

មគ្គុទ្ទេសក៍បង្កាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយ ជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (iB-CM) សម្រាប់កម្ពុជា

មគ្គុទ្ទេសក៍បង្កាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (iB-CM) មានគោលបំណងសម្រាប់អ្នកជំនាញការធុរកិច្ច និង អ្នកសម្របសម្រួលដែលធ្វើការជាមួយក្រុមហ៊ុនដែលចង់បង្កើតបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នថ្មី ឬចង់បង្វែរបន្ទាត់អាជីវកម្មដែលមានស្រាប់របស់ពួកគេទៅជាបរិយាប័ន្ន។ បន្ថែមពីលើគោលការណ៍ណែនាំទូទៅសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា វាណែនាំឧបករណ៍ជាក់ស្តែងចំនួនបួនដល់គាំទ្រដំណើរការបង្កើត និងការណែនាំ។



Photo: © stock.adobe.com/BullRun

បញ្ជីមាតិកា

អារម្ភកថា និងសេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ	2
១. សមាសធាតុនៃការបង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB-CM).....	3
២. ដំណើរការនៃឧបករណ៍សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទាំងបួន.....	8
៣. ការស្វែងយល់អំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន.....	12
៤. ទិដ្ឋភាពសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅកម្ពុជា.....	16
៥. ធនធាន និងឧបករណ៍បំពេញបន្ថែមសម្រាប់ដំណើរការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន.....	28

អារម្ភកថា និងសេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការលើកកម្ពស់ និងសម្របសម្រួលបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB)។ រាជរដ្ឋាភិបាលបានរួមបញ្ចូល អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមថ្មី ឆ្នាំ ២០១៩-២០២៣។ នៅក្នុងផ្នែកគោលនយោបាយ និងផែនការសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (SMED-AP) នៃផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ ២០១៩-២០២៣។ បើនិយាយឱ្យចំទៅ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ ២០១៩-២០២៣ ចែងពីតម្រូវការដើម្បីធ្វើឱ្យកំណើនសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាកាន់តែមានបរិយាប័ន្នសម្រាប់អ្នកនៅ បាត់នៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម ធ្វើពីពិធកម្មសេដ្ឋកិច្ច និងការចូលរួមប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ដល់វិស័យឯកជន បង្កើតឱកាសប្រាក់ចំណូល និងផលិតទិនិញ និងសេវាកម្មសំខាន់ៗ ដែលមាន តម្លៃសមរម្យសម្រាប់ប្រជាជនដែលមានចំណូលទាប។

ក្នុងឆ្នាំ ២០២០ ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ (MISTI) បានអនុម័តយុទ្ធសាស្ត្រលើកកម្ពស់បរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់ NI នៅកម្ពុជា (យុទ្ធសាស្ត្រ IBeeC) និងបង្កើតការលើកទឹកចិត្ត និងយន្តការស្ថាប័នពហុភាគីដើម្បីលើកកម្ពស់ NI។ យុទ្ធសាស្ត្រនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងក្រោមការដឹកនាំរបស់ MISTI ហើយត្រូវបានអនុម័តក្នុងខែមីនា ឆ្នាំ ២០២១។ យុទ្ធសាស្ត្រសំខាន់មួយដែលបានស្នើឡើងនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រ IBeeC គឺផ្តល់ជូននូវឧបករណ៍បង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រ ប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាបន្តបន្ទាប់ សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដែលមានបំណងចង់អភិវឌ្ឍកម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលមានផលប៉ះពាល់ខ្ពស់ដល់សង្គមកម្ពុជា។ ប្រទេស កម្ពុជាគឺជាប្រទេសទីបីក្នុងសមាគមអាស៊ានដែលបង្កើតក្របខណ្ឌយុទ្ធសាស្ត្រដ៏ទូលំទូលាយមួយសម្រាប់ការលើកកម្ពស់ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលជាយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសម្រាប់កម្ពុជា (IBeeC) ដែលត្រូវបានស្នើឡើង។ ក្របខណ្ឌនេះពង្រឹងបន្ថែមលើការរកឃើញនៃការសិក្សាទិដ្ឋភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ ដោយ UNESCAP ដែលរួមមានការវិភាគករណីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងបរិយាកាសអំណោយផល និងការកំណត់ អនុសាសន៍គោលនយោបាយជាមួយនឹងជំហានជាក់ស្តែងសម្រាប់ការពង្រឹងការវិនិយោគ និងលទ្ធផលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។²

យុទ្ធសាស្ត្រនេះរួមមានអនុសាសន៍គោលនយោបាយទាំងបីដូចខាងក្រោម៖

១. ការបង្កើតចំណុចបង្គោលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅក្នុងក្រសួងនានារបស់រដ្ឋាភិបាល គណៈកម្មាធិការដឹកនាំសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងការអនុម័ត ជាផ្លូវការនៃយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន តាមរយៈឧត្តមក្រុមប្រឹក្សាសេដ្ឋកិច្ចជាតិ (SNEC) នៃប្រទេស កម្ពុជា។
២. សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយ និងលើកកម្ពស់ការយល់ដឹង ជាពិសេសតាមរយៈសមាគមធុរកិច្ចនានា។
៣. រៀបចំប្រព័ន្ធការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នប្រកបដោយតម្លាភាព និងស្ម័គ្រចិត្ត ក្នុងភាពជាដៃគូជាមួយភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល និងសមាគមធុរកិច្ចផ្សេងៗ ជាមួយនឹងពានរង្វាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
៤. ការបង្កើតឧបករណ៍ជំនួយបច្ចេកទេសសម្រាប់ការបង្កើតអាជីវកម្ម និងការងារគោលនយោបាយ។
៥. ស្វែងយល់ពីការលើកទឹកចិត្តពន្ធសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន តាមរយៈច្បាប់វិនិយោគថ្មី។
៦. ការបង្កើតឧបករណ៍កាត់បន្ថយហានិភ័យសម្រាប់វិនិយោគិនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដើម្បីពន្លឿនផលប៉ះពាល់នៃការវិនិយោគនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនដែលមានបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
៧. ពិចារណាលើលទ្ធកម្មអាទិភាពសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលមានការទទួលស្គាល់ និងសហគ្រាសសង្គម។
៨. ការបង្កើតប្រព័ន្ធគ្រួតពិនិត្យការណ៍អំពីការរួមចំណែករបស់វិស័យឯកជនដែលខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុង ការអភិវឌ្ឍវិមាត្រសង្គមនៃគោលដៅអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាពអន្តរជាតិ (SDG) ។

ខណៈពេលដែលក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ (MISTI) គឺជាជើងឯកដ៏សំខាន់សម្រាប់របៀបវារៈនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងប្រទេស ក្រសួងនេះ ក៏ត្រូវបានគាំទ្រដោយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ (MoEF) ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (MoC) ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ (MAFF) និងក្រុមប្រឹក្សាវិនិយោគកម្ពុជា ក្រោមក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា (CDC)។

ការវាយតម្លៃទទួលស្គាល់

អនុសាសន៍មួយក្នុងចំណោមអនុសាសន៍ IBeeC ទាំង ៨ នៃការវាយតម្លៃទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយ MISTI តាមរយៈគណៈកម្មាធិការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលមានសមាសភាពពីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលចំនួន៦ សមាគមអាជីវកម្មចំនួន៤ និងគំណាងបណ្តាញសហគ្រាសសង្គមនៅកម្ពុជា។ ការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននឹងត្រូវធ្វើឡើង ១-២ ដងក្នុងមួយឆ្នាំ ហើយលើកសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនធុនធំ មធ្យម និងតូច ទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិ។ ការវាយតម្លៃ ទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាការស្ម័គ្រចិត្ត និងមិនភ្ជាប់ទៅនឹងការចុះបញ្ជីក្រុមហ៊ុន

1 របាយការណ៍ចុងក្រោយនៃការសិក្សាទិដ្ឋភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា ESCAP iBAN ២០២១.pdf
 2 ឯកសារប្រវត្តិអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា សេចក្តីក្រាងទី១ ឌីជីថល.pdf
 3 ទំព័រដើម (misti.gov.kh)

(ទោះបីជាក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នភាគច្រើនត្រូវបានចុះបញ្ជីជាផ្លូវការក៏ដោយ)។ នៅក្នុងខែសីហា ឆ្នាំ ២០២០ ក្រុមហ៊ុនចំនួន ១៨ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាត្រូវបានទទួលស្គាល់ជាមួយនឹងកម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដោយមាន វិស័យជាច្រើនដូចជា កសិកម្ម ឧស្សាហកម្ម និងសេវាកម្ម លំនៅដ្ឋានសង្គម ធានារ៉ាប់រង បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន កម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងថាមពល។ មកដល់បច្ចុប្បន្ន កម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាត្រូវបានគេមើលឃើញថាភាគច្រើននៅក្នុងវិស័យកសិ-ពាណិជ្ជកម្ម ធានារ៉ាប់រង ថាមពល និងម៉ាក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ដែលខ្លះមាននូវក្លែងខ្លាំង បើប្រៀបធៀបទៅនឹងប្រទេសដទៃទៀត នូវនូវក្លែងខ្លាំងសុខាភិបាល ការអប់រំ ការផ្តល់ការងារ លំនៅដ្ឋាន និងសេវាទីក្រុង គឺមានការអភិវឌ្ឍកិច្ចជាង។

១. សមាសធាតុនៃការបង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB-CM)

មគ្គុទ្ទេសក៍បង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB-CM) សម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា មានគោលបំណងជួយក្រុមហ៊ុននានាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ប្រែក្លាយក្រុមហ៊ុនរបស់ពួកគេ ទៅជាក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលមានជោគជ័យ។ មគ្គុទ្ទេសក៍នេះ ផ្តល់ជូននូវក្របខណ្ឌវាយតម្លៃដោយខ្លួនឯងសម្រាប់ក្រុមហ៊ុននានា ដើម្បីកំណត់ពីសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន របស់ពួកគេ និងផ្តល់នូវឧបករណ៍ កម្លាំងជំនួយការណែនាំយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់អ្នកជំនាញការ និងសមាគមធុរកិច្ច ដើម្បីកាត់ទ្រុឌទ្រោមអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា។

មគ្គុទ្ទេសក៍នេះមាននិយមន័យគោលគំនិតជាស៊េរី ថា គឺអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នគឺជាអ្វី និងសមាសធាតុចម្បងរបស់វា (BoP លទ្ធភាពទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុ ការពង្រីក ការវាស់វែងផលប៉ះពាល់ ការបង្កើត និងការបង្ហាត់បង្ហាញ)។ វាក៏ផ្តល់នូវក្របខណ្ឌសម្រាប់ការវិភាគក្របខណ្ឌសេដ្ឋកិច្ចនៃប្រទេសកម្ពុជា និងការវិភាគលើវិស័យសំខាន់ៗនៃសកម្មភាពដើម្បីអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ជាមួយនឹងករណីសិក្សារៀងៗខ្លួន ក៏ដូចជាករណីសិក្សាជាសកលផងដែរ។ មានការសង្ខេបអំពីឧបករណ៍នីមួយៗដែលបង្កើតជាកញ្ចប់ឧបករណ៍ បង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងការប្រើប្រាស់សម្រាប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។ ជាចុងក្រោយ មានការណែនាំអំពីសេរីនៃឯកសារយោង និងកញ្ចប់ឧបករណ៍នៅលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាសកល ថ្នាក់តំបន់ និងថ្នាក់ ជាតិ។

វាត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយឧបករណ៍យុទ្ធសាស្ត្រចំនួនបួនដូចខាងក្រោម៖

- **ឧបករណ៍ទី ១ “ការវាយតម្លៃការត្រៀមខ្លួនសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន”**
ជាឧបករណ៍ដើម្បីវិភាគស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នរបស់ក្រុមហ៊ុន និងកំណត់សក្តានុពលរបស់វាសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
- **ឧបករណ៍ទី ២ “ការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន”** ជាឧបករណ៍ដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណផ្នែកផ្សេងៗ នៃក្រុមហ៊ុនដែលមានសក្តានុពលខ្លាំងបំផុតសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងដើម្បីបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រប្រែក្លាយ។
- **ឧបករណ៍ទី ៣ “ការវិនិច្ឆ័យជាលក្ខណៈស៊ីជម្រៅលើការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន”** ជា ឧបករណ៍ដើម្បីបង្កើតផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដោយប្រើឧបករណ៍ជា កំណែ និងគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់កម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
- **ឧបករណ៍ទី ៤ “ការណែនាំនៅក្នុងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន”** ជា ការណែនាំសម្រាប់សហគ្រិនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលមានបទពិសោធន៍ ដែលចង់ណែនាំ សហគ្រិនដែលកំពុងព្យាយាមបង្កើតបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នថ្មី ឬបង្វែរបន្ទាត់អាជីវកម្មដែលមានស្រាប់របស់ពួកគេឱ្យមានបរិយាប័ន្ន។

គោលដៅចម្បងនៃមគ្គុទ្ទេសក៍បង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺដើម្បីលើកកម្ពស់ការប្រែក្លាយ ទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដើម្បីឱ្យអាចស្វែងរកវិធីការប្រែក្លាយពីក្រុមហ៊ុនបែបប្រពៃណីទៅជាក្រុមហ៊ុនដែលរួមបញ្ចូល វិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងប្រតិបត្តិការស្នូលរបស់ខ្លួន។ វិធីទាំងបួនខាងក្រោមដែលបានបង្ហាញ គឺជាជម្រើសទូទៅបំផុតសម្រាប់ការឆ្ពោះទៅរកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងការអភិវឌ្ឍការប្រែក្លាយប្រកបដោយ ជោគជ័យឆ្ពោះទៅរកក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ដោយសារអ្នកទទួលបានការបង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រ ប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយក្រុមហ៊ុនក្នុង មធ្យម ឬធំ ការបង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រ ប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធសង្កត់ធ្ងន់បន្ថែមទៀតលើការពិភាក្សាអំពីផលប៉ះពាល់សង្គម និងកិច្ចជាងនេះទៅលើយុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណេញ។ ការបង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រ ប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធមិនមែនសម្រាប់ការបង្កើត ឬណែនាំអាជីវកម្មចាប់ផ្តើមថ្មី ដែលគ្មានបទពិសោធន៍ អាជីវកម្មឡើយ។

ផ្លូវឆ្ពោះទៅរកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	ការផ្តល់ជំនួយសំខាន់ៗ
ពីអាជីវកម្មទូទៅ (ក្រុមហ៊ុនទាំងមូល ឬបន្ទាត់អាជីវកម្ម) ទៅជាកម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	ការធ្វើបរិយាប័ន្ន BoP ទៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃស្នូល ដូច្នោះវាបង្កើន ឬបង្កើតផលប៉ះពាល់សម្រាប់ BoP ។
ពី CSR ទៅសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	ការធ្វើបរិយាប័ន្ន BoP ទៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃបន្ថែម ឬចំហៀង។
ពីសហគ្រាសសង្គមដែលជំរុញដោយអង្គការមិនមែន រដ្ឋាភិបាល ទៅជាកំណើតផ្តួចផ្តើមសហគ្រាសសង្គម	ការបង្កើនលទ្ធភាពពាណិជ្ជកម្មដោយកាត់បន្ថយការ ពឹងផ្អែកលើប្រាក់ជំនួយ និងមូលនិធិម្ចាស់ជំនួយ

	តាមរយៈសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មដែលកម្រិតចំណេញ។
ព័ត៌មានអំពីកម្មវិធីបរិយាប័ន្ននោះទៅកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍កម្មវិធីបរិយាប័ន្នដែលកែលម្អកាន់តែប្រសើរឡើង	ការពង្រឹងការធ្វើបរិយាប័ន្ន BoP ដើម្បីបង្កើនផលប៉ះពាល់យ៉ាងស៊ីជម្រៅ និងការផ្សព្វផ្សាយដល់ ព្រមទាំង បង្កើនប្រាក់ចំណេញពាណិជ្ជកម្ម។

១.១ ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា

ការអនុវត្តអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នកាន់តែច្រើន និងកាន់តែប្រសើរឡើង នឹងជួយបង្កើនការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងបរិស្ថាននៃសង្គមកម្ពុជា ដោយពង្រឹងបណ្តាញសាមគ្គីភាពបន្ថែមទៀត ដែលមានការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។ ខាងក្រោមនេះពិពណ៌នាអំពីភាគីពាក់ព័ន្ធដែលខុសគ្នាណែនាំការណែនាំវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននីមួយៗត្រូវបានរៀបចំឡើង៖

