថា មានបន្ទាយឈ្មោះ «ដូនអន» ស្ថិតនៅភាគខាងលិចស្ថានីយកំពែង។ សេចក្តីរៀបរាប់នេះមិនបានបង្ហាញអំពីការពិពណ៌នាលម្អិត ឬបង្ហាញទីតាំង ឬមានរូបភាពពីប្រាសាទដូនអននោះទេ។ ទោះយ៉ាងណា នៅក្នុងសេចក្តីរៀបរាប់នោះ Aymonier (1900, p. 230) បានបង្ហាញថា «មានប្រាសាទមួយដែលមានតួប្រាសាទមិនសូវសំខាន់ ស្ថិតក្នុងបន្ទាយដូនអន»។ ចំណែកលោក Lajonquière (1902, pp. 396-7) ដែលជាអ្នកស្រាវជ្រាវរុករកប្រាសាទនៅតាមបណ្តាខេត្តទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា ក្នុងនោះក៏មានខេត្តពោធិ៍សាត់មួយផងដែរ ក៏ប៉ុន្តែលោក Lajonquière ពុំបានសរសេររៀបរាប់អំពីប្រាសាទដូនអននោះទេ។ តាមរយៈប្រភពឯកសារពីលោក Aymonier និង លោក Delajonquière យើងមិនមានទិន្នន័យជាក់ស្តែងពីប្រាសាទដូនអនសោះឡើយ។ បើទោះជាលោក Aymonier បានលើកឡើងខ្លះៗអំពីប្រាសាទក្នុងបន្ទាយដូនអនក្តី តែយើងពុំឃើញមានការសរសេរពីប្រាសាទសោះឡើយ ឬអាចថាលោក Aymonier ប្រហែលជាពុំបានទៅដល់ទីតាំងផ្ទាល់នៃប្រាសាទក្នុងតំបន់បន្ទាយដូនអននោះក៏ថាបាន។

នៅឆ្នាំ២០០៣ សាលាបារាំងចុងបូព៌ា សហការជាមួយក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ បានចុះសិក្សាប្រាសាទនៅទូទាំងប្រទេស រួមទាំងប្រាសាទនៅក្នុងខេត្តពោធិ៍សាត់ដែរ។ លទ្ធផលស្រាវជ្រាវនោះក៏បានបង្ហាញពីប្រាសាទវត្តដូនអនថា «...ក្នុងកំពែងទីមួយមានតួកណ្ដាលមួយ និងតួខាងត្បូងមួយ ព្រមទាំងក្លោងទ្វារថ្មបាយក្រៀមនៅខាងលិច.....។» (ក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ, ២០០៧)។ សេចក្ដីដែលរៀបរាប់ក្នុងឯកសារខាងលើ មានន័យថា ក្នុងឆ្នាំ ២០០៣ ប្រាសាទដូនអននៅមានរូបរាងនៅឡើយ គឺមានតួប្រាសាទ និង ក្លោងទ្វារ ក៏ប៉ុន្តែ ព្រះសង្ឃ អាចារ្យវត្ត និង គណៈកម្មការនៅវត្តប្រាសាទដូនអន បានប្រាប់ថា ប្រាសាទនេះត្រូវបំផ្លាញនៅសម័យខ្មែរក្រហម[7]។

តាមរយៈការសិក្សាទៅលើឯកសារស្រាវជ្រាវនានាដែលមាន ក៏ដូចជាតាមរយៈការពិភាក្សាជំហានបឋមជាមួយព្រះតេជគុណ ឌិត គួយ និង លោកតា ស៊ិប យើងអាចធ្វើការកំណត់បានថា រហូតមកដល់ពេលនេះ ពុំទាន់មានការសិក្សាស្រាវជ្រាវលម្អិតនៅឡើយទេអំពីប្រាសាទដូនអន។ កន្លងមក មិនទាន់មានការសិក្សាពីអ្នកស្រាវជ្រាវប្រវត្តិសាស្ត្រ ឬ អ្នកជំនាញបុរាណវត្ថុវិទ្យា និងសូម្បីអ្នកជំនាញនៅមន្ទីរវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈខេត្តពោធិសាត់ ក៏មិនបានធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវចងក្រងនៅឡើយទេ[8] អំពីប្រាសាទដូនអននេះ។ ចំណោទបញ្ហាខាងលើនេះ បានជំរុញឱ្យប្រាសាទវត្តដូនអនគួរតែជាកម្មវត្ថុ ដែលត្រូវមានការសិក្សាស្រាវជ្រាវឱ្យបានលម្អិតរួមគ្នាមួយ ដោយផ្អែកលើទិដ្ឋភាពផ្សេងៗដូចជាទិដ្ឋភាពបុរាណវត្ថុវិទ្យា ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងជាតិពន្ធុវិទ្យាជាដើម។

១.៤- វត្ថុបំណងស្រាវជ្រាវ

កម្មវត្ថុនៃការសិក្សានេះផ្ដោតទៅលើប្រាសាទដូនអននៅក្នុងខេត្តពោធិ៍សាត់ ដោយការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ មានវត្ថុបំណងចំនួន២ដូចខាងក្រោម៖

- សិក្សាអំពីប្រវត្តិនិងរចនាបថចម្លាក់ប្រាសាទដូនអនដោយផ្សារភ្ជាប់ជានឹងកត្តាប្រវត្តិសាស្ត្រ និងវប្បធម៌
- សិក្សាអំពីស្ថានភាពរចនាសម្ព័ន្ធនានាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រាសាទដូនអន

ជាមួយនឹងវត្ថុបំណងខាងលើនេះ ការសិក្សានេះក៏នឹងរំលេចផងដែរអំពីសក្ដានុពលរបស់ប្រាសាទដូនអនសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ក្នុងខេត្តពោធិ៍សាត់។

២. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

២.១- វិធីសាស្ត្រនិងក្របខណ្ឌគំនិតន័យ

ការសិក្សានេះប្រើប្រាស់វិធីស្រាវជ្រាវបែបចម្រុះក្នុងវិស័យមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម វិស័យបុរាណវិទ្យា បូកជាមួយនឹងការវិភាគទៅលើរូបភាពទីតាំងជាក់ស្ដែងដែលទទួលបានពីផ្កាយរណប។

[7] លទ្ធផលបានមកពីការសម្ភាស និងសំណេះសំណាលជាមួយព្រះតេជគុណ **ឌិត គួយ** និង លោកតា **ស៊ិប សួម** ដែលជាម្ចាស់ស្រុករស់នៅក្នុងភូមិឃុំនេះតាំងពីដើមរៀងមក។

[8] មន្ទីរវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈខេត្តពោធិ៍សាត់ទើបបានធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពស្ថានីយបុរាណក្នុងខេត្ត ដែលក្នុងនោះក៏បានបញ្ចូលឈ្មោះប្រាសាទវត្តដូនអនក្នុងបញ្ជីបេតិកភណ្ឌនោះដែរ ក៏ប៉ុន្តែការសិក្សាលម្អិត មិនត្រូវបានធ្វើនៅឡើយទេ។

ក) វិធីស្រាវជ្រាវ

ដំណើរការ និងសេចក្តីលម្អិតនៃវិធីនីមួយៗដែលបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងការសិក្សានេះមានដូចខាងក្រោម៖

ក) សិក្សានិងវិភាគតាមបែបបុរាណវត្ថុវិទ្យា (Archaeological Investigation)

ការសិក្សាតាមវិធីនេះ គឺការចុះសិក្សាដល់ទីតាំងផ្ទាល់ ដោយពិនិត្យមើលស្ថានភាពជាក់ស្តែងនៃស្ថានីយ បុរាណវត្ថុនានាដែលមានទីតាំង ព្រមទាំងបុរាណវត្ថុអចល័ត (features) មានដូចជាសំណង់ប្រាសាទ បារាយណ៍ គូទឹក ទំនប់គូទឹក ព្រមទាំងស្ថានភាពបរិស្ថានជុំវិញ។ កិច្ចការនេះក៏មានការថតយករូបភាពជាក់ស្តែងអំពីស្ថានីយ បុរាណវត្ថុ បុរាណវត្ថុអចល័ត ក៏ដូចជាបរិស្ថានជុំវិញ និងការធ្វើផែនទីដោយប្រើឧបករណ៍ GPS ដើម្បីកត់ត្រាទីតាំងស្ថានីយផងដែរ។ ការសិក្សា និងវិភាគទៅលើរចនាបថ ក្បាច់ចម្លាក់លើសំណង់បង្គំប្រាសាទ ក៏ដូចជាចម្លាក់ផ្សេងៗនៅលើថ្មប្រាសាទក៏ត្រូវបានសិក្សាយ៉ាងលម្អិតផងដែរ។

ខ) វិធីវិភាគរូបភាពផ្កាយរណប (Google Map/Image)

ការសិក្សាវិភាគទៅលើរូបភាពផ្កាយរណបធ្វើឡើងដើម្បីសិក្សាអំពីបុរាណវត្ថុអចល័តនៅជុំវិញប្រាសាទមានដូចជា តួប្រាសាទ ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រ ស្ទឹង ព្រែក និងទន្លេជាដើម។ មួយវិញទៀត រូបភាពផ្កាយរណបក៏បានផ្តល់ទិន្នន័យពាក់ព័ន្ធនឹងទំហំ វិមាត្រនៃរចនាសម្ព័ន្ធនានាដែលមានដូចជាគូទឹក និងបារាយណ៍ជាដើម។

គ) វិធីសម្ភាស

ការប្រមូលទិន្នន័យតាមរយៈការសម្ភាសនេះ ធ្វើឡើងក្នុងទម្រង់ សម្ភាសជាលក្ខណៈបុគ្គល និងការពិភាក្សាជាក្រុមជាមួយព្រះសង្ឃ អាចារ្យវត្ត ចាស់ទុំក្នុងភូមិ ទាក់ទងនឹងប្រវត្តិសាស្ត្រក្នុងតំបន់ ពិសេសប្រវត្តិទាក់ទងនឹងប្រាសាទដូនអន។ ការសម្ភាសធ្វើឡើងដោយប្រើបញ្ជីសំណួរដែលមានសំណួរគន្លឹះមួយចំនួនដែលបានរៀបចំទុកជាមុន។

ឃ) ការសិក្សាឯកសារមានស្រាប់

សិក្សាឯកសារមានស្រាប់ ធ្វើឡើងក្នុងគោលបំណងសិក្សាប្រៀបធៀបរចនាបថរបស់ប្រាសាទដូនអន (សំណង់ប្រាសាទ ផ្តែរ ហោជាង វត្ថុសិល្បៈនានាដែលមាននៅប្រាសាទដូនអន) ជាមួយនឹងរចនាបថដែលបានសិក្សា និងកត់ត្រារួចហើយទាក់ទងនឹងប្រាសាទនានាក្នុងតំបន់អង្គរ ខេត្តសៀមរាប, ក្នុងខេត្តកំពង់ចាម និង ខេត្តតាកែវជាដើម។ ការសិក្សាប្រៀបធៀបនេះ ក៏ធ្វើឡើងក្នុងគោលបំណងប៉ាន់ស្មានពីអាយុកាលនៃការសាងសង់ប្រាសាទដូនអននេះផងដែរ។

ខ) ដំណាក់កាលប្រមូលទិន្នន័យ

ការប្រមូលទិន្នន័យសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវនេះ ត្រូវបានធ្វើឡើងជាបីដំណាក់កាលដូចខាងក្រោម៖

- **ដំណាក់កាលទី១៖**

ការប្រមូលទិន្នន័យក្នុងដំណាក់កាលដំបូងនេះគឺធ្វើឡើងតាមរយៈការសម្ភាសដោយផ្ទាល់ជាមួយព្រះសង្ឃ អាចារ្យវត្ត និងចាស់ទុំក្នុងភូមិ ដែលមានការយល់ដឹងច្រើនទាក់ទងនឹងរឿងប្រវត្តិសាស្ត្រ ភូមិសាស្ត្រ ឈ្មោះទីតាំង ឈ្មោះប្រព័ន្ធទឹក (ឈ្មោះអូរ, គូទឹក, បារាយណ៍, ព្រែកជីក ...) ក៏ដូចជាប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រដែលកសាងឡើងក្នុងសម័យកាល

ផ្សេងៗ។ ទិន្នន័យដែលទទួលបានពីការសម្ភាសត្រូវបានថតទុកក្នុងទម្រង់ជាឯកសារសម្លេងដើម្បីធ្វើការវិភាគ និងផ្ទៀតផ្ទាត់ជាមួយទិន្នន័យចេញពីប្រភពផ្សេងទៀត។

- ដំណាក់កាលទី២៖

ការប្រមូលទិន្នន័យនៅក្នុងដំណាក់កាលទី២ ត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈការចុះអង្កេតដោយផ្ទាល់ទៅដល់ទីតាំងប្រាសាទ, គូទឹក និងបារាយណ៍ (Archaeological Investigation) តាមការចង្អុលបង្ហាញរបស់ចាស់ទុំ នៅក្នុងតំបន់នេះ។ នៅក្នុងដំណាក់កាលនេះ យើងក៏មានការថតរូបពីទីតាំងដោយផ្ទាល់ ក៏ដូចជាសិក្សា និងប្រមូលទិន្នន័យអំពីស្ថានភាពស្ថានីយ ទម្រង់ រូបរាង និងប្រភេទនៃបុរាណវត្ថុអចល័ត (features) វត្ថុសិល្បៈនានាដែលរកឃើញ (artifacts) ទៅតាមស្លាកស្នាមដែលនៅសេសសល់។

- ដំណាក់កាលទី៣៖

ការប្រមូលទិន្នន័យដំណាក់កាលទី៣ គឺធ្វើឡើងតាមរយៈការទាញយករូបភាពពីផ្កាយរណបតាមកម្មវិធី Google Earth ដើម្បីពិនិត្យមើលជាន ក៏ដូចជាប្រមូលទិន្នន័យទាក់ទងនឹងបម្រែបម្រួលរូបរាងនៃគូទឹក ព្រៃកជីក និងបារាយណ៍ទាំងនេះផងដែរ។ ទិន្នន័យដែលទទួលបានពីដំណាក់កាលនេះ នឹងត្រូវបានយកមកវិភាគ ដើម្បីផ្ទៀងផ្ទាត់ជាមួយនឹងទិន្នន័យដែលប្រមូលបានក្នុងដំណាក់កាលទាំងពីរខាងលើ។

២.២- ការវិភាគទិន្នន័យ

ទិន្នន័យដែលទទួលបានពីដំណាក់កាលទាំងបី ត្រូវបានយកមកវិភាគ និងផ្ទៀងផ្ទាត់ដើម្បីកំណត់នូវរចនាសម្ព័ន្ធប្រាសាទដែលមានគូទឹក បារាយណ៍ អូរ ព្រៃក។ល។ ការវិភាគនឹងត្រូវចាត់ថ្នាក់ទៅតាមប្រភេទផ្សេងៗ ទម្រង់ និងស្ថានភាពជាក់ស្តែងរបស់វាផងដែរ។ វត្ថុសិល្បៈដែលមាននៅទីតាំងក៏ត្រូវសិក្សាវិភាគប្រៀបធៀបជាមួយវត្ថុសិល្បៈដែលមាននៅតាមប្រាសាទស្ថិតក្នុងតំបន់អង្គរ ខេត្តសៀមរាប, ក្នុងខេត្តកំពង់ចាម និង ខេត្តតាកែវ ដូចជា៖ ប្រាសាទតាព្រហ្ម, ប្រាសាទបន្ទាយក្តី, ប្រាសាទព្រះខ័ន, ប្រាសាទវត្តនគរ និង ប្រាសាទតាព្រហ្មទន្លេបាទីជាដើម។

៣. លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះបានអនុវត្តនៅក្នុងភូមិប្រាសាទ ឃុំរំលេច ស្រុកបាកាន ខេត្តពោធិ៍សាត់ ដែលជាទីតាំងជាក់ស្តែងរបស់ប្រាសាទដូនអន។ គួរបញ្ជាក់ថា កន្លងមកធ្លាប់មានក្រុមការងាររបស់ក្រសួងវប្បធម៌ បានចុះធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីប្រាសាទដូនអននេះខ្លះៗហើយដែរ ដោយមានភស្តុតាងនៃការកំណត់នូវបំណែកថ្មដែលបែកបាក់ ឬរាយប៉ាយនៅក្នុងតំបន់ប្រាសាទ។

៣.១- ទិដ្ឋភាពទូទៅរបស់ប្រាសាទដូនអន

នៅពេលដែលយើងធ្វើដំណើរចូលដល់ក្នុងបរិវេណវត្ត យើងនឹងមិនឃើញមានសំណង់ប្រាសាទណាមួយនោះទេ ដោយមានតែសំណង់ព្រះវិហារធំមួយ និងកុដិមួយចំនួន ព្រមទាំងសាលាឆាន់តែប៉ុណ្ណោះ។ ក៏ប៉ុន្តែ នៅប៉ែកខាងកើតជាប់ព្រះវិហារ មានសំណង់តូចៗ ច្រើនប្រភេទសង់តម្រៀប រប៉ាត់រប៉ាយមិនសូវមានរបៀបរៀបរយនោះទេ ដែលក្នុង

នោះមានសំណង់ខ្ទមអ្នកតាមួយផងដែរ។ បើយើងមើលរូបពីលើអាកាសដែលថតដោយ Google គេសង្កេតឃើញថា នៅចំទីតាំងប្រាសាទវត្តដូនអន (និយាមការ 48P 357174, 1396300) មានសំណង់គូទឹក៣ជាន់ព័ទ្ធជុំវិញ[9] ព្រមទាំងសំណង់បារាយណ៍ដ៏ធំមួយ (និយាមការ 48P 358504, 1396359) ស្ថិតនៅភាគខាងកើត ។

រូបលេខ១០៖ សសរពេជ្រនៅក្បែរតួប្រាសាទ

រូបលេខ១១៖ លេខសំគាល់សសរពេជ្រ ចុះបញ្ជីដោយមន្ទីរវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈខេត្តពោធិ៍សាត់ (លេខ ពស.068)

បច្ចុប្បន្ន សំណង់តួប្រាសាទទាំងមូលបានបាត់រូបរាងទាំងស្រុងទៅហើយ ដោយសារកត្តាផ្សេងៗដូចជាសង្គ្រាម ការយកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងគោលបំណងផ្សេងទៀតជាដើម។ តាមការធ្វើសម្ភាសជាមួយព្រះសង្ឃគង់ក្នុងវត្ត សំណង់ប្រាសាទនេះត្រូវបានពួកខ្មែរក្រហមក្នុងរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ រុះរើបំផ្លាញចោលទាំងស្រុង ក្នុងគោលបំណងយកថ្មទៅប្រើប្រាស់ដើម្បីធ្វើស្ពាន និងសង់ទំនប់ប្រឡាយ៧មករា នៅទួលថ្មដំណាក់ឈើសុក្រំ (ដំណាក់សុក្រំ)។ ដោយសារតែកត្តានេះ ថ្មប្រាសាទទាំងមូលបានស្ថិតក្នុងសភាពរប៉ាត់រប៉ាយ ដែលក្រោយមក ក្នុងពេលកសាងព្រះវិហារកាលពីឆ្នាំ២០០០ ទើបប្រជាពលរដ្ឋចំណុះជើងវត្តបានរើសថ្មប្រាសាទទាំងនោះយកមកដាក់គរលើគ្នាត្រង់ទីតាំងបច្ចុប្បន្ន។ តាមការប៉ាន់ស្មាន ថ្មប្រាសាទដែលនៅសេសសល់មកដល់បច្ចុប្បន្នមានប្រមាណតែ៣០% ប៉ុណ្ណោះ ដែលក្នុងនោះបំណែកថ្មធំៗនៅឃើញមានសម្បូរក្បាច់ចម្លាក់រចនាផ្សេងៗ។

កាលពីមិនទាន់មានការរុះរើតួប្រាសាទធំ នៅសម័យសង្គមរាស្ត្រនិយម គេឃើញមាននៅសល់ក្លោងទ្វារចំនួន២ គឺក្លោងទ្វារខាងកើត និងក្លោងទ្វារខាងលិច។ តាមការឱ្យដឹងពីព្រឹទ្ធាចារ្យក្នុងភូមិ តួប្រាសាទដូនអនគឺនៅចំតួវិហារបច្ចុប្បន្ន[10]។ ការកសាងវិហារនៅលើទីតាំងប្រាសាទ គឺក្នុងគោលបំណងទប់ស្កាត់ការជីកកកាយបំផ្លាញ ឬរុះរើកវត្ថុបុរាណនៅបរិវេណប្រាសាទនេះ។ កាលដើមឡើយ នៅទីតាំង ឬបរិវេណប្រាសាទដូនអននេះ មិនមានសំណង់វត្តទេ គឺមានតែតួប្រាសាទនៅឈរ អមដោយក្លោងទ្វារទាំងពីរប៉ុណ្ណោះ។

[9] គួរបញ្ជាក់ថា តាមសង្ឃដីកាព្រះតេជគុណ ឱត គួយ និង តាមរូបភាពពីលើអាកាស គេសង្កេតឃើញមានគូទឹកចំនួនពីរជាន់យ៉ាងច្បាស់ ប៉ុន្តែការចុះផ្ទាល់ដល់ទីតាំង គេសង្កេតឃើញថា គូទឹកនៅជុំវិញប្រាសាទដូនអន មានចំនួនបីជាន់ បើទោះបីជាជាន់ទី៣ បានលុបបាត់ដានខ្លះៗហើយក្តី។
[10] សម្ភាសន៍លោកតា ស៊ិប សួម អាយុ៧៤ឆ្នាំនៅថ្ងៃទី១៦ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២១ រស់នៅក្នុងភូមិប្រាសាទ ឃុំរំលេច ស្រុកបាកាន ខេត្តពោធិ៍សាត់។

រូបលេខ១២៖ អណ្ដើកថ្មដែលបានរកឃើញក្នុងគូទឹក (រូបថតសារមន្ទីរជាតិ លេខបញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌ ក.3251)

រូបលេខ១៣៖ ព្រះវិហារវត្តប្រាសាទដូនអនដែលសង់នៅចំពីលើទីតាំងប្រាសាទដូនអន

៣.២- ប្រវត្តនិងរចនាបថប្រាសាទដូនអន

ក) គ្រឿងបង្គុំប្រាសាទ

តួប្រាសាទដូនអន មានការបាក់បែកខ្ទេចខ្ទី និងខូចរូបរាងទាំងស្រុងដែលមានការពិបាកក្នុងការពិពណ៌នាអំពីគ្រឿងបង្គុំប្រាសាទ ដូចនេះ អ្វីដែលយើងអាចរៀបរាប់បានគឺជាថ្មដែលជាគ្រឿងបង្គុំប្រាសាទប៉ុណ្ណោះ។ ប្រាសាទនេះសាងសង់ឡើងពីថ្មភក់ លាយថ្មបាយក្រៀម ហើយតាមរយៈបំណែកថ្មទាំងនេះ យើងអាចសិក្សាអង្កេតលើរូបរាងថ្មក្បាច់រចនា ពណ៌ថ្ម ហើយធ្វើការបែងចែកបំណែកថ្ម ទៅតាមតួនាទីនៅក្នុងសំណង់ស្ថាបត្យកម្មប្រាសាទបាន[11]។

ខ) ក្បាច់ផ្កាឈូកកំពូលប្រាសាទ

កំពូលប្រាសាទជាគ្រឿងបង្គុំប្រាសាទដែលមិនអាចខ្វះបាន។ នៅក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ រកឃើញកំពូលប្រាសាទចំនួន៣បំណែក ធ្វើពីថ្មភក់។

រូបលេខ១៤, ១៥ និង១៦៖ បំណែកកំពូលប្រាសាទរកឃើញក្នុងបរិវេណវត្តប្រាសាទដូនអន

[11] ការបែងចែកប្រភេទថ្ម និងតួនាទីក្នុងបង្គុំតួប្រាសាទ ពុំមែនជាវិសាលភាពនៃការសិក្សានេះទេ។

ផ្អែកលើសំណង់ប្រាសាទនានាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ការឆ្លាក់ក្បាច់នានាលើកំពូលប្រាសាទ មានសណ្ឋានខុសៗគ្នាអាស្រ័យទៅលើសម័យកាល និងរចនាបថរបស់ប្រាសាទ។

រូបលេខ១៧, ១៨ និង១៩៖ ក្បាច់កំពូលប្រាសាទបាយ័ន ប្រាសាទតាសោម និង ប្រាសាទអង្គរវត្ត ខេត្តសៀមរាប

តាមរយៈការប្រៀបធៀមក្បាច់កំពូលប្រាសាទដូនអន ជាមួយនឹងក្បាច់កំពូលប្រាសាទតាសោម យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ក្បាច់កំពូលប្រាសាទទាំងពីរមានទម្រង់ដូចគ្នា ហើយជាក្បាច់នៅក្នុងរចនាបថបាយ័ន។

គ) ផ្តែរ

ផ្តែរជាគ្រឿងបង្គំប្រាសាទមួយយ៉ាងសំខាន់ ហើយជាទីតាំងដែលមានការឆ្លាក់ក្បាច់រចនាផ្សេងៗ ដែលអ្នកស្រាវជ្រាវខាងសិល្បៈអាចធ្វើការកំណត់អាយុកាលនៃសំណង់ប្រាសាទបាន។ នៅតំបន់ប្រាសាទដូនអន យើងរកឃើញបំណែកផ្តែរចំនួន២បំណែកផ្សេងគ្នា ដែលមិនមែនជាបំណែកចេញពីផ្តែរតែមួយនោះទេ។ ផ្តែរទី១មានក្បាច់សន្លឹក ជាលក្ខណៈផ្តែរស្ថិតក្នុងរចនាបថបាយ័ន្ត ក្នុងទី១៣។ ចំណែកផ្តែរទី២ ជាក្បាច់សន្លឹកដូចគ្នា ប៉ុន្តែមានការឆ្លាក់ទម្រង់ក្បាច់ចម្លាក់ខុសពីផ្តែរទី១។ ក្បាច់នៅលើផ្តែរទី២ មិនស្ថិតក្នុងរចនាបថបាយ័នទេ ប៉ុន្តែស្ថិតជាក្បាច់ចនាបថសម័យមុនៗ អាចនៅចុងសតវត្សរ៍ទី១០ និងដើមសតវត្សរ៍ទី១១ ក្នុងរចនាបថប្រែរូប ឬរចនាបថឃ្លាំង។ គេអាចប្រៀបធៀបក្បាច់រចនាបថផ្តែរក្នុងប្រាសាទដូនអន ជាមួយនឹងផ្តែរនៅប្រាសាទវត្តឯកភ្នំ ខេត្តបាត់ដំបង ដែលបានកសាងក្នុងសតវត្សរ៍ទី១១ ក្នុងរចនាបថឃ្លាំង (Briggs, 1951, p. 160)។ បើតាមការសិក្សារបស់លោក Polkinghorne[12] (2007, pp. 139-140) ផ្តែររចនាបថឃ្លាំង មានរចនាក្បាច់សន្លឹកកណ្តាលផ្តែរជារូបព្រះកាល (Kala) និង មានក្បាច់សន្លឹកធំៗនៅសងខាងផ្តែរ។

រូបលេខ២០៖ បំណែកផ្តែរវត្តប្រាសាទដូនអន (ផ្តែរទី១)

រូបលេខ២០៖ ផ្តែរប្រាសាទព្រះប៉ាលីល័យ ខេត្តសៀមរាប

[12] លោក Martin Polkinghorne ជាសាស្ត្រាចារ្យជាន់ខ្ពស់បង្រៀននៅមហាវិទ្យាល័យមនុស្សសាស្ត្រ សិល្បៈ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃសាកលវិទ្យាល័យ Flinders ប្រទេសអូស្ត្រាលី។

រូបលេខ២២៖ បំណែកផ្តែរស្ថិតក្នុងវត្តប្រាសាទនគរបាជ័យ ខេត្តកំពង់ចាម

រូបលេខ២៣៖ បំណែកផ្តែរវត្តប្រាសាទដូនអន (ផ្តែរទី២)

រូបលេខ២៤៖ ផ្តែរនៅប្រាសាទពណ្ណរាយ ក្នុងស្រុកកំពង់លែង ខេត្តកំពង់ឆ្នាំង

រូបលេខ២៥៖ ផ្តែរប្រាសាទវត្តឯកភ្នំ ខេត្តបាត់ដំបង

យោងតាមភស្តុតាងនៃបំណែកផ្តែរទាំងពីរបំណែក យើងអាចសន្និដ្ឋានជាបឋមថា នៅទីតាំងនេះប្រហែលជាមានការសាងសង់ប្រាសាទក្នុងសតវត្សរ៍ទី១១ ក្នុងរាជព្រះបាទសូរ្យវរ្ម័នទី១ ដែលជាក់ស្តែង ក្នុងរាជរបស់ព្រះអង្គរ ទឹកដីនៃអាណាចក្រអង្គរមានវិសាលភាពលាតសន្ធឹងយ៉ាងធំទូលាយ (ហាយហេម, ២០១៣, ទំ. ៣៨០-៣៨២)។ អំណះអំណាងដែលធ្វើឱ្យឈានដល់ការសន្និដ្ឋានបែបនេះ ដោយសារតែក្នុងរាជព្រះបាទសូរ្យវរ្ម័នទី១ ព្រះរាជាបានបន្សល់ទុកស្នាដៃជាច្រើន ជាពិសេសការកសាងប្រាសាទ ក្នុងដែនដីដែលព្រះរាជាគ្រប់គ្រង។ សម័យក្រោយមក ទើបមានការសាងសង់ប្រាសាទបុរាណខ្មែរ មួយដំណាក់កាលទៀតក្នុងសតវត្សរ៍ទី១៣ នៃរាជព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧ដែលជាចក្រពត្រាធិរាជគ្រប់គ្រងទឹកដីនៃអាណាចក្រអង្គរដ៏ធំធេង (Coedès, ២០០២, pp. ៨៣-៨៨)។ ក៏ប៉ុន្តែ ប្រាសាទដែលសាងសង់ឡើងក្នុងរាជរបស់បាទជ័យវរ្ម័នទី៧ មានរចនាបថផ្សេងមិនដូចសម័យមុននោះទេ ដែលប្រាសាទបុរាណដែលសាងសង់ឡើងក្នុងរាជរបស់ព្រះអង្គស្ថិតក្នុងរចនាបថបាយ័ន។

ឃ) ហោជាង

ហោជាងប្រាសាទជាគ្រឿងបង្គុំស្ថាបត្យកម្មសំណង់ប្រាសាទបុរាណសំខាន់មួយដែរ ហើយមិនខុសពីផ្តែរ អ្នកស្រាវជ្រាវផ្នែកបុរាណវិទ្យាអាចសិក្សាអំពីរចនាបថ ក៏ដូចជាអាយុកាលនៃសំណង់ប្រាសាទបានតាមរយៈក្បាច់រចនាដែលមាននៅលើហោជាង។ តាមការចុះទៅដល់ទីតាំងផ្ទាល់ អ្នកស្រាវជ្រាវសង្កេតឃើញមានបំណែកថ្មមួយចំនួនក្នុងបរិវេណវត្តប្រាសាទដូនអន ដែលជាបំណែកនៃហោជាងរបស់ប្រាសាទ។ ចម្លាក់ដែលនៅជាប់នឹងបំណែកហោជាងទាំងអស់ មានសណ្ឋានដូចគ្នាទៅនឹងហោជាងរបស់ប្រាសាទដែលសាងសង់ឡើងក្នុងសតវត្សរ៍ទី១៣ ក្នុងរាជ្យព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧។

រូបលេខ២៦, ២៧, ២៨, ២៩, ៣០និង៣១៖ បំណែកហោជាងនៅវត្តប្រាសាទដូនអន (មានបំណែកខ្លះស្ថិតនៅតាមសួនក្នុងទីធ្លាបរិវេណវត្ត បំណែកខ្លះទៀតត្រូវបានគេដាក់គរលើគ្នា)

រូបលេខ៣២៖ ហោជាងប្រាសាទនគរបាជ័យ ខេត្តកំពង់ចាម

ចម្លាក់ហោជាងនៃប្រាសាទបុរាណខ្មែរ ក្នុងរាជ្យព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧ មានឆ្លាក់ជាសាច់រឿងបង្ហាញពីរូបព្រះលោកេស្វរ (លោកេស្វរៈ) ជាមួយនឹងរូបទេពប្រណមថ្វាយបង្គំ និងរូបទេពប្រណមខ្លះ ក៏មានកាន់ជាដង្វាយជាប់នឹងដៃដែរ។ ចម្លាក់ដែលមានជាប់នឹងបំណែកនានានៃហោជាងប្រាសាទដូនអន អាចធ្វើការប្រៀបធៀបជាមួយនឹងចម្លាក់ជាប់នឹងហោជាងមួយនៃប្រាសាទនគរបាជ័យ ក្នុងខេត្តកំពង់ចាម។ ជាក់ស្តែងប្រាសាទនេះត្រូវបានគេសាងសង់ឡើងក្នុងសតវត្សរ៍ទី១៣ ក្នុងរាជ្យព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧ (Briggs, 1951, p. 211) ដោយមានចម្លាក់ព្រះលោកេស្វរនៅលើហោជាង។

បំណែកខ្លះនៃហោជាងក្នុងប្រាសាទដូនអន មានចម្លាក់ជារូបមនុស្សដែលទំនងជារូបទេពប្រណមថ្វាយបង្គំដល់ព្រះលោកេស្វរ។ ជាក់ស្តែង ក្រុមស្រាវជ្រាវបានរកឃើញមានបំណែកហោជាងមួយដែលមាននៅសល់ចម្លាក់ដែលមានរូបសណ្ឋានជាដង្វាយថ្វាយដល់ព្រះលោកេស្វរ។ ដោយឡែកបំណែកផ្សេងៗទៀតគឺជាចម្លាក់ទូទៅនៃកំពូលហោជាងដែលទំនងជាបំណែកនៃកំពូលហោជាងផ្ទាល់តែម្តង។ តាមរយៈភស្តុតាងទាំងនេះ អ្នកស្រាវជ្រាវសន្និដ្ឋានថា ប្រាសាទនេះទំនងសាងសង់ឡើងក្នុងសតវត្សរ៍ទី១៣ ក្នុងរាជព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧។

ខ) អឌ្ឍហោជាង (ហោជាងច្រៀក)

អឌ្ឍហោជាងក៏ជាគ្រឿងបង្គំសំខាន់ដែរក្នុងសំណង់ស្ថាបត្យកម្មខ្មែរ។ បំណែកថ្មដែលមាននៅវត្តដូនអន ក៏បានបង្ហាញពីចម្លាក់នៅលើអឌ្ឍហោជាងផងដែរ ក៏ប៉ុន្តែរូបសណ្ឋានចម្លាក់នៅមានតិចតួចប៉ុណ្ណោះ។ បំណែកទាំងនេះមានការឆ្លាក់រចនាជារូបមនុស្សគោរពថ្វាយបង្គំទៅនរណាម្នាក់។ នៅត្រង់ចំណុចនេះ ដោយសាររូបចម្លាក់នៅលើអឌ្ឍហោជាងមានសភាពសឹករិចរិលខ្លាំង យើងមានការពិបាកក្នុងការសន្និដ្ឋានឱ្យបានច្បាស់ថា រូបក្នុងចម្លាក់ទាំងនោះ ជារូបមនុស្សថ្វាយបង្គំទៅនរណាម្នាក់ ឬជាទេពប្រណមថ្វាយបង្គំទៅកាន់លោកេស្វរ។

រូបលេខ៣៣៖ ចម្លាក់នៅលើបំណែកអឌ្ឍហោជាងនៅវត្តប្រាសាទដូនអន

រូបលេខ៣៤៖ អឌ្ឍហោជាងនៅប្រាសាទតាព្រហ្ម ទន្លេបាទី ខេត្តតាកែវ

រូបលេខ៣៥៖ បំណែកអដ្ឋហោជាងនៅប្រាសាទនគរបាជ័យ ខេត្តកំពង់ចាម

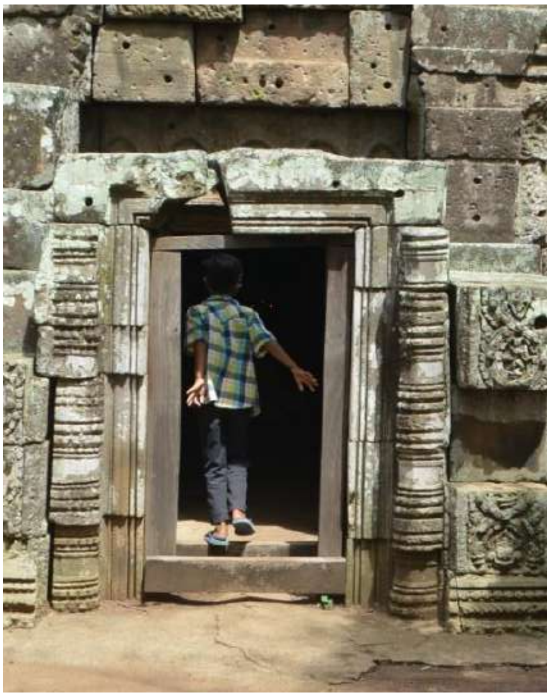
ទាំងជាយ៉ាងណា រូបចម្លាក់ដែលមាននៅក្នុងអដ្ឋហោជាងនៅប្រាសាទដូនអនទាំងនេះ អាចធ្វើការប្រៀបធៀបជាមួយនឹងចម្លាក់រចនានានាដែលមានលើអដ្ឋហោជាងនៅប្រាសាទតាព្រហ្ម ទន្លេបាទី ខេត្តតាកែវ (រូបលេខ៣៤) និងប្រាសាទនគរបាជ័យ (រូបលេខ៣៥) ខេត្តកំពង់ចាមជាដើម។ ជាក់ស្តែង ប្រាសាទបុរាណទាំងពីរនេះ ជាប្រាសាទដែលបានកសាងឡើងក្នុងរាជ្យព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧ ដែលស្ថិតក្នុងរចនាបថបាយ័ន (Briggs, 1951, p. 211)។

ច) សសរពេជ្រ

សសរពេជ្រជាគ្រឿងបង្គុំសំណង់ប្រាសាទបុរាណខ្មែរដែរ ក៏ប៉ុន្តែ ចម្លាក់ដែលមានលើសសរពេជ្រមិនអាចបង្ហាញពីរចនាបថ ឬអាយុកាលនៃប្រាសាទបានទេ ដោយសារសំណង់ប្រាសាទបុរាណរបស់ខ្មែរ សាងសង់ឡើងដោយរក្សានូវក្បាច់រចនាស្រដៀងគ្នាច្រើន ពីរចនាបថមួយទៅរចនាបថមួយទៀត។

រូបលេខ៣៦, ៣៧, ៣៨, ៣៩, ៤០និង៤១៖ ផ្តែរ និងបំណែកសសរពេជ្រនៅក្នុងបរិវេណវត្តប្រាសាទដូនអន

រូបលេខ៤២៖ សសរពេជ្រប្រាសាទតាព្រហ្ម ទន្លេបាទី ខេត្តតាកែវ



រូបលេខ៤៣៖ សសរពេជ្រប្រាសាទនគរបាជ័យ ខេត្តកំពង់ចាម

ឆ) ស្លឹករកា

ស្លឹករកាជាគ្រឿងបង្ហើលំអសំណង់ប្រាសាទ ដែលច្រើនដាក់បន្តុបតម្រៀបនៅពីលើតួប្រាសាទ និង លើកំពែង។ នៅក្នុងសន្លឹកនីមួយៗ គេតែងតែឆ្លាក់រូបព្រះពុទ្ធអង្គុយសមាធិ។ ប្រាសាទសាងក្នុងរាជ្យព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧ ក្នុងរចនាបថបាយ័ន តែងមានស្លឹករកាឆ្លាក់រូបព្រះពុទ្ធអង្គុយសមាធិ។ ប៉ុន្តែ មានការណីកើតឡើងជាច្រើនចំពោះប្រាសាទក្នុងតំបន់អង្គរ ដូចជាប្រាសាទបន្ទាយក្តី តាព្រហ្ម... ត្រូវបានគេដាប់រូបព្រះពុទ្ធរូបចេញ ឬ អាចកែជារូបអ្វីផ្សេងទៅវិញ (ស្វាយ & ទស្ស, ២០០២, ទំ. ៣៧)។

រូបលេខ៤៤, ៤៥, ៤៦, ៤៧, ៤៨និង៤៩៖ ស្លឹករកានៅក្នុងបរិវេណវត្តប្រាសាទដូនអន

រូបលេខ៥០, ៥១និង៥២៖ ស្លឹករកាវត្តនគរបាជ័យ ខេត្តកំពង់ចាម និង ស្លឹករកានៅប្រាសាទតាព្រហ្ម ទន្លេបាទី ខេត្តតាកែវ

ង) ចម្លាក់ចែង

ចម្លាក់ចែងជាគ្រឿងលំអប្រាសាទ ច្រើនដាក់នៅកាច់ជ្រុងប្រាសាទ តាមជាន់ថ្នាក់នៃប្រាសាទ។ ចម្លាក់ចែងច្រើនឆ្លាក់ជារូបនាគ ឬ តាបស ជាដើម...។ បំណែកថ្មក្នុងវត្តប្រាសាទដូនអនមានបំណែកចម្លាក់ចែងមួយចំនួនដែរ។ បំណែកខ្លះត្រូវគេយកទៅដាក់តាំងក្នុងទីធ្លាខាងលិចព្រះវិហារ ចំណែកខ្លះទៀតដាក់បន្ថុបគរលើគ្នា។

រូបលេខ៥៣, ៥៤, ៥៥និង៥៦៖ ចម្លាក់ចែងដាក់នៅក្នុងបរិវេណវត្តប្រាសាទដូនអន

ឈ) មេទ្វារ

មេទ្វារក៏មានច្រើនក្នុងវត្តនេះដែរ។ មេទ្វារមួយចំនួនត្រូវបានយកមកដាក់តាំងនៅទីធ្លាក្រោយព្រះវិហារ។ ខ្លះក៏ដាក់មានកំណល់ ខ្លះក៏ដាក់ផ្ទាល់លើដី។ ចំណែក មេទ្វារខ្លះទៀតត្រូវគេយកមកតម្រៀបគរគ្នា ហើយខ្លះទៀតតម្រៀមជាជណ្ដើរឡើងទៅសំណង់អ្នកតាយាយដូន។

រូបលេខ៥៧និង៥៨៖ មេទ្វារដែលគេយកដាក់តម្រៀបក្នុងទីធ្លាវត្ត

ញ) ទ្រនាប់ជណ្ដើរ

ដូចមេទ្វារដែរ ទ្រនាប់ជណ្ដើរត្រូវបានគេយកមកដាក់តម្រៀបក្នុងទីធ្លាវត្ត ខាងលិចព្រះវិហារ។ ទ្រនាប់ជណ្ដើរខ្លះត្រូវបានគេយកមកគរជាសំណង់អ្នកតាដូនអន និងមួយចំនួនទៀតរៀបជាជណ្ដើរឡើងទៅរោងអ្នកតាដូនអន។

រូបលេខ៥៩, ៦០និង៦១៖ ទ្រនាប់ជណ្ដើរក្នុងបរិវេណវត្តប្រាសាទដូនអន

ដ) បល្ល័ង្ក

បល្ល័ង្កគឺជាគ្រឿងលំអមួយសម្រាប់តម្កក់បដិមា លិង្គ ទ្វារបាល ឬ បដិមាតោ ជាដើម។ មានមួយចំនួនដែរ ហើយត្រូវគេយកមកដាក់តម្រៀបក្នុងបរិវេណវត្ត ដាក់តម្កល់ អ្នកតាដូនអន ជាដើម។

រូបលេខ៦២, ៦៣និង៦៤៖ បល្ល័ង្កក្នុងបរិវេណវត្តប្រាសាទដូនអន

ឋ) ខឿនប្រាសាទ

ខឿនប្រាសាទជាផ្នែកសំខាន់មួយដែរ ដែលមានថ្មតម្រៀបគ្នា ដោយមានឆ្លាក់ក្បាច់រចនាខ្លះដែរ។ តាមរយៈរូបរាងនៃដុំថ្ម និងចម្លាក់ជាប់នឹងថ្មខឿនប្រាសាទ គេអាចដឹងថាជាថ្មសម្រាប់សង់ខឿនប្រាសាទ។ ប៉ុន្តែ ក្នុងករណីនៅប្រាសាទវត្តដូនអន គេពិបាកកំណត់ឱ្យបានច្បាស់លាស់ថា តើថ្មមួយណាគឺជាថ្មសម្រាប់យកមកធ្វើខឿនប្រាសាទ។ ទោះយ៉ាងណា យើងរកឃើញបំណែកថ្មភក់មួយដុំដែលមានក្បាច់ផ្កាធំៗ អាចសង្ស័យថាជាបំណែកថ្មខឿនប្រាសាទ។

រូបលេខ៦៥៖ បំណែកខឿនប្រាសាទ

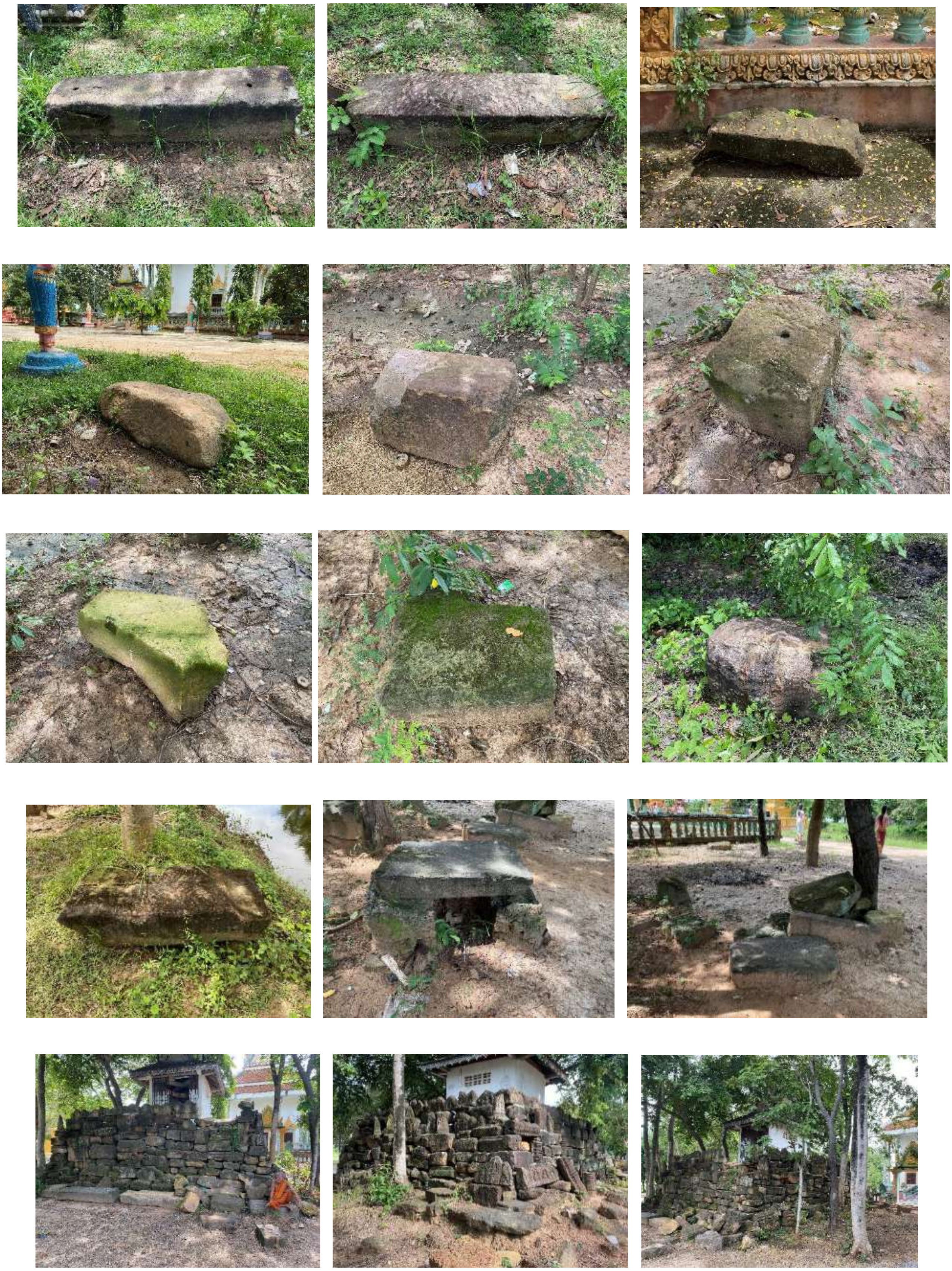
ឌ) ក្លោងទ្វារ

រូបលេខ៦៦៖ បំណែកថ្មមានក្បាច់ចម្លាក់ទំនងជាកំពូលក្លោងទ្វារ

ក្លោងទ្វារប្រាសាទក៏ជារចនាសម្ព័ន្ធសំណង់ប្រាសាទសំខាន់មួយដែរ ហើយតែងមានឆ្លាក់ក្បាច់រចនាផ្សេងៗ។ យើងរកឃើញបំណែកថ្មភក់មួយដុំដែលមានរូបរាងដូចថ្មដែលគេប្រើសម្រាប់ដាក់ពីលើក្លោងទ្វារប្រាសាទ។ ដោយសារលក្ខណៈរូបរាង និងក្បាច់ចម្លាក់ យើងសន្និដ្ឋានជាបឋមថា គឺជាកំពូលក្លោងទ្វារប្រាសាទ ?។

ឍ) បំណែកថ្មភក់មិនស្គាល់អត្តសញ្ញាណ

ក្រៅពីបំណែកថ្មមានក្បាច់រចនាដែលអាចសម្គាល់ ឬ កំណត់បានអំពីរូបរាង និង តួនាទីជាគ្រឿងបង្គុំប្រាសាទណាមួយ នៅមានបំណែកថ្មប្រាសាទជាច្រើនដុំទៀតដែលយើងមិនអាចកំណត់អត្តសញ្ញាណបាន។ ថ្មទាំងនោះត្រូវបានគេយកមកតម្រៀបនៅតាមទីធ្លាវត្ត ឬ ទុកចោលរប៉ាត់រប៉ាយគ្មានសណ្ដាប់ធ្នាប់ក្បែរគូទឹកជាដើម និង ពិសេសថ្មដែលគេយកតម្រៀបបន្ទុបគរលើគ្នាបង្កើតជាសំណង់អ្នកតាដូនអន។



រូបលេខ៦៧,៦៨, ៦៩, ៧០, ៧១, ៧២, ៧៣, ៧៤, ៧៥, ៧៦, ៧៧, ៧៨, ៧៩, ៨០, ៨១, ៨២ និង៨៣៖ បំណែកថ្មភក់ផ្សេងៗដែលមិនស្គាល់អត្តសញ្ញាណ

ឈ) បំណែកថ្មបាយក្រៀម

ក្រៅពីបំណែកថ្មភក់ រាប់ទាំងថ្មស្គាល់អត្តសញ្ញាណ និង បំណែកថ្មមិនស្គាល់អត្តសញ្ញាណ នៅមានបំណែកថ្មបាយក្រៀមជាច្រើនទៀតដែរ។ ជាធម្មតា ថ្មបាយក្រៀមច្រើនយកមកសង់ជាគ្រឹះប្រាសាទ ប៉ុន្តែប្រាសាទខ្លះក៏យកថ្មបាយក្រៀមមកសង់ជាតួប្រាសាទដែរ។

រូបលេខ៨៤,៨៥និង៨៦៖ ថ្មបាយក្រៀមមានក្នុងបរិវេណវត្ត

៣.៣- រចនាសម្ព័ន្ធជុំវិញប្រាសាទដូនអន

ដូចដែលបានគូសបញ្ជាក់ក្នុង **ចំណុច១.២** ខាងលើ សំណង់ប្រាសាទបុរាណរបស់ខ្មែរ ភាគច្រើនសាងសង់ឡើងដោយមានគូទឹកព័ទ្ធជុំវិញ ឬមានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទឹកនៅក្បែរៗនោះផងដែរ។ មិនខុសពីប្រាសាទផ្សេងទៀត ប្រាសាទដូនអន ក៏ត្រូវបានប្រជាជនសម័យបុរាណ សាងសង់ឡើងដោយមានព័ទ្ធជុំវិញដោយគូទឹក និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទឹកផ្សេងទៀតនៅក្បែរនោះផងដែរ។ ក្រៅពីវត្ថុបុរាណ ឬ វត្ថុសិល្បៈ (Artifacts) ដូចបានរៀបរាប់ខាងលើ ដែលជាគ្រឿងបង្គំប្រាសាទ នៅមានសំណង់ផ្សេងៗទៀត ជាអចលវត្ថុ (features) មួយចំនួនសមាសធាតុនៃសំណង់ប្រាសាទខ្មែរ ដូចជា កំពែង និង គូទឹក ជាដើម។ តាមរយៈការចុះទៅពិនិត្យដល់ទីតាំងផ្ទាល់របស់ប្រាសាទ យើងអាចធ្វើការកំណត់បាននូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទឹក និងទិដ្ឋភាពរួមមួយចំនួនរបស់ប្រាសាទដូចខាងក្រោម។

