



**សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច**

Université Royale de Droit et des Sciences Economiques

Royal University of Law and Economics

**សារណាមញ្ញប័ត្រការសិក្សា**

**ការចូលរួមចំណែករបស់ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តនៅក្នុងការជម្រុញកំណើន  
សេដ្ឋកិច្ចប្រទេសកម្ពុជា**

ស្រាវជ្រាវចាប់ពីថ្ងៃទី ២៣ ខែមីនា ឆ្នាំ២០២២ ដល់ ថ្ងៃទី២៣ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២

ពាក់តែងឡើងដោយនិស្សិត  
**លោង មុនី**

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ  
**លោកស្រី ឡុង ម៉ាមីឌី**

ថ្នាក់បរិញ្ញាប័ត្រ សេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍  
ជំនាន់ទី ៦

ឆ្នាំចូលសិក្សា ២០១៨  
ឆ្នាំសរសេរសារណា ២០២២

**សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ**

នាងខ្ញុំឈ្មោះ **ពេជ្រ មុនី** ជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រសេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍ ឆ្នាំទី៤ ជំនាន់ទី៦ ក្រុមD4A1 នៃ សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។

សូមសម្តែងនូវការគោរពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ និងថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅជូនចំពោះ៖

អ្នកម្តាយនិងលោកឪពុកដែលជាអ្នកមានគុណដ៏ធំធេង ដែលបានផ្តល់កំណើតនិងប្រឹងប្រែងចិញ្ចឹម បីបាច់ថែរក្សាកូន ផ្តល់នូវជំនួយនានាការអប់រំល្អៗដែលប្រកបដោយព្រហ្មវិហារធម៌ ព្រមទាំងជំនះគ្រប់ឧបសគ្គដើម្បី បញ្ជូនកូនទៅសិក្សារៀនសូត្រនិងផ្គត់ផ្គង់នូវសម្ភារៈប្រើប្រាស់គ្រប់បែបយ៉ាងដោយមិនស្នាក់ស្ទើរ ដើម្បីស្រូប ទាញយកចំណេះដឹងដែលធ្វើយ៉ាង ណាឲ្យក្លាយខ្លួនជាបុគ្គលម្នាក់ដែលមានតំលៃសំរាប់ខ្លួនឯង គ្រួសារ និងត្រូវ បានគេទទួលស្គាល់នៅ ក្នុងសង្គមជាតិ។

ក្រុមគ្រួសារទាំងមូលនិងអ៊ុំប្រុសដែលបានចំណាយពេលវេលាដ៏មានតម្លៃជួយបីបាច់ថែរក្សារូបនាងខ្ញុំ តាំងពី តូចរហូតដល់ធំមិនដែលត្អូញត្អែរ មិនដែលប្រកែកនិងបានជួយអប់រំប្រៀនប្រដៅឲ្យនាងខ្ញុំក្លាយជាមនុស្សល្អ ខិតខំរៀនសូត្រមិនដើរផ្លូវខុស។

**ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការ លោកសាកលវិទ្យាធិការទេ ព្រីឌីបុរស ព្រីឌីបុរសទេ លោក លោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យ ព្រមទាំងបុគ្គលិកមន្ត្រីរាជការទាំងអស់**ដែលអស់ដែលបានខិតខំប្រឹងយក ចិត្ត ទុកដាក់ និងលះបង់អស់ពីកម្លាំងកាយកម្លាំងចិត្តក្នុងការដឹកនាំសាកលវិទ្យាល័យទាំងមូល និង ជួយសម្រួល ដល់ការសិក្សារបស់នាងខ្ញុំ រួមទាំងបានចំណាយពេលវេលាដ៏មានតម្លៃក្នុងការបណ្តុះ បណ្តាលនូវគ្រប់មុខវិជ្ជាក៏ ដូចជាបានផ្តល់នូវជំនួយនានាល្អៗ ផ្តល់នូវចំណេះដឹង ផ្តល់នូវការអប់រំដ៏មានប្រសិទ្ធភាព និងផ្តល់បទពិសោធន៍ថ្មីៗ ល្អៗដល់នាងខ្ញុំផងដែរ។

លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ **ឡុង ម៉ាមីឌី** ដែលបានចំណាយពេលវេលាដ៏មានតម្លៃ ក្នុងការណែនាំផ្តល់ជា គំនិតល្អៗ និងបានផ្តល់ជាមតិកែសម្រួលនូវសារណាបច្ចេកវិទ្យានេះតាំងពីចំណុចចាប់ផ្តើម រហូតដល់សៀវភៅ មួយនេះបានបញ្ចប់ដោយជោគជ័យ។

ជាចុងបញ្ចប់នេះយើងខ្ញុំសូមធ្វើការគោរពដឹងគុណ និងគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះ មាតាបិតា អស់លោក លោកស្រីទាំងអស់សូមជូនប្រទះតែសំណាងល្អ សេចក្តីសុខ ព្រមទាំងពុទ្ធិពរទាំង៤ ប្រការគឺ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំពីឃ្លាងឃ្លាតឡើយ។

**អារម្ភកថា**

សាធារណរដ្ឋកម្ពុជាប្រទេសកម្ពុជាខាងត្បូងគឺជាប្រទេសដែលមានសេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍជាមួយប្រាក់ចំណូល កម្រិតខ្ពស់និងល្បីល្បាញខាងផ្នែកផ្គត់ផ្គង់គ្រឿងដែកនិងអេឡិចត្រូនិចផងដែរ។ ប្រទេសមួយនេះមិនត្រឹមតែភាព ល្បីល្បាញតែទៅលើឧស្សាហកម្មធនធាននិងគ្រឿងអេឡិចត្រូនិចតែប៉ុណ្ណោះទេ តែប្រទេសនេះគឺមានភាពល្បី ល្បាញខ្លាំងទៅលើវិស័យកម្សាន្តដែលមានការផលិតខ្សែភាពយន្ត កម្មវិធីកម្សាន្តនិងចម្រៀងជាដើម។

ដោយសារតែភាពល្បីល្បាញខ្លាំងរបស់ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តនេះហើយទើបធ្វើឲ្យមានការចាប់ អារម្មណ៍កាន់តែច្រើនឡើងៗទៅលើប្រទេសកម្ពុជាខាងត្បូងទាំងផ្នែកវប្បធម៌ ចំណីអាហារនិងផលិតផលក្នុងស្រុក កម្ពុជា។ ខណៈពេលដែលមានការរីកចម្រើនខ្លាំងលើវិស័យកម្សាន្តវាក៏បានជះឥទ្ធិពលវិជ្ជមានជាច្រើនដល់វិស័យ នានានៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានជួយយោងកំណើនសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាឡើងទៅកាន់កម្រិតខ្ពស់មួយផ្សេងទៀត។ ដូច នេះហើយទើបធ្វើឲ្យឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តផ្សារភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងយ៉ាងសំខាន់ទៅនឹងការជម្រុញកំណើនសេដ្ឋ កិច្ចរបស់ប្រទេសកម្ពុជាខាងត្បូងរយៈពេលវែងរួមនេះ។

អាស្រ័យដោយការយកចិត្តទុកដាក់លើចំណុចដែលបានលើកឡើងខាងលើ បានធ្វើឲ្យយើងខ្ញុំបានធ្វើការ សិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើប្រធានបទស្តីពី **“ការចូលរួមចំណែករបស់ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តនៅ ក្នុងការជម្រុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចប្រទេសកម្ពុជាខាងត្បូង”** ដែលបានរៀបចំចងក្រងឡើងជាសារណា បទសម្រាប់ការបញ្ចប់ការសិក្សា ដោយមានការណែនាំយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់លើលោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យ ឡុង ម៉ាមីឌី។

ជាចុងបញ្ចប់ យើងខ្ញុំសង្ឃឹមថាកិច្ចការស្រាវជ្រាវមួយនេះនឹងផ្តល់ជាជំនួយនៃគំនិតនិងចំណេះដឹងមួយ ចំនួនដល់មិត្តនិស្សិតនិងមិត្តអានបានស្វែងយល់ពីមុខងារឬឥទ្ធិពលយ៉ាងសំខាន់របស់ឧស្សាហកម្មវិស័យ កម្សាន្តនៅក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចនិងការកសាងមុខមាត់ដ៏ត្រចះត្រចង់ជូនជាតិ។ ជាការពិតណាស់ ក្នុងការ ចងក្រងសៀវភៅមួយក្បាលនេះឡើង ពិតជាមាននូវចំណុចខ្វះខាត និងកំហុសឆ្គងទាំងអត្ថន័យខ្លីមសារ និង អក្ខរាវិរុទ្ធដោយយថាហេតុ ណាមួយ។ ហេតុនេះហើយ យើងខ្ញុំរីករាយនឹងទទួលយកនូវមតិវិះគន់ក្នុងន័យស្ថាប នាពីសំណាក់ លោក-លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ មិត្តនិស្សិត និងមិត្តអ្នកអានគ្រប់ៗរូប ដើម្បីបំពេញនូវចន្លោះខ្វះខាត ទាំងឡាយព្រមទាំងកែលម្អនូវស្នាដៃមួយនេះឲ្យកាន់តែមានភាពល្អប្រសើរថែមទៀត។

**មាតិកា**

ទំព័រ

បញ្ជីអក្សរកាត់ ..... III  
បញ្ជីរូបភាព..... IV

**សេចក្តីផ្តើម**

១. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ..... ១  
២. ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ..... ២  
៣. គោលបំណងនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ..... ២  
៤. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ ..... ២  
    ៤.១.ប្រភេទនៃការស្រាវជ្រាវ..... ២  
    ៤.២.ការប្រមូលទិន្នន័យ..... ៣  
    ៤.៣. វិធីសាស្ត្រវិភាគទិន្នន័យ..... ៣  
៥. ដែនកំណត់និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ..... ៣  
៦. សារៈសំខាន់នៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ..... ៤  
៧.រចនាសម្ព័ន្ធស្រាវជ្រាវ ..... ៤

**ជំពូកទី ១**

**លើកទ្រឹស្តីនិងនិយមន័យ**

១.១.និយមន័យ..... ៥  
    ១.១.១.កំណើនសេដ្ឋកិច្ច..... ៥  
    ១.១.២.ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្ត..... ៧  
        ១.១.២.១.រលកកូរ៉េ(Korean Wave)ឬ Hallyu..... ៨  
        ១.១.២.២. ប្រភេទនៃវិស័យកម្សាន្តយោងមុខរបស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង ..... ៨  
១.២.ទ្រឹស្តីនិងទស្សនៈវិទ្យាទៅលើឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្ត ..... ១១

**ជំពូកទី២**

**ស្ថានភាពទូទៅនៃសេដ្ឋកិច្ចនិងវិស័យឧស្សាហកម្មកម្សាន្តរបស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង**

២.១.សេដ្ឋកិច្ចនៃប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង ..... ១៤  
២.២. ស្ថានភាពនៃឧស្សាហកម្មកម្សាន្ត..... ២១

**ជំពូកទី ៣**

**ទំនាក់ទំនងរវាងឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តនិងកំណើនសេដ្ឋកិច្ចក្នុងរ៉ែខាងត្បូង**

ការរួមចំណែកដោយផ្ទាល់និងប្រយោលក្នុងកំណើនសេដ្ឋកិច្ច .....	២៨
៣.១. ការចូលរួមដោយប្រយោល .....	២៩
៣.២. ការចូលរួមដោយផ្ទាល់.....	៣០

**សេចក្តីសន្និដ្ឋាននិងការផ្តល់អនុសាសន៍**

១.សេចក្តីសន្និដ្ឋាន .....	៣៣
២.ការផ្តល់អនុសាសន៍ .....	៣៤

**ឯកសារយោង**

**ឧបសម្ព័ន្ធ**

## **បញ្ជីអក្សរកាត់**

OECD: Organization for Economic Co-operation and Development

G20: The G20 or Group of Twenty is an intergovernmental forum comprising 19 countries and the European Union.

GDP: Gross Domestic Product

GNP: Gross National Product

K-musical: Korean musical

k-drama: Korean drama

k-pop: Korean pop

E-sports: Electronic sports

PC: Personal Computer

COVID19: Coronavirus Disease

LP Record: Long Play Record

AI: Artificial intelligence

S.Korea: South Korea

IMF: The International Monetary Fund

T pop: Thai Pop

J pop: Japanese Pop

C pop: Chinese Pop

OTT: Over the top

MPAA: Motion Picture Association of America

## **បញ្ជីរូបភាព**

រូបភាពទី១៖ ការព្យាករណ៍ពីកំណើនសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាងត្បូងសម្រាប់ឆ្នាំ២០២២

រូបភាពទី២៖ ការនាំចេញ Semiconductorរបស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង

រូបភាពទី៣៖ ការព្យាករណ៍របស់IMF

រូបភាពទី៤៖ ចំណូលផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប(GDP)ដែលបានពីគ្រប់វិស័យសេដ្ឋកិច្ចពីឆ្នាំ២០១០ដល់២០២០

រូបភាពទី៥៖ ការចូលរួមក្នុងGDPកូរ៉េខាងត្បូងរបស់វិស័យទេសចរណ៍

រូបភាពទី៦៖ GDPកូរ៉េខាងត្បូងឆ្នាំ២០២១

### សេចក្តីផ្តើម

#### ១. លំនាំមធ្យមនៃការស្រាវជ្រាវ

សេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងគឺជាសេដ្ឋកិច្ចបែបចម្រុះដែលមានការអភិវឌ្ឍន៍ខ្លាំង។ តាមរយៈផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប ប្រទេសមួយនេះមានសេដ្ឋកិច្ចធំទី៤នៅតំបន់អាស៊ី និងធំជាងគេទី១០ក្នុងពិភពលោក។ ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងត្រូវបានគេកត់សម្គាល់ទៅលើភាពលេចធ្លោនៃការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចរបស់ខ្លួនពីប្រទេសមិនអភិវឌ្ឍន៍ទៅជាប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍និងមានប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ក្នុងរយៈពេលត្រឹមតែពីរបីជំនាន់ចុងក្រោយ។ កំណើនសេដ្ឋកិច្ចនេះត្រូវបានពិពណ៌នាថាជាអព្វគហេតុនៅលើទន្លេហាន ដែលបានអនុញ្ញាតឱ្យប្រទេសនេះចូលរួមក្នុង OECD និង G-20 ។ កូរ៉េខាងត្បូងនៅតែជាប្រទេសដែលមានការអភិវឌ្ឍន៍លឿនបំផុតមួយក្នុងពិភពលោក បន្ទាប់ពីប៊្រាស៊ីលសេដ្ឋកិច្ចធំធំ។ វាត្រូវបានរួមបញ្ចូលនៅក្នុងក្រុមប្រទេស Next Eleven ដែលមានសក្តានុពលក្នុងការដើរតួនាទីលេចធ្លោនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោកនៅពាក់កណ្តាលសតវត្សទី 21។<sup>1</sup>

ប្រព័ន្ធអប់រំរបស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង និងការបង្កើតប្រជាជនដែលមានការលើកទឹកចិត្ត និងការអប់រំ វាជាការទទួលខុសត្រូវយ៉ាងធំធេងក្នុងការជំរុញឱ្យមានការរីកចម្រើនផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាខ្ពស់ និងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេស។ កូរ៉េខាងត្បូងបានចាប់ផ្តើមសម្របយុទ្ធសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចតម្រង់ទិសនាំចេញ ដើម្បីជំរុញសេដ្ឋកិច្ចរបស់ខ្លួន។ ក្នុងឆ្នាំ 2019 កូរ៉េខាងត្បូងគឺជាប្រទេសនាំចេញធំបំផុតទី 8 និងជាប្រទេសនាំចូលធំបំផុតទី 8 នៅលើពិភពលោក។ ធនាគារកូរ៉េ និងវិទ្យាស្ថានអភិវឌ្ឍន៍កូរ៉េ ចេញផ្សាយជាទៀងទាត់នូវសូចនាករសេដ្ឋកិច្ចសំខាន់ៗ និងនិន្នាការសេដ្ឋកិច្ចនៃសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង។

សេដ្ឋកិច្ចប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងរីកចម្រើនខ្លាំងដោយសារការនាំចេញផលិតផលសម្រេចនិងការពឹងផ្អែកទៅលើវិស័យធំៗទាំង៧ ដូចជា វិស័យឧស្សាហកម្មសាងសង់កប៉ាល់ ឧស្សាហកម្មអេឡិចត្រូនិច ឧស្សាហកម្មរថយន្ត ឧស្សាហកម្មរុករករ៉ែ ឧស្សាហកម្មសំណង់ ឧស្សាហកម្មសញ្ជាតិ និងឧស្សាហកម្មសេវាកម្មនិងទេសចរណ៍។<sup>2</sup> នៅក្នុងវិស័យទាំងនេះក៏ទទួលបានការផ្សព្វផ្សាយនិងគាំទ្រដោយឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តរបស់ប្រទេសនេះផងដែរ។ ឧស្សាហកម្មកម្សាន្ត (ហៅក្រៅផ្លូវការថា ការបង្ហាញបែបអាជីវកម្ម ឬ show business ឬ show biz) គឺជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់នៃសេដ្ឋកិច្ច ហើយរួមបញ្ចូលនូវឧស្សាហកម្មរងជាច្រើនដែលផ្តោតលើការកម្សាន្ត។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ពាក្យនេះត្រូវបានគេប្រើជាញឹកញាប់នៅក្នុង ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដើម្បីពិពណ៌នាអំពីក្រុមហ៊ុនឬក្រុមហ៊ុនសារព័ត៌មានធំៗ ដែលគ្រប់គ្រងការចែកចាយ និងផលិតកម្មវីដេអូកម្សាន្តតាម

<sup>1</sup> Goldman Sachs, Chapter Thirteen - Beyond the BRICs: a Look at The 'Next 11' (PDF).. p.161. Retrieved 6 May 2022  
<sup>2</sup> The Heritage Foundation, "South Korea Economy", Accessed July 12 2022 [www.heritage.org/index/country/southkorea](http://www.heritage.org/index/country/southkorea)



ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។ នៅក្នុងពាក្យសំដីដ៏ពេញនិយម ពាក្យ show biz សំដៅលើការផ្សព្វផ្សាយសិល្បៈសម្តែង ដែលពេញនិយមជាលក្ខណៈពាណិជ្ជកម្ម ជាពិសេស ការប្រគុំតន្ត្រី ,vaudeville ,កំប្លែង, ភាពយន្ត ការកម្សាន្ត , និង តន្ត្រី។ វាត្រូវបានប្រើប្រាស់ចំពោះគ្រប់ទិដ្ឋភាពនៃការកម្សាន្ត រួមទាំងភាពយន្ត ទូរទស្សន៍ វីឡូ មហោស្រព និងតន្ត្រី។<sup>3</sup>

**២. ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ**

ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តនៃប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ថាមានការរីកចម្រើនយ៉ាងខ្លាំង នៅរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយមកនេះហើយវិស័យមួយនេះហាក់មានភាពប្រទាក់ក្រឡាទៅនឹងវិស័យផ្សេងៗ ទៀតជាច្រើនរបស់កូរ៉េខាងត្បូង ជាពិសេសនោះគឺវិស័យសេដ្ឋកិច្ចហើយថែមទាំងទទួលបានការជួយជ្រោមជ្រែង បន្ថែមពីសំណាក់រដ្ឋាភិបាលកូរ៉េខាងត្បូងទៅលើវិស័យមួយនេះក្នុងគោលបំណងក្នុងការជម្រុញការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋ កិច្ចនិងផ្សព្វផ្សាយវប្បធម៌ផងដែរ។ ចំណុចទាំងអស់នេះហើយទើបធ្វើឲ្យមានការចាត់ចែងចំណោទបញ្ហាមួយ ចំនួនដូចខាងក្រោម៖

1. ហេតុអ្វីបានជាឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តមួយនេះជាផ្នែកសំខាន់មួយនៃសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាងត្បូង?
2. តើឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តចូលរួមចំណែកក្នុងការជម្រុញសេដ្ឋកិច្ចប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងតាមរយៈវិស័យអ្វីខ្លះ?
3. តើឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តបានជះឥទ្ធិពលបែបណាដល់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចប្រទេសមួយនេះ?

**៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ**

គោលបំណងនៃការសិក្សាលើប្រធានបទមួយនេះគឺចង់បង្ហាញពីយុទ្ធសាស្ត្រជម្រុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចរបស់ រដ្ឋាភិបាលកូរ៉េតាមរយៈឥទ្ធិពលរបស់ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្ត។ ម្យ៉ាងវិញក៏ចង់បង្ហាញពីអត្ថប្រយោជន៍នៃការ អភិវឌ្ឍន៍និងជម្រុញឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តឲ្យរីកចម្រើនដើម្បីជាផ្នែកក្នុងការទាក់ទាញការចំណាប់អារម្មណ៍ មកលើវិស័យផ្សេងៗទៀតរបស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងផងដែរ។

**៤. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ**

**៤.១. ប្រភេទនៃការស្រាវជ្រាវ**

នៅក្នុងការស្រាវជ្រាវមួយនេះនាងខ្ញុំបានជ្រើសរើសការស្រាវជ្រាវបែបចម្រុះដោយបញ្ចូលគ្នារវាងការស្រាវជ្រាវ បែបគុណវិស័យ(Qualitative Method)និងបរិមាណវិស័យ(Quantitative Method)យកមកប្រើប្រាស់។

<sup>3</sup> Carnegie Mellon University, “Media and Entertainment”, Retrieved July 12 2022 [www.cmu.edu/career/documents/industry-guides/arts-entertainment-tip](http://www.cmu.edu/career/documents/industry-guides/arts-entertainment-tip)

- វិធីសាស្ត្របែបគុណវិស័យ(Qualitative method)គឺជាការប្រមូលនិងវិភាគទិន្នន័យមិនមែនជាលេខ ដើម្បីយល់ពីគំនិត យោបល់និងបទពិសោធន៍។ វាត្រូវបានប្រើដើម្បីប្រមូលផ្តុំការយល់ដឹងស៊ីជម្រៅទៅ ក្នុងបញ្ហាឬបង្កើតគំនិតថ្មីសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ។
- វិធីសាស្ត្របែបបរិមាណវិស័យ(Quantitative method)គឺជាការប្រមូលនិងវិភាគទិន្នន័យជាលេខ។វា ត្រូវបានប្រើដើម្បីវិវត្តន៍រកគំរូនិងមធ្យមភាគ, ធ្វើការទស្សន៍ទាយនិងសិក្សាពីទំនាក់ទំនងដែលមានហើយ ធ្វើឲ្យលទ្ធផលបានសាយភាយប្រជាជនទូទៅ។

**៤.២. ការប្រមូលទិន្នន័យ**

ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងចំណោទបញ្ហាដែលបានលើកឡើងនិងសម្រេចបាននូវគោលបំណងក្នុងការសិក្សា ស្រាវជ្រាវទៅលើប្រធានបទមួយនេះ ការប្រមូលទិន្នន័យនិងព័ត៌មានត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈការប្រើប្រាស់ ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ(Secundary Data) ដែលជាឧបករណ៍ជំនួយយ៉ាងសំខាន់សម្រាប់នាងខ្ញុំយល់ដឹងកាន់តែ ច្បាស់ពីចំណែកដ៏សំខាន់របស់ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាងត្បូង។

➢ ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ

ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំជាប្រភេទទិន្នន័យដែលមានស្រាប់ ទិន្នន័យទាំងនោះមានប្រភពមកពី៖

- របាយការណ៍និងឯកសាររបស់ក្រសួងវប្បធម៌កីឡានិងទេសចរណ៍ និងស្ថាប័នដែលពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ
- ឯកសារនិងព័ត៌មានដែលមាននៅលើវេបសាយ(Website)តាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត។

**៤.៣. វិធីសាស្ត្រវិភាគទិន្នន័យ**

ការវិភាគទិន្នន័យគឺធ្វើឡើងដោយការថ្លឹងថ្លែងរវាងប្រាក់ចំណូលដែលឧស្សាហកម្មវិស័យ កម្សាន្តរកបាន និងប្រាក់ចំណូលពីឧស្សាហកម្មផ្សេងៗទៀតដែលហូរចូលក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាងត្បូង។ជាពិសេសនោះគឺយើង វិភាគពីទំហំឧស្សាហកម្ម ចំណូល ការងារដែលផ្តល់ឲ្យនិងភាពល្បីល្បាញរបស់ឧស្សាហកម្មមួយនេះដែលជាច លករប្រជះឥទ្ធិពលវិជ្ជមានដល់វិស័យផ្សេងៗទៀតនៃសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាងត្បូង។

**៥. ដែនកំណត់និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ**

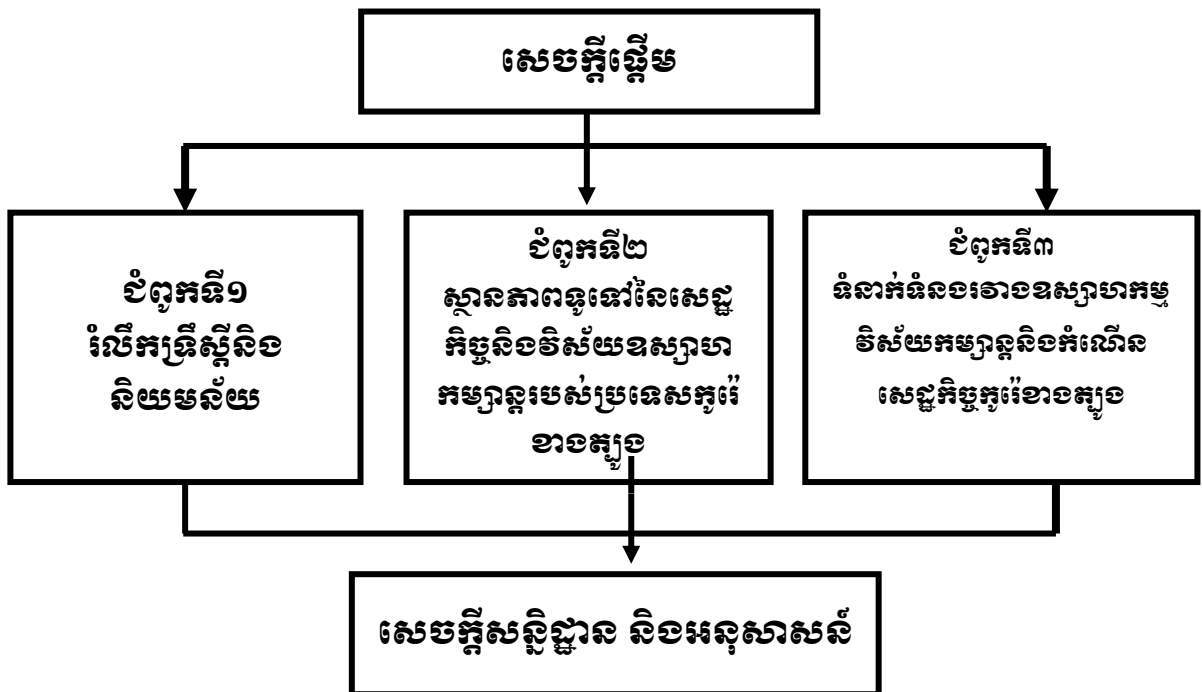
ចំពោះការសិក្សាលើប្រធានបទនេះយើងផ្តោតសំខាន់ទៅលើសម័យដែលឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តរបស់ ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងចាប់ផ្តើមរីកចម្រើននិងមានការជះឥទ្ធិពលទៅលើសេដ្ឋកិច្ចពេលគឺចាប់ពីឆ្នាំ2004ដល់ខែ មិថុនាឆ្នាំ2022។ ជាពិសេសគឺយើងផ្តោតសំខាន់ទៅលើតែ វិស័យចម្រៀង វិស័យភាពយន្តនិងកម្មវិធីកម្សាន្ត តាមបុស្តីទូរទស្សន៍ប៉ុណ្ណោះ។

**៦. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ**

សារៈសំខាន់នៃការសិក្សាលើប្រធានបទនេះគឺធ្វើឲ្យយល់ដឹងពីគុណសម្បត្តិនៃឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្ត កាន់តែប្រសើរជាងមុន និងមានកម្លាំងចិត្តរួមគ្នាក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យកម្សាន្តរបស់ប្រទេសយើងឲ្យដូចប្រទេសគេ ដែរ។ មួយវិញទៀតយើងនឹងអាចយល់ដឹងពីតម្លៃពលដ៏ខ្លាំងក្លាមួយពីការជម្រុញបន្ថែមពីឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តប្រទេសក្នុងខាងក្នុងទៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសមួយនេះ។

**៧. បេសកកម្មនៃការស្រាវជ្រាវ**

នៅក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ យើងបានបែងចែកចេញជាដំណាក់កាលសំខាន់ដូចខាងក្រោម នេះ៖



**ជំពូកទី ១**  
**រំលឹកទ្រឹស្តីនិយមន័យ**

## ជំពូកទី ១

### រំលឹកទ្រឹស្តីនិងនិយមន័យ

#### ១.១. និយមន័យ

##### ១.១.១. កំណើនសេដ្ឋកិច្ច

កំណើនសេដ្ឋកិច្ចគឺជា ការកើនឡើងនូវសមត្ថភាពផលិតទំនិញ និង សេវាកម្មក្នុងណាមួយ មួយទៅនឹងឆ្នាំ មុន។ ហើយគេអាចវាស់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចតាមរយៈ GDP (gross domestic product) និង GN (gross naticexal product)<sup>4</sup> ទ្រឹស្តីកំណើនសេដ្ឋកិច្ចមានដូចជា៖ ទ្រឹស្តីក្លាស៊ីក(Classical Theory) ទ្រឹស្តីណេអូក្លាស៊ីក(Neo-classical Theory) និងទ្រឹស្តីរបស់សេដ្ឋវិទូនានា។

ជាដំបូងយើងសិក្សាពី កំណើនសេដ្ឋកិច្ច តាមរយៈទស្សនៈក្លាស៊ីក(Classical Theory) ដែល ត្រូវបាន ចូលរួមដោយសេដ្ឋវិទូដូចជា លោក Adam Smith លោក David Ricardo លោក Thomas Malthus<sup>5</sup> លោកAdam Smith ត្រូវបានចាត់ទុកជាសេដ្ឋវិទូក្លាស៊ីកដ៏ល្បីល្បាញមួយរូបដែលបានសរសេរអត្ថបទមួយនៅ ក្នុងឆ្នាំ 1776 មានចំណងជើងថា “The Wealth of Nation” ដែលគោលបំណង របស់អត្ថបទនេះគឺបង្ហាញពី ភាពមានបានរបស់ប្រទេស។<sup>6</sup>លោកបានយល់ឃើញថា កំណើនកើត មានឡើង អាស្រ័យទៅតាមជំនាញ និង ដំណើរការផលិតកម្ម និងការចូលរួមបញ្ចូលមូលធនក្នុង ដំណើរការទាំងនោះ។ ចំណែកឯរដ្ឋាភិបាលវិញ គឺគួរតែ ប្រកាន់ឥរិយាបថមួយ ដែល អនុញ្ញាតឱ្យទីផ្សារមានដំណើរការផលិតកម្មទំនិញ និង សេវា ព្រមទាំងបែងចែក ផលិតផលទាំងនោះ ក្នុងទីផ្សារដោយខ្លួនឯង ព្រោះដំណើរការបែបនេះផ្តល់នូវសេរីភាពពេញលេញដល់ដំណើរ ការ សកម្មភាព ដែលជម្រុញចលនាសេដ្ឋកិច្ចក្នុងប្រទេស។<sup>7</sup> រីឯទស្សនៈរបស់លោកDavid Ricardo ជាទស្សនៈ ដែលស្ថិតក្នុងសម័យកាលបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មដោយនៅក្នុងឆ្នាំ1817បានបោះផ្សាយសៀវភៅដែលនិយាយ អំពី ទ្រឹស្តីមូលដ្ឋាននៃគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និង ពន្ធ។<sup>8</sup> នៅក្នុងដំណើរការធ្វើឱ្យសេដ្ឋកិច្ចមានភាពលូត លាស់ លោកបានបង្ហាញពីកត្តាមួយចំនួនដែលអាចសម្រួលដល់កំណើនហើយកត្តាទាំងនោះមានដូចជាសារៈ សំខាន់នៃវិស័យកសិកម្ម, តម្លៃនៃពលកម្ម, ការបែងចែកចំណូលជាតិដែលបានមកពីម្ចាស់ដី, ពួកមូលធននិង

<sup>4</sup>The Investopedia Team “Economics Growth”, last modified January 01, 2021

[www.investopedia.com/terms/e/economicgrowth.asp](http://www.investopedia.com/terms/e/economicgrowth.asp)

<sup>5</sup> Investopia, “Classical Economics”, last modified April 06, 2022

[www.investopedia.com/terms/c/classicaleconomics](http://www.investopedia.com/terms/c/classicaleconomics)

<sup>6</sup> ចរិយាវុធ ម៉ម, ហេង ងួន, “សេដ្ឋកិច្ចនយោបាយ” (បោះពុម្ពលើកទី៣, ២០១២) ទំព័រ ១១៣-១១៤

<sup>7</sup> Donald J. Harris, 2007, “The classical Theories of Economic Growth”

<sup>8</sup> Wisegeek, “what are the different theorists of economic growth?”, last modified June 09, 2022

[www.wise-geek.com/what-are-the-different-stages-of-economic-growth](http://www.wise-geek.com/what-are-the-different-stages-of-economic-growth)

កម្មករ, និងទ្រឹស្តីខ្ពស់ ប្រយោជន៍ប្រៀបធៀបជាដើម។ យោងតាមកត្តាចម្បងទាំងនោះ គេសង្កេតឃើញថា ទ្រឹស្តីខ្ពស់ប្រយោជន៍ប្រៀបធៀប ជាទស្សនៈចម្បងដែលលោក David Ricardo ប្រើជាគោលក្នុងការពន្យល់ពី ដំណើរការដែលជម្រុញដល់កំណើនសេដ្ឋកិច្ច។ ទ្រឹស្តីនេះបង្ហាញពីសមត្ថភាពនៅក្នុងការផលិតទំនិញអ្វីមួយ ត្រង់តម្លៃទាបជាងទំនិញរបស់ប្រទេសដទៃ ដែលតម្លៃទាបនេះធ្វើឲ្យប្រទេសដែលជាអ្នកផលិតអាចធ្វើការប្រកួត ប្រជែងយ៉ាងមានប្រសិទ្ធិភាពនៅក្នុងទីផ្សារនិងមានលទ្ធភាពបង្កើនការងារបន្ថែមនៅក្នុងស្រុក។ មិនតែប៉ុណ្ណោះ លោក Thomas Malthus ក៏ជាបុគ្គលមួយរូបដែលពន្យល់ពីដំណើរការនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ច របស់ប្រទេសមួយ ដោយលោកចាប់អារម្មណ៍យ៉ាងខ្លាំង ទៅលើកំណើនប្រជាជន។ លោកបានបង្ហាញថា “កំណើនសេដ្ឋកិច្ចកើន ឡើងស្របពេលដែលមូលធនសរុបក្នុងប្រទេសមានការកើនឡើង ហើយមូលធនក្នុងប្រទេសនេះកើនឡើង អាស្រ័យទៅលើបរិមាណផលិត។ ប្រសិទ្ធិភាពនៃការផលិតទំនិញ និង សេវាទាំងនៅក្នុងវិស័យកសិកម្ម និង ឧស្សាហកម្មមានការកើនឡើង នៅពេលដែល ដី ពលកម្ម មូលធន ត្រូវបានរៀបចំនិងប្រើប្រាស់យ៉ាងត្រឹមត្រូវ។ ទន្ទឹមនឹងការកើនឡើងនៃមូលធនតាមរយៈកំណើននៃបរិមាណផលិតដែលធ្វើឲ្យមានកំណើនសេដ្ឋកិច្ច វាក៏ អាស្រ័យទៅលើផ្នែកខាងក្រៅសេដ្ឋកិច្ចមួយចំនួនដូចជា៖ ស្ថេរភាពនយោបាយនិងបុគ្គលម្នាក់ៗ ក្នុងប្រទេស នោះផងដែរ។”<sup>9</sup>

លើសពីនេះទៅទៀតទ្រឹស្តីណេអូក្លាស៊ីកទៅលើកំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាទ្រឹស្តីសេដ្ឋកិច្ចមួយដែលត្រូវបាន បង្កើតឡើងដោយលោក Robert Solow នៅសតវត្សទី២០កំឡុងឆ្នាំ១៩៥០ ដល់ ១៩៦៩។ ជាដំបូងលោក Robert Solow បានធ្វើការអភិវឌ្ឍន៍ទស្សនៈក្លាស៊ីកដោយលោកបាន បន្ថែមថាការសន្សំជាកត្តាមួយផ្សេងទៀត ដែលជួយជម្រុញទៅដល់កំណើនសេដ្ឋកិច្ច ហើយស្របពេលជាមួយគ្នានេះកំណើននៃការសន្សំនិងមានការកើន ឡើងក្នុងស្ថានភាពដែលការចំណាយមានការកាត់បន្ថយ។ ក្រៅពីផ្តល់ទស្សនៈបន្ថែមទៅលើទស្សនៈក្លាស៊ីក លោក Robert Solow រួមគ្នាជាមួយនឹងលោក Paul Romerនិងលោក Paul Omerodបានបង្កើតនូវទ្រឹស្តី កំណើនសេដ្ឋកិច្ចថ្មីមួយដែលមានឈ្មោះថា “ទ្រឹស្តីណេអូក្លាស៊ីក” ដោយទ្រឹស្តីនេះក៏បានបន្ថែមទៅលើទស្សនៈ Adam Smithផងដែរ។ ទ្រឹស្តីនេះបង្ហាញថាការកើនឡើងនៃកម្លាំងពលកម្មជាកត្តាមួយចម្បងក្នុងកំណើនសេដ្ឋ កិច្ច ហើយជាពិសេសទៅទៀតនោះកំណើនសេដ្ឋកិច្ចនឹងរីកតែបន្តកើនឡើង នៅពេលដែលមានគុណភាពនៃ កម្លាំងពលកម្មតាមរយៈការអប់រំនិងការហ្វឹកហាត់ ការកើនឡើងនៃសហគ្រិនភាពថ្មីៗនិងកំណើននៃការវិនិយោគ កើនឡើង។ ទ្រឹស្តីនេះក៏បង្ហាញពីស្ថេរភាពនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ចដោយមានការចូលរួមពីកត្តាជម្រុញបីគឺ កម្លាំង

<sup>9</sup> Economics discussion, “ Ricardo’s Theory of Economic Development”, Accessed June 22,2022 [www.economicdiscussion.net/economic-development/theories-economic-development/ricardos-theory](http://www.economicdiscussion.net/economic-development/theories-economic-development/ricardos-theory)

ពលកម្ម មូលធន និងបច្ចេកវិទ្យា។ លំនឹងនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ចកើតមានឡើងជាបណ្តោះអាសន្ននៅពេលដែល ទំហំកម្លាំងពលកម្ម មូលធននិងកម្រិតនៃបច្ចេកវិទ្យាត្រូវបានកែតម្រូវយ៉ាងសមស្របហើយកំណើនសេដ្ឋកិច្ចនឹង បន្តកើតឡើងពេលដែលមានការរីកចម្រើនផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។<sup>10</sup>

ចំណែកឯទ្រឹស្តីរលោក Schumpeterian ជាទ្រឹស្តីបង្ហាញពីកំណើនសេដ្ឋកិច្ចមួយដែលត្រូវបានបង្កើត ឡើងដោយសេដ្ឋវិទូជនជាតិអូស្ត្រាលីម្នាក់ឈ្មោះថា Joseph Schumpeter ក្នុងទសវត្សរ៍ទី២០។ ក្នុងទ្រឹស្តីនេះ រលោកបានធ្វើការអង្កេតមួយជំហានបន្ថែមទៀតពីលើឥទ្ធិពលនៃបច្ចេកវិទ្យា និង ការបង្កើតថ្មីដែលចូលរួមក្នុង កំណើនសេដ្ឋកិច្ចដែលទស្សនៈរបស់រលោកបានកំណត់ថាស្របពេលដែលបច្ចេកវិទ្យាមានការរីកចម្រើនលូត លាស់ ការបង្កើតគំនិតច្នៃប្រឌិតនិងការផលិតទំនិញនិងសេវាថ្មីៗដោយប្រកបដោយនិរន្តរភាពនិងផលប្រយោជន៍ដែលបានពីការ រីកចម្រើនខាងផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទៀតនោះ អាចជួយឲ្យមានកំណើនសេដ្ឋកិច្ចយ៉ាងឆាប់រហ័ស។<sup>11</sup>

**១.១.២. ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្ត**

ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តគឺជាក្រុមនៃឧស្សាហកម្មរងដែលទាក់ទងនឹងការកម្សាន្ត។ ឧស្សាហកម្មវិស័យ កម្សាន្តនេះត្រូវបានប្រើដើម្បីពិពណ៌នាអំពីក្រុមហ៊ុនសារព័ត៌មានធំៗ ដែលគ្រប់គ្រងការចែកចាយនិងផលិតកម្ម វីធីកម្សាន្តតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗ។ ជាទូទៅឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តរួមមានវិស័យភាពយន្ត វិចិត្រសិល្បៈ របាំ ល្ខោនអូប៉េរ៉ា តន្ត្រី ការបោះពុម្ពអត្ថបទអក្សរសាស្ត្រ កម្មវិធីតាមបុស្តីទូរទស្សន៍ និងវិទ្យុ។ លក្ខណៈទូទៅ សំខាន់ដែលត្រូវបានរកឃើញនៅក្នុងវិស័យទាំងអស់នេះគឺពួកគេចូលរួមក្នុងការលក់ ឬទទួលបានប្រាក់ ចំណេញពីការងារច្នៃប្រឌិត ឬសេវាកម្មដែលផ្តល់ដោយអ្នកនិពន្ធនាដកថា អ្នកនិពន្ធបទចម្រៀង តន្ត្រីករ និង សិល្បករផ្សេងទៀត។ វាត្រូវបានគេស្គាល់ផងដែរថាជាការសម្តែងឬបង្ហាញអាជីវកម្មឬ Show Biz (Show Business) ។

ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តផ្សាយបន្តផ្ទាល់ ឧស្សាហកម្មតន្ត្រី ឧស្សាហកម្មភាពយន្ត ឧស្សាហកម្មកម្សាន្ត អេឡិចត្រូនិក ការកម្សាន្តបែបការតាំងពិពណ៌នា និងឧស្សាហកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ គឺជាសុទ្ធសឹងតែជាផ្នែកនៃ ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្ត។<sup>12</sup>

<sup>10</sup> Rui zhao, (2019), “Technology and economic growth from Robert Solow to Paul Romer”, Accessed June 02, 2022

<sup>11</sup> Investopia, “Who is Joseph Schumpeter?” , last modified January 30,2022 [www.investopedia.com/terms/j/joseph-schumpeter](http://www.investopedia.com/terms/j/joseph-schumpeter)

<sup>12</sup> USLEGAL, Entertainment Industry Law and legal Definition, accessed July 01 ,2022 <https://definitions.uslegal.com/e/entertainment-industry/>

**១.១.២.១. លក់កូរ៉េ (Korean Wave) ឬ Hallyu**

លក់កូរ៉េ(Korean Wave)ឬ Hallyu(ហ៊ាលយូ) ជាពាក្យដែលត្រូវបានគេប្រើដើម្បីណែនាំពីឥទ្ធិពលនៃ វប្បធម៌កូរ៉េសម័យទំនើប, ការកម្សាន្ត, តន្ត្រី, ភាពយន្ត និងភាពយន្តភាគទៅលើពិភពលោក។ វាទទួលបានការជម្រុញដោយផ្នែកដោយរដ្ឋាភិបាលកូរ៉េខាងត្បូងក្នុងគោលបំណងបង្កើនថាមពលប្រអំណាចវប្បធម៌(Soft-Power)របស់ខ្លួននិងធ្វើឲ្យសេដ្ឋកិច្ចមានភាពប្រសើរឡើង។ ដំបូងឡើងគោលដៅរបស់ខុស្សាហកម្មវីស័យ កម្សាន្តរបស់កូរ៉េខាងត្បូង(Hallyu)នេះគឺប្រទេសចិននិងប្រទេសជប៉ុនដែលជាប្រទេសក្នុងតំបន់,ប៉ុន្តែHallyuបាន រីកដុះដាលពាសពេញពិភពលោកតាមរយៈប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត, បណ្តាញសង្គមនិងកម្មវិធីប្រទេសផ្សេងៗផ្សាយផ្សេងៗ។