- ឧបករណ៍ទី ១៖ ការវាយតម្លៃដោយខ្លួនឯងដោយក្រុមហ៊ុន ឬការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់ដោយអ្នកជំនាញការ អ្នកសម្របសម្រួល និងវិនិយោគិន
- ឧបករណ៍ទី ២ និងឧបករណ៍ទី ៣៖ អ្នកជំនាញការអាជីវកម្ម
- ឧបករណ៍ទី ៤៖ សមាគមធុរកិច្ច អ្នកជំនាញការ ឬសហគ្រិនម្នាក់ៗ

មានប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីដ៏សំខាន់នៃកម្ពុជាស្រុកនៅកម្រិតស្ថាប័ន ដែលប្តេជ្ញាលើកកម្ពស់ការណែនាំវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ហើយចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការផ្តោត បន្ថែមទៀតលើការបញ្ឈប់ឧបករណ៍នានា ដែលជួយសម្រេចបានលទ្ធផលសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងបរិស្ថាននៅក្នុង BoP ។ ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ដែលបានរាយបញ្ជីខាងក្រោមគឺជាដៃគូដ៏មានឥទ្ធិពលសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្ម បរិយាប័ន្ននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

១.១.១ រដ្ឋាភិបាល និងក្រសួងសាធារណៈ

តួនាទីរបស់ទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល	ទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ចូលរួម ក្នុងការធ្វើជាដៃគូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន
<ul style="list-style-type: none"> • ទទួលខុសត្រូវក្នុងការអភិវឌ្ឍ និងអនុវត្តកិច្ចខណ្ឌក្របខណ្ឌដែលអំណោយផលដល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដើម្បីចូលរួមជាមួយវិស័យឯកជនក្នុង ការដោះស្រាយបញ្ហាសង្គមនានា ដូចជាការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ • រៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រទូលំទូលាយមួយ សម្រាប់ការគាំទ្រ ដល់ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ • ជួយក្នុងការរៀបចំឧបករណ៍ បង្កើតអាជីវកម្ម ដែលជួយក្រុមហ៊ុនតាមរយៈការផ្តោត យកចិត្តទុកដាក់ និងជំនួយបច្ចេកទេសជាក់ស្តែងក្នុង ការកែលម្អកម្មវិធីបរិយាប័ន្ន។ • ចំណុចបង្គោលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ ទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលចំនួន៥ គំណាងឱ្យចំណុចបង្គោលរបស់អាជីវកម្ម បរិយាប័ន្ន រួមជាមួយនិងសមាគមអាជីវកម្មចំនួន ៤១ ចំណុចបង្គោលទាំងនេះជួបគ្នា 	<ul style="list-style-type: none"> • ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា (CDC) • ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ (MAFF) • ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (MoC) • ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ (MEF) • ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ (MISTI) គឺជាទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលដ៏សំខាន់ និងនាំ មុខគេដែលត្រូវបានប្រគល់តួនាទីក្នុងការលើកកម្ពស់ និងលើកទឹកចិត្តដល់ការអនុវត្តកម្មវិធីបរិយាប័ន្ន ឬសកម្មភាពអាជីវកម្ម និងគំនិតផ្តួចផ្តើមសហគ្រិនសង្គម ដើម្បីបង្កើតវិទ្យាសាស្ត្រដែលអាចសម្រេចបានសម្រាប់ដំណោះស្រាយ ប្រព័ន្ធដើម្បីឆ្លើយតបអាជីវកម្មប្រកបដោយនវានុវត្តន៍នៃ វិស័យឯកជន ដែលអាចជួយផ្តល់ដំណោះស្រាយបញ្ហាជូនប្រជាពលរដ្ឋនៅ BOP។⁵

4 លក្ខណៈនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន -D៥.pdf (squarespace.com)
 5 ការសិក្សាវិសាលភាពនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា UNESCAP (២០១៩), ទំព័រ ៤០
<https://www.unescap.org/sites/default/d8files/knowledge-products/Landscape%20Study%20Inclusive%20Business%20Cambodia%20ESCAP%20iBAN%202020%20OREPOR T%20Final.pdf>

<p>២ ដងក្នុងមួយឆ្នាំ ដើម្បីវាយតម្លៃទទួលស្គាល់ពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នហើយក៏ត្រូវបានចូលរួមនៅក្នុងការដ្ឋានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននិងការលើកកម្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងស្ថាប័នរបស់ពួកគេផងដែរ។</p> <ul style="list-style-type: none"> • គណៈកម្មាធិការដឹកនាំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ ទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលចំនួន៥ ក៏ជាផ្នែកមួយនៃគណៈកម្មាធិការដឹកនាំរួមជាមួយសមាគមអាជីវកម្មចំនួន៤ ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធចំនួន៣ ក្រុមហ៊ុន វិនិយោគិនសង្គម២នាក់ អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ត២នាក់ ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ចំនួន២ អ្នកឧបត្ថម្ភអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងអង្គការអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាលេខាធិការដ្ឋាន។ <p>គោលបំណងរបស់ពួកគេគឺដើម្បីកាត់បន្ថយហានិភ័យ និងលើកកម្ពស់ការអនុវត្ត IBEC។</p>	
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

១.១.២ ភាគីពាក់ព័ន្ធក្នុងវិស័យឯកជន

ប្រភេទនៃភាគីពាក់ព័ន្ធពីវិស័យឯកជន	តួនាទីសំខាន់នៃស្ថាប័នសំខាន់ៗនៃមណ្ឌលនីមួយៗ	អង្គការសំខាន់ៗ
<p>ក្រុមហ៊ុននានា</p>	<p>ក្រុមហ៊ុន សហគ្រិន និងសហគមន៍នានា សហការគ្នាក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃដើម្បីចែកចាយផលិតផល និងសេវាកម្មដល់អតិថិជន។</p> <p>ក្រុមហ៊ុនមានតួនាទីជំរុញឱ្យមានការចូលរួមដ៏មានអត្ថន័យជាមួយអតិថិជន BOP និងការចូលរួមរបស់ពួកគេនៅទូទាំងខ្សែច្រវាក់តម្លៃរចនាផលិតផល និងសេវាកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព</p> <p>តម្រង់ឆ្ពោះទៅរកប្រជាជនដែលមានចំណូលទាប និងបង្កើតម៉ាកយីហោប្រកបដោយនិរន្តរភាពជាមួយនឹងផលប៉ះពាល់សង្គមជាវិជ្ជមាន។</p> <p>ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចដើរតួជាអ្នកណែនាំក្នុងវិស័យរបស់ពួកគេដើម្បីជួយក្រុមហ៊ុនផ្សេងទៀតប្រែក្លាយបន្ទាត់អាជីវកម្មរបស់ពួកគេទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។</p>	<p>ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលបានទទួលការទទួលស្គាល់ពី MISTI ឬស្ថិតនៅក្នុងដំណើរការនៃការវាយតម្លៃទទួលស្គាល់៖</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agribuddy • ACE Energy Solutions • AMRU Rice • Banhji • FedRice/ Group Duval • Forte • KGC (Khmer Green Charcoal) • KWSH (Khmer Water Supply Holdings) • LES • Lyly • DH • Phare • Prevoir • Sun EEE • World Bridges • Lilly Foods • Phare Circus • Artisan d'Angkor • My Dream Home • Signatures of Asia • Okra Solar

<p>សមាគមធុរកិច្ច</p>	<p>តួនាទីរបស់សមាគមធុរកិច្ចគឺផ្ដោតលើការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ព័ត៌មានអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននឹងត្រូវបានចែករំលែកតាមរយៈការបោះពុម្ពផ្សាយ សិក្ខាសាលា គេហទំព័រជាតិអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ជាមួយនិងគណ្តាប់ទៅកាន់ស្ថាប័នផ្សេងៗ ដែលគាំទ្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ការរាយការណ៍រួមគ្នាប្រចាំឆ្នាំ ខ្សែភាពយន្តប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម និងព័ត៌មានវិទ្យុអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងសកម្មភាពលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងផ្សេងទៀត។⁶</p>	<ul style="list-style-type: none"> • សភាពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជា (CCC) កំពុងអនុវត្តកម្មវិធីណែនាំអាជីវកម្មជាមួយក្រុមហ៊ុនប្រហែល ១០០ ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំ។ • សមាគមសហគ្រិនស្ត្រីកម្ពុជា (CWEA)៖ កម្មវិធីកសាងសមត្ថភាពសម្រាប់សហគ្រិនស្ត្រីដើម្បីប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ • សមាគមសហព័ន្ធសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមកម្ពុជា (FASMEC) • សមាគមសហគ្រិនវិយក្មេងកម្ពុជា (YEAC) កំពុងអនុវត្តកម្មវិធីណែនាំអាជីវកម្ម ដែលនឹងណែនាំដល់ក្រុមហ៊ុនចំនួន ៥០ នៅឆ្នាំ ២០២៣។ • សភាពាណិជ្ជកម្មអឺរ៉ុបនៅកម្ពុជា (EuroCam)
<p>ក្រុមហ៊ុនពិគ្រោះ / ប្រឹក្សាយោបល់</p>	<p>ក្រុមហ៊ុនប្រឹក្សាយោបល់អាចផ្តល់នូវធនធានបន្ថែមដោយផ្អែកលើការបង្ហាញ និងបទពិសោធយ៉ាងទូលំទូលាយរបស់ពួកគេនៅក្នុងវិស័យអាជីវកម្មផ្សេងៗគ្នា។</p>	<p>ក្រុមហ៊ុនប្រឹក្សា / សវនកម្ម ធំៗកំពូលទាំង ៤ រួមមាន៖</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deloitte • E&Y • Price Waterhouse • KPMG <p>ក្រុមហ៊ុនប្រឹក្សាផ្សេងទៀតដែលគំណាងឱ្យភាគីពាក់ព័ន្ធដែលមានសក្តានុពលរួមមាន៖</p> <ul style="list-style-type: none"> • ក្រុមហ៊ុនដៃគូជាយុទ្ធសាស្ត្រមេកង្ក (MSP)

១.១.៣ អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

<p>តួនាទីរបស់អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន</p>	<p>អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា</p>
<ul style="list-style-type: none"> • ជួយក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្ម។ • ការបង្កើតអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននឹងរួមបញ្ចូលការពិភាក្សាអាជីវកម្មយុទ្ធសាស្ត្រជារួម ដែលបណ្តាលឱ្យមានការតម្រង់ទិសទូទៅសម្រាប់ផែនការអាជីវកម្មផ្ដោតលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ក្រុមហ៊ុន។⁷ • ក្រុមជនគោលដៅគឺជាអ្នកធ្វើការសម្រេចចិត្តកម្រិតខ្ពស់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនមួយ។ • ទម្រង់ផ្សេងទៀតនៃការបង្កើតអាជីវកម្មអាចរួមបញ្ចូលការផ្តល់ជំនួយវិនិយោគិនសង្គម 	<ul style="list-style-type: none"> • អង្គការភាពជាដៃគូដើម្បីចីរភាពវិស័យកសិកម្មកម្ពុជា (CPSA)។ • The Impact Hub Phnom Penh (IH-PP). • Oxfam • Platform Impact (P-I): (i) កំពុងធ្វើការបង្កើតអាជីវកម្មសម្រាប់សហគ្រាសដែលជំរុញដោយផលប៉ះពាល់សង្គមចំនួន ៣០ ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំ។ • Swisscontact (i) SwissContact កំពុងធ្វើការបង្កើតអាជីវកម្មពាណិជ្ជកម្មប្រហែល ១០ ក្រុមហ៊ុន ក្នុងមួយឆ្នាំ។

6 ការសិក្សាទិន្នន័យនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា UNESCAP (២០១៩) ទំព័រ ៤១
 7 ៦.-ASEAN-IB-Promotion-Guidelines-Endorsed-at-the-៥th-AEM.pdf

១.១.៤ វិនិយោគិនសង្គម

តួនាទីរបស់វិនិយោគិនសង្គម	វិនិយោគិនសង្គមអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា
<ul style="list-style-type: none"> • ផ្តល់ការគាំទ្រសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាចម្បងតាមរយៈការផ្តល់លទ្ធភាពទទួលបានដើមទុន និងជាញឹកញាប់តាមរយៈជំនួយបច្ចេកទេសការណែនាំ និងជំនួយអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសផ្សេងទៀត ដើម្បីធានាភាពជោគជ័យរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅហិរញ្ញវត្ថុ និងផលប៉ះពាល់សង្គមដែលរំពឹងទុក។ • នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ខណៈពេលដែលមានការផ្តល់មូលនិធិសម្រាប់វិនិយោគិនសង្គម ពួកគេប្រហែលជាមិនចាំបាច់ត្រូវបានដឹកនាំទៅរកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននោះទេ។ ដូច្នោះ អ្វីដែលត្រូវអភិវឌ្ឍក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីកម្ពុជាគឺឧបករណ៍ដែលកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃវិនិយោគិនសង្គម។ • ភាពលម្អៀងរបស់កម្ពុជា៖ ៩០% នៃដើមទុនត្រូវបានវិនិយោគក្នុងវិស័យសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុ យោងតាមទីប្រឹក្សាលេខាធិការដ្ឋាន MISTI។ • កិច្ចព្រមព្រៀងដ៏ធំនៅក្នុងវិស័យមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ប៉ុន្តែក៏មាននៅក្នុងការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (បំណុល) ដើម្បីកែលម្អលទ្ធភាពទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុ • វិស័យផ្សេងទៀត៖ កសិកម្ម ការអប់រំ, ថាមពល និង ICT • វិនិយោគិនសង្គម មើលឃើញពីសក្តានុពលទីផ្សារក្នុងវិស័យដូចខាងក្រោម៖ កសិពាណិជ្ជកម្ម សុខភាព ការអប់រំ ទឹកនិងឧបករណ៍ប្រើប្រាស់ក្នុងទីក្រុង លំនៅដ្ឋាន ថាមពល អេកូទេសចរណ៍ និងដំណោះស្រាយបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ។ 	<ul style="list-style-type: none"> • SNV ដែលជាអ្នកអនុវត្តមូលនិធិនានានុវត្តន៍កាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ • សាជីវកម្មហិរញ្ញវត្ថុអន្តរជាតិ (IFC) ។ • Insitor • Uberis Capital បានបង្កើតអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលមួយសម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្ម និងការគាំទ្រការត្រៀមខ្លួនវិនិយោគ។ • វិនិយោគិនសង្គមផ្សេងទៀតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា (ឧ. Nexus, Blue Orchard) និងតំបន់ (ឧ. IIX, responsAbility, Bamboo Finance។ល។) • មូលនិធិផលប៉ះពាល់សង្គម មួយចំនួនកំពុងគ្របដណ្តប់ប្រទេសកម្ពុជា ពីបរទេស៖ IIX Impact Investment Exchange, TAU Investment Management, Triple P Capital, New Forests Asset Mgmt, Armstrong Asset Mgmt។⁹

១.១.៥ ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍

តួនាទីរបស់វិនិយោគិនសង្គម	វិនិយោគិនសង្គមអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា
<ul style="list-style-type: none"> • គាំទ្រកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍វិស័យឯកជនជាច្រើននៅក្នុងតំបន់ រួមទាំងការបង្កើតអាជីវកម្ម ការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្ម ការគាំទ្រទីផ្សារ និងការទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុ¹⁰។ 	<ul style="list-style-type: none"> • សហភាពអឺរ៉ុប (EU) ស្វាគមន៍ចំពោះការចូលរួមរបស់ EuroCham ក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

8 អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងការវិនិយោគសង្គមជាយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការរីកចម្រើនផ្នែកបរិយាប័ន្ននៅនីហ្សេរីយ៉ា (១).pdf
 9 បទបង្ហាញ AVPN ខែតុលា ឆ្នាំ ២០២១, Ratana Phurik-Callebaut, -ទីប្រឹក្សាលេខាធិការដ្ឋាន MISTI
 10 ឯកសារប្រវត្តិអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា សេចក្តីព្រាងទី១ ឌីជីថល.pdf (unescap.org)

- GIZ: គាំទ្រការអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាមួយ iBAN, MISTI និងអាស៊ាន។ បទពិសោធន៍ គាំទ្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នពីមុនមួយចំនួនគឺ៖
 - គម្រោង GIZ ស្តីពីភាពធននឹងអាកាសធាតុនៅក្នុងប្រព័ន្ធកសិកម្ម (CRAS)
 - សភាពាណិជ្ជកម្មអឺរ៉ុប
 - កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រសម្រាប់ខេត្តបាត់ដំបង
- KOICA: អភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នកសិពាណិជ្ជកម្ម។
- ទីភ្នាក់ងារប្រទេសស្វីសសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ (SDC) : ការអភិវឌ្ឍជំនាញ និងការសម្របខ្លួនទៅនឹងអាកាសធាតុ និងកម្មវិធីកសិ-ពាណិជ្ជកម្ម។
- UNIDO
- USAID
- ESCAP
- ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ផ្សេងទៀតដូចជា AFD, DFAT, JICA, UNDP, ធនាគារពិភពលោក ។ល។