ក) កំពែងនិងគូទឹក

ដូចបានបង្ហាញខាងលើ សំណង់តួប្រាសាទដូនអន ត្រូវបានបំផ្លាញខ្ទេចខ្ទាំស្ទើរគ្មានសល់នូវរូបសណ្ឋានជាសំណង់ប្រាសាទនោះទេ ប៉ុន្តែ បើទោះបីជាយ៉ាងនេះក្តី ការសាងសង់ប្រាសាទនេះ មានព័ទ្ធទៅដោយគូទឹក មិនខុសពី

សំណង់ប្រាសាទបុរាណនានាក្នុងប្រទេសកម្ពុជានោះទេ។ ជាក់ស្តែង ប្រាសាទដូនអន ត្រូវបានសាងសង់ដោយព័ទ្ធជុំវិញដោយគូទឹកធំៗចំនួនបីជាន់៖

➲ កំពែងនិងគូទឹកទី១

កំពែងនិងគូទឹកទី១ ជាផ្នែកខាងក្នុងបង្អស់ មានបណ្តោយប្រវែង ១៤០ម៉ែត្រ (អក្សកើតលិច) និងទទឹងប្រវែង ១០៥ម៉ែត្រ (អក្សជើងត្បូង) និងមានទំហំគូទឹកប្រវែង២០ម៉ែត្រ។

រូបលេខ៨៧៖ គូទឹកជាន់ទី១ (ផ្នែកខាងក្នុងបង្អស់)

➲ កំពែងនិងគូទឹកទី២

គូទឹកទី២ដែលមានបណ្តោយប្រវែង៦១០ម៉ែត្រ (អក្សកើតលិច) និងទទឹងប្រវែង៤០០ម៉ែត្រ (អក្សជើងត្បូង) និងមានទំហំគូទឹកប្រវែងពី៣០-៣៥ម៉ែត្រ។

រូបលេខ៨៨៖ រូបភាពកំពែងនិងគូទឹកទី២ (ផ្នែកកណ្តាល)

១ កំពែងនិងគូទឹកទី៣

គូទឹកទី៣មានបណ្តោយប្រវែង៨០០ម៉ែត្រ (អក្សកើតលិច) និងទទឹងប្រវែង៥៦០ម៉ែត្រ (អក្សជើងត្បូង) ទំហំគូទឹកប្រវែង៣០-៤០ម៉ែត្រ។ កំពែងនិងគូទឹកទី៣នេះ បានបាត់ស្លាកស្នាមទៅហើយនៅជ្រុងខាងត្បូង។

រូបលេខ៨៩៖ រូបភាពកំពែងនិងគូទឹកទី៣ (ផ្នែកខាងក្រៅបង្អស់)

រូបលេខ៩០៖ ផែនទីពីផ្កាយរណបបង្ហាញពីគូទឹកទាំងបីជាន់នៃប្រាសាទដូនអន (ផលិតដោយ៖ ឡេង សត្យា)

ដោយសារ មានការជីកស្ដារគូទឹកជាន់ទី១ ធ្វើឲ្យមានទឹកជាប្រចាំក្នុងគូទឹកនេះ។ ចំណែកគូទឹកជាន់ទី២ និង ទី៣ មានទឹកដក់នៅតាមកន្លែង។ បើនៅរដូវវស្សា អ្នកស្រុកយកដីក្នុងគូទឹកជាន់ទី២ និង គូទឹកជាន់ទី៣ មកធ្វើស្រែ។

ចំពោះករណីនៅប្រាសាទវត្តដូនអន គេក៏ជីកព្រែកមួយភ្ជាប់គូទឹកជាន់ទី៣ នៅជ្រុងឦសាន ភ្ជាប់គ្នាទៅនឹងអូររំលិចនៅភាគខាងជើង។ ព្រែកនេះបន្តហូរពីភាគខាងជើង ស្របគ្នានឹងគូទឹកទី៣ រួចភ្ជាប់ទៅនឹងអូររំលិចនៅភាគខាងត្បូងទៀត។ តាមការអង្កេត រូបភាព Google Earth ព្រែកនេះអាចជាប្រភេទព្រែកជីក ដើម្បីទាញយកទឹកពីអូរយកមកប្រើប្រាស់ផង និង ជាប្រភពផ្គត់ផ្គង់ទឹកចូលក្នុងគូទឹកទី៣ផង។ តែយ៉ាងណា ការសន្និដ្ឋានជាបឋមបែបនេះ ត្រូវការសិក្សាកំណាយតាមបែបបុរាណវិទ្យាបន្ថែមទៀត។

ខ) បារាយណ៍នៃប្រាសាទដូនអន

បារាយណ៍គឺជាធាតុមួយរួមផ្សំជាមួយសំណង់ប្រាសាទ។ សំណង់ប្រាសាទដែលសង់ក្នុងអង្គរតែងមានការសាងសង់បារាយណ៍ធំ ដូចជាប្រាសាទមេបុណ្យខាងកើតមានបារាយណ៍ឈ្មោះបារាយណ៍មេបុណ្យខាងកើត, ប្រាសាទមេបុណ្យខាងលិចមានបារាយណ៍ខាងលិច (Fletcher et al., 2008)។ នៅតំបន់ផ្សេងៗក្រៅពីតំបន់អង្គរ ជាពិសេសតំបន់ដែលមានប្រាសាទដែលបានកសាងឡើងក្នុងសម័យអង្គរ តែងតែមានសំណង់បារាយណ៍ធំៗបែបនេះ។ ដូចគ្នានឹងតំបន់ផ្សេងៗក្នុងប្រទេសកម្ពុជា នៅខាងកើតវត្តប្រាសាទដូនអនចម្ងាយប្រមាណ៧០០ម៉ែត្រ មានសំណង់បារាយណ៍ដ៏ធំមួយដែលមានបណ្ដោយប្រវែង ១៣០០ម៉ែត្រ (អក្សកើតលិច) និង ទទឹងប្រវែង ៦០០ម៉ែត្រ (អក្សជើងត្បូង)។ ចំពោះអ្នកស្រុក គេមិនហៅសំណង់មួយនេះថាជា «បារាយណ៍» ទេ គេហៅថា «បួ»។ ចំណែកខ្នងបារាយណ៍គេហៅថា «ទួលប្រណាំងសេះ»។

ដោយសារកត្តាធម្មជាតិ អាយុកាល និងកត្តាមនុស្ស បារាយណ៍នេះមានជម្រៅកាន់តែរាក់ទៅៗ ហើយប្រជាពលរដ្ឋនៅតំបន់ក្បែរៗនោះ (ឃុំរំលេច) បានយកផ្ទៃបារាយណ៍ទាំងមូលដាំដុះស្រូវជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ជាក់ស្ដែង បារាយណ៍នេះ ស្ទើរតែពុំមានលទ្ធភាពក្នុងការរក្សាទឹកទុកប្រើប្រាស់ក្នុងគោលបំណងកសិកម្ម ដូចបារាយណ៍ផ្សេងៗនៅតំបន់អង្គរនោះទេ។

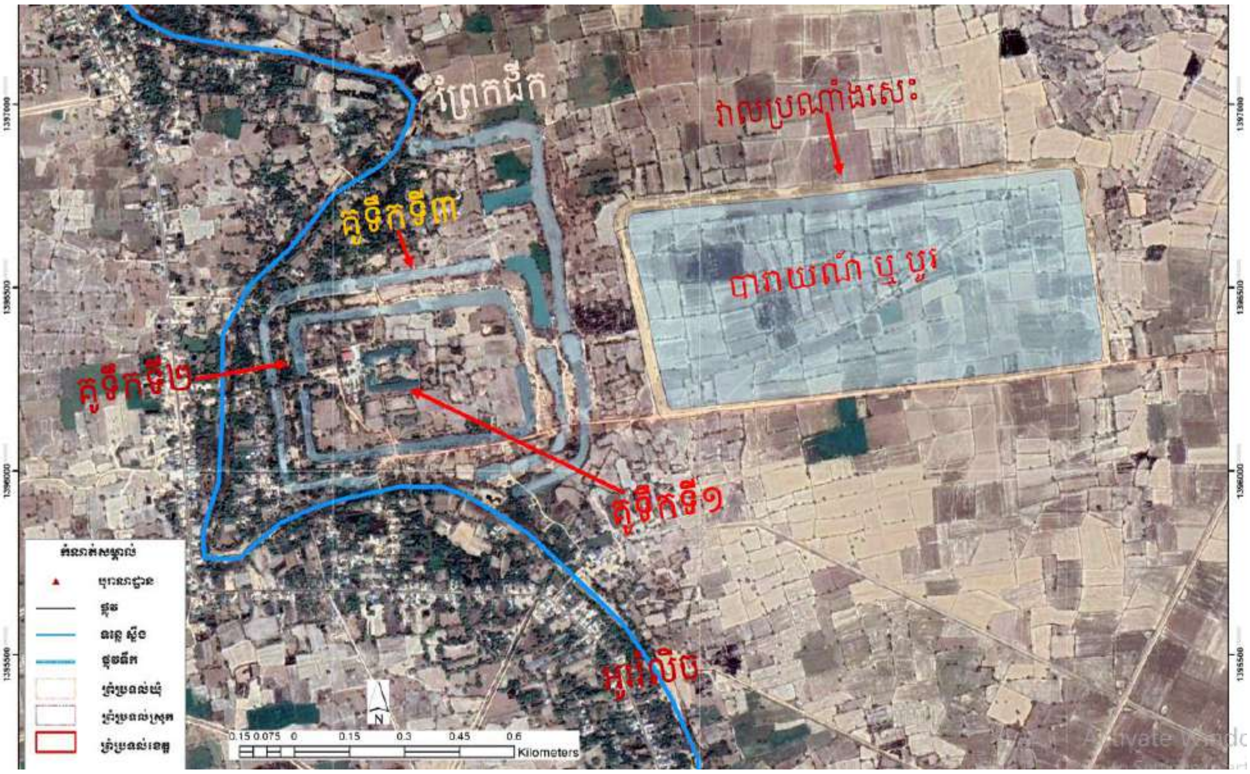
រូបលេខ៩១៖ រូបភាពបារាយណ៍នៅជ្រុងខាងកើតឆៀងខាងត្បូង

រូបលេខ៩២៖ ផែនទីបារាយណ៍ប្រាសាទដូនអន (ផលិតដោយ៖ ឡេង សត្យា)

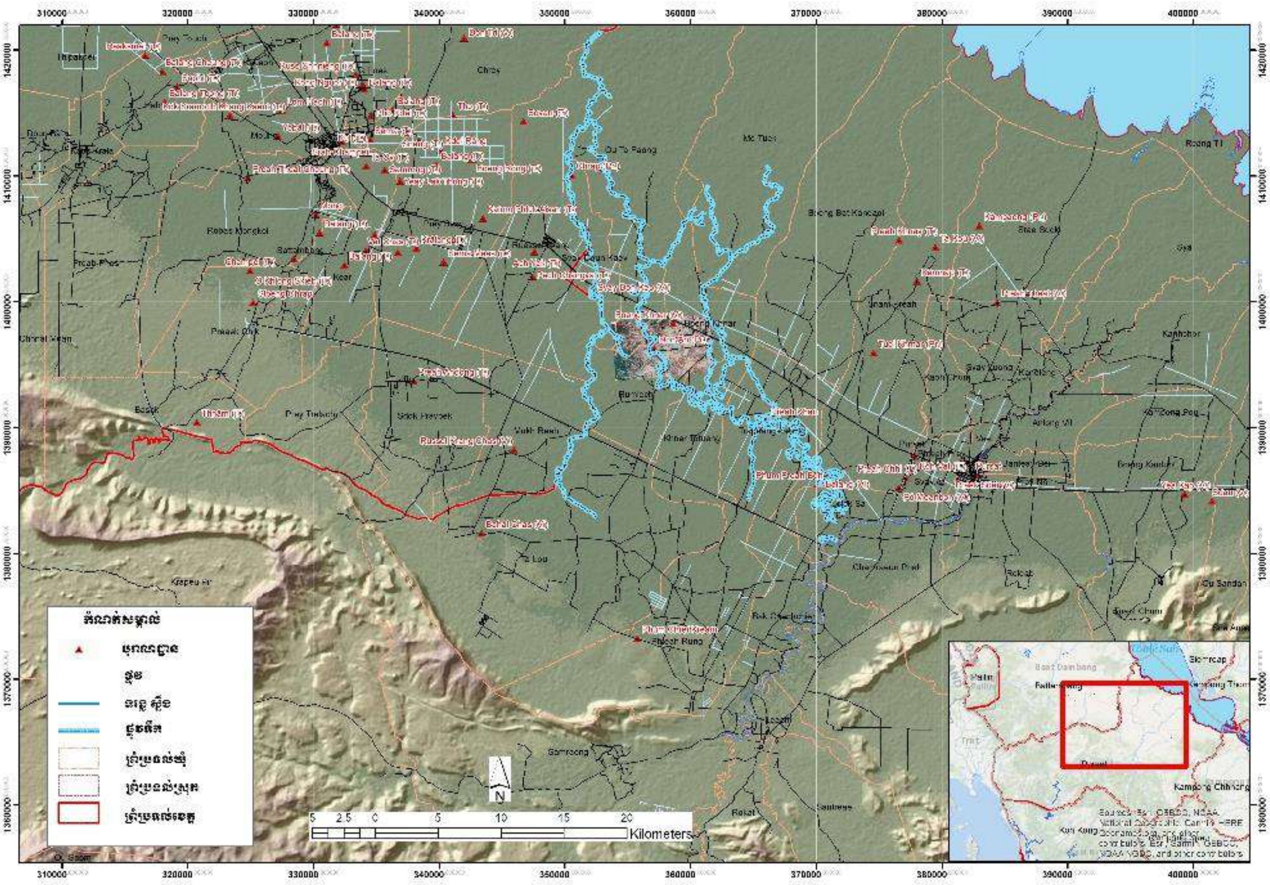
ការបង្កើតឲ្យមានសំណង់គូទឹក និង បារាយណ៍ ក៏ត្រូវមានសំណង់មួយទៀតទាក់ទងគ្នា ដើម្បីបង្ហូរទឹកបញ្ចូលក្នុងគូទឹក និងបារាយណ៍ដែរ។ ជាធម្មតា គេត្រូវជីកព្រែកមួយតពីប្រភពទឹកទន្លេ ឬ ស្ទឹង ឬ ព្រែក ភ្ជាប់មកគូទឹក និងបារាយណ៍នៅទីតាំងណាមួយ។ សំណង់បារាយណ៍នៅតំបន់អង្គរ គេជីកព្រែកដឹកបញ្ចូលទឹកក្នុងបារាយណ៍តាមទ្វារទឹក (inlet) នៅជ្រុងឦសាន (Fletcher et al., 2008, p. 58)។

ទឹកអូររលិចហូរពីត្បូងទៅជើង ពីស្ទឹងពោធិ៍សាត់ ចាក់ទៅបឹងទន្លេសាប។ ដើម្បីទាញទឹកពីអូរយកមកផ្គត់ផ្គង់ក្នុងគូទឹក គេត្រូវការជីកព្រែកដើម្បីភ្ជាប់ចូលក្នុងគូទឹក។ ព្រែកជីកនេះក៏អាចជួយផ្គត់ផ្គង់ទឹកក្នុងបារាយណ៍បានដែរ។ ប្រព័ន្ធនេះគឺជាប្រព័ន្ធមួយដែលមានក្នុងតំបន់អង្គរ ដែលគូទឹក និង បារាយណ៍គឺជាប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រតែមួយ (Fletcher et al., 2008, p. 58)។

ជាក់ស្តែង ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រនេះគឺជាគំរូនៃប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រកសាងក្នុងសម័យអង្គរ ជាពិសេសក្នុងរាជព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧។



រូបលេខ៩៥៖ ផែនទីបង្ហាញពីប្រព័ន្ធព្រែក គូទឹក និងបារាយណ៍នៅតំបន់ប្រាសាទដូនអន (ផលិតដោយ៖ ឡេង សត្យា)



រូបលេខ៩៦៖ ផែនទីប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រក្នុងតំបន់ប្រាសាទដូនអន (ផលិតដោយៈ ឡេង សត្យា)

៤. ការពិភាក្សា

លទ្ធផលស្រាវជ្រាវបានបង្ហាញថា ប្រាសាទដូនអនបានបាត់រូបរាងដើមទាំងស្រុង ដែលអ្នកស្រាវជ្រាវពុំអាចកំណត់បាននោះទេពីទិដ្ឋភាពសំណង់ដើម។ បើពិនិត្យទៅលើទិដ្ឋភាពសំណង់ប្រាសាទជាក់ស្ដែង អ្នកស្រាវជ្រាវអាចនឹងធ្វើការសន្និដ្ឋានដោយការភាន់ច្រឡំ ព្រោះតែតួសំណង់ដែលនៅសេសសល់នាពេលបច្ចុប្បន្ន គឺជាប្រភេទសំណង់ដែលកើតចេញពីការរុះរើថ្មប្រាសាទដើមពីទីតាំងណាមួយ មកតម្រៀបបញ្ចូលគ្នាទុកនៅជ្រុងឆៀងខាងកើតឆៀងខាងត្បូងវត្ត។ ក្នុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៨០ អំពើចោរកម្មវត្ថុបុរាណក្នុងប្រទេស ក៏ដូចមានការទិញដូរវត្ថុបុរាណនៅបរទេសផងសកម្មភាពគាស់កកាយប្រាសាទវត្តដូនអនក៏កើតមានឡើង។ ពេលនោះ ប្រាសាទក៏ដូចជាថ្មប្រាសាទត្រូវបានបំផ្លាញដោយការគាស់កកាយ។ លុះមកដល់ឆ្នាំ១៩៩៦ អំឡុងពេលដែលសំណង់ព្រះវិហារវត្តបច្ចុប្បន្នចាប់ផ្ដើមសាងសង់ ថ្មប្រាសាទដែលស្ថិតនៅទីតាំងតួប្រាសាទ ត្រូវបានទាញចេញពីទីតាំងដើម ហើយទីតាំងប្រាសាទទាំងមូលត្រូវសង់ព្រះវិហារនៅពីលើវិញ។

មានការចោទសួរផងដែរក្នុងចំណោមអ្នកស្រាវជ្រាវខ្លួនឯង ក៏ដូចជាក្រុមគោលដៅស្រាវជ្រាវ ថា៖

"តើសំណង់បុរាណដែលបានរលាយបាត់រូបរាងដើមទៅហើយនេះជាប្រាសាទ ជាសាលាដំណាក់ ឬជាមន្ទីរពេទ្យរបស់ព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧ ឬព្រះរាជាអង្គណាមួយនាសម័យបុរាណ ហើយឈ្មោះទៀតសោទ តើពិតជាមានឈ្មោះដើមថា ប្រាសាទដូនអន ពិតមែនឬទេ?"

ការសន្និដ្ឋានខាងដើមថាជា "ប្រាសាទ" គឺពឹងផ្អែកទាំងស្រុងលើការសិក្សាសម្ភាស ទិន្នន័យចេញពីការចងចាំពីអ្នកស្រុក ព្រះសង្ឃ អាចារ្យវត្ត ដែលនៅចាំរឿងរ៉ាវពាក់ព័ន្ធ។ រឿងរ៉ាវដែលពួកគាត់នៅចងចាំគឺចាប់ពីសម័យសង្គមរាស្ត្រនិយម សម័យសាធារណរដ្ឋខ្មែរ (លន់ នល់) សម័យកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ (ខ្មែរក្រហម) និងសម័យបច្ចុប្បន្ន។ ម្យ៉ាងទៀត តាមការសិក្សាលើឯកសារមានស្រាប់ ក៏ពុំឃើញមានកត់ត្រាអំពីប្រវត្តិសំណង់បុរាណដែលស្ថិតនៅក្នុងវត្តប្រាសាទដូនអននេះឡើយ។

ផ្អែកទៅលើការសិក្សាពីវត្ថុសិល្បៈ និងក្បាច់ចម្លាក់នានានៅតាមជញ្ជាំង ហោរជាង ផ្តែរ ក្បាច់ចែង និងបំណែកថ្មផ្សេងៗ យើងអាចកំណត់បានថា សំណង់ដែលបាត់រូបរាងទៅហើយនេះជា "ប្រាសាទ" យ៉ាងពិតប្រាកដ ហើយរចនាបថដែលមាននៅតាមបំណែកថ្មដែលនៅសេសសល់ មានលក្ខណៈដូចគ្នាទៅនឹងរចនាបថរបស់ប្រាសាទបាយ័ននៅក្នុងសតវត្សរ៍ទី១៣ដែរ។ ផ្តែរនិងបំណែកផ្តែរទាំងអស់ក្នុងបរិវេណវត្តកសាងក្នុងសម័យអង្គរ អាចមានអាយុកាលចាប់សតវត្សរ៍ទី១១-១៣។ ក្នុងនោះ មានបំណែកផ្តែរខ្លះមានក្បាច់ចម្លាក់ក្នុងសតវត្សរ៍ទី១៣ ក្នុងរាជព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧។ ក្បាច់រចនានៅលើថ្មប្រាសាទ ដែលផ្តល់ជាព័ត៌មានបង្ហាញអំពីតួនាទីនៃថ្មក្នុងបង្គំសំណង់ប្រាសាទ ហើយអាចនាំទៅដល់ការសិក្សាប្រៀបធៀបជាមួយប្រាសាទមួយចំនួននៅក្នុងខេត្តផ្សេងៗដូចជាប្រាសាទក្នុងតំបន់អង្គរ ខេត្តសៀមរាប ប្រាសាទក្នុងខេត្តកំពង់ចាម និង ក្នុងខេត្តតាកែវ។ ក្បាច់រចនាស្ទើរតែទាំងអស់ស្ថិតក្នុងរចនាបថបាយ័ន ក្នុងសតវត្សរ៍ទី១៣ លើកលែង ក្បាច់មួយចំនួនតូចដែលស្ថិតក្នុងរចនាបថឃ្លាំង ក្នុងសតវត្សរ៍ទី១១។

បើទោះបីជាមានភស្តុតាងតាមបែបបុរាណវត្ថុវិទ្យា និងការសិក្សាប្រៀបធៀបទៅលើក្បាច់ចម្លាក់ និងរចនាបថមួយចំនួនរបស់ប្រាសាទដូនអន ទៅនឹងរចនាបថនៃប្រាសាទបាយ័នក្តី អ្នកស្រាវជ្រាវមិនទាន់អាចកំណត់បានឱ្យជាក់ច្បាស់អំពីពេលវេលាជាក់លាក់(ឆ្នាំ) នៃការសាងសង់ប្រាសាទនេះនៅឡើយដែរ។ យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ប្រាសាទដូនអនអាចត្រូវបានកសាងឡើងក្នុងដំណាក់កាលទី១ នៅក្នុងរាជ្ជកាលព្រះបាទសូរ្យវរ្ម័នទី១ និង ដំណាក់កាលទី២ក្នុងរជ្ជកាលព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧។ បន្ថែមពីលើនេះ ដោយសារតែខ្វះឯកសារសំអាង និងពុំឃើញមាននូវផ្ទាំងសិលាចារឹកនានាដែលអាចយកជាភស្តុតាងបាន អ្នកស្រាវជ្រាវក៏ពុំអាចធ្វើការសន្និដ្ឋានឱ្យបានដាច់ស្រេចថា ប្រាសាទដើមពិតជាមានឈ្មោះ "ប្រាសាទដូនអន" ពិតមែន ឬក៏មានការហៅឈ្មោះប្រាសាទបែបនេះ នៅសម័យក្រោយមកនោះទេ។

ភស្តុតាងមួយទៀតដែលឈានទៅដល់ការសន្និដ្ឋានថា សំណង់ដែលបានបាត់បង់នេះជាប្រាសាទ គឺដោយសាររចនាសម្ព័ន្ធផ្សេងៗទៀតដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រាសាទ។ គេសង្កេតឃើញការសាងសង់ប្រាសាទដូនអននេះ មានលំនាំប្រហាក់ប្រហែលគ្នានឹងការសាងសង់ប្រាសាទនានារបស់ព្រះរាជាស្ទើរគ្រប់សម័យកាល ដោយមានជាមួយរចនាសម្ព័ន្ធគូទឹក បារាយណ៍ និងកំពែងប្រាសាទជាដើមភ្ជាប់ជាមួយគ្នា។ ផ្អែកទៅលើសំណង់គូទឹក និងបារាយណ៍ យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ប្រាសាទដូនអនជាប្រភេទសំណង់នៅក្នុងសម័យអង្គរ ព្រោះប្រាសាទដែលសាងសង់ឡើងក្នុងសម័យនេះ តែងមានគូទឹក ឬបារាយណ៍ភ្ជាប់មកជាមួយដែរ។ ជាក់ស្តែង បុព្វបុរសខ្មែរកសាងប្រាសាទដោយមានគូទឹក ឬបារាយណ៍ មកជាមួយ គឺដើម្បីជានិមិត្តរូបនៃភ្នំព្រះសុមេរុ ដែលសង់នៅចំកណ្តាលសមុទ្រ (Fletcher et al., 2008) ហើយប្រើប្រាស់ក្នុងគោលបំណងកសិកម្ម និងទ្រទ្រង់តួប្រាសាទ។ ជាឧទាហរណ៍ ព្រះមហាក្សត្រខ្មែរក្នុងសម័យអង្គរបានកសាងបារាយណ៍ធំៗ ដើម្បីភ្ជាប់និមិត្តរូបជាមួយប្រាសាទ មានដូចជាបារាយណ៍ខាងលិច បារាយណ៍ខាងកើត បារាយណ៍ខាងជើង (ជ័យតាដាក) ជាដើម (Fletcher et al., 2008, p. 58)។

៥. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

៥.១- ការសន្និដ្ឋាន

ជារួម ការសិក្សានេះចង់បង្ហាញថា នៅទីតាំងវត្តប្រាសាទដូនអនគឺជាប្រាសាទមួយដែលត្រូវបានគេបំផ្លាញអស់ទៅហើយ។ ទិន្នន័យដែលមាននៅលើទីតាំងដូចជាវត្ថុបុរាណ (វត្ថុសិល្បៈ) មានដូចជា កំពូលប្រាសាទ ផ្តែរ ហោជាង អដ្ឋហោជាង ចម្លាក់ចែង សសរពេជ្រ ចម្លាក់ចែង ស្លឹករកា មេទ្វារ បល្ល័ង្ក ទ្រនាប់ជណ្តើរ ខឿនប្រាសាទ ក្លោងទ្វារ និងបំណែកថ្មដែលមិនស្គាល់អត្តសញ្ញាណជាច្រើនបំណែកទៀត បង្ហាញថា ថ្មទាំងអស់គឺជាថ្មប្រាសាទ ដែលមានរចនាសម្ព័ន្ធប្រាសាទទាំងមូល ប៉ុន្តែត្រូវមនុស្សបំផ្លាញ។ បើទោះបីជាមិនទាន់បាត់រូបរាងទាំងស្រុង ដំណាក់កាលដំបូងនៃការដួលរលំតួប្រាសាទ អាចបណ្តាលមកពីកត្តាធម្មជាតិ និងអាយុកាលរបស់ប្រាសាទផ្ទាល់។ លុះក្រោយមក មនុស្សចាប់ផ្តើមបំផ្លាញដោយការរុះរើយកថ្មប្រាសាទទៅសង់ទំនប់ប្រឡាយក្នុងសម័យឆ្នាំ១៩៧៥-៧៩ ដែលក្នុងពេលនោះប្រាសាទទាំងមូលត្រូវដួលរលំ។

តាមរយៈបំណែកថ្មដែលនៅសេសសល់ ក្បាច់រចនាដែលមាននៅលើបំណែកថ្មទាំងនេះ ព្រមទាំងរចនាសម្ព័ន្ធគូទឹក កំពែង ព្រែកជីក និង បារាយណ៍ជាដើម ជាភស្តុតាងបញ្ជាក់ពីវត្តមាននៃប្រាសាទ។ យ៉ាងណា ការសិក្សានេះ ពុំអាចកំណត់បានពីឈ្មោះពិតប្រាកដ (ឈ្មោះពេលកសាង) នៃប្រាសាទដូនអននោះទេដោយសារកង្វះខាតផ្នែកភស្តុតាង និងអំណះអំណាងចេញពីផ្ទាំងសិលាចារឹកជាដើម។ ផ្អែកលើធាតុសំខាន់ៗទាំងនេះ គេអាចសន្និដ្ឋានបានថាប្រាសាទដូនអនមានទំហំធំល្មម ហើយទំនងជាប្រាសាទដែលបានកសាងឡើងក្នុងសម័យអង្គរ គឺក្នុងរាជព្រះបាទសូរ្យវរ្ម័នទី១ផង និង រាជព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧ផង (សតវត្សរ៍ទី១១ និង សតវត្សរ៍ទី១៣)។

ដោយសារតួប្រាសាទដើមបានបាត់រូបរាង ហើយថ្មត្រូវបានរុះរើដាក់ជាគំនរ ប្រាសាទដូនអនពុំបានបង្ហាញនូវសក្តានុពលផ្នែកទេសចរណ៍សម្រាប់ខេត្តពោធិ៍សាត់នោះទេ ប៉ុន្តែរចនាសម្ព័ន្ធប្រាសាទផ្សេងទៀតដូចជាគូទឹក និងបារាយណ៍ជាដើម អាចបន្តផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍យ៉ាងធំធេងលើការងារកសិកម្មរបស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងតំបន់នោះ។ ទោះជាយ៉ាងណា បូកជាមួយនឹងវត្តប្រាសាទដូនអនដែលជានិមិត្តរូបមួយនៃវប្បធម៌ អារ្យធម៌ខ្មែរ ទីតាំងវត្តប្រាសាទដូនអន អាចក្លាយទៅជាកម្មវត្ថុថ្មីនៃទេសចរណ៍បែបអប់រំ និងវប្បធម៌ ប្រសិនបើមានការរៀបចំឱ្យបានល្អប្រសើរជាងនេះ។ បំណែកថ្មប្រាសាទដែលនៅសេសសល់ អាចដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងគោលបំណងអប់រំពីសម្បត្តិវប្បធម៌ និងអត្តសញ្ញាណជាតិ ការអភិរក្សធនធានវប្បធម៌ជាដើម ដល់សិស្ស និស្សិត ក៏ដូចជាភ្ញៀវទេសចរនានា ដែលមានចំណូលចិត្តលើវប្បធម៌ខ្មែរ។

៥.២- ដែនកំណត់និងអនុសាសន៍សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ

ដោយសារលទ្ធភាពនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះមានកម្រិត និង រយៈពេលនៃការសិក្សាមានតិច លទ្ធផលនៃការសិក្សានេះគឺជាលទ្ធផលបឋមមួយសម្រាប់ជាយានឆ្ពោះទៅសិក្សាស្រាវជ្រាវឱ្យបានស៊ីជម្រៅបន្ថែមទៀត ទាំងលើការសិក្សាអំពីសិល្បៈ (ការសិក្សាវិភាគថ្មប្រាសាទដែលមាន) ការសិក្សាលម្អិតអំពីប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រក្នុងតំបន់។ ជាងនេះទៀត ការសិក្សាអំពីប្រជាសាស្ត្រ ការសិក្សាអំពីប្រវត្តិភូមិ ឃុំ ក៏ត្រូវសិក្សាឱ្យបានស៊ីជម្រៅបន្ថែមទៀត។

ខេត្តពោធិ៍សាត់ជាខេត្តមានទិន្នន័យខាងបុរាណវត្ថុវិទ្យាតិចតួចនៅឡើយ បើប្រៀបធៀបជាមួយបណ្តាខេត្តផ្សេងៗក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ការនេះក៏គួរចលនានៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវក្នុងវិស័យបុរាណវត្ថុវិទ្យាឱ្យបានច្រើនជាងមុន ដើម្បីជួយជំរុញវិស័យស្រាវជ្រាវបុរាណវត្ថុវិទ្យាឱ្យកាន់តែផុសផុលថែមទៀត។

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

យើងខ្ញុំអ្នកស្រាវជ្រាវសូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅដល់លោក ឡេង សត្យា ដែលបានជួយក្រុមការងារយ៉ាងសកម្មក្នុងផលិតប្លង់ និង ផែនទីជាច្រើនដែលបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងអត្ថបទស្រាវជ្រាវនេះ។

យើងខ្ញុំក៏សូមគោរពថ្លៃអំណរគុណចំពោះព្រះតេជគុណ ឌិត គួយ ព្រះចៅអធិការវត្តប្រាសាទដូនអន, លោកតា ស៊ិប សួម អាចារ្យវត្តប្រាសាទដូនអន និង អ៊ុំប្រុស បៀ ប៊ិន អាយុ៦៩ឆ្នាំ ជាអាចារ្យវត្តប្រាសាទដូនអន ដែលបានជួយផ្តល់បទសម្ភាស ក៏ដូចជាពត៌មានជាបន្តបន្ទាប់ទាក់ទងនឹងប្រាសាទដូនអន។

ឯកសារយោង

ក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ. (២០០៧). បញ្ជីសារពើភណ្ឌស្ថានីយបុរាណប្រទេសកម្ពុជា៖ ខេត្តពោធិ៍សាត់ និង បាត់ដំបង។

ផុន កសិកា. (២០១០). ប្រាសាទត្រពាំងប្រាសាទ, រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា។

ផុន កសិកា. (២០១២). ប្រាសាទរកឃើញថ្មី និងការធ្វើផែនទីស្ថានីយបុរាណ នៅស្រុកត្រពាំងប្រាសាទ ខេត្តឧត្តរមានជ័យ, រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា)

ផុន កសិកា. (២០១៨). ឡ និង កុលាលភាជន៍នៅស្ថានីយជើងឯក, និក្ខេបបទ ឯកទេសបុរាណវត្ថុវិទ្យា, រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា។

នាយកដ្ឋានគាំពារនិងអភិរក្សសំណង់បុរាណ. (២០២០). របាយការណ៍ ស្តីពី បញ្ជីឈ្មោះបែងចែកប្រាសាទបុរាណស្ថានបុរាណ មន្ទីរពេទ្យបុរាណ, អគ្គនាយកដ្ឋានបេតិកភណ្ឌ នៃក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈ។

ស្វាយ ពិសិដ្ឋ និង ទស្ស សុមនាថ. (២០០២). អំពី «ប្រតិកម្ម» ប្រឆាំងមហាយានក្រោយរាជ្យព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី៧, ឧទ័យ លេខ៣ , ទំព័រ៣៥-៣៨។

ហាយហេម, ឆាល. (២០១៣). វប្បធម៌ដំបូងនៃតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ដីគោក, បកប្រែពី "Early Culture of Mainland Southeast Asia", រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា និង អង្គការបុរាណវិទ្យាខ្មែរ។

Aymonier, Etienne. (1900). Le Cambodge: Le Royaume Actuel, Tome I, P: 227-230.

Aymonier, Etienne. (1901). Le Cambodge: Le Royaume Actuel, Tome II.

Aymonier, Etienne. (1904). Le Cambodge: Le Royaume Actuel, Tome III.

Briggs, L. Palmer. (1951). The Ancient Khmer Empire, American Philosophical Society, Philadelphia.

Coedès, George. (២០០២). បដិមានៃព្រះរាជាខ្មែរជ័យវរ្ម័នទី៧, ប្រែដោយ អាំង ជូលាន, ឧទ័យ លេខ៣ , ទំព័រ ៨៣-៨៨។

Fletcher, Roland., Pottier, Christophe., Evans, Damian., Kummu, Matti. (2008). The Development of the Water Management System of Angkor: A Provisional Model, in Bulletin of the Indo-Pacific Prehistory Association, 28: 57-66.

Lajonquière, Lunet D. (1902). Inventaire Descriftif des Monuments du Cambodge, Tome I, P: 396-397

Lajonquière, Lunet D. (1904). Inventaire Descriftif des Monuments du Cambodge, Tome II.

Lajonquière, Lunet D. (1904). Inventaire Descriftif des Monuments du Cambodge, Tome III.

Pickering, Michael. (1997). History, Cultural Studies and the Question of Tradition in Proceeding of the Second Cultural Studies Seminar, Ege University Izmir, Turkey, May 1997, Published by The British Council in Association with The American Studies Association of Turkey and Ege University 1998.

Polkinghorne, Martin. (2007). Makers and Model: Decoratives Lintels of Khmer Temples, 7th to 11th Century, The University of Sydney.

Polkinghorne, Martin. (2008). Ideals and Architects: Khmer Temple Pyramids (Eights to Eleventh Century) in Sciences Humains Aséanie En Asia du Sud-Est, June 2008, Vol. 21, p. 65-88.

Rémusat, Gilberte de Coral. (1951) L'Art Khmer. Les Grandes Étapes de son Évolution, Paris.

Stark, Miriam. (2001). Cambodia in Encyclopedia of Archaeology: History and Discoveries, Volume I, A-D, Edited by Tim Murray, Oxford, England.

សូ ប៉ុណ្ណារ៉ាត់

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖

- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ប្រវត្តិវិទ្យា

ចំណាប់អារម្មណ៍ស្រាវជ្រាវ៖

- ស្រាវជ្រាវប្រវត្តិសាស្ត្រ

បណ្ឌិត ផុន កសិកា

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖

- បណ្ឌិតជំនាញបុរាណវត្ថុវិទ្យា
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញបុរាណវត្ថុវិទ្យា

ចំណាប់អារម្មណ៍ស្រាវជ្រាវ៖

- ស្រាវជ្រាវលើវិស័យវប្បធម៌
- បុរាណវត្ថុវិទ្យា

តាកេត ស័កដា

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖

- បរិញ្ញាបត្រជំនាញបុរាណវិទ្យា

ចំណាប់អារម្មណ៍ស្រាវជ្រាវ៖

- សិក្សាវិភាគកុលាលភាជន៍
- ស្រាវជ្រាវសង្គមតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ

យិន ពោ

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖

- បរិញ្ញាបត្រទស្សនវិជ្ជា
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់រដ្ឋបាលសាធារណៈ

ចំណាប់អារម្មណ៍ស្រាវជ្រាវ៖

- ច្បាប់ និងរដ្ឋបាលសាធារណៈ

កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម

Cambodian Journal of Humanities and Social Sciences

Website: https://ihss.rac.gov.kh/ihss-journal/

ការសិក្សាទៅលើជំងឺថប់បារម្ភរបស់និស្សិតវិស្វករនៃវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជាក្នុងបរិបទនៃវិបត្តិកូវីដ-១៩

លី តុង[១] , មាឃ សារី[២], សូ សុធីរ[៣], ឃាង ធានី[៤]

[១] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម នៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ lytongcambodia2013@gmail.com

[២] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម នៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ smeakhrac@yahoo.com

[៣] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម នៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ so_suthy@gmail.com

[៤] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម នៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ kheangtheany@yahoo.com

បានទទួល៖ ០១ កក្កដា ២០២២; ទទួលបោះពុម្ព៖ ២២ តុលា ២០២២; បោះពុម្ព៖ ៣០ ធ្នូ ២០២២

ទំនាក់ទំនង៖ lytongcambodia2013@gmail.com

អាគតដ្ឋាន៖ លី តុង, មាឃ សារី, សូ សុធីរ និង ឃាង ធានី. (២០២២). ការសិក្សាទៅលើជំងឺថប់បារម្ភរបស់និស្សិតវិស្វករនៃវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជាក្នុងបរិបទនៃវិបត្តិកូវីដ-១៩, *កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម*, ១(២), ទំ. ៥៦-៧៧.

សង្ខិត្តន័យ

ការស្រាវជ្រាវនេះ មានគោលបំណងស្វែងយល់អំពីកម្រិតនៃជំងឺថប់បារម្ភ (Anxiety) របស់និស្សិតវិស្វករដែលកំពុងសិក្សានៅវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជា ក្នុងបរិបទនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩។ កម្រងសំណួរសម្រាប់វាស់កម្រិតជំងឺថប់បារម្ភរបស់ហ្សុង (Zung Self-Rating Anxiety Scale) ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យពីនិស្សិត។ និស្សិតវិស្វករឆ្នាំទី២នៃវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជាចំនួន៣២៥នាក់បានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ។ លទ្

ផលបានបង្ហាញថា បើទោះបីជាស្ថិតក្នុងបរិបទជំងឺកូវីដ-១៩ក្តី ស្ថានភាពអារម្មណ៍ទូទៅរបស់និស្សិតស្ថិតក្នុងកម្រិតធម្មតា ប៉ុន្តែនិស្សិតស្រីហាក់មានទំនោរថប់បារម្ភខ្ពស់ជាងនិស្សិតប្រុសបន្តិចបន្តួច។ 75.4% នៃនិស្សិតទាំងនោះមានអារម្មណ៍ធម្មតា ដោយឡែកមាននិស្សិតប្រមាណ 23.7% កើតជំងឺថប់បារម្ភកម្រិតស្រាលទៅកម្រិតមធ្យម។ លទ្ធផលក៏បានបង្ហាញថា មាននិស្សិតតែ៣នាក់ប៉ុណ្ណោះដែលស្ថិតក្នុងស្ថានភាពជំងឺថប់បារម្ភកម្រិតខ្ពស់និងខ្ពស់បំផុត។ អាការៈដូចជា "អន្ទះអន្ទែងនិងតក់ក្រហល់ខ្លាំងជាងធម្មតា", "ភ័យខ្លាចដោយពុំដឹងមូលហេតុ", "ឈឺក ឈឺក្បាល និងឈឺខ្នង" និង "ខ្សោយនិងឆាប់អស់កម្លាំង" គឺជាអាការៈជំងឺថប់បារម្ភមួយចំនួនក្នុងចំណោមអាការៈផ្សេងទៀត ដែលនិស្សិតបានជួបប្រទះក្នុងអំឡុងពេលនៃការកើតមានវិបត្តិកូវីដ-១៩នេះ។ លទ្ធផលនៃការសិក្សានេះ បានផ្តល់ឱ្យលោកគ្រូ-អ្នកគ្រូ អ្នកអប់រំ ក៏ដូចជាអ្នករៀបចំគោលនយោបាយនានា នូវទិដ្ឋភាពទូទៅនៃស្ថានភាពជំងឺថប់បារម្ភក្នុងចំណោមនិស្សិតកម្ពុជា ដើម្បីឱ្យពួកគេអាចធ្វើការសម្រេចចិត្តជាក់លាក់ណាមួយ សម្រាប់ជាដំណោះស្រាយសមស្របចំពោះបញ្ហាជំងឺផ្លូវចិត្តរបស់សិស្ស-និស្សិត ក្នុងបរិបទវិបត្តិកូវីដ-១៩ ឬអាចសម្រាប់វិបត្តិជំងឺរាតត្បាតសកលដែលអាចនឹងកើតមាននាពេលអនាគត។

ពាក្យគន្លឹះ: ជំងឺថប់បារម្ភ, និស្សិតវិស្វករ, វិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជា, វិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩, កម្រងសំណួរវាស់កម្រិតជំងឺថប់បារម្ភរបស់ហ្ស៊ុង

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic drastically transformed social and educational activities in Cambodia and the world. Social distancing, self-isolation and strict sanitation measures were commonplace. With the adoption of online learning and a must-follow social safety guidelines, students were facing difficulties not only in their study but also their mental and psychological well-being. This research aimed at assessing anxiety levels among 2nd year engineering students at the Institute of Technology of Cambodia (ITC). Zung's Self-Rating Anxiety Scale (SAS) was used to collect data from 329 respondents. It was found that the overall students' anxiety was at normal level despite female students felt a bit more anxious than male students. 75.4% of the students felt normal, 23.7% had mild to medium level of anxiety, and three students experienced high to extremely high levels of anxiety. Syndromes such as being (i) nervous and anxious than usual, (ii) afraid for no reason, (iii) bothered by headaches neck and back pain and (iv) weak and get tired easily etc. were among other anxiety syndromes reported by the students. These findings should provide an overview of students' anxiety issues for teachers, educators and policy makers to make effective decisions to address students' anxiety during the COVID-19 or future pandemic.

KEYWORDS: Anxiety, engineering students, Institute of Technology of Cambodia, Covid-19, Zung's Self-Rating Anxiety Scale (SAS)

១. សេចក្តីផ្តើម

ក្នុងបរិបទនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ (COVID-19) គ្រប់ដំណើរការនៃសកម្មភាពសង្គម មានការប្រែប្រួលយ៉ាងខ្លាំងដោយសារតែការរឹតត្បិតការជួបជុំ និងការរក្សាគម្លាតសង្គមគឺជាវិធានការចាំបាច់បំផុត។ វិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩នេះ ត្រូវបានអង្គការសុខភាពពិភពលោក (WHO) ប្រកាសថាជាក្តីបារម្ភសកលនៅថ្ងៃទី៣០ ខែមករាឆ្នាំ២០២០ (WHO, 2020[1]) និងបានចាត់ទុកថាជាការឆ្លងរាលដាលសកល (Pandemics) នៅថ្ងៃទី១១ ខែមីនាឆ្នាំ២០២០ (WHO, 2020[2])។ នៅក្នុងវិស័យអប់រំ វិបត្តិមួយនេះបានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងដល់ដំណើរការរៀន និងបង្រៀននៅគ្រប់ភូមិសិក្សាទាំងអស់នៅទូទាំងពិភពលោក។ ជាក់ស្តែង ដើម្បីបង្ការការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ក្នុងសហគមន៍ សកម្មភាពអប់រំនៅតាមសាលារៀន និងសាកលវិទ្យាល័យ ត្រូវបានផ្លាស់ប្តូរពីការបង្រៀននិងរៀនក្នុងថ្នាក់ ឬការជួបជុំដោយផ្ទាល់ មកជាការបង្រៀននិងរៀនតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ (Online-Teaching and Learning) វិញ (Donnelly, R. et al., 2021)។ បើតាមរបាយការណ៍របស់អង្គការយូណេស្កូ បានបញ្ជាក់ថា មកទល់ពេលបច្ចុប្បន្ននេះ មានសិស្សានុសិស្សជិតពាក់កណ្តាលពិភពលោក បានរងផលប៉ះពាល់ចេញពីការរីករាលដាលនៃជំងឺកាចសាហាវមួយនេះ (UNESCO, 2021)។ ដោយឡែក Chhy (2021) មានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា វិបត្តិមួយនេះបានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ការសិក្សារបស់សិស្ស និស្សិតប្រមាណ១,៦ប៊ីលាននាក់ នៅក្នុងប្រទេសជាង១៩០ ទូទាំងពិភពលោក។ វិបត្តិមួយនេះបានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ប្រព័ន្ធការអប់រំដែលមានស្រាប់[3] ដោយបានធ្វើឱ្យក្មេងៗបាត់បង់នូវឱកាសក្នុងការបន្តការសិក្សា ជាពិសេសសិស្សានុសិស្សដែលស្ថិតនៅតាមទីជនបទ ឬតំបន់ដាច់ស្រយាលនានា។

ដោយឡែកនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដើម្បីជាវិធានការការពារការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩នេះ រាជរដ្ឋាភិបាលបានសម្រេចបិទគ្រប់គ្រឹះស្ថានអប់រំទាំងអស់នៅថ្ងៃទី១៦ ខែមីនាឆ្នាំ២០២០ ដែលវិធានការនេះមានសភាពធូរស្រាលខ្លះនៅចុងឆ្នាំ២០២០ និងដើមឆ្នាំ២០២១ ប៉ុន្តែត្រូវបានរឹតបណ្តឹងឡើងវិញក្រោយព្រឹត្តិការណ៍ ២០កុម្ភៈ ឆ្នាំ២០២១។ តាមការប៉ាន់ស្មាន មានសិស្សានុសិស្ស និងនិស្សិតកម្ពុជាប្រមាណ៣,២លាននាក់បានរងផលប៉ះពាល់ដល់ការសិក្សារបស់ពួកគេក្នុងអំឡុងពេលនេះ (Dy et al., 2020)។ ដើម្បីបន្តនូវសកម្មភាពនៃការអប់រំគ្រប់កម្រិតថ្នាក់ ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា (MoEYS) បានអនុម័តឱ្យប្រើប្រាស់នូវយន្តការរៀន និងបង្រៀនតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ។ ក្នុងនោះ យើងក៏សង្កេតឃើញថា ទាំងគ្រឹះស្ថានអប់រំរបស់រដ្ឋ និងគ្រឹះស្ថានឯកជនបានអនុវត្តនូវដំណើរការរៀន និងរៀនតាមប្រព័ន្ធអនឡាញជាច្រើនប្រភេទដូចជា តាមគេហទំព័រនិងហ្វេសប៊ុករបស់ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា, ទំព័រហ្វេសប៊ុក 'គ្រូកម្ពុជា' (Krou Cambodia), កុមាររៀនកុមារចេះ (Komar Rien Koma Cheh), E-School Cambodia, ប៉ុស្តិ៍

---

[1] ប្រភពព័ត៌មានត្រូវបានដកស្រង់ចេញពីគេហទំព័រ៖ Retrieved from: https://www.who.int/publications/m/item/covid-19-public-health-emergency-of-international-concern-(pheic)-global-research-and-innovation-forum

[2] ប្រភពព័ត៌មានត្រូវបានដកស្រង់ចេញពីគេហទំព័រ៖ https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020

[3] នៅក្នុងប្រទេសជាច្រើន ជាពិសេសក្នុងប្រទេសក្រីក្រ និងកំពុងអភិវឌ្ឍ ប្រព័ន្ធអប់រំមានលក្ខណៈទន់ខ្សោយដោយមានការពិបាកក្នុងការផ្តល់នូវសេវាអប់រំតាមប្រព័ន្ធអនឡាញបាន។ កង្វះខាតនូវបណ្តាញអ៊ីនធើណេតដែលមានស្ថិរភាពគឺជាបញ្ហាចម្បងមួយរបស់ប្រទេសទាំងនេះក្នុងការរៀបចំសកម្មភាពរៀន និងបង្រៀនតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ។

ទូរទស្សន៍-TVK2 ជាដើម (MoEYS & ESWG, 2021)។ ក្នុងអំឡុងពេលនេះ ទាំងគ្រូបង្រៀន និងសិស្សបានជួបប្រទះនូវបញ្ហាប្រឈមជាច្រើនដូចជា បញ្ហាទាក់ទងទៅនឹងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់បង្រៀន និងរៀន បញ្ហាទាក់ទងនឹងអ៊ីនធើណេត ការធ្វើបទបង្ហាញមេរៀន ការវាយតម្លៃការសិក្សា និងការព្រួយបារម្ភពីគុណភាពនៃការសិក្សាជាដើម (MoEYS & ESWG, 2021)។

ការអនុវត្តតាមយន្តការសុខភាពសាធារណៈដូចជា ការរក្សាគម្លាតសុត្ថិភាព ការផ្អាកនូវសកម្មភាពសង្គមគ្រប់ប្រភេទ ការដាក់ខ្លួននៅដោយឡែក រួមទាំងការទទួលយកនូវសកម្មភាពនៃការសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអនឡាញជាដើម មិនត្រឹមតែបានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ការសិក្សារបស់សិស្ស និងនិស្សិតប៉ុណ្ណោះទេ ក៏ប៉ុន្តែ យន្តការទាំងនេះក៏បានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់សុខភាពផ្លូវចិត្តរបស់ពួកគេផងដែរ (Aristovnik et al., 2020; Holm-Hadulla & Koutsoukou-Argyraki, 2015)។ មានការសិក្សាជាច្រើនបានបង្ហាញថា វិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ បានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់សុខភាពផ្លូវចិត្ត និងអាកប្បកិរិយារបស់មនុស្សទូទៅ (Borges Machado et al., 2020; da Silva et al., 2021; Dubey et al., 2020; Loades et al., 2020)។ ជាមួយគ្នានេះ Aristovnik et al. (2020) បានគូសបញ្ជាក់ថា បើទោះបីជាផលប៉ះពាល់នៃកូវីដ-១៩នេះ កើតមានទៅលើប្រជាជនជាទូទៅក្តី ក៏ប៉ុន្តែ សហគមន៍ដែលងាយរងគ្រោះ ក្រុមមនុស្សដែលមានការងារជាកម្មករ សិស្ស និងនិស្សិតជាដើម ងាយនឹងទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់ខ្លាំងជាងគេ ដោយសារតែកត្តាមួយចំនួនដូចជា ការដែលត្រូវប្រឈមនឹងការបាត់បង់ការងារ ការព្រួយបារម្ភពីការរៀនសូត្រ និងការបាត់បង់នូវសេរីភាពកំសាន្តនានាក្នុងសកម្មភាពសង្គមជាដើម។ បើទោះជាយ៉ាងនេះក្តី ក៏មានការសិក្សាខ្លះបានបង្ហាញនូវលទ្ធផលផ្ទុយពីនេះដែរ (Gijzen et al., 2020) ដោយការសិក្សានេះបានបង្ហាញថា ក្នុងអំឡុងនៃការអនុវត្តវិធានការសុវត្ថិភាពសង្គមនេះ ពុំបានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់សុខភាពផ្លូវចិត្តរបស់គេនោះទេ។