Hallyu (ហ៊ាលយូ) មកពីពាក្យ Han(ហាន) មានន័យថាប្រទេសកូរ៉េឬកូរ៉េ ជាមួយនឹង Ryu(រ្យូ)មានន័យ ថាលក់ក្នុងតួអក្សរចិន។ដូចនេះទើបពេលគេនិយាយពីលក់កូរ៉េ(Korean Wave) គេមិននិយាយឬសរសេរថា Hallyu Wave នោះទេគេនិយាយឬសរសេរតែត្រឹម Hallyu ទេទើបបានហើយ។<sup>13</sup>

**១.១.២.២. ប្រភេទនៃវិស័យកម្សាន្តវប្បធម៌របស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង**

**❖ វិស័យតន្ត្រីនិងចម្រៀង**

➢ **Kpop** គឺជាទម្រង់នៃតន្ត្រីដ៏ពេញនិយមដែលមានដើមកំណើតនៅប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង ដែលជាផ្នែក មួយនៃវប្បធម៌កូរ៉េខាងត្បូង។ វារួមបញ្ចូលរចនាបទនិងប្រភេទតន្ត្រីផ្សេងៗពីជុំវិញពិភពលោក ដូចជា Pop, Hip Hop, R&B, Experimental, rock, Jazz, gosel , reggae, ក្បាច់រាំបែបអេឡិចត្រូនិច (Electronic dance), folk, Country(តន្ត្រីបែបជនបទ), Disco(ឌីស្កូ)និងClassical(តន្ត្រីបុរាណ)ពីលើត ត្រីដើមសម័យបុរាណកូរ៉េខាងត្បូងរបស់

ខ្លួន។<sup>14</sup>

➢ **តន្ត្រីបុរាណ៖** សិល្បករបុរាណកូរ៉េជាច្រើនកំពុងដើរតួយ៉ាងរស់រវើកនៅក្នុងពិភពតន្ត្រីបុរាណ។ ក្នុងឆ្នាំ 2015 អ្នកលេងព្យ៉ាណូ Cho Sung-jin គឺជាជនជាតិកូរ៉េដំបូងគេដែលឈ្នះការប្រកួតអន្តរជាតិដ៏ល្បី ល្បាញរបស់ពិភពលោក Frederick Chopin Piano Competition នៅរដ្ឋធានី Warsaw ប្រទេសប៉ូឡូ ញ។ អ្នកលេងព្យ៉ាណូ Sohn Jeung-beum គឺជាជនជាតិកូរ៉េដំបូងគេដែលឈ្នះរង្វាន់ទីមួយក្នុងប្រភេទ

<sup>13</sup> Linguasia, "The meaning of Hallyu explained by Korean [2022]", 2022, Accessed July 01 2022

<sup>14</sup> "케이팝" (in Korean) , Accessed March 27, 2022 <https://terms.naver.com/entry.naver>



ព្យាណូនៃការប្រកួតប្រជែងតន្ត្រីអន្តរជាតិ ARD លើកទី 66 នៅទីក្រុង Munich ដែលជាការប្រកួតតន្ត្រី បុរាណអន្តរជាតិដ៏ធំបំផុតនៅក្នុងប្រទេសអាល្លឺម៉ង់។ លើសពីនេះ តារាចម្រៀងក្នុងត្រូវបានគេដាក់ក្នុងចំណាត់ថ្នាក់កំពូលទាំងបីនៅឯការប្រលងតន្ត្រីអន្តរជាតិ Gian Battista Viotti ដែលធ្វើឡើងនៅទីក្រុង Vercelli ប្រទេសអ៊ីតាលីក្នុងឆ្នាំ 2016 ហើយអ្នកលេងព្យាណូក្នុងកំឡុងពេលបានចំណាត់ថ្នាក់កំពូល ទាំងបីនៅឯការប្រលងព្យាណូអន្តរជាតិ Prague Spring ក្នុងឆ្នាំនោះ។

ក្នុងខាងត្បូងបានបន្តផលិតអ្នកចម្រៀងល្បីៗដូចជា Sumi Jo (soprano), Hong Hei-kyung (soprano), Shin Youngok (soprano), Kwangchul Youn (បាស) និង Samuel Yoon (បាសបារីតុន) ដែលត្រូវបានគេស្វែងរកយ៉ាងអន្ទះសារ ដោយអ្នកស្រឡាញ់តន្ត្រីបុរាណនៅក្នុងផ្នែកជាច្រើននៃពិភពលោក។ ទាក់ទងនឹងតន្ត្រីឧបករណ៍ Yeol Eum Son (ព្យាណូ) Dong-hyek Lim (ព្យាណូ) Sarah Chang (វីយូឡុង) និង Zia Hyunsu Shin (វីយូឡុង) កំពុងទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍។

Lee Hee-ah ដែលត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាអ្នកលេងព្យាណូដែលមានម្រាមដៃបួន ក៏ត្រូវបានសាទរយ៉ាងទូលំទូលាយចំពោះការសម្តែងដ៏អស្ចារ្យរបស់នាង និងការប្រយុទ្ធដោយវិភាពប្រឆាំងនឹងស្ថានភាពរាងកាយដ៏លំបាក។ អ្នកលេងព្យាណូបុរាណជំនាន់ទី 1 របស់ប្រទេសកូរ៉េរួមមាន Han Tong-il និង Kun-woo Paik ដែលបានការចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំងពីទស្សនិកជនអន្តរជាតិនៅចន្លោះទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1950 និង 1970 ហើយនៅតែបន្តលេងសម្រាប់អ្នកគាំទ្រដែលពេញចិត្តពួកគេ។

Chung Myung-whun ដែលជាអ្នកលេងព្យាណូដ៏ល្បីល្បាញលើពិភពលោក ទទួលបានការសាទរកាន់តែខ្លាំងសម្រាប់ការដឹកនាំរបស់គាត់ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។ គាត់បានដឹកនាំរង់តន្ត្រីដ៏ល្បីល្បាញបំផុតរបស់ពិភពលោកមួយចំនួនរួមទាំងBerlin Philharmonic និង London Philharmonic មុនពេលបន្តធ្វើជានាយកផ្នែកតន្ត្រី និងជាអ្នកដឹកនាំប្រចាំនៅ Opéra de la Bastille ក្នុងទីក្រុងប៉ារីស។ លើសពីនេះលោកបានបម្រើការជាអ្នកដឹកនាំរង់តន្ត្រី Seoul Philharmonic Orchestra ហើយឥឡូវនេះជាអ្នកដឹកនាំរង់តន្ត្រី One Korea Youth Orchestra។ គាត់ក៏ត្រូវបានគេស្គាល់យ៉ាងទូលំទូលាយនៅក្នុងឆាកតន្ត្រីទូទាំងពិភពលោកក្នុងនាមជាសមាជិកនៃ Chung Trio ជាមួយបងប្អូនស្រីពីរនាក់របស់គាត់គឺអ្នកលេងវីយូឡុង Chung Kyung-wha និង cellist Chung Myung-wha ។

Kim Eun-seon ដែលជាអ្នកដឹកនាំរង់តន្ត្រីខាងត្បូងដ៏ល្បីលើពិភពលោក គឺជាអ្នកដឹកនាំតន្ត្រីបន្ទាប់នៃ San Francisco Opera ដែលចាប់ផ្តើមនៅឆ្នាំ 2021។ នេះមានន័យថានាងនឹងក្លាយជាអ្នកដឹកនាំរង់

ស្ត្រីដំបូងគេនៃ Opera House ដ៏ធំនៅសហរដ្ឋអាមេរិក ដោយបើកទំព័រប្រវត្តិសាស្ត្រថ្មីមួយនៅក្នុងពិភព តន្ត្រីបុរាណ។

- **មហោស្រពតន្ត្រី៖** អ្នកចូលរួមមហោស្រពកូរ៉េអាចរីករាយជាមួយតន្ត្រី Broadway ជាច្រើនប្រភេទដូចជា Jekyll & Hyde និង Chicago រួមជាមួយនឹងតន្ត្រីថ្មីៗដែលនិពន្ធ និងដឹកនាំដោយ ជនជាតិកូរ៉េដែល ពោរពេញទៅដោយទេពកោសល្យដែលការច្នៃប្រឌិតរបស់ពួកគេត្រូវបានទទួលស្គាល់យ៉ាងខ្លាំងនៅលើ ឆាកពិភពលោក។ អ្នកសំដែងមហោស្រពតន្ត្រីកូរ៉េកំពុងជំរុញឱ្យ K-musical រីកដុះដាលដោយការ ចេញដំណើរទេសចរណ៍ ឬផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណការសំដែងតន្ត្រីនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ រួមមានប្រទេស ជប៉ុន ចិន និងតៃវ៉ាន់។ តន្ត្រីល្បីៗរួមមាន Finding Mr. Destiny និង Laundry (BALLAE) ដែល បទទាំងពីរនេះកំពុងល្បីខ្លាំងនៅកូរ៉េខាងត្បូង។ ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ Idols តែងតែស ម្តែងក្នុងមហោស្រពតន្ត្រីដោយផ្តល់ឱកាសសំខាន់ៗសម្រាប់អ្នកគាំទ្រប្រទេសរបស់ពួកគេក្នុងការចាប់ អារម្មណ៍លើតន្ត្រីកូរ៉េ(K-musical) ។<sup>15</sup>

❖ **វិស័យភាពយន្ត**

- **ភាពយន្តភាគដែលគេនិយមស្គាល់** ឬហៅថា “Kdrama” ជាប្រភេទរឿងភាគចាក់តាមបុស្តីទូរទស្សន៍ឬកម្ម វិធីផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិចផ្សេងៗ។
- **ខ្សែភាពយន្ត** ជាប្រភេទរឿងដុំជាមួយការថតសកម្មភាពឬការសម្តែងពិតៗដែលស្រដៀងឬដូចទៅនឹង រឿងកុនហ្វូលីវូដដែរ។

❖ **វិស័យហ្គេម**

- **ហ្គេមតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត(Online Game)** ជាវីដេអូហ្គេមលេងដែលលេងធម្មតាមានដែនកំណត់ឬ លេងតាមរយៈប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេតឬបណ្តាញកុំព្យូទ័រផ្សេងៗដែលមាន។ ហ្គេមទាំងនោះក៏មានហ្គេមខ្លះ បានសហការឬផលិតដោយក្រុមហ៊ុនឬតារាក្នុងវិស័យKpop ឬKdrama ផងដែរ។<sup>16</sup> ឧស្សាហកម្មហ្គេម នៅក្នុងប្រទេសកូរ៉េនៅតែបន្តខ្លាំងនៅឆ្នាំ 2022។ កូរ៉េខាងត្បូងត្រូវបានគេមើលឃើញថា ជាប្រទេសមួយ ក្នុងចំណោមប្រទេសហ្គេមកំពូលនៅជុំវិញពិភពលោក។ បច្ចុប្បន្នវាគឺជាទីផ្សារធំទី 4 របស់ពិភពលោក សម្រាប់ហ្គេមវីដេអូ។ វាត្រូវបានគេចាត់ទុកជារាជធានី Esports របស់ពិភពលោកផងដែរ ហើយវាពិត

<sup>15</sup> Korea.net, “Hallyu (Korean Wave)”, Accessed July 17, 2022 [www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu](http://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu)

<sup>16</sup> 90DayKorean, “Korean Games-Activities enjoyed by children and grow-up”, last modified May 04,2022 <https://www.90daykorean.com/korean-games/>

ជាសមហេតុផល។ ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងត្រូវបានគេស្គាល់ដោយសារទំនោររបស់ខ្លួនចំពោះបច្ចេកវិទ្យា ដែលផ្តល់ឱ្យប្រជាជនគ្រប់រូបនូវលទ្ធភាពប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិតល្បឿនលឿន។ ជាមួយនឹងកំណើននៃហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ IT នៅក្នុងប្រទេសកូរ៉េ វាក៏មានការកើនឡើងដូចគ្នានៅក្នុងទីផ្សារហ្គេមនៅក្នុងប្រទេសកូរ៉េ។ មិនយូរប៉ុន្មាន ហាងកាហ្វេអ៊ីនធឺណិត និងបន្ទប់កុំព្យូទ័របានចាប់ផ្តើមរីកដុះដាលពេញប្រទេសកូរ៉េ។ មជ្ឈមណ្ឌលទាំងនេះបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនហ្គេមនៅក្នុងប្រទេសកូរ៉េដូចជា Nexon និង NC Soft ដើម្បីបង្កើតហ្គេមអនឡាញ/PC ដែលមានការប្រកួតប្រជែងដោយសារតែការកើនឡើងនៃតម្រូវការ។

ជាមួយនឹងការផ្លាស់ប្តូរពី PC ទៅជាហ្គេមទូរស័ព្ទ កូរ៉េខាងត្បូងអាចកែសម្រួលជាមួយនឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទូរស័ព្ទដែលគួរអោយចាប់អារម្មណ៍ដូចគ្នា។ ទីផ្សារហ្គេមសរុបនៅក្នុងប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងបានឈានដល់ 15 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2021។ បច្ចុប្បន្ននេះ ទីផ្សារហ្គេមទូរស័ព្ទខ្លួនវាផ្ទាល់នៅក្នុងប្រទេសកូរ៉េឈរនៅក្រោម 7 ពាន់លានដុល្លារ។ ជាង 50% នៃប្រជាជនកូរ៉េលេងហ្គេមនៅលើតូរស័ព្ទទំនើបរបស់ពួកគេ ហើយចំនួននេះបានកើនឡើងចាប់តាំងពី COVID-19បានផ្ទុះឡើង។<sup>17</sup>

**១.២. ទ្រឹស្តីនិទន្តស្រទះវិទ្យាទៅលើឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្ត**

ការកម្សាន្តអាចត្រូវបានបែងចែកជាចំណាត់ថ្នាក់សកម្មភាពផ្សេងទៀតដូចជាការអប់រំ និងទីផ្សារ ទោះបីជាពួកគេបានរៀនពីរបៀបប្រើប្រាស់ភាពទាក់ទាញនៃការកម្សាន្ត ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅផ្សេងគ្នារបស់ពួកគេក៏ដោយ។ ពេលខ្លះការកម្សាន្តអាចជាល្បាយនៃធាតុទាំងពីរបញ្ចូលគ្នា។<sup>18</sup> សារៈសំខាន់ និងផលប៉ះពាល់នៃការកម្សាន្តត្រូវបានទទួលស្គាល់ដោយអ្នកប្រាជ្ញហើយការបង្កើនភាពទំនើបរបស់វាបានជះឥទ្ធិពលលើការអនុវត្តក្នុងវិស័យផ្សេងទៀតដូចជា សារៈមន្ទីរវិទ្យា(ការសិក្សាពីការគ្រប់គ្រងនិងរៀបចំសារៈមន្ទីរ)។<sup>19</sup>

ចិត្តសាស្ត្រវិទូនិយាយថាមុខងារនៃការកម្សាន្តតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយគឺ "ការទទួលបាននូវភាពរីករាយ"។ គ្មានលទ្ធផលប្តូរត្រូវបានយោជន៍ដែលអាចវាស់វែងបានទៅត្រូវបានរំពឹងទុកពីវា (លើកលែងតែពិន្ទុចុងក្រោយនៅក្នុងកីឡាកម្សាន្ត)។<sup>20</sup> នេះគឺផ្ទុយទៅនឹងការអប់រំ(ដែលត្រូវបានរចនាឡើងក្នុងគោលបំណងអភិវឌ្ឍការយល់ដឹងឬជួយមនុស្សឱ្យរៀន) និងទីផ្សារ(ដែលមានគោលបំណងលើកទឹកចិត្តមនុស្សឱ្យទិញផលិតផលពាណិជ្ជ

<sup>17</sup> Jonh, "The Gaming Industry in South Korea – A Complete breakdown", Publish February 26, 2022  
<sup>18</sup> Sayre, Shay; King, Cynthia (2010). Entertainment and Society: Influences, Impacts, and Innovations (2nd ed.). Oxon; New York: Routledge.. p. 22.  
<sup>19</sup> Macleod, Suzanne; Watson, Sheila (2007). Knell, Simon J. (ed.). Museum Revolutions. Oxon; New York: Routledge.  
<sup>20</sup> Zillmann, Dolf; Vorderer, Peter (2000). Media Entertainment – the psychology of its appeal. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Taylor & Francis e-library. p. vii.

កម្ម)។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយភាពខុសប្លែកគ្នាកាន់តែមានភាពស្រពិចស្រពិល នៅពេលដែលការអប់រំស្វែងរក "ការកម្សាន្ត" កាន់តែច្រើនហើយការកម្សាន្ត ឬទីផ្សារស្វែងរក"ការអប់រំ"កាន់តែច្រើនវិញ ។ ល្បាយបែបនេះត្រូវបានគេស្គាល់ជាញឹកញាប់ដោយពាក្យថា "ការកម្សាន្តអប់រំ(Edutainment)" ឬ "ព័ត៌មានកម្សាន្ត (infotainment)" ។ ចិត្តវិទ្យានៃការកម្សាន្ត ក៏ដូចជាការរៀនសូត្រត្រូវបានអនុវត្តលើគ្រប់វិស័យទាំងនេះ។<sup>21</sup> ការអប់រំ-កម្សាន្តមួយចំនួនគឺជាគោលដៅដ៏ធំមួយដើម្បីបញ្ចូលគ្នានូវលក្ខណៈពិសេសល្អបំផុតរបស់វិស័យទាំងពីរ។<sup>22</sup> មនុស្សមួយចំនួនត្រូវបានកម្សាន្តដោយការឈឺចាប់របស់អ្នកដទៃ ឬគំនិតនៃភាពមិនសប្បាយចិត្តរបស់ពួកគេ (schadenfreude)។

ការកម្សាន្តអាចលើសពីការពេញចិត្តនិងបង្កើតការយល់ដឹងខ្លះៗនៅក្នុងទស្សនិកជនរបស់វា។ ការកម្សាន្តអាចពិចារណាយ៉ាងប្រសប់នូវសំណួរទស្សនវិជ្ជាជាសកលដូចជា៖ "តើវាមានន័យយ៉ាងណាចំពោះមនុស្ស?"; "តើអ្វីទៅជារឿងត្រឹមត្រូវដើម្បីធ្វើ?"; ឬ "តើខ្ញុំយល់រឿងដែលខ្ញុំដឹងដោយរបៀបណា?"។ ឧទាហរណ៍"អត្ថន័យនៃជីវិត"គឺជាប្រធានបទនៅក្នុងទម្រង់កម្សាន្តដ៏ធំទូលាយ រួមទាំងភាពយន្ត តន្ត្រី និងអក្សរសិល្ប៍។ សំណួរទាំងនេះជំរុញឱ្យមានការនិទានរឿង និងរឿងភាគជាច្រើន ថាតើវាត្រូវបានបង្ហាញក្នុងទម្រង់ជាសាច់រឿង ភាពយន្ត ការលេង កំណាព្យ សៀវភៅ រាំ កំប្លែង ឬហ្គេម។ ឧទាហរណ៍អស្ចារ្យរបស់ Shakespeare ជះឥទ្ធិពលដល់ការសម្តែង Hamlet ដែលជាវីរបុរសដែលបានសរសេរអំពីកង្វល់ទាំងនេះនៅក្នុងកំណាព្យ និងខ្សែភាពយន្តដូចជា The Matrix ដែលស្វែងយល់ពីធម្មជាតិនៃចំណេះដឹង ហើយត្រូវបានចេញផ្សាយទូទាំងពិភពលោក។ ប្រលោមលោកផ្តល់វិសាលភាពអស្ចារ្យសម្រាប់ការស៊ើបអង្កេតលើប្រធានបទទាំងនេះ ខណៈពេលដែលពួកគេផ្តល់ភាពសប្បាយរីករាយដល់អ្នកអានរបស់ពួកគេ។ឧទាហរណ៍នៃការងារច្នៃប្រឌិតដែលពិចារណាសំណួរទស្សនវិជ្ជាយ៉ាងរីករាយ ដែលវាត្រូវបានបង្ហាញក្នុងទម្រង់ដ៏ធំទូលាយមួយគឺ The Hitchhiker's Guide to the Galaxy ។ ដើមឡើយជារឿងកំប្លែងតាមវិទ្យុ រឿងនេះបានក្លាយជារឿងពេញនិយម ហើយវាក៏លេចចេញជារឿងប្រលោមលោក ខ្សែភាពយន្ត រឿងភាគទូរទស្សន៍ ការបង្ហាញលើឆាក រឿងកំប្លែង សៀវភៅអូឌីយ៉ូ (Audiobook) កំណត់ត្រា LP(LP Record )ហ្គេមផ្សេងៗ(Adventure game) និងហ្គេមអនឡាញ(Online game) គំនិតរបស់វាបានក្លាយជាឯកសារយោងដ៏ពេញនិយម ហើយត្រូវបានបកប្រែជាច្រើនភាសា។<sup>23</sup>

<sup>21</sup> For example, marketers mix commercial messages with non-commercial messages in entertainments on radio, television, films, videos and games. Shrum, L.J.J. (2012). The Psychology of Entertainment Media (2nd ed.). Routledge  
<sup>22</sup> Singhal, Arvind; Cody, Michael J.; Rogers, Everett; Sabido, Miguel, eds. (2008). Entertainment-Education and Social Change: History, Research, and Practice. Taylor & Francis.  
<sup>23</sup> Simpson, M.J. (2005). The Pocket Essential Hitchhiker's Guide (2nd ed.). Pocket Essentials. p. 120.