២. ដំណើរការនៃឧបករណ៍សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទាំងមូល

២.១ ដំណាក់កាលកញ្ចប់ឧបករណ៍: ក្របខណ្ឌឧបករណ៍ទាំងមូល

គោលការណ៍ណែនាំខាងក្រោមណែនាំ

នូវឧបករណ៍ចំនួនបួនដែលនឹងជួយជំរុញក្រុមហ៊ុនពីស្ថាប័នបែបប្រពៃណីទៅកាន់ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលទទួលបានជោគជ័យ ដែលមានបីដំណាក់កាលជាក់លាក់ដូចខាងក្រោម៖

ដំណាក់កាលនៃកញ្ចប់ឧបករណ៍:

<p>៣</p>	<p>ដំណាក់កាលទីបី: ការគាំទ្រដោយការណែនាំ (ឧបករណ៍ទី ៤) ជាមគ្គុទ្ទេសក៍ណែនាំមួយដែលផ្តល់ឱ្យអ្នកណែនាំនូវសមត្ថភាព ដើម្បីជួយដល់ក្រុមហ៊ុនអនុវត្តផែនការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងគាំទ្រពួកគេតាមរយៈការអនុវត្តដំណាក់កាលនេះ ឆ្ពោះទៅកាន់ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជោគជ័យ។</p>
<p>២</p>	<p>ដំណាក់កាលទីពីរ: ការតាក់តែងយុទ្ធសាស្ត្រ (ឧបករណ៍ទី ២ និងឧបករណ៍ទី ៣) ជាឧបករណ៍ទាំងពីរដែលផ្តល់ការណែនាំចាំបាច់សម្រាប់ទីប្រឹក្សា ដើម្បីគាំទ្រដល់សហគ្រិននៅក្នុងការអភិវឌ្ឍផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិ យាប័ន្ន ដោយផ្អែកលើវិមាត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នចម្បងៗ និងកត្តាមូលដ្ឋានយុទ្ធសាស្ត្រជាសេរី។</p>
<p>១</p>	<p>ដំណាក់កាលទីមួយ: ការធ្វើរោគវិនិច្ឆ័យដោយខ្លួនឯង (ឧបករណ៍ទី ១) ការធ្វើរោគវិនិច្ឆ័យដោយខ្លួនឯងដើម្បីឱ្យសហគ្រិននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា អាចកំណត់ដឹងថាតើក្រុមហ៊ុនមួយមានសមាសធាតុអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអ្វីខ្លះ ហើយថាតើវាមានសក្តានុពលកម្រិតណា ដើម្បីលើកកម្ពស់ការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។</p>

២.២ ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃឧបករណ៍

<p>ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃឧបករណ៍ទី ១</p>	
<p>ឈ្មោះឧបករណ៍</p>	<p>ឧបករណ៍ទី ១ "ការវាយតម្លៃការត្រៀមខ្លួនសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន" ជាឧបករណ៍មួយសម្រាប់វិភាគស្ថានភាពក្រុមហ៊ុន និងកំណត់សក្តានុពលក្រុមហ៊ុន សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។</p>
<p>គោលដៅ និងគោលបំណងនៃឧបករណ៍</p>	<p>ឧបករណ៍នេះគឺជាការវិភាគនៃស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន និងការកំណត់អត្តសញ្ញាណអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុន។ វាជាការវាយតម្លៃដោយខ្លួនឯងរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងសម្រាប់ការសម្រេចចិត្តរបស់សហគ្រិន។ ឧបករណ៍នេះក៏អាចប្រើសម្រាប់ការវាយតម្លៃផលប៉ុន្តែរបស់វិនិយោគិនសង្គម រដ្ឋាភិបាល អ្នកផ្តល់សេវាកម្មអាជីវកម្ម (អ្នកសម្របសម្រួល) សមាជិកនៃសមាគមអាជីវកម្ម និងកម្មវិធីជំនួយដៃគូអភិវឌ្ឍន៍។ ការរៀបចំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នគឺសម្រាប់ខ្សែបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៃអាជីវកម្មនីមួយៗ ហើយមិនចាំបាច់ជាសកម្មភាពអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងមូលទេ។ វាត្រូវបានរៀបចំឡើងសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន និងស្ថាប័នគាំទ្រអាជីវកម្ម (ជាពិសេសពិសមាគមធុរកិច្ច ទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល វិនិយោគិន និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍) ដើម្បីធ្វើការវាយតម្លៃហ្វែម (ដោយខ្លួនឯង) នៃបន្ទាត់អាជីវកម្មទៅនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសំខាន់ៗរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ដូច្នេះ ការវាយតម្លៃនឹងជួយក្រុមហ៊ុនឱ្យយល់ពីសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៃកំរិតអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។</p>
<p>ក្រុមគោលដៅ</p>	<p>ជាអនុសាសន៍ គេស្នើនេះត្រូវធ្វើឡើងដោយនរណាម្នាក់ដែលដឹង និងអាចវាយតម្លៃអាជីវកម្ម និងយុទ្ធសាស្ត្រប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងមូល។ ជាទូទៅ នេះជាមនុស្សម្នាក់ដែលស្ថិតនៅក្នុងថ្នាក់គ្រប់គ្រងកំពូល។</p>
<p>ផ្នែក និងខ្លឹមសារនៃឧបករណ៍</p>	<p>១. ព័ត៌មានក្រុមហ៊ុន</p> <p>២. ការវាយតម្លៃសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ផ្នែកនេះឆ្លុះបញ្ចាំងពីស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នរបស់ក្រុមហ៊ុនពីទស្សនៈរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ អ្នកនឹងពិនិត្យមើលលក្ខណៈសំខាន់ៗចំនួនបួននៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន: ១) ការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ BoP ២) លទ្ធភាពទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុ ៣) ការពង្រីក និង ៤) ការវាស់វែង និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់ ហើយអនុវត្តកត្តាទាំងនោះចំពោះអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ផ្នែកនេះត្រូវបានបែងចែកជា:</p> <p>២.១ ការផ្សារភ្ជាប់ប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) ដោយចេតនា</p> <p>២.២ ការព្យាយាមបង្កើតនូវលទ្ធភាពទទួលបានផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ</p> <p>២.៣ ការពង្រីកអាជីវកម្ម</p> <p>២.៤ ការវាស់វែង និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់លើ BoP</p> <p>៣. លទ្ធផលនៃការវាយតម្លៃ</p>

លទ្ធផលរំពឹងទុក	<p>ផ្នែកនេះវិភាគលទ្ធផលនៃការវាយតម្លៃដើម្បីកំណត់ពីសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ក្រុមហ៊ុន។ បន្ទាប់ពីផ្នែកនេះ អ្នកនឹងអាចកំណត់ដឹងពីវិធីសាស្ត្រដែលក្រុមហ៊ុនអាចប្រើដើម្បីក្លាយជា ឬចូលទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬដើម្បីកែលម្អវិធីសាស្ត្របច្ចុប្បន្នរបស់ពួកគេចំពោះអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។</p> <p>ផ្នែកនេះត្រូវបានបែងចែកជា៖</p> <p>៣.១ ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ននៃក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក។</p> <p>៣.២ មធ្យោបាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន</p> <p>៣.៣ ការប្រែក្លាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលអាចធ្វើទៅបាន</p> <p>៣.៤ ការវាយតម្លៃទិដ្ឋភាពទូទៅនៃលទ្ធផល</p> <p>៤. ជំហានបន្ទាប់ និងរបៀបប្រើប្រាស់ការវាយតម្លៃលើការត្រៀមខ្លួនរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន បន្ទាប់ពីបញ្ចប់ការវាយតម្លៃ ក្រុមហ៊ុននឹងយល់កាន់តែច្បាស់អំពីសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ក្រុមហ៊ុនពួកគេ និងការប្រែក្លាយដែលត្រូវអនុវត្តដើម្បីក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬឆ្ពោះទៅរកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។</p> <p>៥. ព័ត៌មានបន្ថែមអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឧបសម្ព័ន្ធ៖ ការពិចារណា និងការគាំទ្រ</p>
ពេលវេលាប៉ាន់ស្មាន	៣០-៦០ នាទី

ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃឧបករណ៍ទី ២	
ឈ្មោះឧបករណ៍	ឧបករណ៍ទី ២ "ការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន" ជាឧបករណ៍មួយដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណផ្នែកនៃក្រុមហ៊ុនដែលមានសក្តានុពលខ្លាំងបំផុតសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន
គោលដៅ និងគោលបំណងនៃឧបករណ៍	ឧបករណ៍នេះត្រូវបានរៀបចំឡើងសម្រាប់អ្នកជំនាញការធុរកិច្ចជាមួយនឹងការបណ្តុះបណ្តាល ឬចំណេះដឹង ប្រើនៅក្នុងដំបូន្មានអាជីវកម្មជាក់លាក់របស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬជាធាតុផ្សំបន្ថែមចំពោះសេវាកម្មប្រឹក្សា ឧបករណ៍នេះមិនមានបំណងសម្រាប់ការបង្កើតអាជីវកម្មចាប់ផ្តើមថ្មីនោះទេ ប៉ុន្តែគួរតែត្រូវបានប្រើសម្រាប់ និងជំនួយ ប៉ុន្តែមិនមែនសម្រាប់សហគ្រាសមីក្រូទេ។
ក្រុមគោលដៅ	ឧបករណ៍នេះគឺសម្រាប់អ្នកជំនាញការធុរកិច្ចជាមួយនឹងការបណ្តុះបណ្តាលជាក់លាក់ ឬការយល់ដឹងពីអំណាចលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬជាធាតុផ្សំបន្ថែមចំពោះសេវាកម្មប្រឹក្សាអាជីវកម្មទូទៅ។
ផ្នែក និងខ្លឹមសារនៃឧបករណ៍	<p>ផ្នែកទី ១៖ ព័ត៌មានទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន ផ្នែកនេះផ្តល់នូវការយល់ដឹងអំពីបន្ទាត់អាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន និងកំណត់ខ្សែអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែល</p> <p>ផ្នែកទី ២៖ ការយល់ដឹងអំពីវិមាត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសម្រាប់សក្តានុពលនៃប្រែក្លាយ ដើម្បីយល់ពីសក្តានុពលនៃការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ក្រុមហ៊ុន មានភាពងាយស្រួលសម្រាប់ និងវាយតម្លៃពីរបៀបដែលប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយ និងសកម្មភាពខ្សែច្រវាក់តម្លៃប្រតិបត្តិការ សក្តានុពលនៃការប្រែក្លាយ។ កិច្ចការនេះត្រូវបានធ្វើតាមរយៈវិធីសាស្ត្រវិភាគ SWOT ដើម្បីស្វែងយល់ពីកម្លាំង និងខ្វះខាតនៅក្នុងផ្នែកនីមួយៗគឺជាការណែនាំ (ប៉ុន្តែមិនពេញលេញទេ) ដើម្បីជួយសម្រួលដល់ការសម្រេចបាននូវ</p> <p>ផ្នែកទី ៣៖ ការរៀបចំផែនការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅក្នុងផ្នែកនេះ អ្នកជំនាញការស្វែងរកការបង្កើតអនុសាសន៍សម្រាប់យុទ្ធសាស្ត្រ ដើម្បីប្រែក្លាយក្រុមហ៊ុន</p> <p>ឧបសម្ព័ន្ធ ឧបសម្ព័ន្ធទី ១៖ សទ្ទានុក្រម ឧបសម្ព័ន្ធទី ២៖ គោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ ឧបសម្ព័ន្ធទី ៣៖ ធនធាន និងឧបករណ៍បំពេញបន្ថែម</p>
លទ្ធផលរំពឹងទុក	ជាមួយនឹងការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍នេះ គេនឹងអាចមើលឃើញយ៉ាងច្បាស់នូវចំណុចខ្សោយ ចំណុចខ្លាំង និងការភ្ជាប់កំហែងរបស់ក្រុមហ៊ុននានាក្នុងការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ នេះនឹងអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនបង្កើតផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីយកល្អៗលើចំណុចខ្សោយទាំងនេះ ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុន

ពេលវេលាប៉ាន់ស្មាន	៦ ម៉ោង ទៅ ៨ ម៉ោង
ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃឧបករណ៍ទី ៣	
ឈ្មោះឧបករណ៍	ឧបករណ៍ទី ៣ "ការវិនិច្ឆ័យជាលក្ខណៈស៊ីជម្រៅលើការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន" ជាឧបករណ៍អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដោយប្រើឧបករណ៍ជាក់ស្តែង និងគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន
គោលដៅ និងគោលបំណងនៃឧបករណ៍	<p>លទ្ធផលចុងក្រោយនៃ ឧបករណ៍ទី ២ គឺជាផែនការសកម្មភាពប្រែក្លាយជាមួយនឹងនិយមន័យនៃឱកាសដែលក្រុមហ៊ុនអាចទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ដើម្បីក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នកាន់តែប្រសើរ។</p> <p>ឧបករណ៍ទី ៣ ផ្តល់នូវធនធានប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នលម្អិត ដូច្នេះអ្នកជំនាញការអាចគាំក្នុងផ្នែកប្រែក្លាយដែលពួកគេបានជ្រើសរើស។ ដើម្បីធ្វើដូច្នេះបាន ក្រុមហ៊ុននឹងអាចបង្កើតផែនការសកម្មភាពបំណងរបស់ឧបករណ៍ទី ៣ គឺផ្តល់ជូនអ្នកជំនាញការជុំវិញជាមួយនឹងឧបករណ៍សម្រាប់ការវិភាគស៊ីជម្រៅនៃយុទ្ធសាស្ត្រសក្តានុពលជាមួយនឹងធនធានវិភាគលម្អិតទាំងនេះ អ្នកជំនាញការអាចជួយក្រុមហ៊ុនកែលម្អផ្នែកប្រែក្លាយដែល</p>
ក្រុមគោលដៅ	ឧបករណ៍នេះគឺសម្រាប់អ្នកជំនាញការជុំវិញជាមួយនឹងការបណ្តុះបណ្តាលជាក់លាក់ ឬការយល់ដឹងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬជាធាតុផ្សំបន្ថែមចំពោះសេវាកម្មប្រឹក្សាអាជីវកម្មទូទៅ។
ផ្នែក និងខ្លឹមសារនៃឧបករណ៍	<p>ផ្នែកទី ១: ការយល់ដឹងអំពីបញ្ហាប្រឈមនៃការប្រែក្លាយទៅកាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ផ្នែកនេះមានគោលបំណងស្វែងយល់ពីប្រភេទនៃការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសក្តានុពល និង</p> <p>ផ្នែកទី ២: ការពង្រឹងការប្រែក្លាយទៅកាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន តាមរយៈប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់អ្នក ផ្នែកទី ២ មានឧបករណ៍ចាំបាច់ដើម្បីអនុវត្តការប្រែក្លាយនៅក្នុងបណ្តាញកម្មសម្រាប់សំខាន់ៗចំពោះ</p> <p style="margin-left: 20px;">២.១ ការប្រែក្លាយតាមរយៈប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម: ការពង្រឹងលទ្ធភាពពាណិជ្ជកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន</p> <p style="margin-left: 20px;">២.២ ការប្រែក្លាយតាមរយៈខ្សែច្រវាក់តម្លៃ: ការពង្រឹងបណ្តាញកម្មសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន</p> <p style="margin-left: 20px;">២.៣ ការប្រែក្លាយតាមរយៈការវាស់វែងផលប៉ះពាល់: ការកែលម្អរបៀបដែលក្រុមហ៊ុនកំពុងវាស់</p> <p>ផ្នែកទី ៣: ការរៀបចំផែនការសកម្មភាពប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅក្នុងផ្នែកនេះ ក្រុមហ៊ុននឹងរកឃើញឧបករណ៍ដ៏មានអានុភាពដើម្បីសំយោគទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ការរៀបចំផែនការសកម្មភាពគួរជាការសិក្សាចុងក្រោយនៃទិន្នន័យការវិភាគនេះក៏ធ្វើឱ្យអាចស្រមៃមើលអនាគតរបស់ក្រុមហ៊ុនតាមរយៈការវិភាគស៊ីជម្រៅអំពីសមត្ថភាពរៀបចំ និងបង្កើតជាប្រព័ន្ធដំណើរការយូរអង្វែង ព្រមទាំងយុទ្ធសាស្ត្រដែលអាចផ្តល់ផលចំណេញ។</p> <p>ឧបសម្ព័ន្ធ ធនធាន និងឧបករណ៍បំពេញបន្ថែម</p>
លទ្ធផលរំពឹងទុក	ជាមួយនឹងការអនុវត្តឧបករណ៍នេះ រួមជាមួយនឹងលទ្ធផលនៃឧបករណ៍ទី ២ វានឹងអាចរៀបចំផែនការនិងការកំណត់ហែង ព្រមទាំងពង្រឹងភាពខ្លាំង និងឱកាសដែលបានរកឃើញនៅក្នុងឧបករណ៍ទី ២ ដើម្បីប្រកបដោយប្រសិទ្ធផលនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងបណ្តាក្រុមហ៊ុននៅកម្ពុជា។
ពេលវេលាប៉ាន់ស្មាន	៦ ម៉ោង ទៅ ៨ ម៉ោង

ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃឧបករណ៍ទី ៤	
ឈ្មោះឧបករណ៍	ឧបករណ៍ទី ៤ "ការណែនាំនៅក្នុងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន" ជាមគ្គុទ្ទេសក៍មួយសម្រាប់សហគ្រិនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលមានបទពិសោធដែលចង់ណែនាំដល់សហគ្រិនដែលកំពុងស្វែងរកការបង្កើតបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នថ្មីឬបង្វែរបន្ទាត់អាជីវកម្មដែលមានស្រាប់របស់ពួកគេឱ្យមានបរិយាប័ន្ន។
គោលដៅ និងគោលបំណងនៃឧបករណ៍	<p>ការណែនាំអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន មានគោលបំណងធ្វើឱ្យសហគ្រិនដែលកំពុងបង្កើតគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចលើកទឹកចិត្តសហគ្រិនផ្សេងទៀតនៅក្នុងបណ្តាញរបស់ពួកគេឱ្យក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។</p> <p>ឧបករណ៍ទី ៤ នៃមគ្គុទ្ទេសក៍បង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នផ្តល់នូវទិដ្ឋភាពទូទៅនៃដំណើរការណែនាំ គុណភាព និងជំនាញរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរួមជាមួយនឹងវិធីសាស្ត្រក្នុងការតាមដានវឌ្ឍនភាព និងការយល់ដឹងច្បាស់លាស់អំពីដំណើរការណែនាំ។</p>
ក្រុមគោលដៅ	ឧបករណ៍នេះត្រូវបានរៀបចំឡើងសម្រាប់សហគ្រិនដែលចង់លើកទឹកចិត្តសហគ្រិនផ្សេងទៀតឱ្យអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាពិសេសអ្នកដែលប្រតិបត្តិការក្នុងវិស័យដូចគ្នា។
ផ្នែក និងខ្លឹមសារនៃឧបករណ៍	<p>១. កត្តាមូលដ្ឋានទី ១: ការរៀបចំ នៅក្នុងកត្តាមូលដ្ឋានទី១ មានការកំណត់ដឹងអំពីការរំពឹងទុក និងដែនកំណត់ដែលអ្នកណែនាំសម្របសម្រួលដំណើរការណែនាំជាមួយអ្នកណែនាំតាមតម្រូវការរបស់គាត់។ អ្នកណែនាំជួយអ្នកដែលទទួលបានការណែនាំ ដើម្បីកំណត់អំពីការរំពឹងទុក គោលដៅ និងគោលបំណងចម្បងរបស់គាត់។</p> <p>២. កត្តាមូលដ្ឋានទី ២: ក្របខណ្ឌណែនាំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន</p>

	<p>នៅក្នុងកត្តាមូលដ្ឋានទី២ ផែនការណែនាំត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយប្រើឧបករណ៍ដែលផ្តល់ដោយឧបករណ៍ណែនាំណែនាំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។</p> <p>៣. កត្តាមូលដ្ឋានទី ៣: ការបន្តដំណើរទៅមុខ</p> <p>នៅក្នុងកត្តាមូលដ្ឋានសម្រាប់ទី ៣ អ្នកណែនាំអាចទទួលបានការអភិវឌ្ឍរួមរបស់អ្នកដែលទទួលបានការណែនាំ ទាក់ទងនឹងការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ពួកគេ ហើយរួមគ្នាបង្កើតផែនការយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់អ្នកទទួលបានការណែនាំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។</p>
លទ្ធផលរំពឹងទុក	<p>ដោយប្រើឧបករណ៍នេះ អ្នកណែនាំ និងអ្នកទទួលបានការណែនាំនឹងអាច៖</p> <ul style="list-style-type: none"> • មានការយល់ដឹងអំពីវិសាលភាព និងភាពស្មុគស្មាញនៃតួនាទីណែនាំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ • ដកពិសោធន៍ និងស្វែងយល់បន្ថែមអំពីបច្ចេកទេស និងដំណើរការបង្រៀន។ • តាមដានដំណាក់កាលសំខាន់ៗនៃទំនាក់ទំនងក្នុងការណែនាំ និងអ្វីដែលកើតឡើងនៅក្នុងដំណាក់កាលទាំងនោះ។ • ពង្រឹងជំនាញ និងសមត្ថភាពរបស់អ្នកណែនាំ។ • កំណត់បានកាន់តែច្បាស់ពីតម្រូវការរបស់អ្នកដែលទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីបង្កើតកម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
ពេលវេលាប៉ាន់ស្មាន	<p>ពេលវេលាប៉ាន់ស្មាននឹងអាស្រ័យលើចំនួន និងប្រពលភាពនៃវគ្គដែលបានព្រមព្រៀងរវាងអ្នកណែនាំ និងអ្នកទទួលបានការណែនាំ។</p>

៣. ការស្វែងយល់អំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

៣.១ តើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាអ្វី?

អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB) គឺជាខ្សែអាជីវកម្មស្នូលដែលអាចទទួលបានផលចំណេញក្នុងពាណិជ្ជកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនវិស័យឯកជន ដែលបង្កើតដំណោះស្រាយជាប្រព័ន្ធប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ និងការពង្រីកខ្លួនសម្រាប់បញ្ហាពាក់ព័ន្ធនឹងប្រាក់ចំណូល និងជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជនក្រីក្រ និងមានប្រាក់ចំណូលទាប (BoP)។ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នខុសពីសហគ្រាសសង្គមដែលដឹកនាំដោយអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល និងទទួលខុសត្រូវសង្គមរបស់អាជីវកម្ម (CSR) ក្នុងលទ្ធភាពពាណិជ្ជកម្ម និងការតម្រង់ទិសនៅក្នុងការរីកចម្រើនឡើងកម្ពុជាជាទំហំនៃផលប៉ះពាល់ និងពីអាជីវកម្មធម្មតាក្នុងការរៀបចំរបស់ពួកគេ ដើម្បីកាត់បន្ថយហានិភ័យនិងភាពក្រីក្រ។

មគ្គុទ្ទេសក៍បង្កាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺផ្អែកលើនិយមន័យនៃកិច្ចប្រជុំកំពូល G20 ស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលត្រូវបានពង្រីកដើម្បីរួមបញ្ចូលរបៀបចូលរួម BoP "កម្មករនិយោជិត" ។

អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធផ្តល់ទំនិញ សេវាកម្ម និងជីវភាពរស់នៅដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋាននៃលទ្ធភាពពាណិជ្ជកម្មទាំងក្នុងការពង្រីក ឬភាពអាចពង្រីកបាន ទៅកាន់ប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) ដែលធ្វើឱ្យពួកគេជាផ្នែកមួយនៃខ្សែច្រវាក់កម្លែងនៃអាជីវកម្មស្នូលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងនាមជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់អ្នកចែកចាយ អ្នកលក់រាយ អតិថិជន ឬនិយោជិត។

អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន មានគោលបំណងធ្វើបរិយាប័ន្ធប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) ទៅក្នុងអាជីវកម្ម ដោយឱ្យពួកគេចូលរួមជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ អ្នកចែកចាយ អ្នកលក់រាយ និយោជិត ឬអតិថិជនក្នុងវិធីមួយដែលព្យាយាមបង្កើតផលប៉ះពាល់សង្គមជាវិជ្ជមានដូចជា ឱកាសជីវភាពកាន់តែប្រសើរឡើងប្រាក់ចំណូលកើនឡើង ឬការទទួលបានសេវាកម្មដែលពាក់ព័ន្ធ និងទំនិញ និងសេវាកម្មដែលមានតម្លៃសមរម្យសម្រាប់បាតពីរ៉ាមីតនៃសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) កាន់តែប្រសើរឡើង។ មានការលើកឡើងពីគោលបំណងយ៉ាងច្បាស់លាស់នៅក្នុងលក្ខណៈនេះ ព្រោះវាមានន័យថាក្រុមហ៊ុនមានចេតនាបង្កើតការចូលរួមជាវិជ្ជមានជាមួយប្រជាជននៅ បាតពីរ៉ាមីតនៃសេដ្ឋកិច្ចសង្គម ដែលជាផ្នែកមួយនៃយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ ទោះជាត្រូវបានជំរុញដោយឱកាសអាជីវកម្ម ឬបំណងចង់បង្កើតនូវផលប៉ះពាល់សង្គម ឬទាំងពីរក៏ដោយ ក៏មានចេតនាច្បាស់លាស់នៅក្នុងការបង្កើតផលប៉ះពាល់ជាវិជ្ជមានលើប្រជាជនដែលមានប្រាក់ចំណូលទាប និងមិនមែនជាលទ្ធផលដែលកើតឡើងដោយប្រយោលឡើយ។ ខណៈពេលដែលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធអាចត្រូវបានរកឃើញនៅគ្រប់វិស័យ និងដំណើរការនៅក្នុងកម្ពុជាអាជីវកម្មយ៉ាងទូលំទូលាយ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធទាំងនោះ មានលក្ខណៈពិសេសទូទៅសំខាន់ៗចំនួនបួន៖

- មានកម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលអាចទទួលបានផលចំណេញ អាចទទួលបានកម្រៃ និងស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ ដែលជាស្នូលសម្រាប់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។
- ផ្តល់ដំណោះស្រាយជាប្រព័ន្ធសម្រាប់បញ្ហាពាក់ព័ន្ធរបស់ប្រជាជនក្រីក្រ និងមានចំណូលទាប។

- មានការពង្រីកក្នុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម កំណើន និងផលប៉ះពាល់សង្គម។
- បង្ហាញកម្រិតនៃនវានុវត្តន៍ដែលត្រូវការ ដើម្បីកាត់បន្ថយហានិភ័យ មានឥទ្ធិពល និងផលចំណេញខ្ពស់ៗដែលខ្លះមានការចូលរួមពី BoP។

កម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នផ្តល់ដំណោះស្រាយដល់ BoP តាមរយៈវិធីសំខាន់ៗពីរ៖

- ការផ្តល់ទំនិញ និងសេវាកម្មដល់ BoP ដែលពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីជម្នះភាពក្រីក្រ (ហើយដូច្នោះរួមបញ្ចូលពួកគេជាអ្នកប្រើប្រាស់) ឬ
- ការបង្កើតឱកាសប្រាក់ចំណូលសម្រាប់ BoP ដើម្បីនាំពួកគេចេញពីភាពក្រីក្រ ឬធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវមូលដ្ឋានសេដ្ឋកិច្ចរបស់ពួកគេ និងការឱ្យពួកគេចូលរួមជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ (ឧ. នៅក្នុងកសិពាណិជ្ជកម្ម និងទេសចរណ៍) កម្មករ (ក្នុងផលិតកម្ម) អ្នកចែកចាយ (ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ) ឬជាម្ចាស់ភាគហ៊ុន។ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នភាគច្រើនឱ្យប្រជាជនក្រីក្រចូលរួម ក្នុងនាមជាអ្នកប្រាក់ចំណូល។

៣.២. តើ BoP ជាអ្វី?

ប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម(BoP) សំដៅលើប្រជាជនក្រីក្រ និងមានប្រាក់ចំណូលទាប ដែលខ្វះលទ្ធភាពទទួលបានទំនិញ សេវាកម្ម និងឱកាសនានា ហើយជាទូទៅត្រូវបានពិពណ៌នាថាមានប្រាក់ចំណូលដែលមានកម្រិត។ មានការទទួលយកជាទូទៅថា ប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គមគឺជាស្ត្រីឯកសារពិការភ្នែកខ្លាំង ហើយរួមបញ្ចូលទាំងអ្នកដែលមានហានិភ័យក្នុងការធ្លាក់ចូលទៅក្នុងភាពក្រីក្រវិញ។ កម្រិតប្រាក់ចំណូលសកលដែលប្រើជាទូទៅសម្រាប់ប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គមគឺ \$៨ PPP ក្នុងមនុស្សម្នាក់ក្នុងមួយថ្ងៃ (G២០/N៤B)។ អង្គការមួយចំនួនក៏ប្រើគោលគំនិតនៃ "បាតខាងក្រោម ៤០% " នៃពីរ៉ាមីតប្រាក់ចំណូលរបស់ប្រទេសមួយ ដើម្បីកំណតាប្រទេសជាក់លាក់របស់ប្រទេស។ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា គំនិតផ្តួចផ្តើម IBeeC យល់ពី BoP ថាជាអ្នកដែលមានប្រាក់ចំណូលគ្រួសារប្រចាំខែតិចជាង ១,៥០០,០០០ រៀល (៣៧៥ ដុល្លារ)។

ដើម្បីឱ្យ BoP ចូលរួមប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ក្រុមហ៊ុននានាអាចពិចារណាលើកញ្ចប់លេខពហុបរិយាប័ន្ន។ ដោយផ្អែកលើបរិបទទីផ្សារ ប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គមអាចរួមបញ្ចូលផ្លូវ និងជនជាតិភាគតិច ជនភៀសខ្លួន និងបុគ្គលដែលមានអត្តសញ្ញាណសង្គមផ្សេងទៀតដែលអាចមានឥទ្ធិពលលើវិធីសាស្ត្រនៃការចូលរួម។

៣.៣. តើលទ្ធភាពទទួលបានផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាអ្វី?