ក្នុងបរិបទនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩នេះ ស្ថានភាពផ្លូវចិត្តដែលអាចកើតមានទៅលើបុគ្គល សិស្ស ឬនិស្សិតអាចមានដូចជា អារម្មណ៍ភ័យខ្លាចទៅលើការឆ្លងជំងឺដ៏កាចសាហាវមួយនេះ ជំងឺស្រ្តេស និងជំងឺថប់បារម្ភជាដើម។ ជាមួយគ្នានេះ Munir et al. (2019) បានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា ជំងឺថប់បារម្ភគឺជាជំងឺផ្លូវចិត្តដែលកើតឡើងជាប្រចាំ និងញឹកញាប់ជាងគេក្នុងចំណោមជំងឺផ្លូវចិត្តនានា។ ការសិក្សាថ្មីៗ អំពីផលប៉ះពាល់នៃវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ទៅលើនិស្សិតសាកលវិទ្យាល័យបានបង្ហាញថា មាននិស្សិតមួយចំនួនកើតមានអារម្មណ៍ស្រ្តេស (Stress) ជំងឺថប់បារម្ភ (Anxiety) ឬអាការៈនៃជំងឺបាក់ទឹកចិត្ត (Depression) ជាដើម (Aristovnik et al., 2020; Holm-Hadulla & Koutsoukou-Argyraki, 2015)។ ពួកគេបានគូសបញ្ជាក់ថា មូលហេតុដែលក្រុមនិស្សិតកើតមាននូវបញ្ហាផ្លូវចិត្តទាំងនេះ គឺដោយសារតែការផ្លាស់ប្តូរនៃបរិបទសង្គមដោយសារបញ្ហាកូវីដ-១៩ ភាពមិនច្បាស់លាស់នៃការសិក្សារបស់ពួកគេ ការព្រួយបារម្ភពីបច្ចេកវិទ្យាដែលប្រើប្រាស់ក្នុងការសិក្សាតាមអនឡាញរបស់ ការស្ថិតនៅឆ្ងាយពីផ្ទះសម្បែង ការរក្សាគម្លាតសង្គម ការបាត់បង់ប្រាក់ចំណូលក្នុងគ្រួសារ និងការព្រួយបារម្ភពីអនាគតការងារជាដើម។

១.១. ជំងឺថប់បារម្ភនិងរោគសញ្ញាទូទៅ

ជំងឺថប់បារម្ភគឺជាស្ថានភាពសុខភាពផ្លូវចិត្តម្យ៉ាង ដែលតែងតែកើតមានលើមនុស្សគ្រប់ៗរូបក្នុងពេលវេលាណាមួយ និងអាចសម្តែងចេញមកក្រៅដោយអាការៈជាច្រើនដូចជាការកើតមាននូវអារម្មណ៍ភ័យខ្លាច ឬពិបាកទប់អារម្មណ៍

ជាដើម (Adwas et al., 2019; Herrick & Redman-White, 2019; Milne & Munro, 2020; Moss, 2002; Rector et al., 2016; Ruscio & Khazanov, 2015; Swift et al., 2014)។ យើងអាចនិយាយបានថា ជំងឺថប់បារម្ភ គឺជាអារម្មណ៍ភ័យខ្លាចកម្រិតធ្ងន់ និងកើតឡើងដោយមានស្ថានភាព ឬកត្តាជំរុញនានាដែលប៉ះពាល់ដល់អារម្មណ៍ ការគិត អាកប្បកិរិយា និងសកម្មភាពនៃរាងកាយជាដើម ដែលអារម្មណ៍ទាំងនេះ មានលក្ខណៈផ្ទុយពីការភ័យខ្លាចបែបធម្មតា (Adwas et al., 2019)។ យើងគ្រប់គ្នាតែងកើតមាននូវជំងឺថប់បារម្ភនេះក្នុងពេលណាមួយនៃជីវិតរបស់យើង ដោយមិនចំពោះថាជាមនុស្សពេញវ័យ កុមារ ឬមនុស្សចាស់នោះទេ។ ជាក់ស្តែង មនុស្សម្នាក់ៗកើតមាននូវអារម្មណ៍បែបនេះ អាចបណ្តាលមកពីមូលហេតុផ្សេងៗគ្នា ដោយអ្នកខ្លះអាចដោយសារកត្តាជីវសាស្ត្រ អ្នកខ្លះអាចដោយសារកត្តាការងារ ឬការសិក្សា និងករណីខ្លះទៀតអាចដោយសារហេតុផលសង្គមជាដើម (Milne & Munro, 2020)។ ដោយឡែក Adwas et al. (2019) បានគូសបញ្ជាក់ថាមូលហេតុនៃជំងឺថប់បារម្ភអាចបណ្តាលមកពីអារម្មណ៍ស្ត្រេស ស្ថានភាពផ្លូវកាយ កត្តាជីវសាស្ត្រ និងកត្តាបរិស្ថាន។ យើងអាចធ្វើការកត់សម្គាល់អាការៈនៃជំងឺថប់បារម្ភសម្រាប់មនុស្សទូទៅបាន តាមរយៈរូបភាពដូចជា ការភ័យខ្លាច ការតក់ស្លុតទៅនឹងស្ថានភាពណាមួយ បេះដូងលោតញាប់ខុសធម្មតា មានអារម្មណ៍អន្ទះអន្ទែង ឬការបែកញើសពេញខ្លួនជាដើម (Adwas et al., 2019; Herrick & Redman-White, 2019; Milne & Munro, 2020)។ ដោយឡែក Baxter et al. (2014) បានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា ភាពមិនប្រក្រតីនៃជំងឺថប់បារម្ភអាចលេចចេញជារូបភាពច្រើនប្រភេទ ហើយអាការៈទាំងនេះអាចនឹងមានការពិបាកក្នុងការបែងចែកឱ្យបានច្បាស់លាស់ពីបញ្ហាផ្លូវចិត្តដទៃទៀត ដោយក្នុងនោះរាប់បញ្ចូលទាំងជំងឺបាក់ទឹកចិត្តផងដែរ។ Adwas et al. (2019) បានបែងចែកជំងឺថប់បារម្ភជា៖ (១) ភាពមិនប្រក្រតីនៃការភ័យខ្លាច, (២) ការកើតមាននូវជំងឺខ្លាចទីប្រជុំជន, (៣) ជំងឺថប់បារម្ភទូទៅ, (៤) អារម្មណ៍ភ័យខ្លាចជាក់លាក់ណាមួយ, (៥) ការភ័យខ្លាចពីសង្គម, (៦) ជំងឺមិនអស់មិនហើយ (OCD), (៦) ជំងឺតឹងតែងអារម្មណ៍ និង (៧) ជំងឺបាក់ស្បាត (PTSD) ជាដើម។ ជាមួយគ្នានេះ Milne & Munro (2020) បានបង្ហាញនូវអាការៈទូទៅនៃជំងឺថប់បារម្ភដូចបង្ហាញក្នុងតារាងខាងក្រោម៖

តារាងទី 1

អាការៈទូទៅនៃជំងឺថប់បារម្ភ [ដកស្រង់ចេញពី Milne & Munro (2020) ទំព័រ១៩]

អាការៈរាងកាយ (Physical Symptoms)		អាការៈផ្លូវចិត្ត (Psychological Symptoms)
➲ អារម្មណ៍វិលមុខ	➲ បែកញើសជោគខ្លួន	➲ ក្រហល់ក្រហាយនៅមិនសុខ
➲ អស់កម្លាំងល្វិតល្វៃ	➲ មានអាការៈចង់ផុតដង្ហើម	➲ មានអារម្មណ៍ភ័យខ្លាចខ្លាំង
➲ បេះដូងលោតញាប់ខ្លាំង	➲ ឈឺពោះផ្នែកខាងក្រោម	➲ ពិបាកផ្ចង់អារម្មណ៍
➲ ឈឺសាច់ដុំ និងតានតឹង	➲ រកកលនឹងក្អួត	➲ ឆាប់ខឹងឬមួម៉ៅ
➲ ញ័រក្នុងខ្លួន	➲ អាការៈឈឺក្បាល	➲ មានអារម្មណ៍អន្ទះអន្ទែង ឬតានតឹងភ្លាមៗ
➲ មាត់ស្ងួត	➲ មានអាការៈគេងមិនលក់	➲ ចេះតែចង់គេចវេសពីស្ថានភាព ឬបញ្ហាអ្វីមួយ
		➲ ចេះតែចង់នៅម្នាក់ឯង

១.២. ឥទ្ធិពលនៃការថប់បារម្ភលើការសិក្សា

ដូចដែលបានបញ្ជាក់ខាងលើ មនុស្សយើងម្នាក់ៗមានលទ្ធភាពកើតជំងឺថប់បារម្ភនេះក្នុងពេលណាមួយនៃជីវិតរបស់ខ្លួន មិនថាជាមនុស្សពេញវ័យ កុមារ មនុស្សចាស់ សិស្ស ឬនិស្សិតនោះទេ ចំណែកឯមូលហេតុទៀតសោធ អាចកើតមានពីប្រភពផ្សេងៗគ្នា អាស្រ័យទៅតាមស្ថានភាពដោយឡែកៗរបស់បុគ្គលម្នាក់ៗ។ សិស្សនិងនិស្សិតអាចកើតមានជំងឺថប់បារម្ភ ដោយសារតែកត្តានានាពាក់ព័ន្ធនឹងការសិក្សា ពាណិជ្ជករ ឬអ្នកធ្វើការអាចដោយសារស្ថានភាពនៃអាជីវកម្ម ការងារ ឬប្រាក់ចំណូល និងខ្លះទៀតអាចដោយសារបញ្ហាសង្គមជាដើម។ ជាក់ស្តែង មូលហេតុទាំងឡាយដែលបានលើកឡើងខាងលើ អាចជាផលប៉ះពាល់នៃជំងឺថប់បារម្ភទៅវិញក៏មាន ដោយករណីបែបនេះយើងពិបាកនឹងកំណត់ឱ្យបានច្បាស់លាស់ ព្រោះវាអាស្រ័យទៅលើស្ថានភាពជាក់លាក់របស់បុគ្គលផ្ទាល់។ Rector et al. (2016) បានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា ភាពមិនប្រក្រតីនៃអារម្មណ៍ថប់បារម្ភអាចធ្វើឱ្យមនុស្សពិបាកក្នុងការបំពេញការងារ ការសិក្សា ប្រកបការងារប្រចាំថ្ងៃ ឬក៏ធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកដទៃ និងថែមទាំងអាចបណ្តាលឱ្យកើតមាននូវជំងឺផ្លូវចិត្ត ប៉ះពាល់ដល់ហិរញ្ញវត្ថុ ក៏ដូចជាកើតមាននូវបញ្ហាផ្ទាល់ខ្លួនផ្សេងទៀតផងដែរ។ នៅក្នុងសាលារៀន សិស្ស និស្សិតអាចនឹងមានអារម្មណ៍ភ័យខ្លាច ឬថប់បារម្ភដោយសារតែខ្លាចការប្រឡងធ្លាក់ ការហាត់សមសកម្មភាពកីឡា ឬការត្រៀមខ្លួនមុនការឡើងធ្វើបទបង្ហាញកិច្ចការណាមួយជាដើម។ នៅពេលស្ថានភាពនៃជំងឺថប់បារម្ភរបស់សិស្ស ឬបុគ្គលណាម្នាក់ចាប់ផ្តើមលេចចេញក្នុងស្ថានភាពជាក់លាក់ណាមួយក្នុងជីវិតរស់នៅរបស់ពួកគេ នោះពួកគេនឹងកើតមាននូវស្ថានភាពមិនប្រក្រតីនៃដំណើរអារម្មណ៍ ដែលស្ថានភាពបែបនេះ អាចធ្ងន់ឬស្រាលទៅតាមរោគសញ្ញានីមួយៗ និងអាស្រ័យទៅលើភាពរឹងមាំនៃផ្លូវចិត្តរបស់ខ្លួនគេផ្ទាល់។

Munir et al. (2019) បានគូសបញ្ជាក់ថា ការកើតមាននូវជំងឺថប់បារម្ភក្នុងចំណោមនិស្សិតសាកលវិទ្យាល័យគឺជារឿងទូទៅ ដោយនិស្សិតខ្លះកើតមានជំងឺនេះដោយសារតែពួកគេពុំអាចទទួលបាននូវអ្វីដែលគេរំពឹងទុកក្នុងជីវិត ឬក្នុងការសិក្សា។ ទោះជាយ៉ាងណា ការកើតមាននូវអារម្មណ៍បែបនេះ ក៏បានដើរតួជាកម្លាំងជំរុញទឹកចិត្តឱ្យពួកគេប្រឹងប្រែងដោះស្រាយបញ្ហា ឬធ្វើដំណើរទៅរកគោលដៅដែលគេបានគូសវាសទុកផងដែរ។ សុខភាពផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតដែលសិក្សានៅថ្នាក់ឧត្តមសិក្សាដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការកំណត់ភាពជោគជ័យ និងការតស៊ូព្យាយាមក្នុងការសិក្សារបស់ពួកគេផងដែរ (Nabila Y., 2020)។ ជាទូទៅ នៅពេលដែលសិស្ស-និស្សិតអាចគ្រប់គ្រងនូវការថប់បារម្ភរបស់គេបាន ពួកគេនឹងមានអារម្មណ៍មិនសូវមានសម្ពាធ ផ្ទុយទៅវិញ បើពួកគេពុំអាចគ្រប់គ្រងអារម្មណ៍ទាំងនេះបានទេនោះ ពួកគេនឹងមានការពិបាកក្នុងដំណើរការសិក្សារបស់ពួកគេ។ បន្ថែមពីលើនេះ ជំងឺថប់បារម្ភក៏អាចនឹងបន្តធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់សុខភាពផ្លូវចិត្ត ចិត្តសាស្ត្រ ក៏ដូចជារាងកាយរបស់ពួកនៅក្រោយពេលបញ្ចប់ការសិក្សាផងដែរ ដែលគុណវិបត្តិទាំងនេះនឹងអាចបន្តមានឥទ្ធិពលឬប៉ះពាល់ពួកគេក្នុងបរិស្ថានការងារបន្ថែមទៀត (Basudan et al., 2017)។

១.៣. ចំណោទបញ្ហា

វិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩បានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់យ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរដល់គ្រប់សកម្មភាពទាំងអស់នៃសកម្មភាពសង្គម រួមទាំងការអប់រំផងដែរ។ Dy et al. (2020) បានធ្វើការកត់សម្គាល់ថា ការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩នេះ បានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអប់រំ (ESP) ការចំណាយថវិកាក្នុងវិស័យនេះ គុណភាពនៃការអប់រំ សមធម៌អប់រំ

សមធម៌និងបរិយាប័នអប់រំ និងជាពិសេសប៉ះពាល់ទៅលើសុខភាពផ្លូវចិត្តរបស់សិស្ស និងនិស្សិតកម្ពុជា។ គេសង្កេតឃើញថា ការបិទសាលារៀន ឬស្ថាប័នអប់រំផ្សេងទៀត គឺមានគោលបំណងការពារមិនឱ្យមានការឆ្លងរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ទៅក្នុងចំណោមសិស្ស និស្សិតជាដើម ក៏ប៉ុន្តែ វាក៏បានបង្កឱ្យកើតមាននូវជំងឺផ្នែកសតិអារម្មណ៍មួយចំនួនទៀតផងដែរទៅលើសិស្ស និងនិស្សិតទាំងនោះ។ លទ្ធផលស្រាវជ្រាវនៅតាមបណ្ដាប្រទេសជាច្រើនបានបង្ហាញថា ក្នុងបរិបទនេះ មានសិស្ស-និស្សិតនៅជាច្រើនកើតមាននូវបញ្ហាផ្លូវចិត្តច្រើនប្រភេទដូចជា ជំងឺថប់បារម្ភ ជំងឺធ្លាក់ទឹកចិត្ត និងស្ថានភាពជំងឺផ្លូវចិត្តដ៏គ្រោះថ្នាក់ផ្សេងៗទៀតផងដែរ (Borges Machado et al., 2020; da Silva et al., 2021; Dubey et al., 2020; Loades et al., 2020)។

នៅក្នុងប្រទេសអភិវឌ្ឍជាច្រើន អ្នកជំនាញខាងចិត្តសាស្ត្រ ក៏ដូចជាអ្នកប្រឹក្សាអប់រំបានព្យាយាមទាក់ទង សួរនាំសិស្ស-និស្សិត ដើម្បីសិក្សា វាយតម្លៃអំពីបញ្ហាទាក់ទងនឹងសតិអារម្មណ៍ដែលអាចកើតមានដល់ពួកគេ ព្រមទាំងស្វែងរកដំណោះស្រាយដ៏សមស្របទៅតាមស្ថានភាពជាក់ស្តែងសម្រាប់ពួកគេផងដែរ។ ដោយឡែកនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ពុំទាន់មានការសិក្សាណាមួយឱ្យបានជាក់លាក់ ដើម្បីវាយតម្លៃអំពីផលប៉ះពាល់នៃវិបត្តិកូវីដ-១៩នេះ ទៅលើសតិអារម្មណ៍របស់សិស្ស-និស្សិតឱ្យបានច្បាស់លាស់នៅឡើយទេ។ Browning et al. (2021) បានគូសបញ្ជាក់ថា កង្វះខាតនូវសកម្មភាព និងការប្រឹងប្រែងក្នុងការសិក្សា ក៏ដូចជាផ្ដល់នូវដំណោះស្រាយចំពោះបញ្ហាដែលកើតមានទៅលើសុខភាពផ្លូវចិត្តរបស់សិស្ស និស្សិតក្នុងបរិបទនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩នេះ អាចនឹងបង្កឱ្យមានផលវិបាករយៈពេលវែងធ្ងន់ធ្ងរទៅលើសុខភាព និងការអប់រំរបស់ពួកគេ។

នៅក្នុងបរិបទអប់រំ បន្ថែមពីសម្ពាធដែលមានស្រាប់ពីវិបត្តិកូវីដ-១៩ សិស្ស និងនិស្សិតអាចកើតមាននូវជំងឺថប់បារម្ភដោយសារតែកត្តាមួយចំនួនទាក់ទងនឹងការសិក្សារបស់ពួកគេផងដែរ។ កង្វះខាតនូវសម្ភារៈ និងបរិក្ខារសិក្សាតាមអនឡាញ និងកង្វះខាតនូវចំណេះដឹង និងជំនាញក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដើម្បីសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ក៏អាចជាកត្តារួមផ្សំមួយផងដែរក្នុងការប៉ះពាល់ដល់សុខភាពផ្លូវចិត្តរបស់សិស្ស និងនិស្សិតទាំងឡាយ។ អាស្រ័យលើកត្តាទាំងនេះ និងហេតុផលដែល Browning et al. (2021) បានលើកឡើងខាងលើ វាពិតជាមានសារៈសំខាន់បំផុតសម្រាប់អ្នកស្រាវជ្រាវ គ្រូបង្រៀន ក៏ដូចជាអ្នកអប់រំទាំងឡាយក្នុងការសិក្សា ស្វែងយល់ពីស្ថានភាពជំងឺថប់បារម្ភ ឬជំងឺផ្លូវចិត្តដទៃទៀត ព្រមទាំងកត្តាទាំងឡាយដែលបណ្ដាលសិស្ស និងនិស្សិតកើតមាននូវជំងឺទាំងនេះ ជាពិសេសក្នុងបរិបទកូវីដ-១៩នេះផ្ទាល់។

១.៤. ទត្ថុបំណងស្រាវជ្រាវ

ការស្រាវជ្រាវនេះ មានគោលបំណងស្វែងយល់អំពីកម្រិតនៃជំងឺថប់បារម្ភ (Anxiety) របស់និស្សិតវិស្វករឆ្នាំទី២ ដែលកំពុងសិក្សានៅវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជា ក្នុងបរិបទនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩។ បន្ថែមពីលើស្ថានភាពទូទៅនៃជំងឺនេះ ការសិក្សាក៏នឹងផ្ដោតផងដែរទៅលើអាការៈជាក់លាក់មួយចំនួនដែលពាក់ព័ន្ធនឹងជំងឺថប់បារម្ភ ហើយបានស្តែងចេញ ឬកើតមានលើនិស្សិតទាំងនោះ។

២. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សានេះ ផ្តោតជាសំខាន់ទៅលើការវាស់វែងកម្រិតជំងឺថប់បារម្ភ ក្នុងចំណោមនិស្សិតវិស្វករ ដែលកំពុងសិក្សានៅវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជា ដោយក្នុងកិច្ចការនេះ វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវបែបបរិមាណវិស័យ (Creswell & Creswell, 2018) ត្រូវបានប្រើប្រាស់ ដើម្បីប្រមូល និងវិភាគទិន្នន័យ។

១.១. សំណាកគំរូស្រាវជ្រាវ

ការស្រាវជ្រាវនេះ មានការចូលរួមពីសំណាក់និស្សិតថ្នាក់វិស្វករឆ្នាំទី២ចំនួន329នាក់។ ភាគច្រើននៃអ្នកចូលរួមជានិស្សិតប្រុស (69.3%) ដោយក្នុងនោះ និស្សិតស្រីមានតែ 30.7% ប៉ុណ្ណោះ។ សូមបញ្ជាក់ថា ការចូលរួមរបស់និស្សិតទាំងអស់ស្ថិតក្រោមទម្រង់ស្ម័គ្រចិត្ត ដោយពួកគេបានចូលរួមបំពេញនូវកម្រងសំណួរតាមអនឡាញដែលអ្នកស្រាវជ្រាវបានរៀបចំ។

១.២. ឧបករណ៍ស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សានេះប្រើប្រាស់កម្រងសំណួរស្ទង់មតិតាមអនឡាញ (Online Survey Questionnaire) ដែលបានរៀបចំដើម្បីធ្វើការវាស់វែងនូវកម្រិតជំងឺថប់បារម្ភរបស់និស្សិត។ កម្រងសំណួរនេះមានកម្រិតជឿជាក់ (Reliability Scale) ខ្ពស់ល្មមអាចទទួលយកបាន ($\alpha = 0.782$) នេះបើតាមការបកស្រាយរបស់ Tavakol & Dennick (2011); Ursachi et al. (2015) និង Vaske & Beaman (2003)។ សំណួរទាំងអស់ត្រូវបានបែងចែកជាពីផ្នែកគឺ៖

- *ផ្នែកទី១៖ សំណួរទូទៅ*

  ជាសំណួរទាក់ទងនឹងភេទ កម្រិតសញ្ញាបត្រមធ្យមសិក្សាទុតិយភូមិ និងបញ្ហាដែលនិស្សិតបានជួបប្រទះក្នុងអំឡុងពេលនៃការសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ។

- *ផ្នែកទី២៖ សំណួរអំពីជំងឺថប់បារម្ភ*

  ក្នុងផ្នែកនេះមានសំណួរទាំងអស់ចំនួន២០ ដែលធ្វើការវាស់វែងអំពីកម្រិតជំងឺថប់បារម្ភទៅតាមអាការៈនានានៃជំងឺនេះ។

សំណួរទាំង២០ក្នុងផ្នែកទី២នេះ ត្រូវបានដកស្រង់ និងយកមកប្រើប្រាស់ទាំងស្រុងចេញពីកម្រងសំណួរសម្រាប់ធ្វើការវាស់វែងកម្រិតការថប់បារម្ភ "Zung Self-Rating Anxiety Scale (SAS)" របស់សាស្ត្រាចារ្យ William W. K. Zung M.D, (1929-1992) នៃសាកលវិទ្យាល័យ Duke University។ រង្វាស់ជំងឺថប់បារម្ភ Zung ត្រូវបានគេប្រើប្រាស់ដើម្បីសិក្សា និងពិនិត្យទៅលើស្ថានភាពមិនប្រក្រតីនៃអារម្មណ៍របស់បុគ្គល ដោយផ្អែកទៅលើរោគសញ្ញាផ្សេងៗនៃជំងឺថប់បារម្ភ។ សំណួរនីមួយៗត្រូវបានវាស់វែងដោយរង្វាស់ Likert ដែលមានបួនកម្រិត និងមានពិន្ទុតំណាងគឺ៖ 1 = យូរៗម្តង (A Little of the Time), 2 = ពេលខ្លះ (Some of the Time), 3 = ច្រើនគួរសម (Good Part of the Time) និង 4 = សឹងគ្រប់ពេល (Most of the Time)។ ការបកស្រាយកម្រិតជំងឺថប់បារម្ភរបស់និស្សិត គឺអាស្រ័យទៅលើពិន្ទុសរុបដែលបានមកពីការបូកបញ្ចូលគ្នានៃពិន្ទុរបស់សំណួរទាំង២០ ដូចក្នុងតារាងខាងក្រោម។

តារាងទី 2

ការបកស្រាយអំពីកម្រិតនៃជំងឺថប់បារម្ភរបស់និស្សិតតាមតម្លៃពិន្ទុ[4]

កម្រិតពិន្ទុ	ការបកស្រាយ	កម្រិតពិន្ទុ	ការបកស្រាយ
20-44	មានអារម្មណ៍ធម្មតា	60-74	មានអារម្មណ៍ថប់បារម្ភកម្រិតខ្ពស់
45-59	មានអារម្មណ៍ថប់បារម្ភកម្រិតស្រាលទៅមធ្យម	75-80	មានអារម្មណ៍ថប់បារម្ភកម្រិតខ្ពស់ខ្លាំងបំផុត

១.៣. ការវិភាគទិន្នន័យ

ទិន្នន័យដែលទទួលបាន ត្រូវបានរៀបចំ និងវិភាគដោយប្រើកម្មវិធីស្ថិតិ SPSS Version 25។ ឧបករណ៍ស្ថិតិដែលប្រើប្រាស់ដើម្បីវិភាគទិន្នន័យនេះ មានការសង្ខេបជាតារាងស្ថិតិ ការបង្ហាញជារូបភាព និងតេស្តស្ថិតិជាដើម។ ដោយអថេរ *'ជំងឺថប់បារម្ភរបស់និស្សិត* និង អថេរ *'ពិន្ទុប្រចាំឆ្នាំ* មានរបាយមិនណរម៉ាល់ (មើលតារាងទី3) នោះតេស្តស្ថិតិ Mann-Whitney ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីវិភាគរកភាពខុសគ្នានៃកម្រិតជំងឺថប់បារម្ភ និងលទ្ធផលនៃការសិក្សារបស់និស្សិតទាំងពីរភេទ។

តារាងទី 3

លទ្ធផលតេស្តរបាយទិន្នន័យសម្រាប់អថេរឯករាជ្យ និងអថេរមិនឯករាជ្យក្នុងការសិក្សា

	Shapiro-Wilk		
	Statistic	*df*	*Sig.*
ពិន្ទុប្រចាំឆ្នាំរបស់និស្សិត (មុខវិជ្ជាគណិតវិទ្យា)	.948	329	.000
ការថប់បារម្ភរបស់និស្សិត	.967	329	.000

៣. លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

៣.១. ព័ត៌មានទូទៅ

ការស្រាវជ្រាវនេះមានការចូលរួមពីនិស្សិតថ្នាក់វិស្វករឆ្នាំទី២ នៃវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជាចំនួន៣២៩នាក់ ដែលក្នុងនោះ និស្សិតស្រីមានចំនួន101នាក់ដែលត្រូវនឹង 30.7% នៃសំណាកគម្រូសរុប។ យើងសង្កេតឃើញថានិស្សិតដែលមានសញ្ញាបត្រមធ្យមសិក្សាទុតិយភូមិនិទ្ទេសC មានចំនួនច្រើនជាងគេ (38.9%) និទ្ទេសB មានប្រមាណ 34% និទ្ទេសD មានចំនួន 14.6% និទ្ទេសA មាន 8.5% និងនិទ្ទេសE មានចំនួនតិចជាងគេប្រមាណ 4%។ លទ្ធផលក៏បានបង្ហាញថា ក្នុងអំឡុងពេលមានវិបត្តិកូវីដ-១៩ លទ្ធផលសិក្សាជារួមនៃមុខវិជ្ជាគណិតវិទ្យារបស់និស្សិតវិស្វករទាំងនោះស្ថិតក្នុងកម្រិតល្អ ($Mean = 72.53, SD = 9.80$) បើទោះបីជាមាននិស្សិតប្រមាណ 1.5% បានប្រឡងធ្លាក់លើ

[4] សូមបញ្ជាក់ថា ការបែងចែកកម្រិតពិន្ទុជាថ្នាក់ៗ និងការបកស្រាយក្នុងតារាងនេះ គឺយកតាមលំនាំដើមទាំងស្រុងរបស់សាស្ត្រាចារ្យ William W. K. Zung M.D

មុខវិជ្ជានេះក៏ដោយ។ លទ្ធផលរបស់តេស្ត Mann-Whitney បានបញ្ជាក់បន្ថែមថា កម្រិតសិក្សារបស់និស្សិតប្រុស និងនិស្សិតស្រី ពុំមានភាពខុសប្លែកគ្នានោះទេ ($U(329) = 1124.5, p = 0.731$) បើទោះបីជាមាននិស្សិតខ្លះទទួលបានលទ្ធផលសិក្សាកម្រិតទាបក៏ដោយចុះ។

តាមតារាងខាងក្រោម គេសង្កេតឃើញថា បញ្ហាប្រឈមខ្លាំងជាងគេសម្រាប់និស្សិតទាំងនេះក្នុងអំឡុងពេលនៃការសិក្សាតាមអនឡាញ គឺទាក់ទងទៅនឹងអ៊ីនធើណេត (33.6%) ដែលមានល្បឿនយឺត ដែលធ្វើឱ្យដំណើរការនៃការសិក្សារបស់ពួកគេមានភាពអាក់រអួលច្រើន។ បន្ថែមពីលើនេះ បរិស្ថាននៃការសិក្សាដែលមានការរំខានច្រើន (23.3%) ក៏ជាបញ្ហាចោទមួយទៀតផងដែរ ។ ក្រៅពីបញ្ហាប្រឈមចម្បងៗទាំងពីរខាងលើ គេសង្កេតឃើញមានបញ្ហាប្រឈមបន្ទាប់បន្សំមួយចំនួនទៀតផងដែរដូចជា កង្វះនូវការជំរុញនិងលើកទឹកចិត្តខ្លួនឯងក្នុងការសិក្សា (16.6%), កង្វះខាតឧបករណ៍គ្រប់គ្រាន់ក្នុងការសិក្សាតាមអនឡាញ (8.4%) និងកង្វះនូវសកម្មភាពរស់រវើកពេលកំពុងសិក្សាតាមអនឡាញនេះ (13.1%) ជាដើម។

តារាងទី 4

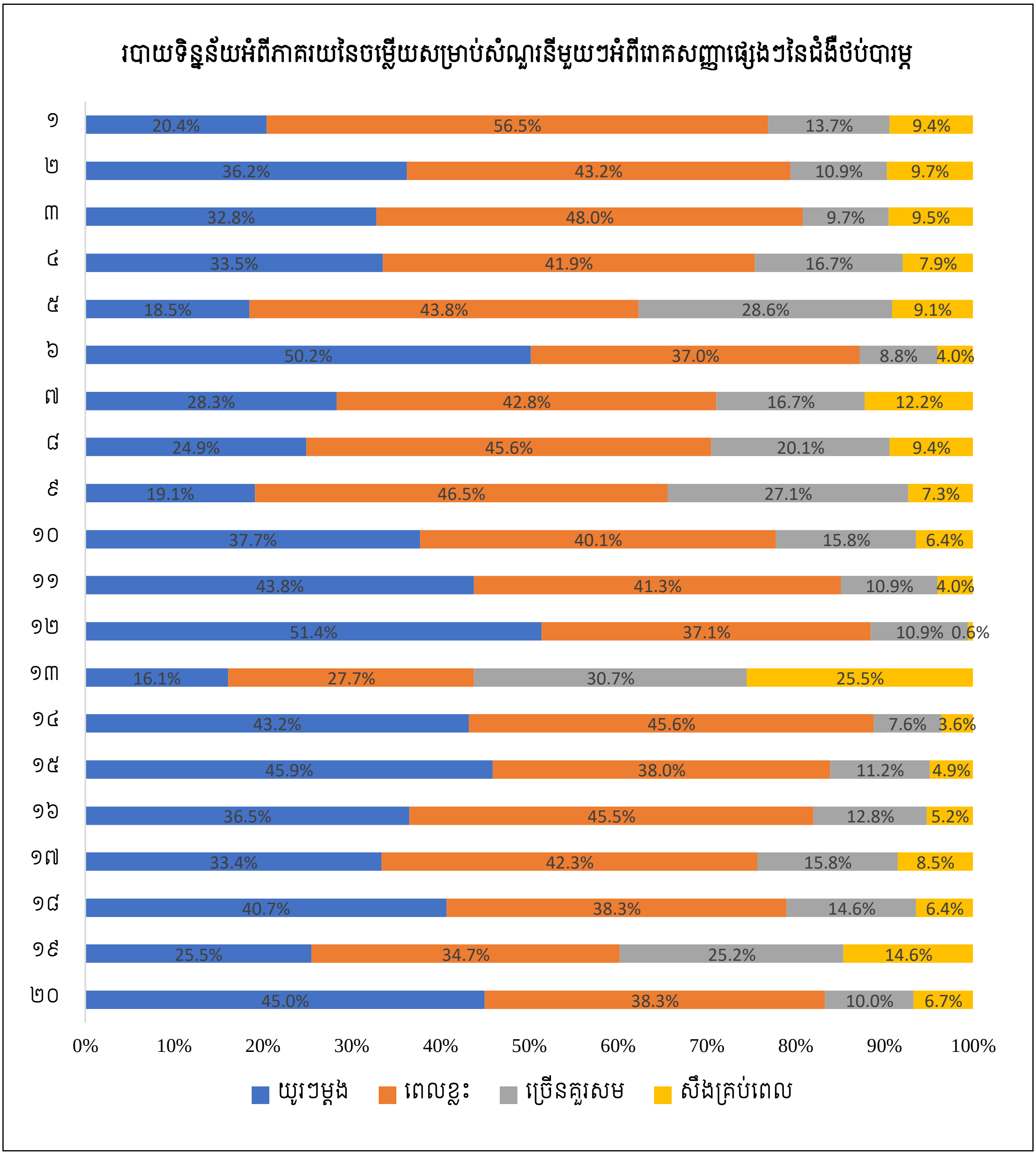
បញ្ហាប្រឈមដែលនិស្សិតជួបប្រទះញឹកញាប់ក្នុងអំឡុងពេលសិក្សាតាមអនឡាញ

បញ្ហាប្រឈមរបស់និស្សិតក្នុងអំឡុងពេលសិក្សាតាមអនឡាញ	ចំនួនចម្លើយ	ភាគរយ
អ៊ីនធើណេតមានល្បឿនយឺត (Low Internet Speed)	236	33.6%
ការសិក្សាតាមអនឡាញពុំមានសកម្មភាពរស់រវើក (Online class is not interactive)	92	13.1%
ពុំទាន់អាចសម្របខ្លួនបានទៅនឹងការរៀនតាមអនឡាញ (Cannot adapt well to online learning)	31	4.4%
ពុំមានឧបករណ៍គ្រប់គ្រាន់ក្នុងការសិក្សាតាមអនឡាញ (Inadequate of digital device for learning)	59	8.4%
មានការរំខានច្រើនទាក់ទងនឹងបរិស្ថាននៃការសិក្សា (Lots of distraction for learning environment)	164	23.3%
ខ្វះការជម្រុញទឹកចិត្តដោយខ្លួនឯង (Lack of Self-Motivation)	117	16.6%
ផ្សេងទៀត (Others)	4	0.6%
សរុប	703	100.0%

៣.៣. កម្រិតជំងឺថប់បារម្ភរបស់និស្សិត

នៅក្នុងផ្នែកនេះ លទ្ធផលនៃការវិភាគទៅលើកម្រិតនៃជំងឺថប់បារម្ភរបស់និស្សិតក្នុងបរិបទនៃការសិក្សាតាមអនឡាញ និងការរក្សាគម្លាតសង្គម គឺពឹងផ្អែកទៅលើកម្រិតពិន្ទុ និងការបកស្រាយដូចក្នុង **តារាងទី2** ខាងលើ។ លទ្ធផលបានបង្ហាញថា ក្នុងអំឡុងពេលកើតមានជំងឺកូវីដ-១៩នេះ និស្សិតនៅវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជាមានអារម្មណ៍ធម្មតា ($Mean = 39.64, SD = 7.738$) ដោយពួកគេពុំមានបង្ហាញនូវអារម្មណ៍ថប់បារម្ភនោះទេ បើទោះបីជាមាននិស្សិត

មួយចំនួនកើតមានជំងឺថប់បារម្ភកម្រិតស្រាលទៅមធ្យម ឬកម្រិតខ្ពស់ក្តី។ បន្ថែមពីលើនេះ មាននិស្សិត 75.4% មានអារម្មណ៍ធម្មតា 23.7% កើតមានជំងឺថប់បារម្ភកម្រិតស្រាលទៅមធ្យម និងមាននិស្សិតតែ៣នាក់ប៉ុណ្ណោះដែលមានការថប់បារម្ភកម្រិតខ្ពស់រហូតដល់កម្រិតខ្ពស់បំផុត។ លទ្ធផលរបស់តេស្ត Mann-Whitney បានបង្ហាញថា និស្សិតប្រុស និងនិស្សិតស្រី មានជំងឺថប់បារម្ភក្នុងកម្រិតខុសគ្នា $(U(329) = 9666.5, p = .02)$ ដោយនិស្សិតស្រី $(Mdn = 40)$ មានទំនោរកើតមានជំងឺថប់បារម្ភខ្ពស់ជាងនិស្សិតប្រុស $(Mdn = 38)$)បន្តិចបន្តួច។



១	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍អន្ទះអន្ទែង និងតក់ក្រហល់ជាងធម្មតា។
២	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ភ័យខ្លាចដោយពុំដឹងមូលហេតុច្បាស់លាស់។
៣	ខ្ញុំងាយនឹងមានអារម្មណ៍អាក់អន់ចិត្ត ឬភ័យខ្លាចជាប្រចាំ។
៤	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាខ្លួនប្រាណរបស់ខ្ញុំដូចជាបែកជាបំណែកតូចៗ។
៥	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាអ្វីៗគ្រប់យ៉ាងគឺធម្មតា និងគ្មានបញ្ហាអាក្រក់អ្វីនឹងកើតឡើងនោះទេ។
៦	ដៃ និងជើងរបស់ខ្ញុំមានអាការៈញ័រញាក់ខុសធម្មតា។
៧	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍រំខានដោយអាការៈឈឺក ឈឺក្បាល និងឈឺខ្នងជាដើម។
៨	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាខ្សោយ និងធាប់អស់កម្លាំង។
៩	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ស្ងប់ និងអាចអង្គុយសម្រាកបានជាធម្មតា។
១០	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាបេះដូងខ្ញុំលោតញាប់ជាងធម្មតា។
១១	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍រំខានដោយអាការៈវិលមុខ។
១២	ខ្ញុំហាក់មានអារម្មណ៍ពឹងធោងៗ ឬដូចបាត់ស្មារតីម្ដងៗ។
១៣	ខ្ញុំអាចដកដង្ហើមបានធម្មតា។
១៤	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ស្ពឹកស្រពន់ និងរមាស់នៅតាមម្រាមដៃ និងម្រាមជើង។
១៥	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍រំខានដោយបញ្ហាក្រពះ ឬប្រព័ន្ធរំលាយអាហារ។
១៦	ខ្ញុំចេះតែមានអារម្មណ៍បត់ជើងតូចជាប្រចាំ។
១៧	ដៃរបស់ខ្ញុំតែងតែមានសភាពស្ងួត និងក្ដៅ។
១៨	មានអារម្មណ៍ថាផ្ទៃមុខរបស់ខ្ញុំឡើងក្ដៅ និងស្បែកឡើងក្រហមៗ។
១៩	ខ្ញុំគ្មានបញ្ហាទាក់ទងនឹងដំណេក ហើយគេងលក់ស្រួលជាធម្មតា។
២០	ខ្ញុំដេកយល់សប្តិអាក្រក់។

បន្ថែមពីលើស្ថានភាពទូទៅនៃជំងឺនេះ លទ្ធផលនៃការសិក្សាក៏បានបង្ហាញផងដែរពីអាការៈ និងរោគសញ្ញាជាក់លាក់នៃជំងឺថប់បារម្ភ ដែលនិស្សិតទាំងឡាយបានជួបប្រទះញឹកញាប់ជាងគេ។ នៅក្នុងចំណុចនេះ យើងយកតែទិន្នន័យដែលមាននិស្សិតច្រើនជាង 20% ដែលបានឆ្លើយថាកើតមាននូវអាការៈទាំងនេះ '*ច្រើនគួរសម*' និង '*ស្ទើរគ្រប់ពេល*' បូកបញ្ចូលគ្នា នោះលទ្ធផលបានបញ្ជាក់ថា អាការៈដូចជា "*អន្ទះអន្ទែងនិងតក់ក្រហល់ជាងធម្មតា*", "*ភ័យខ្លាចដោយពុំដឹងមូលហេតុច្បាស់លាស់*", "*រំខានខ្លាំងដោយអាការៈឈឺក ឈឺក្បាល និងឈឺខ្នង*", "*ខ្លួនប្រាណដូចជាបែកជាបំណែកតូចៗ*", "*បេះដូងលោតញាប់ជាងធម្មតា*", "*ផ្ទៃមុខឡើងក្តៅនិងស្បែកក្រហមៗ*", "*ដៃមានសភាពស្ងួតនិងក្តៅ*", និងអាការៈ "*ខ្សោយនិងធាប់អស់កម្លាំង*" ជាដើម (មើលរូបខាងលើ)។ លទ្ធផលនេះក៏បានបញ្ជាក់ផងដែរថា និស្សិតស្រី និងនិស្សិតប្រុសកើតមានអាការៈទាំងនេះក្នុងកម្រិតខុសៗគ្នាផងដែរ។

៤. ការពិភាក្សា

ការស្រាវជ្រាវនេះ មានគោលបំណងស្វែងយល់អំពីកម្រិតនៃអារម្មណ៍ថប់បារម្ភ (Anxiety) របស់និស្សិតវិស្វករដែលកំពុងសិក្សានៅវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជា ក្នុងបរិបទនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩។ លទ្ធផលស្រាវជ្រាវបានបង្ហាញថា ក្នុងអំឡុងនៃការអនុវត្តយន្តការសុវត្ថិភាពសង្គម និងការបន្តការសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអនឡាញនេះ ពុំបានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់សុខភាពផ្លូវចិត្តរបស់ពួកគេខ្លាំងនោះទេ ដោយមាននិស្សិតប្រមាណ 75.4% បង្ហាញនូវស្ថានភាពអារម្មណ៍ក្នុងកម្រិតធម្មតា។ លទ្ធផលនេះមិនខុសពី របកគំហើញនៃការសិក្សារបស់ Gijzen et al. (2020) ដែលបាន

ធ្វើឡើងក្នុងប្រទេសហូឡង់ ដោយបានបង្ហាញថា ក្នុងអំឡុងពេលនៃការបិទសកម្មភាពសង្គមគ្រប់បែបយ៉ាងនេះ ពុំមានផលប៉ះពាល់ខ្លាំងដល់សុខភាពផ្លូវចិត្តរបស់អ្នកដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះនោះទេ។ ទោះជាយ៉ាងណា ការសិក្សារបស់ Gijzen et al. (2020) ក៏ពុំបានធ្វើការបែងចែករវាងក្រុមមនុស្សដែលជាប្រជាពលរដ្ឋទូទៅ សិស្ស និស្សិត ឬតាមក្រុមអាយុនោះទេ និងបន្ថែមពីលើនេះ ការសិក្សាខាងលើ ក៏មានវិសាលភាពនៃការបិទសកម្មភាពសង្គមក្នុងប្រទេសនេះនារយៈពេល៥សប្តាហ៍ដំបូងប៉ុណ្ណោះ។ ចំពោះហេតុផលដែលនិស្សិតនៅវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជាហាក់មានស្ថានភាពផ្លូវចិត្តប្រសើរបែបនេះ អាចដោយសារតែការប្រែប្រួលនៃស្ថានភាពកូវីដ-១៩ និងវិធានការគម្លាតសង្គមក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមុន និងអំឡុងពេលនៃការសិក្សានេះ។ ជាក់ស្តែង មួយរយៈមុននឹងការប្រមូលទិន្នន័យចាប់ផ្តើម ស្ថានភាពជំងឺកូវីដ-១៩នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានសភាពធ្ងន់ធ្ងរខ្លាំង រហូតដល់រាជរដ្ឋាភិបាលប្រកាសបិទប្រទេសទាំងមូល ប៉ុន្តែក្រោយមកស្ថានភាពបានធូរស្រាលបន្តិច និងបើកឱ្យមានសកម្មភាពសង្គមជាច្រើនឡើងវិញ។ ហេតុផលមួយទៀតអាចប្រហែលមកពីក្រុមនិស្សិតទាំងនោះមានភាពស៊ាំច្រើនជាមួយនឹងការរៀនសូត្រតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ឬពួកគេអាចមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដើម្បីរៀនសូត្រ ដោយសារតែសកម្មភាពរៀនបែបនេះបានបន្តជាងមួយឆ្នាំមកហើយ។

គួរបញ្ជាក់ថា ការស្រាវជ្រាវនេះបានធ្វើឡើងក្នុងអំឡុងសីហាឆ្នាំ២០២១ ស្របពេលដែលស្ថានភាពជំងឺកូវីដ-១៩នៅពេលនោះហាក់មានភាពប្រសើរឡើងបន្តិច និងរាជរដ្ឋាភិបាលក៏ពុំមានរឹតត្បឹតនៃសកម្មភាពសង្គមខ្លាំងក្លាដូចអំឡុងខែមីនា និងមេសានោះទេ។ បើទោះបីជា គ្រប់សកម្មភាពនៃការសិក្សានៅបន្តអនុវត្តតាមប្រព័ន្ធអនឡាញក្តី ក៏សិស្សនិងនិស្សិតទាំងឡាយមានសេរីភាពច្រើនជាងមុន និងពួកគេអាចធ្វើដំណើរទៅកាន់ស្រុកកំណើត ឬតំបន់កំសាន្តនានាបានដោយប្រកាន់ខ្ជាប់ខ្លួននូវវិធានអនាម័យ និងការរក្សាគម្លាតសង្គមផ្សេងៗ។ ម្យ៉ាងទៀត តាមរយៈយុទ្ធនាការចាក់វ៉ាក់សាំងរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដល់ប្រជាពលរដ្ឋទូទៅ និងការទទួលបានវ៉ាក់សាំងការពារខ្លួនបានសមស្រប[5] ក៏អាចជាកត្តាដែលធ្វើឱ្យស្ថានភាពផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតទាំងនេះមានលក្ខណៈប្រសើរឡើង ជាពិសេសក្នុងអំឡុងពេលនៃការសិក្សានេះផ្ទាល់តែម្តង។ បើតាមការពន្យល់របស់ Munir et al. (2019) ជំងឺថប់បារម្ភជានិច្ចកាលត្រូវស្តែងចេញយ៉ាងហោចណាស់ក្នុងរយៈពេលប្រាំមួយខែនូវអាការៈចំនួនបី ឬច្រើនជាងនេះក្នុងចំណោមអាការៈមួយចំនួនដូចជា (១) មានអារម្មណ៍មិនស្រណុកឬតក់ក្រហល់, (២) មានអារម្មណ៍ញាប់ញ័រឬភ័យព្រួយ, (៣) ងាយនឹងអស់កម្លាំងល្ហិតល្ហៃ, (៤) មានការពិបាកក្នុងការផ្ចង់អារម្មណ៍ ឬអារម្មណ៍ហោះហើរមិននៅនឹងខ្លួន, (៥) មានអារម្មណ៍រំខានឬស្រងេះស្រងោចក្នុងចិត្ត, (៦) ឈឺឬមានសម្ពាធទៅលើសាច់ដុំ, និង (៧) មានបញ្ហាដំណេកជាដើម។ បើផ្អែកលើការពន្យល់នេះ យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ស្ថានភាពសុខភាពផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតទាំងនោះមានភាពធូរស្បើយរួចទៅហើយ ឬដោយសារតែការសិក្សានេះពុំបានវាស់វែងពីការប្រែប្រួលស្ថានភាពផ្លូវចិត្តរបស់អ្នកចូលរួមក្នុងរយៈពេលវែងដូចដែល Munir et al. (2019) បានលើកឡើង[6]។

[5] គួរបញ្ជាក់ថា រហូតមកដល់អំឡុងខែសីហាដែលជាពេលដែលការសិក្សានេះបានធ្វើឡើង ប្រទេសកម្ពុជាបានអនុវត្តយុទ្ធនាការចាក់វ៉ាក់សាំងដល់ប្រជាពលរដ្ឋដែលមានអាយុលើស១២ឆ្នាំ បានប្រមាណ ៨៩% (ប្រភពរាជរដ្ឋាភិបាល)។

[6] ការដែលមិនអាចធ្វើការវាស់វែងពីស្ថានភាពផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតនេះ អាចចាត់ទុកថាជាដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវនេះផងដែរ ដោយសារតែការសិក្សាមួយនេះធ្វើឡើងជាទម្រង់មួយពេល (a point in time) និងទិន្នន័យដែលទទួលបានគ្រាន់តែឆ្លុះបញ្ចាំងពីស្ថានភាពក្នុងពេលនោះ។

បើទោះបីជាការសិក្សានេះបានបង្ហាញក្នុងរូបភាពជារួមថា ស្ថានភាពសុខភាពផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ ពុំបានទទួលរងឥទ្ធិពលខ្លាំងពីវិបត្តិកូវីដ-១៩នេះក្តី ប៉ុន្តែលទ្ធផលក៏បានបង្ហាញពីភាពខុសគ្នាអំពីកម្រិតនៃការថប់បារម្ភក្នុងចំណោមនិស្សិតប្រុស និងនិស្សិតស្រីផងដែរ។ ជាក់ស្តែង និស្សិតស្រី ($Mdn = 40$) កើតមាននូវអារម្មណ៍ថប់បារម្ភខ្ពស់ជាង និស្សិតប្រុស ($Mdn = 38$) បន្តិចបន្តួច ដោយលទ្ធផលនេះក៏ដូចគ្នាទៅនឹងការសិក្សារបស់ Bahrami & Yousefi (2011); Calvarese (2015); Christiansen (2015); Hasan (2015); Hosseini & Khazali (2013) ; Hou et al. (2020) ; Kinrys & Wygant (2005) ; McLean et al. (2011) ; Rector et al. (2016) និង WHO (2002) ផងដែរ ដោយពួកគេបានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា ជំងឺថប់បារម្ភគឺជាស្ថានភាពសុខភាពផ្លូវចិត្តដែលកើតមានជាទូទៅលើមនុស្សស្រី ច្រើនជាងមនុស្សប្រុស។ បើទោះបីជាស្ថានភាពនៃជំងឺផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតប្រុស និងនិស្សិតស្រីមានកម្រិតខុសគ្នាបន្តិចបន្តួចក្តី ក៏កម្រិតនេះស្ថិតក្នុងស្ថានភាពធម្មតាដែលពុំមានអ្វីគួរឱ្យព្រួយបារម្ភនោះទេ។

លទ្ធផលនៃការសិក្សានេះក៏បានបង្ហាញផងដែរថា មាននិស្សិតប្រមាណជា 23.7% កើតមានជំងឺថប់បារម្ភកម្រិត `*ស្រាលទៅកម្រិតមធ្យម* មាននិស្សិត២នាក់បង្ហាញនូវស្ថានភាពថប់បារម្ភ `*កម្រិតខ្ពស់* និងមាននិស្សិត៣នាក់កើតមានជំងឺថប់បារម្ភកម្រិត `*ខ្ពស់បំផុត* ទៅកម្រិតខ្ពស់បំផុត។ ផ្អែកលើលទ្ធផលនេះ បើទោះបីជាក្នុងស្ថានភាពជារួម ពួកគេមានអារម្មណ៍ធម្មតាក្តី ក៏សមាមាត្រនៃនិស្សិតដែលបានបង្ហាញនូវអារម្មណ៍ថប់បារម្ភមានចំនួនច្រើន (ប្រមាណ24%) ។ ម្យ៉ាងទៀត បើទោះបីជាការសិក្សានេះពុំបានផ្តោតទៅលើមូលហេតុជាក់ស្តែងនៃការកើតមាននូវជំងឺថប់បារម្ភក្តី ក៏យើងអាចធ្វើការសន្និដ្ឋានបានថា ការរក្សានូវគម្លាតសង្គម កង្វះខាតនូវសកម្មភាពកំសាន្ត ក៏ដូចជាការបង្ខំចិត្តទទួលយកវិធានការសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ អាចជាមូលហេតុសំខាន់នៃការកើតមាននូវអារម្មណ៍ថប់បារម្ភទាំងនេះ។ ទាក់ទងនឹងការកើតមាននូវបញ្ហាផ្លូវចិត្តក្នុងចំណោមនិស្សិតសកលវិទ្យាល័យនេះដែរ ការសិក្សារបស់ Aristovnik et al. (2020) និង Holm-Hadulla & Koutsoukou-Argyraki (2015) បានបង្ហាញថា មូលហេតុដែលធ្វើឱ្យនិស្សិតកើតមាននូវបញ្ហាផ្លូវចិត្ត ក្នុងដំណាក់កាលនៃវិបត្តិកូវីដ-១៩នេះមានដូចជា `*ភាពមិនច្បាស់លាស់នៃការសិក្សារបស់ពួកគេ*', `*ការព្រួយបារម្ភពីបច្ចេកវិទ្យាដែលប្រើប្រាស់ក្នុងការសិក្សាតាមអនឡាញ*', `*ការស្ថិតនៅឆ្ងាយពីផ្ទះសម្បែង*', `*ការរក្សាគម្លាតសង្គម*', `*ការបាត់បង់នូវប្រាក់ចំណូលក្នុងគ្រួសារ*', និង `*ការព្រួយបារម្ភពីអនាគតការងារ* ជាដើម។ បើទោះបីជាការសិក្សារបស់ Aristovnik et al. (2020) និង Holm-Hadulla & Koutsoukou-Argyraki (2015) បានធ្វើឡើងក្នុងបរិបទប្រទេសខុសពីកម្ពុជាក្តី ប៉ុន្តែបើផ្អែកទៅលើការសិក្សាទាក់ទងនឹងបញ្ហាជំងឺផ្លូវចិត្ត យើងអាចធ្វើការឆ្លុះបញ្ចាំងបានថា មូលហេតុនៃការកើតមាននូវជំងឺថប់បារម្ភក្នុងចំណោមនិស្សិតកម្ពុជា ក៏មានរូបភាពប្រហាក់ប្រហែល ឬមិនខុសគ្នាខ្លាំងពីបរិបទនៃប្រទេសផ្សេងដែរ ក្នុងអំឡុងពេលនៃវិបត្តិកូវីដ-១៩នេះ។