ប្រធានបទរបស់វារួមបញ្ចូលអត្ថន័យនៃជីវិត ក៏ដូចជា "ក្រមសីលធម៌នៃការកម្សាន្ត បញ្ញាសិប្បនិម្មិត(AI or Artificial Intelligence) ពិភពចម្រុះ ព្រះ និងវិធីសាស្ត្រទស្សនវិជ្ជា"។<sup>24</sup>

<sup>24</sup> Joll, Nicholas, ed. (2012). Philosophy and The Hitchhiker's Guide to the Galaxy. Houndmills, Basingstoke, Hampshire; New York: Palgrave Macmillan.

## **ជំពូកទី២**

**ស្ថានភាពទូទៅនៃសេដ្ឋកិច្ចនិងវិស័យឧស្សាហកម្មរ៉ែរបស់ប្រទេសកម្ពុជានៅខែសីហា**

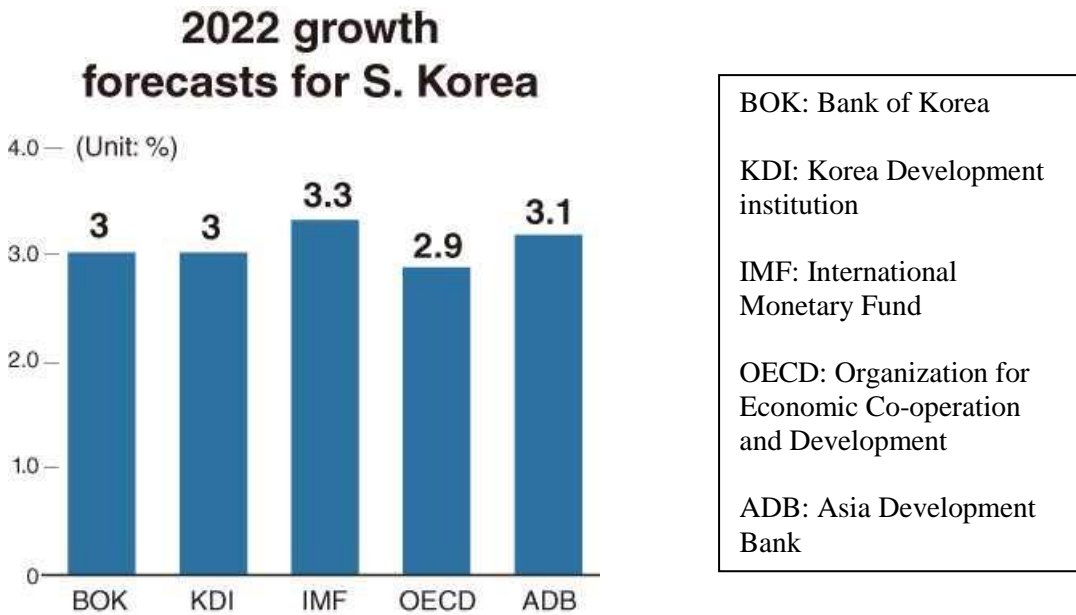
## ជំពូកទី២

### ស្ថានភាពទូទៅនៃសេដ្ឋកិច្ចនិងវិស័យឧស្សាហកម្មរួមបញ្ចូលប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង

#### ២.១. សេដ្ឋកិច្ចនៃប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង

ជាប់ចំណាត់ថ្នាក់ទី 10 ក្នុងចំណោមមហាអំណាចសេដ្ឋកិច្ចធំបំផុតរបស់ពិភពលោក និងទី 4 នៅអាស៊ី ក្នុងឆ្នាំ 2022 កូរ៉េខាងត្បូងមានភាពល្បីល្បាញដោយសារកំណើនសេដ្ឋកិច្ចដ៏អស្ចារ្យពីប្រទេសក្រីក្របំផុតមួយ ក្នុងពិភពលោកទៅជាប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍និងមានប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ក្នុងរយៈពេលតែមួយជំនាន់។ ក្នុងអំឡុងវិបត្តិ ហិរញ្ញវត្ថុពិភពលោកឆ្នាំ 2007-2008 ប្រទេសនេះរក្សាបាននូវស្ថិរភាពសេដ្ឋកិច្ចហើយថែមទាំងបានជួបប្រទះនូវ កំណើនសេដ្ឋកិច្ចកំឡុងពេលឈានដល់កម្រិតកំពូលនៃវិបត្តិ។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាង ត្បូងបានឈានចូលដល់ដំណាក់កាលឆ្នាំដ៏អាក្រក់បំផុតនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ចរបស់ខ្លួនក្នុងរយៈពេលជាងកន្លះ សតវត្សក្នុងឆ្នាំ 2020 ដែលរងឥទ្ធិពលដោយការធ្លាក់ចុះសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសចិន និងភាពមិនប្រាកដប្រជា នៃ សង្គ្រាមពាណិជ្ជកម្មរវាងទីក្រុងប៉េកាំង និងទីក្រុងវ៉ាស៊ីនតោន និងផលប៉ះពាល់ជាសកលនៃជំងឺរាតត្បាត COVID-19 ។ ការវិនិយោគដែលនៅទ្រឹងនិងការខកខានក្នុងការធ្វើឱ្យរីកដុះដាលនៃវិស័យបន្ទះឈើបច្ចុប្បន្នទៅ ក្នុងឧស្សាហកម្មផ្សេងទៀតបានកំណត់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចរួចហើយនៅត្រឹម 2.2% ក្នុងឆ្នាំ 2019, មុនពេលធ្លាក់ ចុះដល់ -0.9% ក្នុងឆ្នាំ 2020 និងត្រលប់មកវិញនៅ 4.3% ក្នុងឆ្នាំ 2021។ យោងតាមការព្យាករណ៍របស់IMF នៅក្នុងខែតុលា ឆ្នាំ 2021, កំណើន GDP ត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងឈានដល់ 3.3% ក្នុងឆ្នាំ 2022 និងមាន ស្ថេរភាពនៅ 2.8% ក្នុងឆ្នាំ 2023 ដែលជាកម្រិតនៃការងើបឡើងវិញនៃសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោកក្រោយការរាតត្បា ត។

**រូបភាពទី១៖ ការព្យាករណ៍ពីកំណើនសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាងត្បូងសម្រាប់ឆ្នាំ២០២២៖** <sup>25</sup>



BOK: Bank of Korea  
 KDI: Korea Development institution  
 IMF: International Monetary Fund  
 OECD: Organization for Economic Co-operation and Development  
 ADB: Asia Development Bank

ប្រភព៖ The Korea Herald

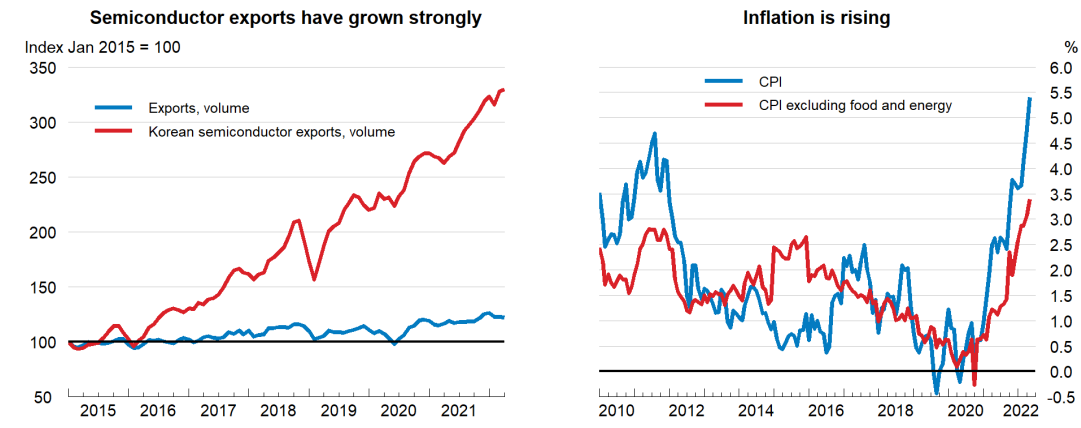
ទោះបីជាមានកញ្ចប់ថវិកាជំរុញទឹកចិត្តក៏ដោយ, ហិរញ្ញវត្ថុសាធារណៈបានធ្លាក់ចុះនៅឆ្នាំ 2020 និង 2021។ អតិរេកថវិកាបានថយចុះពី 0.5% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបក្នុងឆ្នាំ 2019 ដល់ -1.5% ក្នុងឆ្នាំ 2020 និង 12.5% ក្នុងឆ្នាំ 2021។ IMF រំពឹងថាឱនភាពសារពើពន្ធនឹងនៅតែស្ថិតក្នុងកម្រិត -22.2% និងឈានដល់ -2.3% ក្នុងឆ្នាំ 2023។ បំណុលសាធារណៈបានកើនឡើងដល់ប្រហែល 51.3% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបក្នុងឆ្នាំ 2021 ហើយត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងកើនឡើងនៅឆ្នាំខាងមុខនេះដល់ 55.1% ក្នុងឆ្នាំ 2022 និង 58.5% ក្នុងឆ្នាំ 2023 (IMF, តុលា 2021)។ អតិផរណាត្រូវបានព្យាករណ៍ថានឹងឈរនៅ 1.6% ក្នុងឆ្នាំ 2022 ធៀបនឹង 2.2% ក្នុងឆ្នាំ 2021 និង 0.5% ក្នុងឆ្នាំ 2020។ អំឡុងឆ្នាំ 2020 និង 2021 រដ្ឋាភិបាលបានខិតខំប្រឹងប្រែងយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការជំរុញសេដ្ឋកិច្ចតាមរយៈការចំណាយសារពើពន្ធពង្រីកហើយជាលទ្ធផលទិន្នន័យការងារបានបង្ហាញពីភាពប្រសើរឡើងទាំងចំនួនការងារនិងស្ថានភាពការងារ។ វិធានការក្របខ័ណ្ឌសម្រាប់ការច្នៃប្រឌិតឧស្សាហកម្មត្រូវបានបញ្ចប់ ដែលគ្របដណ្តប់លើផែនការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធផលិតកម្មនិងសេវាកម្ម អភិវឌ្ឍឧស្សាហកម្មស្នូលថ្មីនៃទិន្នន័យបណ្តាញនិង AI និងលើកកម្ពស់ឧស្សាហកម្មថ្មីទាំងបីនៃប្រព័ន្ធនៅលើបន្ទះឈើប ជីវសុខភាព និងវេយន្តនាពេលអនាគត។ រដ្ឋាភិបាលក៏បានធ្វើការសម្រាប់ការធ្វើឱ្យសេដ្ឋកិច្ចរីកចម្រើនដំណាក់កាលទី២,

<sup>25</sup> The Korea Herald “Stable recovery forecast for Korea in 2022” , accessed July 17, 2022 [www.koreaherald.com/view](http://www.koreaherald.com/view).



ការគាំពារការងារដ៏រឹងមាំ និងការពង្រឹងសំណាញ់សុវត្ថិភាពសង្គម ដែលនាំឱ្យមានការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវស្ថេរភាពនៃការចែកចាយ និងវិធានការបន្ថែមដើម្បីជួយឱ្យសប្តាហ៍ធ្វើការ 52 ម៉ោង(52hours workweek)ដំណើរការដោយរលូន។ ទោះយ៉ាងណាវិស័យឯកជននៅមិនទាន់មានសក្តានុពលនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសនៅឡើយទេ។ការនាំចេញបានស្ទុះងើបឡើងវិញដែលនាំមុខដោយsemiconductors(សារធាតុរឹងដែលមានចរន្តរវាងអ៊ីសូឡង់ និងលោហៈភាគច្រើន ដោយសារតែការបន្ថែមធាតុមិនសុទ្ធ ឬដោយសារឥទ្ធិពលសីតុណ្ហភាព)។ ឧបករណ៍ដែលផលិតពីសារធាតុ semiconductors ជាពិសេស ស៊ីលីកូន(silicon) គឺជាសមាសធាតុសំខាន់នៃសៀគ្វីអេឡិចត្រូនិកភាគច្រើននិងរថយន្ត។ រហូតមកដល់ពេលនេះការវិនិយោគមានការកើនឡើងល្អ បើទោះបីជាតម្រូវការចុះខ្សោយ និងមានភាពមិនច្បាស់លាស់ខ្ពស់ (OECD, 2021)។ បំណុលសាជីវកម្មតាងឱ្យ 101.7% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបក្នុងឆ្នាំ 2019 (វិទ្យាស្ថានហិរញ្ញវត្ថុសាធារណៈកូរ៉េ ឆ្នាំ 2020) កើនឡើង 6.3%ធៀបនឹងឆ្នាំមុន ដែលជាការកើនឡើងច្រើនបំផុតទីពីរនៅក្នុងពិភពលោក និងកម្រិតខ្ពស់នៃបំណុលគ្រួសារបង្កហានិភ័យដល់វិស័យធនាគារ។ .

**រូបភាពទី២៖ ការនាំចេញ Semiconductorរបស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង៖**



ប្រភព៖ Bank of Korea

នៅឆ្នាំ 2022 បញ្ហាប្រឈមបន្ទាន់បំផុតរបស់ប្រទេសនៅតែទាក់ទងនឹងផលប៉ះពាល់សេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងសុខភាពសាធារណៈនៃការរាតត្បាត COVID-19។ ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងបានទទួលជោគជ័យគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងការរួមបញ្ចូលគ្នានូវកំណើនសេដ្ឋកិច្ចយ៉ាងឆាប់រហ័សជាមួយនឹងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ ប្រាក់ចំណូលសម្រាប់មនុស្សម្នាក់បានកើនឡើងពី 100 ដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 1963 ដល់ជាង 31,762 ដុល្លារនៅបច្ចុប្បន្ន(IMF, តុលា 2021)។ ទោះបីជាអត្រាគ្មានការងារធ្វើត្រូវបានប៉ាន់ប្រមាណថាទាបបំផុតនៅឆ្នាំ 2021 នៅ 3.8% (IMF, តុលា 2021) ចំនួនកម្មករធ្វើការមិនទៀងទាត់គឺខ្ពស់ណាស់, វិសមភាពសង្គមកាន់តែស៊ី

ជម្រៅ ហើយទំនាក់ទំនងសង្គមកាន់តែយ៉ាប់យឺន។ រដ្ឋាភិបាលកំពុងតស៊ូក្នុងការបង្វែរការងារ សូម្បីតែបន្ទាប់ពីបានប្រើប្រាស់ថវិកាបន្ថែមចំនួន 400 លានដុល្លារជាចម្បងសម្រាប់គម្រោងបង្កើតការងារនិងកំពុងជំរុញឱ្យមូលនិធិសោធននិវត្តន៍វិនិយោគបន្ថែមទៀតនៅក្នុងភាគហ៊ុនតូច Kosdaq ដើម្បីបង្កើនការច្នៃប្រឌិត។ ក្នុងរយៈពេលមធ្យម និងយូរជាងនេះ កូរ៉េខាងត្បូងនឹងចំណាយកាន់តែច្រើនលើការរៀបចំវិធានការដើម្បីដោះស្រាយអត្រាកំណើតទាប ភាពក្រីក្ររបស់មនុស្សចាស់ និងការងារទាបក្នុងចំណោមស្ត្រី។ IMF រំពឹងថាទោះជាយ៉ាងណាអត្រាគ្មានការងារធ្វើនឹងនៅតែរងផលប៉ះពាល់បន្តិចបន្តួចដោយផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានដល់សេដ្ឋកិច្ចនៃជំងឺរាតត្បាត COVID-19 ដែលអត្រាបច្ចុប្បន្នត្រូវបានគេប៉ាន់ប្រមាណថានឹងស្ថិតនៅ 3.7% ក្នុងឆ្នាំ 2022 ។<sup>26</sup>

**រូបភាពទី៣៖ ការព្យាករណ៍របស់IMF**

Main Indicators	2019	2020	2021 (e)	2022 (e)	2023 (e)
GDP (billions USD)	1,651.42	1,638.26e	1,823.85	1,907.66	2,012.10
GDP (Constant Prices, Annual % Change)	2.2	-0.9e	4.0	3.0	2.9
GDP per Capita (USD)	31,937e	31,638e	35,196	36,792	38,791
General Government Balance (in % of GDP)	0.5	-1.5e	-2.5	-2.6	-2.3
General Government Gross Debt (in % of GDP)	42.1	47.9e	51.3	55.1	58.5
Inflation Rate (%)	0.4	0.5e	2.2	1.6	1.6
Unemployment Rate (% of the Labour Force)	3.8	3.9e	3.8	3.7	3.7
Current Account (billions USD)	59.68	75.28	81.28	79.75	83.91
Current Account (in % of GDP)	3.6	4.6	4.5	4.2	4.2

Source: IMF – World Economic Outlook Database, October 2021

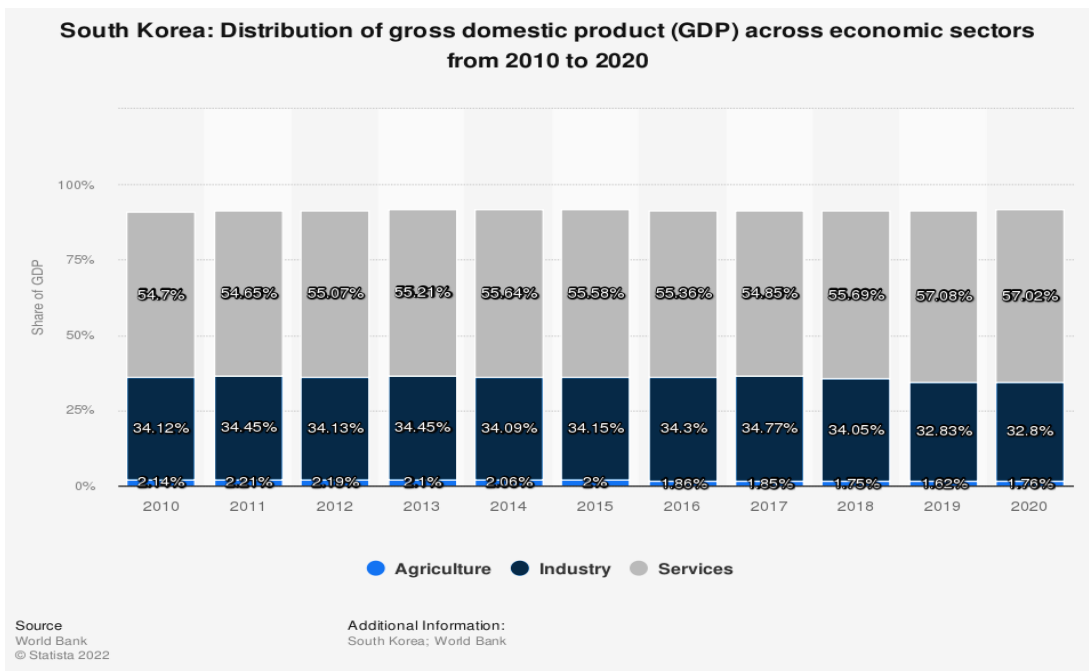
Note: (e) Estimated Data

ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងបានឆ្លងកាត់ការផ្លាស់ប្តូរសេដ្ឋកិច្ចដ៏ធំបំផុតមួយក្នុងរយៈពេល 60 ឆ្នាំកន្លងមកនេះ។ ដោយសារទំហំភូមិសាស្ត្រមានកម្រិត ធនធានធម្មជាតិមិនគ្រប់គ្រាន់ និងទំហំប្រជាជន (កម្លាំងពលកម្ម

<sup>26</sup> Santandertrade, “South Korea: Economic and political outline “, Accessed June 27, 2022 [santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/south-korea/economic-political-outline](https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/south-korea/economic-political-outline)

ចំនួន 28.4 លាននាក់ក្នុងចំណោមប្រជាជនចំនួន 51.28 លាននាក់) ប្រទេសនេះបានយកចិត្តទុកដាក់ជា ពិសេសចំពោះការអភិវឌ្ឍន៍បច្ចេកវិទ្យានិងការច្នៃប្រឌិតដើម្បីលើកកម្ពស់កំណើនវិកលុតលាស់ពីជនបទ ពីប្រទេសកសិកម្ម ទៅជាទីក្រុង ជាប្រទេសឧស្សាហកម្ម។ ឧស្សាហកម្មតំណាងឱ្យ 32.6% នៃផលិតផលក្នុង ស្រុកសរុប និងផ្តល់ការងារ 25% នៃកម្លាំងពលកម្មក្នុងឆ្នាំ 2021 (ធនាគារពិភពលោកឆ្នាំ 2022)។ ឧស្សាហកម្ម សំខាន់ៗរួមមាន វាយនភណ្ឌ ដែក ការផលិតថយន្ត ការសាងសង់កប៉ាល់ និងអេឡិចត្រូនិច។ ប្រទេសកូរ៉េ ខាងត្បូងគឺជាប្រទេសផលិតគ្រឿងអេឡិចត្រូនិកដ៏ធំបំផុតរបស់ពិភពលោក។

**រូបភាពទី៤៖** ចំណូលផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប(GDP)ដែលបានពីគ្រប់វិស័យសេដ្ឋកិច្ចពីឆ្នាំ2010ដល់2020

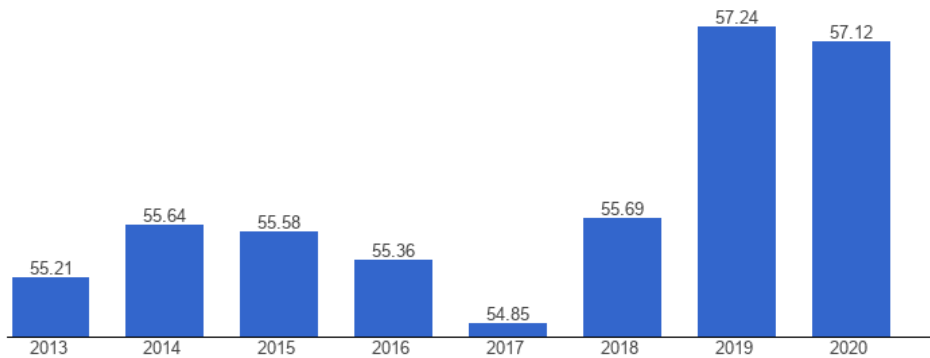


វិស័យកសិកម្មនៅក្នុងប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងបានរួមចំណែកតិចតួចដល់ GDP របស់ប្រទេស (1.8%) និងផ្តល់ការងារត្រឹមតែ 4.8% នៃចំនួនប្រជាជនសកម្មក្នុងឆ្នាំ 2021 (ធនាគារពិភពលោកឆ្នាំ 2022)។ ស្រូវជា ដំណាំកសិកម្មសំខាន់,ធញ្ញជាតិសម្រាប់បរិភោគនិងធ្វើនំប៉័ង(Barley) ស្រូវសាលី ពោត សណ្តែកសៀង និងផ្លែ ស្ពៅ(sorghum) ត្រូវបានដាំដុះយ៉ាងទូលំទូលាយ។ វិស័យនេះក៏រួមបញ្ចូលទាំងការចិញ្ចឹមសត្វទ្រង់ទ្រាយធំផង ដែរ។ តិចជាងមួយភាគបួននៃផ្លែដីត្រូវបានដាំដុះ។ ធនធានដីរបស់កូរ៉េខាងត្បូងត្រូវបានកំណត់ចំពោះមាស និងប្រាក់។