លទ្ធភាពទទួលបានផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុគឺជាសមត្ថភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនបរិយាប័ន្ន ដើម្បីរស់រានមានជីវិត និងប្រកួតប្រជែងក្នុងរយៈពេលយូរ ក្នុងរបៀបគ្រប់គ្រាន់ដោយខ្លួនឯង៖ គ្របដណ្តប់លើការចំណាយរបស់ខ្លួន និងបំពេញតម្រូវការរបស់វិនិយោគិន បុគ្គលិក និងអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត។ លទ្ធភាពទទួលបានផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុជួយឱ្យប្រាកដថា សកម្មភាពបរិយាប័ន្នត្រូវបានគាំទ្រដោយកម្មវិធីដែលមានមុខងារដែលត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីទ្រទ្រង់ក្នុងរយៈពេលយូរ។ វាក៏លើកទឹកចិត្តឱ្យក្រុមហ៊ុនចាត់ទុកភាគីពាក់ព័ន្ធ BoP ជាដៃគូអាជីវកម្ម និង/ឬអភិជនមានតម្លៃ មិនមែនជាអ្នកទទួលបានផលនោះទេ។ ក្រុមហ៊ុនដែលមានលទ្ធភាពទទួលបានផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុអាចប្រើប្រាស់ដើមទុនច្រើនទម្រង់ ដើម្បីជំរុញការងាររបស់ខ្លួន រួមទាំងពាណិជ្ជកម្ម សម្បទាន ឬសប្បុរសធម៌សុទ្ធសាធ។ វាក៏អាចអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនវិនិយោគប្រាក់ចំណេញឡើងវិញ និងពង្រីកការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ខ្លួនចំពោះប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម។

តម្រូវការហិរញ្ញប្បទានប្រពៃណីរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺមានភាពច្បាស់លាស់៖ សាច់ប្រាក់ ឥណទាន ឬដើមទុនប្រតិបត្តិការ។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ មានយន្តការហិរញ្ញវត្ថុជាច្រើនដែលចាំបាច់ត្រូវយកមកពិចារណានៅពេលពិចារណាលើការធានាលទ្ធភាពទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ យន្តការទូទៅមានមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- **ឥណទានអ្នកផ្គត់ផ្គង់/ពាណិជ្ជករ៖** ផលិតផលទាំងនេះរួមមានសាច់ប្រាក់កម្ចី ដែលត្រូវសងក្រោយការប្រមូលផល ឬការប្រមូលផលមិនមែនកសិកម្ម កម្ចីជាតុចូលពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដែលត្រូវសង ឬដកពីកម្លៃទិញ ឬក៏កិច្ចព្រមព្រៀងលក់ដែលមានការធានា ដែលកសិករអាចប្រើប្រាស់ក្នុងការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន។
- **ការបង្កើនឥណទាន៖** ការបង្កើតកម្មនៃការធានា និងយន្តការបាត់បង់ដំបូង ដែលនឹងលើកទឹកចិត្តឱ្យធានាការទទួលយកហានិភ័យកាន់តែច្រើន។ ក្នុងទិដ្ឋភាពនេះ ត្រូវមានការប្រុងប្រយ័ត្នដើម្បីជៀសវាងគ្រោះថ្នាក់ខាងសីលធម៌ ការពឹងផ្អែកលើស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុលើការបង្កើនឥណទាន និងការស្តុបចិត្តនិងស្ថានភាពដដែល។
- **កម្មវិធីធានារ៉ាប់រងរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖** ចាំបាច់ត្រូវដាក់សន្តិសុខហិរញ្ញវត្ថុឱ្យស្របទៅនឹងឧបសគ្គផ្សេងៗដែលអាចនឹងកើតមាននៅក្នុងវិស័យសេដ្ឋកិច្ច។ ដូច្នោះការធានារ៉ាប់រងដើម្បីកាត់បន្ថយភាពមិនច្បាស់លាស់គឺជាកត្តាចាំបាច់ ឧទាហរណ៍សម្រាប់ការរហ័សក្នុងការដាំដំណាំ ព្រឹត្តិការណ៍អាកាសធាតុ ឬទឹកជំនន់ ដូចដែលវាបានកើតមានឡើងជាញឹកញាប់ នៅតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ក្នុងអំឡុងប៉ុន្មានទសវត្សរ៍ចុងក្រោយនេះ។

លើសពីនេះទៅទៀត ក៏មិនអាចអនុវត្តការពិចារណាដូចគ្នាទៅនឹងការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដូចទៅនឹងក្រុមហ៊ុនប្រពៃណីផ្សេងទៀតដែរ។ ការមិនបែងចែកភាពខុសគ្នាបែបនេះ អាចកំណត់ឱកាសសម្រាប់ការរីកចម្រើនរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក៏ដូចជាផ្តល់លទ្ធផល ដោយនាំឱ្យមាន ការវិនិយោគដ៏គួរឱ្យទាក់ទាញជាមុនសម្រាប់អ្នកហិរញ្ញវត្ថុ។ យន្តការហិរញ្ញវត្ថុមួយចំនួនដើម្បីពិចារណាលើការបែងចែក ភាពខុសគ្នា៖

- **ការផ្តល់ប្រាក់កម្ចីផ្នែកលើទ្រព្យសកម្ម៖** ជាវិធីយៗ វាជាការប្រុងប្រយ័ត្នសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្មរបស់ពួកគេជាមួយនឹងការវិនិយោគដើម ទុនមានកម្រិត ទាំងកាត់បន្ថយហានិភ័យ និងដើម្បីដោះស្រាយឧបសគ្គផ្នែកភស្តុភារ ដែលបណ្តាលមកពីដំណើរការមជ្ឈការ ឬមុខងាររហ័ស។
- **ហិរញ្ញប្បទានដើមទុនប្រតិបត្តិការ៖** អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាវិធីយៗត្រូវផ្តល់ឱ្យអ្នកផ្គត់ផ្គង់របស់ពួកគេនូវការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដើមទុនប្រតិបត្តិការ ដើម្បីធានាបាននូវធនធានគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ការទទួលបានធាតុចូលដែលចាំបាច់ និងភាពជាប់លាប់។ ដើម្បីបំពេញតាមស្តង់ដារគុណភាព កម្មវិធីបែបនេះមានសារៈសំខាន់ជាពិសេសនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃកសិកម្ម ដែលប្រភេទគ្រាប់ពូជ ជី និងធាតុចូលផ្សេងទៀតមានសារៈសំខាន់ចំពោះគុណភាពទិន្នផលដំណាំ។
- **ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានផ្នែកលើលំហូរសាច់ប្រាក់៖** ប្រតិបត្តិការភាគហ៊ុនអាចផ្តល់នូវបញ្ហាប្រឈមទាក់ទងនឹងការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់។ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងវិស័យកសិកម្មជាវិធីយៗត្រូវការពេលវេលាដើម្បីបណ្តុះបណ្តាលកសិករ ផ្សព្វផ្សាយធាតុចូល សម្រេចបាននូវគុណភាពជាប់លាប់ និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពភស្តុភារ។ មានឱកាសសម្រាប់ការកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃលំហូរសាច់ប្រាក់ ដូចជាសម្រាប់យុទ្ធសាស្ត្រដំណាំរួមផ្សំ ការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃប្រាក់ចំណេញដុល ការរៀបចំលទ្ធកម្មតម្លៃថេរ ភាពជាដៃគូជាមួយវិនិយោគិន សប្បុរសធម៌ និងការផ្តល់មូលនិធិជំនួយបច្ចេកទេស ដែលជាវិធីយៗត្រូវបានផ្តល់ជូននៅក្នុងអ្វីដែលគេហៅថា "បន្ទាត់អាជីវកម្មចំហៀង"។

៣.៤. សារៈសំខាន់នៃការពង្រីកអាជីវកម្មរបស់អ្នកនៅក្នុងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នបង្កើតយន្តការឈ្នះ-ឈ្នះ-ឈ្នះ៖ ក) សម្រាប់ប្រជាជនក្រីក្រ និងមានប្រាក់ចំណូលទាប វាបង្កើតឱកាសរកប្រាក់ចំណូលលើសពីអត្រាទីផ្សារ និង/ឬពង្រីកលទ្ធភាពទទួលបានទំនិញ និងសេវាកម្មសំខាន់ៗ។ ខ) សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដែលផ្តល់ឱកាសអាជីវកម្ម និងការវិនិយោគដែលមានប្រាក់ចំណេញខ្ពស់ គឺជួយកាត់បន្ថយហានិភ័យ អភិវឌ្ឍទីផ្សារថ្មីៗ និងជំរុញការបង្កើតថ្មីៗ។ ម៉ូដែលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក៏បង្កើនកិត្តិសព្ទម៉ាកយីហោ និងលទ្ធភាពបញ្ចេញឱ្យឃើញរបស់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ ហើយសម្រាប់រដ្ឋាភិបាល ក៏បង្កើតការងារ និងដោះស្រាយតម្រូវការចាំបាច់របស់ប្រជាជនក្រីក្រ មានចំណូលទាប និងងាយរងគ្រោះ។ នេះរួមបញ្ចូល ទាំងការបង្កើតឱកាសប្រាក់ចំណូលដែលលើកកម្ពស់ប្រជាជនចេញពីភាពក្រីក្រក្នុងការពង្រីក និងការចែកចាយទំនិញ និងសេវាកម្មដែលពាក់ព័ន្ធ និងមានតម្លៃសមរម្យ (រួមទាំងការអប់រំ សុខភាព ទឹក ថាមពល និងលំនៅដ្ឋាន)។

ដូច្នេះ ការពង្រីកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាអាទិភាពដែលមានអត្ថប្រយោជន៍ដល់ភាគីទាំងអស់។ និយាយជាមួយទៅ ការពង្រីកសំដៅលើកំណើនអាជីវកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធផល ដែលប្រាក់ចំណេញមានលើសពីការខាតបង់ ដោយសារអាជីវកម្មទទួលយកដំណើរការដែលកាន់តែមានប្រសិទ្ធផល។ ការពង្រីកក៏ជាមធ្យោបាយដ៏មានប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធផលបំផុតក្នុងការបង្កើនផលប៉ះពាល់សង្គម ដោយផ្អែកលើគំរូប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីបំពេញតម្រូវការផលិតផល និងសេវាកម្មដែលពាក់ព័ន្ធ។ ដោយពិចារណាថាមនុស្ស ៤,៥ ពាន់លាននាក់ដែលរស់នៅបាតនៃពីរមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គមភ័ណ្ឌឱ្យទីផ្សារអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងពិភពលោកចំនួន ៨ ដែលស្មើនឹងទឹកប្រាក់៥ពាន់លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំ ជាមួយនឹងកម្រិតប្រាក់ចំណូលរបស់ BoP សកលស្មើនឹង USD ៨ PPP សម្រាប់មនុស្សម្នាក់ក្នុងមួយថ្ងៃ (G២០/N៤B) បង្ហាញពីឱកាសពាណិជ្ជកម្មដ៏ធំសម្បើមសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន បន្ថែមពីលើតម្រូវការក្នុងការគិតធំ។ សក្តានុពលនៃការពង្រីកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក៏អាចទាក់ទាញវិនិយោគិនសង្គមដៃ នៅពេលដែលពួកគេស្វែងរកការ បង្កើនផលប៉ះពាល់នៃការអភិវឌ្ឍក្នុងមួយដុល្លារដែលគេបានវិនិយោគ។ ការពង្រីក គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចមាននូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួន ដែលអាចកំណត់យុទ្ធសាស្ត្រធ្វើការពង្រីកដ៏ប្រសើរបំផុត។ ការកំណត់គោលដៅ BoP អាចមានន័យថា ទទួលបានប្រាក់ចំណូលទាបសម្រាប់អតិថិជនម្នាក់ ទទួលយកហានិភ័យជាក់លាក់ និង/ឬ ការចំណាយប្រតិបត្តិការកាន់តែខ្ពស់នៅក្នុងទីផ្សារអភិវឌ្ឍន៍ ឬមានប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ជាង។ ជាលទ្ធផល អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នត្រូវតែមានគោលដៅដើម្បីពង្រីក។ ឧទាហរណ៍ បម្រើដល់ អតិថិជនដ៏ច្រើនដែលនៅបាតពីរមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម - ដើម្បីឱ្យវាក្លាយជាឱកាសអាជីវកម្មដែលអាចទទួលបានផលចំណេញ។

មានឧបសគ្គជាច្រើនសម្រាប់ការពង្រីកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដូចជាការដោះស្រាយកម្លាកសមត្ថភាព និងតម្រូវការរបស់ក្រុមនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន នៅពេលដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនៃការរីកចម្រើនឡើង។ ដោយពិចារណាលើការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រ និងការកែសម្រួលប្រតិបត្តិការដែលនឹងត្រូវធ្វើ ដើម្បីសម្របក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ការពង្រីកទៅខ្នាតថ្មីមួយ ឬធានាឱ្យមានលទ្ធភាពទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុសមស្រប ដើម្បីអាចផ្តល់សន្ទនីយភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដល់ដំណើរការទាំងអស់ តាមរបៀបដែល មិនធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ប្រតិបត្តិការបច្ចុប្បន្ន។

ដើម្បីពង្រីកដោយជោគជ័យ ជាការចាំបាច់ដែល ត្រូវបង្កើតប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីដែលផ្តល់បរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់អាជីវកម្ម ដូច្នេះហើយ ជាការចាំបាច់ក្នុងការ ធ្វើការ

ក្នុងចំណោមភាគីពាក់ព័ន្ធនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីតាមរយៈការកសាងភាពជាដៃគូដើម្បីបង្កើតបរិយាកាសអំណោយផលដែលត្រូវការសម្រាប់ភាពជោគជ័យក្នុងការធ្វើពង្រីក។

៣.៥. ការវាស់វែង និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់នៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

ការវាស់វែង និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់ គឺជាកន្លឹះក្នុងការលើកកម្ពស់លទ្ធផលសុទ្ធជាវិជ្ជមានសម្រាប់ប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម។ ផលប៉ះពាល់គឺជាការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងលទ្ធផលវិជ្ជមាន ឬអវិជ្ជមានសម្រាប់មនុស្ស ឬភូមិផែនដី។ ការវាស់វែងផលប៉ះពាល់ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាបរិមាណនៃការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងលទ្ធផលសម្រាប់ BoP ខណៈពេលដែលការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់គឺជាដំណើរការនៃការកាត់បន្ថយការផ្លាស់ប្តូរអវិជ្ជមាន និងបង្កើនការផ្លាស់ប្តូរវិជ្ជមានសម្រាប់ BoP។ តាមរយៈលក្ខណៈនេះ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទទួលបានការយល់ដឹងអំពីផលប៉ះពាល់របស់ពួកគេលើ BoP ដើម្បីសម្របសម្រួលដំណើរការ និងកំរួអាជីវកម្មរបស់ពួកគេឱ្យបានសមស្រប។

៣.៦. ការបង្កើត និងការណែនាំអាជីវកម្មនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា

គោលដៅនៃប្រកួតប្រជែង IB-CM គឺផ្តល់ជូនអ្នកជំនាញការធុរកិច្ចជាមួយនិងសំណុំឧបករណ៍បង្កើត និង ណែនាំដំបូងមានអានុភាព ដើម្បីជួយដល់ការប្រែក្លាយក្រុមហ៊ុនពីសហគ្រាសសង្គម គំនិតផ្តួចផ្តើម CSR អាជីវកម្មស្តង់ដារ ទៅជាសកម្មភាពផ្តួចផ្តើម និងកំរួអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬធ្វើឱ្យ ផលប៉ះពាល់សង្គមរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលមានកំរួអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលមានស្រាប់ កាន់តែមានភាពស៊ីជម្រៅជាងមុន។ ដូច្នោះ វិសាលភាពនៃសេវាប្រឹក្សាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសម្រាប់ការប្រែក្លាយគឺមាន២ផ្នែក៖

- កែលម្អដំណើរការអាជីវកម្ម៖ ការរីកចម្រើនកាន់តែប្រសើរ ប្រាក់ចំណេញកាន់តែខ្ពស់ ដោះស្រាយហានិភ័យអាជីវកម្ម កាត់បន្ថយចំណាយប្រតិបត្តិការ កែលម្អលទ្ធភាពស្វែងរកកម្រៃ ដោះស្រាយការការពារសង្គមនិងបរិស្ថាន ការផ្តោតលើផលិតផល និងស្តង់ដារអភិបាលកិច្ច
- ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវផលប៉ះពាល់សង្គម៖ ការចូលដល់កាន់តែធំ ការកំណត់គោលដៅកាន់តែប្រសើរ ភាពពាក់ព័ន្ធកាន់តែច្រើន ការរួមចំណែកជាប្រព័ន្ធកាន់តែច្រើនចំពោះការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងបរិយាប័ន្នសង្គម។

តើការណែនាំអាជីវកម្ម ខុសពីការបង្កើតអាជីវកម្មដូចម្តេច?