៥. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

៥.១. សន្និដ្ឋាន

ការស្រាវជ្រាវនេះ មានគោលបំណងស្វែងយល់អំពីកម្រិតនៃអារម្មណ៍ថប់បារម្ភរបស់និស្សិតវិស្វករដែលកំពុងសិក្សានៅវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជា ក្នុងបរិបទនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩។ ជាលទ្ធផល គេសង្កេតឃើញថា

បើទោះបីជាស្ថិតក្នុងបរិបទកូវីដ-១៩ក្តី ស្ថានភាពទូទៅនៃអារម្មណ៍ ឬផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតវិស្វករឆ្នាំទី២នៃវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជាស្ថិតក្នុងកម្រិតធម្មតា បើទោះបីជាមាននិស្សិតមួយចំនួនបានបង្ហាញពីការកើតមាននូវអារម្មណ៍ថប់បារម្ភក្តី។ ភាគច្រើននៃនិស្សិតទាំងនោះបានបង្ហាញនូវអារម្មណ៍ធម្មតា និងមាននិស្សិតប្រមាណប្រហែល ‘១ភាគ៤’ ដែលបានបង្ហាញថាកើតមាននូវជំងឺថប់បារម្ភចាប់ពី ‘កម្រិតស្រាល’ ទៅកម្រិត ‘ខ្ពស់បំផុត’។ បន្ថែមពីលើនេះ លទ្ធផលបានបង្ហាញថា ‘*និស្សិតស្រី* ហាក់បានបង្ហាញនូវអាការៈនៃជំងឺថប់បារម្ភខ្ពស់ជាង ‘*និស្សិតប្រុស* បន្តិចបន្តួច។ ក្រៅពីស្ថានភាពទូទៅនៃអារម្មណ៍ និងស្ថានភាពផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតទាំងនេះ លទ្ធផលក៏បានបង្ហាញថា អាការៈដូចជា “*អន្ទះអន្ទែង និងតក់ក្រហល់ជាងធម្មតា*”, “*ភ័យខ្លាចដោយពុំដឹងមូលហេតុច្បាស់លាស់*”, “*វិខានខ្លាំងដោយអាការៈឈឺក ឈឺក្បាល និងឈឺខ្នង*”, “*ខ្លួនប្រាណដូចជាបែកជាបំណែកតូចៗ*”, “*បេះដូងលោតញាប់ជាងធម្មតា*”, “*ផ្ទៃមុខឡើងក្តៅនិងស្បែកក្រើមៗ*”, “*ដៃមានសភាពស្ងួតនិងក្តៅ*”, និងអាការៈ “*ខ្សោយនិងចាប់អស់កម្លាំង*” ជាដើម បានលេចឡើងប្រចាំជាងគេ។

៥.២. ដែនកំណត់នៃការសិក្សា

ជាមួយនឹងបរិបទជាក់ស្តែង ការស្រាវជ្រាវមួយនេះមានលក្ខណៈចង្អៀត និងមានដែនកំណត់ដូចខាងក្រោម៖

- ការស្រាវជ្រាវនេះពុំបានផ្តោតជាសំខាន់ទៅលើមូលហេតុលម្អិត ដែលបណ្តាលឱ្យនិស្សិតកើតមាននូវជំងឺថប់បារម្ភនោះទេ បើទោះបីជាលទ្ធផលបានបង្ហាញថា ស្ថានភាពផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតភាគច្រើនស្ថិតក្នុងសភាពធម្មតាក៏ដោយចុះ។ ជាមួយនឹងករណីនេះ អ្នកស្រាវជ្រាវបានសន្មតថា ស្ថានភាពនៃការរីករាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩ និងការអនុវត្តយន្តការសុវត្ថិភាពសង្គមគឺជាមូលហេតុចម្បង ដែលអាចបណ្តាលឱ្យកើតមាននូវជំងឺថប់បារម្ភក្នុងចំណោមនិស្សិត។
- ដោយសារតែស្ថានភាពជំងឺកូវីដ-១៩ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ក្នុងអំឡុងពេលសិក្សា (ប្រមូលទិន្នន័យ) មានការប្រែប្រួលទៅជាប្រសើរឡើងខ្លះៗ នោះលទ្ធផលនៃការសិក្សានេះមិនអាចឆ្លុះបញ្ចាំងពីស្ថានភាពផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតទាំងនោះ ក្នុងអំឡុងពេលមុនការសិក្សាបានទេ។
- ដោយការសិក្សានេះបានធ្វើឡើងក្នុងគ្រឹះស្ថានបណ្តុះបណ្តាលថ្នាក់ឧត្តមនិងក្រោយឧត្តមតែមួយ ដូចនេះលទ្ធផលនេះពុំអាចធ្វើទូទៅនីយកម្មពីស្ថានភាពផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតកម្ពុជាក្នុងអំឡុងពេលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ នេះបានទេ។

ជាមួយនឹងដែនកំណត់ និងលក្ខណៈបច្ចេកទេសក្នុងការសិក្សាអំពីជំងឺផ្លូវចិត្តដូចដែល Munir et al. (2019) បានលើកឡើង នោះអ្នកស្រាវជ្រាវសូមស្នើឱ្យមានការសិក្សាលម្អិតដោយប្រើរយៈពេលវែងជាងនេះ (Longitudinal Study) ដោយការតាមដានពីការប្រែប្រួលស្ថានភាពផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតពីពេលមួយទៅពេលមួយ។ម្យ៉ាងទៀត ការសិក្សាគួរពង្រីកវិសាលភាពឱ្យបានទូលាយជាងនេះ និងបូកបញ្ចូលនូវអថេរឯករាជ្យឱ្យបានច្រើនតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ដើម្បីយើងអាចសិក្សា និងវិភាគពីស្ថានភាពផ្លូវចិត្តរបស់និស្សិតបានពីរូបភាពផ្សេងៗគ្នា។

ការដឹងគុណ៖

ការសិក្សាមួយនេះអាចដំណើរការបានដោយការចូលរួមពីនិស្សិតឆ្នាំទី២នៃវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជា ដែលបានចូលរួមបំពេញនូវកម្រងសំណួរតាមអនឡាញ។ ក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវយើងសូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅដល់និស្សិតទាំងអស់ដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ។ យើងខ្ញុំក៏សូមថ្លែងអំណរគុណផងដែរដល់សាស្ត្រាចារ្យដែលបង្រៀននៅវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាទាំងអស់ដែលបានជួយចែករំលែកកម្រងសំណួរដល់និស្សិតទាំងឡាយក្នុងអំឡុងពេលប្រមូលទិន្នន័យសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវនេះ។

ឯកសារយោង

Adwas, A. A., Jbireal, J. M., & Azab, A. E. (2019). Anxiety: Insights into Signs, Symptoms, Etiology, Pathophysiology, and Treatment. *East African Scholars Journal of Medical Sciences*, *2*(October), 80–91. https://www.researchgate.net/publication/336738068_Anxiety_Insights_into_Signs_Symptoms_Etiology_Pathophysiology_and_Treatment

Anxiety Canada. (2014). WHAT IS ANXIETY? *What Is Anxiety*, *4*(14), 1–5. https://www.anxietybc.com

Aristovnik, A., Keržič, D., Ravšelj, D., Tomaževič, N., & Umek, L. (2020). Impacts of the COVID-19 pandemic on life of higher education students: A global perspective. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(20), 1–34. https://doi.org/10.3390/su12208438

Bahrami, F., & Yousefi, N. (2011). Females are more anxious than males: A metacognitive perspective. *Iranian Journal of Psychiatry and Behavioral Sciences*, *5*(2), 83–90.

Basudan, S., Binanzan, N., & Alhassan, A. (2017). Depression, anxiety and stress in dental students. *International Journal of Medical Education*, *8*, 179–186. https://doi.org/10.5116/ijme.5910.b961

Baxter, A. J., Vos, T., Scott, K. M., Norman, R. E., Flaxman, A. D., Blore, J., & Whiteford, H. A. (2014). The regional distribution of anxiety disorders: implications for the Global Burden of Disease Study, 2010. *International Journal of Methods in Psychiatric Research*, *23*(4), 422–438. https://doi.org/10.1002/mpr.1444

Borges Machado, D., Alves, F. J., Teixeira, C. S., Rocha, A. S., Castro-de-Araujo, L. F., Singh, A., & Barreto, M. L. (2020). Effects of COVID-19 on anxiety, depression and other mental health issues: A worldwide scope review. In *Research Square*. https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-

58186/v1

Browning, M. H. E. M., Larson, L. R., Sharaievska, I., Rigolon, A., McAnirlin, O., Mullenbach, L., Cloutier, S., Vu, T. M., Thomsen, J., Reigner, N., Metcalf, E. C., D'Antonio, A., Helbich, M., Bratman, G. N., & Alvarez, H. O. (2021). Psychological impacts from COVID-19 among university students: Risk factors across seven states in the United States. *PloS One*, *16*(1). https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245327

Calvarese, M. (2015). The effect of gender on stress factors: An exploratory study among university students. *Social Sciences*, *4*(4), 1177–1184. https://doi.org/10.3390/socsci4041177

Christiansen, D. M. (2015). Examining Sex and Gender Differences in Anxiety Disorders. *A Fresh Look at Anxiety Disorders*. https://doi.org/10.5772/60662

Creswell, W. J., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative adn Mixed Methods Approaches. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

da Silva, M. L., Rocha, R. S. B., Buheji, M., Jahrami, H., & Cunha, K. da C. (2021). A systematic review of the prevalence of anxiety symptoms during coronavirus epidemics. *Journal of Health Psychology*, *26*(1), 115–125. https://doi.org/10.1177/1359105320951620

Dubey, S., Biswas, P., Ghosh, R., Chatterjee, S., Dubey, M. J., Chatterjee, S., Lahiri, D., & Lavie, C. J. (2020). Psychosocial impact of COVID-19. *Diabetes and Metabolic Syndrome: Clinical Research and Reviews*, *14*(5), 779–788. https://doi.org/10.1016/j.dsx.2020.05.035

Dy, K., Phann, S., & Meng, H. (2020). Cambodia's education responses to COVID-19.pdf. *SEAMEO Journal*, *2*(Special Issue), 1–10.

Gijzen, M., Shields-Zeeman, L., Kleinjan, M., Kroon, H., van der Roest, H., Bolier, L., Smit, F., & de Beurs, D. (2020). The bittersweet effects of COVID-19 on mental health: Results of an online survey among a sample of the Dutch population five weeks after relaxation of lockdown restrictions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *17*(23), 1–11. https://doi.org/10.3390/ijerph17239073

Hasan, R. (2015). *Are Women Higher in Anxiety than Men ? United States Surveys , 2003 - 2013*.

Herrick, E., & Redman-White, B. (2019). What is anxiety? *Supporting Children and Young People with Anxiety*, 3–12. https://doi.org/10.4324/9781351234580-1

Holm-Hadulla, R. M., & Koutsoukou-Argyraki, A. (2015). Mental health of students in a globalized world: Prevalence of complaints and disorders, methods and effectivity of counseling, structure of mental health services for students. *Mental Health and Prevention*, *3*(1–2), 1–4. https://doi.org/10.1016/j.mhp.2015.04.003

Hosseini, L., & Khazali, H. (2013). Comparing the Level of Anxiety in Male & Female School Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *84*, 41–46. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.506

Hou, F., Bi, F., Jiao, R., Luo, D., & Song, K. (2020). Gender differences of depression and anxiety among social media users during the COVID-19 outbreak in China:a cross-sectional study. *BMC Public Health*, *20*(1), 1–11. https://doi.org/10.1186/s12889-020-09738-7

Kinrys, G., & Wygant, L. E. (2005). Anxiety disorders in women: does gender matter to treatment? *Anxiety Disorders in Women: Does Gender Matter to Treatment? Transtornos de Ansiedade Em Mulheres: Gênero Influencia o Tratamento?*, *27*(617), 43–50.

Loades, M. E., Chatburn, E., Higson-Sweeney, N., Reynolds, S., Shafran, R., Brigden, A., Linney, C., McManus, M. N., Borwick, C., & Crawley, E. (2020). Rapid Systematic Review: The Impact of Social Isolation and Loneliness on the Mental Health of Children and Adolescents in the Context of COVID-19. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, *59*(11), 1218-1239.e3. https://doi.org/10.1016/j.jaac.2020.05.009

McLean, C. P., Asnaani, A., Litz, B. T., & Hofmann, S. (2011). Gender Differences in Anxiety Disorders: Prevalence, Course of Illness, Comorbidity and Burden of Illness. *J Psychiatr Res.*, *45*(8), 11027–11035. https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2011.03.006.Gender

Milne, R., & Munro, M. (2020). Symptoms and causes of anxiety, and its diagnosis and management. *Nursing Times*, *116*(10), 18–22.

Moss, D. (2002). Psychological perspectives: Anxiety disorders: Identification and intervention. *Performance Anxiety: Origins and Management*, *1*(January), 1–49.

Rector, N. A., Bourdeau, D., Kitchen, K., & Joseph-Massiah, M. L. (2016). *Anxiety Disorders an Information Guide*.

Ruscio, A. M., & Khazanov, G. K. (2015). Anxiety and depression. *The Oxford Handbook of Mood Disorders*, 313–324. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199973965.013.27

Swift, P., Cyhlarova, E., Goldie, I., & O'Sullivan, C. (2014). Living with anxiety: Understanding the role and impact of anxiety in our lives. *Mental Health Fondation*, *43*(1), 125–132. https://www.mentalhealth.org.uk/sites/default/files/living-with-anxiety-report.pdf

Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, *2*, 53–55. https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd

Ursachi, G., Horodnic, I. A., & Zait, A. (2015). How Reliable are Measurement Scales? External Factors with Indirect Influence on Reliability Estimators. *Procedia Economics and Finance*,

20(15), 679–686. https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00123-9

Vaske, J. J., & Beaman, J. (2003). *Rethinking Imternal Consistency of Cronbach's alpha*.

WHO. (2002). Gender and Mental Health. In *Gender and Health*.

លី តុង	ប្រវត្តិរូបលម្អិត	**មាឃ សារី**	ប្រវត្តិរូបលម្អិត
លោក **លី តុង** (LY Tong) មានបទពិសោធន៍ក្នុងការងារអប់រំលើមុខវិជ្ជាមួយចំនួនដូចជា ភាសាអង់គ្លេស គណិតវិទ្យា ស្ថិតិ និងវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវជាច្រើនឆ្នាំ។ បន្ថែមពីលើនេះ លោកក៏ជាអ្នកស្រាវជ្រាវលើជំនាញវិទ្យាសាស្ត្រអប់រំ អប់រំគណិតវិទ្យា និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមផងដែរ។ ក្រៅពីការងារអប់រំ និងស្រាវជ្រាវ លោក លី តុង ក៏មានបទពិសោធន៍ច្រើនឆ្នាំ ជាមួយនឹងកិច្ចការវិភាគទិន្នន័យដោយប្រើកម្មវិធី MS. Excel, SPSS និង R ផងដែរ។		លោក **មាឃ សារី** (MEAKH SARY) បច្ចុប្បន្នជាប្រធាននាយកដ្ឋានវិទ្យាសាស្ត្រអប់រំ នៃវិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា។ លោក មាឃ សារី បានបំពេញការងារក្នុងនាមជាអ្នកអប់រំ និងអ្នកស្រាវជ្រាវផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រអប់រំចាប់ពីឆ្នាំ២០០២ រហូតដល់បច្ចុប្បន្ន។	
បណ្ឌិត សូ សុធីរ	ប្រវត្តិរូបលម្អិត	**យាង ធានី**	ប្រវត្តិរូបលម្អិត
បណ្ឌិត **សូ សុធីរ** (Dr. SO Suthy) កើតនៅខេត្តកំពត។ លោកបណ្ឌិតមានបទពិសោធន៍ច្រើនឆ្នាំ ជាមួយនឹងការងារអប់រំដូចជា គ្រូឧទ្ទេសនៅសាលាគរុកោសល្យ និងថ្នាក់ឧត្តមសិក្សានានា។ ពីឆ្នាំ ២០០៤ ដល់បច្ចុប្បន្ន លោកបានបម្រើការងារជាអ្នកស្រាវជ្រាវផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រអប់រំ នៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា។		អ្នកស្រី **យាង ធានី** បានចាប់ផ្ដើមអាជីពជាអ្នកស្រាវជ្រាវនៅរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា តាំងពីឆ្នាំ២០០៣ហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន បន្ទាប់ពីបានបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ ជំនាញវិទ្យាសាស្ត្រអប់រំនៅរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា។ ក្រៅពីបទពិសោធន៍ជាអ្នកស្រាវជ្រាវ អ្នកស្រីក៏មានបទពិសោធន៍ធ្វើការជាគ្រូបង្រៀន និងធ្វើការជាមួយអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលមួយចំនួនទៀតផងដែរ។	

ឧបសម្ព័ន្ធ

កម្រងសំណួរស្រាវជ្រាវ

លេខកូដ៖ ....

សួរស្តីប្អូនៗនិស្សិតទាំងអស់ជាទីរាប់អាន៖

កម្រងសំណួរនេះ គឺជាឧបករណ៍ប្រមូលទិន្នន័យសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវអំពីស្ថានភាពនៃជំងឺថប់បារម្ភរបស់និស្សិតវិស្វករ ដែលកំពុងសិក្សានៅវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជា ក្នុងអំឡុងពេលនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ និងការអនុវត្តវិធានការគម្លាតសង្គម និងការសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ។ ការសិក្សានេះមានវត្ថុបំណងដូចខាងក្រោម៖

- សិក្សាអំពីកម្រិតនៃការថប់បារម្ភរបស់និស្សិតវិស្វករដែលកំពុងសិក្សានៅវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកម្ពុជាក្នុងស្ថានភាពនៃការរីករាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩។
- សិក្សាអំពីរោគសញ្ញាជាក់លាក់នៃជំងឺថប់បារម្ភដែលលេចឡើង ឬមានលក្ខណៈធ្ងន់ធ្ងរជាងគេ។

សូមបញ្ជាក់ថា ទិន្នន័យដែលទទួលបានពីកម្រងសំណួរនេះ នឹងប្រើប្រាស់តែក្នុងវត្ថុបំណងសិក្សានេះប៉ុណ្ណោះ ដោយព័ត៌មានផ្ទាល់ខ្លួនរបស់និស្សិតនឹងរក្សាទុកជាការសម្ងាត់។

(សូមអរគុណចំពោះការចូលរួម)

ផ្នែកទី១៖ សំណួរទូទៅ

ភេទ៖ ☐ ស្រី ☐ ប្រុស

និទ្ទេសសញ្ញាបត្រមធ្យមសិក្សាទុតិយភូមិ៖

និទ្ទេសសញ្ញាបត្របាក់ឌុប	☐ A	☐ B	☐ C	☐ D	☐ E
និទ្ទេសមុខវិជ្ជាគណិតវិទ្យា	☐ A	☐ B	☐ C	☐ D	☐ E

ដេប៉ាតឺម៉ង់៖ ☐ GIC ☐ CGA ☐ GEE ☐ OAC ☐ GCA ☐ TR ☐ GRU

☐ Other: ______________________________

តើប្អូនមានជួបបញ្ហាប្រឈមដែរទេក្នុងការសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ? ☐ មាន ☐ គ្មាន

តើបញ្ហាប្រឈមអ្វីខ្លះដែលអ្នកជួបប្រទះក្នុងដំណាក់កាលនៃការសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអនឡាញដែលបណ្តាលមកពីជំងឺកូវីដ-១៩នេះ?

☐	អ៊ីនធើណេតមានល្បឿនយឺត		មានការរំខានច្រើនទាក់ទងនឹងបរិស្ថាននៃការសិក្សា	☐
☐	ការសិក្សាតាមអនឡាញពុំមានសកម្មភាពរស់រវើក		ខ្វះការជម្រុញទឹកចិត្តដោយខ្លួនឯង	☐
☐	ពុំទាន់អាចសម្របខ្លួនបានទៅនឹងការរៀនតាមអនឡាញ		ផ្សេងទៀត	☐
☐	ពុំមានឧបករណ៍គ្រប់គ្រាន់ក្នុងការសិក្សាតាមអនឡាញ			

ផ្នែកទី២៖ សំណួរទាក់ទងនឹងការថប់បារម្ភរបស់សិស្ស

នៅក្នុងផ្នែកនេះ ល្បះទាំងអស់ត្រូវបានរៀបចំដើម្បីវាស់វែងពីអារម្មណ៍របស់ប្អូនៗដែលកើតមានក្នុងអំឡុងពេលនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩។ សូមជ្រើសរើស

	រោគសញ្ញានៃអារម្មណ៍តប់ប្រមល់	យូរៗម្តង	ពេលខ្លះ	ច្រើនគួរសម	សឹងគ្រប់ពេល
១	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍អន្ទះអន្ទែង និងតក់ក្រហល់ជាងធម្មតា។ I feel more nervous and anxious than usual.	☐	☐	☐	☐
២	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ភ័យខ្លាចដោយពុំដឹងមូលហេតុច្បាស់លាស់។ I feel afraid for no reason at all.	☐	☐	☐	☐
៣	ខ្ញុំងាយនឹងមានអារម្មណ៍អាក់អន់ចិត្ត ឬភ័យខ្លាចជាប្រចាំ។ I get upset easily or feel panicky.	☐	☐	☐	☐
៤	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាខ្លួនប្រាណរបស់ខ្ញុំដូចជាបែកជាបំណែកតូចៗ។ I feel like I'm falling apart and going to pieces.	☐	☐	☐	☐
៥	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាអ្វីៗគ្រប់យ៉ាងគឺធម្មតា និងគ្មានបញ្ហាអាក្រក់អ្វីនឹងកើតឡើងនោះទេ។ I feel that everything is all right and nothing bad will happen.	☐	☐	☐	☐
៦	ដៃ និងជើងរបស់ខ្ញុំមានអាការៈញ័រញាក់ខុសធម្មតា។ My arms and legs shake and tremble.	☐	☐	☐	☐
៧	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍រំខានដោយអាការៈឈឺក ឈឺក្បាល និងឈឺខ្នងជាដើម។ I am bothered by headaches neck and back pain.	☐	☐	☐	☐
៨	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាខ្សោយ និងឆាប់អស់កម្លាំង។ I feel weak and get tired easily.	☐	☐	☐	☐
៩	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ស្ងប់ និងអាចអង្គុយសម្រាកបានជាធម្មតា។ I feel calm and can sit still easily.	☐	☐	☐	☐
១០	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាបេះដូងខ្ញុំលោតញាប់ជាងធម្មតា។ I can feel my heart beating fast.	☐	☐	☐	☐
១១	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍រំខានដោយអាការៈវិលមុខ។ I am bothered by dizzy spells.	☐	☐	☐	☐
១២	ខ្ញុំហាក់មានអារម្មណ៍ពឹងជោងៗ ឬដូចបាត់ស្មារតីម្តងៗ។ I have fainting spells or feel like it.	☐	☐	☐	☐
១៣	ខ្ញុំអាចដកដង្ហើមបានធម្មតា។ I can breathe in and out easily.	☐	☐	☐	☐

១៤	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ស្ពឹកស្រពន់ និងរមាស់នៅតាមម្រាមដៃ និងម្រាមជើង។ I get numbness and tingling in my fingers and toes.	☐	☐	☐	☐
១៥	ខ្ញុំមានអារម្មណ៍រំខានដោយបញ្ហាក្រពះ ឬប្រព័ន្ធរំលាយអាហារ។ I am bothered by stomach aches or indigestion.	☐	☐	☐	☐
១៦	ខ្ញុំចេះតែមានអារម្មណ៍បត់ជើងតូចជាប្រចាំ។ I have to empty my bladder often.	☐	☐	☐	☐
១៧	ដៃរបស់ខ្ញុំតែងតែមានសភាពស្ងួត និងក្តៅ។ My hands are usually dry and warm.	☐	☐	☐	☐
១៨	ផ្ទៃមុខរបស់ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាក្តៅ និងស្បែកឡើងគ្រើមៗ។ My face gets hot and blushes.	☐	☐	☐	☐
១៩	ខ្ញុំគ្មានបញ្ហាទាក់ទងនឹងដំណេក ហើយគេងលក់ស្រួលជាធម្មតា។ I fall asleep easily and get a good night's rest.	☐	☐	☐	☐
២០	ខ្ញុំដេកយល់សប្តិអាក្រក់។ (I have nightmares)	☐	☐	☐	☐

ពិន្ទុប្រចាំឆ្នាំ៖ ____________________

កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម
Cambodian Journal of Humanities and Social Sciences

Website: https://ihss.rac.gov.kh/ihss-journal/

វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា៖ បញ្ហាប្រឈម និងដំណោះស្រាយដើម្បីនិរន្តរភាពការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍

មឿង ចំរើន[១], លី តុង[២], ផុន កសិកា[៣], តូច សុធារី[៤]

[១] លេខាធិការដ្ឋានក្រុមប្រឹក្សាបណ្ឌិតសភាចារ្យនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ roeun_cham@yahoo.com
[២] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ lytongcambodia2013@gmail.com
[៣] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ kaseka1975@yahoo.com
[៤] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ sothiary@gmail.com

បានទទួល៖ ១១ កញ្ញា ២០២២; ទទួលបោះពុម្ព៖ ១៨ វិច្ឆិកា ២០២២; បោះពុម្ព៖ ៣០ ធ្នូ ២០២២

ទំនាក់ទំនង៖ roeun_cham@yahoo.com

អាគតដ្ឋាន៖ មឿង ចំរើន, លី តុង, ផុន កសិកា, តូច សុធារី. (២០២២). វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា៖ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា៖ បញ្ហាប្រឈម និងដំណោះស្រាយដើម្បីនិរន្តរភាពការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍, *កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម, ១*(២), ទំ. ៧៨-១០១។

សង្ខិត្តន័យ

ការស្រាវជ្រាវនេះមានវត្ថុបំណងកំណត់នូវបញ្ហាប្រឈម និងស្វែងរកដំណោះស្រាយជាយុទ្ធសាស្ត្រ សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តភាព។ ការស្រាវជ្រាវនេះប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្របែបគុណភាពដោយរួមបញ្ចូលគ្នារវាងការជួបសម្ភាសជាមួយក្រុមគោលដៅសំខាន់ៗ បូកជាមួយនឹងការសិក្សានិងវិភាគទៅលើឯក

សារនានាដូចជា អត្ថបទស្រាវជ្រាវ ឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រ និងឯកសារពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀត។ ជាលទ្ធផល វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាកំពុងជួបប្រទះនូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនដូចជា សកម្មភាពកេងប្រវ័ញ្ចតាមរូបភាពផ្សេងៗទៅលើភ្ញៀវទេសចរ, កង្វះគោលដៅទេសចរ, កង្វះខាតមគ្គុទេសក៍ទេសចរដែលមានគុណភាព, ខ្វះភាពទាក់ទាញលើសេវាកម្មទេសចរ, បញ្ហាអនាម័យ សណ្ដាប់ធ្នាប់ និងសុវត្ថិភាព និងបញ្ហាសំណុំលិខិតទិដ្ឋាការជាដើម។

ដើម្បីធានាបាននូវនិរន្តរភាពការអភិវឌ្ឍលើវិស័យមួយនេះ កម្ពុជាចាំបាច់ត្រូវរៀបចំគោលនយោបាយ និងផែនការទេសចរណ៍ឱ្យសមស្រប និងប្រែប្រួលទៅតាមនិន្នាការថ្មីនៃគោលដៅទេសចរសកល។ ដើម្បីឈានទៅសម្រេចបាននូវកិច្ចការមួយនេះ កម្ពុជាអាចពិចារណាលើអនុសាសន៍មួយចំនួនដូចជា ជំរុញទេសចរក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក, រៀបចំបណ្ដុះបណ្ដាលជំនាញពាក់ព័ន្ធនឹងទេសចរណ៍, រៀបចំផែនទីទេសចរណ៍, ពង្រឹងការផ្សព្វផ្សាយពីទេសចរណ៍កម្ពុជានៅក្រៅប្រទេស, បង្កើនភាពទាក់ទាញលើសេវាកម្មទេសចរណ៍, រៀបចំបង្កើតនូវកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌តាមប៉ូលទេសចរណ៍ និងខេត្តផ្សេងៗ ព្រមទាំងជំរុញនូវចលនាសហគមអេកូទេសចរណ៍ជាដើម។

ជាក់ស្ដែងដើម្បីសម្រេចនូវកិច្ចការទាំងនេះ កម្ពុជាចាំបាច់ត្រូវចំណាយការវិនិយោគច្រើន និងសហការគ្នាពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ទាំងផ្នែករដ្ឋ ឯកជន អ្នកស្រាវជ្រាវ អ្នកប្រកបមុខរបរពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យទេសចរណ៍ ក៏ដូចជាប្រជាពលរដ្ឋផ្ទាល់ផងដែរ។

ពាក្យគន្លឹះ: បញ្ហាប្រឈម, និរន្តរភាពទេសចរណ៍, ការអភិវឌ្ឍ, វិស័យទេសចរណ៍, ប្រទេសកម្ពុជា

ABSTRACT

The objectives of this study were to assess the challenges and seek practical solutions for sustainable Cambodian tourism development. This study employed qualitative-based research methodology where a combination of interviews with key informants at some important tourist destinations as well as the study and analysis of literature, strategic and policy documents were the key elements of the research processes. It was found that Cambodian tourism sector faces several issues and challenges such as cheating occurred among local and foreign tourists, lack of attractive and competitive tourist destinations, lack of qualified tourist guides, lack of attractive tourism services, hygiene and security issues and tourist registration service issues.

For sustainable tourism development, Cambodia may employ some measures or strategies such as boosting local and foreign tourists, strengthening tourism-related skills training programs, develop tourist map, launch social and cultural events, employing more attractive tourism services and developing of ecotourism communities. However, in order to achieve this ambitious goal, it requires close cooperation among key players such public and private sectors, research institutions, and the people.

KEYWORDS: Challenges, sustainable tourism, development, tourism sector, Cambodia

១. សេចក្តីផ្តើម

ចំពោះកម្ពុជា វិស័យទេសចរណ៍គឺជាវិស័យធំលំដាប់ទីពីរបន្ទាប់ពីវិស័យឧស្សាហកម្មកាត់ដេរ (Chheang, 2009) ហើយវិស័យនេះក៏ទទួលបានការរីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងរយៈពេលជាងពីរទសវត្សរ៍កន្លងមកនេះ ដោយបានរួមចំណែកយ៉ាងសកម្មដល់ការអភិវឌ្ឍសង្គម និងសេដ្ឋកិច្ច ព្រមទាំងការពារបរិស្ថានផងដែរ។ វិស័យទេសចរណ៍ត្រូវបានរាជរដ្ឋាបាលកម្ពុជាចាត់ទុកជា "មាសបៃតង" និងជាវិស័យអាទិភាពក្នុងការកសាងសេដ្ឋកិច្ចបៃតង និងរួមចំណែកដល់ការសម្រេចបាននូវការអនុវត្តគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព (SDGs) ឆ្នាំ២០៣០ របស់អង្គការសហប្រជាជាតិ (រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា, ២០១៨) និងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចនយោបាយកម្ពុជា (Chheang, 2010; Dahles et al., 2019)។

របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ២០១៩ របស់ក្រសួងទេសចរណ៍បានបង្ហាញថា នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៩កន្លងទៅ វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបានរួមចំណែកប្រមាណ ១២,១% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប និងបានបង្កើតការងារដោយផ្ទាល់ដល់ប្រជាពលរដ្ឋប្រមាណជា ៦៣០ពាន់ការងារ (Ministry of Tourism, 2019)។ ទន្ទឹមនេះដែរ កម្ពុជាក៏បានទទួលភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិចំនួន ៦,៦១ លាននាក់នៅឆ្នាំ២០១៩ ដែលកើនប្រមាណ ៦,៦% និងបានចាក់បញ្ចូលចរិកាទៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជាតិប្រមាណ ៤ ៩១៩ លានដុល្លារ ដែលកើនឡើង ១២,៤% បើប្រៀបធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៨។ បើទោះបីជាវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបានរក្សាកំណើនរបស់ខ្លួនក្នុងរយៈពេលជាងពីរទសវត្សរ៍ ប៉ុន្តែចាប់តាំងពីឆ្នាំ២០១៤ កន្លងមក វិស័យនេះហាក់មានការថមថយអត្រាកំណើនរបស់ខ្លួន។

ក្រោយពីមានការផ្ទុះឡើងនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិដែលធ្វើដំណើរមកទស្សនាប្រទេសកម្ពុជាមានការថយចុះយ៉ាងគំហុគ។ បើតាមតួលេខរបស់ក្រសួងទេសចរណ៍បានបង្ហាញថា ចំនួនភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិដែលចូលមកទស្សនាប្រទេសកម្ពុជានៅក្នុងឆ្នាំ២០២០ មានប្រមាណជាង ១,៣០ លាននាក់ ដោយថយចុះ ៨០,២០% ធៀបនឹងរយៈពេលដូចគ្នាកាលពីឆ្នាំ២០១៩កន្លងទៅ។ ជាមួយគ្នានឹងការថយចុះនៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ ក្នុងរយៈពេលនេះដូចគ្នា កម្ពុជាទទួលបានទេសចរក្នុងស្រុកតែប្រមាណជាង ៥,៩៩ លាននាក់ប៉ុណ្ណោះ ដែលតួលេខនេះបញ្ជាក់ពីការថយចុះប្រហែល ២៧,៥% (Ministry of Tourism, 2020)។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០២០ កម្ពុជាទទួលបានចំណូលពីទេសចរអន្តរជាតិប្រមាណ ១,០២៣ លានដុល្លារ ដែលធ្លាក់ចុះ ៧៩,២% ដែលក្នុងន័យនេះ កម្ពុជាបានបាត់បង់ចំណូលពីវិស័យទេសចរណ៍ប្រមាណជាង ៣ពាន់លានដុល្លារ បើធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៩ (នាយដ្ឋានទេសចរណ៍, ២០២០)។

១.១- ស្ថានភាពវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា

កម្ពុជាគឺជាប្រទេសដែលសម្បូរទៅដោយធនធាន សម្បត្តិវប្បធម៌ និងសម្បត្តិធម្មជាតិ ដែលជាអំណោយផលដល់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចជាតិ តាមរយៈការប្រើប្រាស់វិស័យទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងធម្មជាតិទាំងនោះ។ របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ២០១៩ របស់ក្រសួងទេសចរណ៍បង្ហាញថា កម្ពុជាទទួលបានកំណើនទេសចរមកពីតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក អាហ្វ្រិក និងមជ្ឈិមបូព៌ា ប៉ុន្តែមានការធ្លាក់ចុះចំពោះភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់អឺរ៉ុប និងអាម៉េរិក (Ministry of Tourism, 2019)។ ភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិកបានកើនឡើងចំនួន៩% ដោយកើនពីជាង ៤,៩៩លាននាក់ដល់ជាង ៥,៤៤

លាននាក់ ហើយក្នុងនោះ ភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់អាស៊ានបានកើនពី ២,០៦លាននាក់ ដល់ ២,២២លាននាក់ (កើនឡើងប្រមាណ ៧,៨%)។

តារាងទី១

សូចនាករទេសចរណ៍កម្ពុជា ឆ្នាំ២០១០-២០១៩

ឆ្នាំ	ទេសចរអន្តរជាតិ (លាននាក់)	អត្រាកំណើន (ជាភាគរយ)	ការស្នាក់នៅជាមធ្យម (ចំនួនថ្ងៃ)	ចំណូលពីវិស័យទេសចរណ៍ (លានដុល្លារ)
2010	2.51	16%	6.5	1,786
2011	2.88	15%	6.5	1,912
2012	3.58	24%	6.3	2,210
2013	4.21	17%	6.8	2,547
2014	4.50	7%	6.5	2,736
2015	4.78	6%	6.8	3,012
2016	5.01	5%	6.3	3,212
2017	5.60	12%	6.6	3,638
2018	6.20	11%	7	4,375
2019	6.61	7%	6.2	4,919

ប្រភព៖ Ministry of Tourism. (2019). Annual report on tourism statistic 2019

បន្ថែមពីលើនេះ ភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់អឺរ៉ុបបានធ្លាក់ចុះ ៣% ដោយធ្លាក់ពីជាង ៨១,៨៦ ម៉ឺននាក់មកត្រឹមជាង ៧៩,៣៩ ម៉ឺននាក់ និងទេសចរពីតំបន់អាមេរិកធ្លាក់ចុះ ៤,២% គឺធ្លាក់ពីជាង ៣៦,៩៣ ម៉ឺននាក់ មកត្រឹមជាង ៣៥,៣៩ ម៉ឺននាក់។ របាយការណ៍ដដែលនេះបានបង្ហាញថា ទីផ្សារទេសចរណ៍សំខាន់ៗរបស់កម្ពុជានៅក្នុងឆ្នាំ២០១៩ រួមមានទេសចរចិន(៣៥,៧ %), វៀតណាម(១៣,៧%), ថៃ(៧,១%), ឡាវ(៥,៥%), កូរ៉េ(៣,៩%), អាមេរិក(៣,៨%), ជប៉ុន (៣,១%), ម៉ាឡេស៊ី (៣,១%), បារាំង ២,៥%, និងអង់គ្លេស (២,៥%)។ ភ្ញៀវទេសចរចិនឈរនៅលំដាប់ទី១ ដោយមានចំនួនជាង ២,៣៦ លាននាក់ ដែលបានកើនឡើង ១៦,៧% ធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៨ ហើយ ៩៦,៨% នៃភ្ញៀវទេសចរទាំងនោះធ្វើដំណើរមកកម្ពុជាតាមផ្លូវអាកាស។ ទេសចរវៀតណាមឈរនៅលំដាប់ទី២ ខណៈដែលទេសចរមកពីប្រទេសថៃឈរនៅលំដាប់ទី៣, ឡាវនៅលំដាប់ទី៤, និងកូរ៉េនៅលំដាប់ទី៥។ បន្ថែមពីលើនេះ របាយការណ៍នេះបានគូសបញ្ជាក់ថា ៧៧,៤% នៃភ្ញៀវទេសចរដែលមកទស្សនាប្រទេសកម្ពុជា គឺជាក្រុមភ្ញៀវដែលទើបមកជាលើកដំបូង ហើយ មានប្រមាណ ២២,៦% គឺជាភ្ញៀវដែលធ្លាប់បានមកទស្សនាកម្ពុជាពីមុន។ ស្ថិតិទេសចរក្នុងស្រុកបានបង្ហាញពីសញ្ញាណល្អដោយបន្តមានកំណើនជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ នៅឆ្នាំ២០១៩ កម្ពុជាទទួលបានភ្ញៀតទេសចរក្នុងស្រុកចំនួនជាង ១១,៣២ លាននាក់ ដោយកើនឡើង ២,៣% ធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៨។ កត្តាដែលរួមចំណែកឱ្យទេសចរក្នុងស្រុកមានកំណើនមានដូចជា ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍បុណ្យសមុទ្រ និងបុណ្យទន្លេជាដើម ដែលកត្តាទាំងនេះបានទាក់ទាញឱ្យមានលំហូរទេសចរក្នុងស្រុកមកពីបណ្តាខេត្តផ្សេងៗមកចូលរួមក្នុងកម្មវិធីទាំងនេះ (Ministry of Tourism, 2019)។

១.២- គោលនយោបាយទេសចរណ៍

វិស័យទេសចរណ៍ ត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាចាត់ទុកជាវិស័យអាទិភាពមួយ និងផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ (រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា, ២០១២)។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តចំពោះគម្រោងវិនិយោគក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ណាដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា១២ មាត្រា១៣ និងមាត្រា១៤ នៃច្បាប់ស្តីពីការវិនិយោគនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឆ្នាំ១៩៩៤ មាត្រា១២ថ្មី និងមាត្រា១៤ថ្មី នៃវិសោធកម្មច្បាប់ស្តីពីវិនិយោគនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឆ្នាំ២០០៣ (រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា, ២០១១)។ តាមរយៈក្រសួងទេសចរណ៍ ក្របខណ្ឌច្បាប់ និងគោលនយោបាយបម្រើដល់ការគ្រប់គ្រង អភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ និងជំរុញកំណើនទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិប្រកបដោយនិរន្តរភាពមួយចំនួនត្រូវបានដាក់ចេញ។ ច្បាប់ និងគោលការណ៍សំខាន់ៗ ដើម្បីអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ មានដូចជា៖

- ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ឆ្នាំ២០០៩
- ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ជាតិ២០០៩-២០១៣
- ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍២០១២-២០២០
- ផែនការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងផែនការសកម្មភាពឆ្លើយតបនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុក្នុងវិស័យទេសចរណ៍២០១៥-២០១៨
- ផែនការយុទ្ធាសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍២០១៧-២០១៥ ចេញឆ្នាំ ២០១៧
- សៀវភៅស ស្តីពី «China Ready» សម្រាប់ទេសចរណ៍កម្ពុជា ចេញឆ្នាំ២០១៦
- គោលនយោបាយជាតិអេកូទេសចរណ៍២០១៩-២០៣០ ចេញឆ្នាំ២០១៨

ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍២០១២-២០២០ ជាចក្ខុវិស័យវែងឆ្ងាយរបស់រដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ដោយបានដាក់គោលដៅឆ្នាំ២០២០ នឹងទាក់ទាញទេសចរអន្តជាតិឱ្យបានប្រមាណ ៧លាននាក់ និងជំរុញទេសចរជាតិឱ្យបានចន្លោះពី ៨ ទៅ ១០លាននាក់ ឱ្យធ្វើដំណើកម្សាន្តនៅទូទាំងប្រទេស ព្រមទាំងបង្កើនចំណូលឱ្យបាន ៥ពាន់លានដុល្លារ និងបង្កើតការងារប្រមាណ ៨០ម៉ឺនកន្លែងនៅក្នុងវិស័យនេះ។ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ នឹងផ្តោតសំខាន់ទៅលើការប្រើប្រាស់សក្តានុពលធនធានវប្បធម៌និងធនធានធម្មជាតិរបស់កម្ពុជា ដើម្បីអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាតិប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវ ព្រមទាំងក្លាយជាគោលដៅទេសចរលំដាប់ពិភពលោក ដោយក្នុងនោះទេសចរណ៍វប្បធម៌ដែលជាវិស័យមានសក្តានុពលខ្លាំងជាងគេ នឹងត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ក្នុងការអភិវឌ្ឍ ហើយទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ និងអេកូទេសចរណ៍ ជាគោលដៅទេសចរបែបថ្មីប្រកបដោយនិរន្តភាពនឹងត្រូវពង្រឹងបន្ថែម (រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា, ២០១២)។

ទន្ទឹមនឹងនេះដែរ ក្រសួងទេសចរណ៍ក៏បានដាក់ចេញនូវផែនការកំណែទម្រង់វិស័យទេសចរណ៍ ២០១៥-២០១៨ ដោយផ្តោតសំខាន់លើការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវគុណភាពឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ពង្រឹងការផ្សព្វផ្សាយទេសចរណ៍ និងការអភិវឌ្ឍផលិតផលទេសចរណ៍ប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ និងច្នៃប្រឌិតខ្ពស់ ដោយបានដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារទេសចរណ៍ ២០១៦-២០២០ ពង្រឹងធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងជំរុញការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដើម្បីសម្រេចឱ្យបានចក្ខុវិស័យអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

២០១២-២០២០ នេះ (Post News, 2016)។ លើសពីនេះ ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជា ២០១២-២០២០ និងដោយមើលឃើញពីកំណើននិងសក្តានុពលរបស់ទេសចរចិន រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានដាក់ចេញនូវយុទ្ធសាស្ត្របន្ថែមទៀតតាមរយៈឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រដែលហៅថា សៀភៅស «China Ready» ដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជនជាតិចិនមកទស្សនាកំសាន្តនៅកម្ពុជាឱ្យបាន២លាននាក់នៅឆ្នាំ២០២០ ព្រមទាំងបានជំរុញឱ្យមានការចូលរួមក្នុងភាពជាដៃគូរវាងវិស័យរដ្ឋ វិស័យឯកជន និងប្រជាពលរដ្ឋ (Public-Private-People-Partnership) ក្រោមគោលការណ៍បែងចែកអត្ថប្រយោជន៍ប្រកបដោយសមធម៌ និងបរិយាប័ន្ន (ក្រសួងទេសចរណ៍, ២០១៦)។

យ៉ាងណាមិញ នៅឆ្នាំ២០២០ ដោយសារវិបត្តិកូវីដ-១៩ កម្ពុជាពុំអាចសម្រេចផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ២០១២-២០២០ ដែលមានបំណងស្រូបយកទេសចរអន្តរជាតិឱ្យបានប្រមាណ ៧លាននាក់ និងជំរុញឱ្យមានទេសចរក្នុងស្រុកប្រមាណ១០លាននាក់បាននោះទេ។ វិបត្តិនៃការឆ្លងរាលដាលជំងឺកូវីដ-១៩ បានធ្វើឱ្យឥរិយាបថរបស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិមានការប្រែប្រួល។ ដូចនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា បានដាក់ចេញនូវផែនទីចង្អុលផ្លូវស្តីពីផែនការស្តារនិងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុង និងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ដើម្បីឈានទៅស្តារ និងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក៏ដូចជាឆ្លើយតបនឹងនិន្នាការដំណើរកំសាន្តតាមគន្លងថ្មី ឱ្យបានសមស្របនិងទាន់ពេលវេលា។ នៅក្នុងនោះ រាជរដ្ឋាភិបាលបានបែងចែកផែនការជាបីដំណាក់កាលគឺ «ការគ្រប់គ្រងវិបត្តិក្នុងដំណាក់កាលទម្លាប់ថ្មី និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ស្តារឡើងវិញ (២០២០-២០២១) ការស្តារឡើងវិញនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩ (២០២២-២០២៣) និងការរៀបចំឆ្ពោះទៅកាន់អនាគតថ្មីនៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា(២០២៤-២០២៥)» (រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា, ២០២១)។

១.៣- ចំណោទបញ្ហាស្រាវជ្រាវ

វិស័យទេសចរណ៍ ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាជម្រើសឧបករណ៍អភិវឌ្ឍដ៏ល្អមួយក្នុងចំណោមជម្រើសផ្សេងទៀត ដែលបានរួមចំណែកផ្តល់ប្រាក់ចំណូល និងការងារទៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍ តាមរយៈការចំណាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរ និងការវិនិយោគដោយផ្ទាល់ពីវិនិយោគិនបរទេសទៅក្នុងនិងក្រៅប្រព័ន្ធនៃវិស័យទេសចរណ៍ ហើយក៏បន្ថែមនូវភាពទាក់ទាញដល់គោលដៅទេសចរណ៍ផងដែរ (OECD, 2020)។ ទេសចរណ៍ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាវិស័យដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់សម្រាប់សេដ្ឋកិច្ចក្នុងស្រុក មានឧបសគ្គតិចតួច និងប្រើប្រាស់ដើមទុនវិនិយោគតិចក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម (Sharpley, 2015 cited in Sharpley & McGrath, 2016)។

នៅកម្ពុជា វិស័យទេសចរណ៍បានរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប បង្កើតនិងបង្កើនការងារយ៉ាងច្រើន ព្រមទាំងផ្តល់ប្រាក់ចំណូលដល់ប្រជាជនផងដែរ (Tourism, 2003) ប៉ុន្តែផលចំណូលពីវិស័យនេះបានលេចធ្លាយចេញទៅបរទេសយ៉ាងច្រើនតាមរយៈការនាំចូលផលិតផលបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ (Chheang, 2009; Mao, 2015)។ លើសពីនេះ ការសិក្សារបស់ Mao (2015) បង្ហាញថា ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ផ្តល់ផលទៅម្ចាស់អាជីវកម្មដែលភាគច្រើនជាជនបរទេស និងអ្នកមានជីវភាពធូរធារ ជាងប្រជាជនដែលរស់នៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍។ ការប្រើប្រាស់វិស័យទេសចរណ៍សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមនៅមានកម្រិតនៅឡើយ និងមិនបានទូលំទូលាយដូចការរំពឹងទុកក្នុងការគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍរបស់កម្ពុជានោះទេ (Sharpley & McGrath, 2016)។

បញ្ហាប្រឈមផ្សេងទៀតនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាមានដូចជា ការធ្លាក់ចុះនូវកំណើនភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់អឺរ៉ុប និងអាមេរិកឡាទីនជាដើម (Ministry of Tourism, 2019)។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០២០ កម្ពុជាក៏មិនខុសពីបណ្ដាប្រទេសដទៃទៀតក្នុងសកលលោក គឺមិនអាចគេចផុតពីវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ ដែលធ្វើឱ្យប៉ះពាល់យ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរទៅលើវិស័យទេសចរណ៍ដែលជាក្បាលម៉ាស៊ីនទ្រទ្រង់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា ដោយសារការចាត់វិធានការឆ្លើយតបជាសកលក្នុងការទប់ស្កាត់ការរាតត្បាតជំងឺកូវីដ-១៩ តាមរយៈការរឹតត្បិតការធ្វើដំណើរអន្តរជាតិ និងការដាក់បម្រាមការធ្វើដំណើរ (ក្រុមធនាគារពិភពលោក, ២០២០)។ ជាក់ស្ដែង ក្នុងអំឡុងឆ្នាំ២០២០ និងឆ្នាំ២០២១ ដែលជាឆ្នាំនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺឆ្លងកូវីដ-១៩ ជាសកល បានបណ្ដាលឱ្យវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបានធ្លាក់ចុះស្ទើរដល់កម្រិតសូន្យ ព្រោះតែការបិទជើងហោះហើរអន្តរជាតិ និងវិធានការគម្លាតសង្គមដើម្បីបង្ការការរីករាលដាលនៃជំងឺនេះនៅទូទាំងប្រទេស។

ទោះបីជាទទួលបានអត្រាកំណើនប្រចាំឆ្នាំខ្ពស់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ក៏ដូចជាកំណើនភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិក្ដី វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាកំពុងតែជួបប្រទះនឹងបញ្ហាប្រឈមជាច្រើននៅក្នុងការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាពនិងបរិយាប័ន្ន ដែលចាំបាច់ត្រូវមានការសិក្សាឱ្យបានលម្អិត និងត្រូវរៀបចំយន្តការ និងគោលនយោបាយបំពេញបន្ថែមដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងក្នុងវិស័យនេះ។ ប្រសិនបើយើងពិនិត្យទៅលើទិន្នន័យនានា ក៏ដូចជារបាយការណ៍ ឬអត្ថបទស្រាវជ្រាវផ្សេងៗទាក់ទងនឹងវិស័យទេសចរណ៍ គេឃើញមានការសិក្សាតិចតួចទៅលើបញ្ហាប្រឈមនានា ដែលកើតមានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ម្យ៉ាងទៀត ការសិក្សាទាំងនោះស្ថិតនៅប៉ាត់រប៉ាយដែលមានការពិបាកក្នុងការពិចារណាជាប្រព័ន្ធគំនិត ដើម្បីរៀបចំជាយុទ្ធសាស្ត្រឱ្យបានសមស្របទៅលើបញ្ហាប្រឈមទាំងនោះ។ ដោយយល់ឃើញពីកង្វះខាតទាំងនេះ ក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវយើង បានរៀបចំការសិក្សានេះឡើង ក្នុងគោលបំណងស្វែងយល់ឱ្យបានស៊ីជម្រៅទៅលើបញ្ហាប្រឈមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ព្រមទាំងសិក្សាពីយុទ្ធសាស្ត្រជំរុញ និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍របស់ប្រទេសជិតខាង ប្រទេសក្នុងតំបន់ និងសាកលលោកផងដែរ ដើម្បីផ្ដល់ជាធាតុចូលក្នុងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

១.៤- វត្ថុបំណងស្រាវជ្រាវ

ការស្រាវជ្រាវនេះផ្ដោតទៅលើវត្ថុបំណងស្រាវជ្រាវចំនួនពីរដូចខាងក្រោម៖

- ⇨ សិក្សានិងកំណត់នូវបញ្ហាប្រឈមនានាដែលកើតមាននៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា
- ⇨ សិក្សាអំពីដំណោះស្រាយជាយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាប្រកបដោយនិរន្តរភាព

២. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សានេះប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវបែបគុណភាព ដោយទិន្នន័យ និងព័ត៌មានដែលសម្រាប់ធ្វើការវិភាគ និងសរសេរទទួលបានពីការជួបសម្ភាសដោយផ្ទាល់ជាមួយក្រុមគោលដៅសំខាន់ៗ[1] និងការសិក្សាវិភាគទៅលើឯកសារ

[1] គួរបញ្ជាក់ថា ការសិក្សានេះធ្វើឡើងក្នុងអំឡុងពេលដែលជំងឺកូវីដ-១៩ បានកំពុងរីករាលដាលក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដូចនេះ ការជួបសម្ភាសក្រុមគោលដៅនានាធ្វើឡើងក្នុងទ្រង់ទ្រាយតូច ដែលជួនកាលជាការសម្ភាសមួយទល់នឹងមួយ ធ្វើឡើងតាមអនឡាញ។

នានាដូចជា អត្ថបទស្រាវជ្រាវ ឯកសារគោលនយោបាយនិងយុទ្ធសាស្ត្រ ព្រមទាំងឯកសារពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀត។

២.១- ខេត្តគោលដៅនិងក្រុមគោលដៅ

ការប្រមូលទិន្នន័យបឋមសម្រាប់ការសិក្សានេះ បានធ្វើឡើងតាមរយៈការសម្ភាសដោយផ្ទាល់និងមិនផ្ទាល់ជាមួយក្រុមគោលដៅសំខាន់ៗនៅក្នុងខេត្ត-ក្រុង ដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់លើវិស័យសេដ្ឋកិច្ច និងទេសចរណ៍ដូចជា រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប ខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តបាត់ដំបង ខេត្តកំពត និងខេត្តរតនគិរី។ ការសម្ភាសនេះ ធ្វើឡើងដោយប្រើប្រាស់បញ្ជីសំណួរដែលបានរៀបចំជាស្រេចសម្រាប់ក្រុមគោលដៅនីមួយៗ។ ខ្លឹមសារនៃសំណួរផ្តោតជាសំខាន់ទៅលើបញ្ហាប្រឈមដែលកើតមានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ស្ថានភាពជាក់ស្តែងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ព្រមទាំងដំណោះស្រាយជាយុទ្ធសាស្ត្រ សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។

ក្រុមគោលដៅដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ មានសមាសភាពមកពីស្ថាប័នថ្នាក់ក្រោមជាតិ ថ្នាក់ជាតិ និងមជ្ឈដ្ឋានផ្សេងទៀតដូចបង្ហាញក្នុងតារាងខាងក្រោម៖

តារាងទី២

សមាសភាពក្រុមគោលដៅសំខាន់ៗដែលបានចូលរួមការសម្ភាសនិងផ្តល់ទិន្នន័យសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ

ថ្នាក់ដឹកនាំ និងមន្ត្រីតំណាងមន្ទីរទេសចរណ៍តាមខេត្តគោលដៅ	៦រូប
មន្ត្រីអាជ្ញាធរជាតិអប្សរាប្រចាំខេត្តសៀមរាប	២រូប
ថ្នាក់ដឹកនាំ និងមន្ត្រីតំណាងមន្ទីរវប្បធម៌តាមខេត្តគោលដៅ	២រូប
ថ្នាក់ដឹកនាំ និងអ្នកតំណាងក្រុមហ៊ុនប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ និងសៀមរាប)	៤ក្រុមហ៊ុន
អ្នកតំណាងសមាគមទេសចរណ៍	២ស្ថាប័ន
មគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ (តំបន់+ជាតិ)	៨រូប
ម្ចាស់ភោជនីយដ្ឋានតាមខេត្តគោលដៅ	១០រូប
ម្ចាស់ផ្ទះសំណាក់ និងសណ្ឋាគារតាមខេត្តគោលដៅ	១០រូប
ភ្ញៀវទេសចរជាតិដែលបានជួបដោយចៃដន្យតាមខេត្តគោលដៅ	១០រូប
ប្រជាពលរដ្ឋដែលប្រកបរបរទទួលទានទូទៅ ឬទទួលអត្ថប្រយោជន៍ពីវិស័យទេសចរណ៍ (អ្នកលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ អ្នករត់ម៉ូតូឌុប អ្នករត់កង់បី ...)	២០រូប

២.២- ក្របខណ្ឌទិន្នន័យ

ទិន្នន័យ និងព័ត៌មានដែលទទួលបានពីការសម្ភាស និងការសិក្សា វិភាគទៅលើឯកសារផ្សេងៗ សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវនេះស្ថិតក្នុងបរិបទដូចខាងក្រោម៖

➯ បញ្ហាប្រឈមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍៖

ផ្ទុះបញ្ចាំងពីស្ថានភាពជាក់ស្តែងនៃបញ្ហាដែលកើតមានមុន និងអំឡុងពេលនៃការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩។ ក្នុងន័យនេះ បញ្ហាប្រឈមមួយចំនួន កើតមានមុនវិបត្តិកូវីដ-១៩ និងបន្តរហូតដល់បច្ចុប្បន្ន ហើយអាចនឹងបន្តប៉ះពាល់ដល់វិស័យទេសចរណ៍ជាតិនាពេលអនាគត ប្រសិនបើពុំមានដំណោះស្រាយសមស្របទេនោះ។

➩ ចំពោះដំណោះស្រាយជាយុទ្ធសាស្ត្រ៖

មានប្រភពពីការសម្ភាសក្រុមគោលដៅខាងលើ និងពីការសិក្សាពីមេរៀននៃប្រទេសជិតខាង ក្នុងតំបន់ និងសកលលោក។ យុទ្ធសាស្ត្រនិងដំណោះស្រាយដែលបានបង្ហាញ ផ្ទុះបញ្ចាំងសកម្មភាពអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ស្របតាមគោលការណ៍បរិស្ថាន និងជាទស្សនទានបែបសកលសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងដើម្បីមនុស្សជំនាន់ក្រោយ។

២.៣- ការវិភាគទិន្នន័យ

ទិន្នន័យនិងព័ត៌មានដែលទទួលបានពីការសម្ភាសក្រុមគោលដៅស្រាវជ្រាវ និងការសិក្សាឯកសារពាក់ព័ន្ធនានាត្រូវបានវិភាគដោយប្រើវិធីវិភាគទីសេចក្តី[2] (Content Analysis) ដើម្បីកំណត់ពីទិដ្ឋភាពផ្សេងៗនៃបញ្ហាប្រឈមដែលកើតមានក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា ក៏ដូចជាកំណត់ពីដំណោះស្រាយ និងយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ។ ផ្អែកទៅលើក្របខណ្ឌនៃទិន្នន័យទាំងនេះ ការវិភាគ និងបង្ហាញលទ្ធផលនៃការសិក្សានេះធ្វើឡើងក្នុងក្របខណ្ឌយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់រយៈពេលខ្លី មធ្យម និងសម្រាប់រយៈពេលវែង ក្នុងបរិបទនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ដើម្បីនិរន្តរភាព។

៣. លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

៣.១- បញ្ហាប្រឈមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

ដោយសារមានមាគ៌ាដ៏ត្រឹមត្រូវ ព្រមទាំងមានការជំរុញ និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យមាននិរន្តរភាពកំណើនជាលទ្ធផលរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា សម្រេចបាននូវវឌ្ឍនភាពក្នុងវិស័យនេះគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងរយៈពេលចុងក្រោយនេះ និងបានការទទួលស្គាល់ពីឆាកអន្តរជាតិផងដែរ (អ៊ឹម រចនា, ២០១៥)។ យោងតាមរបាយការណ៍សន្ទស្សន៍ភាពប្រកួតប្រជែងការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សកល វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាបានឡើងចំណាត់៧ខ្ទង់ ដោយឡើងចំណាត់ថ្នាក់ទី១០៥ នៅឆ្នាំ២០១៥ មកចំណាត់ទី៩៨ នៅឆ្នាំ២០១៩។ ទោះយ៉ាងនេះ តែបើធៀបនឹងប្រទេសជិតខាង កម្ពុជានៅមានចំណាត់ថ្នាក់ទាបជាងប្រទេសទាំងនោះនៅឡើយ ដែលករណីនេះ បណ្តាលមកពីបញ្ហាប្រឈមជាច្រើនទាំងក្នុងក្របខណ្ឌរដ្ឋបាល សកម្មភាពទេសចរណ៍ និងការវិនិយោគក្នុងវិស័យនេះ។

---

[2] គួរបញ្ជាក់ថា ដោយសារពុំទាន់មានការឯកភាពគ្នាក្នុងបរិបទភាសាខ្មែរ ចំពោះបច្ចេកសព្ទទាក់ទងនឹងការស្រាវជ្រាវ ក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវយើងជ្រើសរើសប្រើប្រាស់បច្ចេកសព្ទ «វិធីវិភាគទីសេចក្តី» ដែលត្រូវនឹងសំនួនភាសាអង់គ្លេសថា "Content Analysis" ដោយអ្នកស្រាវជ្រាវផ្សេងអាចនឹងប្រើបច្ចេកសព្ទផ្សេង សំដៅដល់សំនួនតែមួយ។

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ បានរកឃើញនូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនដែលបានជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានមកលើវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាទាំងមូល ដោយបញ្ហាប្រឈមទាំងនោះមានដូចបង្ហាញខាងក្រោម។ គួរបញ្ជាក់ថា បើទោះបីជាការសិក្សានេះធ្វើឡើងក្នុងបរិបទកូវីដ-១៩ក្ដី បញ្ហាប្រឈមដែលបានរកឃើញ និងបង្ហាញក្នុងអត្ថបទនេះ ផ្ដោតទៅលើបញ្ហាប្រឈមទូទៅដែលកើតមានលើវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងជាបញ្ហាដែលអាចប៉ះពាល់ដល់វិស័យនេះយូរអង្វែង។

➲ បញ្ហាកញ្ចប់ទេសចរ Zero Package

តាមរយៈការសម្ភាសជាមួយប្រតិបត្តិករទេសចរ និងមគ្គុទេសក៍ទេសចរ លទ្ធផលបង្ហាញថា វិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាចាប់ផ្ដើមបង្ហាញនូវសញ្ញាណអវិជ្ជមានមុនការកើតមានវិបត្តិកូវីដ-១៩ ដោយផលប៉ះពាល់ភាគច្រើនកើតឡើងលើភ្ញៀវទេសចរជនជាតិចិន។ ផលប៉ះពាល់នេះផ្ដើមចេញពីកញ្ចប់សេវាទេសចរ "Zero Package Tour" ដោយបានបង្កើតឱ្យមានការបាត់ទំនុកចិត្តពីសំណាក់ភ្ញៀវដោយសារមូលហេតុមួយចំនួនដូចជាៈ

- ការចរាចរវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ក្លែងក្លាយលើទីផ្សារ
- ការជំរុញឱ្យភ្ញៀវទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ឬទំនិញដែលមានតម្លៃខ្ពស់ជាងធម្មតា
- ការដឹកភ្ញៀវចូលហាងភោជនីយដ្ឋានដែលមានតម្លៃថ្លៃ។

ជាទូទៅ ភ្ញៀវទេសចរ[3] ដែលទិញកញ្ចប់សេវាទេសចរណ៍មួយនេះ នឹងត្រូវបានប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ឬមគ្គុទេសក៍ទេសចរនានាតម្រូវឱ្យទិញទំនិញនៅតាមទីតាំងដែលពួកគេបានរៀបចំជាស្រេច។ ជារឿយៗ ទំនិញនៅតាមហាងទាំងនោះ ភាគច្រើនមានតម្លៃលើសទីផ្សារជាក់ស្ដែងទ្វេមួយជាពីរ និងអាចត្រីគុណក៏មាន។ ក្រៅពីតម្លៃលើសទីផ្សារហើយ គេក៏សង្កេតឃើញមានការតវ៉ាជាច្រើនទាក់ទងនឹងទំនិញក្លែងក្លាយ ឬវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ដែលពុំមានគុណភាពស្របនឹងតម្លៃជាដើម។ ប្រធានសមាគមមគ្គុទេសក៍ទេសចរមួយក្នុងខេត្តសៀមរាប ក៏ដូចជាក្រុមគោលដៅដ៏ទៃទៀតបានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា ភាគច្រើននៃហាងលក់ទំនិញទាំងនោះមានម្ចាស់ជាជនជាតិចិន និងជាទូទៅមានការត្រូវរ៉ូវគ្នាជាមួយក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ ព្រមទាំងមគ្គុទេសក៍ភាសាចិន ដើម្បីរៀបចំសេវាទេសចរណ៍ប្រភេទនេះ។ មានករណីខ្លះក្រុមហ៊ុនទេសចរដែលរៀបចំនូវកញ្ចប់សេវាទេសចរ "Zero Package Tour" មានម្ចាស់ ឬថៅកែតែមួយជាមួយនឹងហាងលក់ទំនិញ ភោជនីយដ្ឋាន ឬផ្ទះសំណាក់ជាដើម។

➲ កង្វះគោលដៅទេសចរក្នុងតំបន់តែមួយ

កម្ពុជាជាប្រទេសមួយស្ថិតនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអគ្នេយ៍ ដែលសម្បូរទៅដោយសម្បត្តិធម្មជាតិ ប្រាសាទបុរាណ ព្រមទាំងធនធានផ្សេងៗទៀតដែលបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ។ ទោះជាយ៉ាងណា តាមការសម្ភាសក្រុមគោលដៅដែលធ្វើការ និងប្រកបអាជីវកម្មក្នុងវិស័យនេះ យើងអាចកំណត់បានថា ប្រទេសយើងមានកង្វះខាតនូវគោលដៅទេសចរដែលមានលក្ខណៈចម្រុះនៅតាមតំបន់ប៉ូលទេសចរណ៍នីមួយៗ។ ជាឧទាហរណ៍ សៀមរាប ជាខេត្តសម្បូរទៅដោយប្រាសាទបុរាណ និងរម្មណីយដ្ឋានបែបវប្បធម៌ជាច្រើន បូកផ្សំនឹងរម្មណីយដ្ឋានទេសចរបែបធម្មជាតិមួយចំនួនផងដែរ ក៏ប៉ុន្តែ

---

[3] គួរបញ្ជាក់ថា ភ្ញៀវទេសចរដែលចូលចិត្តទិញកញ្ចប់សេវាទេសចរប្រភេទនេះ ច្រើនតែជាភ្ញៀវជនជាតិចិន ហើយជាក់ស្ដែង តម្លៃកញ្ចប់សេវាទេសចរប្រភេទនេះ អាចស្មើនឹងសូន្យ (០) ឬមានតម្លៃថោក ក៏ប៉ុន្តែ ភ្ញៀវ ចាំបាច់ត្រូវគោរពតាមគោលការណ៍មួយចំនួនដែលកំណត់ដោយប្រតិបត្តិករទេសចរ ដូចជាការចូលភោជនីយដ្ឋាន ការស្នាក់នៅ និងទិញទំនិញនៅតាមទីតាំងដែលពួកគេបានកំណត់ ឬជ្រើសរើសរួចជាស្រេច។

ខេត្តនេះ ពុំមានគោលដៅទេសចរបែបកែច្នៃ ឬបែបធម្មជាតិកែច្នៃជាដើម ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវបាននោះទេ។ កង្វះខាតនូវរម្មណីដ្ឋានបែបចម្រុះនេះ ជាពិសេសក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍តែមួយ ធ្វើឱ្យខេត្តសៀមរាបពុំមានលទ្ធភាពពេញលេញក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរឱ្យមកធ្វើដំណើរកំសាន្ត ឬស្នាក់នៅក្នុងតំបន់តែមួយនេះបានច្រើនថ្ងៃ។ តួយ៉ាងសម្រាប់ខេត្តសៀមរាប ភ្ញៀវទេសចរខ្លះមកលេងត្រឹមមួយថ្ងៃ ឬមួយថ្ងៃកន្លះ បន្ទាប់មកគេបន្តដំណើរទៅកំសាន្តនៅតំបន់ផ្សេង និងពេលខ្លះចាកចេញទៅប្រទេសជិតខាងកម្ពុជា និងបន្តស្នាក់នៅទីនោះរយៈពេលយូរជាង។

៦ កង្វះខាតមគ្គុទេសក៍ទេសចរ

បញ្ហាកង្វះខាតមគ្គុទេសក៍ទេសចរដែលមានគុណភាព គឺជាបញ្ហាធំមួយរបស់ជាតិ ជាពិសេសនៅតំបន់ប៉ូលទេសចរប៉ៃកព្លៀសាន។ បញ្ហាប្រឈមដែលទាក់ទងនឹងមគ្គុទេសក៍ទេសចរនេះ កើតមានក្នុងរូបភាពដូចខាងក្រោម៖

- កង្វះខាតមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរដែលមានគុណភាព មានចំណេះច្បាស់លាស់ទាក់ទងនឹងវប្បធម៌ ព័ត៌ពិតប្រាកដអំពីតំបន់ភូមិសាស្ត្រ និងប្រវត្តិសាស្ត្ររបស់ខ្លួន។
- កង្វះមគ្គុទេសក៍ទេសចរដែលអាចផ្តល់សេវាកម្មដល់ភ្ញៀវដោយភាពកក់ក្តៅ ដែលបញ្ហានេះកើតមានច្រើនក្នុងចំណោមមគ្គុទេសក៍ភាសាចិនច្រើនជាងគេ។

លោក ង៉ែត ពិទូ[4] ប្រធានមន្ទីរទេសចរណ៍ខេត្តរតនគិរី ក៏បានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ផងដែរថា៖

«ក្នុងខេត្តរតនគិរីនេះ សឹងតែពុំទាន់មានមគ្គុទេសក៍ទេសចរដែលមានកម្រិតចំណេះដឹងពីតំបន់របស់ខ្លួន មានបទពិសោធន៍ និងឆ្លងកាត់ការបណ្តុះបណ្តាលតាមបែបស្តង់ដាបច្ចេកទេសនៅឡើយទេ។ ដោយសារតែតម្រូវការជាក់ស្តែងនៃការកើនឡើងនៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ មគ្គុទេសក៍ដែលមានស្រាប់ គឺជាប្រជាជនមូលដ្ឋានដែលមានចំណេះដឹងបន្តិចបន្តួច ជាពិសេសចំណេះដឹងទាក់ទងនឹងវប្បធម៌ អរិយធម៌ និងប្រវត្តិទីតាំងភូមិសាស្ត្រនានាក្នុងខេត្តជាដើម។ ពួកគេពុំបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលច្បាស់លាស់ និងពុំបានសិក្សាស៊ីជម្រៅខ្លាំងទៅលើចំណេះដឹងពីអត្តសញ្ញាណជាខ្មែរ ឬជនជាតិភាគតិចនៅតាមតំបន់ ព្រមទាំងសមត្ថភាពភាសាបរទេស ក្នុងការទំនាក់ទំនងក៏មានកម្រិតផងដែរ។»

បន្ថែមនឹងចំណុចខ្វះខាតទាំងនេះ លទ្ធផលស្រាវជ្រាវក៏បង្ហាញឱ្យឃើញថា ឫសគល់នៃបញ្ហាទាំងនេះ អាចដោយសារតែកត្តាធំៗពីរគឺ៖

- *កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទេសក៍ពុំមានស្តង់ដារច្បាស់លាស់*

  ខ្លឹមសារមេរៀនមួយចំនួន មានការប្រែប្រួលតាមគ្រូបណ្តុះបណ្តាល ជាពិសេសខ្លឹមសារមេរៀនទាក់ទងនឹងប្រវត្តិសាស្ត្រ និងវប្បធម៌។ ឧទាហរណ៍ ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងវប្បធម៌ទាក់ទងនឹងតំបន់ទេសចរមួយចំនួននៅតាមបណ្តាខេត្តនានា មានការបកស្រាយផ្សេងៗគ្នាទៅតាមគ្រូបណ្តុះបណ្តាល ដែលធ្វើឱ្យមគ្គុទេសក៍ទេសចរក្នុងជំនាន់ខុសគ្នា អាចបកស្រាយផ្សេងគ្នាទៅកាន់ភ្ញៀវ ចំពោះទីតាំងតែមួយ។

[4] គួរបញ្ជាក់ថា ការលេចនូវឈ្មោះបុគ្គលគោលដៅស្រាវជ្រាវនេះ ពុំប៉ះពាល់ដល់ក្រមសីលធម៌ស្រាវជ្រាវនោះទេ ដោយក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវបានធ្វើការស្នើសុំការអនុញ្ញាតពីលោក ង៉ែត ពិទូ ជាមុនដើម្បីលេចនូវឈ្មោះរបស់គាត់ក្នុងអត្ថបទស្រាវជ្រាវនេះ ត្រង់ចំណុចដែលចាំបាច់។

- *ក្រមសីលធម៌ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់មគ្គុទេសក៍*

ការអនុវត្តការងារក្នុងនាមជាមគ្គុទេសក៍ ក៏ដូចជាការគ្រប់គ្រងផ្នែកសីលធម៌ និងក្រមសីលធម៌ មានការធូរលុងច្រើន ទាំងពីសំណាក់ក្រុមហ៊ុនដែលប្រើប្រាស់មគ្គុទេសក៍ផ្ទាល់ ក៏ដូចជាអាជ្ញាធរផងដែរ។

➲ ខ្វះភាពទាក់ទាញក្នុងសេវាទេសចរ

តាមការសម្ភាសជាមួយក្រុមគោលដៅដែលជាប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងមគ្គុទេសក៍ទេសចរ យើងអាចកំណត់បានថា វិស័យទេសចរណ៍របស់កម្ពុជាមានកង្វះខាតលើចំណុចទាក់ទាញបន្ថែម ដូចជាពុំសូវមានកម្មវិធីបែបសង្គម វប្បធម៌ជាដើមដើម្បីបំពេញចំណូលចិត្តភ្ញៀវ។ ការដាក់បញ្ចូលនូវកម្មវិធីបន្ថែមដូចជា ការជិះកន្រ្តក បាល់ទ្បុង កម្មវិធីជិះស៊ីក្លូ ជិះទូកកំសាន្ត ទស្សនាស្ថានភាពរស់នៅជាក់ស្តែងរបស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងភូមិស្រុក ជាទិដ្ឋភាពទាក់ទាញខ្លាំងដែលគួរបញ្ចូលទៅក្នុងសេវាទេសចរណ៍ផ្សេងៗ។ ការបង្កើតឱ្យមានកម្មវិធីបែបសង្គម និងវប្បធម៌ (Social & Cultural Events/Festival) នៅតាមស្រុក ខេត្តនានា ក៏ដូចជាតំបន់ប៉ូលទេសចរណ៍ធំៗជាដើម ក៏ជាចំណុចទាក់ទាញបន្ថែមផងដែរសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ភ្ញៀវទេសចរបរទេសជាច្រើនដែលបានមកកំសាន្តក្នុងប្រទេសកម្ពុជា តែងតែត្អូញត្អែរថា ពួកគេពុំមានឱកាសបានសិក្សាស្វែងយល់ពីវប្បធម៌ ប្រពៃណី និងការរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋនៅតាមទីជនបទ ឬតាមតំបន់ជនជាតិភាគតិចទេ ដោយសារតែយើងពុំមានការរៀបចំជាសកម្មភាពសង្គម ឬវប្បធម៌ ដើម្បីបង្ហាញ និងផ្សព្វផ្សាយពីវប្បធម៌ និងការរស់នៅរបស់ប្រជាជនកម្ពុជាឱ្យបានទូលំទូលាយដល់ពួកគេ។ ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិជាច្រើន ចង់មានឱកាសដោយផ្ទាល់ក្នុងការចូលរួមលេងកំសាន្តសប្បាយក្នុងសកម្មភាពសង្គម ឬសកម្មភាពណាដែលអាចឆ្លុះបញ្ចាំងពីវប្បធម៌ និងការរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជាជាក់ស្តែង។

➲ តម្លៃខ្ពស់ពេលមានបុណ្យទានម្តងៗ

ចំពោះកម្ពុជា វាហាក់ដូចជារឿងធម្មតាទៅហើយដែលទំនិញ ជាពិសេសចំណីអាហារនៅស្ទើរគ្រប់គោលដៅទេសចរណ៍ និងរម្មណីយដ្ឋាននានាក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានតម្លៃខ្ពស់ជាងធម្មតាពេលមានបុណ្យទានម្តងៗ។ បន្ថែមពីលើតម្លៃទំនិញ និងអាហារឡើងខ្ពស់ គេក៏សង្កេតឃើញថា តម្លៃសម្រាប់កន្លែងស្នាក់ដូចជាផ្ទះសំណាក់ និងសណ្ឋាគារជាដើម ក៏មានការហក់ឡើងខ្ពស់ផងដែរក្នុងអំឡុងពេលមានបុណ្យទានធំៗ ឧទាហរណ៍ ក្នុងអំឡុងបុណ្យចូលឆ្នាំខ្មែរ ចូលឆ្នាំចិន បុណ្យភ្ជុំបិណ្ឌ និងថ្ងៃដាច់ឆ្នាំសកលជាដើម។ ការមិនអាចគ្រប់គ្រងតម្លៃទំនិញ ចំណីអាហារ និងកន្លែងស្នាក់នៅឱ្យស្ថិតនៅក្នុងកម្រិតមួយទទួលយកបាន ក៏ជាឧបសគ្គធំមួយសម្រាប់ទេសចរណ៍កម្ពុជា មិនត្រឹមតែទេសចរអន្តរជាតិនោះទេ ប៉ុន្តែក៏ប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងផងដែរដល់ទេសចរក្នុងស្រុក។ ក្នុងរូបភាពរួម ការឡើងថ្លៃហួសកម្រិតបែបនេះនឹងធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់កេរ្តិ៍ឈ្មោះកម្ពុជាលើឆាកអន្តរជាតិផងដែរ ហើយផលដែលទទួលបានមកវិញ កម្ពុជាអាចនឹងត្រូវបានគេមើលឃើញក្នុងផ្លូវអវិជ្ជមាន និងមិនមែនជាគោលដៅទេសចរដែលគួរឱ្យទាក់ទាញ។

➲ សោភណភាព អនាម័យ សណ្តាប់ធ្នាប់ និងសុវត្ថិភាព

បញ្ហាសោភណភាព អនាម័យ សណ្តាប់ធ្នាប់ និងសុវត្ថិភាព នៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍នានា នៅតែជាបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍ជាតិ។ គេក៏សង្កេតឃើញថា នៅតាមរម្មណីយដ្ឋានជាច្រើន ពុំទាន់ឃើញមានការ

រៀបចំ ដើម្បីបង្កើតនូវអារម្មណ៍វិជ្ជមានដល់ភ្ញៀវទេសចរនៅឡើយទេ។ ពាក់ព័ន្ធនឹងសោភណភាព យើងសង្កេតឃើញថា ផ្លូវថ្នល់មួយចំនួននៅតាមរម្មណីយដ្ឋានខ្លះមានសភាពពិបាកធ្វើដំណើរកំសាន្ត។ ជាឧទាហរណ៍ ផ្លូវមួយចំនួននៅតាមប្រាសាទរបស់យើងមានស្ថានភាពពិបាក កន្លែងខ្លះទៀត មានការដក់ទឹក ភក់ជ្រាំនៅរដូវវស្សា ដែលជារឿយៗ ធ្វើឱ្យមានការប្រឡាក់សម្លៀកបំពាក់របស់ភ្ញៀវដែលមកលេងកំសាន្តទៀតផង។

តាមរម្មណីយដ្ឋាន ឬតំបន់គោលដៅកំសាន្តខ្លះ មានការចោលសម្រាមពាសវាលពាសកាល ខ្វះអនាម័យ និងពុំមានធុងសមរម្យ ដើម្បីទុកដាក់សម្រាម ឬកាកសំណល់នានាឱ្យបានគត់មត់នៅឡើយទេ។ កង្វះខាតបង្គន់សាធារណៈឱ្យស្របតាមនិយាមអនាម័យ នៅតាមគោលដៅទេសចរណ៍នានា ក៏ជាបញ្ហាប្រឈមសំខាន់មួយទៀត។ គោលដៅទេសចរខ្លះ មានការរៀបចំដែរ ប៉ុន្តែមានចំនួនតិច និងពេលខ្លះភ្ញៀវទេសចរត្រូវធ្វើដំណើរឆ្ងាយ ឬត្រឡប់មកដើមផ្លូវវិញដើម្បីអាចប្រើប្រាស់បង្គន់អនាម័យបាន។ ក្រៅពីបញ្ហាអនាម័យ យើងក៏សង្កេតឃើញមានរូបភាពមួយចំនួនដែលអាចធ្វើឱ្យប៉ះពាល់អារម្មណ៍របស់ភ្ញៀវក្នុងការដើរកំសាន្តផងដែរ។ រូបភាពអវិជ្ជមានទាំងនោះមានដូចជា ការរៀបចំឱ្យមានអាសនៈបែបសាសនាច្រើនពេក ការបណ្តោយឱ្យមានអ្នកសុំទាននៅតាមរម្មណីយដ្ឋាន ឬតាមជណ្តើរឡើងតំបន់ទេសចរមួយចំនួនជាដើម។

ដោយឡែក បញ្ហាសុវត្ថិភាពនៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍នានា ក៏ជាបញ្ហាចោទមួយទៀត បើទោះបីជាតំបន់មួយចំនួន ពិតជាមានការរក្សាសន្តិសុខ ឬសុវត្ថិភាពជូនភ្ញៀវទេសចរបានច្រើនក៏ដោយចុះ។ បើតាមការសាកសួរប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ មគ្គុទេសក៍ទេសចរ ក៏ដូចជាប្រជាពលរដ្ឋដែលប្រកបមុខរបរក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ បញ្ហាសុវត្ថិភាពតាមតំបន់ទេសចរណ៍កម្ពុជា កើតឡើងក្នុងរូបភាពជាច្រើនដូចជា៖

- ការកើតមានអំពើចោរកម្មលួចទ្រព្យសម្បត្តិភ្ញៀវនៅតាមតំបន់កំសាន្តនានា (មាត់សមុទ្រ តាមផ្សារ និងតំបន់ប្រជុំជនមួយចំនួនទៀត)
- ចោរឆក់កាបូបតាមយានជំនិះនានា ដែលធ្វើឱ្យភ្ញៀវជាតិនិងអន្តរជាតិ ជួបគ្រោះថ្នាក់ជាញឹកញាប់ និងខ្លះឈានទៅដល់បាត់បង់ជីវិតក៏មាន។
- ការបង្កនូវសកម្មភាពពាលា វាយតប់តាមកន្លែងកំសាន្តនាពេលរាត្រីជាដើម តែងតែកើតមានជាហូរហែ ដែលបញ្ហាទាំងនេះ ក៏បានធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់អារម្មណ៍របស់ភ្ញៀវដែរ។

➲ បញ្ហាសំណុំលិខិតទិដ្ឋាការ[5]

តាមរយៈការសម្ភាសជាមួយមគ្គុទេសក៍ទេសចរ និងប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ជាច្រើន យើងអាចកំណត់បានថា ភាពមិនប្រក្រតីនៅតាមច្រកចេញចូលប្រទេសក៏ជាបញ្ហាចោទ ដែលបញ្ហាទាំងនេះកើតឡើងក្រោមរូបភាពដូចជា៖

- ការសុំកម្រៃបន្ថែមក្រៅផ្លូវការពីសំណាមន្ត្រីអន្តោប្រវេសន៍ដើម្បីសម្រួលបែបបទឯកសារឱ្យបានកាន់តែឆាប់រហ័សជាងមុន។

[5] គួរបញ្ជាក់ថា ព័ត៌មានទាំងនេះ ក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវយើងទទួលបានផ្ទាល់ពីក្រុមគោលដៅ ប៉ុន្តែពុំបានធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់ពីអាជ្ញាធរអន្តោប្រវេសន៍នោះទេ ដោយអ្នកស្រាវជ្រាវយល់ថា វាមានភាពចាំបាច់ក្នុងការសរសេរតាមលទ្ធផលជាក់ស្តែងពីក្រុមគោលដៅស្រាវជ្រាវ។

- បញ្ជរត្រួតពិនិត្យមានចំនួនតិចធ្វើឱ្យលំហូនៃការត្រួតពិនិត្យយឺត ហើយភ្ញៀវមួយចំនួនត្រូវចំណាយពេលរង់ចាំទទួលសេវាកម្មយូរជាដើម។
- ប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យនៅតាមច្រកព្រំដែន ឬព្រលានយន្តហោះជាដើម មានភាពស្មុគស្មាញ និងបង្កការលំបាកដល់ភ្ញៀវ។

⊃ កង្វះការផ្សព្វផ្សាយនៅក្រៅប្រទេស

បន្ថែមពីលើបញ្ហាប្រឈមខាងលើ យើងអាចកំណត់បានថា កង្វះខាតសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយពីទេសចរណ៍ជាតិ ក៏ដូចជាគោលដៅទេសចរណ៍នានាឱ្យបានទូលំទូលាយនៅក្រៅប្រទេស ក៏ជាបញ្ហាប្រឈមដ៏ចម្បងមួយផងដែរ។ ជាក់ស្តែង ក្រុមគោលដៅដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះបានបញ្ជាក់ថា ភ្ញៀវដែលមកទទួលសេវាកម្មរបស់គាត់ ពុំទទួលបានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់អំពីកម្ពុជាដូចប្រទេសជិតខាងរបស់យើងនោះទេ។ ប្រទេសជិតខាងយើងមានភាពសកម្មទាំងនៅក្នុង និងក្រៅប្រទេសលើកិច្ចការងារផ្សព្វផ្សាយពីគោលដៅទេសចរណ៍ សកម្មភាពសង្គម និងវប្បធម៌របស់ជាតិគេក្នុងគោលបំណងទាក់ទាញភ្ញៀវបរទេសឱ្យបានកាន់តែច្រើន។ ជាការពិត ជនជាតិបរទេសជាច្រើនពុំសូវស្គាល់កម្ពុជា ហើយបើស្គាល់ ក៏ដោយសារតែយើងមានអង្គរវត្តប៉ុណ្ណោះ ប៉ុន្តែភ្ញៀវទាំងនោះ ពុំមានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ទាក់ទងនឹងគោលដៅទេសចរណ៍ តំបន់ទេសចរណ៍ ឬវប្បធម៌ ឬសកម្មភាពទេសចរណ៍ដែលមានលក្ខណៈពិសេស ដើម្បីទាក់ទាញពួកគេនោះទេ។

៣.២- ដំណោះស្រាយដើម្បីនិរន្តរភាពទេសចរណ៍

បើទោះបីជា ការសិក្សានេះធ្វើឡើងស្របពេលដែលមានការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ក្នុងប្រទេសកម្ពុជាក្តី ដំណោះស្រាយដែលបានពីការសិក្សានេះ អាចប្រើប្រាស់បានចំពោះបញ្ហាប្រឈមទូទៅនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា និងអាចប្រើប្រាស់សម្រាប់កិច្ចការអភិវឌ្ឍវិស័យវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តភាព ក្នុងរយៈពេលវែងផងដែរ។ ដំណោះស្រាយនិងគំនិតយុទ្ធសាស្ត្រដែលបានលើកឡើងខាងក្រោម ទាញចេញពីទស្សនៈរបស់ប្រតិបត្តិករទេសចរ មគ្គុទេសក៍ទេសចរ និងក្រុមគោលដៅស្រាវជ្រាវផ្សេងទៀត។ ដោយឡែក ដំណោះស្រាយ និងយុទ្ធសាស្ត្រមួយចំនួនបានពីការសិក្សានិង វិភាគទៅលើមេរៀន និងបទពិសោធន៍របស់ប្រទេសជិតខាងកម្ពុជា ប្រទេសក្នុងតំបន់ និងយុទ្ធសាស្ត្រសកលក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តភាព។

⊃ ជំរុញទេសចរក្នុងស្រុក

ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកគឺជាកម្លាំងចលករដ៏សំខាន់ក្នុងការពង្រឹងវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ ជាពិសេសក្នុងដំណាក់កាលនៃការរងផលប៉ះពាល់ពីវិបត្តិផ្សេងៗរួមមានវិបត្តិនយោបាយ សេដ្ឋកិច្ច ជំងឺឆ្លង និងគ្រោះធម្មជាតិជាដើម។ ការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក នឹងបង្កើនភាពរឹងមាំបន្ថែមទៀតក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ។ ការបង្កើតឱ្យមានកញ្ចប់សេវាទេសចរណ៍សម្បូរបែបដូចជា ទេសចរជាក្រុម ទេសចរបែបគ្រួសារ ក៏អាចជាយន្តការដែលមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការលើកកម្ពស់ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកផងដែរ។ ការបង្កើតឱ្យមានកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌នៅតាមប៉ូលទេសចរ ឬខេត្តគោលដៅសំខាន់ៗ ក៏ជាយន្តការមួយផងដែរក្នុងការទាក់ទាញទេសចរក្នុងស្រុក។

➲ ជំរុញទេសចរអន្តរជាតិ

ទេសចរណ៍អន្តរជាតិ ជាកត្តាកំណត់ដ៏សំខាន់ក្នុងការរីកចម្រើនក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដូចនេះ ការបង្កើតនូវយន្តការនានាដើម្បីជំរុញកំណើនទេសចរគឺជារឿងចាំបាច់សម្រាប់កម្ពុជា។ ជាមួយនឹងការធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុកនៃភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិក្នុងអំឡុងវិបត្តិកូវីដ-១៩ បានបង្កឱ្យផលប៉ះពាល់ក្នុងរយៈពេលវែងសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា។ ដើម្បីការបង្កើនទំនុកចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិក្រោយវិបត្តិកូវីដ-១៩ កម្ពុជាចាំបាច់ត្រូវថ្លឹងថ្លែង លើបញ្ហាអនាម័យ សុខភាព សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ និងកន្លែងស្នាក់នៅជាដើម ដែលយន្តការទាំងឡាយត្រូវប្រកបដោយគុណភាព និងស្របតាមនិយាមសុខាភិបាលជាតិ និងអន្តរជាតិ។

ខាងក្រោមនេះ ជាយន្តការមួយចំនួនដែលកម្ពុជាអាចពិចារណាអនុវត្តដើម្បីជំរុញទេសចរអន្តរជាតិ៖

- បង្កើនជើងយន្តហោះដែលអាចធ្វើដំណើរហោះហើរដោយផ្ទាល់ពីប្រទេសផ្សេងមកកាន់កម្ពុជាឱ្យបានកាន់តែច្រើន ដើម្បីជៀសវាងនូវការផ្ទេរភ្ញៀវនៅតាមប្រទេសជិតខាង។
- សម្រួលបែបបទអន្តោប្រវេសន៍នៅតាមព្រលានយន្តហោះ ក៏ដូចជាតាមច្រកទ្វារអន្តរជាតិនានា ប្រកបដោយសេវាកម្មល្អ កក់ក្តៅ និងមានភាពឆាប់រហ័ស។
- ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ ត្រូវរៀបចំឱ្យមានកញ្ចប់សេវាទេសចរសម្បូរបែប និងមានតម្លៃសមរម្យ ដោយភ្ញៀវអាចមានឱកាសកាន់តែច្រើនក្នុងការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍បានច្រើនកន្លែង នៅតាមប៉ូលទេសចរសំខាន់ៗ។
- ផ្សព្វផ្សាយអំពីគោលដៅទេសចរណ៍កម្ពុជាទៅកាន់មជ្ឈដ្ឋានអន្តរជាតិ ឱ្យបានទូលំទូលាយ ដោយសហការជាស្ថានកុងស៊ុល ស្ថានទូតកម្ពុជានៅក្រៅប្រទេស ក៏ដូចជាប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិផងដែរ។
- ការបង្កើតឱ្យមានកម្រងវីឌីអូខ្លីៗស្តីអំពីតំបន់ទេសចរណ៍កម្ពុជា និងផ្សព្វផ្សាយលើប្រព័ន្ធសារព័ត៌មានបរទេសក្នុងស្រុក ក៏ដូចជាតាមបណ្តាញសង្គមនានា ទៅកាន់សកលលោក។
- ការចូលរួមសម្បទានពីរាជរដ្ឋាភិបាល តាមរយៈការទម្លាក់តម្លៃសំបុត្រយន្តហោះ ការរៀបចំបែបបទទិដ្ឋាការជាដើម ក៏អាចជាយន្តការទាក់ទាញមួយផងដែរសម្រាប់លើកទឹកចិត្តទេសចរអន្តរជាតិ។

➲ បណ្តុះបណ្តាលជំនាញទេសចរណ៍ពាក់ព័ន្ធ

ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញ ព្រមទាំងពង្រឹងនូវសេវាកម្មទេសចរណ៍របស់ខ្លួនឡើងវិញ រាជរដ្ឋាភិបាល ក៏ដូចជាស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនានាត្រូវរៀបចំបណ្តុះបណ្តាលជំនាញផ្សេងៗទាក់ទងទៅនឹងវិស័យទេសចរណ៍ដូចខាងក្រោម៖

- បណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទេសក៍ទេសចរ ឱ្យយល់បានច្បាស់នូវវប្បធម៌របស់ខ្លួនដើម្បីផ្សព្វផ្សាយវប្បធម៌ជាតិទៅកាន់ពិភពលោក ហើយខ្លឹមសារដែលត្រូវបណ្តុះបណ្តាលត្រូវមានឯកលក្ខណៈភាព។
- ពង្រឹងសមត្ថភាពអ្នកផ្តល់សេវាកម្មពាក់ព័ន្ធនឹងទេសចរណ៍ រួមមានមគ្គុទេសក៍ ហាងអាហារ/ភោជនីយដ្ឋាន សណ្ឋាគារ/ផ្ទះសំណាក់ ព្រមទាំងអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត ដើម្បីរួមគ្នាបម្រើសេវាកម្មទេសចរណ៍ជូនភ្ញៀវប្រកបដោយគុណភាព និងភាពកក់ក្តៅ។

➲ បង្កើនភាពទាក់ទាញលើសេវាទេសចរ

រាជរដ្ឋាភិបាល ក៏ដូចជាស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនានាគួរបន្ថែមភាពទាក់ទាញលើវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ តាមរយៈយន្តការមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- រៀបចំឱ្យមានកម្មវិធីបែបសង្គម និងវប្បធម៌ដែលជាអត្តសញ្ញាណរបស់ជាតិឱ្យបានគ្រប់ខេត្តក្រុង និងជាពិសេសបង្ហាញពីអត្តសញ្ញាណរបស់ខេត្តនីមួយៗ តំបន់នីមួយៗ ឬវប្បធម៌ប្រពៃណីរបស់ជនជាតិភាគតិចរបស់កម្ពុជា តាមរយៈកម្មវិធីទាំងនោះដល់ភ្ញៀវទេសចរ។
- ជំរុញការវិនិយោគលើគោលដៅ និងផលិតផលទេសចរណ៍ដូចជា អេកូទេសចរណ៍ ទេសចរណ៍បែបកែច្នៃ ទេសចរណ៍ធម្មជាតិ ។ល។ ឱ្យបានសម្បូរបែបបន្ថែមទៀតនៅតាមប៉ូលទេសចរណ៍ ឬខេត្តនានា។
- រៀបចំសណ្តាប់ធ្នាប់ និងអនាម័យនៅតាមរម្មណីយដ្ឋានទេសចរណ៍គ្រប់ខេត្តក្រុងឡើងវិញ ដោយធ្វើការកាត់បន្ថយ ឬលុបបំបាត់នូវអ្នកសុំទាន តាជីយាយជីរៀបចំអសនៈតូចៗ តាមគោលដៅទេសចរណ៍មួយចំនួនដែលធ្វើឱ្យប៉ះពាល់អារម្មណ៍ភ្ញៀវ។
- រៀបចំផ្លូវនៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍ឱ្យបានស្អាត និងមានសុវត្ថិភាព ជាពិសេសផ្លូវនានានៅតាមប្រាសាទ ឬតំបន់អង្គរទាំងមូល។
- ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ពីស្តង់ដាអនាម័យ បរិស្ថាន សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ និងកន្លែងស្នាក់នៅ តាមគោលដៅទេសចរណ៍ទាំងឡាយ។
- យកចិត្តទុកដាក់គ្រប់គ្រងការកើនឡើងនៃតម្លៃទំនិញ ម្ហូបអាហារ និងកន្លែងស្នាក់នៅជាដើមក្នុងអំឡុងពេលមានបុណ្យទានម្តងៗ។

➲ រៀបចំផែនទីទេសចរណ៍

ការរៀបចំឱ្យមានផែនទីទេសចរណ៍សម្រាប់គ្រប់គោលដៅទេសចរណ៍ទាំងអស់នៅក្នុងប្រទេស ដោយមានព័ត៌មានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ដូចជាទីតាំងរម្មណីយដ្ឋាន សកម្មភាពកំសាន្តសំខាន់ៗនៅតាមរម្មណីយដ្ឋាន ឬគោលដៅទេសចរណ៍នីមួយៗ ព័ត៌មានពីទីកន្លែងស្នាក់នៅ ហាងអាហារ មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ និងតម្លៃជាដើម គឺជារឿងចាំបាច់ដែលត្រូវធ្វើ។ លើសពីនេះ ការរៀបចំផែនទីបង្ហាញផ្លូវចាំបាចត់ត្រូវមានភាសាច្រើន ជាពិសេសភាសាសម្រាប់ក្រុមគោលដៅទេសចរសំខាន់ៗរបស់កម្ពុជាដូចជា ភាសាអង់គ្លេស បារាំង ចិន អេស្បាញ កូរ៉េ និងថៃជាដើម។

➲ ជំរុញទេសចរណ៍បែបសហគមន៍ និងអេកូទេសចរណ៍

ជាមួយនឹងកំណើននៃប្រជាប្រិយភាពរបស់ខ្លួន អេកូទេសចរណ៍ ក៏ដូចជាសហគមទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ និងធម្មជាតិ ត្រូវបានគេវាយតម្លៃខ្ពស់ក្នុងការចូលរួមជំរុញវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវលើបរិស្ថាន និងមនុស្សជំនាន់ក្រោយ។ ជាមួយនឹងសក្តានុពលធម្មជាតិ វប្បធម៌របស់ខ្លួន កម្ពុជាត្រូវប្រកាន់នូវយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ដោយផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងសហគមន៍ ប្រជាពលរដ្ឋ និងបរិស្ថាន ដើម្បីនិរន្តរភាពទេសចរណ៍ជាតិ។

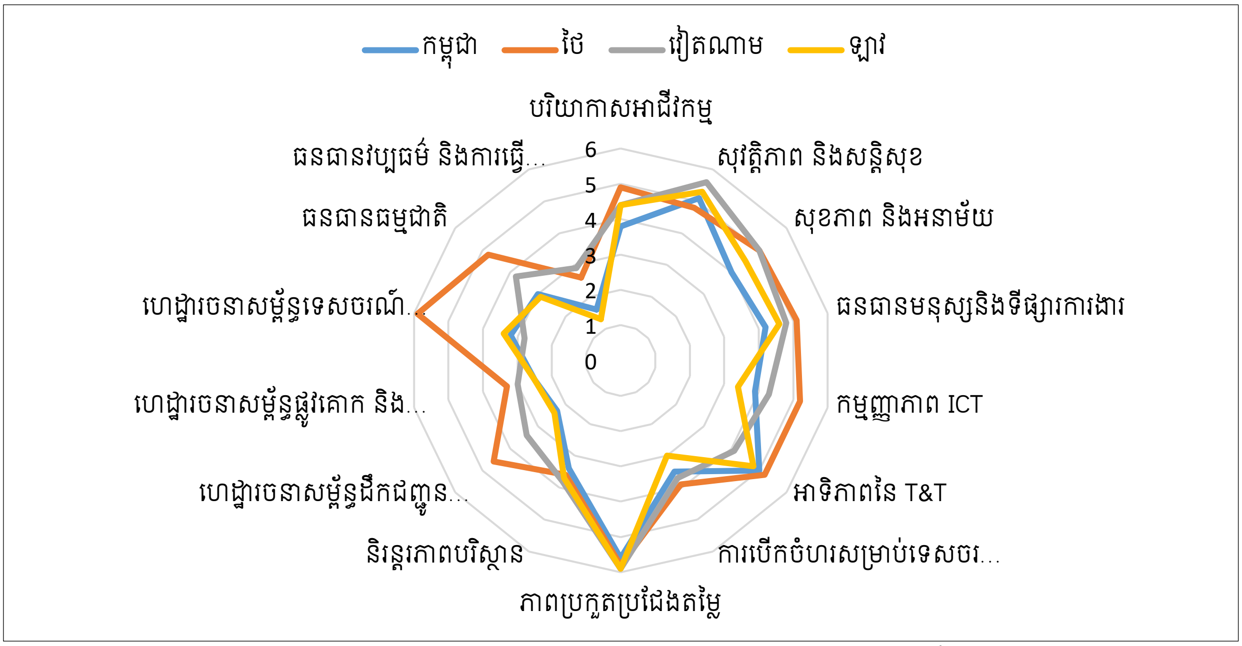
បន្ថែមពីលើយុទ្ធសាស្ត្រ និងយន្តការសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ដែលបានលើកឡើងខាងលើ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាគួរយកចិត្តទុកដាក់បន្ថែមលើទម្រង់ទេសចរណ៍បែបថ្មីដូចជា ទេសចរណ៍ភ្លក់ម្ហូបអាហារ (gastronomy tourism) ទេសចរណ៍កីឡា (sport tourism) ទេសចរណ៍បែបផ្សងព្រេង (adventure tourism) ជាដើម។

៤. ការពិភាក្សា

៤.១- បញ្ហាប្រឈមក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា

ការសិក្សានេះបានបង្ហាញឱ្យឃើញថា វិស័យទេសចរណ៍របស់កម្ពុជាកំពុងជួបប្រទះនូវបញ្ហាប្រឈមយ៉ាងច្រើន ទាំងក្នុងក្របខណ្ឌរដ្ឋបាល ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ គោលដៅទេសចរ និងសេវាទេសចរណ៍ជាដើម។ បើពិនិត្យទៅលើបញ្ហាទាំងនេះ យើងសង្កេតឃើញថា បញ្ហាមួយចំនួនបានកើតឡើងយូរមកហើយ និងមិនទាន់មានវិធានការជាក់លាក់ណាមួយពីស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានេះឱ្យបានសមស្របនៅឡើយទេ។ ជាក់ស្តែង បញ្ហាប្រឈមទាក់ទងនឹងការឡើងថ្លៃទំនិញ ម្ហូបអាហារ និងកន្លែងស្នាក់នៅអំឡុងពេលបុណ្យទានម្តងៗ ដែលជារឿយៗ គេតែងសង្កេតឃើញមានការត្អូញត្អែរអំពីបញ្ហានេះ នៅតាមបណ្តាញសារព័ត៌មានក្នុងស្រុក ឬតាមបណ្តាញសង្គមផងដែរ។ ជាមួយនឹងបញ្ហាប្រឈមដែលបានបង្ហាញខាងលើ យើងក៏សង្កេតឃើញថា ចំណុចមួយចំនួនមានទំនាក់ទំនងនឹងគ្នា ហើយអាចជាបុព្វហេតុនៃបញ្ហាប្រឈមផ្សេងទៀតផងដែរ។ ជាឧទាហរណ៍ កង្វះខាតកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌តាមគោលដៅទេសចរណ៍ អាចជាមូលហេតុដែលធ្វើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាពុំសូវមានភាពទាក់ទាញក្នុងចំណោមភ្ញៀវជាតិ និងអន្តរជាតិ។

ទាក់ទងនឹងបញ្ហាប្រឈមនេះ របាយការណ៍សន្ទស្សន៍ភាពប្រកួតប្រជែងការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍សកល ក៏បានបង្ហាញពីចំណុចខ្សោយជាច្រើននៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាដែលទាមទារឱ្យមានការកែលម្អ។



រូបទី១៖ សន្ទស្សន៍ភាពប្រកួតប្រជែងការធ្វើដំណើរនិងទេសចរណ៍របស់ប្រទេសកម្ពុជាធៀបនឹងប្រទេសជិតខាង

ប្រភព៖ The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

បញ្ហាប្រឈមទាំងនោះមានដូចជា បរិយាកាសអាជីវកម្ម សុខភាពនិងអនាម័យ ធនធានមនុស្សបម្រើឱ្យវិស័យទេសចរណ៍ ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍និងព័ត៌មាន(ICT)នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ការបើកចំហជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ ការការពារបរិស្ថាន ហេដ្ឋារចនាសម្ព័នសម្រាប់ធ្វើដំណើរនិងបម្រើសេវាកម្មទេសចរណ៍ ការផ្សព្វផ្សាយនិងមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យបានទូលំទូលាយ (World Economic Forum, 2015 & 2019)។ បើប្រៀបធៀបជាមួយប្រទេសជិតខាង យើងឃើញថា កម្ពុជាមានការប្រកួតប្រជែងទាបជាងគេ បើទោះបីជាមានចំណុចមួយចំនួន កម្ពុជាមានស្ថានភាពប្រសើរជាងប្រទេសឡាវក្តី។