វិស័យសេវាកម្មគឺជាវិស័យសេដ្ឋកិច្ចធំជាងគេនិងលូតលាស់លឿនបំផុតដែលប្រហែលស្មើនឹង 57.1% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប និងផ្តល់ការងារដល់ 70.2% នៃចំនួនប្រជាជនសកម្ម (ធនាគារពិភពលោកឆ្នាំ

2022) ជាពិសេសហាងទំនិញ ហាងទំនិញ និងផ្សារទំនើប។ វិស័យទេសចរណ៍គឺជាវិស័យមួយក្នុងចំណោមវិស័យដែលមានការរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័ស ជាមួយនឹងការកើនឡើង 14% ក្នុងឆ្នាំ 2019 យោងតាមអង្គការទេសចរណ៍កូរ៉េ ទោះបីជាចំនួនភ្ញៀវទេសចរចិនបានធ្លាក់ចុះយ៉ាងខ្លាំងក្នុងប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ដោយសារតែបម្រាមការធ្វើដំណើររបស់ទីក្រុងប៉េកាំង ដែលមិនត្រូវបានដកចេញទាំងស្រុងក៏ដោយ។ ចាប់តាំងពីឆ្នាំ 2020 ប្រទេសកំពុងរង់ចាំព្រំដែនពិភពលោកបើកម្តងទៀតសម្រាប់ការធ្វើដំណើរអន្តរជាតិ។សារៈសំខាន់នៃសេវាកម្មនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចនៃប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង និងប្រទេសផ្សេងទៀតត្រូវបានវាស់វែងជាតម្លៃបន្ថែមនៃសេវាកម្មគិតជាភាគរយនៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប។ វិស័យសេវាកម្មរួមមាន ពាណិជ្ជកម្មលក់ដុំ និងរាយ ការដឹកជញ្ជូន សេវាហិរញ្ញវត្ថុ ការអប់រំ ការថែទាំសុខភាព និងអចលនទ្រព្យ។<sup>27 28</sup>

**រូបភាពទី៥៖** តម្លៃគិតជាភាគរយរបស់វិស័យសេវាកម្មដែលចូលរួមចំណែកក្នុងផលិតផលក្នុងស្រុករបស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងត្រឹមឆ្នាំ2020

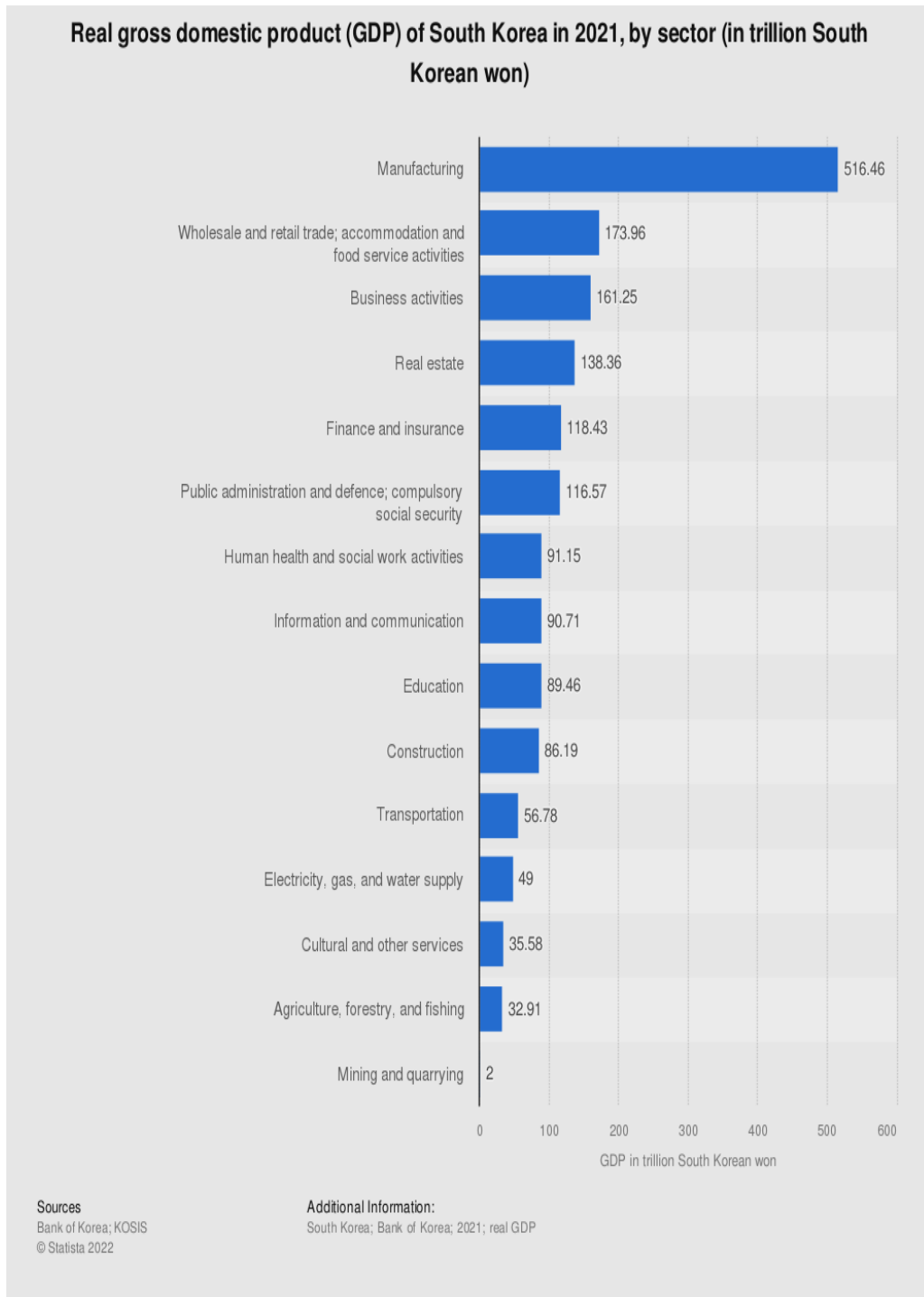


ប្រភព៖ ធនាគារពិភពលោក (World Bank)

<sup>27</sup> The global Economy.com, “South Korea: Share of service” Accessed July 17, 2022 [www.theglobaleconomy.com/South-Korea/Share\\_of\\_services/](http://www.theglobaleconomy.com/South-Korea/Share_of_services/)

<sup>28</sup> Credit Agricole Group, “South Korea economic and Political Review”, Accessed June 28, 2022 [international.groupecreditagricole.com/en/international-support/south-korea/economic-overview](http://international.groupecreditagricole.com/en/international-support/south-korea/economic-overview)

**រូបភាពទី៦៖ ផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប GDP របស់កូរ៉េខាងត្បូងក្នុងឆ្នាំ 2021 គិតជាពាន់ពាន់លានវ៉ុន (Trillion South Korea Won)**



**២.២. ស្ថានភាពនៃខស្សហកម្មកម្សាន្ត**

ចាប់ពីពាក់កណ្តាលទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1990 ដល់ពាក់កណ្តាលទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 2000 រឿងភាគទូរទស្សន៍កូរ៉េ ខាងត្បូង និងតន្ត្រីពេញនិយមទទួលបានប្រជាប្រិយភាពយ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងបណ្តាប្រទេសអាស៊ីដូចជាប្រទេស ចិន និងជប៉ុន។ ក្នុងឆ្នាំ 1997 នៅពេលដែលរឿងភាគទូរទស្សន៍ដែលមានចំណងជើងថា “What Is Love” ត្រូវ បានចាក់ផ្សាយដោយទូរទស្សន៍រដ្ឋដ៏ធំរបស់ចិន China Central Television (CCTV) វាបានជាប់ចំណាត់ថ្នាក់ លេខ 2 នៅក្នុងមាតិកាដៃអូឡាំពូលរបស់ប្រទេសចិនគ្រប់ពេល(China’s alltime imported video content)។ បន្ទាប់មក ពាក្យ Hallyu ឬ "Korean Wave" បានលេចចេញជាដំបូង ដោយសំដៅទៅលើការពេញនិយមជាស កលសម្រាប់វប្បធម៌កូរ៉េ។

រលកកូរ៉េបានចាប់ផ្តើមមានការពេញនិយមនៅប្រទេសជប៉ុនក្នុងឆ្នាំ2003 នៅពេលដែលរឿងភាគរបស់ទូរទស្សន៍ KBS រឿង “Winter Sonata” ត្រូវបានចាក់ផ្សាយតាមរយៈ NHK(Nippon Hoso Kyokai ជាទូរទស្សន៍សាធារ ណៈរបស់ប្រទេសជប៉ុន) ។ រឿងនេះបានក្លាយជារឿងដែលមានការគាំទ្រយ៉ាងខ្លាំង(Megahit),កោះណាមី (Nami island)នៅ(ឈូនឆុន)Chuncheon ដែលជាកន្លែងថតរឿង គឺជាគោលដៅទេសចរណ៍ដែលត្រូវតែទៅទ ស្សនាសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរណ៍ជប៉ុន។

ចាប់ពីពាក់កណ្តាលទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 2000 ដល់ដើមឆ្នាំ 2010 ការរីករាលដាលនៃរលកកូរ៉េត្រូវបាននាំ មុខជាចម្បងដោយក្រុមចម្រៀងបុរសនិងក្រុមនារីកូរ៉េដែលហៅថាតារាក្នុងដួងចិត្ត(Idol star)ដូចជា Big Bang ក្រុម Girls' Generation និង Kara។ ក្នុងអំឡុងពេលនេះ Korean Wave(រលកកូរ៉េ)បានពង្រីកមូលដ្ឋានអ្នកគាំ ទ្ររបស់ខ្លួនទៅកាន់ឆាកអន្តរជាតិប្រពិភពលោករួមមានអាមេរិកឡាទីន និងមជ្ឈិមបូព៌ា លើសពីថ្នូបអាស៊ីតែមួយ មុខ, ជាពិសេសពួកគេទទួលបានការគាំទ្រនិងក្តីស្រឡាញ់ពីមនុស្សវ័យជំទង់ និងវ័យ20 ឆ្នាំឡើង។

Korean Wave ដែលបានបង្កើតមូលដ្ឋានគ្រឹះដ៏រឹងមាំតាមរយៈវប្បធម៌ដ៏ពេញនិយមដូចជារឿងភាគ ទូរទស្សន៍និងតន្ត្រីបាននឹងកំពុងរុញច្រានដែនកំណត់នៃឥទ្ធិពលរបស់វាចាប់តាំងពីឆ្នាំ2010។ ដោយសារភាព ទាក់ទាញពិសេសនៃវប្បធម៌កូរ៉េត្រូវបានគេស្គាល់យ៉ាងទូលំទូលាយសម្រាប់មនុស្សជុំវិញពិភពលោកតាមរយៈ វេទិកាផ្សព្វផ្សាយអនឡាញជាសកលដូចជា YouTube និងសេវាកម្មបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គម, ភាពងប់ងល់ ឬការពេញនិយមបានរីករាលដាលដល់វប្បធម៌ប្រពៃណីកូរ៉េ អាហារ អក្សរសិល្ប៍ និងភាសា ដែលបង្កើតឱ្យមាន អ្នកចូលចិត្តកាន់តែច្រើនឡើងៗ។

ក្នុងឆ្នាំ 2020, ខ្សែភាពយន្ត Parasite ដែលត្រូវបានជ្រើសរើសឲ្យឈ្នះពាន 6 ប្រភេទផ្សេងគ្នា, បានឈ្នះពានរង្វាន់ឈានមុខគេចំនួន 4 នៅឯកម្មវិធីពានរង្វាន់ Academy Awards លើកទី 92 រួមទាំងអពានអ្នកដឹកនាំល្អបំផុត និងរូបភាពល្អបំផុត ដែលដើរតួជាឱកាសដើម្បីណែនាំភាពយន្តកូរ៉េទៅកាន់ពិភពលោក។

ចំនួននៃក្រុមទាក់ទងនឹង Hallyu ដែលចាប់អារម្មណ៍នឹងវប្បធម៌កូរ៉េកំពុងមានកើនឡើង។ ជារៀងរាល់ឆ្នាំចំនួននៃក្រុមទាំងនេះកើនឡើង 7% និងចំនួនសមាជិក 36% ។ គិតត្រឹមឆ្នាំ 2020 ចំនួនសមាជិកសរុបដែលបានចូលរួមជាមួយក្រុមដែលទាក់ទងនឹង Hallyu នៅគ្រប់ប្រទេសជុំវិញពិភពលោកបានឈានដល់ជិត 100 លាននាក់។ នេះគឺជាការកើនឡើង 5 ដងក្នុងរយៈពេល 5 ឆ្នាំ។ ពួកគេភាគច្រើនសម្បូរទៅដោយក្រុមអ្នកគាំទ្រ K-pop ដូចជា ARMY ក្រុមអ្នកគាំទ្រផ្លូវការជាសកលរបស់ BTS និង BLINK ក្រុមអ្នកគាំទ្រផ្លូវការរបស់ BLACKPINK ។ លើសពីនេះក្រុមអ្នកគាំទ្រនិងអ្នកគាំទ្រផ្សេងទៀតក៏មានសកម្មភាពលើវិស័យផ្សេងៗផងដែរ ដូចជារឿងភាគកូរ៉េខាងត្បូង អាហារ និងទេសចរណ៍ជាដើម។

- **វិស័យK-Pop**

វិស័យមួយដែលកំពុងរីកចម្រើនលឿនជាងវិស័យណាៗទាំងអស់នោះគឺ វិស័យK-pop សតវត្សរ៍ទី 21 ឬ តន្ត្រីប៉ុបកូរ៉េ ដែលរួមមានdance-pop, pop-ballads, techno, rock, R&B ជាដើម។ K-pop គឺជាពាក្យទូទៅសម្រាប់តន្ត្រីពេញនិយមពីប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង ដែលដើមឡើយត្រូវបានគេហៅថា gayo ដែលមានន័យថាតន្ត្រីប៉ុប។ ថ្មីៗនេះ ពាក្យ "ប៉ុប" ដែលដើមឡើយសំដៅលើតន្ត្រីប៉ុបរបស់អង់គ្លេស និងអាមេរិក ត្រូវបានគេប្រើដើម្បីសំដៅលើតន្ត្រីពេញនិយមនៅក្នុងប្រទេសផ្សេងទៀត ដោយបញ្ចូលវាទៅក្នុងអក្សរទីមួយនៃឈ្មោះប្រទេស ដូចជា "K-pop" របស់ប្រទេសកូរ៉េ។ ឧទាហរណ៍ តន្ត្រីពេញនិយមនៅក្នុងប្រទេសថៃ ជប៉ុន និងចិនត្រូវបានគេហៅថា T-pop, J-pop និង C-pop រៀងគ្នា។ នៅក្នុងបរិបទដូចគ្នា តន្ត្រីប៉ុបកូរ៉េត្រូវបានគេហៅថា K-pop ។

នៅពាក់កណ្តាលទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 2000 ក្រុមតារាចម្រៀងដូចជា TVXQ, Kara, Big Bang, Girls' Generation និង 2NE1 ទទួលបានប្រជាប្រិយភាពយ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងទ្វីបអាស៊ី រួមទាំងប្រទេសចិន ជប៉ុន តៃវ៉ាន់ និងសិង្ហបុរី ដែលជាលទ្ធផលបានធ្វើឱ្យមានការចាប់អារម្មណ៍ជាសកលចំពោះK-pop ។ ក្នុងឆ្នាំ 2009 ក្រុមចម្រៀងនារី Wonder Girls បានក្លាយជាតារាចម្រៀងកូរ៉េដំបូងគេដែលបង្ហាញខ្លួននៅលើតារាង Billboard Hot 100 ជាមួយនឹងចម្រៀងភាសាអង់គ្លេស "Nobody" ។ ក្នុងឆ្នាំ 2012 នៅពេលដែលបទ "Gangnam Style" របស់ PSY បានរក្សាចំណាត់ថ្នាក់របស់ខ្លួនលេខ 2 នៅលើ Billboard Hot 100 អស់រយៈពេលប្រាំពីរសប្តាហ៍ជាប់ៗគ្នា ហើយក៏បានទទួលការទស្សនាចំនួន 3 ពាន់លាននៅលើ YouTube, ពេលនោះហើយដែលការពេញនិយមរបស់ K-pop បានចាប់ផ្តើមរីករាលដាលជុំវិញពិភពលោកយ៉ាងពិតប្រាកដ។

ភាពជោគជ័យទូទាំងពិភពលោកនៃ "Gangnam Style" ត្រូវបានបន្តដោយការកើនឡើងនៃភាពល្បីល្បាញរបស់ក្រុមចម្រៀង K-pop បុរស BTS ។ BTS បានឈរនៅលើកំពូលតារាង Billboard 200 ក្នុងឆ្នាំ 2019 ហើយបានឈ្នះពានរង្វាន់ Top Social Artist សម្រាប់ ៣ឆ្នាំជាប់ៗគ្នានៅឯ Billboard Music Awards ។ នេះបានទាក់ទាញការចាប់អារម្មណ៍ពីពិភពលោក ដែលបណ្តាលឱ្យមានការទទួលស្គាល់ជាសកលនៃ K-pop ជាប្រភេទនៃតន្ត្រីមួយ។ បន្ទាប់ពីបានឡើងដល់កំពូលតារាង Billboard 200 ក្នុងខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ 2020 "Map of the Soul: 7" បានរក្សាចំណាត់ថ្នាក់ខ្ពស់ក្នុងរយៈពេល 23 សប្តាហ៍ជាប់ៗគ្នា។ BTS ទទួលបានពានរង្វាន់ Guinness World Records ជាច្រើន រួមទាំងចំណងជើងសម្រាប់អ្នកទស្សនាភាគច្រើនសម្រាប់ការផ្សាយផ្ទាល់ការប្រគុំតន្ត្រី។ នៅខែសីហាឆ្នាំ 2020 BTS បានបង្កើតប្រវត្តិសាស្ត្រដោយក្លាយជាតារាក្នុងខាងត្បូងដំបូងគេដែលឈរនៅលើកំពូលតារាង Billboard Hot 100 ជាមួយនឹងបទចម្រៀងជាភាសាអង់គ្លេសដំបូងដែលមានចំណងជើងថា "Dynamite" ។ ឥទ្ធិពលរបស់ K-pop កាន់តែពង្រីក, ក្នុងឆ្នាំ 2019 Best K-pop ត្រូវបានដាក់ឱ្យដំណើរការជាប្រភេទពានរង្វាន់ថ្មីមួយនៅក្នុងកម្មវិធី MTV Video Music Awards ដែលជាកម្មវិធីប្រគល់ពានរង្វាន់ដែលចាក់ផ្សាយដោយប៉ុស្តិ៍ទូរទស្សន៍ខ្សែកាប MTV ដើម្បីផ្តល់កិត្តិយសដល់អ្នកដែលផលិតវីដេអូចម្រៀងបានល្អបំផុត។

K-Pop មានភាពអស្ចារ្យនិងរស់រវើកដ៏គួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍។ ក្នុងចំណោមក្រុមតារាចម្រៀងជាង 150 ដែលកំពុងមានសកម្មភាពនៅក្នុងប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង ក្រុមដែលមានភាពល្បីល្បាញខ្លាំងរួមមាន BTS, BLACKPINK, TWICE, EXO, Seventeen, IKon, Kard, Red Velvet, SF9, NCT, ITZY, MONSTA X និងក្រុមចម្រៀងឬតារាចម្រៀងទោលជាច្រើនទៀត។ K-pop មានគុណតម្លៃពិសេសក្នុងវិស័យជាច្រើន ហើយមិនកំណត់ត្រឹមតែចំពោះតន្ត្រីប៉ុណ្ណោះទេ។ ភាពល្បីល្បាញរបស់ K-pop គឺស្ថិតនៅលើការសម្តែងដ៏អស្ចារ្យ ជំនាញច្រៀងដ៏ល្អឥតខ្ចោះ ឥរិយាបថនៅលើឆាក និងក្បាច់រាំដ៏ទឿនលឿន។ បទចម្រៀង និងក្បាច់រាំរបស់ក្រុមតារាចម្រៀងសម្រាប់ការសម្តែងដ៏ល្អឥតខ្ចោះ មិនត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងរយៈពេលមួយថ្ងៃ ឬពីរថ្ងៃទេ។ ពួកគេត្រូវបានសន្មតថាជាឆ្នាំនៃការរៀបចំផែនការហ្មត់ចត់ រួមជាមួយនឹងការបណ្តុះបណ្តាលជាប្រព័ន្ធ និងការប្រើប្រាស់កម្លាំងកាយចិត្តក្នុងអំឡុងពេលហ្វឹកហ្វឺតរបស់ពួកគេ។ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងយ៉ាងសកម្មជាមួយអ្នកគាំទ្រក៏មានរាប់បញ្ចូលសម្រាប់ប្រជាប្រិយភាពដែលកំពុងកើនឡើងរបស់ K-pop ផងដែរ។ សមាជិកក្រុមចម្រៀងត្រូវបានរៀបចំឱ្យមានការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមពេលវេលាជាក់ស្តែងជាមួយអ្នកគាំទ្ររបស់ពួកគេពីជុំវិញពិភពលោកតាមរយៈកម្មវិធីជួបជុំអ្នកគាំទ្រនិងតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម ដោយហេតុនេះពួកគេបានការកសាងភាពស្និទ្ធស្នាល និងចំណងមិត្តភាពកាន់តែខ្លាំងជាមួយនឹងអ្នកគាំទ្ររបស់ពួកគេ។