ការណែនាំអំពីអាជីវកម្មគឺជា "អ្នកជំនាញការដែលមានបទពិសោធន៍ និងបានទទួលការទុកចិត្ត"។ ជាធម្មតា វាមានន័យមន័យចម្បងថាជា "ប្រព័ន្ធបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត ដែលបុគ្គលដែលមានបទពិសោធន៍ខ្ពស់ ឬច្រើនជាងនេះ (អ្នកណែនាំ) ត្រូវបានចាត់តាំងឱ្យធ្វើជាអ្នកជំនាញការ អ្នកពិគ្រោះយោបល់ ឬណែនាំដល់អ្នកក្មេងខ្ចី ឬអ្នកដែលទទួលបានបណ្តុះបណ្តាល។ អ្នកណែនាំត្រូវទទួលខុសត្រូវក្នុងការផ្តល់ការគាំទ្រ និងមតិកែលម្អលើបុគ្គលដែលស្ថិតក្នុងបន្តការរបស់គាត់"¹²។

គោលដៅនៅក្នុងទំនាក់ទំនងរវាងអ្នកណែនាំ (អ្នកជំនាញជាន់ខ្ពស់) និងអ្នកទទួលបានការណែនាំ (អ្នកទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលក្មេងខ្ចី) គឺ៖

- ជំរុញទឹកចិត្តអ្នកជំនាញដែលមានទេពកោសល្យឱ្យផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍអាជីពការងារ/ជីវិតរបស់ពួកគេ។
- បំផុសគំនិតបុគ្គលឱ្យឃើញនូវអ្វីដែលអាចធ្វើទៅបានក្នុងអាជីពការងារ/ជីវិតរបស់ពួកគេ។
- ពង្រឹងការអភិវឌ្ឍភាពជាអ្នកដឹកនាំរបស់អ្នកដែលមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈ។
- ផ្ទេរចំណេះដឹងពីអ្នកជំនាញជាន់ខ្ពស់ទៅអ្នកជំនាញក្មេងខ្ចី។
- ពង្រីកទំនាក់ទំនងអន្តរវប្បធម៌ ឬឆ្លងវប្បធម៌នៅក្នុងស្ថាប័ន។
- ប្រឹងប្រែងណែនាំជាសិទ្ធិចូលទៅកាន់ការធ្វើផែនការសម្រាប់ការបន្តវេន។

យោងតាមសហព័ន្ធគ្រូបបង្កើតអន្តរជាតិ (ICF) ¹³ ការបង្កើតជំនាញវិជ្ជាជីវៈគឺ "ការធ្វើជាដៃគូជាមួយអតិថិជនក្នុងដំណើរការដែលជំរុញឱ្យមានការគិត និងច្នៃប្រឌិត ដែលជំរុញពួកគេឱ្យបង្កើនសក្តានុពលផ្ទាល់ខ្លួន និងវិជ្ជាជីវៈការងាររបស់ពួកគេឱ្យបានអតិបរមា"។ ការបង្កើតបង្កើនល្បឿននៃការសម្រេចគោលដៅរបស់អតិថិជន ដោយផ្តល់នូវការផ្តោតយកចិត្តទុកដាក់ និងការយល់ដឹងកាន់តែច្រើនអំពីជម្រើសរបស់នាង/គាត់។ ការបង្កើត ចាប់ផ្តើមឡើងជាមួយនិងស្ថានភាពស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នរបស់អតិថិជន ហើយផ្តោតលើអ្វីដែលអតិថិជនមានឆន្ទៈធ្វើ ដើម្បីទៅដល់កន្លែងដែលពួកគេចង់ទៅនាពេលអនាគត ដោយដឹងថាលទ្ធផលទាំងអស់គឺអាស្រ័យលើចេតនារបស់អតិថិជន ជម្រើស និងសកម្មភាព ដែលមានការគាំទ្រដោយការខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់គ្រូបង្កើត និងការអនុវត្តវិធីសាស្ត្របង្កើត¹⁴។ គោលដៅនៃការបង្កើតអាជីវកម្មគឺ៖

- អភិវឌ្ឍសមត្ថភាពផ្ទាល់ខ្លួន និងសមូហភាព ហើយនិងភាពខ្លាំង។

12 <https://www.kent.edu/yourtrainingpartner/know-difference-between-coaching-and-mentoring>
13 <https://coachfederation.org>
14 <https://coachingfederation.org/research/academic-research>

- បង្កើនប្រសិទ្ធផល។
- ធ្វើការសម្រេចចិត្តដោយមនសិការ ចំណេះដឹង អំណះអំណាង និងគុណភាព។
- ទំនុកចិត្តលើខ្លួនយើង។
- ប្រថុយនឹងអ្វីដែលយើងចង់បាន។
- ធ្វើការបង្កបង្កើនការដោះស្រាយបញ្ហាទីផ្លូវ ឬការផ្លាស់ប្តូរការងារយ៉ាងឆាប់រហ័ស និងមានប្រសិទ្ធភាព។
- លើកកម្ពស់ភាពស្មោះត្រង់នៃបុគ្គលិកដែលមានទេពកោសល្យផ្ទៃក្នុងរបស់ស្ថាប័ន។
- ធ្វើសមាហរណកម្មវិធីសាស្ត្រដែលបង្កើនសមត្ថភាពរបស់មនុស្ស។
- មាននវានុវត្តន៍នៅក្នុងដំណើរការ ឬកម្រិតប្រកប។
- ជំរុញលទ្ធផលអាជីវកម្ម។

សរុបសេចក្តីមក យុទ្ធសាស្ត្រទាំងពីរនេះបង្កប់នូវទំនាក់ទំនងរវាងភាគីទាំងពីរ ដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូល និងការពង្រីកអាជីវកម្ម។ ការបង្កើតអាជីវកម្មគឺទាក់ទងទៅនឹងការជំរុញផ្នែកវិជ្ជាជីវៈ។ វាប្រើប្រាស់បច្ចេកទេស និងការគាំទ្រតាមរយៈវគ្គដែលផ្តោតលើការឆ្លើយតបទៅនឹងគោលបំណងក្នុងការរីកចម្រើនឡើងផ្នែកវិជ្ជាជីវៈ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការណែនាំអាជីវកម្មផ្តោតលើការគាំទ្រ និងការលើកទឹកចិត្តផ្នែកវិជ្ជាជីវៈដែលផ្តល់ដោយអ្នកជំនាញអាជីវកម្ម ទៅកាន់នរណាម្នាក់ដែលចង់បង្កើនចំណេះដឹង និងគុណភាពការងាររបស់ពួកគេនៅក្នុងផ្នែក ឬវិស័យអាជីវកម្មជាក់លាក់ណាមួយ។

តើការបង្កើត និងការណែនាំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាអ្វី?

ការបង្កើត និងការណែនាំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នខុសពីការបង្កើត និងការណែនាំអាជីវកម្មបែបប្រពៃណី ជាពិសេសនៅក្នុងខ្លឹមសារនៃកិច្ចការទាំងនោះ។ មគ្គុទ្ទេសក៍ IB C-M ព្យាយាមអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនបង្កើតផលវិជ្ជមានសុទ្ធលើ BOP។ នៅក្នុងរបៀបនេះ មានការផ្តល់ជូននូវឧបករណ៍បង្កើតអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាក់លាក់ចំនួនពីរ (ឧបករណ៍ទី ២ និងឧបករណ៍ទី ៣) និងឧបករណ៍ណែនាំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នមួយ (ឧបករណ៍ទី ៤)។

ការបង្កើតអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នគឺជាទំនាក់ទំនងវិជ្ជាជីវៈដែលអាចបង្កើនសក្តានុពលវិជ្ជាជីវៈរបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យបានអតិបរមា តាមរយៈការអភិវឌ្ឍផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ដើម្បីសម្រេចបានការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ឧបករណ៍ទី ២ និងឧបករណ៍ទី ៣

ត្រូវបានរចនាឡើងសម្រាប់អ្នកជំនាញការយោបល់ដែលចង់ផ្តល់សេវាកម្មបង្កើតអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដល់ក្រុមហ៊ុន និងសហគ្រិនដែលចង់កែលម្អខ្សែអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ពួកគេ ឬប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

ម្យ៉ាងវិញទៀត ឧបករណ៍ទី ៤ គឺជាការណែនាំសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលមានគោលបំណងបង្កើនកម្រិតនៃគុណភាពដំណើរការអាជីវកម្ម ដើម្បីបង្កើនផលប៉ះពាល់វិជ្ជមានលើសេដ្ឋកិច្ចសង្គម និងបរិស្ថាន។ ការណែនាំដល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាទំនាក់ទំនងសិក្សាមគ្គុទ្ទេសក៍ ដែលដឹកនាំដោយបច្ចេកទេស និងវិធីសាស្ត្រដែលមិនមានរចនាសម្ព័ន្ធ។ ឧបករណ៍ ៤ គឺសម្រាប់សហគ្រិនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬអ្នកដឹកនាំក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលចង់គាំទ្រក្រុមហ៊ុនផ្សេងទៀតដើម្បីសម្រេចបានការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ពួកគេ។

៤. ទិដ្ឋភាពសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅកម្ពុជា

៤.១ បរិបទសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា

ដើម្បីយល់ដឹងឱ្យបានស៊ីជម្រៅអំពីសក្តានុពលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅកម្ពុជា ជាការសំខាន់ដែលត្រូវដឹងពីក្របខណ្ឌសេដ្ឋកិច្ចទូទៅ ដែលសកម្មភាពផលិតភាពទាំងនេះនឹងត្រូវបានអភិវឌ្ឍឡើង។ នោះហើយជាមូលហេតុដែលនៅក្នុងផ្នែកទាំងនេះ មានការគូសបញ្ជាក់អំពីស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច និងការអភិវឌ្ឍសំខាន់ៗរបស់ប្រទេសកម្ពុជាក្នុងប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។

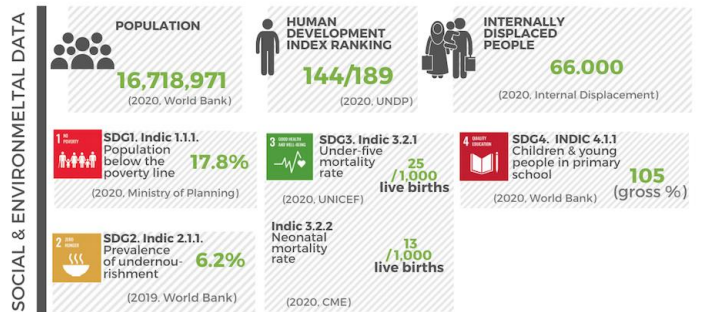
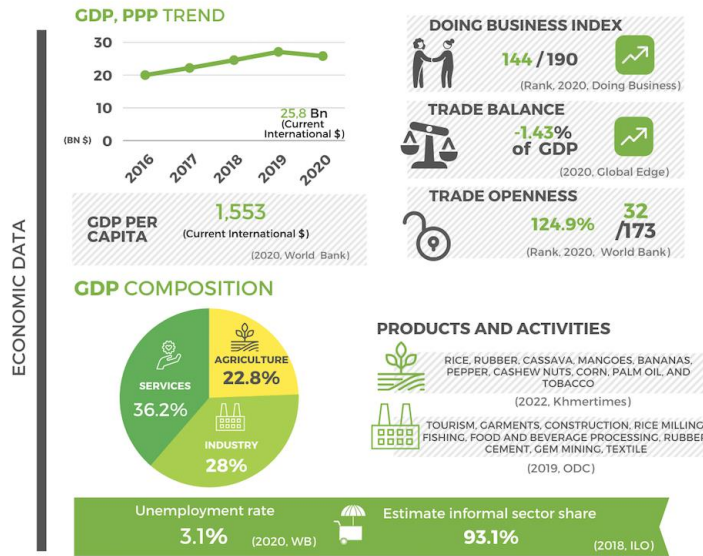
ប្រទេសកម្ពុជាសម្រេចបានកំណើនផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប (GDP) ប្រចាំឆ្នាំជាមធ្យម ៧ ភាគរយក្នុងរយៈពេលពីរទសវត្សរ៍កន្លងមកនេះ ចាប់ពីឆ្នាំ ១៩៨៨ ដល់ឆ្នាំ ២០១៩ ដោយសារគោលនយោបាយដែលរក្សាបាននូវស្ថិរភាពម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច និងមានសេដ្ឋកិច្ចបើកចំហ។ ជាប្រវត្តិសាស្ត្រ សេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសកម្ពុជាត្រូវបានជំរុញជាចម្បងដោយវិស័យទេសចរណ៍ សង្ឃឹកបំពាក់ និងស្បែកជើងដែលធ្វើឱ្យកម្ពុជាក្លាយជាប្រទេសមួយដែលមានសេដ្ឋកិច្ចរីកចម្រើនលឿនបំផុតនៅលើពិភពលោក។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ជំងឺរាតត្បាតបាននាំឱ្យមានការបញ្ឈប់ ដោយផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបបានធ្លាក់ចុះ -៣,១% ក្នុងឆ្នាំ ២០២០ ដែលជាការធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុកបំផុតនៅក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រថ្មីៗនេះរបស់កម្ពុជា។ សម្រាប់ឆ្នាំ ២០២១ កំណើន GDP ត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងមានចំនួន ១,៩% ប៉ុន្តែការព្យាករណ៍ចុងក្រោយបំផុតបង្ហាញពីការស្តុះស្តើងឡើងវិញដ៏រឹងមាំនៃកំណើន GDP របស់កម្ពុជានៅឆ្នាំ ២០២២ ដែលត្រូវបានរំពឹងទុកក្នុងអត្រា ៥,៥%។¹⁵

ការរីកចម្រើនរបស់ប្រទេសកម្ពុជាមុនការរាតត្បាតនៃជំងឺរាតត្បាតសកលគឺមានភាពចម្រុះមិនគ្រប់គ្រាន់នៅក្នុងផលិតផល ទីផ្សារ និងកត្តាជាតិចូល។ ផលិតផលចំនួន ៥ រួមមានសង្ឃឹកបំពាក់ ស្បែកជើង អង្ករ ដំឡូងមី និងទេសចរណ៍

មានចំនួន ៨០ ភាគរយនៃការនាំចេញសរុប ដោយមានទីផ្សារពីរ គឺសហភាពអឺរ៉ុប (EU) និងសហរដ្ឋអាមេរិក មានចំនួន ៦៩ ភាគរយនៃការនាំចេញទំនិញ និងដើមទុនបរទេសតាមរយៈការវិនិយោគផ្ទាល់ពីបរទេស (FDI) និងជំនួយអភិវឌ្ឍន៍ មានចំនួន ៧២ ភាគរយនៃការបង្កើតដើមទុនថេរសរុបក្នុងឆ្នាំ ២០១៨។

ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច និងទិដ្ឋភាពទូទៅនៃការអភិវឌ្ឍនៅកម្ពុជា

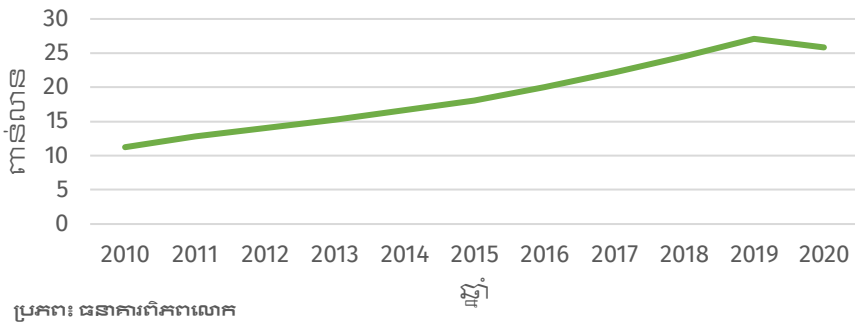
CAMBODIA



៤.៣ ការវិភាគអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នតាមវិស័យ

ទស្សនវិស័យអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី (ADO) ឆ្នាំ ២០២១ បង្ហាញថា ផលិតកម្មឧស្សាហកម្មត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងកើនឡើង ៧,០% នៅឆ្នាំ ២០២២ ដោយសារការស្ទុះដើមឡើងវិញនៃវិស័យកាត់ដេរ ស្បែកជើង និងទំនិញធ្វើដំណើរ ក៏ដូចជាកំណើនក្នុងផលិតកម្មធុនស្រាលផ្សេងទៀត ដូចជាអេឡិចត្រូនិក និងកង់ដាដើម¹⁶។ កសិកម្មត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងកើនឡើង ១,២% ក្នុងឆ្នាំ ២០២២ ដែលត្រូវបានគាំទ្រដោយផលិតកម្មដំណាំកាន់តែខ្ពស់ បន្ទាប់ពីការខូចខាតដោយទឹកជំនន់កាលពីឆ្នាំមុន កំណើនបន្តបន្ទាប់នៃវារីប្បកម្ម និងការកើនឡើងការនាំចេញផលិតផលកសិកម្មទៅកាន់សាធារណរដ្ឋប្រជាមានិតចិន។

GDP ប្រជាជនកម្ពុជា ២០១០ - ២០២០



យោងតាមលទ្ធផលនៃ សៀវភៅស្ថិតិកម្ពុជាឆ្នាំ ២០២១¹⁷ វិស័យចំនួន ៣ នៃសកម្មភាពដែលមានទម្ងន់សំខាន់ៗសម្រាប់ GDP របស់កម្ពុជាគឺ៖

- កសិកម្ម នេសាទ និងការកាប់ព្រៃឈើ (២០,៧%)
- ឧស្សាហកម្ម (៣២,២%)
- សេវាកម្ម (៣៨,៨៥%)

វិស័យទាំងនេះបន្ថែម **៩៣,៧%** នៃ GDP សរុប (ឆ្នាំ ២០១៩)។ ក្នុងវិស័យទាំងនេះ អនុវិស័យដែលមានទម្ងន់សំខាន់ៗ មានដូចជា៖

- កសិកម្ម៖ ដំណាំ ១១,៩%
- ឧស្សាហកម្ម៖ ការផលិត ១៦,៣% និងវាយនភណ្ឌ ១០,៧%
- សេវាកម្ម៖ ពាណិជ្ជកម្ម ៩,២%