៤.២- ដំណោះស្រាយដើម្បីនិរន្តរភាពទេសចរណ៍

លទ្ធផលខាងលើបានបង្ហាញថា ដើម្បីលើកកម្ពស់និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាតិ កម្ពុជាត្រូវផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការជំរុញនូវចលនាទេសចរណ៍ទាំងក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ ផ្តោតលើការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញពាក់ព័ន្ធនឹងទេសចរណ៍ ការរៀបចំផែនទីទេសចរណ៍ ពង្រឹងគុណភាពមគ្គុទេសក៍ និងលើកកម្ពស់ទេសចរណ៍បែបសហគមន៍ ឬអេកូទេសចរណ៍ជាដើម។ ការលើកកម្ពស់ចលនាទេសចរណ៍ទាំងក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុកគឺជាកិច្ចការចាំបាច់មួយក្នុងផែនការជំរុញ និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ជាតិទាំងមូល ក៏ប៉ុន្តែ កិច្ចការនេះទាមទារនូវការវិនិយោគ និងការយកចិត្តទុកដាក់ឱ្យបានខ្ពស់ពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។ ការចូលរួមចំណែកនៃទេសចរណ៍ក្រៅស្រុក បានស្តែងចេញជារូបភាពមីក្រូ និង ម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច ដោយឡែកទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក បានចូលរួមពង្រឹងសេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន និងបង្កើតនូវប្រព័ន្ធភាពស៊ាំសម្រាប់ទេសចរណ៍ជាតិក្នុងករណីមានវិបត្តិណាមួយដូចជាវិបត្តិកូវីដ-១៩ជាដើម។ ជាមួយនឹងការជំរុញសកម្មភាពទេសចរក្នុងស្រុកនេះ លោកធួន ស៊ីណា ប្រធានសមាគមទេសចរណ៍អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក បានលើកឡើងក្នុងកិច្ចសម្ភាសន៍ជាមួយកាសែតកោះសន្តិភាពកាលពីឆ្នាំ២០១៧ថា (កោះសន្តិភាព, ២០១៧)៖

> *«កំណើនភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក មិនត្រឹមតែជួយដល់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាននោះទេ តែក៏ជួយផ្តល់ការងារដល់ប្រជាពលរដ្ឋ កាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងកាត់បន្ថយការចំណាកស្រុកផងដែរ។»*

សកម្មភាពកម្សាន្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក បានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ច្រើនដល់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន ព្រោះសកម្មភាពទាំងនេះ បានផ្តល់ផលប្រយោជន៍ផ្ទាល់ និងមិនផ្ទាល់ដល់សហគមន៍ តាមរយៈការបង្កើនប្រាក់ចំណូលប្រជាជនមូលដ្ឋាន បង្កើតការងារ មុខរបរ និងចូលរួមកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រផងដែរ (កោះសន្តិភាព, ២០១៧)។ ជាមួយនឹងចំណុចនេះ ការផ្សព្វផ្សាយអំពីគោលដៅទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ការបង្កើតឱ្យមានសកម្មភាពសង្គម-វប្បធម៌ ការបង្កើតនូវកញ្ចប់ទេសចរណ៍សម្បូរបែបដូចជាកញ្ចប់សេវាទេសចរណ៍បែបគ្រួសារ សហគមន៍ ធម្មជាតិជាដើម អាចជាយុទ្ធសាស្ត្រខ្លះៗ ក្នុងការជំរុញចលនាទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក។ ជាក់ស្តែង ការបង្កើតឱ្យមានកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នេះ មិនត្រឹមតែអាចចូលរួមក្នុងការជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាក៏អាចជាយន្តការដ៏មានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពីវប្បធម៌ អារ្យធម៌ និងថែរក្សានូវអត្តសញ្ញាណរបស់ជាតិផងដែរ។ ក្នុងផែនការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍រយៈពេលយូរ និងប្រកបដោយនិរន្តរភាព កម្ពុជាអាចរៀបចំឱ្យមានកម្មវិធីបែបសង្គម និងវប្បធម៌ដែលបង្ហាញពីអត្តសញ្ញាណរបស់ជាតិឱ្យបានគ្រប់ខេត្តក្រុង និងជាពិសេសបង្ហាញពីអត្តសញ្ញាណរបស់ខេត្តនីមួយៗ តំបន់នីមួយៗ ឬវប្បធម៌ប្រពៃណីរបស់ជនជាតិភាគតិចរបស់តាមតំបន់ផ្សេងៗដល់ភ្ញៀវទេសចរ។

លទ្ធផលស្រាវជ្រាវនេះក៏បានបង្ហាញផងដែរថា កម្ពុជាពុំសូវមានសកម្មភាពខ្លាំងក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពីគោលដៅទេសចរណ៍ និងផលិតផលទេសចរណ៍របស់ខ្លួនទៅកាន់ទីផ្សារបរទេស។ ការផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលទេសចរណ៍ជាតិអាចធ្វើឡើងតាមរយៈកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌ ឬការរៀបចំជាវិឌីអូខ្លីៗ អំពីតំបន់ទេសចរណ៍កម្ពុជាដោយចាក់ផ្សាយតាមប្រព័ន្ធសារព័ត៌មានបរទេស ក្នុងស្រុក ក៏ដូចជាបណ្ដាញសង្គមនានាទៅកាន់ពិភពលោក។ ក្នុងបរិបទអាជីវកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយអំពីផលិតផលរបស់ខ្លួនទៅកាន់អតិថិជនគោលដៅ គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រគន្លឹះ និងដើរតួខ្លាំងជាងគេក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម។ ដូចគ្នាដែរ វិស័យទេសចរណ៍ប្រៀបបាននឹងអាជីវកម្មមួយរបស់ជាតិដែរ ដោយក្រៅអំពីការប្រឹងប្រែងបង្កើតផលិតផលថ្មីៗ ឱ្យមានភាពទាក់ទាញ មានគុណភាពហើយ កម្ពុជាចាំបាច់ត្រូវធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ និងបង្ហាញវាទៅកាន់អតិថិជន (ភ្ញៀវទេសចរជាតិនិងអន្តរជាតិ)។ ការសហការគ្នារវាងស្ថានទូត ស្ថានកុងស៊ុលនៅក្រៅប្រទេស ក្រសួងទេសចរណ៍ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងឡាយ ដើម្បីបង្ហាញពីវប្បធម៌ ក៏ដូចជាតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកទៅកាន់ពិភពលោក អាចជាវិធានការមានប្រសិទ្ធភាពមួយផងដែរ។

បន្ថែមពីលើនេះ ដំណោះស្រាយរយៈពេលវែងសម្រាប់កម្ពុជាក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ គឺត្រូវធ្វើយ៉ាងណាយកចិត្តភ្ញៀវឱ្យបាន និងធ្វើយ៉ាងណាឱ្យភ្ញៀវទេសចរដែលមកទស្សនាប្រទេសកម្ពុជា ក្លាយជាអ្នកផ្សព្វផ្សាយបន្តអំពីទេសចរណ៍របស់កម្ពុជា។ ជាក់ស្តែង ការពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរទៅលើគោលដៅទេសចរណ៍ណាមួយ ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាសសរស្តម្ភដ៏សំខាន់ក្នុងការបង្កើនភាពប្រកួតប្រជែងសម្រាប់គោលដៅទេសចរនោះ (Chi & Qu, 2008; Kung, 2018 ; Yeh, 2000)។ ជាមួយគ្នានេះ ការបង្កើននូវភាពទាក់ទាញអំពីគោលដៅ និងរម្មណីយដ្ឋានទេសចរណ៍នានានៅកម្ពុជា អាចចូលរួមយ៉ាងច្រើនក្នុងការបំពេញចិត្តភ្ញៀវ ក៏ដូចជាដំណោះស្រាយដែលមានប្រសិទ្ធភាពបំផុតក្នុងដំណើរការអភិវឌ្ឍវិស័យនេះ។ ការរៀបចំសណ្តាប់ធ្នាប់ ការយកចិត្តទុកដាក់លើបញ្ហាអនាម័យ សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ និងការគិតគូរពីបញ្ហាសុខសុវត្ថិភាពសង្គម ក៏ជាកត្តាចាំបាច់បន្ថែមទៀតក្នុងការពង្រឹងទំនុកចិត្តដល់ភ្ញៀវទេសចរផងដែរ។ ទោះជាយ៉ាងណា កិច្ចការនេះ ទាមទារឱ្យមានផែនការ យន្តការច្បាស់លាស់ មានការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងត្រូវពិចារណាទៅលើចំណុចសំខាន់ៗជាច្រើនទៀតដែលជាធាតុចម្បងនៃវិស័យទេសចរណ៍។

ពាក់ព័ន្ធនឹងភាពទាក់ទាញក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នេះ គេហទំព័រ Colorwhistle.com. បានលើកឡើងអំពីធាតុសំខាន់ៗចំនួន៥ (Colorwhistle.com., 2022) ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដែលកម្ពុជាអាចយកជាមេរៀនដើម្បីអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍របស់ខ្លួនបាន។ ធាតុសំខាន់ៗទាំងនោះមានដូចជា ភាពទាក់ទាញនៃគោលដៅទេសចរណ៍ (Attraction) សកម្មភាពកំសាន្តតាមរម្មណីយដ្ឋានគោលដៅ (Activities) ភាពងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរក (Accessibility) ទីកន្លែងស្នាក់នៅ (Accommodation) និងសេវាឬបរិក្ខារបន្ថែមដូចជា ប្រព័ន្ធ WiFi, ផ្ទាំងសាកទូរសព្ទ, ឧបករណ៍សម្ងួតសក់តាមផ្ទះសំណាក់និងសណ្ឋាគារជាដើម (Amenities)។ ការសិក្សាខ្លះទៀតបានលើកឡើងអំពីសេវាកម្មបដិសណ្ឋារកិច្ច (Hospitality), ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍និងមគ្គុទេសក៍ (Operators) និងច្បាប់ ឬបទដ្ឋានគតិយុត្តិផ្សេងៗដែលចូលរួមជំរុញវិស័យនេះ ថាជាកត្តាបន្ថែមផ្សេងទៀត ដើម្បីពង្រឹងភាពទាក់ទាញនៃវិស័យទេសចរណ៍ផងដែរ។ តាមរយៈ បញ្ហាប្រឈមនៃទេសចរណ៍កម្ពុជាដែលបានបង្ហាញខាងលើ សុទ្ធតែមានទំនាក់ទំនងនឹងកត្តាដែល Colorwhistle.com (2022) បានលើកឡើង។

លទ្ធផលខាងលើក៏បានបង្ហាញពីបញ្ហាប្រឈមពាក់ព័ន្ធនឹងមគ្គុទេសក៍ទេសចរ ហើយបើតាម Ahmed Kamel (2021) ក៏បានលើកឡើងផងដែរថា មគ្គុទេសក៍បានដើរតួយ៉ាងសំខាន់ ព្រោះពួកគេមានទំនាក់ទំនងដោយផ្ទាល់

ជាមួយភ្ញៀវទេសចរ។ សេវាកម្មដែលផ្តល់ដោយមគ្គុទេសក៍ អាចដើរតួជាកាតាលីករជំរុញវិស័យទេសចរណ៍ឱ្យមានភាពរីកចម្រើន ប៉ុន្តែពួកគេក៏អាចក្លាយទៅជាឧបករណ៍បំផ្លាញវិស័យនេះវិញផងដែរ ប្រសិនបើមគ្គុទេសក៍ទេសចរខ្វះជំនាញវិជ្ជាជីវៈត្រឹមត្រូវ។ ក្រៅពីការពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មទេសចរណ៍ពីសំណាក់មគ្គុទេសក៍ គុណភាពសេវាកម្មតាមហាងអាហារ/ភោជនីយដ្ឋាន សណ្ឋាគារ/ផ្ទះសំណាក់ ព្រមទាំងអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត ក្នុងគោលដៅបម្រើសេវាកម្មទេសចរណ៍ជូនភ្ញៀវប្រកបដោយគុណភាព និងភាពកក់ក្តៅក៏ជាដំណោះស្រាយសំខាន់ផងដែរ។

ការសិក្សានេះបានបង្ហាញថា ទេសចរបែបសហគមន៍ និងអេកូទេសចរណ៍ជាដើម គឺជាគោលដៅទេសចរណ៍នាពេលអនាគត និងជាប្រភេទផលិតផលទេសចរណ៍ដែលមាននិរន្តរភាព និងប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ។ អេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍បែបសហគមន៍ ត្រូវបានគេវាយតម្លៃខ្ពស់ក្នុងការចូលរួមជំរុញវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវលើបរិស្ថាន ចូលរួមលើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជនមូលដ្ឋាន និងការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ដើម្បីមនុស្សជំនាន់ក្រោយ (Biddulph, 2018; Mao, Grunfeld, DeLacy & Chandler, 2014)។ ពាក់ព័ន្ធនឹងចំណុចនេះ Ait-Yahia Ghidouche & Ghidouche (2019) បានគូសបញ្ជាក់ថា នៅប្រទេសជាច្រើន ទម្រង់អេកូទេសចរណ៍ថ្មីដូចជាសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ (CBET) ទេសចរណ៍សាមគ្គី (solidarity tourism) និងទេសចរណ៍សមធម៌ (equitable tourism) ត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទេសចរណ៍ប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវចំពោះបរិស្ថាន និងដើម្បីកាត់បន្ថយកផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននៃការកើនឡើងនូវសកម្មភាពទេសចរណ៍។ ជាមួយនឹងសក្តានុពលធម្មជាតិ សង្គម និងវប្បធម៌របស់ខ្លួន កម្ពុជាត្រូវប្រកាន់ខ្ជាប់នូវផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ ដោយផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងសហគមន៍ ប្រជាពលរដ្ឋ និងបរិស្ថាន ដើម្បីនិរន្តរភាព។ ខេត្តជាច្រើនក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដូចជា ខេត្តភាគឦសាន ភាគពាយព្យ ខេត្តពោធិសាត់ កំពត កោះកុង និងព្រះសីហនុជាដើម សុទ្ធតែមានអំណោយផលខ្ពស់ដល់ការអភិវឌ្ឍសហគមអេកូទេសចរណ៍។ ភាពសម្បូរបែបនៃសម្រស់ធម្មជាតិ ទឹកធ្លាក់ ជួរភ្នំ តំបន់ព្រៃលិចទឹក ព្រៃកោងកាង។ល។ ដែលមាននៅខេត្តទាំងនេះ សុទ្ធតែអាចធ្វើការកែច្នៃឱ្យក្លាយទៅជារម្មណីយដ្ឋានសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ។

ជាមួយនឹងអត្ថប្រយោជន៍នៃអេកូទេសចរណ៍ និងសហគមទេសចរណ៍នេះ Kim and Park. (2016) cited in Ait-Yahia Ghidouche & Ghidouche. (2019) បានគូសបញ្ជាក់ថា ការបង្កើតឱ្យមានសហគមអេកូទេសចរណ៍ អាចផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនដូចខាងក្រោមៈ

- ពង្រឹង និងពង្រីកយន្តការការពារបរិស្ថានធម្មជាតិ និងរួមចំណែកដោយសមធម៌ក្នុងការលើកកម្ពស់ និងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចសង្គម
- រួមចំណែកដល់សហគមន៍ និងប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋានដោយផ្ទាល់ក្នុងការធ្វើឱ្យមានភាពប្រសើរឡើងនូវការរស់នៅរបស់ពួកគេ
- ផ្តល់នូវគុណតម្លៃនៃវប្បធម៌អប់រំ ប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ និងបទពិសោធន៍ល្អៗសម្រាប់មនុស្សជំនាន់ក្រោយ

ការជំរុញឱ្យមានដំណើរការល្អនៃសហគមទេសចរណ៍ ទាមទារឱ្យមានការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធជាច្រើន។ កន្លងមកកម្ពុជាធ្លាប់អនុវត្តនិងលើកទឹកចិត្តការបង្កើត និងដាក់ឱ្យដំណើរការសហគមទេសចរណ៍ ដែលជាក់ស្តែង មានសហ

គមទេសចរណ៍ជាច្រើនបានបង្កើតឡើង។ ទោះជាយ៉ាងណា ការដំណើរការសហគមទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា ជួបប្រទះនូវបញ្ហាប្រឈមច្រើនដែលក្នុងនោះមាន កង្វះនូវការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់សហគមន៍ផ្ទាល់ ការចូលរួមពីរាជរដ្ឋាភិបាល ការខ្វះខាតធនធានក្នុងការពង្រីកនិងអភិវឌ្ឍសហគម និងបញ្ហាប្រឈមទាក់ទងនឹងជំនាញផ្សេងៗដើម្បីបង្កើននូវភាពទាក់ទាញរបស់សហគមន៍ដល់ភ្ញៀវទេសចរជាដើម[6]។

៥. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

យើងសង្កេតឃើញថា បើទោះបីជាវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាមានការរីកចម្រើនខ្លាំង មុនការកើតមាននៃវិបត្តិកូវីដ-១៩ក្តី ជាក់ស្តែង វិស័យនេះក៏បង្កប់នូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនផងដែរ។ តាមរយៈការស្រាវជ្រាវនេះ បញ្ហាប្រឈមដែលអាចកំណត់បានមានដូចជា កង្វះខាតនូវភាពទាក់ទាញក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ កង្វះនូវរម្មណីយដ្ឋានសម្បូរបែប ការកេងប្រវ័ញ្ចមួយចំនួនក្នុងសេវាកម្មទេសចរណ៍ បញ្ហាអនាម័យ សណ្តាប់ធ្នាប់ និងសុវត្ថិភាពជាដើម។ ក្រៅពីនេះ បញ្ហាប្រឈមទាក់ទងនឹងមគ្គុទេសក៍ទេសចរ ស្ថានភាពផ្លូវថ្នល់ កង្វះខាតកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌ដែលអាចទាក់ទាញភ្ញៀវ ក៏ជាចំណុចក្តៅដែលអាចបង្អាក់នូវការរីកចម្រើននៃវិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជាផងដែរ។

ជាមួយនឹងគោលដៅអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព កម្ពុជាគួរមានវិធានការ និងផែនការច្បាស់លាស់ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមដែលកើតមាន ក៏ដូចជារៀបចំយន្តការរយៈពេលវែងដើម្បីអភិវឌ្ឍវិស័យនេះសម្រាប់ជនជំនាន់ក្រោយ។ តាមរយៈការសិក្សា និងវិភាគឯកសារផ្សេងៗ យើងអាចកំណត់បាននូវយន្តការ និងយុទ្ធសាស្ត្រទេសចរណ៍មួយចំនួនដូចជា ការជំរុញទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ទាក់ទាញទេសចរណ៍ក្រៅស្រុក ការបង្កើតឱ្យមានសកម្មភាពឬកម្មវិធីសង្គម-វប្បធម៌ដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ គឺជាយន្តការចាំបាច់សម្រាប់កម្ពុជា។ ការសម្រួលបែបបទរដ្ឋបាល និងអន្តោប្រវេសន៍ និងការជំរុញនូវសកម្មភាពទេសចរបែបសហគមន៍ អេកូទេសចរណ៍ និងទេសចរណ៍សាមគ្គីជាដើម គឺជាយន្តការបន្ថែមទៀតដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរសម័យថ្មី និងមានចក្ខុវិស័យការអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍ប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

បើទោះបីជាយ៉ាងណា ដើម្បីតាមឱ្យទាន់និន្នាការនៃការអភិវឌ្ឍក្នុងវិស័យនេះ ក៏ដូចជាបំពេញតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវ និងដើម្បីចូលរួមក្នុងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ក៏ដូចជាការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាព បូកផ្សំជាមួយនឹងការរីករាលដាលជាសកលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ កម្ពុជាគួរប្រកាន់នូវជំហមួយចំនួនដូចជា ប្រកាន់ឱ្យខ្ជាប់ខ្ជួននូវវិធានអនាម័យ និងអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ដោយមានទំនួលខុសត្រូវខ្ពស់លើផលប៉ះពាល់ទៅលើបរិស្ថាន និងប្រជាជនរស់នៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍ជាដើម។

[6] ដកស្រង់ចេញពីខ្លឹមសារសម្ភាសប្រធានសហគមទេសចរណ៍ចំបក់ ក្នុងខេត្តកំពង់ស្ពឺ

ឯកសារយោង

ក្រសួងទេសចរណ៍. (២០១៦). សៀវភៅស ស្តីពី« China Ready» សម្រាប់ទេសចរណ៍កម្ពុជា.

ក្រុមធនាគារពិភពលោក. (២០២០). បច្ចុប្បន្នភាពសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា៖ កម្ពុជានៅក្នុងកាលទេសៈមានវិបត្តិកូវីដ-១៩. ភ្នំពេញ, កម្ពុជា.

កោះសន្តិភាព. (២០១៧). កំណើនទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកកំពុងជួយដល់សេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន. ដកស្រង់ពីគេហទំព័រ៖ https://kohsantepheapdaily.com.kh/article/171626.html

នាយដ្ឋានទេសចរណ៍. (២០២០). របាយការណ៍ស្ថិតិទេសចរណ៍ឆ្នាំ២០២០. ក្រសួងទេសចរណ៍.

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា. (២០១១). កម្រងច្បាប់និងបទបញ្ញត្តិស្តីពីការវិនិយោគនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា. គណកម្មាធិការវិនិយោគកម្ពុជានៃក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា.

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា. (២០១២). ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍទេសចរណ៍២០១២-២០២០. ក្រសួងទេសចរណ៍, ភ្នំពេញ.

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា. (២០១៨). គោលនយោបាយជាតិអេកូទេសចរណ៍២០១៩-២០៣០. ភ្នំពេញ.

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា. (២០២១). ផែនទីចង្អុលផ្លូវស្តីពីផែនការស្តារនិងលើកស្ទួយវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងនិងក្រោយវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩ (COVID-19).

អ៊ឹម រចនា. (២០១៥). វិស័យទេសចរណ៍កម្ពុជា៖ ល្អប្រសើរតែនៅមានឧបសគ្គ. ដកស្រង់ពីគេហទំព័រ៖ https://www.rfi.fr/km/cambodia/tourism-in-cambodia-is-better-yet-there-are-some-obstacles-09-09-2015

Ahmed Kamel, N. (2021). Role of Tour Guides in Tourism Promotion and Impact on Destination Image and Tourist Revisit Intention in Egypt: A PLS-SEM Model. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality (JAAUTH)*, *20*(1), 78–110. https://doi.org/10.21608/jaauth.2021.58545.1121

Ait-Yahia Ghidouche, K., & Ghidouche, F. (2019). Community-based ecotourism for preventing overtourism and tourismophobia: Algerian associations' viewpoints. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, *11*(5), 516–531. https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2019-0035

Biddulph, R. (2018). Social enterprise and inclusive tourism. Five cases in Siem Reap, Cambodia. Tourism Geographies, 20(4), 610–629. doi:10.1080/14616688.2017.1417471

Chheang, V (2009). "Hun Sen's Talks and Cambodia's Tourism Development: The Discourse of Power." Ritsumeikan Journal of Asia Pacifi c Studies 25 (March): 85-105.

Chheang, V. (2010). Tourism and Local Community Development in Siem Reap. Journal of Asia Pacific Studies, 27, 85–101.

Chi, C. G.-Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. Tourism Management, 29(4), 624-636. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007

Colorwhistle.com. (2022). What Are The 5 A's of Tourism? Retrieved from: https://colorwhistle.com/travel-tourism-components/

Dahles, H., Khieng, S., Verver, M., & Manders, I. (2019). Social entrepreneurship and tourism in Cambodia: advancing community engagement. *Journal of Sustainable Tourism*, *28*(6), 816–833. https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1706544

Kung, R. (2018). A Study of the Tourists Expectation, Satisfaction and Revisiting Intention in the Neiwan, Hsinchu. International Journal of New Developments in Engineering and Society, 2(1), 43-49. https://doi.org/10.25236/IJNDES.18111.

Mao, N. (2015). The role of tourism in poverty reduction: a case study of Siem Reap-Angkor region, Cambodia (Doctoral dissertation, Victoria University.

Mao, N., Grunfeld, H., DeLacy, T., & Chandler, D. (2014). Agriculture and tourism linkage constraints in the Siem Reap-Angkor region of Cambodia. Tourism Geographies, 16(4), 669–686. doi:10.1080/14616688.2014.915878

Ministry of Tourism. (2019). Annual report on tourism statistic 2019. Tourism Statistic Department, Ministry of Tourism, Phnom Penh, Cambodia.

Ministry of Tourism. (2020). Annual Report on Tourism Statistics 2020. Phnom Penh, Cambodia.

OECD. (2020). *OECD Tourism Trends and Policies 2020*. https://doi.org/10.1787/d8fbf45e-en

Post News. (2016). ផែនការកែទម្រង់វិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាផ្តោតលើមុំ៤ជាអាទិភាព. ដកស្រង់ពីគេហទំព័រ https://postnews.com.kh/komsan/34906

Sharpley, R., & McGrath, P. (2016). Tourism in Cambodia: Opportunities and challenges. The handbook of contemporary Cambodia, 107-118.

Ministry of Tourism. (2003). *Tourism Development* (Issue June).

World Economic Forum (2015). The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015. Geneva: World Economic Forum.

World Economic Forum. (2019). The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019. Geneva: World Economic Forum.

Yeh, M. (2000). A Study on Tourist Satisfaction of Coastal Recreational Activities in the Jyibey Island of Penghu s [Unpublished master's thesis]. Shih Hsin University eTheses Repository.

មឿង ចំរើន

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្របរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់៖

- ពាណិជ្ជសាស្ត្រ (សាកលវិទ្យាល័យបាត់ដំបង)

ចំណាប់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖

- សេដ្ឋកិច្ចសង្គម
- ទីផ្សារ
- ទេសចរណ៍

លី គុង

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖

- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញការអប់រំគណិតវិទ្យា
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់រដ្ឋបាលអប់រំ
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់គណិតវិទ្យា

ចំណាប់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖

- ការរៀននិងយល់ខុសរបស់សិស្សក្នុងការសិក្សាមុខវិជ្ជាគណិតវិទ្យា
- ការអប់រំគណិតវិទ្យា
- វិទ្យាសាស្ត្រទិន្នន័យ

បណ្ឌិត ផុន កសិកា

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖

- បណ្ឌិតជំនាញបុរាណវត្ថុវិទ្យា
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញបុរាណវត្ថុវិទ្យា

ចំណាប់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖

- ស្រាវជ្រាវលើវិស័យវប្បធម៌ និងបុរាណវត្ថុវិទ្យា

បណ្ឌិត តូច សុជាតិ

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖

- បណ្ឌិតនយោបាយអន្តរជាតិ
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញការសិក្សាអភិវឌ្ឍន៍

ចំណាប់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖

- ទំនាក់ទំនងអន្តរជាតិ
- នយោបាយការបរទេស
- ការចូលរួមរបស់យុវជនក្នុងកិច្ចការនយោបាយ និងសង្គម

កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម
Cambodian Journal of Humanities and Social Sciences

Website: https://ihss.rac.gov.kh/ihss-journal/

ទស្សនៈនិងឥរិយាបថទិញទឹកដោះគោស្រស់របស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ៖ ករណីសិក្សាលើអតិថិជនចំនួន១០០នាក់

មឿង ចំរើន[១], លី តុង[២], ផេង វិមាន[៣]

[១] លេខាធិការដ្ឋានក្រុមប្រឹក្សាបណ្ឌិតសភាចារ្យនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ roeun_cham@yahoo.com
[២] វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមនៃរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
អ៊ីមែល៖ lytongcambodia2013@gmail.com
[៣] នាយកដ្ឋានតម្រង់ទិសវិជ្ជាជីវៈ នៃក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
អ៊ីមែល៖ pvimean@hotmail.com

បានទទួល៖ ០៥ កញ្ញា ២០២២; ទទួលបោះពុម្ព៖ ១៣ ធ្នូ ២០២២; បោះពុម្ព៖ ៣០ ធ្នូ ២០២២

ទំនាក់ទំនង៖ roeun_cham@yahoo.com

អាគតដ្ឋាន៖ មឿង ចំរើន, លី តុង និង ផេង វិមាន. (២០២២). ទស្សនៈនិងឥរិយាបថទិញទឹកដោះគោស្រស់របស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ៖ ករណីសិក្សាលើអតិថិជនចំនួន១០០នាក់, *កាលិកបត្រស្រាវជ្រាវមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម*, ១(២), ទំ. ១០២-១៣១.

សង្ខិត្តន័យ

ការសិក្សានេះមានគោលបំណងស្វែងយល់អំពីកត្តាដែលមានឥទ្ធិពលទៅលើឥរិយាបថទិញទឹកដោះគោស្រស់របស់អតិថិជនរស់នៅរាជធានីភ្នំពេញ ដោយប្រើប្រាស់កម្រងសំណួរស្ទង់មតិ (survey questionnaire) ដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យពីសំណាកស្រាវជ្រាវ។ កម្រងសំណួរត្រូវរៀបចំដាក់ក្នុងទម្រង់ Google Form ដើម្បីស្នើសុំឱ្យអតិថិជននៅក្នុងក្រុងភ្នំពេញជួយបំពេញតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ។ សំណាកស្រាវជ្រាវទាំងអស់មានចំនួន ១០០នាក់ ដែលបានជ្រើសរើសតាមវិធីសាស្ត្រ Snowball sampling និងការបំពេញកម្រងសំណួរដោយស្ម័គ្រចិត្ត។ អតិថិជនចំនួន

៩៨.៩% មានកម្រិតអប់រំដល់ថ្នាក់ឧត្តមសិក្សា, 59.0% នៃអ្នកចូលរួមជាស្ត្រី និងភាគច្រើននៃអ្នកចូលរួមមានវ័យចន្លោះពី ២០-៤០ឆ្នាំ។ លទ្ធផលក៏បង្ហាញផងដែរថា អតិថិជនប្រមាណជា ៥៥% ប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់ទាំងប្រភេទផលិតក្នុងស្រុកនិងនាំចូល ខណៈដែលអ្នកប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់ផលិតក្នុងស្រុកតែមួយមុខ មានតិចតួចប៉ុណ្ណោះ។ បើទោះបីជាពួកគេមានទំនោរទិញទាំងផលិតផលផលិតក្នុងស្រុកនិងនាំចូលក្តី ប៉ុន្តែ អថិជនភាគច្រើនជ្រើសរើសផលិតផលនាំចូល ច្រើនជាងទិញផលិតផលក្នុងស្រុក។ តាមការសិក្សា ប្រភពផលិតផល (ប្រទេសផលិត) កត្តាតម្លៃ ឬការលក់បញ្ចុះថ្លៃដូចជាទិញមួយថែមមួយ ពុំមានឥទ្ធិពលលើឥរិយាបថទិញរបស់អតិថិជននោះទេ ប៉ុន្តែកត្តាគុណភាពទឹកដោះគោ ការវេចខ្ចប់ កត្តារសជាតិ និងការលក់បញ្ចុះតម្លៃដែលភ្ជាប់ជាមួយនឹងផលិតផលមានសុពលភាពបានយូរ ភាពងាយស្រួលរកទិញផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់ គឺមានឥទ្ធិពលទៅលើការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អតិថិជន។ ផ្អែកលើលទ្ធផលនៃការសិក្សានេះ ក្រុមហ៊ុនផលិតទឹកដោះគោក្នុងស្រុក ក៏ដូចជាម្ចាស់អាជីវកម្ម និងអ្នករៀបចំគោលនយោបាយទីផ្សារផលិតផលទឹកដោះគោ គួរធ្វើការផ្តោតលើកត្តាគុណភាពផលិតផលដែលមានរសជាតិ ការវេចខ្ចប់ និងអនាម័យ និងយុទ្ធសាស្ត្របញ្ចុះថ្លៃភ្ជាប់នឹងសុពលភាពរបស់ផលិតផលទឹកដោះគោអាចប្រើបានយូរ ដើម្បីទាញយកចំណែកទីផ្សារទឹកគោនៅក្នុងក្រុងភ្នំពេញ។

ពាក្យគន្លឹះ: ឥរិយាបថទិញរបស់អតិថិជន, ទឹកដោះគោស្រស់, ទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក, ទឹកដោះគោនាំចូល, រាជធានីភ្នំពេញ

ABSTRACT

This study explores the factors influencing consumers' buying behaviour towards local and imported fresh milk in Phnom Penh City. The survey questionnaire was used to collect data from the research sample. The questionnaire was developed and transferred into Google form for the research participants to fill out online. The sample was from online snowballing where 100 individuals had completed the questionnaire. 98.9% of them have a higher education degree, and 59.0% are female, and majority of the participants aged between 20-40 years old. The finding showed that more than 55.0% of customers preferred both local and imported fresh milk, while there was a small number of them preferred only local fresh milk. Even though the consumers used both local and imported milk products, but imported milk was on more favourable condition. According to the finding, the origins of the fresh milk, price and promotion such as discount or buy-one-get-one-free were not the influential factors on consumers' buying behaviour. The result revealed that the consumers cared more about product quality (including packaging, hygiene and taste), product discount with long validity, and product accessibility. This study provides useful information for local producers, milk business owners, and marketers, and from the results, it is recommended that in order to capture more market segment in Phnom Penh, the local milk producers improve the quality of their milk, packaging, hygiene, and promotion with longer validity.

KEYWORDS: Consumer's buying behaviour, fresh milk, local-produced milk, imported milk, Phnom Penh

១. សេចក្តីផ្តើម

ក្នុងរយៈពេលជាងពីរទសវត្សរ៍ចុងក្រោយនេះ សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាមានការរីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ដោយទទួលបានអត្រាកំណើនប្រចាំឆ្នាំមធ្យមប្រមាណ ៧% ហើយប្រសិនបើគ្មានវិបត្តិកូវីដ-១៩ ទេនោះ សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាទំនងជាអាចបន្តបាននូវកំណើនដ៏ខ្ពស់មួយនេះក្នុងអំឡុងប៉ុន្មានឆ្នាំទៅមុខទៀត (World Bank, 2020)។ ជាមួយនឹងកំណើនសេដ្ឋកិច្ចជារួមនេះ យើងសង្កេតឃើញថា ស្ថានភាពជីវភាពនិងការរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋក៏មានភាពប្រសើរឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ដោយអត្រាភាពក្រីក្រក្នុងប្រទេសបានថយចុះពី ៤៧,៨% នៅឆ្នាំ២០០៧ (World Bank, 2019) មកត្រឹម ១៧,៨% គិតត្រឹមឆ្នាំ ២០១៩ នេះបើតាមទិន្នន័យរបស់ក្រសួងផែនការ (អោ ស្រីពេជ្រ, ២០២១)។ ជាមួយគ្នានេះ ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចគ្រួសាររបស់ប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជា ក៏មានការកើនឡើងតាមនោះផងដែរ។ តាមរយៈរបាយការណ៍អង្កេតសេដ្ឋកិច្ចសង្គមកិច្ចកម្ពុជា ចំណូលគ្រួសាររបស់ប្រជាជនកម្ពុជានៅឆ្នាំ២០១៩/២០២០ បានកើនឡើងប្រមាណ ១៦% ធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៧ ដោយគ្រួសារជាមធ្យមគឺរកបានចំណូលជាង ២,២៦ លានរៀលក្នុងមួយខែ ហើយចំពោះចំណូលប្រចាំខែរបស់គ្រួសារនៅរាជធានីភ្នំពេញនៅឆ្នាំ ២០១៩ ក៏មានការកើនឡើងផងដែរ ដោយកើនពី២,៨៣ លានរៀលនៅឆ្នាំ ២០១៧ មកជាមធ្យមជាង ៣,៧១ លានរៀលនៅឆ្នាំ២០១៩ (វិទ្យាស្ថានជាតិស្ថិតិ, ២០២០)។

នៅរាជធានីភ្នំពេញ ការចំណាយលើការប្រើប្រាស់របស់គ្រួសារគឺស្មើនឹង ២៤,៥% នៃការចំណាយលើការប្រើប្រាស់នៅទូទាំងប្រទេស ហើយកំណើននៃការចំណាយរបស់ប្រជាជនបានកើនឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងរយៈពេល ១០ឆ្នាំចុងក្រោយ។ ការចំណាយរបស់ប្រជាជននៅទីប្រជុំជន ជាពិសេសរាជធានីភ្នំពេញគឺមានការកើនឡើងច្រើន បើធៀបនឹងតំបន់ផ្សេងទៀតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ នៅរាជធានីភ្នំពេញ ប្រជាពលរដ្ឋចំណាយលើការប្រើប្រាស់ប្រចាំខែជាមធ្យម ៣,៨២ លានរៀល ក្នុងមួយគ្រួសារ ក្នុងឆ្នាំ២០១៩ ខណៈដែលឆ្នាំ២០១៤ ការចំណាយលើការប្រើប្រាស់ប្រចាំខែជាមធ្យមមានត្រឹមតែ ២,៥៤ លានរៀលក្នុងមួយគ្រួសារ។ ជាមួយនឹងការចំណាយនេះ គេសង្កេតឃើញថា ការចំណាយប្រចាំខែរបស់ប្រជាពលរដ្ឋជាង ៤១,៧ % គ្រប់ដណ្តប់ទៅលើម្ហូបអាហារប្រចាំថ្ងៃ និងភេសជ្ជៈគ្មានជាតិស្រវឹង ដែលក្នុងនោះរួមមានទាំងផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់ និងអាហារផលិតពីទឹកដោះគោផងដែរ។ ទិន្នន័យបានបង្ហាញថា គ្រួសារដែលរស់នៅរាជធានីភ្នំពេញ បានប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោជាមធ្យមលើសពី២ថ្ងៃក្នុងមួយសប្តាហ៍ដែលច្រើនជាងគ្រួសារដែលរស់នៅតំបន់ទីប្រជុំជន ឬតំបន់ទីជនបទផ្សេងទៀត (វិទ្យាស្ថានជាតិស្ថិតិ, ២០២០)។

១.១- ទីផ្សារទឹកដោះគោស្រស់ក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ

ការកើនឡើងនូវចំណូលបានជំរុញឱ្យមនុស្សរាប់លាននាក់ប្រើប្រាស់ផលិតផលពីទឹកដោះគោ ហើយនិន្នាការនេះនៅតែបន្តកើនឡើង ជាពិសេសនៅប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ (Muehlhoff et al., 2013)។ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា តម្រូវការទឹកដោះគោស្រស់កំពុងមានការកើនឡើង បើទោះបីជា បរិមាណតម្រូវការនៅមានចំនួនតិចតួចធៀបទៅនឹងបណ្តាប្រទេសផ្សេងៗជាច្រើននៅក្នុងពិភពលោកក្តី។ ជាមួយគ្នានេះ ដោយសារតែការរីកចម្រើនខាងសេដ្ឋកិច្ច កម្រិតជីវភាពគ្រួសារ និងតម្រូវការប្រើប្រាស់ប្រចាំថ្ងៃ យើងសង្កេតឃើញថា ទីផ្សារទឹកដោះគោស្រស់នៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញហាក់មានប្រជាប្រិយភាពខ្លាំងគួរសម។ ជាមួយនឹងកំណើននៃការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់នៅកម្ពុជានេះ ជាពិសេសនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ត្រូវបានផលិតកររមើលឃើញពីកាលានុវត្តភាពក្នុងការវិនិយោគលើវិស័យមួយនេះ (Khmer

Times, 2015)។ នៅតាមផ្សារទំនើបនានាក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ យើងសង្កេតឃើញមានផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់មិនតិចជាង១០មុខនោះទេ ដែលបានដាក់តាំងលក់ជាប្រចាំ ដោយផលិតផលទាំងនេះក៏រាប់បញ្ចូលទាំងប្រភេទទឹកដោះគោស្រស់នាំចូល និងទឹកដោះគោស្រស់ផលិតក្នុងស្រុកផងដែរ។ ក្រៅពីផ្សារទំនើប គេក៏សង្កេតឃើញមានការតាំងលក់ផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់ នៅតាមបណ្តាផ្សារតូចៗដូចជា មីនីម៉ាត[1] ផ្ទះលក់ចាប់ហួយទូទៅ និងផ្សារបែបប្រពៃណីដូចជា ផ្សារអូឡាំពិក ផ្សារធំថ្មី និងផ្សារអូរឫស្សីជាដើម។

នាពេលបច្ចុប្បន្ន គេសង្កេតឃើញមានផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់ផលិតក្នុងស្រុកចំនួនបីប្រភេទ ដែលបានឈានជើងចូលទីផ្សារក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ តាមទីប្រជុំជន និងតាមទីរួមខេត្តមួយចំនួនផងដែរ ដែលផលិតផលទាំងនោះមានដូចជា៖

ក) ទឹកដោះគោម៉ាក គិរីស្ងួត (Kirisu Milk) ជាផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន Khmer Fresh Milk Co Ltd ដែលថ្នាក់ដឹកនាំក្រុមហ៊ុនបានគូសបញ្ជាក់ថា ក្នុងដំណាក់កាលដំបូងនេះ ក្រុមហ៊ុនអាចមានលទ្ធភាពផលិតបានចន្លោះពី ២០០០-៣០០០លីត្រក្នុងមួយថ្ងៃ ហើយអាចនឹងផលិតបានប្រមាណ ១០,០០០ លីត្រ ក្នុងមួយថ្ងៃ ប្រសិនបើចង្វាក់ផលិតកម្មដំណើរការបានពេញលេញ (Thou, 2020)។

ខ) ទឹកដោះគោមូមូ (Moo Moo Milk) ជាផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន Moo Moo Farm នៅក្នុងស្រុកល្វាឯម ឃុំអរិយក្សត្រ ដែលក្រុមហ៊ុននេះមានលទ្ធភាពផលិតបានចន្លោះពី ១,៣០០-១,៥០០ លីត្រក្នុងមួយថ្ងៃ (Thou, 2020)។

*គ) ទឹកដោះគោ*តេជោ *សែនឫស្សីត្រឹប (Techo Sen Russey Treb Milk)* ជាផលិតផលរបស់កសិដ្ឋានចិញ្ចឹមគោយកទឹកដោះនៃឧទ្យានរាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជាតេជោសែនឫស្សីត្រឹបដែលអាចមានលទ្ធភាពផលិតបានប្រមាណ ៦០០-៧០០ លីត្រក្នុងមួយថ្ងៃ (Thou, 2020)។

ទីផ្សារទឹកដោះគោស្រស់ត្រូវបានគេមើលឃើញថាមានកំណើន ក៏ប៉ុន្តែ ចំណែកទីផ្សារផលិតផលទឹកដោះគោក្នុងស្រុកហាក់នៅមានតិចតួចបើធៀបនឹងផលិតផលនាំចូល ដោយត្រូវប្រកួតប្រជែងជាមួយនឹងផលិតផលបរទេសដែលមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះ និងមានខ្សែចង្វាក់ផលិតកម្មធំ។ ជាមួយគ្នានេះ ផលិតករទឹកដោះគោស្រស់ក្នុងស្រុកបានលើកឡើងថា សមត្ថភាពនៃការផលិតក្នុងស្រុកនៅមានកម្រិត ថ្លៃដើមផលិតកម្មខ្ពស់ និងកង្វះទំនុកចិត្តពីអ្នកប្រើប្រាស់ បានក្លាយទៅជាបញ្ហាប្រឈមរបស់ពួកគេក្នុងការចាប់យកចំណែកទីផ្សារនៅកម្ពុជា (The Phnom Penh Post, 2019)។

១.២- កត្តាជម្រុញការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់

ទឹកដោះគោស្រស់ជាប្រភេទអាហារូបត្ថម្ភដែលសម្បូរទៅដោយសារធាតុចិញ្ចឹមដូចជាប្រូតេអ៊ីន កាល់ស្យូម ជាតិដែក ម៉ាញ៉េស្យូម ផូស្វ័រ សូដ្យូម ស័ង្កសី សេលេញ៉ូម និងម៉ង់ហ្គាណែស និងក្រុមវីតាមីនដូចជាវីតាមីន A, B, C, D និង E (Wijesinha-Bettoni & Burlingame, 2013) ដែលចាំបាច់សម្រាប់សុខភាពមនុស្សគ្រប់វ័យ (Alwis et al.,

[1] គួរបញ្ជាក់ថាដោយសារពុំទាន់មានការឯកភាពគ្នាលើការប្រើប្រាស់ពាក្យ Mini Mart នៅក្នុងភាសាខ្មែរនៅឡើយ អ្នកស្រាវជ្រាវជ្រើសរើសពាក្យ "*មីនីម៉ាត*" ដែលត្រូវនឹងពាក្យ "*Mini Mart*" ក្នុងភាសាអង់គ្លេស និងសំដៅដល់ផ្សារ ឬផ្ទះលក់ផលិតផលចម្រុះខ្នាតតូចល្មមប៉ុន្តែមានលក្ខណៈទំនើបជាងផ្ទះលក់ចាប់ហួយបែបប្រពៃណី។

2009)។ នៅក្នុងការសិក្សារបស់ Alwis et al. (2009); Muehlhoff et al. (2013) និង Kurajdová et al. (2015) សុទ្ធតែបានបង្ហាញពីអត្ថប្រយោជន៍ដែលទទួលបានពីការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោ។ ការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោ ជួយដល់ការលូតលាស់រាងកាយ (Muehlhoff et al., 2013) ជួយដល់សុខភាពឆ្អឹងនិងធ្មេញ (Bus & Worsley, 2003; Wham & Worsley, 2003) ជំនួយសតិបញ្ញាស្មារតី (Kurajdová et al., 2015) កាត់បន្ថយការកើនឡើងសម្ពាធឈាម និងជំងឺទឹកនោមផ្អែមប្រភេទ២ (Kurajdová et al., 2015) កាត់បន្ថយបញ្ហាប្រឈមនៃជំងឺមហារីកសុដន់ (breast cancer), មហារីកពោះវៀនធំ (colon cancer) និងមហារីកចុងពោះវៀនធំ (rectum cancer) ជាដើម (Kajaba et al., 2007; Kurajdová et al., 2015)។ Dallmeier (2012) ក៏បានលើកឡើងអំពីអត្ថប្រយោជន៍នៃទឹកដោះគោស្រស់ក្នុងការបង្កើននូវគុណភាព និងសោភ័ណភាពស្បែកផងដែរ។ កន្លងមកមានការសិក្សាជាច្រើនបានលើកឡើងពីគោលបំណងចម្បងរបស់ប្រជាពលរដ្ឋទូទៅក្នុងការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់ (Alwis et al., 2009; Kurajdová et al., 2015) ដោយក្នុងនោះ Kurajdová et al. (2015) បានគូសបញ្ជាក់ថា គោលបំណងចម្បងនៃការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់ គឺដោយសារជាតុចិញ្ចឹមមាននៅក្នុងទឹកដោះគោ អាចផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ច្រើនយ៉ាងដល់រាងកាយ និងសុខភាព។

១.៣- ឥរិយាបថទិញរបស់អតិថិជន

ការប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារ និងការឈានជើងចូលទីផ្សារថ្មីថ្មោង ការស្វែងយល់ឱ្យបានច្បាស់អំពីឥរិយាបថទិញទំនិញរបស់អតិថិជនគឺជាកត្តាយ៉ាងសំខាន់សម្រាប់ភាពជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម ព្រោះយើងអាចដឹងពីតម្រូវការ និងការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តទិញរបស់ពួកគេ (Kurajdova & Táborecka-Petrovicova, 2015; Agriculture & Horticulture Development Board, 2018)។ មានការសិក្សាជាច្រើនបានបង្ហាញនូវការចូលរួមចំណែកនៃឥរិយាបថរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងការសម្រេចចិត្តទិញផលិតផលរបស់ពួកគេ (Alwis et al., 2009; Kurajdová et al., 2015; Kurajdova & Táborecka-Petrovicova, 2015; Perera et al., 2018; Agriculture & Horticulture Development Board, 2018)។ អ្នកខ្លះទិញទំនិញតាមទម្លាប់ដែលធ្លាប់ទិញ (Clootrack.com .n.d) ដោយឡែកអ្នកខ្លះជ្រើសរើសទិញដោយពិនិត្យទៅលើគុណភាព តម្លៃ អាហារដែលផ្តល់នូវសុខភាពនិងសុវត្ថិភាព និងប្រភពទំនិញជាដើម (Graaf et al., 2016; Agriculture & Horticulture Development Board, 2018)។

ការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អតិថិជន មានទំនោរអាស្រ័យទៅលើប្រភេទផលិតផលដែលពួកគេចង់បាន ជាឧទាហរណ៍ អតិថិជនទិញកាហ្វេ មានកត្តាដែលត្រូវពិចារណាខុសពីការជ្រើសរើសទិញឡាន ម៉ូតូ ឬឧបករណ៍ប្រើប្រាស់ផ្សេងៗទៀត។ ជាទូទៅ ទំនិញដែលមានតម្លៃខ្ពស់ នឹងមានហានិភ័យកាន់តែខ្លាំង ដូច្នេះពួកគាត់នឹងយកចិត្តទុកដាក់កាន់តែច្រើនមុននឹងសម្រេចចិត្តទិញ។ បើតាមគេហទំព័រ Clootrack.com (n.d) បានកំណត់ថា ឥរិយាបថទិញរបស់អតិថិជនត្រូវបានកំណត់ដោយកម្រិតនៃការចូលរួម ឬយកចិត្តទុកដាក់របស់អតិថិជនទៅក្នុងការសម្រេចចិត្តព្រមទាំងទំហំនៃហានិភ័យដែលអាចកើតមានក្នុងការទិញផលិតផលនីមួយៗ។ Clootrack.com (n.d) បានធ្វើការបែងចែកឥរិយាបថអតិថិជនជាបួនប្រភេទដូចខាងក្រោម៖

- **ប្រភេទស្មុគ្រស្មាញ** (Complex Buying Behavior)

អតិថិជនប្រភេទនេះ ច្រើនជួបប្រទះនៅពេលដែលពួកគេជ្រើសរើសទិញទំនិញដែលមានតម្លៃថ្លៃ និងមិនសូវស្គាល់ផលិតផលដែលពួកគេចង់ទិញ។ ឧទាហរណ៍ៈ ពេលដែលអតិថិជនទិញរថយន្តជាលើកដំបូង ពួកគេតែងមានការគិតច្រើនទាំងទៅកត្តាតម្លៃ គុណភាព សម្រស់ និងការយល់ឃើញរបស់មិត្តភ័ក្រ្ត បងប្អូន ឬមិត្តរួមការងារទៅលើរថយន្តដែលខ្លួនគ្រោងទិញជាដើម។

- **ការសម្រេចិត្តទិញមានកំណត់** (Limited-Decision Buying Behavior)

ក្នុងករណីនេះ ការចូលរួមក្នុងការសម្រេចចិត្តរបស់អតិថិជនមានកម្រិតខ្ពស់ជាងការទិញផលិតផលធម្មតា ដោយសារតែកត្តាផ្សេងៗដូចជា តម្លៃថ្លៃ ការមិនសូវសម្បូរបែបនៃប្រភេទផលិតផលជាដើម។ ឧទាហរណ៍ ដោយសារតែមិនសូវមានភាពសម្បូរបែបទៅលើផលិតផល ឬមិនសូវមានភាពខុសគ្នាខ្លាំងពីផលិតផលមួយទៅផលិតផលមួយ ហើយធ្វើឱ្យពួកគេជ្រើសរើសទិញផលិតផលណាដែលងាយស្វែងរកទិញ ឬតម្លៃថោកជាង ដោយមិនសូវចំណាយពេលច្រើនដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្តនោះទេ។

- **ការទិញតាមទម្លាប់** (Habitual Buying Behavior)

អតិថិជនប្រភេទនេះ មិនសូវមានភាពស្មុគ្រស្មាញច្រើននោះទេនៅពេលទិញទំនិញម្តងៗ។ ក្នុងករណីនេះ ពេលអតិថិជនជ្រើសរើសទិញផលិតផលអ្វីមួយ ពួកគេពិចារណាតែទៅលើកត្តា ឬភាពខុសគ្នាបន្តិចបន្តួចប៉ុណ្ណោះរវាងម៉ាកមួយទៅម៉ាកមួយ។ ពួកគេអាចជ្រើសរើសទិញផលិតផលដែលពួកគេធ្លាប់ប្រើប្រាស់ជាប្រចាំ (ចូលចិត្ត) ឬផលិតផលដែលមានក្នុងហាងហើយមានតម្លៃទាបជាងគេជាដើម។ ជាទូទៅ មានប្រភេទផលិតផលដែលស្ថិតក្នុងប្រភេទនេះដូចជា អំបិល ស្ករស ប៊ីចេង ទឹកត្រី ។ល។ ជាទូទៅពួកគេគ្រាន់តែចូលក្នុងហាង ហើយទិញតែម្តង ដោយពួកគេពុំដែលមានដក់ជាប់ក្នុងចិត្តនូវភាពស្មោះស្ម័គ្រលើផលិតផលណាមួយជាក់លាក់នោះទេ។

- **ទិញរបស់ច្រើនយ៉ាង** (Variety Seeking Buying Behavior)

អតិថិជនប្រភេទនេះ កើតមាននៅពេលដែលយើងសង្កេតឃើញមានភាពខុសគ្នារវាងផលិតផលដែលមាននៅលើទីផ្សារ ដោយជាទូទៅអតិថិជនប្រភេទនេះ នឹងចង់ផ្លាស់ប្តូរប្រើប្រាស់ប្រភេទផ្សេងៗតាមការចង់ដឹងរបស់ពួកគេ។ រូបភាពដែលយើងអាចមើលឃើញប្រភេទអតិថិជនប្រភេទនេះ គឺពួកគេចង់ប្រើប្រាស់ផលិតផលដូចគ្នាដែលផលិតដោយក្រុមហ៊ុនផ្សេងគ្នា ដើម្បីកុំឱ្យមានភាពច្រំដែល និងមើលទៅដដែលៗ។ ពួកគេនឹងផ្លាស់ប្តូរផលិតផលជាញឹកញាប់តាមការចង់ដឹងរបស់គេ ដោយមិនមែនចេញពីការមិនពេញចិត្តទៅលើផលិតផលចាស់ៗនោះទេ។