អ្នកគាំទ្របានរួមចំណែកដល់ការរីកចម្រើនរបស់សិល្បៈករ សិល្បៈការនី ជាពិសេសនៅក្នុងវិស័យ K-pop តាមរយៈសកម្មភាពក្រុមអ្នកគាំទ្រសកម្ម។ អ្នកគាំទ្រមិនគិតថាតារាចម្រៀងគ្រាន់តែជាតារាដែលពួកគេចូលចិត្តធម្មតានោះទេ។ អ្នកគាំទ្រដែលបានគាំទ្រក្រុមតារាចម្រៀងតាំងពីការបង្ហាញខ្លួនដំបូងរបស់ពួកគេ តាំងពីនៅក្មេងមើលពួកគេធំពេញវ័យពីក្មេងប្រុសឬស្រីទៅជាមនុស្សពេញវ័យ ហើយមានអារម្មណ៍ថាពួកគេដូចជាធំឡើងជាមួយគ្នាដែរ។ នេះជាធម្មជាតិនាំឱ្យមានចំណងមិត្តភាពកាន់តែជ្រាលជ្រៅដោយការចែករំលែកក្តីស្រលាញ់ ចំណង់ចំណូលចិត្ត និងភាពជោគជ័យដែលពួកគេទទួលបាន។ ថ្មីៗនេះ K-pop បានបន្តធ្វើពិពិធកម្ម, ខណៈពេលដែលក្រុមតារាចម្រៀងនៅតែដើរតួយ៉ាងសំខាន់, សិល្បៈករ សិល្បៈការនីដែលធ្វើការផលិតតន្ត្រីដោយខ្លួនឯងកំពុងតែធ្វើការយ៉ាងហ្មត់ចត់នៅក្នុងការបង្កើតតន្ត្រីថ្មីៗរបស់ពួកគេ។ ជាទូទៅតែងតែមានការសហការរវាងតារាចម្រៀងទោលនិងតារាចម្រៀងទោល ,ក្រុមតារាចម្រៀង និងតន្ត្រីករឯករាជ្យតារាចម្រៀងទោលដើម្បីបង្កើតភាពចម្រុះផ្សេងៗគ្នានៃតន្ត្រី។ តារាល្បីៗដូចជា IU, Sunmi, (G)I-DLE, BTOB និង Seventeen កំពុងបោះជំហានទៅមុខជាតារាចម្រៀង-អ្នកនិពន្ធបទចម្រៀង ដែលបង្កើតបទចម្រៀងដោយខ្លួនឯងដោយមិនពឹងផ្អែកលើអ្នកនិពន្ធ ឬអ្នកនិពន្ធទំនុកច្រៀងដែលមានស្រាប់។

លើសពីនេះ ក្រុមហ៊ុនកម្សាន្តធំៗកំពុងអភិវឌ្ឍ និងលក់ផលិតផលដូចជាផលិតផលដែលទាក់ទងនឹងតារា តាមរយៈមាតិកាបន្ទាប់បន្សំដោយផ្អែកលើក្រុមតារាចម្រៀង ដើម្បីបង្កើនចំណូលបន្ថែមក្នុងវិស័យ K-pop ។ ឧទាហរណ៍សៀវភៅរូបភាព(Photo book), កាតរូបថត(Photo card)ដែលមានរូបតារាចម្រៀងជាដើម។ ទាំងនេះផ្តល់ឱ្យអ្នកគាំទ្រ K-pop នូវភាពរីករាយ និងគុណតម្លៃនៃបទពិសោធន៍ថ្មី។

- **ខ្សែភាពយន្តភាគ**

ខ្សែភាពយន្តភាគរបស់កូរ៉េខាងត្បូងកំពុងទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ពីជុំវិញពិភពលោក ដែលត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ថាជាប្រភេទរឿងឯករាជ្យមួយហៅថា K-drama។ រឿងភាគកូរ៉េទទួលបានការគាំទ្រឥតឈប់ឈរនៅជុំវិញពិភពលោក បន្ទាប់ពីរឿង What Is Love បានធ្វើឱ្យផ្ទុះការគាំទ្រនៅក្នុងប្រទេសចិនក្នុងឆ្នាំ 1997 ហើយ Winter Sonata គឺជារឿងដ៏ល្បីនៅក្នុងប្រទេសជប៉ុនក្នុងឆ្នាំ 2002 ។ Dae Jang Geum (MBC) ដែលជារឿងភាគទូរទស្សន៍ដែលនិយាយអំពីម្ចាស់រាជវាំង ដែលចាក់ផ្សាយចន្លោះឆ្នាំ 2003 ដល់ 2004 ត្រូវបាននាំយកទៅកាន់ 91 ប្រទេសជុំវិញពិភពលោក រួមទាំងប្រទេសជប៉ុន ចិន និងទូរគមនាគមន៍ធ្វើការចាក់ផ្សាយ។ រឿងនេះបានពង្រីកវិសាលភាពនៃលក់កូរ៉េទៅក្នុងអាហារ ម៉ូដសម្លៀកបំពាក់ និងថ្នាំពេទ្យរបស់កូរ៉េ ខណៈដែលកំពុងទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍ពិភពលោកចំពោះវប្បធម៌កូរ៉េ។

ក្នុងឆ្នាំ 2013 រឿងភាគទូរទស្សន៍ដូចជា My Love from the Star និង That Winter, the Wind Blows ត្រូវបានអ្នកគាំទ្រអន្តរជាតិគាំទ្រជាខ្លាំង ខណៈក្នុងឆ្នាំ 2016 រឿង Dokkaebi (Guardian: The Lonely and Great God), Moonlight Drawn by Clouds និង Descendants of the Sun បានធ្វើឲ្យប្រជាប្រិយភាពរបស់ខ្សែភាពយន្តភាគកូរ៉េខាងត្បូងក៏ដូចជាHallyu ហាក់ឡើងខ្ពស់មួយកម្រិតទៀតគួរកត់សម្គាល់។

នៅឆ្នាំ 2019 ភាពយន្តកូរ៉េដំបូងរបស់ Netflix “Kingdom” បានទទួលជោគជ័យក្នុងការទាក់អ្នកទស្សនាអន្តរជាតិ។ ភាពល្បីល្បាញនៃភាពយន្តរបស់វាក៏ផ្អែកលើស្ត្រីបំបែកដែលបានរៀបចំយ៉ាងល្អ និងសមត្ថភាពដឹកនាំថតបែបធម្មជាតិបាននាំឲ្យមានការផលិត Kingdom

រដូវកាលទី 2 និងការបង្កើតភាពយន្តភាគប្រភេទថ្មីដែលមានឈ្មោះថា K-zombies ។ វាគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ដែលអ្នកទស្សនាបរទេសដែលប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមរបស់ពួកគេដើម្បីបញ្ចេញនូវការពេញចិត្តចំពោះស្ថាបត្យកម្មនិងរចនាប័ទ្មសម្លៀកបំពាក់នៃរាជវង្ស Joseon ដែលជាទិដ្ឋភាពផ្ទៃខាងក្រោយនៃរឿងភាគ។ ជាពិសេស ការចង់ដឹងចង់ឃើញកាន់តែច្រើនឡើងអំពីម្នាក់ប្រពៃណីកូរ៉េសម្រាប់បុរសដែលហៅថា gat បានរួមចំណែកដល់ការកើនឡើងនៃការលក់របស់វានៅលើគេហទំព័រ Amazon.com ។

ដូច្នេះហើយរឿងភាគកូរ៉េដែលត្រូវបានទទួលស្គាល់ដោយសារតែគុណភាពនិងសមត្ថភាពក្នុងការផលិតខ្ពស់បាននឹងកំពុងពង្រីកប្រជាប្រិយភាពប្រមូលផ្តុំអ្នកគាំទ្ររបស់ពួកគេនៅក្រៅប្រទេសក្នុងឆ្នាំ2020។នេះគឺដោយសារតែពួកគេទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីទីផ្សារលើសកម្រិត(OTT) ដែលបានកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័សទូទាំងពិភពលោកដោយសារតែ COVID-19។

Crash Landing on You ដែលបានចាក់ផ្សាយក្នុងឆ្នាំ 2020 ត្រូវបានចាក់បញ្ចាំងជាលើកដំបូងក្នុងប្រទេសចំនួន 190 តាមរយៈ Netflix ។ រឿងនេះនិយាយអំពីស្នេហារវាងអ្នកស្នងមរតករបស់ជនជាតិកូរ៉េខាងត្បូងម្នាក់របស់ Chaebol (ក្រុមហ៊ុន) និងប្រធានក្រុមនៅក្នុងជួរកងទ័ពកូរ៉េខាងជើង។ វាទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍នៅក្នុងទ្វីបអាស៊ី រួមទាំងប្រទេសជប៉ុនផងដែរ ដែលវាបានឈានជើងចូលបញ្ជីនៃកម្មវិធីទូរទស្សន៍ដ៏ពេញនិយមបំផុតទាំង 10 នៅលើ Netflix ក្នុងប្រទេសជប៉ុនរយៈពេល 10 សប្តាហ៍។

• ភាពយន្ត

រោងកុននៃប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងបានក្លាយជាទីផ្សារដ៏ធំមួយនៅក្នុងពិភពលោក ជាមួយនឹងការកើនឡើងនៃភាពជោគជ័យជាសកល និងសកលភារូបនីយកម្មនៃឧស្សាហកម្មភាពយន្តកូរ៉េ។

យោងតាមសមាគមន៍ភាពយន្តអាមេរិក (MPAA) តម្លៃនៃរោងកុនកូរ៉េខាងត្បូងក្នុងឆ្នាំ 2018 មានចំនួន 1.6 ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក ក្នុងចំណោមទីផ្សារភាពយន្តពិភពលោកដែលតម្លៃ 41.1 ពាន់លានដុល្លារ ធ្វើឲ្យតម្លៃនៃរោង

ភាពយន្តក្នុងខាងត្បូងជាប់ចំណាប់ថ្នាក់ធំជាងគេទីប្រាំនៅក្នុងពិភពលោកតាមពីក្រោយដោយអាមេរិកខាងជើង ចិន ជប៉ុន និងចក្រភពអង់គ្លេស។

ក្នុងខាងត្បូងជាប់ចំណាត់ថ្នាក់លេខមួយសម្រាប់ភាពញឹកញាប់នៃការចូលរួមក្នុងមនុស្សម្នាក់ក្នុងពិភពលោក ហើយភាពយន្តក្នុងគ្រប់ដណ្តប់ 51% នៃវិស័យការិយាល័យក្នុងស្រុក។

ភាពយន្តក្នុងដែលមានប្រវត្តិរយៈពេល 101 ឆ្នាំត្រូវបានទទួលស្គាល់សម្រាប់គុណភាពភាពយន្តរបស់ខ្លួននៅឯមហាស្រពភាពយន្តអន្តរជាតិ ហើយបច្ចុប្បន្នកំពុងត្រូវបានណែនាំយ៉ាងទូលំទូលាយនៅជុំវិញពិភពលោក។

ចាប់តាំងពីឆ្នាំ 1961 នៅពេលដែល The Coachman បានក្លាយជាភាពយន្តក្នុងដំបូងគេដែលឈ្នះរង្វាន់ Silver Bear Extraordinary Jury Prize នៅមហាស្រពភាពយន្តអន្តរជាតិទីក្រុងប៊ែកឡាំង ភាពយន្តរបស់ក្នុងខាងត្បូងបានលេចធ្លោនៅក្នុងមហាស្រពភាពយន្តដ៏ល្បីល្បាញបំផុតនៅលើពិភពលោក ដែលត្រូវបានគេស្គាល់ថា Big Three: Berlin ( អាណ្លីម៉ង់) ទីក្រុង Cannes (បារាំង) និងទីក្រុង Venice (អ៊ីតាលី)។

ភាពយន្តដូចជា Old Boy, Oasis, Burning និង On the Beach at Night Alone បានឈ្នះពានរង្វាន់ឈានមុខគេក្នុងប្រភេទពានសំខាន់ៗ។ អ្នកដឹកនាំរឿងក្នុងឆ្នាំដូចជា Bong Joon-ho, Im Kwon-taek, Lee Chang-dong, Park Chan-wook, Hong Sang-soo និង Kim Jee-woon កំពុងទាក់ទាញការចាប់អារម្មណ៍នៅក្នុងឧស្សាហកម្មភាពយន្តពិភពលោក។

ក្នុងឆ្នាំ 2019 Bong Joon-ho បានក្លាយជាអ្នកដឹកនាំរឿងក្នុងដំបូងគេដែលឈ្នះពានរង្វាន់ Palme d'Or នៅមហាស្រពភាពយន្ត Cannes សម្រាប់ភាពយន្តចុងក្រោយបង្អស់របស់គាត់ Parasite ដែលបានឈ្នះពានរង្វាន់ឈានមុខគេចំនួន 4 នៅ Academy Awards ក្នុងឆ្នាំ 2020 ។ ហេតុផលនេះបានធ្វើឲ្យពិភពលោកមានការចាប់អារម្មណ៍កាន់តែខ្លាំងលើភាពយន្តក្នុងខាងត្បូង។

ខណៈដែល Parasite បានឈ្នះពានរង្វាន់ច្រើនជាងគេបំផុតនៅឯ Oscars 2020 ដោយឈ្នះពានរង្វាន់ Academy ចំនួន 4 រួមមាន Best Picture, Directing, International Feature Film និង Writing,ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយពិភពលោកបានចាប់ផ្តើមរាយការណ៍យ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់អំពីខ្សែភាពយន្តក្នុងត្បូង។ ជាឧទាហរណ៍ កាសែតអង់គ្លេសឈ្មោះ Guardian បានណែនាំខ្សែភាពយន្ត The Handmaiden និង Rotten Tomatoes ដែលជាគេហទំព័រពិនិត្យឡើងវិញរបស់អាមេរិកសម្រាប់ខ្សែភាពយន្ត និងទូរទស្សន៍ បានយកចិត្តទុកដាក់លើកំណាព្យ។

ជាងនេះទៅទៀតក្នុងខាងត្បូងក៏រៀបចំមហាស្រពភាពយន្តអន្តរជាតិផ្សេងៗ ដើម្បីធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវស្ថានភាពភាពយន្តរបស់ខ្លួន ដែលជាកម្លាំងចលករសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍបន្ថែមទៀតនៃឧស្សាហកម្មភាពយន្តអាស៊ី។ ឧទាហរណ៍មហាស្រពភាពយន្តអន្តរជាតិ Busan ដែលជាមហាស្រពភាពយន្តដ៏ធំបំផុតនៅក្នុងប្រទេស

កូរ៉េខាងត្បូង មហោស្រពភាពយន្តBucheon International Fantastic Film Festival និងមហោស្រពភាពយន្តអន្តរជាតិ Jeonju ទាក់ទាញការចាប់អារម្មណ៍ពីអ្នកផលិតភាពយន្តជុំវិញពិភពលោកជារៀងរាល់ឆ្នាំជាមួយនឹងគំនិត និងកម្មវិធីផ្សេងៗ។

លើសពីនេះភាពយន្តកូរ៉េខាងត្បូងកំពុងទទួលបានប្រជាប្រិយភាពយ៉ាងខ្លាំងតាមរយៈវេទិកា OTT ។ ជាពិសេស “Alive” ដែលជាខ្សែភាពយន្តខ្មោចនៅzooobielរបស់កូរ៉េខាងត្បូងដែលបានចេញផ្សាយក្នុងខែមិថុនាឆ្នាំ 2020 គឺជាឧទាហរណ៍នៃខ្សែភាពយន្តកូរ៉េដែលទទួលបានជោគជ័យដែលត្រូវបានណែនាំនៅក្រៅប្រទេសតាមរយៈសេវាកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ OTT ។ វាបានឈរលើកំពូលតារាងភាពយន្តពិភពលោកក្នុង 35 ប្រទេសពីថ្ងៃបន្ទាប់ពីការចេញផ្សាយរបស់វានៅលើ Netflix។<sup>29</sup>

<sup>29</sup> Korea.net, “Hallyu (Korean Wave)”, Accessed July 17, 2022 [www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu](http://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu)

## **ជំពូកទី ៣**

**ទំនាក់ទំនងរវាងឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្ត  
និងកំណើនសេដ្ឋកិច្ចក្នុងរយៈពេលវែង**

**ជំពូកទី ៣**

**ទំនាក់ទំនងរវាងឧស្សាហកម្មកម្សាន្តនិងកំណើនសេដ្ឋកិច្ចក្នុងវេនខាងត្បូង**

សាធារណរដ្ឋកូរ៉េបានក្លាយជាគោលដៅទេសចរណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិចាប់តាំងពីលក់កូរ៉េ ឬ Hallyu បានចាប់ផ្តើមត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយរដ្ឋាភិបាលកូរ៉េដើម្បីបង្កើនកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍របស់ខ្លួន។ ការផ្សព្វផ្សាយតារា Hallyu ដោយរដ្ឋាភិបាលតាមរយៈយុទ្ធនាការផ្សេងៗបាននាំឱ្យមានការកើនឡើងនូវមនុស្សដែលប្រាថ្នាចង់ធ្វើដំណើរទៅកាន់ប្រទេសកូរ៉េ និងកំណើននៃចំណាប់អារម្មណ៍ចំពោះវប្បធម៌កូរ៉េ។ មិនថាជាបែកអាស៊ីអាគ្នេយ៍ ឬពិភពលោកទេ, គោលគំនិតនៃលក់កូរ៉េបានបង្កើនការនាំចេញវប្បធម៌នៃម៉ាក 'កូរ៉េ' និងបង្កើនលំហូរនៃភ្ញៀវទេសចរទៅកាន់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង។

អំណាចនៃភាពទាក់ទាញរបស់ Hallyu អាចមើលឃើញមិនត្រឹមតែនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាត្រូវបានគេស្គាល់នៅទូទាំងពិភពលោកនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។ វាបានបង្កើតឱ្យមានដំណើរទេសចរណ៍ដែលមានមូលដ្ឋានលើ K-pop/K-drama ដែលនាំអ្នកគាំទ្រដែលស្រលាញ់វិស័យនេះខ្លាំងទៅកាន់ទីតាំង K-pop/K-drama ដ៏ល្អបំផុតនៅជុំវិញប្រទេស។ រដ្ឋាភិបាលកូរ៉េតាមរយៈក្រសួងវប្បធម៌ កីឡា និងទេសចរណ៍របស់ខ្លួន (MCST) បានប្រើប្រាស់លក់កូរ៉េ មិនត្រឹមតែបង្កើនកំណើនទេសចរណ៍ទៅកាន់កូរ៉េខាងត្បូងប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងលើកទឹកចិត្តដល់ការទិញផលិតផលវប្បធម៌កូរ៉េ ក៏ដូចជាទំនិញជាតិដូចជាផលិតផលក្រុមហ៊ុន Samsung និង LG ជាដើម ។ ទាំងអស់នេះសុទ្ធតែជាផ្នែកដែលនាំឱ្យមានកំណើន GDP ។<sup>30</sup>

**❖ ការរួមចំណែកដោយផ្ទាល់និងប្រយោលក្នុងកំណើនសេដ្ឋកិច្ច**

វិស័យឧស្សាហកម្មកម្សាន្តកូរ៉េខាងត្បូងបានចូលខ្លួនជាអ្នកចូលរួមចំណែកជម្រុញសេដ្ឋកិច្ចដោយផ្ទាល់តាមរយៈប្រាក់ចំណូលដែលរកបានពីការលក់ចេញនូវផលិតផល K-pop (អាវល់ប៊ិមឬLight stick,របស់ធ្វើដោយដៃដោយតារាចម្រៀងជាដើម)ការលក់សិទ្ធិផ្សាយភាពយន្តឬកម្មវិធីកម្សាន្ត(Running Man, Produce 101 និងកម្មវិធីជាច្រើនផ្សេងទៀត)និងដោយប្រយោលដោយការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរណ៍និងការផ្សព្វផ្សាយទំនិញវប្បធម៌កូរ៉េ ដែលជាចលករជម្រុញឱ្យមានការចាប់អារម្មណ៍ទៅលើទំនិញដែលជាផលិតផលរបស់កូរ៉េដូចជាចំណីអាហារ គ្រឿងសម្អាង ឧបករណ៍ប្រើប្រាស់ប្រចាំថ្ងៃនិងគ្រឿងអេឡិចត្រូនិចជាដើម។

<sup>30</sup> Travel.earth, "How has the Korean Wave influenced Tourism in South Korea", Last modified January 19,2021 [travel.earth/influence-of-korean-wave-on-tourism-in-south-korea](http://travel.earth/influence-of-korean-wave-on-tourism-in-south-korea)