ក្រុមហ៊ុនធុនតូច មធ្យម និងធំនៅក្នុងវិស័យ និងអនុវិស័យទាំងនេះកំណត់ឱ្យឱកាសដ៏ធំធេងសម្រាប់ការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ព្រោះវាជាសកម្មភាពជាមួយនឹងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុដ៏អស្ចារ្យបំផុតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដូច្នេះវា មានសមត្ថភាពបង្កើតផលប៉ះពាល់សរុបជាវិជ្ជមាន នៅក្នុង BoP និងបរិស្ថាន។ នេះមិនមានន័យថាពួកគេជាវិស័យដែលកំពុងតែអភិវឌ្ឍខ្សែបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ច្រើនជាងគេនោះទេ។ នៅក្នុងមត្តាទ្វេសក់បង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB-CM) សម្រាប់កម្ពុជា វិស័យទាំងនេះត្រូវបានវិភាគជាគំរូនៃសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាប៉ុណ្ណោះ ព្រោះពួកវាមានសារៈសំខាន់បំផុតនៅក្នុងGDP ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក្រុមហ៊ុនគ្រប់វិស័យមានឱកាសក្នុងការអភិវឌ្ឍបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នបាន។

បើប្រៀបធៀបទៅនឹងបណ្តាប្រទេសដទៃទៀត នវានុវត្តន៍ផ្នែកសុខាភិបាល ការអប់រំ ការផ្តល់ការងារ លំនៅដ្ឋាន និងសេវាទីក្រុងក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានការអភិវឌ្ឍតិចតួច ដែលបង្ហាញពីគុណវិបត្តិដ៏ធំធេងនៅ ក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងការចូលរួមរបស់ BoP។ ទោះបីជាក្រុមហ៊ុនកសិកម្មឧស្សាហកម្ម ឧស្សាហកម្ម និងសេវាកម្មគឺជាវិស័យដ៏មានទំនិញលំដាប់ផុតនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាដោយ ក៏វិស័យទាំងនោះ បង្ហាញពីចំណុចខ្សោយ និងឱកាសសំខាន់ៗសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលនឹងធ្វើការវិភាគខាងក្រោម។

៤.៣.១ អាជីវកម្មកសិកម្ម៖ វិធីសាស្ត្រទិដ្ឋភាពទូទៅ

ទោះបីវិស័យកសិកម្ម និងកសិពាណិជ្ជកម្មជាវិស័យសកម្មបំផុតទី៣ នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបរបស់កម្ពុជា (ឆ្នាំ ២០១៩) ក្តី ក៏វាមានផលិតភាពទាប ដោយសារកង្វះបច្ចេកវិទ្យា និងធាតុចូលកសិកម្មប្រកបដោយគុណភាព ក៏ដូចជាបញ្ហានៃលទ្ធភាពទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ដែលនាំឱ្យខ្សែច្រវាក់តម្លៃមាន បញ្ហាក្នុងការអភិវឌ្ឍ។ កសិករខ្នាតតូចមានបរិមាណផលិតកម្មកសិកម្មភាគច្រើន នៃផលិតកម្មកសិកម្មរបស់ប្រទេស។ កំណើនកសិកម្មជាមធ្យម ៥,៣% ក្នុងកំឡុងឆ្នាំ ២០០៤-២០១២ ដែលជាចំនួនខ្ពស់បំផុតមួយនៅលើពិភពលោក។ ការ នាំចេញកសិផលបានកើនឡើងដោយសារតម្លៃនៅតែមានការប្រកួតប្រជែង បើប្រៀបធៀបនឹងអ្នកផលិតអង្ករក្នុង

16 សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជានឹងដើមឡើងវិញនៅឆ្នាំ ២០២១ ហើយមានកំណើននៅឆ្នាំ ២០២២ – ADB | ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី
 17 <https://www.nis.gov.kh/nis/yearbooks/StatisticalYearbookofCambodia2020.pdf>

ប្រទេសជិតខាង ដូចជាថៃ វៀតណាម និងមីយ៉ាន់ម៉ា។¹⁸ ស្រូវ ពោត និងដំឡូងមី ដែលជាអាហារចម្បង តំណាងឱ្យផ្ទៃដីដាំដុះជាង ៤.០០០.០០០ ហិកតានៅក្នុងប្រទេស។¹⁹ ដំណាំសំខាន់ៗផ្សេងទៀតមានដូចជាបន្លែ សណ្តែកបាយ និងសណ្តែកសៀង។

ប្រទេសកម្ពុជាមានអាជីវកម្មកសិកម្មជាច្រើន ប៉ុន្តែក្នុងចំណោមនោះ មានតិចតួចណាស់ដែលជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ដូចរបាយការណ៍ពី iBAN ការសិក្សាទិន្នន័យនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាបានបង្ហាញថា ក្រុមហ៊ុនដែលទិញពីពាណិជ្ជករគឺកម្រជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ព្រោះពួកគេមិនអាចធានាថាប្រជាជនក្រីក្រមានប្រាក់ចំណូលល្អទេ។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរ ក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនដែលមានការរៀបចំកសិកម្មតាមកិច្ចសន្យាគឺជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ព្រោះពួកគេភាគច្រើនទិញនៅក្នុងតម្លៃទិញរ ដូច្នោះហើយពួកគេរក្សាប្រជាជន ដែលមានចំណូលទាបក្នុងកម្រិតចំណូលទាបបច្ចុប្បន្នរបស់ពួកគេ។ ការសិក្សាបានវិភាគក្រុមហ៊ុនចំនួន ២១ ដែលមានសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ហើយបានសន្និដ្ឋានថា មានតែ ៥ ក្រុមហ៊ុនប៉ុណ្ណោះដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។ ដូចគ្នានេះផងដែរ អាជីវកម្មកសិកម្មជាញឹកញាប់មានបន្ទាត់អាជីវកម្មខុសៗគ្នា ហើយមានតែមួយក្នុងចំណោមអាជីវកម្មទាំងនោះ ប៉ុណ្ណោះដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។

ភាពខ្សោយ និងភាពខ្លាំង:

ភាពខ្សោយនៃកសិពាណិជ្ជកម្ម

- ឧបសគ្គវិភាគផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ហិរញ្ញវត្ថុ ព័ត៌មាន និងសហគ្រិនភាពសម្រាប់ការពង្រីកវិស័យកសិកម្ម។
- ផលប៉ះពាល់នៃការប្រែប្រួលអាកាសធាតុកាន់តែធ្ងន់ធ្ងរ (ឧប្បត្តិហេតុនៃទឹកជំនន់ និងគ្រោះរាំងស្ងួតកើនឡើង គ្រោះមហន្តរាយកើនឡើង)។
- ខ្វះធនធានដែលបំពេញតម្រូវការនៃការគ្រប់គ្រងហានិភ័យគ្រោះមហន្តរាយ។
- វឌ្ឍនភាពយឺតយ៉ាវជាមួយនឹងកំណែទម្រង់រដ្ឋបាល ច្បាប់ និងវិមជ្ឈការ។
- ផលប៉ះពាល់នៃជំងឺរាតត្បាត កូវីត ១៩ និងវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចដែលទាក់ទងនឹងការពង្រីកវិស័យកសិកម្ម ជាពិសេសសម្រាប់ផលិតករខ្នាតតូច។
- ខ្វះខាតការបណ្តុះបណ្តាល ហើយកម្មវិធីគ្រប់គ្រងហានិភ័យគ្រោះមហន្តរាយនៅតែមានកម្រិត។
- ការអភិវឌ្ឍតិចតួចនៃការធ្វើកសិកម្មតាមកិច្ចសន្យា ជាមួយនឹងប្រាក់ឈ្នួលសមរម្យសម្រាប់កសិករ BoP។
- អាជីវកម្មកសិពាណិជ្ជកម្មធំៗមានម៉ាទ្រីសផលិតភាពចម្រុះ។
- អាជីវកម្មកសិឧស្សាហកម្មតិចតួចដែលមានសមត្ថភាពប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន²⁰ ។

ភាពខ្លាំងនៃកសិពាណិជ្ជកម្ម

- ធនធានទឹកថ្លាក់ជាតិមានភាពធំធេង និងចម្រុះ។
- ដីមានច្រើនក្រៃលែង និងមានដីសមរម្យសម្រាប់សកម្មភាពកសិកម្មផ្សេងៗ។
- ភាពចម្រុះនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី (ដីរាបស្មើ និងតំបន់ភ្នំ ព្រៃលិចទឹក តំបន់មាត់ទន្លេ និងតំបន់ឆ្នេរ)។
- កម្លាំងពលកម្មវ័យក្មេង និងអាចសម្របខ្លួនបាន។
- អត្ថប្រយោជន៍ប្រៀបធៀបមូលដ្ឋាននៅក្នុងកសិកម្មផលិតកម្មស្រូវ (ជាពិសេសអង្ករក្រអូប)
- គ្របដណ្តប់ម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច និងនយោបាយមានស្ថិរភាព លំហូរដ៏ជំនឿនៃការវិនិយោគផ្ទាល់ពីបរទេស កំណើនសេដ្ឋកិច្ចប្រកបដោយនិរន្តរភាពក្នុងរយៈពេលយូរអង្វែង។²¹
- ដំណាំចម្រុះមានទីតាំងល្អប្រសើរនៅក្នុងទីផ្សារអាស៊ី។
- ការគាំទ្រផ្នែកសាធារណៈសម្រាប់សមាគមកសិកម្ម។
- ការចូលរួមរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធខ្លាំង។
- សក្តានុពលខ្ពស់ក្នុងការអភិវឌ្ឍដំណាំដែលមិនប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាន។
- បទពិសោធក្នុងស្រុក និងបទពិសោធរបស់សហគ្រិនដំណាំខ្នាតតូច ដោយគ្មានសារធាតុគីមីកសិផល។

18 ធនាគារពិភពលោក (២០១៥) <https://documents1.worldbank.org/curated/en/805091467993504209/pdf/96308-ESW-KH-White-cover-P145838-PUBLIC-Cambodian-Agriculture-in-Transition.pdf>
 19 <https://www.nis.gov.kh/nis/yearbooks/StatisticalYearbookofCambodia2021.pdf>
 20 ការសិក្សាវិសាលភាពនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា UNESCAP (២០១៩) <https://www.unescap.org/sites/default/d8files/knowledge-products/Landscape%20Study%20Inclusive%20Business%20Cambodia%20ESCAP%20iBAN%202021%20REPORT%20Final.pdf>
 21 ADB (2021) <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/718806/cambodia-agriculture-rural-development-road-map.pdf>

វិមាត្រយេនឌ័រនៃកសិពាណិជ្ជកម្ម

ភាពខ្សោយផ្នែកយេនឌ័រ

- ស្ត្រីជនជាតិកម្ពុជាកំពុងស្វែងរកការងារជំនួសនៅក្នុងរោងចក្រកាត់ដេរ និងវិស័យមិនមែនកសិកម្មដទៃទៀត ព្រោះការងារកសិកម្មត្រូវមានការងារក្រៅផ្ទះច្រើនម៉ោង ដែលវាមិនងាយស្រួលជាមួយការងារ និងការមើលថែទាំផ្ទះសម្បែង។
- លទ្ធភាពទទួលបានការពង្រីក និងសេវាកសិកម្មផ្សេងទៀតនៅតែជាឧបសគ្គចម្បងក្នុងការបង្កើនផលិតភាព ព្រមទាំងជាឧបសគ្គច្រើនជាងអ្វីដែលបុរសជួបប្រទះ។
- ការធ្វើយន្តការកែប្រែបញ្ហាប្រឈមថ្មីផងដែរ ដោយសារត្រួតសារដែលដឹកនាំដោយស្ត្រី មិនសូវមានលទ្ធភាពគ្រប់គ្រងអ្នកផ្តល់សេវាផ្នែកគ្រឿងយន្ត²²។
- ជារឿយៗ តម្រូវការរបស់ស្ត្រីមិនត្រូវបានគេយកចិត្តទុកដាក់ ហេតុផលមួយគឺដោយសារតែបុគ្គលិកស្ត្រីមានចំនួនតិច និងកង្វះការបណ្តុះបណ្តាល និងព័ត៌មានដែលទាក់ទងទៅស្ត្រី។

ភាពខ្លាំងផ្នែកយេនឌ័រ

- តម្រូវការរបស់ស្ត្រីសម្រាប់សេវាកម្មថ្មីៗនៅតាមតំបន់ជនបទ ដូចជាទីផ្សារសន្សំកំពុងកើនឡើង។ សម្រាប់ការផ្ទេរប្រាក់ និងជម្រើសថែទាំកុមារ។
- ការគាំទ្រពីវិស័យសាធារណៈ និងអង្គការអន្តរជាតិសម្រាប់ការលើកកម្ពស់កសិកម្មអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលដឹកនាំដោយស្ត្រី។

ការដៅផែនទីអំពីភាគីពាក់ព័ន្ធសក្តានុពលចម្បងៗនៃកសិពាណិជ្ជកម្មអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ៖

ទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល

- ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ (MAFF)
- ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ (MEF)
- ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា
- សមាគមសហគ្រិនស្ត្រីកម្ពុជា (CWEA)
- សមាគមសហព័ន្ធសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមកម្ពុជា (FASMEC)
- សមាគមសហគ្រិនវ័យក្មេងកម្ពុជា (YEAC)

សមាគមអាជីវកម្ម និងអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល

កម្ពុជា៖

- សមាគមសហព័ន្ធកសិករកម្ពុជានៃអ្នកផលិតកសិកម្ម (CFAP)
- សមាគមកសិកម្មសរីរាង្គកម្ពុជា
- អង្គការភាពជាដៃគូដើម្បីចីរភាពវិស័យកសិកម្មកម្ពុជា (CPSA)
- សហព័ន្ធស្រូវអង្ករកម្ពុជា។

អន្តរជាតិ៖

- មូលនិធិអន្តរជាតិសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍកសិកម្ម (IFAD)
- អង្គការស្បៀងអាហារ និងកសិកម្ម (FAO)
- សមាគមកសិករអាស៊ីសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍជនបទប្រកបដោយចីរភាព
- មូលនិធិអាស៊ាន

៤.៣.១.១ ករណីសិក្សាកសិពាណិជ្ជកម្ម

22 ធនាគារពិភពលោក (២០១៥) <https://documents1.worldbank.org/curated/en/805091467993502209/pdf/96308-ESW-KH-White-cover-P145838-PUBLIC-Cambodian-Agriculture-in-Transition.pdf>

ខាងក្រោមនេះគឺជាករណីសិក្សាមួយចំនួនដែលត្រូវបានជ្រើសរើសយ៉ាងពិសេសពី "ការសិក្សាទិដ្ឋភាព អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា"²³។ ករណីសិក្សាដែលបានជ្រើសរើសតំណាងឱ្យបទពិសោធដោកជ័យនៃការអភិវឌ្ឍ បន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងវិស័យកសិកម្មកសិកម្ម។ ករណីសិក្សាទាំងនេះអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកមើលឃើញពីវិធីផ្សេងៗគ្នានៃការអនុវត្តប្រកបដោយប្រសិទ្ធផលនៃកត្តាមូលដ្ឋាន នីមួយៗសម្រាប់ការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ពោលគឺដើម្បីលើកកម្ពស់ការចរន្តយុទ្ធសាស្ត្រនៃកម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ពីប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ខ្សែច្រវាក់តម្លៃ និងការវាស់វែងផលប៉ះពាល់សង្គម សេដ្ឋកិច្ច និងបរិស្ថាននៅក្នុង BoP។



LYLY FOOD (សូមចុចត្រង់នេះសម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម)
វិស័យ: កសិកម្ម
ប្រភេទនៃ BoP ដែលចូលរួម: អ្នកផ្គត់ផ្គង់

ការពិពណ៌នា	ការវិលចលនាខាងក្រៅ
<p>Lyly Food ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ២០០២ ជាអាជីវកម្មកសិកម្មកសិកម្មមធ្យមដែលផលិតអាហារកែច្នៃ។ ក្រុមហ៊ុនមានបន្ទាត់អាជីវកម្មពីរ៖ បន្ទាត់ អាជីវកម្មចម្បង គឺទិញធាតុចូលពីពាណិជ្ជករ និងទិញនៅក្នុងអត្រាទីផ្សារ (បន្ទាត់ អាជីវកម្ម នេះនឹងមិនមានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់ជាអាជីវ កម្មបរិយាប័ន្ន ទេ) និងបន្ទាត់អាជីវកម្មទីពីរ (បានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ២០១៨) ធ្វើការជាមួយកសិករក្នុងកិច្ចសន្យា ដើម្បីផលិតអាហារសម្រន់សម្រាប់ប្រើ និងផ្តល់ឈើ។ បន្ទាត់ អាជីវកម្មទីពីរគឺជាបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ ន្ន ដែលបន្ថែមតម្លៃដល់ផលិតផលកសិករ និងបង្កើនប្រាក់ចំណូលរបស់ពួកគេ។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ៖ ៣ លានដុល្លារ (ផែនការកំណើន ១០-២០ ភាគរយក្នុងរយៈពេល ៣ ទៅ ៥ ឆ្នាំខាងមុខ)។ • អត្រាប្រាក់ចំណេញ៖ ១០ ភាគរយ (រំពឹងថានឹងកើនឡើងដល់ ១៥ ភាគរយក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំខាងមុខ)។ • គោលដៅរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ៥.០០០ នាក់មកពីគ្រួសារក្រីក្រ និងមានប្រាក់ចំណូលទាប (២០ ភាគរយនៃអ្នកផ្គត់ផ្គង់គឺក្រីក្រខ្លាំង ៤០ ភាគរយជាអ្នកក្រីក្រ និង ៤០ ភាគរយជាអ្នកមានចំណូលទាប)។