១.៤- ចំណោទបញ្ហាស្រាវជ្រាវ

មានការសិក្សាជាសកលជាច្រើនទាក់ទងនឹងនិន្នាការនៃការគាំទ្រផលិតផលក្នុងស្រុក។ ការសិក្សាខ្លះបានរកឃើញថា តម្លៃ រស់ជាតិ គុណភាព និងទីតាំងភូមិសាស្ត្រគឺជាកត្តាជំរុញពីក្រោយការសម្រេចចិត្តទិញ (Insch & Jackson, 2014)។ ខណៈដែល Forbes-Brown et al. (2016) បង្ហាញថា នៅពេលដែលធ្វើការសិក្សាដោយសួរឱ្យ

អតិថិជនធ្វើការប្រៀបធៀបរវាងការជ្រើសរើសផលិតផលក្នុងស្រុក និងផលិតផលនាំចូល អតិថិជនមានទំនោរគាំទ្រផលិតផលក្នុងស្រុកជាង ក្រោមហេតុផលលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ចជាតិ និងអារម្មណ៍សុវត្ថិភាពនៃការប្រើប្រាស់ (Salamon et al., 2016)។ ចំពោះកម្ពុជា ការទទួលបានចំណែកទីផ្សារតិចតួចសម្រាប់ផលិតផលក្នុងស្រុក ត្រូវបានផលិតករលើកឡើងថាដោយសារកត្តាទំនុកចិត្ត កត្តាតម្លៃ និងសមត្ថភាពផលិត (The Phnom Penh Post, 2019)។

ដោយឡែកទាក់ទងនឹងផលិតផលទឹកដោះគោវិញ គេសង្កេតឃើញថា ទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុកទទួលបានចំណែកទីផ្សាតូចបំផុត ក៏ប៉ុន្តែ គេពុំឃើញមានការសិក្សាស្រាវជ្រាវនៅកម្ពុជាបង្ហាញឱ្យបានច្បាស់លាស់ថាតើអ្វីដែលនៅពីក្រោយនៃការទទួលបានចំណែកទីផ្សារតិចតួចនេះនៅឡើយទេ ហើយក៏ពុំទាន់មានការសិក្សាណាបង្ហាញទាក់ទងនឹងតម្រូវការទីផ្សារផលិតផលទឹកដោះគោនៅក្នុងទីក្រុងភ្នំពេញនោះដែរ។ ដូច្នេះហើយ ការយល់ដឹងពីឥរិយាបថរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងកត្តាមានឥទ្ធិពលទៅលើការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោលស្រស់ នឹងជួយដល់ក្រុមហ៊ុនដែលធ្វើអាជីវកម្មលើវិស័យនេះ ជាពិសេសក្រុមហ៊ុនក្នុងស្រុកបានទទួលទិន្នន័យនិងព័ត៌មានបន្ថែមដើម្បីបំពេញចន្លោះប្រហោងនៅក្នុងការធ្វើទីផ្សារ និងផលិតទឹកដោះគោឱ្យស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារជាក់ស្តែង។

១.៥- វត្ថុបំណងស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សានេះ ផ្តោតជាសំខាន់ទៅលើទស្សនៈ និងឥរិយាបថទិញទឹកដោះគោស្រស់របស់អតិថិជនក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ដែលក្នុងនេះ ការសិក្សាបានសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើវត្ថុបំណងស្រាវជ្រាវចំនួនពីរខាងក្រោម៖

- សិក្សាអំពីទិដ្ឋភាពទូទៅនៃការប្រើប្រាស់ផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់របស់អតិថិជនក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ
- សិក្សាអំពីទស្សនៈ និងឥរិយាបថទិញផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់របស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ

១.៦- ក្របខណ្ឌគំនិតក្នុងការការស្រាវជ្រាវ

ជាមួយវត្ថុបំណងខាងលើ ការស្រាវជ្រាវនេះ ផ្តោតលើក្របខណ្ឌគំនិត[2] (Conceptual Framework) ដែលផ្អែកលើកត្តា 4Ps ហើយក្នុងនេះ Wongleedee (2015) និង Guan et al. (2020) បានសង្កត់ធ្ងន់ថា កត្តា 4Ps (តម្លៃ ទីតាំង ផលិតផល និង ការផ្សព្វផ្សាយ) គឺជាកត្តាកំណត់ដ៏ធំរបស់អតិថិជនក្នុងការជ្រើសរើសទិញផលិតផលប្រើប្រាស់។

ក) កត្តាតម្លៃ៖

តម្លៃត្រូវបានកំណត់ថាជាចំនួនទឹកប្រាក់ដែលអតិថិជនត្រូវចំណាយដើម្បីទទួលបានផលិតផល (Kotler & Armstrong, 2007)។ ការកំណត់តម្លៃផលិតផលគួរកំណត់ឱ្យមានការប្រកួតប្រជែង មិនគួរកំណត់តម្លៃឱ្យផលិតផលឱ្យមានតម្លៃទាបបំផុតនោះទេ (Kotler, 2003 as cited in Guan et al., 2020)។ តម្លៃត្រូវបានគេមើលឃើញថាជាកត្តាកំណត់ធំជាងគេ សម្រាប់អតិថិជនមុននឹងសម្រេចចិត្តទិញផលិតផលណាមួយយកមកប្រើប្រាស់ (Guan et al., 2020)។

[2] មិនខុសពីពាក្យ មីនីម៉ាត ខាងលើ ពាក្យ *"ក្របខណ្ឌគំនិត"* នេះត្រូវបានអ្នកស្រាវជ្រាវជ្រើសរើសប្រើឱ្យត្រូវនឹងពាក្យ *"Conceptual Framework"* ក្នុងភាសាអង់គ្លេស ដែលជាក់ស្តែង ពាក្យនេះក៏មិនទាន់មានការឯកភាពគ្នាក្នុងការប្រើប្រាស់នៅឡើយដែរ។

ខ) កត្តាទីតាំង៖

ទីតាំង គឺសំដៅដល់មធ្យោបាយដែលធ្វើឱ្យមានផលិតផលអាចទៅដល់ដៃអតិថិជន (Kotler & Amstrong, 2007) ដែលអាចជាការចែកចាយតាមបណ្តាញអេឡិកត្រូនិច ឬបណ្តាញរូបវន្ត ឬអាចត្រូវបានកំណត់ថាជាវិធីសាស្ត្រណាមួយដែលអតិថិជនអាចទទួលបានផលិតផល ឬសេវាកម្ម (Guan et al., 2020)។ ទីកន្លែងត្រូវបានគេឱ្យនិយមន័យឱ្យកាន់តែទូលំទូលាយជាងមុនដែលអាចជាបណ្តាញចែកចាយ ការដឹកជញ្ជូន និងទីតាំងចែកចាយផលិតផល (Indumathi & Dawood, 2016)។ ទីតាំង ឬបណ្តាញចែកចាយ គឺជាប្រព័ន្ធសកម្មភាពនៃការដាក់លក់ និងចែកចាយផលិតផលពីប្រភពផលិតផល ទៅប្រភពប្រើប្រាស់ (Wongleedee, 2015)។ តាមរយៈការសិក្សារបស់ Guan et al. (2020) កត្តាទីតាំងឬក៏បណ្តាញចែកចាយនេះគឺមានឥទ្ធិពលទៅលើការសម្រេចទិញរបស់អតិថិជនដែរបន្ទាប់ពីកត្តាបីផ្សេងទៀតដូចជាតម្លៃ ផលិតផល និងការផ្សព្វផ្សាយ។

គ) កត្តាផលិតផល(Products)៖

ផលិតផលអាចសំដៅទៅលើអ្វីៗដែលអាចផ្គត់ផ្គង់ទៅកាន់ទីផ្សារ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការនិងការចង់បានរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ (Kotler & Amstrong, 2007)។ ផលិតផលអាចសំដៅដល់រូបវន្តវត្ថុ (Indumathi & Dawood, 2016) ឬអាចសំដៅដល់គុណភាព លក្ខណៈពិសេស ការចនា ម៉ាក និងទំហំ (Guan et al., 2020) ព្រមទាំងគុណប្រយោជន៍នៃការប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្ម (Fadel, 2010)។ របៀបដែលអតិថិជនគិតទៅលើផលិតផលបានជះឥទ្ធិពលទៅលើការចំណាយរបស់អតិថិជន នៅក្នុងកម្រិតមធ្យម ឬកម្រិតខ្ពស់ (Wongleedee, 2015)។

ឃ) កត្តាផ្សព្វផ្សាយ (Promotion)៖

ការផ្សព្វផ្សាយត្រូវបានកំណត់ថាជាសកម្មភាពនៃមធ្យោបាយប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗគ្នាមួយចំនួនរវាងអ្នកលក់និងអតិថិជនក្នុងការផ្លាស់ប្តូរព័ត៌មាន និងដើម្បីឆ្ពោះទៅដល់ការជំរុញឱ្យអតិថិជនមានទស្សនៈវិជ្ជមានលើផលិតផលនិងសេវាកម្ម ហើយសម្រេចចិត្តទិញ។ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងអាចធ្វើបានតាមការលក់ដោយផ្ទាល់ខ្លួន មិនផ្ទាល់ខ្លួន និងការប្រាស្រ័យទាក់ទាក់ទងក្នុងការធ្វើទីផ្សាររួម (Integrated Marketing Communication)។ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការលក់ដោយផ្ទាល់ ការផ្សព្វផ្សាយលក់ ការផ្សព្វផ្សាយនិងទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ដែលមានការធ្វើទីផ្សារតាមអនឡាញគឺជាទិដ្ឋភាព៥នៃការធ្វើការផ្សព្វផ្សាយបែបចម្រុះ (Wongleedee, 2015)។ ការផ្សព្វផ្សាយលក់ដោយផ្ទាល់អាចធ្វើឡើងតាមរូបភាពដូចជាជូនអតិថិជនជាទឹកប្រាក់រង្វាន់ អំណោយ ការបញ្ចុះតម្លៃ គូប៉ុង(coupons) ឬ ការលើកទឹកចិត្តផ្សេងៗ (Magunga, 2010)។ ការផ្សព្វផ្សាយដែលរួមមានទាំងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការលក់ដោយផ្ទាល់ និងការផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈ គឺមានឥទ្ធិពលទៅលើអាកប្បកិរិយា ចិត្ត អារម្មណ៍ និងបទពិសោធន៍របស់អតិថិជនចំពោះផលិតផល (Munusamy & Wong, 2008) ហើយការផ្សព្វផ្សាយ គឺឈរនៅលំដាប់ទីពីរនៃសកម្មភាពធ្វើទីផ្សារ៧ផ្សេងទៀតដែលមានឥទ្ធិពលទៅលើឥរិយាបថទិញរបស់អតិថិជន (Dash, 2012)។

២. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សានេះ ប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវបែបបរិមាណ ដោយកម្រងសំណួរស្រាវជ្រាវបែបស្ទង់មតិ (Online Survey Questionnaire) ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យពីអ្នកចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ។

២.១- សំណាកស្រាវជ្រាវនិងការប្រមូលទិន្នន័យ

ប្រជាពលរដ្ឋចំនួន100នាក់បានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ ដែលការចូលរួមនេះកើតឡើងតាមវិធីជ្រើសរើសបែបងាយស្រួល (convenient sampling method) តាមរូបភាពពីរដូចខាងក្រោម៖

⇨ ***ទីមួយ៖ ការប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រ Snowballing៖***

តាមរយៈវិធីនេះ អ្នកស្រាវជ្រាវបានចាប់ផ្តើមប្រមូលទិន្នន័យចេញពីអ្នកស្គាល់គ្នា ឬមិត្តរួមការងារ ដើម្បីឱ្យជួយបំពេញកម្រងសំណួរ បន្ទាប់មកស្នើសុំឱ្យពួកគាត់ផ្ញើកម្រងសំណួរបន្តទៅកាន់អ្នកស្គាល់គ្នា ឬមិត្តរួមការងាររបស់ពួកគាត់ ដែលមានទម្លាប់ទិញផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់ប្រើប្រាស់។ ដំណើរការនេះបន្តរហូតដល់រយៈពេលមួយខែ (៣០ ថ្ងៃ) ដែលជាពេលវេលាបិទបញ្ចប់ការប្រមូលទិន្នន័យ។

⇨ ***ទីពីរតាមវិធីសាស្ត្រស្ម័គ្រចិត្ត៖***

តាមវិធីនេះ អ្នកស្រាវជ្រាវបានចែករំលែកតំណកម្រងសំណួរអនឡាញតាមបណ្តាញសង្គម Facebook និងស្នើសុំអ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមដែលមានទម្លាប់ទិញទឹកដោះគោប្រើប្រាស់ ជួយបំពេញនូវកម្រងសំណួរបានរៀបចំជាស្រេច។ ការចូលរួមបំពេញក្នុងទម្រង់នេះស្ថិតក្រោមគោលការណ៍ស្ម័គ្រចិត្តសុទ្ធសាធ។

២.២- ឧបករណ៍ស្រាវជ្រាវ

ឧបករណ៍ស្រាវជ្រាវក្នុងការសិក្សានេះគឺកម្រងសំណួរស្ទង់មតិ (Survey Questionnaire) ដែលអ្នកស្រាវជ្រាវបានរៀបចំដោយផ្ទាល់។ ការរៀបចំកម្រងសំណួរនេះ ធ្វើឡើងដោយផ្អែកទៅលើការសិក្សា និងវិភាគទៅលើឯកសារស្រាវជ្រាវពាក់ព័ន្ធនានា និងកម្រងសំណួរមានស្រាប់ដែលអ្នកស្រាវជ្រាវបានប្រទះឃើញពីការស្រាវជ្រាវមុនៗ។ សំណួរទាំងអស់ត្រូវបានធ្វើកែសម្រួលដើម្បីឱ្យសមស្របទៅតាមស្ថានភាពជាក់ស្តែងនៃបរិបទប្រទេសកម្ពុជា និងសំណួរទាំងអស់ចំនួន២៨ ដែលចែកចេញជាបីផ្នែកគឺ៖

- ផ្នែកទី១៖ សំណួរទូទៅ

  ទាក់ទងនឹងភេទ មុខរបរ និងអាយុរបស់អ្នកដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សា

- ផ្នែកទី២៖ ការដឹងអំពីម៉ាកផលិតផល (Brand Awareness)

  ផ្នែកនេះ មានគោលបំណងសិក្សា និងស្វែងយល់ពីការយល់ដឹង ឬស្គាល់អំពីផលិតផល ឬម៉ាកទឹកដោះគោដែលគាត់ប្រើប្រាស់ជាប្រចាំ។ ផ្នែកនេះក៏សិក្សាស្វែងយល់ផងដែរទៅលើទម្លាប់នៃការប្រើប្រាស់ផលិតផលទឹកដោះគោរបស់អតិថិជនទាំងឡាយ។

- ផ្នែកទី៣៖ ទស្សនៈ និងឥរិយាបថទិញ (Perceptions and Buying Behaviours)

នៅក្នុងផ្នែកនេះ យើងមានគោលបំណងស្វែងយល់ពីទស្សនៈ និងឥរិយាបថក្នុងការទិញផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់របស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ។ សំណួរក្នុងផ្នែកនេះផ្តោតជាសំខាន់ទៅលើកត្តាបួនយ៉ាងគឺ កត្តាតម្លៃ, កត្តាការវេចខ្ចប់, កត្តាទីតាំងលក់ផលិតផល និង កត្តាគុណភាពផលិតផល។

២.៣- ការវិភាគទិន្នន័យ

ទិន្នន័យដែលទទួលបានពីកម្រងសំណួរត្រូវបានបញ្ចូលទៅក្នុងកម្មវិធី SPSS ដើម្បីធ្វើការវិភាគ និងរំលេចនូវលទ្ធផលសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវទាំងមូល។ ទិន្នន័យទាំងនេះត្រូវបានវិភាគដោយប្រើប្រាស់វិធីស្ថិតិពណ៌នាដោយមានការបង្ហាញលទ្ធផលជាភាគរយ និងតារាងស្ថិតិជាដើម។

៣. លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

ការស្រាវជ្រាវនេះមានគោលបំណងស្វែងយល់អំពីទស្សនៈ និងឥរិយាបថនៃការទិញផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់របស់ប្រជាពលរដ្ឋរស់នៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ។ ការស្រាវជ្រាវនេះ គឺជាករណីសិក្សាមួយដែលមានអ្នកចូលរួមបំពេញកម្រងសំណួរតាមអនឡាញចំនួន ១០០នាក់ ដែលក្នុងនោះ អតិថិជនជាស្ត្រីមានចំនួន ៥៩% នៃអ្នកចូលរួមទាំងអស់។ ភាគច្រើននៃអ្នកចូលរួម (៥៣ %) មានអាយុចន្លោះពី ២០-៣០ ឆ្នាំ និងអ្នកមានអាយុចន្លោះពី ៣០-៤០ ឆ្នាំ មានចំនួន ៣៩% ខណៈអតិថិជនមានអាយុលើសពី៤០ឆ្នាំ មានត្រឹមតែ ៥% ប៉ុណ្ណោះ ចំណែកសមាមាត្រ ៣% ទៀតគឺជាក្រុមអតិថិជនដែលមានអាយុតិចជាង២០ឆ្នាំ។ បន្ថែមពីលើនេះ លទ្ធផលក៏បានបង្ហាញថា ក្នុងចំណោមអតិថិជនដែលបានចូលរួមទាំង១០០នាក់ ៣៧% មានអាជីពជាមន្ត្រីរាជការ, ៣៤% ជាបុគ្គលិកធ្វើការក្នុងវិស័យឯកជន, ១១% កំពុងបម្រើការនៅតាមអង្គការជាតិនិងអន្តរជាតិនានា, ៤% ប្រកបអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ដោយឡែក ១៤% ទៀតមានអាជីពចម្រុះផ្សេងៗទៀត។

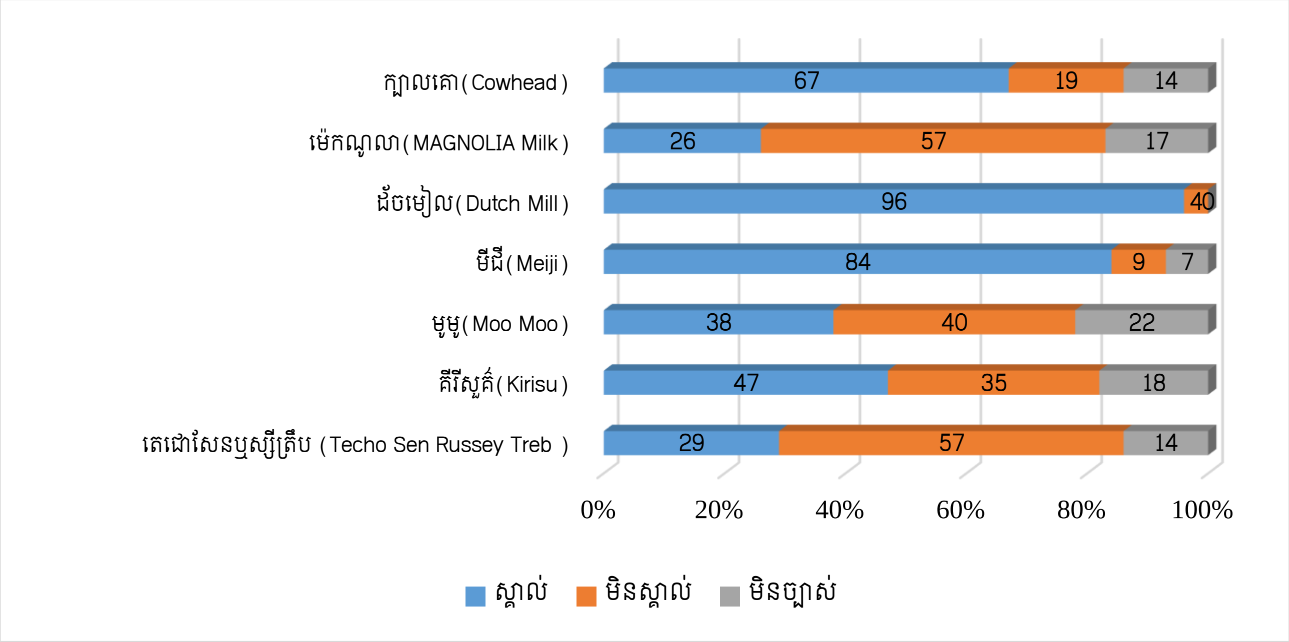
៣.១- និន្នាភាពការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់របស់ប្រជាពលរដ្ឋ

ក្នុងផ្នែកនេះ យើងនឹងបង្ហាញពីលទ្ធផលស្រាវជ្រាវទាក់ទងនឹងការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់របស់ប្រជាពលរដ្ឋរស់នៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ដោយរួមមាន ប្រភេទទឹកដោះគោដែលប្រជាពលរដ្ឋធ្លាប់ស្គាល់ឬប្រើប្រាស់, ទម្លាប់នៃការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោ, និងក្រុមមនុស្សដែលប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់នៅក្នុងគ្រួសារនីមួយៗជាដើម។ បើពិនិត្យមើលនៅលើទីផ្សារទឹកដោះគោស្រស់ក្នុងរាជធានីភ្នំពេញនាពេលសព្វថ្ងៃ គេសង្កេតឃើញថា មានផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់ជាច្រើនប្រភេទដែលជាការនិយមចូលចិត្តរបស់ប្រជាពលរដ្ឋទូទៅ ដែលក្នុងនោះមានទាំងផលិតផលនាំចូល និងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុកផងដែរ។ ក្នុងការសិក្សានេះ ផលិតផលទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុកចំនួនបីប្រភេទត្រូវបានលើកមកសិក្សាគឺ "ទឹកដោះគោស្រស់ម៉ាកមូមូ (Moo Moo Milk)", "ទឹកដោះគោស្រស់គីរីស្ទូគ៌(Kirisu)", និង "ទឹកដោះគោស្រស់តេជោសែនឫស្សីត្រឹប(Techo Sen Russey Treb)"។ ដោយឡែកទឹកដោះគោនាំចូលមានចំនួនបួន

ប្រភេទគឺ "ទឹកដោះគោម៉ាកក្បាលគោ(Cowhead)", "ទឹកដោះគោម៉េកណូលា (Magnolia milk)", "ទឹកដោះគោដ័ចមៀល(Dutch Mill)" និង "ទឹកដោះគោមីជី(Meiji)"[3]។

លទ្ធផលនៅក្នុង **រូបភាពទី១** ខាងក្រោមបង្ហាញថា ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងរាជធានីភ្នំពេញស្គាល់ប្រភេទទឹកដោះគោនាំចូលច្រើនជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក។ យ៉ាងហោចណាស់មានប្រជាពលរដ្ឋប្រមាណ ៦៧% បានឆ្លើយថាធ្លាប់ស្គាល់ម៉ាកទឹកដោះគោនាំចូលនីមួយៗទាំងនោះ លើកលែងតែទឹកដោះគោម៉ាក "មេកណូលា (Magnolia Milk)" មួយចេញ ដែលមានប្រជាពលរដ្ឋតែ ២៦% ប៉ុណ្ណោះបានឆ្លើយថា "*ធ្លាប់ស្គាល់*" ផលិតផលទឹកដោះគោម៉ាកនេះ។ ក្នុងចំណោមទឹកដោះគោនាំចូលទាំងអស់ ទឹកដោះគោម៉ាក "ដ័ចមៀល (Dutch Milk)" ហាក់មានប្រជាប្រិយភាពខ្លាំងជាងគេ ដោយមានប្រជាពលរដ្ឋរហូតដល់ ៩៦ % បានឆ្លើយថាស្គាល់ម៉ាកមួយនេះ។

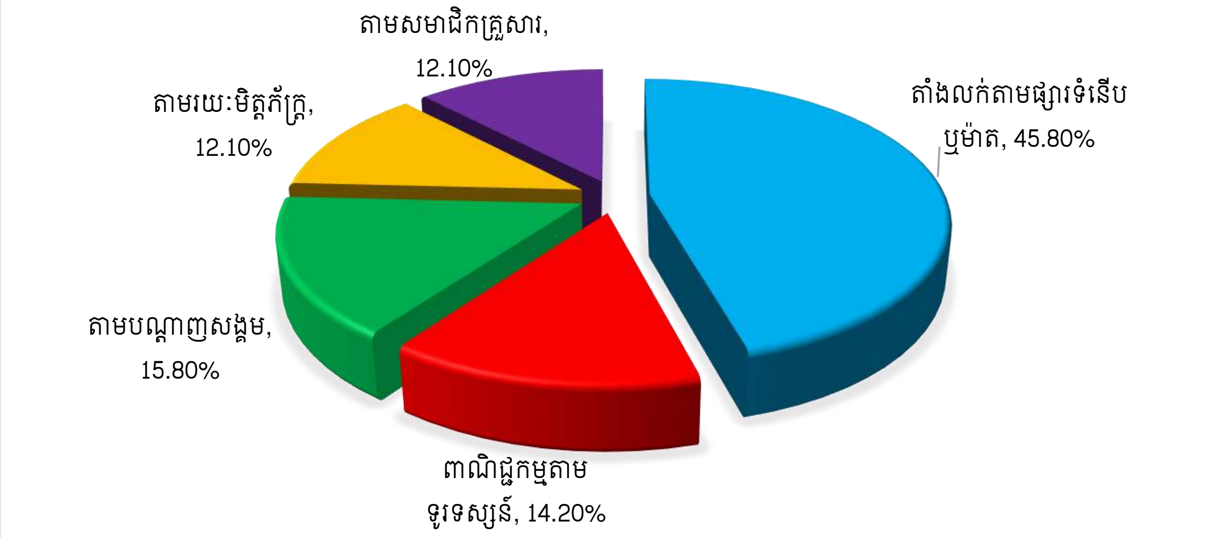
ក្នុងចំណោមទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុកទាំងអស់ ទឹកដោះគោម៉ាក "តេជោសែនឫស្សីត្រឹប" មានអ្នកស្គាល់ប្រមាណ ២៩% ស្របពេលដែលមានប្រជាពលរដ្ឋរហូតដល់ ៥៧% បានឆ្លើយថា "*មិនដែលស្គាល់*"។ បន្ថែមពីលើនេះ ទឹកដោះគោម៉ាក "គីរីស៊ូគំ (Kirisu)" ហាក់មានប្រជាប្រិយភាពខ្លាំងជាងគេ ដោយមានអ្នកស្គាល់ចំនួន ៤៧ % ស្របពេលដែលទឹកដោះគោម៉ាក "មូមូ (Moo Moo)" មានអ្នកស្គាល់ប្រមាណ ៣៨% លើសម៉ាក "តេជោសែនឫស្សីត្រឹប" ចំនួន៩% បើទោះបីជាផលិតផលទាំងពីរនេះ បានឈានជើងចូលក្នុងទីផ្សារទឹកដោះគោស្រស់ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ជាពិសេសរាជធានីភ្នំពេញ ក្នុងរយៈពេលប្រហាក់ប្រហែលគ្នាក្តី។



រូបភាពទី ១៖ ការយល់ដឹងរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ទៅលើម៉ាកសញ្ញាទឹកដោះគោស្រស់នៅកម្ពុជា

[3] គួរបញ្ជាក់ផងដែរថា ការសិក្សានេះ ពុំបានជ្រើសរើសយកផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់គ្រប់ប្រភេទនោះទេ ដោយការជ្រើសរើសគឺសម្រេចយកតែប្រភេទដែលជាការពេញនិយមជាទូទៅ និងចរាចរច្រើននៅលើទីផ្សារ រួមមានទាំងផ្សារទំនើប ផ្ទះលក់ចាប់ហួយធម្មតា និងមីនីម៉ាតជាដើម។ ជាក់ស្តែង ការជ្រើសរើសប្រភេទទឹកដោះគោស្រស់ត្រឹមតែ៧ប្រភេទនេះ ក៏ជាដែនកំណត់ និងជាករណីសិក្សាដោយប្រៀបធៀបផលិតផលទឹកដោះគោប្រភេទនាំចូល និងផលិតក្នុងស្រុក។

ពាក់ព័ន្ធនឹងសំណួរថា 'តើអ្នកប្រើប្រាស់ស្គាល់ម៉ាកទឹកដោះគោស្រស់ទាំងនេះដោយវិធីណា?' លទ្ធផលបង្ហាញថា ពួកគេភាគច្រើន(៤៥,៨%)ស្គាល់ទឹកដោះគោទាំងនេះ(ទាំងប្រភេទនាំចូល និងផលិតក្នុងស្រុក) តាមរយៈការឃើញដាក់តាំងបង្ហាញ ឬលក់នៅតាមផ្សារទំនើប ម៉ាត ឬហាងលក់គេសជ្ជៈនានា ដោយឡែក ប្រជាពលរដ្ឋមួយចំនួនទៀត (១៥,៨%) ស្គាល់តាមរយៈការផ្សព្វផ្សាយតាមបណ្តាញសង្គមដូចជា ហ្វេសប៊ុក (Facebook) ជាដើម។ ជាមួយគ្នានេះ មានអ្នកប្រើប្រាស់ប្រមាណ ១៤,២% ឆ្លើយថា "ស្គាល់" ទឹកដោះគោទាំងនេះតាមរយៈការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មលើកញ្ចក់ទូរទស្សន៍ ២៤,២ % ទៀតបានឆ្លើយថាស្គាល់តាមរយៈមិត្តភ័ក្រ្ត ឬតាមសមាជិកគ្រួសារផ្សេងទៀត។



រូបភាពទី ២៖ មធ្យោបាយដែលអ្នកប្រើប្រាស់បានស្គាល់ប្រភពនៃម៉ាកសញ្ញាទឹកដោះគោស្រស់

ពាក់ព័ន្ធនឹងការប្រើប្រាស់ ឬបរិភោគទឹកដោះគោស្រស់ប្រចាំថ្ងៃ លទ្ធផលបានបង្ហាញថា មានប្រជាពលរដ្ឋតែ ៨% ប៉ុណ្ណោះដែលនិយមប្រើប្រាស់ "ទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក" តែមួយមុខ ស្របពេលអ្នកដែលប្រើប្រាស់ "ទឹកដោះគោនាំចូល" តែមួយមុខ មានចំនួនរហូតដល់ ៣៧%។ ជាមួយគ្នានេះ ប្រជាពលរដ្ឋភាគច្រើន (៥៥%) បានជ្រើសរើសប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់ទាំងពីរប្រភេទ។ លទ្ធផលនេះ ពុំបានបញ្ជាក់ថា ក្នុងចំណោមអ្នកប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោទាំងពីរប្រភេទ ថាតើប្រភេទមួយណាដែលពួកគាត់ប្រើប្រាស់ច្រើនជាងគេនោះទេ ក៏ប៉ុន្តែបើពិនិត្យលើតួលេខនៃចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោទាំងពីរប្រភេទតែមួយមុខៗ យើងប្រហែលជាអាចសន្និដ្ឋានបានថាអតិថិជនទាំងនេះប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោនាំចូលច្រើនជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក។ បន្ថែមពីលើលទ្ធផលនេះ យើងសង្កេតឃើញថា ៦៣,៦៣% នៃបុគ្គលិកធ្វើការក្នុងស្ថាប័នអង្គការជាតិឬអន្តរជាតិនានា បានជ្រើសរើសប្រើប្រាស់តែប្រភេទ "ទឹកដោះគោនាំចូល" មួយមុខប៉ុណ្ណោះ ស្របពេលដែលតួលេខប្រជាពលរដ្ឋជាមន្ត្រីរាជការ និងបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុនឯកជននានាដែលប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោនាំចូល" មួយមុខ ក៏មានភាគរយខ្ពស់ ដោយតួលេខស្ថិតនៅ ៣៧,៤% និង ៤១,១៨% រៀងគ្នា។ អ្វីដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍គឺប្រជាពលរដ្ឋដែលមានអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ហាក់មិននិយមប្រើទឹកដោះគោស្រស់នោះទេ[4] (តារាងទី១)។

[4] ជាមួយនឹងចំណុចនេះ យើងពុំអាចកំណត់បានទេថា ប្រជាពលរដ្ឋដែលមានអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ស្ថិតក្នុងកម្រិតខ្ពស់ ទាប ឬមធ្យម។ ជាក់ស្តែង មុខរបរដែលស្ថិតក្នុងចំណាត់ថ្នាក់នេះ រាប់បញ្ចូលគ្រប់មុខរបរដែលអាចរកចំណូលដោយខ្លួនឯងបាន ដោយមិនពឹងលើប្រាក់ខែ ឬទទួលប្រាក់ចំណូលពីម្ចាស់អាជីវកម្មផ្សេង។

តារាងទី ១

របាយទិន្នន័យទាក់ទងនឹងទិដ្ឋភាពនៃការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់របស់អតិថិជន

	ប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោក្នុងស្រុក	ប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោនាំចូល	ប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោទាំងពីរប្រភេទ	សរុប
មន្ត្រីរាជការ	៤	១៤	១៩	៣៧
បុគ្គលិកក្រុមហ៊ុនឯកជន	២	១៤	១៨	៣៤
បុគ្គលិកអង្គការជាតិ/អន្តរជាតិ	១	៧	៣	១១
អ្នកមានអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន	១	១	២	៤
ការងារ/មុខរបរផ្សេងទៀត	០	១	១៣	១៤
សរុប	៨	៣៧	៥៥	១០០

លទ្ធផលក្នុងតារាងខាងក្រោមបង្ហាញថា ប្រជាពលរដ្ឋរស់នៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញប្រមាណ ៤៤% បានប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់អស់ចន្លោះពី ១-២លីត្រ ក្នុងមួយសប្តាហ៍ និងប្រជាពលរដ្ឋ ២១% បានប្រើប្រាស់អស់ចន្លោះពី ២-៤ លីត្រក្នុងមួយសប្តាហ៍។ ក្នុងនោះផងដែរ មានប្រជាពលរដ្ឋរហូតដល់ ២៤% ប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោមិនដល់មួយ លីត្រផងទេក្នុងមួយសប្តាហ៍ ដោយឡែកអ្នកដែលប្រើអស់ច្រើនជាង ៤លីត្រ ក្នុងមួយសប្តាហ៍ មានចំនួនតែ ១១% ប៉ុណ្ណោះ។ តាមរយៈលទ្ធផលនេះ យើងសង្កេតឃើញថា ៦៣,៦៣ % នៃអ្នកដែលប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោលើសពី៤លីត្រក្នុងមួយសប្តាហ៍ គឺជាបុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងក្រុមហ៊ុនឯកជន និងប្រមាណ ៥២,២៧% នៃប្រជាពលរដ្ឋដែលប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់អស់ចន្លោះពី ១-២លីត្រ ក្នុងមួយសប្តាហ៍វិញ គឺជាមន្ត្រីរាជការ។ ជាមួយគ្នានេះ ៤២,៨៦% នៃអ្នកប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់ចន្លោះពី ២-៤លីត្រ គឺជាបុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងក្រុមហ៊ុនឯកជន។ តាមរយៈលទ្ធផលនេះក្នុងតារាងទី២នេះ យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងក្រុមហ៊ុនឯកជន ជាទូទៅប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់ប្រចាំថ្ងៃច្រើនជាងក្រុមមនុស្សដែលមានមុខរបរផ្សេង។

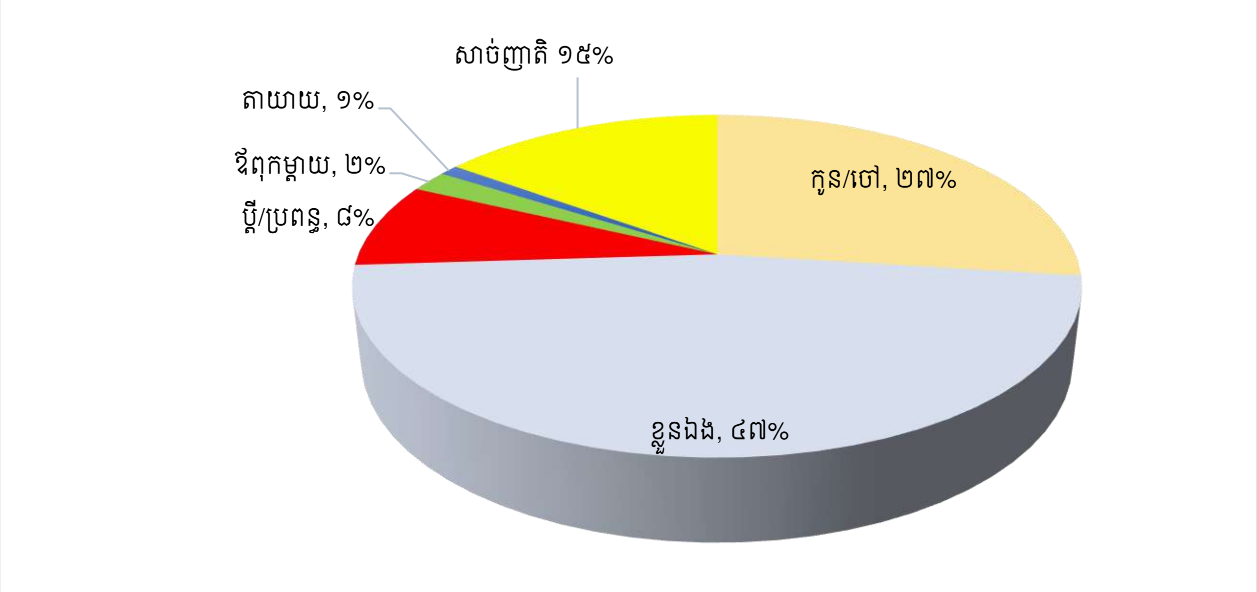
តារាងទី ២

របាយទិន្នន័យទាក់ទងនឹងបរិមាណនៃការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់របស់អតិថិជន

	ចំនួនទឹកដោះគោប្រើប្រាស់/សប្តាហ៍				សរុប
	តិចជាង១លីត្រ	១-២លីត្រ	២-៤លីត្រ	ច្រើនជាង៤លីត្រ	
មន្ត្រីរាជការ	៨	២៣	៥	១	៣៧
បុគ្គលិកក្រុមហ៊ុនឯកជន	៩	៩	៩	៧	៣៤
បុគ្គលិកអង្គការជាតិ/អន្តរជាតិ	៣	៧	១	០	១១
អ្នកមានអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន	១	១	១	១	៤
ការងារ/មុខរបរផ្សេងទៀត	៣	៤	៥	២	១៤
សរុប	២៤	៤៤	២១	១១	១០០

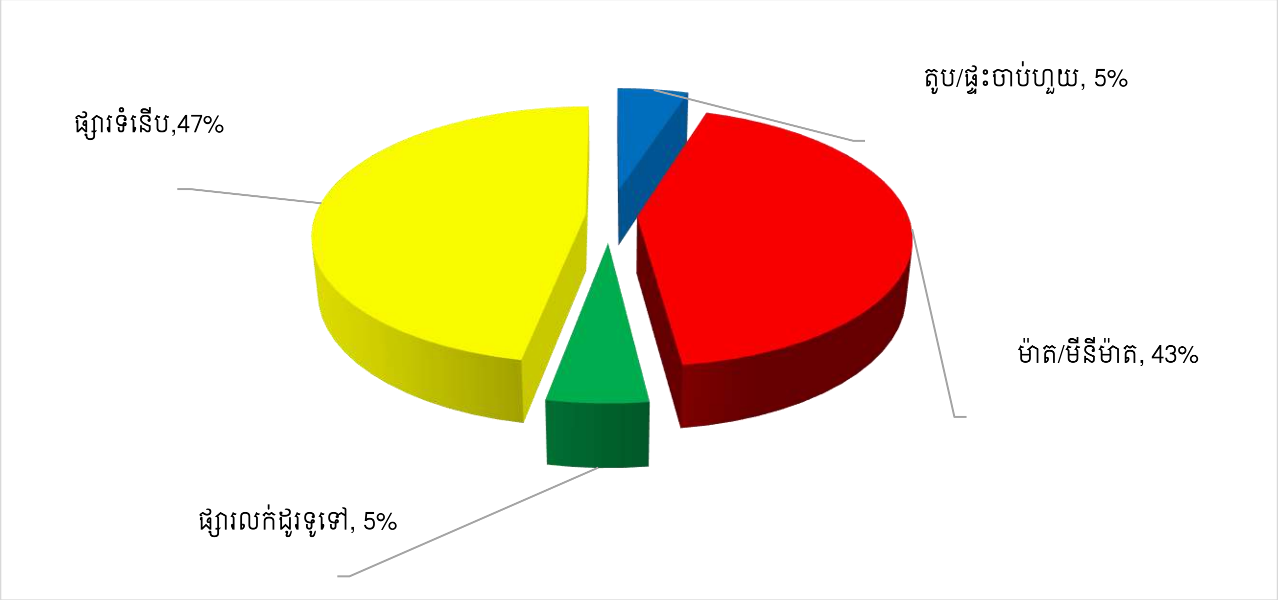
រូបភាពទី៣ខាងក្រោមបង្ហាញលទ្ធផលទាក់ទងទៅនឹងក្រុមមនុស្សដែលប្រើប្រាស់ ឬបរិភោគទឹកដោះគោស្រស់នៅក្នុងគ្រួសារនីមួយៗ។ គួរបញ្ជាក់ថាពាក្យ "*ខ្លួនឯង*" ក្នុងរូបភាពនេះចង់សំដៅដល់អ្នកដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សាផ្ទាល់ ដោយឡែក "*ប្ដី/ប្រពន្ធ*" សំដៅដល់ដៃគូដែលអាចជាប្ដី ឬប្រពន្ធរបស់អ្នកដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ។ ក្នុងនោះផងដែរ ពាក្យ "*កូន/ចៅ*" សំដៅដល់កូនៗ ឬជាចៅរបស់ពួកគាត់ ចំណែកពាក្យ "*សាច់ញាតិ*" សំដៅដល់ បង ប្អូន ពូ មីង អ៊ំ ក្មួយៗ របស់អ្នកដែលចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ។

ជាលទ្ធផល យើងសង្កេតឃើញថា ក្រុមមនុស្សដែលប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោច្រើនជាងគេគឺសាម៉ីខ្លួនផ្ទាល់តែម្ដង (៤៧%) ដោយឡែកកូនៗឬក៏ចៅរបស់ពួកគេ ជាក្រុមមនុស្សដែលប្រើប្រាស់ច្រើនលំដាប់ទី២ (២៧%)។ ជាមួយគ្នានេះ សាច់ញាតិរបស់ពួកគេគឺជាក្រុមមនុស្សដែលប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់ច្រើនលំដាប់ទី៣ (១៥%) ស្របពេលដែលប្ដីឬប្រពន្ធរបស់អ្នកដែលចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះស្ថិតក្នុងលំដាប់ទី៤ ដែលមានសមាមាត្រតែ ៨ % ប៉ុណ្ណោះ។ តាមលទ្ធផលនេះ គេសង្កេតឃើញថា មនុស្សចាស់ៗក្នុងគ្រួសារពុំមានចំណូលចិត្តក្នុងការបរិភោគទឹកដោះគោស្រស់នោះទេ។



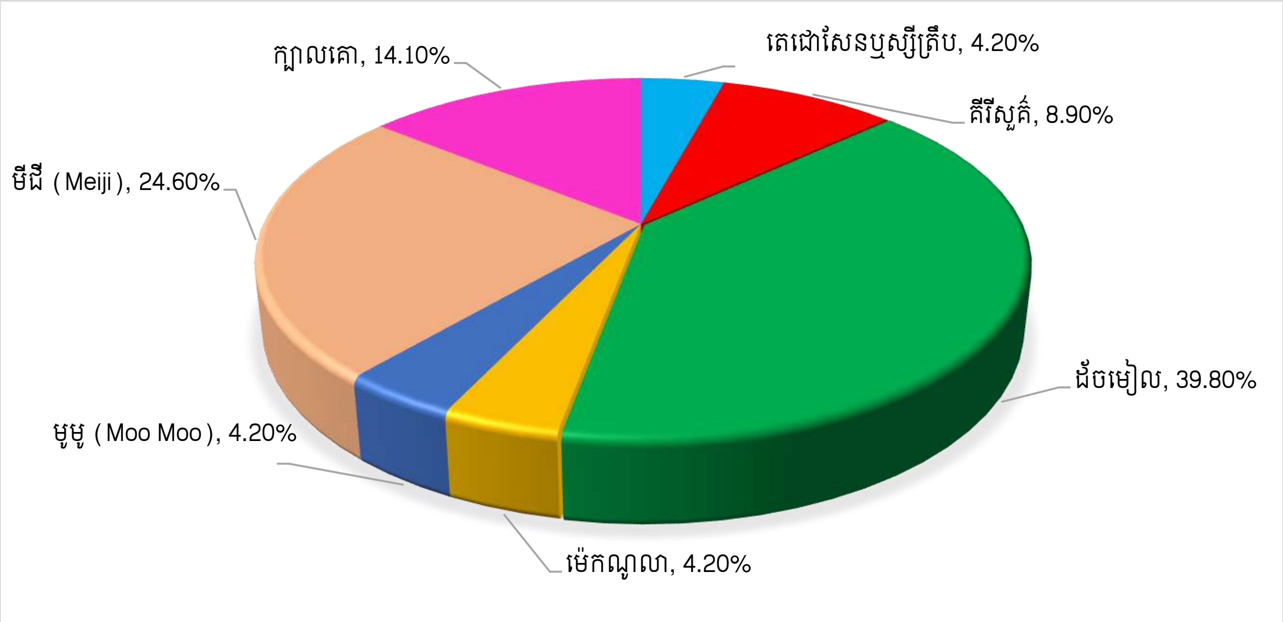
រូបភាពទី ៣៖ របាយទិន្នន័យនៃសមាជិកក្នុងគ្រួសារដែលពិសារទឹកដោះគោស្រស់

បន្ថែមពីលើនេះ លទ្ធផលក៏បានបង្ហាញថា ប្រជាពលរដ្ឋបានទិញទឹកដោះគោស្រស់ប្រើប្រាស់ក្នុងវត្ថុបំណងផ្សេងៗគ្នាដោយក្នុងនោះ ៣៧,២ % នៃចម្លើយដែលទទួលបានគឺសម្រាប់បរិភោគ, ៣០,៣% ប្រើប្រាស់ដោយសារគុណប្រយោជន៍ចំពោះសុខភាព ១៧,៦ % ប្រើប្រាស់ដើម្បីលាយជាមួយកាហ្វេ និង ១០,១% ប្រើប្រាស់ក្នុងការលាយជាមួយភេសជ្ជៈផ្សេងៗ និងប្រមាណ ៤,៨ % ទៀតប្រើប្រាស់ក្នុងគោលបំណងផ្សេងទៀតដូចជាធ្វើម្ហូបអាហារ ឬធ្វើផលិតផលបរិភោគផ្ទាល់ខ្លួនដូចជា ឈីស និងយ៉ាអ៊ួជាដើម។ ជាមួយគ្នានេះ លទ្ធផលក៏បានបង្ហាញថា ផ្សារទំនើប និងផ្សារប្រភេទមីនីម៉ាត ជាទីតាំងដែលប្រជាពលរដ្ឋក្នុងរាជធានីភ្នំពេញបានទិញទឹកដោះគោស្រស់មកប្រើប្រាស់ច្រើនជាងគេ ដោយក្នុងនោះ ផ្សារទំនើបមាន ៤៧% និង មីនីម៉ាតចំនួន ៤៣%។ ក្រៅពីនេះ ក៏មានផ្សារបែបប្រពៃណីមួយចំនួន និងតាមផ្ទះលក់ចាប់ហួយទូទៅផងដែរ (រូបភាពទី៤)។



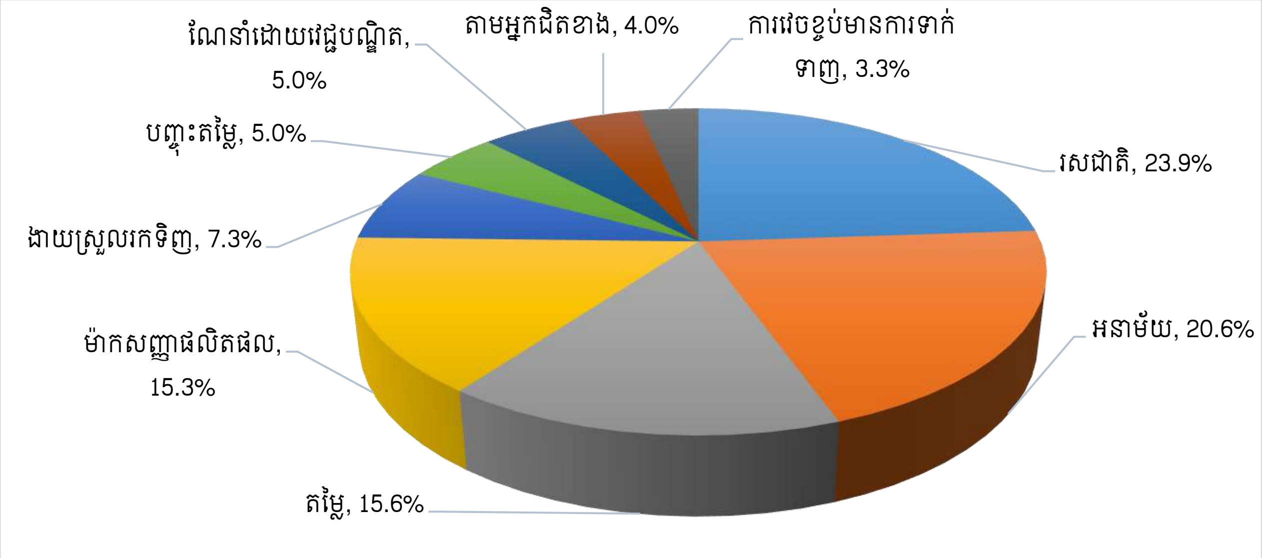
រូបភាពទី ៤៖ របាយទិន្នន័យទាក់ទងនឹងទីកន្លែងដែលអតិថិជនទិញទឹកដោះគោស្រស់

លទ្ធផលក្នុងរូបទី5 ខាងក្រោម បង្ហាញអំពីម៉ាកផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់ដែលប្រជាពលរដ្ឋបានទិញមកប្រើនារយៈពេលចុងក្រោយនេះ។ តាមរយៈរូបភាពនេះ ផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់ម៉ាក ដច់មៀល (៣៩,៨%) មានការពេញនិយមប្រើប្រាស់ជាងគេបើធៀបនឹងម៉ាកទឹកដោះគោប្រភេទផ្សេង ទឹកដោះគោម៉ាកមីជី (២៤,៦%) ទទួលបានការពេញនិយមលំដាប់ទី២, លំដាប់ទី៣ ជាទឹកដោះគោម៉ាក ក្បាលគោ (១៤,១%)។ ជាមួយគ្នានេះ យើងសង្កេតឃើញថា ទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុកមិនសូវជាទទួលបានការពេញនិយមនោះទេដោយក្នុងនោះ ទឹកដោះគោស្រស់ម៉ាកគីរីសួគ៌ទទួលបានការគាំទ្រច្រើនជាងគេ ក្នុងចំណោមទឹកដោះគោដែលជាផលិតផលក្នុងស្រុកទាំងអស់។



រូបភាពទី ៥៖ របាយទិន្នន័យទាក់ទងនឹងប្រភេទទឹកដោះគោស្រស់ដែលអតិថិជនជាវមកប្រើប្រាស់ពេលថ្មីៗ

ទាក់ទងនឹងកត្តាដែលអ្នកប្រើប្រាស់ពិចារណាមុននឹងសម្រេចចិត្តទិញផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់មកប្រើប្រាស់ លទ្ធផលបានបង្ហាញថា "រសជាតិ" និង "អនាម័យ" ជាកត្តាចម្បងជាងគេ ដោយមានសមាមាត្រ ២៣,៩ % និង ២០,៦% រៀងគ្នា។ កត្តា "ម៉ាកសញ្ញាផលិតផល" និង "តម្លៃ" ក៏ជាកត្តាចម្បងពីរទៀតដែលអ្នកប្រើប្រាស់ពិចារណាខ្លាំងផងដែរ (រូបភាពទី៦)។ កត្តាផ្សេងទៀតដូចជា "ការវេចខ្ចប់/សម្បកមានភាពទាក់ទាញ", "ភាពងាយស្រួលរកទិញ", "ការបញ្ចុះតម្លៃ" ជាដើម គឺជាកត្តាបន្ទាប់បន្សំប៉ុណ្ណោះ។



រូបភាពទី ៦៖ កត្តាដែលជម្រុញ/មានឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្តទិញទឹកដោះគោស្រស់របស់អតិថិជន