**៣.១. ការចូលរួមដោយប្រយោល**

ភ្ញៀវទេសចរណ៍ភាគច្រើនដែលទៅកម្សាន្តនៅប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងគឺពួកគេទៅទស្សនាការប្រគុំតន្ត្រីរបស់ក្រុមចម្រៀងដែលពួកគេស្រឡាញ់, ទៅកម្មវិធីជួបជុំអ្នកគាំទ្រ(Fan meeting)របស់ក្រុមចម្រៀងនីមួយៗ, ទៅកាន់សារៈមន្ទីរវប្បធម៌ឯកជន(ដូចជា HYPE Insight, SM town Coex Artium ជាដើម), កន្លែងដែលភាពយន្តភាគឬខ្សែភាពយន្តត្រូវបានថត, កន្លែងដែលត្រូវបានថតកម្មវិធីទូរទស្សន៍និងកន្លែងដែលពួកគេពេញចិត្តបានទៅ។ ក្នុងឆ្នាំ 2019 Maria Teresa Ogando Barros, 'The Hallyu Wave and Tourism in South Korea' កត់សម្គាល់ថា ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងមានចំនួនភ្ញៀវអន្តរជាតិសរុបចំនួន 17,502,623 នាក់ដោយសារលក់ Hallyu កើនឡើង 14% បើធៀបនឹងឆ្នាំ 2018 និងការចំណាយលើវិស័យទេសចរណ៍មានចំនួន 28,855,400,000 ដុល្លារអាមេរិកក្នុងអំឡុងឆ្នាំនេះដែលជាការជះឥទ្ធិពលនៃលក់ Hallyu ។ បណ្តាប្រទេសអាស៊ីបូព៌ា និងប៉ាស៊ីហ្វិក នៅតែបង្កើតបានចំនួន 83.1 % នៃភ្ញៀវទេសចរណ៍ដែលមកទស្សនាប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង ដោយ 34.4% នៃអ្នកទាំងនោះជាភ្ញៀវជនជាតិចិន (អង្គការទេសចរណ៍កូរ៉េ)។ នៅឆ្នាំ2020និង2021 ភ្ញៀវទេសចរណ៍មានការធ្លាក់ចុះយ៉ាងខ្លាំងទូទាំងពិភពលោកដោយសារជម្ងឺកូវីដ19បានរីករាលដាល, ប៉ុន្តែនៅក្នុងឆ្នាំ 2022នេះវិស័យទេសចរណ៍បានងើបឡើងវិញបន្តិចម្តងៗនៅទូទាំងពិភពលោក ហើយគេក៏សង្កេតឃើញថាវិស័យទេសចរណ៍របស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងមានការងើបឡើងមកវិញគួរឲ្យកត់សម្គាល់ដូចគ្នាដោយសារមានការបើកឲ្យមានការប្រគុំតន្ត្រីនិងការប្រារព្ធកម្មវិធីផ្សេងៗឡើងវិញជាបន្តបន្ទាប់។

គ្រប់ផ្នែកទាំងអស់នៃវិស័យឧស្សាហកម្មកម្សាន្តរបស់កូរ៉េខាងត្បូងសុទ្ធតែបានជួយជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាងត្បូងដោយធ្វើឲ្យការនាំចេញមានការរីកចម្រើនដល់ចំនួន 9.48 ពាន់លានដុល្លារ។ ជាពិសេសទំនិញ K-Pop បានធ្វើឱ្យមានការកើនឡើងចំណូលបន្ថែមគួរឱ្យកត់សម្គាល់ចំពោះចំនួនដែលកើនឡើងឥតឈប់ឈរមួយនេះ។ 23%នៃប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុនBigHit Entertainment ជាក្រុមហ៊ុនផលិតបទចម្រៀងដែលគ្រប់គ្រងក្រុមចម្រៀងបុរស BTS បានមកពីប្រាក់ចំណូលពីការលក់ទំនិញដែលប៉ាន់ស្មានថាមានចំនួនប្រហែល 114.5 លានដុល្លារ។

ការផ្សព្វផ្សាយរបស់ក្រុម K-Pop ដែលគេស្គាល់ច្បាស់មួយគឺរវាង Korean Air (ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាតិរបស់កូរ៉េខាងត្បូង) និងក្រុម K-Pop SuperM ។ SuperM ដែលមានសមាជិក 7នាក់បានផលិតវីដេអូសុវត្ថិភាពនាពេលអនាគតសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍កូរ៉េខាងត្បូង ដោយផ្តល់ព័ត៌មានអំពីលក្ខណៈសុវត្ថិភាពពិសេសរបស់យន្តហោះ Korean Air រួមជាមួយនឹងបទចម្រៀង និងក្បាច់រាំដែលបង្កើតជាពិសេសសម្រាប់វី

ដេអូផ្សព្វផ្សាយ។ គិតត្រឹមឆ្នាំ 2020 ប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន Korean Air មានចំនួន 11.2 ពាន់លាន ដុល្លារ ជាមួយនឹងប្រាក់ចំណូលប្រតិបត្តិការចំនួន 228 លានដុល្លារ។

ផលិតផលជាច្រើនត្រូវលក់ដាច់អស់ពីស្តុកឬមានការកើនឡើងនៃការលក់ដោយសារតែវាត្រូវបាន ផ្សព្វផ្សាយនិងប្រើប្រាស់ដោយតារាសម្តែងនិងតារាK-popល្បីៗ។ជាក់ស្តែង Jungkookសមាជិកក្រុមBTS ត្រូវ បានអ្នកគាំទ្រដាក់រហ័សនាមថា Sold Out King (ស្តុចអស់ស្តុក)ដោយសារតែស្ទើរតែគ្រប់ផលិតផលដែល គាត់បានប្រើប្រាស់សុទ្ធតែបានលក់ដាច់អស់ពីស្តុកក្នុងរយៈពេលដ៏ខ្លី ហើយបានធ្វើឲ្យកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ ផលិតផលនោះមានភាពល្បីល្បាញកាន់តែខ្លាំងដូចជាទឹកក្រអូបDownyក្លិនAdorable,ភេសជ្ជៈ Kombucha របស់ក្រុមហ៊ុន TEAZENបានលក់ដាច់អស់ពីស្តុកនិងបានបង្កើនការលក់ដល់៨០០ភាគរយនិងផលិតផលជា ច្រើនទៀតពីម៉ាកនានាដែលគាត់បានប្រើប្រាស់។<sup>31</sup>

នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៩, មីដែលបំផុសគំនិតដោយខ្សែភាពយន្តរឿងParasiteដែលមានឈ្មោះថា jjappaguri (បកប្រែថាជា "ram-don" នៅក្នុងអត្ថបទរឿងជាភាសាអង់គ្លេសរបស់ខ្សែភាពយន្ត) ការរួមបញ្ចូលគ្នានៃម៉ាកមី កញ្ចប់ដែលមានរូបមន្តគោលលើទឹកជ្រលក់សណ្តែកខ្មៅ Jjapaggetti និង udon ramen brand Neoguri - បាន ល្បីសុះសាយ និងជំរុញការលក់ដល់ក្រុមហ៊ុនផលិតផលផលិតផលទាំងពីរគឺ Nongshim នៅក្នុងប្រទេសកូរ៉េខាង ត្បូង និងនៅបរទេស ក៏ដូចជាតម្លៃភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុននេះជាមួយនឹងការកើនឡើង 10 ភាគរយក្នុងរយៈ ពេល 4 ថ្ងៃបន្ទាប់ពីរឿងParasiteបានឈ្នះពានរង្វាន់អូស្ការ។ គិតត្រឹមខែមិថុនា ឆ្នាំ 2020 នៅលើ Amazon សហរដ្ឋអាមេរិច មីកញ្ចប់ពីរប្រភេទរបស់កូរ៉េខាងត្បូងកំពុងដាក់លក់នៅលើទីផ្សារ និងលក់ជាកញ្ចប់ក្រោម ចំណងជើងថា "Parasite noodle Ram Dom Jjappaguri = Neoguri+Jjapagetti" ជាមួយនឹងបញ្ជីជាង 20 ដែលដាក់ដោយ Amazon និងអ្នកលក់ផ្សេងទៀត។ គួរបញ្ជាក់ផងដែរថាគ្រប់ខ្សែភាពយន្តនិងកម្មវិធីកម្សាន្តតាម បុស្តិ៍ទូរទស្សន៍កូរ៉េខាងត្បូងទាំងអស់តែងតែមានបញ្ចូលការបង្ហាញពីវប្បធម៌,ម្ហូប,របស់របរប្រើប្រាស់ផលិតក្នុង ស្រុកនិងកន្លែងទេសចរណ៍នានាដែលធ្វើឲ្យអ្នកទស្សនាមានការចាប់អារម្មណ៍ទៅលើប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងនិង ចាប់ផ្តើមបង្វែរចំណាប់អារម្មណ៍លើផលិតផលរបស់កូរ៉េខាងត្បូងកាន់តែច្រើន។

**៣.២. ការចូលរួមដោយផ្ទាល់**

ការនាំចេញរបស់ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្ត(Hallyu)ចាប់តាំងពីកម្មវិធីកម្សាន្តតាមបុស្តិ៍ទូរទស្សន៍និង តន្ត្រីរហូតដល់ការលក់សិទ្ធិការចាក់ផ្សាយ ជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងក្លាទៅលើសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង។

<sup>31</sup> Republicworld.com, "BTS' Jungkook Named 'sold Out King' After Helping Sell Out A Month's Supply Of A Drink", accessed July 28 2022 [www.republicworld.com/entertainment-news/music/bts-jungkook-named-sold-out-king-after-helping-sell-out-a-months-supply-of-a-drink](http://www.republicworld.com/entertainment-news/music/bts-jungkook-named-sold-out-king-after-helping-sell-out-a-months-supply-of-a-drink)



ក្នុងឆ្នាំ 2004 វាបានរួមចំណែក 0.2% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប (GDP) ប្រហែល 1.87 ពាន់លានដុល្លារ ។ ក្នុងឆ្នាំ 2018 តួលេខបានកើនឡើងដល់ 9.48 ពាន់លានដុល្លារ ហើយឆ្នាំ 2019 Hallyu ត្រូវបានប៉ាន់ប្រមាណថាបានចូលរួមចំណែកក្នុងការជម្រុញសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាងត្បូងចំនួន 12.3ពាន់លានដុល្លារ។សេដ្ឋកិច្ចនិងវប្បធម៌ត្រូវបានបើកផ្លូវកាន់តែទូលាយនៅពេលដែលPSY(Park Jae Sang)បញ្ចេញបទចម្រៀងបទ“Gangnam-Style”នៅក្នុងឆ្នាំ2012, វាជាពេលវេលាដ៏មានតម្លៃក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រKpop ព្រោះវាជាលើកដំបូងដែលលោកខាងលិចបានទទួលបទពិសោធន៍នៃរចនាប័ណ្ណផលិតនិងតន្ត្រីបែបនេះ។ បទនេះត្រូវឲ្យដឹងថារកចំណូលបានពីក្នុង Youtubeតែឯងបានចំនួន 8លានដុល្លារ។ការសិក្សារបស់មូលនិធិកូរ៉េខាងត្បូង(Korea Foundation)បានឱ្យដឹងថាការជះឥទ្ធិពលដោយផ្ទាល់និងដោយប្រយោលរបស់ឧស្សាហកម្មកម្សាន្តរបស់កូរ៉េខាងត្បូងមានការកើនឡើងទ្រុឌទ្រោមចាប់តាំងពីឆ្នាំ2016ដល់2019 ហើយចំនួននេះនឹងកើនឡើងបន្ថែមទៀត។

នៅក្នុងវិស័យតន្ត្រីនៅពេលគេនិយាយដល់តារាជម្រុញនាពេលបច្ចុប្បន្នរបស់Hallyuគឺគេនិយាយដល់ក្រុមBTS(Bangtan)ដែលមានសមាជិក7នាក់, ក្រុមចម្រៀងបុរសរបស់កូរ៉េខាងត្បូងមួយនេះត្រូវបានគេប៉ាន់ប្រមាណថាអាចរកចំណូលឲ្យប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងចំនួនប្រហែលជិត 5ពាន់លានដុល្លារ ជារៀងរាល់ឆ្នាំហើយចំនួននេះកំពុងមានការកើនឡើងតទៅទៀតបើយោងតាមHyundai Research Institute (ឆ្នាំ2018)។ បទចម្រៀង "Dynamite" របស់ BTS ដែលជាបទចម្រៀងភាសាអង់គ្លេសដំបូងរបស់ក្រុមនេះដែលបានចេញនៅឆ្នាំ 2020 បានឡើងឈរលេខ1នៅលើតារាង Billboard Global Chart ហើយបានឈរនៅលើតារាងនេះអស់រយៈពេល 18 សប្តាហ៍។ បទចម្រៀងនេះរកចំណូលបាន 1.43 ពាន់លានដុល្លារក្នុងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច ហើយប្រាក់ចំណូលនេះត្រូវបានប៉ាន់ស្មានថាអាចផ្តល់ការងារចំនួន 7928ការងារ ក្នុងអំឡុងពេលរាតត្បាតជំងឺកូវីដ19 ដែលងេគ្រោះយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរដោយសារកង្វះភ្លៀងទេសចរណ៍នេះបើយោងតាមការសិក្សារបស់ក្រសួងវប្បធម៌ កីឡា និងទេសចរណ៍ និងក្រុមប្រឹក្សាវប្បធម៌ និងទេសចរណ៍កូរ៉េ។

ការប្រគុំតន្ត្រីផ្ទាល់ចំនួនបីថ្ងៃរបស់ក្រុមមួយនេះនៅទីក្រុងសេអ៊ូលក្នុងខែមីនា ឆ្នាំ 2022 បានទាក់ទាញអ្នកទស្សនាចំនួន 2.46 លាននាក់ទាំងអនឡាញ(online) និងក្រៅបណ្តាញ(offline)។ ការសម្តែងនេះបានទាក់ទាញទស្សនិកជនសរុបចំនួន 45,000នាក់ នៅពហុកីឡដ្ឋានអូឡាំពិកទីក្រុងសេអ៊ូលសម្រាប់រយៈពេលបីថ្ងៃហើយក៏ត្រូវបានទស្សនាការផ្សាយផ្ទាល់ដោយអ្នកគាំទ្រផ្លូវការចំនួន 1,020,000នាក់ និង 1.4 លាននាក់ តាមអ៊ីនធឺណិត និងនៅតាមរោងកុន។ យោងតាមទស្សនាវដ្តី Variety របស់សហរដ្ឋអាមេរិក ការប្រគុំតន្ត្រីផ្សាយបន្ត

ផ្ទាល់នៅក្នុងរោងកុននៅថ្ងៃទី 13 ខែមីនា រកប្រាក់ចំណូលបានពីការលក់សំបុត្រចំនួន 32.6 លានដុល្លារនៅ Box Office ពិភពលោក។<sup>32</sup>

ភាពជោគជ័យដ៏ធំធេងរបស់ BTS បានធ្វើឱ្យពួកគេក្លាយជាឯកអគ្គរដ្ឋទូតសម្រាប់ម៉ាកផ្សេងៗ តាំងពី ថយន្ត អាហារ រហូតដល់គ្រឿងសម្រាវ ដែលក្នុងចំណោមនោះមានម៉ាកដូចជា Samsung, LG, Lemona, Hyundai, McDonald's, Puma និងLouis Vuitton ជាដើម។ BTS ត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងនាំមកនូវប្រាក់កាន់តែ ច្រើននាពេលបច្ចុប្បន្ននេះដោយសារជំងឺរាតត្បាតកូវីដ-19 មានការថយចុះមកនៅក្នុងកម្រិតទាប។ តាមការ សិក្សាមួយដោយវិទ្យាស្ថានរុប្សធម៌ និងទេសចរណ៍កូរ៉េខាងត្បូងក្នុងខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ 2022 បានឱ្យដឹងថា ប្រសិនបើ ក្រុមនេះសម្តែង 10 ដងក្នុងមួយឆ្នាំនៅក្នុងប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង វានឹងអាចនាំមកនូវប្រាក់ចំណូលចំនួន 9.9 ពាន់ លានដុល្លារដល់ប្រទេសនេះ។

ក្រុមស្រាវជ្រាវបានសរសេរថា "ប្រសិនបើ BTS ជាធម្មតារៀបចំការប្រគំតន្ត្រីនៅប្រទេសកូរ៉េក្នុងអំឡុង ក្រោយជំងឺកូវីដ-19ត្រូវបានបញ្ចប់ សន្ទស្សន៍សេដ្ឋកិច្ចនឹងកើនឡើងដល់ 677.6 ពាន់លានដុល្លារ (550 លានដុល្លារ) ដល់ 1.22 ពាន់ពាន់លានដុល្លារ (989 លានដុល្លារ) សម្រាប់ការសម្តែងមួយ"។ "ការវិភាគនេះបានយកការប្រគំ តន្ត្រីរបស់ BTS ជាឧទាហរណ៍ ប៉ុន្តែវាបង្ហាញថាការប្រារព្ធកម្មវិធីប្រគំតន្ត្រី K-Pop អាចមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំង លើសេដ្ឋកិច្ចរបស់យើង"។<sup>33</sup>

គួរបញ្ជាក់ថាមិនមែនមានតែក្រុមBTSទេដែលមានប្រជាប្រិយនៅប្រទេសបួកបានច្រើននៅមានចម្រៀង ដទៃទៀតដូចជា Shinee,EXO, Blackpink, Seventeen, NCT, Twice, SuperM និងក្រុមចម្រៀងឬតារាចម្រៀង ប្រុសស្រីជំនាន់ទី1ដល់ជំនាន់ទី4ជាច្រើនផ្សេងទៀតដែលជាកម្លាំងចលករដ៏ធំក្នុងការជម្រុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េ ខាងត្បូង។

ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តបានជួយបង្កើតចំនួនកំណើនសេដ្ឋកិច្ចដ៏មិនគួរឱ្យជឿសម្រាប់សេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េ ខាងត្បូង ជាពិសេសជាមួយនឹងការរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័ស ហើយនេះពិតជាបានបន្ធូរបន្ថយភាពតានតឹង ដែលដាក់លើសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាងត្បូងដោយសារតែវិបត្តិហិរញ្ញវត្ថុអាស៊ីឆ្នាំ 1997 ។

<sup>32</sup> Asia Fund Managers, "K pop is making billion for South Korea", Last modified 28 May, 2022 [www.asiafundmanagers.com/us/kpop-and-economic-impact-on-south-korea/](http://www.asiafundmanagers.com/us/kpop-and-economic-impact-on-south-korea/)

<sup>33</sup> Wandering Shadow, "The effect on South Korea 's Economy, Industry and Culture" last modified May 30 ,2019 <https://shadow-twts.medium.com/the-bts-effect-on-south-koreas-economy-industry-and-culture>

## សេចក្តីសន្និដ្ឋាននិងការផ្តល់អនុសាសន៍

### ១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្រោយពីយើងបានសិក្សាស្រាវជ្រាវយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់តាមរយៈឯកសារផ្សេងៗពីគ្រប់ផ្នែកដែលយើងបានស្វែងរកទៅលើប្រធានបទស្តីពី ការចូលរួមចំណែករបស់ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តនៅក្នុងការជម្រុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង ព្រមទាំងបានស្វែងយល់បន្ថែមពីស្ថានភាព ដំណើរការនិងទំនាក់ទំនងរបស់វិស័យឧស្សាហកម្មកម្សាន្តរបស់ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងនិងកំណើនសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសនេះរួចមក យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថាឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តរបស់កូរ៉េខាងត្បូងមួយនេះបានជួយសម្របសម្រួល ជម្រុញផ្សព្វផ្សាយនិងផ្តល់ផលចំណេញបន្ថែមយ៉ាងច្រើនដល់សេដ្ឋកិច្ចនៃប្រទេសមួយនេះ។ មកទល់នឹងពេលបច្ចុប្បន្ននេះវិស័យឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តកូរ៉េខាងត្បូងត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ជុំវិញពិភពលោកជាមួយនឹងគុណភាពនៃការផលិតទាំងផ្នែកចម្រៀង សម្តែងនិងកម្មវិធីទូរទស្សន៍។ ទេពកោសល្យ សមត្ថភាពរបស់តារាចម្រៀងនិងសម្តែងនីមួយៗសុទ្ធសឹងតែមានស្តង់ដារព្រោះពួកគេត្រូវបានហ្វឹកហាត់ និងបង្ហាត់យ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់និងតឹងរឹងបំផុតទាំងជំនាញ ចំណេះដឹងនិងឥរិយាបថ ទើបធ្វើឲ្យពួកគេទទួលបានការស្រលាញ់និងគាំទ្រពីសំណាក់អ្នកគាំទ្ររបស់ពួកគេជាខ្លាំង។

ឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តកាន់តែរីកចម្រើន ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងក៏កាន់តែទទួលបានអំណាចនៃការបញ្ជ្រាបវប្បធម៌របស់ខ្លួនទៅកាន់បរទេសកាន់តែខ្លាំងដូចគ្នាហើយថែមទាំងបានពង្រីកទំនាក់ទំនងអន្តរជាតិឲ្យកាន់តែធំទូលាយជាងមុនថែមទៀត។ តារាK-popល្បីៗជាច្រើនក្រុមត្រូវបានអញ្ជើញនិងបញ្ជូនឲ្យទៅសម្តែងសហការ ផ្សព្វផ្សាយ ថ្លែងសន្ទរកថា និងពិភាក្សានៅក្រៅប្រទេសក្នុងអង្គការ ឬស្ថានប័នធំជាច្រើនដូចជា ទីស្តីការអង្គការសហប្រជាជាតិ សន្និបាតអង្គការសហប្រជាជាតិនិង White House សហរដ្ឋអាមេរិកជាដើម ដែលនេះសរុបញ្ជាក់ពីសក្តានុពលនៃវិស័យកម្សាន្តរបស់កូរ៉េខាងត្បូងដែលអាចធ្វើឲ្យមានការចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំងពីសំណាក់ស្ថានប័នធំៗមកលើវិស័យកម្សាន្តក៏ដូចជាប្រទេសមួយនេះ។

សរុបសេចក្តីមកយើងឃើញថាឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តរបស់កូរ៉េខាងត្បូង បានដើរតួនាទីរបស់ខ្លួនបានយ៉ាងល្អក្នុងការសាបព្រួសវប្បធម៌ និងជម្រុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចរបស់ខ្លួនដោយមានការគាំទ្របន្ថែមពីសំណាក់រដ្ឋាភិបាលកូរ៉េខាងត្បូង ដែលធ្វើឲ្យមានការរីកចម្រើនជាលំដាប់មកទល់នឹងសព្វថ្ងៃនេះ។ ការរីកចម្រើននៃរលកកូរ៉េក្នុងរយៈពេល 2 ទស្សវត្សកន្លងមកនេះ គឺជារឿងដ៏គួរឲ្យចាប់អារម្មណ៍មួយ ហើយវានៅតែកំពុងបន្តការលាតត្រដាងនូវភាពអស្ចារ្យរបស់វានៅឡើយ។ នៅថ្ងៃអនាគត វានឹងកាន់តែគួរឲ្យចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការមើលពីរបៀបដែលកូរ៉េខាងត្បូងបន្តបង្កើតអ្វីថ្មីៗ និងទាញយកសក្តានុពល និងប្រជាប្រិយភាពដ៏ល្បីល្បាញនៃរលកកូរ៉េ ដើម្បី

រក្សាភាពទាក់ទាញរបស់ខ្លួនទៅកាន់ទស្សនិកជនទូទាំងពិភពលោក។ វាក៏អាចជួយលើកកម្ពស់សមធម៌ម៉ាក យីហោរបស់ប្រទេសកូរ៉េបន្ថែមទៀត និងរួមចំណែកដល់ភាពជោគជ័យបន្តនៃសង្គម សេដ្ឋកិច្ច និងវប្បធម៌កូរ៉េ។

**២. ការផ្តល់អនុសាសន៍**

វាជាការពិតណាស់ដែលគ្មានអ្វីត្រូវរៀងឆ្ងល់ទេ ដែលថាឧស្សាហកម្មវិស័យកម្សាន្តបាននាំយកប្រទេសកូរ៉េ រ៉ាំរ៉ៃទៅកាន់ឆាកអន្តរជាតិ។ ជាមួយនឹងការចាប់អារម្មណ៍យ៉ាងខ្លាំងជាអន្តរជាតិលើប្រទេសកូរ៉េ ទិដ្ឋភាព វប្បធម៌ដ៏ពេញនិយមនិងសេដ្ឋកិច្ចប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតបានធ្វើកូរ៉េខាងត្បូងកសាងនូវមុខមាត់ថ្មីមួយដ៏ ត្រចះត្រចង់។ ថ្វីត្បិតតែវិស័យមួយនេះមានភាពល្អប្រសើរខ្លាំងច្រើនតែយើងក៏សង្កេតឃើញថាក៏នៅមានចំណុច មួយចំនួនដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់និងពិនិត្យឡើងវិញដូចនេះយើងខ្ញុំសូមលើកជាគំនិតយោបល់សម្រាប់ធ្វើ ការពិចារណាក្នុងការកែលម្អឬពង្រឹងបន្ថែមដើម្បីពង្រីកវិសាលភាពនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ចកូរ៉េខាងត្បូងឲ្យកាន់តែ ប្រសើរ៖

- វាជាការចាំបាច់សម្រាប់រដ្ឋាភិបាលកូរ៉េក្នុងការបង្កើនសក្តានុពលទៅលើវិស័យកម្សាន្ត និងផលិតផល វប្បធម៌ (Cultural Product) ទាំងអស់របស់ខ្លួន ដើម្បីជំរុញសមធម៌ម៉ាកយីហោរបស់ប្រទេសកូរ៉េបន្ថែម ទៀត។ (ចំណុច ៣.១.២)
- ម៉ាកផលិតផលកូរ៉េត្រូវតែអាចធ្វើសមតុល្យរវាងការមិនធ្វើពាណិជ្ជកម្មហួសហេតុពេកជាមួយសិល្បៈ ករ សិល្បៈ ការនីតិវិធីក្នុងវិស័យកម្សាន្ត ប៉ុន្តែធ្វើទីផ្សារនិងកសាងអត្តសញ្ញាណរបស់ខ្លួនតាមរបៀបដ៏ស្មោះ ត្រង់និងសមស្របមួយ។ (ចំណុច ៣.១.១)

## ឯកសារយោង

### ឯកសារភាសាខ្មែរ

1. ចរិយាវុធ ម៉ម, ហេង ងួន, “សេដ្ឋកិច្ចនយោបាយ” (បោះពុម្ពលើកទី៣, ២០១២) ទំព័រ ១១៣-១១៤

### ឯកសារភាសាបរទេស

2. Goldman Sachs, Chapter Thirteen - Beyond the BRICs: a Look at The 'Next 11' (PDF). p.161.
3. Rui zhao, “Technology and economic growth from Robert Solow to Paul Romer”, (2019), Accessed June 02, 2022
4. Jonh, “The Gaming Industry in South Korea – A Complete breakdown”, Publish February 26, 2022, Accessed June 29, 2022
5. Sayre, Shay; King, Cynthia (2010). Entertainment and Society: Influences, Impacts, and Innovations (Google eBook) (2nd ed.). Oxon; New York: Routledge.. p. 22.
6. Macleod, Suzanne; Watson, Sheila (2007). Knell, Simon J. (ed.). Museum Revolutions. Oxon; New York: Routledge.
7. Zillmann, Dolf; Vorderer, Peter (2000). Media Entertainment – the psychology of its appeal. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Taylor & Francis e-library. p. vii.
8. For example, marketers mix commercial messages with non-commercial messages in entertainments on radio, television, films, videos and games. Shrum, L.J.J. (2012). The Psychology of Entertainment Media (2nd ed.). Routledge
9. Singhal, Arvind; Cody, Michael J.; Rogers, Everett; Sabido, Miguel, eds. (2008). Entertainment-Education and Social Change: History, Research, and Practice. Taylor & Francis.
10. Simpson, M.J. (2005). The Pocket Essential Hitchhiker's Guide (2nd ed.). Pocket Essentials. p. 120.
11. Joll, Nicholas, ed. (2012). Philosophy and The Hitchhiker's Guide to the Galaxy. Houndmills, Basingstoke, Hampshire; New York: Palgrave Macmillan.
12. Donald J. Harris, 2007, “The classical Theories of Economic Growth”, Accessed July 01, 2022

### ឯកសារពីគេហទំព័រ

13. The Heritage Foundation, “South Korea Economy”, Accessed July 12 2022  
[www.heritage.org/index/country/southkorea](http://www.heritage.org/index/country/southkorea)
14. Carnegie Mellon University, “Media and Entertainment”, Retrieved July 12 2022  
[www.cmu.edu/career/documents/industry-guides/arts-entertainment-tip-sheet.pdf](http://www.cmu.edu/career/documents/industry-guides/arts-entertainment-tip-sheet.pdf)
15. The Investopedia Team “Economics Growth”, last modified January 01, 2021  
[www.investopedia.com/terms/e/economicgrowth.asp](http://www.investopedia.com/terms/e/economicgrowth.asp)
16. Investopia, “Classical Economics”, last modified April 06, 2022  
[www.investopedia.com/terms/c/classicaleconomics](http://www.investopedia.com/terms/c/classicaleconomics)
17. Wisegeek, “what are the different theorists of economic growth?”, last modified June 09, 2022  
[www.wise-geek.com/what-are-the-different-stages-of-economic-growth](http://www.wise-geek.com/what-are-the-different-stages-of-economic-growth)

18. Economics discussion, “Ricardo’s Theory of Economic Development”, Accessed June 22,2022  
[www.economicdiscussion.net/economic-development/theories-economic-development/ricardos-theory](http://www.economicdiscussion.net/economic-development/theories-economic-development/ricardos-theory)
19. Investopedia, “Who is Joseph Schumpeter?” , last modified January 30,2022  
[www.investopedia.com/terms/j/joseph-schumpeter](http://www.investopedia.com/terms/j/joseph-schumpeter)
20. USLEGAL, Entertainment Industry Law and legal Definition, accessed July 01 ,2022  
<https://definitions.uslegal.com/e/entertainment-industry/>
21. Linguasia, “The meaning of Hallyu explained by Korean [2022]”, 2022, Accessed July 01 2022  
[linguasia.com/hallyu](http://linguasia.com/hallyu)
22. "케이팝" (in Korean) , Accessed March 27, 2022  
<https://terms.naver.com/entry.naver>
23. Korea.net, “Hallyu (Korean Wave)”, Accessed July 17, 2022  
[www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu](http://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu)
24. 90DayKorean, “Korean Games-Activities enjoyed by children and grow-up”, last modified May 04,2022  
<https://www.90daykorean.com/korean-games/>
25. The Korea Herald “Stable recovery forecast for Korea in 2022” , accessed July 17, 2022  
[www.koreaherald.com/view](http://www.koreaherald.com/view).
26. Santandertrade, “South Korea: Economic and political outline “, Accessed June 27, 2022  
[santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/south-korea/economic-political-outline](http://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/south-korea/economic-political-outline)
27. The global Economy.com, “South Korea: Share of service” Accessed July 17, 2022  
[www.theglobaleconomy.com/South-Korea/Share\\_of\\_services/](http://www.theglobaleconomy.com/South-Korea/Share_of_services/)
28. Credit Agricole Group, “South Korea economic and Political Review”, Accessed June 28, 2022  
[international.groupecreditagricole.com/en/international-support/south-korea/economic-overview](http://international.groupecreditagricole.com/en/international-support/south-korea/economic-overview)
29. Republicworld.com, “BTS’ Jungkook Named 'sold Out King' After Helping Sell Out A Month’s Supply Of A Drink”,accessed July 28 2022  
[www.republicworld.com/entertainment-news/music/bts-jungkook-named-sold-out-king-after-helping-sell-out-a-months-supply-of-a-drink](http://www.republicworld.com/entertainment-news/music/bts-jungkook-named-sold-out-king-after-helping-sell-out-a-months-supply-of-a-drink)
30. Travel.earth, “How has the Korean Wave influenced Tourism in South Korea”, Last modified January 19,2021, Accessed July 19 2022  
[travel.earth/influence-of-korean-wave-on-tourism-in-south-korea](http://travel.earth/influence-of-korean-wave-on-tourism-in-south-korea)
31. Asia Fund Managers, “K pop is making billion for South Korea” , Last modified 28 May, 2022  
[www.asiafundmanagers.com/us/kpop-and-economic-impact-on-south-korea/](http://www.asiafundmanagers.com/us/kpop-and-economic-impact-on-south-korea/)
32. Wandering Shadow, “The effect on South Korea ‘s Economy, Industry and Culture” last modified May 30 ,2019  
<https://shadow-twts.medium.com/the-bts-effect-on-south-koreas-economy-industry-and-culture>

**ଉପସମ୍ପାଦନା**

**បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ**

ឧបសម្ព័ន្ធទី១៖ ក្រាបនៃការលក់នូវផលិតផលរបស់វីស័យK-popនិងខ្សែភាពយន្តនៅក្រៅប្រទេសឆ្នាំ២០២០

ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ ក្រាបបង្ហាញពីក្រុមBTSចូលរួមចំណែកក្នុងផលិតផលក្នុងស្រុកឆ្នាំ២០១៨

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣៖ ការប្រគំតន្ត្រីរបស់BTS

ឧបសម្ព័ន្ធទី៤៖ ក្រុមហ៊ុនTEAZEN អរគុណJUNGKOOK

ឧបសម្ព័ន្ធទី៥៖ គំនូរលើជញ្ជាំងរបស់Vសមាជិកក្រុមBTS

ឧបសម្ព័ន្ធទី៦៖ ក្រុមSuperMថតផ្សព្វផ្សាយឲ្យ Korean Air

ឧបសម្ព័ន្ធទី៧៖ ក្រុមEXO ផ្សព្វផ្សាយក្នុងនាមជាឯកអគ្គរដ្ឋទូតវីស័យទេសចរណ៍

ឧបសម្ព័ន្ធទី៨៖ ក្រុមBTSនិងBlackpinkចូលរួមក្នុងសន្និបាតនិងសន្និសិទ្ធរបស់អង្គការសហប្រជា ជាតិ

ឧបសម្ព័ន្ធទី៩៖ ក្រុមEXO ជួបជាមួយលោកDonald Trumpនិងកូនស្រី

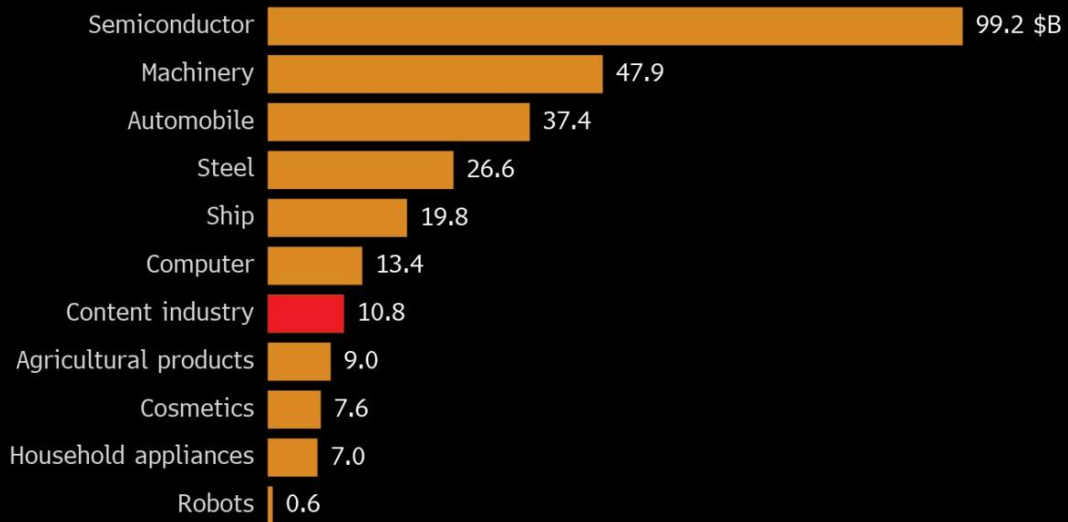
ឧបសម្ព័ន្ធទី១០៖ លោក គឹម ជុងអ៊ុននិងតារាចម្រៀងKpopប្រុសស្រីរបស់កូរ៉េខាងត្បូង



**ឧបសម្ព័ន្ធទី១**

## Selling K-Pop, Dramas Overseas

Exports of cultural content are small but growing



Source: Korea Creative Content Agency, Trade Ministry  
\* 2020 annual exports value

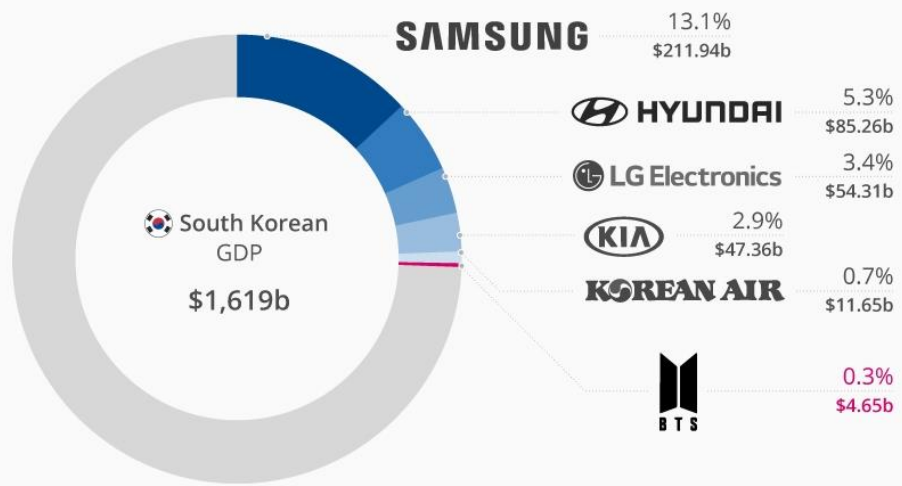
Bloomberg

ក្រាបនៃការលក់ចេញនូវផលិតផលរបស់វិស័យK-popនិងខ្សែភាពយន្តឆ្នាំ២០២០

## ឧបសម្ព័ន្ធទី២

# How Much Money Does BTS Make for South Korea?

Revenue of selected companies/entities as a percentage of South Korean GDP



2018 figures  
Sources: Fortune 500, Korean Airlines, World Bank, Hollywood Reporter



ការរួមចំណែករបស់ក្រុមBTSនៅក្នុងផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបរបស់កូរ៉េខាងត្បូងឆ្នាំ២០១៨

**ឧបសម្ព័ន្ធទី៣**



ការប្រគំតន្ត្រីរបស់ក្រុមចម្រៀងបុរសដ៏ល្បីល្បាញនៅទីក្រុងសេអ៊ូលប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងក្នុងឆ្នាំ២០១៨  
BTS World Tour: Love Yourself in Seoul 2018

**ឧបសម្ព័ន្ធទី៤**



티젠 @Teazen\_kr · 20 May 21

Thanks to ❤️HIM❤️ and your support, Teazen Kombucha occupies the exclusive stand in Hong Kong Department Store as a best-selling item 🙌

Thank you again for your support for Teazen Kombucha 🙏🙏  
Have a fresh day with Teazen ❤️

#티젠#TEAZEN#콤부차#KOMBUCHA#康普茶

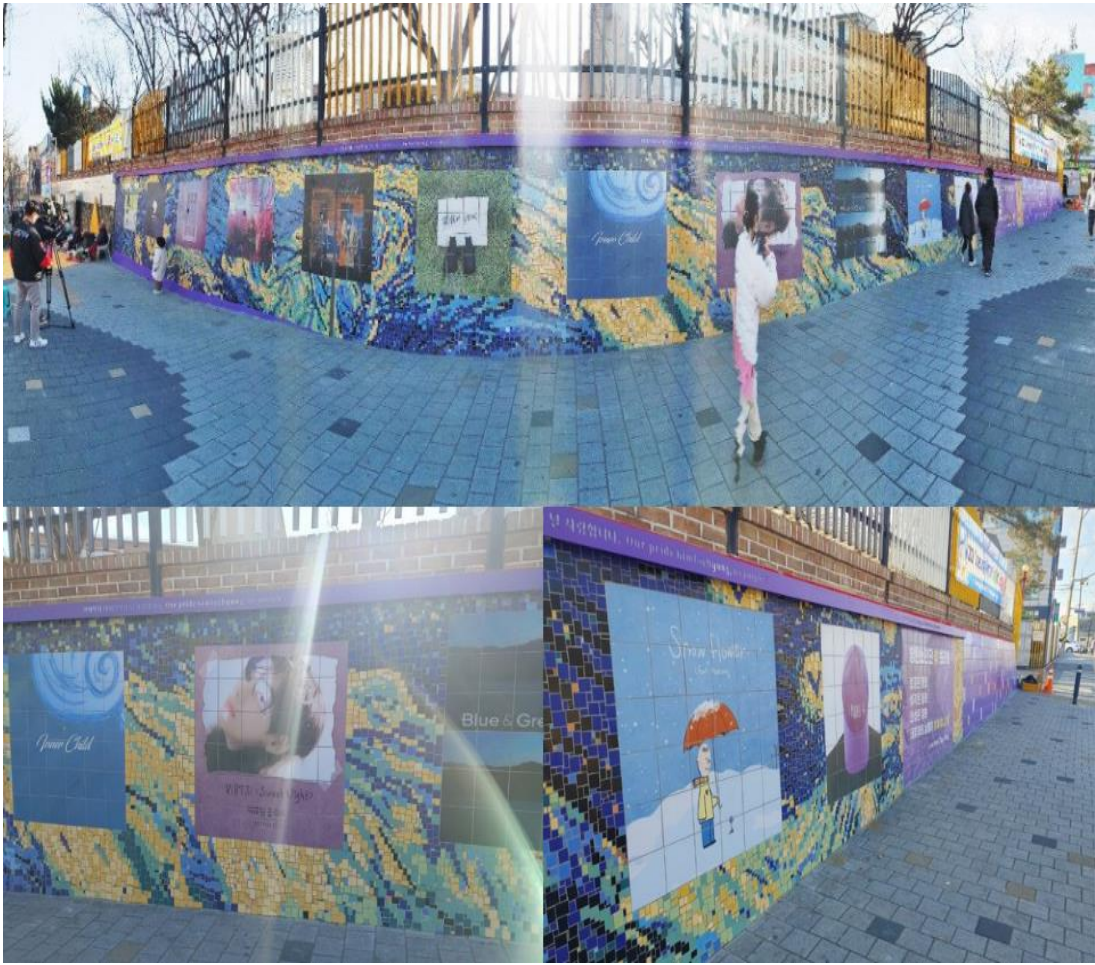


396 5,768 20.2K

TEAZENបានបើកគណនីTwitterជាលើកដំបូងក្រោយពេលBTS Jungkook និងបានអរគុណ BTS Jungkookដែលបានធ្វើឲ្យភេសជ្ជៈរបស់ក្រុមហ៊ុននេះក្លាយជាផលិតផលលក់ដាច់បំផុតនៅក្នុងទីក្រុងហុងកុង



**အပေမာန်နွှဲဒါ**



ផ្ទាំងគំនូរលើជញ្ជាំងរបស់Vសមាជិកក្រុមBTS នៅលើដងវិថីក្រុងDaeguដែលនឹងត្រូវបានពង្រីកពីប្រវែង ៣៣ម៉ែត្រទៅជាប្រវែង៥៨ម៉ែត្រដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរណ៍បន្ថែម។

**ឧបសម្ព័ន្ធទី៦**



រូបភាពក្រុមចម្រៀងបុរសSuper MសហការជាមួយKorean Air

**ឧបសម្ព័ន្ធទី៧**



សមាជិកចំនួន៨របស់ក្រុមEXO បានធ្វើជាឯកអគ្គរដ្ឋទូតទេសចរណ៍របស់កូរ៉េខាងត្បូងឆ្នាំ២០១៨

**အပေမာဏအိမ်**



ក្រុមBTS ថ្លែងសន្ទរកថានៅមហាសន្និបាតរបស់អង្គការសហប្រជាជាតិក្នុងឆ្នាំ២០២១



ក្រុមBlackpinkចូលរួមសន្និសីទស្តីពីបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុរបស់អង្គការសហប្រជាជាតិឆ្នាំ២០២១



**ឧបសម្ព័ន្ធទី៧**



រូបភាពរបស់សមាជិកក្រុមEXOជួបជាមួយប្រធានាធិបតីសហរដ្ឋអាមេរិចលោកDonald Trump និង កូនស្រីរបស់លោកIvanka TrumpនៅBlue Houseប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូងឆ្នាំ២០១៩។

**ឧបសម្ព័ន្ធទី១០**



រូបភាពរបស់ក្រុមចម្រៀងRed Velvet, Seohyunសមាជិកក្រុម Girl's Generation និងតារាចម្រៀងផ្សេង  
ទៀតរបស់កូរ៉េខាងត្បូងជាមួយលោកប្រធានាធិបតីកូរ៉េខាងជើង គឹម ជុងអ៊ុននៅទីក្រុងព្យុងយ៉ាងកុងឆ្នាំ  
២០១៨។