៣.២- ទស្សនៈអតិថិជនចំពោះទឹកដោះគោស្រស់

លទ្ធផលក្នុងតារាងខាងក្រោមបង្ហាញពីទស្សនៈរបស់អតិថិជនទៅលើទឹកដោះគោស្រស់ដែលជាផលិតក្នុងស្រុក និងផលិតផលនាំចូល។ ការសិក្សាទៅលើទស្សនៈរបស់អតិថិជន គឺផ្តោតទៅលើកត្តាមួយចំនួនដូចជាតម្លៃ អនាម័យ គុណភាព សំបកវេចខ្ចប់ និងរសជាតិរបស់ទឹកដោះគោទាំងពីរប្រភេទ។ លទ្ធផលបង្ហាញថា ក្នុងចំណោមអតិថិជនដែលបានចូលរួមទាំងអស់ មានអតិថិជនចំនួន ៣១% យល់ថា "*ទឹកដោះគោនាំចូលមានតម្លៃថ្លៃជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក*" ជាមួយគ្នានេះ ភាគច្រើននៃអ្នកដែលយល់ឃើញបែបនេះ មានមុខរបរជាមន្ត្រីរាជការនិងបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុនឯកជន (៧៧,៤២%)។ ដោយឡែក អតិថិជនដែលពុំយល់ស្របជាមួយនឹងអំណះអំណាង "*ទឹកដោះគោនាំចូលមានតម្លៃថ្លៃជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក*" មានចំនួន ២៦% នៃអ្នកចូលរួមទាំងអស់ ហើយភាគច្រើនគឺជាមន្ត្រីរាជការ (៥៣,៨៥%)។ ចំពោះអំណះអំណាងដដែលនេះ យើងសង្កេតឃើញថាមានអតិថិជនចំនួន ៤៣% បានជ្រើសរើសយកជម្រើស "*គ្មានយោបល់*" ដែលចំពោះករណីនេះ ប្រហែលជាពួកគាត់យល់ថា វាមានការពិបាកក្នុងការកំណត់ឱ្យបានច្បាស់ថា ផលិតផលមួយណាមានតម្លៃថ្លៃជាងឬថោកជាង ឬទំនងជាពួកគាត់ពុំធ្លាប់បានធ្វើការប្រៀបធៀបតម្លៃផលិតផលនៅពេលពេលទិញនោះទេ។

តារាងទី ៣

របាយទិន្នន័យទាក់ទងនឹងទស្សនៈរបស់អតិថិជនទៅលើទឹកដោះគោស្រស់ អាស្រ័យលើអថេរមុខរបរបស់អតិថិជន

		មុខរបររបស់អតិថិជន					
		មន្ត្រីរាជការ	បុគ្គលិកឯកជន	បុគ្គលិកអង្គការ	អាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន	ផ្សេងទៀត	សរុប
ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានតម្លៃថ្លៃជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក	មិនយល់ស្រប	១៤	៥	១	១	៥	២៦
	មិនមានយោបល់	១១	១៧	៨	៣	៤	៤៣
	យល់ស្រប	១២	១២	២	០	៥	៣១
ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានអនាម័យជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក	មិនយល់ស្រប	៩	៧	២	១	៦	២៥
	មិនមានយោបល់	១៤	១២	៤	០	៣	៣៣
	យល់ស្រប	១៤	១៥	៥	៣	៥	៤២
ខ្ញុំជឿជាក់លើគុណភាពទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក	មិនយល់ស្រប	១២	៨	៣	១	៥	២៩
	មិនមានយោបល់	១២	៧	៥	០	៥	២៩
	យល់ស្រប	១៣	១៩	៣	៣	៤	៤២
ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានសំបកវេចខ្ចប់ទាក់ទាញនិងងាយស្រួលប្រើជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក	មិនយល់ស្រប	៨	៥	១	១	៥	២០
	មិនមានយោបល់	៩	៩	៦	១	៣	២៨
	យល់ស្រប	២០	២០	៤	២	៦	៥២
ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានរសជាតិឆ្ងាញ់ជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក	មិនយល់ស្រប	១០	៧	៥	១	៨	៣១
	មិនមានយោបល់	១៥	១១	២	១	៣	៣២
	យល់ស្រប	១២	១៦	៤	២	៣	៣៧

ទាក់ទងទៅនឹងកត្តា "*អនាម័យ*" និងកត្តា "*គុណភាព*" យើងសង្កេតឃើញថា មានអតិថិជនចំនួន ៤២% ដូចគ្នាដែលយល់ថា ទឹកដោះគោនាំចូលមានអនាម័យ និងគុណភាពខ្ពស់ជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក។ ចំពោះរបាយទិន្នន័យដែលបង្ហាញថាអ្នកប្រើប្រាស់ "*មិនយល់ស្រប*" ថាទឹកដោះគោនាំចូលមានអនាម័យជាងទឹកដោះគោក្នុងស្រុកមានចំនួន ២៥% ដោយឡែកចំពោះកត្តា "*គុណភាព*" មានចំនួន ២៩% ចំពោះជម្រើសដូចគ្នានេះ។ ផ្អែកទៅលើកត្តា "ការវេចខ្ចប់" លទ្ធផលបង្ហាញថា មានប្រជាពលរដ្ឋចំនួន ៥២% យល់ថាទឹកដោះគោនាំចូល មានការវេចខ្ចប់ល្អជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក ស្របពេលដែលតួលេខអ្នកមិនយល់ស្របនឹងទស្សនៈនេះមានត្រឹមតែ ២០% ប៉ុណ្ណោះ។ តួលេខទាក់ទងនឹងទស្សនៈរបស់ប្រជាពលរដ្ឋដោយផ្អែកលើកត្តា "*រសជាតិ*" ឃើញថាមានចំនួនប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ដោយក្នុងនោះអ្នកដែលយល់ថាទឹកដោះគោនាំចូលមានរសជាតិប្រសើរជាង ឬឆ្ងាញ់ជាងទឹកដោះគោក្នុងស្រុកមានចំនួន ៣៧% ដោយឡែកអ្នកមិនយល់ស្របនឹងទស្សនៈនេះមានចំនួន ៣១%។

បន្ថែមពីលើនេះ លទ្ធផលក្នុងតារាងខាងក្រោមបង្ហាញថា ក្នុងចំណោមអ្នកដែល "*យល់ស្រប*" ថាផលិតផលទឹកដោះគោនាំចូលមានតម្លៃថ្លៃជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក មាន ៣៨,៧១ % ប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោនាំចូល" សុទ្ធ និងមាន ៦១,២៩ % ប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោទាំងពីរប្រភេទ។ ជាមួយគ្នានេះ ភាគច្រើននៃអតិថិជនដែល "*មិនយល់ស្រប*"

លើអំណះអំណាងដែលថា "*ទឹកដោះគោនាំចូលមានតម្លៃថ្លៃជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក*" បានជ្រើសរើសប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោទាំងពីរប្រភេទ (៥៧,៦៩ %) និងអ្នកដែលប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោនាំចូលសុទ្ធមានចំនួន ៣៤,៦២%។

ដោយឡែកទាក់ទងនឹងកត្តា "អនាម័យ" វិញ យើងសង្កេតឃើញថា ភាគច្រើន (៥២,៣៨%) នៃអតិថិជនដែល "*យល់ស្រប*" ថាផលិតផលទឹកដោះគោនាំចូលមានអនាម័យជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក បានជ្រើសរើសប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោនាំចូល" មួយមុខប៉ុណ្ណោះ ដោយឡែកក្នុងចំណោមអ្នកដែល "*យល់ស្រប*" នេះ មានត្រឹមតែ ២,៣៨% ប៉ុណ្ណោះនៃអ្នកប្រើប្រាស់"ទឹកដោះគោក្នុងស្រុក" តែមួយមុខ។ ជាមួយគ្នានេះ លទ្ធផលក៏បង្ហាញថា អតិថិជនដែល "*មិនយល់ស្រប*" ចំពោះអំណះអំណាងដែលថាទឹកដោះគោនាំចូលមានអនាម័យជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក មានសមាមាត្រស្មើគ្នា (១៦% ដូចគ្នា) ចំពោះជម្រើសប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោក្នុងស្រុក" និង "ទឹកដោះគោនាំចូល"។

តារាងទី ៤

របាយទិន្នន័យទាក់ទងនឹងទស្សនៈរបស់អតិថិជនចំពោះទឹកដោះគោស្រស់ អាស្រ័យលើអថេរទម្លាប់នៃការប្រើប្រាស់

		ទម្លាប់នៃការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោ			សរុប
		ប្រើប្រាស់តែទឹកដោះគោក្នុងស្រុក	ប្រើប្រាស់តែទឹកដោះគោនាំចូល	ប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោទាំងពីរប្រភេទ	
ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានតម្លៃថ្លៃជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក	មិនយល់ស្រប	២	៩	១៥	២៦
	មិនមានយោបល់	៦	១៦	២១	៤៣
	យល់ស្រប	០	១២	១៩	៣១
ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានអនាម័យជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក	មិនយល់ស្រប	៤	៤	១៧	២៥
	មិនមានយោបល់	៣	១១	១៩	៣៣
	យល់ស្រប	១	២២	១៩	៤២
ខ្ញុំជឿជាក់លើគុណភាពទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក	មិនយល់ស្រប	៦	៤	១៩	២៩
	មិនមានយោបល់	១	១១	១៧	២៩
	យល់ស្រប	១	២២	១៩	៤២
ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានសំបកវេចខ្ចប់ទាក់ទាញនិងងាយស្រួលប្រើជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក	មិនយល់ស្រប	៤	៦	១០	២០
	មិនមានយោបល់	១	១២	១៥	២៨
	យល់ស្រប	៣	១៩	៣០	៥២
ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានរសជាតិឆ្ងាញ់ជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក	មិនយល់ស្រប	៤	៨	១៩	៣១
	មិនមានយោបល់	១	១១	២០	៣២
	យល់ស្រប	៣	១៨	១៦	៣៧

ដោយឡែកផ្ដោតលើកត្តា "គុណភាព" វិញ លទ្ធផលបង្ហាញថា ភាគច្រើន (៥២,៣៨%) នៃអ្នកដែលគាំទ្រថា "ទឹកដោះគោនាំចូលមានគុណភាពល្អជាងទឹកដោះគោក្នុងស្រុក" បានជ្រើសរើសប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោនាំចូល" មួយមុខ

ស្របពេលដែលអ្នកដែលប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោក្នុងស្រុក" មានត្រឹមតែ ២,៣៨%។ ក្នុងចំណោមអតិថិជនដែល "*មិនយល់ស្រប*" ជាមួយនឹងអំណះអំណាងខាងលើនេះ យើងសង្កេតឃើញថា អ្នកដែលប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោក្នុងស្រុក" មានចំនួនច្រើនជាងអតិថិជនដែលប្រើប្រាស់ "ទឹកដោះគោនាំចូល" តែមួយមុខ។ ចំពោះកត្តា "ការវេចខ្ចប់" វិញ លទ្ធផលបញ្ជាក់ថា ៣០% នៃអតិថិជនដែល "*មិនយល់ស្រប*" ជាមួយនឹងអំណះអំណាងដែលថា "ទឹកដោះគោនាំចូលមានការវេចខ្ចប់ទាក់ទាញនិងងាយស្រួលប្រើជាងទឹកដោះគោក្នុងស្រុក" បានជ្រើសរើសប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោនាំចូល" មួយមុខ។ ដោយឡែក ចំនួនអ្នកដែលជ្រើសរើសប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោនាំចូល" មួយមុខមានរហូតដល់ ៣៦,៥៤% ក្នុងចំណោមអតិថិជនដែលបាន "*យល់ស្រប*" ជាមួយនឹងអំណះអំណាងខាងលើ។

ចំពោះកត្តា "រសជាតិ" វិញ យើងសង្កេតឃើញថា ក្នុងចំណោមអតិថិជនដែល "*យល់ស្រប*" ថាទឹកដោះគោនាំចូលមានរសជាតិឆ្ងាញ់ជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក មាន ៤៨,៦៥% បានជ្រើសរើសប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោនាំចូល" និងមានអតិថិជនតែ ៨,១ % ប៉ុណ្ណោះដែលប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោក្នុងស្រុក" មួយមុខ។ ជាមួយគ្នានេះ ក្នុងចំណោមអតិថិជនដែលបង្ហាញការ "*មិនយល់ស្រប*" ចំពោះអំណះអំណាងនេះ មាន ៦១,២៩% បានជ្រើសរើសប្រើប្រាស់ "ទឹកដោះគោទាំងពីរប្រភេទ" ដោយឡែកអ្នកដែលប្រើប្រាស់តែ "ទឹកដោះគោនាំចូល" មួយមុខ មានចំនួន ២៥,៨ %។

៣.៣- ឥរិយាបថរបស់អតិថិជនក្នុងការទិញទឹកដោះគោស្រស់

លទ្ធផលស្រាវជ្រាវនៅក្នុងចំណុចនេះ ផ្តោតទៅលើឥរិយាបថទិញរបស់អតិថិជនក្នុងការជ្រើសរើសទិញផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់។ លទ្ធផលបង្ហាញថា មានអតិថិជនតែ ២១% ប៉ុណ្ណោះបានឆ្លើយថាពួកគាត់ជ្រើសរើសទិញតែទឹកដោះគោណាដែលមានតម្លៃទាប ដោយឡែកអ្នកដែលយល់ផ្ទុយពីនេះ មានចំនួន ៥៥%។ ជាមួយគ្នានេះ មានអតិថិជនចំនួន ៤៣% ឆ្លើយថាពួកគាត់ជ្រើសរើសទិញតែទឹកដោះគោណាដែលមានកាលបរិច្ឆេទប្រើប្រាស់ និងរក្សាទុកបានយូរ ដោយឡែកអ្នកដែលយល់ផ្ទុយពីនេះមានចំនួន ៣៤% នៃអតិថិជនទាំងអស់។ លទ្ធផលក៏បានបង្ហាញថា មានអតិថិជនរហូតដល់ ៥០% បានជ្រើសរើសទិញទឹកដោះគោដោយពិចារណាទៅលើកត្តា "ការវេចខ្ចប់" ស្របពេលដែល ២៣% នៃអតិថិជនដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះមិនគិតថាកត្តា"ការវេចខ្ចប់"គឺជាកត្តាកំណត់ក្នុងការជ្រើសរើសទិញផលិតផលទឹកដោះគោរបស់ពួកគេនោះទេ។

តារាងទី ៥

របាយទិន្នន័យទាក់ទងនឹងឥរិយាបថរបស់អតិថិជនរៀងរាល់ពេលទិញទឹកដោះគោស្រស់មកបរិភោគឬប្រើប្រាស់

		មុខរបររបស់អតិថិជន					
		មន្ត្រីរាជការ	បុគ្គលិកឯកជន	បុគ្គលិកអង្គការ	អាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន	ផ្សេងទៀត	សរុប
ខ្ញុំជ្រើសយកតែទឹកដោះគោណាដែលមានតម្លៃធូរថ្លៃជាងគេប៉ុណ្ណោះ។	មិនយល់ស្រប	២២	១៨	៦	២	៧	៥៥
	មិនមានយោបល់	៩	៩	៣	១	២	២៤
	យល់ស្រប	៦	៧	២	១	៥	២១
	មិនយល់ស្រប	១៣	៩	៤	១	៧	៣៤

ខ្ញុំទិញផលិតផលទឹកដោះគោណាដែលមានកាលបរិច្ឆេទប្រើប្រាស់បានយូរ។	មិនមានយោបល់	៥	៩	៥	២	២	២៣
	យល់ស្រប	១៩	១៦	២	១	៥	៤៣
ខ្ញុំពិនិត្យមើលលើសំបកវេចខ្ចប់ (ប្រអប់/កំប៉ុង/ដបច្រក...)។	មិនយល់ស្រប	៧	៩	១	៣	៧	២៧
	មិនមានយោបល់	១០	៧	៤	០	២	២៣
	យល់ស្រប	២០	១៨	៦	១	៥	៥០
ខ្ញុំទិញតែទឹកដោះគោណាដែលខ្ញុំធ្លាប់ទិញតែប៉ុណ្ណោះ។	មិនយល់ស្រប	៤	៦	៣	០	៣	១៦
	មិនមានយោបល់	៥	៨	៣	២	៣	២១
	យល់ស្រប	២៨	២០	៥	២	៨	៦៣
ខ្ញុំទិញតែទឹកដោះគោស្រស់ណាដែលខ្ញុំងាយរកទិញបានតែប៉ុណ្ណោះ។	មិនយល់ស្រប	៨	១១	៤	១	២	២៦
	មិនមានយោបល់	១២	១១	២	១	៣	២៩
	យល់ស្រប	១៧	១២	៥	២	៩	៤៥
ខ្ញុំទិញផលិតផលទឹកដោះគោណាដែលមានប្រូម៉ូសិនពិសេស (ឧ. ទិញ១ថែម១ ឬការបញ្ចុះតម្លៃជាដើម)។	មិនយល់ស្រប	១៦	17	7	1	9	50
	មិនមានយោបល់	៩	១១	២	២	២	២៦
	យល់ស្រប	១២	៦	២	១	៣	២៤
ខ្ញុំទិញផលិតទឹកដោះគោស្រស់ណាដែលគេនិយមទិញ។	មិនយល់ស្រប	១៣	៩	៤	១	៥	៣២
	មិនមានយោបល់	១៣	១៤	៣	៣	៥	៣៨
	យល់ស្រប	១១	១១	៤	០	៤	៣០
ជាធម្មតាខ្ញុំទិញផលិតផលទឹកដោះគោណាដែលគ្រូពេទ្យបានណែនាំ។	មិនយល់ស្រប	៩	៥	២	០	៤	២០
	មិនមានយោបល់	១៥	១៤	៥	២	៤	៤០
	យល់ស្រប	១៣	១៥	៤	២	៦	៤០

ទាក់ទងជាមួយនឹង ឥរិយាបថនៃការទិញតាមទម្លាប់វិញ គេសង្កេតឃើញថា មានអតិថិជនរហូតដល់ ៦៣% បានជ្រើសរើសទិញតែទឹកដោះគោណាដែលពួកគាត់ធ្លាប់ទិញតែប៉ុណ្ណោះ ស្របពេលដែលអ្នកដែលមិនចូលចិត្តទិញតាមទម្លាប់ មានត្រឹមតែ១៦%។ ជាមួយគ្នានេះ អតិថិជនចំនួន ៤៥% បានជ្រើសរើសទិញទឹកដោះគោប្រើប្រាស់ដោយអាស្រ័យលើកត្តាទីតាំងដែលងាយស្រួលរកទិញ និង ២៦% មិនបានពិចារណាទៅលើកត្តាមួយនេះទេ។

ទាក់ទងជាមួយនឹងកត្តា "ប្រូម៉ូសិនពិសេស" លទ្ធផលបង្ហាញថា មានអតិថិជនតែចំនួន ២៤% ប៉ុណ្ណោះដែលជ្រើសរើសទិញដោយពិចារណាខ្លាំងលើកត្តាមួយនេះ ស្របពេលដែលអ្នកដែលមិនគិតពីកត្តានេះ មានរហូតដល់ ៥០% នៃអតិថិជនដែលបានចូលរួមទាំងអស់។ ផ្អែកលើកត្តា "ភាពពេញនិយមរបស់ផលិតផល" វិញ លទ្ធផលបង្ហាញថា អ្នកដែលជ្រើសរើសទិញ និងអ្នកដែលមិនជ្រើសរើសទិញ ផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់ដោយសារតែការពេញនិយមប្រើប្រាស់ច្រើន មានសមាមាត្រ ៣០% និង ៣២% រៀងគ្នា។ ដោយឡែកចំពោះកត្តា "ទិញតាមការណែនាំដោយគ្រូពេទ្យឬ

អ្នកជំនាញ” លទ្ធផលបង្ហាញថា សមាមាត្រផលធៀបនៃអ្នក “ទិញតាមការណែនាំរបស់គ្រូពេទ្យឬអ្នកជំនាញ” មានលើសអ្នកដែល “មិនទិញតាមការណែនាំរបស់គ្រូពេទ្យឬអ្នកជំនាញ” រហូតដល់ទៅពីរដង (៤០% ទល់នឹង ២០%)។

បន្ថែមពីលើនេះ យើងសង្កេតឃើញថា ភាគច្រើននៃអ្នក “*យល់ស្រប*” និង “*មិនយល់ស្រប*” ជាមួយនឹងអំណះអំណាងនីមួយៗខាងលើ ភាគច្រើនជាមន្ត្រីរាជការ និងបុគ្គលិកបម្រើការនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនឯកជននានា ក៏ប៉ុន្តែ ផ្អែកលើលទ្ធផលនេះ យើងពិបាកក្នុងការធ្វើការសន្និដ្ឋានបានពីភាពខុសគ្នារវាងឥរិយាបថទិញរបស់ក្រុមគោលដៅទាំងនេះ ដោយសារតែសមាមាត្រនៃអ្នក “*យល់ស្រប*” និង “*មិនយល់ស្រប*” ក្នុងចំណោមក្រុមគោលដៅទាំងនេះមានទំនោរពុំច្បាស់លាស់ ជាពិសេសក្នុងចំណោមមន្ត្រីរាជការ និងអ្នកធ្វើការងារក្រុមហ៊ុនឯកជន។

៤. ការពិភាក្សា

លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវនេះបានបញ្ជាក់ថា បើគិតលើចំណែកទីផ្សារទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុកគឺនៅមានទំហំតូចខ្លាំងបើធៀបទៅនឹងចំណែកទីផ្សាររបស់ទឹកដោះគោនាំចូល។ ម្យ៉ាងទៀត ប្រជាពលរដ្ឋក៏មិនសូវស្គាល់ទឹកដោះគោក្នុងស្រុកច្រើនប៉ុន្មានដែរ ដែលជាក់ស្តែង នេះជាបញ្ហាទូទៅមួយរបស់ទឹកដោះគោក្នុងស្រុក ក៏ដូចជាផលិតផលក្នុងស្រុកដទៃផ្សេងទៀត។ យោងតាម The Phnom Penh Post (2019) កត្តាប្រកួតប្រជែងតម្លៃ និងកង្វះទំនុកចិត្តពីអ្នកប្រើប្រាស់ គឺជាមូលហេតុដែលនាំឱ្យទឹកដោះគោក្នុងស្រុកពុំសូវមានប្រជាប្រិយភាព និងពិបាកប្រជែងយកចំណែកទីផ្សារ។ ទន្ទឹមនេះ ក៏មានការសិក្សាអន្តរជាតិជាច្រើនបានបញ្ជាក់ពីការប្រកួតប្រជែងលើទីផ្សារ និងប្រជាប្រិយភាពមានកម្រិតទាក់ទងនឹងទឹកដោះគោក្នុងស្រុកធៀបជាមួយនឹងទឹកដោះគោនាំចូល។ លទ្ធផលសិក្សារបស់ (Thøgersen et al., 2019) ដែលធ្វើនៅប្រទេសចំនួនប្រាំរួមមាន អាឡឺម៉ង់ បារាំង ដាណឺម៉ាក ចិន និងថៃ បង្ហាញថាអតិថិជននៅប្រទេសចិនមានទំនោរប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោដែលនាំចូលពីប្រទេសអឺរ៉ុប ជាពិសេសពីប្រទេសដាណឺម៉ាក ជាងផលិតផលទឹកដោះគោដែលផលិតនៅក្នុងប្រទេសរបស់ខ្លួន។ ផ្ទុយពីការសិក្សាខាងលើ Burchardi et al. (2005); Shunekeyeva (2020) និង Boimah & Weible (2021) បានបង្ហាញថា អ្នកប្រើប្រាស់មានការចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំងចំពោះទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក ដោយក្នុងនោះ Boimah & Weible (2021) បានគូសបញ្ជាក់ថា អ្នកប្រើប្រាស់យល់ថា ផលិតផលទឹកដោះគោក្នុងស្រុកជាផលិតផលធម្មជាតិ និងល្អសម្រាប់សុខភាព ហើយ Burchardi et al. (2005) បានបន្ថែមថា អ្នកប្រើប្រាស់ក៏ហ៊ានចំណាយលើទឹកដោះគោដែលផលិតក្នុងស្រុកដែលមានតម្លៃផងដែរ។

ពាក់ព័ន្ធនឹងសំណួរថា តើអ្នកប្រើប្រាស់ស្គាល់ម៉ាកទឹកដោះគោស្រស់ទាំងនេះដោយវិធីណា? លទ្ធផលបានបង្ហាញថា អតិថិជនបានស្គាល់ទឹកដោះគោទាំងនេះ(ទាំងប្រភេទនាំចូល និងផលិតក្នុងស្រុក)តាមរយៈការឃើញដាក់តាំងបង្ហាញ ឬលក់នៅតាមផ្សារទំនើប ម៉ាត ឬហាងលក់គ្រឿងទេសជ្ជៈនានា មានតិចតួចប៉ុណ្ណោះដែលបានស្គាល់តាមរយៈការផ្សព្វផ្សាយតាមពាណិជ្ជកម្មលើកញ្ចក់ទូរទស្សន៍ បណ្តាញសង្គម ឬតាមមធ្យោបាយផ្សេងទៀត។ ជាមួយនឹងលទ្ធផលនេះ យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ការបញ្ចុះបញ្ចូលឱ្យផ្សារទំនើប មីនីម៉ាត ឬហាងលក់ផលិតផលនានាដាក់តាំងលក់ផលិតផលរបស់ខ្លួន គឺជាមធ្យោបាយដែលមានប្រសិទ្ធភាពជាងគេក្នុងការផ្សព្វផ្សាយអំពីផលិតផលរបស់ខ្លួន។ ជាមួយនឹងគំនិតនេះ Boniface & Umberger (2012) និង Bytyqi et al. (2020) ក៏បានលើកឡើងដែរថា ផ្សារទំនើបគឺជាគោលដៅដ៏ពេញនិយមសម្រាប់អតិថិជនក្នុងការស្វែងរកទឹកដោះគោ (Boniface & Umberger, 2012) ដោយសារ

ហេតុផលអនាម័យ ទីតាំងមានភាពងាយស្រួល និងជាកន្លែងដែលអាចស្វែងរកផលិតដែលមានគុណភាពល្អ។ ជាមួយគ្នានេះ ការផ្សព្វផ្សាយតាមអ្នកដែលមានឥទ្ធិពលនៅក្នុងសង្គម និងអ្នកជំនាញ ក៏អាចទទួលបានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ បើទោះបីជា ក្នុងសម័យបច្ចេកវិទ្យាជឿនលឿន មានវិធីផ្សព្វផ្សាយដោយប្រើបណ្តាញសង្គមគ្រប់ប្រភេទក្តី។ ទាក់ទងនឹងចំណុចនេះដែរ Boniface & Umberger (2012) និង Lake (2009) as cited in (Kurajdova & Táborecka-Petrovicova, 2015) បានគូសបញ្ជាក់ផងដែរថា កត្តាបរិយាកាសជុំវិញអ្នកប្រើប្រាស់ដូចជា ក្រុមមនុស្សក្នុងសង្គម មិត្តភ័ក្រ្ត និងសមាជិកក្នុងគ្រួសារ គឺជាកត្តាដែលមានឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ផងដែរ។

ទាក់ទឹងនឹងកត្តាដែលអ្នកប្រើប្រាស់ពិចារណាមុននឹងសម្រេចចិត្តទិញផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់មកប្រើប្រាស់ លទ្ធផលបានបង្ហាញថា "រសជាតិ" និង "អនាម័យ" ជាកត្តាចម្បងជាងគេ ហើយកត្តា "ម៉ាកសញ្ញាផលិតផល"និង "តម្លៃ" ក៏ជាកត្តាចម្បងពីរទៀតដែលអ្នកប្រើប្រាស់ពិចារណាខ្លាំងផងដែរ។ ដូចគ្នានេះដែរ Xu et al. (2020) ក៏បានរកឃើញដែរថាកត្តា "រសជាតិ" និង"តម្លៃ"គឺជាកត្តាកំណត់របស់អ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងការសម្រេចចិត្តទិញទឹកដោះគោ។ Tempesta & Vecchiato (2013) ក៏បានពន្យល់ដែរថា ការណ៍ដែលកត្តា "តម្លៃ"និង "ម៉ាកសញ្ញា" មានឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ គឺដោយសារអ្នកប្រើប្រាស់យល់ថាកត្តាទាំងពីរនេះមានទំនាក់ទំនងទៅនឹងគុណភាពផលិតផលដោយផ្ទាល់។ លើសពីនេះ ចំពោះ កត្តា "*គុណភាព*" យើងសង្កេតឃើញថា មានអតិថិជនចំនួន ៤២% ដូចគ្នាដែលយល់ថា ទឹកដោះគោនាំចូលមានអនាម័យ និងគុណភាពខ្ពស់ជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក។ លទ្ធផលនេះស្រដៀងនឹងការសិក្សារបស់ Thøgersen et al. (2019) ដែលរកឃើញថាអតិថិជននៅប្រទេសចិនមានទំនោរប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោដែលនាំចូលពីប្រទេសអភិវឌ្ឍ ជាងផលិតផលទឹកដោះគោដែលផលិតនៅក្នុងប្រទេស ដោយពួកគេយល់ថាផលិតផលមកពីប្រទេសអភិវឌ្ឍគឺមានគុណភាពខ្ពស់។

លទ្ធផលខាងលើក៏បានបញ្ជាក់ថា មានអតិថិជន ជ្រើសរើសទិញតែទឹកដោះគោណាដែលមានតម្លៃទាប មានកាលបរិច្ឆេទប្រើប្រាស់និងរក្សាទុកបានយូរ និងការវេចខ្ចប់ជាដើម។ តាមរយៈការសិក្សារបស់ Deliya & Parmar (2012) បានចង្អុលបង្ហាញថា ការវេចខ្ចប់ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងទំនាក់ទំនងរវាងការលក់ជាមួយនឹងអតិថិជននៅក្នុងដំណាក់កាលលក់ និងការសម្រេចចិត្តទិញ ហើយវាជាកត្តាដ៏សំខាន់ដែលមានឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អថិជន។ ទន្ទឹមនឹងនេះដែរ Merlino et al. (2020) បានបញ្ជាក់ថា អតិថិជិនមានការចាប់អារម្មណ៍ខ្ពស់លើការវេចខ្ចប់ដែលគិតគូរពីនិរន្តរភាពបរិស្ថាន ហើយពួកគេក៏ហ៊ានចំណាយសម្រាប់ផលិតផលបែបនេះដែលមានតម្លៃថ្លៃផងដែរ។ ជាទូទៅទិដ្ឋភាពនៃផលិតផលគឺមានឥទ្ធិពលលើដំណើរការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អថិជន។ លក្ខណៈនៃការវេចខ្ចប់គឺវិវត្តន៍រួមទៅជាមួយនឹងតម្រូវការរបស់អតិថជនដេលចង់បានការវេចខ្ចប់ដែលមានភាពច្នៃប្រឌិត និងមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការរក្សាទុកផលិតផលបានយូរ (Rodríguez -Rojas et al., 2019; Merlino et al., 2020), មានភាពងាយស្រួលក្នុងការបើកប្រើប្រើប្រាស់ និងរក្សាទុក (McDaniel and Baker, 1977; Heide & Olsen, 2017)។

៥. សេចក្ដីសន្និដ្ឋាន

៥.១- ការសន្និដ្ឋាន

ការសិក្សានេះបង្ហាញពីទស្សនៈនិងឥរិយាបថរបស់អតិថិជននៅរាជធានីភ្នំពេញចំពោះការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់។ តាមរយៈលទ្ធផលនេះ យើងសង្កេតឃើញថា មានអ្នកប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់ទាំងផលិតក្នុងស្រុក និងនាំចូល ប៉ុន្តែទំនោរនៃការប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានច្រើន ខណៈដែលការគាំទ្រទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុកមានតិចតួចប៉ុណ្ណោះ។ ការណ៍នេះបញ្ជាក់ឱ្យឃើញថា បើទោះបីជាមានការបណ្ដាក់ទុនមួយចំនួនលើទឹកដោះគោស្រស់ក្ដី ចំណែកទីផ្សារទឹកដោះគោស្រស់ផលិតក្នុងស្រុកហាក់នៅមានទំហំតូចនៅឡើយ ហើយពិបាកនឹងប្រកួតប្រជែងជាមួយនឹងផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលពីបរទេស។

ចំពោះកត្តាដែលមានឥទ្ធិពលលើអតិថិជននៅក្នុងការសម្រេចចិត្តទិញ ដូចជា កត្តាប្រភពផលិតផល កត្តាតម្លៃ ឬការលក់បញ្ចុះថ្លៃ ឬទិញមួយថែមមួយមិនមានឥទ្ធិពលប៉ុន្មាននោះទេលើឥរិយាបថទិញរបស់អតិថិជននោះទេ ប៉ុន្តែកត្តាគុណភាពទឹកដោះគោ ការវេចខ្ចប់ រសជាតិ និងការលក់បញ្ចុះតម្លៃដែលភ្ជាប់ជាមួយនឹងផលិតផលមានសុពលភាពបានយូរ ភាពងាយស្រួលរកទិញផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់ គឺមានឥទ្ធិពលទៅលើការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អតិថិជន។

៥.២- អនុសាសន៍

ផ្អែកលើលទ្ធផលនៃការសិក្សានេះ ក្រុមហ៊ុនផលិតទឹកដោះគោស្រស់ទាំងអស់ ជាពិសេសក្រុមហ៊ុនក្នុងស្រុក និងអ្នករៀបចំគោលនយោបាយទីផ្សារផលិតផលទឹកដោះគោគួរធ្វើការផលិតទឹកដោះគោដោយផ្ដោតទៅលើកត្តាគុណភាព រសជាតិ ការវេចខ្ចប់ និងអនាម័យ និងរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្របញ្ចុះថ្លៃភ្ជាប់នឹងសុពលភាពរបស់ផលិតផលទឹកដោះគោអាចប្រើបានយូរ ព្រមទាំងពង្រីកកិច្ចសហប្រតិការជាមួយនឹងផ្សារទំនើបដែលជាបណ្ដាញចែកចាយដ៏មានប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីទាញយកចំណែកទីផ្សារទឹកគោនៅក្នុងក្រុងភ្នំពេញឱ្យបានកាន់តែច្រើន។

ឯកសារយោង

វិទ្យាស្ថានជាតិស្ថិតិ. (២០២០). របាយការណ៍អង្កេតសេដ្ឋកិច្ចសង្គមកិច្ចកម្ពុជាឆ្នាំ ២០១៩/២០។ រាជធានីភ្នំពេញៈ ក្រសួងផែនការ។

អោ ស្រីពេជ្រ. (២០២១, ១៨ វិច្ឆិកា). ក្រសួងផែនការៈ ប្រជាជនកម្ពុជាជិត១៨% នៃប្រជាជនសរុបកំពុងរស់ក្រោមបន្ទាត់ភាពក្រីក្រ. ដកស្រង់ពីគេហទំព័រៈ https://rfi.my/7vUe

Agriculture & Horticulture Development Board. (2018). Horizon: International Consumer Buying Behaviour. April. https://projectblue.blob.core.windows.net/media/Default/Market Insight/Horizon_InterConsumer-march2018.pdf

Alwis , A. D., Edirisinghe, J. C., & Athauda, A. (2009). Analysis of factors affecting fresh milk

consumption among the mid-country consumers. Tropical agricultural research and extension, *12*(2).

Boimah, M., & Weible, D. (2021). "We Prefer Local but Consume Imported": Results from a Qualitative Study of Dairy Consumers in Senegal, *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 1-17.

Boniface, B., & Umberger, W. J. (2012). Factors influencing Malaysian consumers' consumption of dairy products (No. 423-2016-27006).

Burchardi, H., Schroder, C., & Thiele, H.D. (2005). Willingness-to-pay for food of the own region: empirical estimates from hypothetical and incentive compatible settings. In Paper presented at the American Agricultural Economics Association Annual meeting, July 24–27, Providence, RI. <http://ideas.repec.org/p/ags/aaea05/19365.html>

Bytyqi , N., Muji, S. & Rexhepi, A. (2020). Consumer Behavior for Milk and Dairy Products as Daily Consumption Products in Every Household— The Case of Kosovo. Open Journalof Business and Management, 8, 997-1003. https://doi.org/10.4236/ojbm.2020.82063

Clootrack.com. (nd). Types of Consumer Behavior. Retrieved from: https://clootrack.com/knowledge_base/types-of-consumer-behavior/

Dallmeier, L. (2012). Milk Natural Beauty throughout History [online]. Available at: http://www.herbhedgerow.co.uk/milk-natural-beauty-throughout-history/.

Dash, G. (2012). The impact of life insurance product pricing on customers' buying behaviour, EXCEL, *International Journal of Multidisciplinary Management Studies*, vol. Vol. 2, no. Issue 4, pp. 26-35.

Deliya, M. M., & Parmar, B. J. (2012). Role of packaging on consumer buying behavior–patan district, *Global Journal of management and Business research*, *12*(10), 49-67.

Fadel. (2010). The impact between customer value and growth strategies in performance business, *Journal Economy and Management*, p. 19.

Forbes-Brown, S., Micheels, E. T., & Hobbs, J. E. (2016). Consumer Willingness to Pay for Dairy Products With the 100% Canadian Milk Label: A Discrete Choice Experiment. Journal of International Food and Agribusiness Marketing, 28(3), 203–224. https://doi.org/10.1080/08974438.2015.1054542

Graaf, S.P., Van Loo, E. J., Bijttebier, J., Vanhonacker, F., Lauwers, L., Tuyttens, F. A., & Verbeke, W. (2016). Determinants of consumer intention to purchase animal-friendly milk. Journal of Dairy Science, 99(10), 8304-8313.

Guan, L. P., Yusuf, D. H. M., & Ghani, M. R. A. (2020). Factors influencing customer purchase intention towards insurance products, *International Journal of Business and Management*, *4*(5), 70-79.

Heide M., & Olsen, SO. (2017). Influence of packaging attributes on consumer evaluation of fresh cod. Food Qual Prefer 60: 9–18.

Indumathi, N., & Dawood, D. K. (2016). Impact of marketing mix on consumer buying behavior in organic product, International Journal of Research in Finance and Marketing (IJRFM), Vol. 6, Issue 10, pp. 43-54.

Insch, A., & Jackson, E. (2014). Consumer understanding and use of country-of-origin in food choice. British Food Journal, 116(1), 62–79. https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2011-0275

Kajaba, I., Šimomþiþ, R., Nagyová, A. & Salkayová, I. (2007). Význam mlieka a mlieþnych výrobkov v prevencii osteoporózy a niektorýchonkologických chorôb. In: Proceedings: XXII. Zoborský deĖ a V. Západoslovenské dni o osteoporóze, Nitra.

Khmer Times. (March 31, 2015). Fresh hope for local dairy producers. Retrived from https://www.khmertimeskh.com/5935/fresh-hope-for-local-dairy-producers/

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). "Principles of marketing, 12th ed", London: Prentice-Hal, 2007.

Kurajdová, K., Táborecká-Petrovičová, J., & Kaščáková, A. (2015). Factors Influencing Milk Consumption and Purchase Behavior – Evidence from Slovakia. Procedia Economics and Finance, 34(15), 573–580. https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01670-6

Kurajdova, K., & Táborecka-Petrovicova, J. (2015). Literature review on factors influencing milk purchase behaviour. International Review of Management and Marketing, 5(1), 9-25.

Magunga, A., K. (2010). Effects of marketing strategies on the performance of insurance companies in Kenya.

Merlino , V. M., Brun, F., Versino, A., & Blanc, S. (2020). Milk packaging innovation: Consumer perception and willingness to pay. AIMS Agric Food, 5, 307-326.

Muehlhoff, E., Bennett, A., & McMahon, D. (2013). Milk and dairy products in human nutrition. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).

J. Munusamy, J. & Wong, C., H. (2008). Relationship between marketing mix strategy and consumer motive: An empirical study in major Tesco stores, Unitar E-journal, Vol. 4, No. 2, pp. 41-56.

Rodríguez-Rojasa, Adriana., Alexandra, Arango Ospinab., Rodríguez-Vélezb, Patricia., & Arana-Florezc, Ronald. (2019). What is the new about food packaging material? A bibliometric

review during 1996–2016. Trends Food Sci Technol 85: 252–261.

Perera, P. C. P., Sriwaranun, Y., and Suriya, P. (2018). Factors Influencing Sri Lankan Consumer's Decisions to Purchase Fresh Milk

Salamon, P., Weible, D., Weber, S., & Christoph-Schulz, I. (2016). Pros and Cons of Introducing a Mandatory Country of Origin Labelling for Dairy Products in Germany. Proceedings in System Dynamics and Innovation in Food Networks 2016. International Journal of Food Systems Dynamics, 314–323.

Shunekeyeva, A. (2020). Research of preferences of consumers of dairy products in the Akmola region. EurAsian Journal of BioSciences, 14, 6687-6690.

Tempesta , T., & Vecchiato, D. (2013). An analysis of the territorial factors affecting milk purchase in Italy. Food Quality and Preference, 27(1), 35-43.

The Phnom Penh Post. (December 3, 2019). Kingdom's domestic milk still cannot compete with imports. Accessed on November 20, 2021. Retrieved from: https://www.phnompenhpost.com/business/kingdoms-domestic-milk-still-cannot-compete-imports

Thøgersen, J., Pedersen, S., and Aschemann-Witzel, J. (2019). The impact of organic certification and country of origin on consumer food choice in developed and emerging economies. Food Quality and Preference, 72, 10-30.

Thou, V. (2020, July 15). Kingdom's stores to welcome local fresh milk vendor soon. Retrieved from: https://www.phnompenhpost.com/business/kingdoms-stores-welcome-local-fresh-milk-vendor-soon

Wham, CA. & Worsley, A. (2003). New Zealanders' attitudes to milk: implication for public health. Public Health Nutrition. 6. No 1. pp 73-78.

Wijesinha-Bettoni , R., & Burlingame, B. (2013). Milk and dairy product composition. Milk and dairy products in human nutrition, FAO 41-102.

Wongleedee, K. (2015). Marketing mix and purchasing behavior for community products at traditional markets. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 197, 2080-2085.

World Bank. (October 29, 2019). Cambodia: Reducing Poverty and Sharing Prosperity. Retrieved from: https://www.worldbank.org/en/results/2019/10/30/cambodia-reducing-poverty-and-haring-prosperity

World Bank. (November, 2020). Cambodia Economic Update: Restrained Recovery. Washington, D.C: World Bank Group

Xu, L., Yang, X., & Wu, L. (2020). Consumers′ willingness to pay for imported milk: Based on Shanghai, China. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(1), 244.

មឿង ចំរើន

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្របរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់៖

- ពាណិជ្ជសាស្ត្រ (សាកលវិទ្យាល័យបាត់ដំបង)

ចំណង់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖

- សេដ្ឋកិច្ចសង្គម
- ទីផ្សារ
- ទេសចរណ៍

លី គុង

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

- រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា

សញ្ញាបត្រ៖

- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញការអប់រំគណិតវិទ្យា
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់រដ្ឋបាលអប់រំ
- បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់គណិតវិទ្យា

ចំណង់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖

- ការរៀននិងយល់ខុសរបស់សិស្សក្នុងការសិក្សាមុខវិជ្ជាគណិតវិទ្យា
- ការអប់រំគណិតវិទ្យា
- វិទ្យាសាស្ត្រទិន្នន័យ

ផេង វិមាន

ប្រវត្តិរូបលម្អិត

កន្លែងធ្វើការ៖

- ក្រសួងអប់រំ

សញ្ញាបត្របរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់៖

- ការគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ (សាកលវិទ្យាល័យ Assumption ប្រទេសថៃ)

ចំណង់ចំណូលចិត្តស្រាវជ្រាវ៖

- ទេសចរណ៍ និងទីផ្សារ
- សេដ្ឋកិច្ចសង្គម

ឧបសម្ព័ន្ធ

កម្រងសំណួរស្រាវជ្រាវ

ទស្សនៈនិងឥរិយាបថទិញទឹកដោះគោស្រស់របស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ៖ ករណីសិក្សាលើអតិថិជនចំនួន១០០នាក់

ផ្នែកទី១៖ សំណួរទូទៅ

១- ភេទ៖ □ ស្រី □ ប្រុស

២- អាយុ៖ □ ក្រោម២០ឆ្នាំ □ ២០-៣០ □ ៣០-៤០ □ លើស៤០

3- កម្រិតសិក្សា៖ □ បឋមសិក្សា □ អនុវិទ្យាល័យ □ វិទ្យាល័យ □ មហាវិទ្យាល័យ

៤- មុខរបរ៖ □ មន្ត្រីរាជការ □ បុគ្គលិកឯកជន □ បុគ្គលិកអង្គការ □ មានអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន □ ផ្សេង__________

៥- តើលោកអ្នកទិញទឹកដោះគោស្រស់ប្រើប្រាស់ញឹកញាប់ប៉ុណ្ណាដែរ?

□ កម្រ/យូរៗម្តង □ ម្តងម្កាល □ ញឹកញាប់ □ជាប្រចាំ

៦- តើជាធម្មតាអ្នកទិញទឹកដោះគោផលិតផលក្នុងស្រុក ឬផលិតផលនាំចូល?

□ ទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក □ ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូល □ ទាំងពីរប្រភេទ

៧- តើក្នុងមួយសប្តាហ៍អ្នក ឬគ្រួសារអ្នកពិសាប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់អស់ប៉ុន្មានលីត្រ?

□ តិចជាង១លីត្រ □ ចន្លោះ១-២ លីត្រ □ ចន្លោះ២-៤ លីត្រ □ ច្រើនជាង៤លីត្រ

៨- តើនរណាដែលប្រើប្រាស់ទឹកដោះគោស្រស់ច្រើនជាងគេនៅក្នុងគ្រួសាររបស់អ្នក?

□ កូនៗរបស់ខ្ញុំ □ ខ្លួនខ្ញុំផ្ទាល់ □ ប្តី/ប្រពន្ធខ្ញុំ □ ឪពុកម្តាយ □ តាយាយ □ សាច់ញាតិផ្សេងៗ

៩- ជាធម្មតា តើអ្នកទិញទឹកដោះគោស្រស់ពីទីតាំងណាដែរ?

□ ហាងលក់ទំនិញ(តូបលក់ចាប់ហួយ) □ ម៉ាតតូចៗ □ ផ្សារទូទៅ □ ផ្សារទំនើប □ កន្លែងផ្សេង

១០- គោលបំណងនៃការទិញទឹកដោះគោ (អ្នកអាចជ្រើសរើសចម្លើយបានលើសពីមួយ)

□ ពិសាផ្ទាល់ □ ប្រើលាយជាមួយកាហ្វេ □ សម្រាប់ធ្វើម្ហូបអាហារ □ សម្រាប់ធ្វើឈីស/យ៉ាអ៊ួ □ ផ្សេងៗ

១១- តើកត្តាអ្វីខ្លះដែលមានឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្តទិញផលិតផលទឹកដោះគោរបស់អ្នក?(ចម្លើយអាចច្រើនជាងមួយ)

□ តម្លៃ □ អនាម័យ □ ម៉ាកសញ្ញាផលិតផល □ ការបញ្ចុះតម្លៃ □ រសជាតិ □ ងាយរកទិញ

□ ការវិចខ្ចប់មានការទាក់ទាញ □ ការណែនាំរបស់គ្រូពេទ្យ □ ទិញតាមការនិយមទូទៅ □ ផ្សេងៗ

ផ្នែកទី២៖ ការយល់ដឹងអំពីម៉ាកផលិតផល (Brand Awareness)

១២- ក្នុងចំណោមផលិតផលទឹកដោះគោខាងក្រោម តើផលិតផលណាខ្លះដែលលោកអ្នកធ្លាប់ស្គាល់ ឬធ្លាប់បានឃើញ?

ផលិតផលទឹកដោះគោ	ធ្លាប់ស្គាល់/ឃើញ	មិនធ្លាប់ស្គាល់/ឃើញ	មិនច្បាស់
ទឹកដោះគោស្រស់តេជោសែនឬស្សីត្រឹប	□	□	□
ទឹកដោះគោមីជី(Meiji)	□	□	□
ទឹកដោះគោគីរីស្ទូគ៍(Kirisu)	□	□	□
ទឹកដោះគោមូមូ (Moo Moo)	□	□	□

ទឹកដោះគោដ័ចមៀល (Dutch Mill)	☐	☐	☐
ទឹកដោះគោម៉េកណូលា (MANOLIA Milk)	☐	☐	☐
ក្បាលគោ (Cowhead)	☐	☐	☐

១៣- តើលោកអ្នកស្គាល់/ដឹងអំពីប្រភព ឬប្រទេសដែលផលិតទឹកដោះស្រស់ខាងក្រោមនេះដែរឬទេ?

ផលិតផលទឹកដោះគោ	ស្គាល់/ដឹង	មិនស្គាល់/ដឹង	មិនច្បាស់
ទឹកដោះគោស្រស់តេជោសែនឬស្សីត្រឹប	☐	☐	☐
ទឹកដោះគោមីជី(Meiji)	☐	☐	☐
ទឹកដោះគោគីរីស្វូគំ(Kirisu)	☐	☐	☐
ទឹកដោះគោមូមូ (Moo Moo)	☐	☐	☐
ទឹកដោះគោដ័ចមៀល (Dutch Mill)	☐	☐	☐
ទឹកដោះគោម៉េកណូលា (MANOLIA Milk)	☐	☐	☐
ក្បាលគោ (Cowhead)	☐	☐	☐

១៤- តើលោកអ្នកស្គាល់ផលិតផលទឹកដោះគោទាំងនោះដោយរបៀបណា?

☐ ឃើញតាំងលក់នៅតាមផ្សារទំនើប ហាងទំនិញ ឬម៉ាត ☐ ផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈទូរទស្សន៍

☐ ការផ្សព្វផ្សាយតាមបណ្តាញសង្គម(Facebook) ☐ មិត្តភក្តិ ☐ សមាជិកគ្រួសារ ☐ ផ្សេងៗ

១៥- ថ្មីៗនេះ តើផលិតផលទឹកដោះគោណាខ្លះដែលលោកអ្នកបានទិញ?

☐ ទឹកដោះគោស្រស់តេជោសែនឬស្សីត្រឹប ☐ ទឹកដោះគោគីរីស្វូគំ (Kirisu)

☐ ទឹកដោះគោដ័ចមៀល (Dutch Mill) ☐ ទឹកដោះគោម៉េកណូលា (MANOLIA Milk)

☐ ទឹកដោះគោមូមូ (Moo Moo) ☐ ទឹកដោះគោមីជី (Meiji) ☐ ក្បាលគោ (Cowhead)

ផ្នែកទី៣៖ ទស្សនៈ និងឥរិយាបថទិញ (Perceptions and Buying Behaviors)

ល.រ		មិនយល់ស្រប	មិនមានយោបល់	យល់ស្រប
១៦	ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានតម្លៃថ្លៃជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក។	☐	☐	☐
១៧	ផលិតផលទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានអនាម័យជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក។	☐	☐	☐
១៨	ខ្ញុំជឿជាក់លើគុណភាពទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលខ្លាំងជាងទឹកដោះគោផលិតក្នុងស្រុក។	☐	☐	☐
១៩	សំបកវេចខ្ចប់ (ប្រអប់/កំប៉ុង/ដបប្រក...) របស់ផលិតផលទឹកដោះគោនាំចូលមានភាពទាក់ទាញ និងងាយស្រួលប្រើជាងទឹកដោះគោក្នុងស្រុក។	☐	☐	☐
២០	ទឹកដោះគោស្រស់នាំចូលមានរសជាតិឆ្ងាញ់ជាងទឹកដោះគោ	☐	☐	☐

	ផលិតនៅក្នុងស្រុក។			
២១	នៅពេលខ្ញុំទិញទឹកដោះគោស្រស់ ខ្ញុំជ្រើសយកតែទឹកដោះគោណាដែលមានតម្លៃធូរថ្លៃជាងគេប៉ុណ្ណោះ។	☐	☐	☐
២២	ខ្ញុំទិញផលិតផលទឹកដោះគោណាដែលមានកាលបរិច្ឆេទប្រើប្រាស់បានយូរ។	☐	☐	☐
២៣	ខ្ញុំពិនិត្យមើលលើសំបកវេចខ្ចប់ (ប្រអប់/កំប៉ុង/ដបច្រក...) នៅពេលសម្រេចចិត្តទិញទឹកដោះគោស្រស់ម្តងៗ។	☐	☐	☐
២៤	នៅពេលទិញទឹកដោះគោស្រស់ ខ្ញុំទិញតែទឹកដោះគោណាដែលខ្ញុំធ្លាប់ទិញតែប៉ុណ្ណោះ។	☐	☐	☐
២៥	ខ្ញុំទិញតែទឹកដោះគោស្រស់ណាដែលខ្ញុំងាយរកទិញបានតែប៉ុណ្ណោះ។	☐	☐	☐
២៦	ខ្ញុំទិញផលិតផលទឹកដោះគោណាដែលមានប្រូម៉ូសិនពិសេស (ឧ.ទិញ១ថែម១ ឬការបញ្ចុះតម្លៃជាដើម)។	☐	☐	☐
២៧	ខ្ញុំទិញផលិតទឹកដោះគោស្រស់ណាដែលគេនិយមទិញ។	☐	☐	☐
២៨	ជាធម្មតាខ្ញុំទិញផលិតផលទឹកដោះគោណាដែលគ្រូពេទ្យបានណែនាំ។	☐	☐	☐

បោះពុម្ពដោយ៖ វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម

ISBN-13: 978-99963-94-29-4

រក្សាសិទ្ធិ@២០២២

ISBN-13: 978-99963-94-29-4