AMRU RICE (សូមចុចត្រង់នេះសម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម)
វិស័យ: កសិកម្ម
ប្រភេទនៃ BoP ដែលចូលរួម: អ្នកផ្គត់ផ្គង់

ការពិពណ៌នា	ការវិលចលនាខាងក្រៅ
<p>Amru Rice គឺជាអ្នកនាំចេញអង្ករសរីរាង្គដ៏ធំបំផុតរបស់ កម្ពុជា ដែលមានចំណែកទីផ្សារ ៩០ ភាគរយ។ ដោយទទួលបានលទ្ធផលពាណិជ្ជកម្មដ៏ល្អឥត ខ្លោះ ផលប៉ះពាល់សង្គមខ្ពស់ (ក្នុងការចូលទៅដល់ ភាពស៊ីជម្រៅ និងការប្រែក្លាយជាប្រព័ន្ធ) នវានុវត្តន៍ អាជីវកម្មកម្រិតខ្ពស់ ផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់កសិករខ្នាតតូច និងមាន ចេតនាជាយុទ្ធសាស្ត្រដ៏រឹងមាំសម្រាប់អាជីវក ម្មបរិយាប័ន្ន ក្នុងការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន ក្រុមហ៊ុន Amru Rice</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ៖ ៤៥ លានដុល្លារ។ ប្រាក់ចំណូលប្រហែល ២៥ លានដុល្លារបានមកពីបន្ទាត់ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ខ្លួនដែលធ្វើការដោយផ្ទាល់ជាមួយក សិករក្នុងវិស័យស្រូវ-អង្ករសរីរាង្គ។ • អត្រាប្រាក់ចំណេញ៖ ខ្ពស់ (១៥ ភាគរយ)។ • គោលដៅរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ កសិករ ២៥.០០០ នាក់ ប្រហែល ៣០ ភាគរយនៃម្ចាស់ស្រែ ខ្នាតតូចដែលធ្វើការជាមួយក្រុមហ៊ុន Amru Rice មកពីគ្រួសារក្រីក្រ និង ៦៥ ភាគរយមកពីគ្រួសារដែលមានចំណូលទាប។ ក្រុមហ៊ុនអាចបង់ ២០-៣០ ភាគរយច្រើនជាងអត្រាទីផ្សារដែលកំពុងដំណើរការ

23 ការសិក្សាវិសាលភាពនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា UNESCAP (២០១៩) <https://www.unescap.org/sites/default/d8files/knowledge-products/Landscape%20Study%20Inclusive%20Business%20Cambodia%20ESCAP%20iBAN%202021%20REPORT%20Fin al.pdf>

មានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដំលូបំផុតមួយនៅក្នុង ការវាយតម្លៃនៅកម្ពុជា។ វាក៏ជាកំរូដំលូបំផុតនៃកម្មបរិយាប័ន្ន។

ដោយសារតែផលិតភាពខ្ពស់ និងតម្រូវការខាងក្រៅដែលមាន តម្លៃដំលូសម្រាប់ផលិតផលសរីរាង្គដែលមានគុណភាពខ្ពស់។



AGRIBUDDY
(សម្រាប់គ្រងនេះសម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម)
វិស័យ: កសិកម្ម
ប្រភេទនៃ BoP ដែលចូលរួម: អ្នកប្រើប្រាស់

ការពិពណ៌នា	ការរំលែចសំខាន់ៗ
<p>Agribuddy គឺជាអ្នកផ្តល់ធាតុចូល និងអ្នកផ្តល់ទិដ្ឋភាពដែលប្រើវេទិកាប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ ដើម្បីផ្សារភ្ជាប់កសិករទៅនឹងធនាគារ ក្រុមហ៊ុនផលិតធាតុចូលកសិកម្ម និងអ្នកទិញ/អ្នកកែច្នៃដំណាំ។ ប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន បានមកពីកម្រៃជើងសារដែលបង្កើតតាមរយៈសេវាកម្មសម្របសម្រួលដែលវាផ្តល់ដល់ស្ថាប័នទាំងនោះ។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ: ១,៣ លានដុល្លារនៅឆ្នាំ ២០២២។ • ប្រាក់ចំណេញ: ១២០ លានដុល្លារ (៥ ភាគរយ)។ • គោលដៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន: កសិករខ្នាតតូចចំនួន ៣,០០០ នាក់ (ឆ្នាំ ២០១៩) ពាក់កណ្តាលជាអ្នកមានចំណូលទាប និងពាក់កណ្តាលទៅត្រីក្រ ឬក្រីក្រខ្លាំង (ដីស្រែ ១-៣ ហិកត និងដីដុះដំណាំមីរហូតដល់ ៥ ហិកត)។



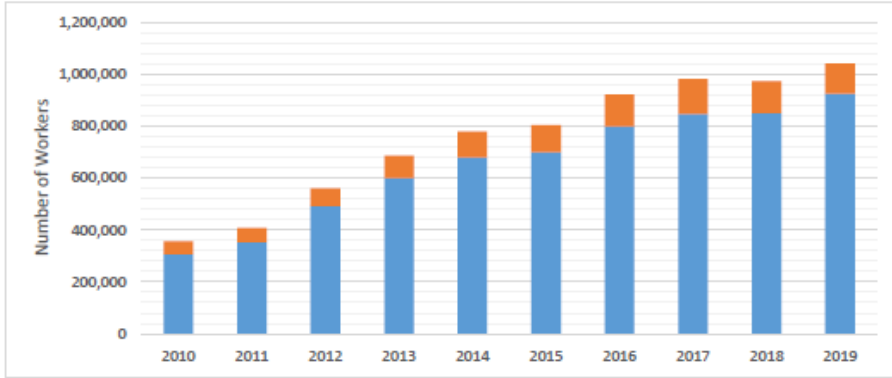
SIGNATURES ASIA
(សម្រាប់គ្រងនេះសម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម)
វិស័យ: កសិកម្ម
ប្រភេទនៃ BoP ដែលចូលរួម: អ្នកផ្គត់ផ្គង់

ការពិពណ៌នា	ការរំលែចសំខាន់ៗ
<p>Signatures of Asia ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ២០០៧ ដោយក្រុមយុវជនដែលប្រកបដោយថាមវន្ត។ ក្នុងឆ្នាំ ២០១០ ក្រុមហ៊ុននេះ បានពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនយ៉ាងឆាប់រហ័សដោយប្រតិបត្តិការ វិនិយោគរោងម៉ាស៊ីនកិនស្រូវនៅខេត្តបន្ទាយមានជ័យ ហើយនៅឆ្នាំ ២០១២ វាបានក្លាយទៅជាក្រុមហ៊ុននាំចេញអង្ករកំពូលមួយក្នុងចំណោម ក្រុមហ៊ុននាំចេញអង្ករកំពូលទាំង ១០ នៅកម្ពុជា។ Signatures of Asia លក់ទៅទិដ្ឋភាពអន្តរជាតិចំនួនអង្ករសរីរាង្គ (១៥%) និងអង្ករធម្មតា (៨៥%) ក៏ដូចជាស្រូវត្នោតសរីរាង្គ និងប្រេងខ្មៅសរីរាង្គ។ ក្រុមហ៊ុនកំពុងស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលផ្លាស់ប្តូរទៅជាអង្ករសរីរាង្គ ឈានមុខគេ និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់សារធាតុផ្សំពិប្រទេសកម្ពុជា ហើយព្យាយាមធានាថានៅឆ្នាំ ២០២៥ ពាក់កណ្តាលនៃផលិតផលនាំចេញរបស់ខ្លួននឹងក្លាយជាផលិតផលសរីរាង្គ។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ: ១៦ លានដុល្លារ (២០១៨)។ • ប្រាក់ចំណេញ: ៧ ភាគរយនៃគោលដៅ: ១,៧០០ គ្រួសារ (កសិករខ្នាតតូចប្រហែល ៣,៥០០ នាក់ និងសហគមន៍កសិកម្ម)។ ពួកគេទាំងអស់អនុវត្តកសិកម្មប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ ក្រុមហ៊ុន Signatures of Asia គ្រោងនឹងបង្កើនអ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្ទាល់របស់ខ្លួនដល់គ្រួសារចំនួន ៣,០០០ នៅឆ្នាំ ២០២៣ ហើយ បានប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការគាំទ្រដំណោះស្រាយ កសិកម្មប្រកបដោយនិរន្តរភាព ដែលនាំមកនូវផលប៉ះពាល់វិជ្ជមានដល់ ប្រជាជនដែលមានប្រាក់ចំណូលទាប ជាពិសេសសម្រាប់ស្ត្រី និងយុវជន (ដែលមាន ៥០ និង ២០ ភាគរយនៃកសិករ ផ្គត់ផ្គង់របស់ពួកគេ)។

៤.៣.២ ឧស្សាហកម្ម និងសេវាកម្ម: ផលិតកម្ម សិប្បកម្ម និងពាណិជ្ជកម្ម

ស្របទៅនឹងទម្ងន់ដ៏សំខាន់ដែលឧស្សាហកម្ម និងសេវាកម្មមាននៅក្នុង GDP ជាតិ ចំនួនកម្មករក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្ម និងសេវាកម្ម ជាពិសេសវាយនភណ្ឌ កើនឡើងពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដូចដែលអាចមើលឃើញនៅក្នុងក្រាបខាងក្រោម:

Figure 10.1 Number of workers in textile manufacturing



Source: Ministry of Industry and Handicraft

ទាក់ទងនឹងវិស័យឧស្សាហកម្ម ក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ចំនួនគ្រឹះស្ថានសិប្បកម្មធុនតូច និងមធ្យមមានចំនួន ១.៦៣៨ ប៉ុន្តែនៅឆ្នាំ ២០១៩ មានគ្រឹះស្ថានចំនួន ៤៩.៩៤៩²⁴ ត្រូវបានចុះបញ្ជី ដែលបង្ហាញពីកំណើនយ៉ាងខ្លាំងនៃអាជីវកម្មខ្នាតតូច និងមធ្យម។ កំណើនដ៏ខ្ពស់នេះគឺដោយសារផ្នែកអាហារ និងភេសជ្ជៈ នេះបង្ហាញថាឧស្សាហកម្មបច្ចុប្បន្នជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់បំផុតសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ឧស្សាហកម្មវាយនភណ្ឌគឺជាឧស្សាហកម្មមួយដែលមានកម្មករច្រើនជាងគេតាមក្រាប ដោយមានកម្មករចំនួន ៣៦១.១៦០ នាក់ក្នុងឆ្នាំ ២០១៩។ កំណើនក្នុងឧស្សាហកម្ម និងពាណិជ្ជកម្មគឺស្របជាមួយនឹងការនាំចេញក្រុមហ៊ុនផលិត។ ក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ បើគិតជាទឹកប្រាក់ គឺមាន ១៤.៨៧៥ លានដុល្លារអាមេរិកត្រូវបានចុះបញ្ជី ដែលច្រើនជាងក្នុងចំនួន ៥ លានដុល្លារ បើធៀបនឹងឆ្នាំ ២០១៨ ហើយការផលិតកំណែងឱ្យ ៩១,៤% នៃការនាំចេញប្រចាំឆ្នាំ²⁵។

វិស័យនេះមានឯកទេសលើផលិតផលដែលមានថ្លៃដើមទាប និងតម្លៃបន្ថែមទាបជាមួយនឹងជាក់លាក់ក្នុងស្រុកមានកម្រិត។ ដោយសារតម្លៃបន្ថែមនៃឧស្សាហកម្មនេះមានកម្រិតទាប ប្រាក់ខែក្នុងវិស័យនេះមានកម្រិតទាបណាស់ (ប្រហែល ២៤០ ដុល្លារក្នុងមួយខែ) ទោះបីជាមានការកើនឡើងប្រាក់ឈ្នួលច្រើនក្នុងប៉ុន្មានឆ្នាំថ្មីៗនេះក៏ដោយ។ លើសពីនេះទៅទៀត រោងចក្រកាត់ដេរមិនប្រើប្រាស់នូវវត្ថុធាតុដើម្បីកាត់បន្ថយហានិភ័យរបស់ប្រជាជនក្រីក្រ (លើកលែងតែកញ្ចប់សុខភាពជាកាតព្វកិច្ច និងកញ្ចប់ធានារ៉ាប់រងផ្សេងទៀត)។ របាយការណ៍ទិដ្ឋភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន បានគូសបញ្ជាក់ថា ដោយសារទំហំនៃការវិនិយោគ FDI នៅក្នុងឧស្សាហកម្មវាយនភណ្ឌ មនុស្សម្នាក់នឹងរំពឹងថានឹងរកឃើញសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន បន្ថែមទៀតនៅក្នុងតំបន់នេះ (ជាក់ស្តែង ក្រុមហ៊ុនចំនួនប្រាំពីរក្នុងវិស័យកាត់ដេរត្រូវបានពិនិត្យ ប៉ុន្តែមិនមានកម្មអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ត្រូវបានរកឃើញក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនទាំងនោះទេ)។

24 <https://www.nis.gov.kh/nis/yearbooks/StatisticalYearbookofCambodia2021.pdf>
 25 https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/KH_e.pdf

ភាពខ្សោយ និងភាពខ្លាំង:

ភាពខ្សោយនៃវិស័យឧស្សាហកម្ម និងសេវាកម្ម

- វឌ្ឍនភាពយឺតជាមួយនឹងកំណែទម្រង់រដ្ឋបាល ច្បាប់ និងវិបល្លាសនៅក្នុងប្រធានបទដែលពាក់ព័ន្ធ។
- ផលប៉ះពាល់នៃជំងឺរាតត្បាត កូវីដ ១៩ និងការធ្លាក់ចុះសេដ្ឋកិច្ចដែលទាក់ទងនឹងការនាំចេញ និងពាណិជ្ជកម្ម។
- ឧស្សាហកម្ម និងពាណិជ្ជកម្មគឺជាវិស័យដែលមានការបំពុលយ៉ាងខ្លាំង។
- កង្វះការវិនិយោគក្នុងស្រុកឯកជនក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់ផលិតកម្ម និងការចែកចាយឧស្សាហកម្មនិងពាណិជ្ជកម្មប្រកបដោយនិរន្តរភាព។
- ប្រាក់ឈ្នួល/ប្រាក់ចំណូលទាបសម្រាប់អ្នកផលិត និងកម្មករ BoP។
- ឯកទេសថ្លៃដើមទាប។
- វត្តមានខ្លាំងនៃការងារក្រៅផ្លូវការ និងកង្វះសន្តិសុខសង្គមសម្រាប់កម្មករអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
- វត្តមានដ៏កម្រនៃគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្មខ្នាតធំ។

ភាពខ្លាំងនៃវិស័យឧស្សាហកម្ម និងសេវាកម្ម

- វិស័យវាយនភណ្ឌ សម្លៀកបំពាក់ និងស្បែកជើង មានចំនួនស្ត្រីនឹង ៧៤% នៃកម្លាំងនៃការនាំចេញរបស់ប្រទេសកម្ពុជា ហើយបានបង្កើតការងារជាងមួយលាន (ភាគច្រើនសម្រាប់ស្ត្រី) នៅក្នុងរោងចក្រចំនួន ១.០៧៥²⁶។
- កម្លាំងពលកម្មវ័យក្មេង និងអាចសម្របខ្លួនបាន។
- វិស័យសេដ្ឋកិច្ចរីកចម្រើនឡើង។
- ការប្រកួតប្រជែងក្នុងតំបន់ និងអន្តរជាតិ។
- ក្របខណ្ឌម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ច និងនយោបាយស្ថិរភាព លំហូរដ៏ជំនឿនៃការវិនិយោគផ្ទាល់ពីបរទេសកំណើនសេដ្ឋកិច្ចប្រកបដោយនិរន្តរភាពក្នុងរយៈពេលដ៏យូរ²⁷។

ការដៅផែនទីនៃភាគីពាក់ព័ន្ធដែលមានសក្តានុពលនៃវិស័យឧស្សាហកម្ម និងពាណិជ្ជកម្មអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន:

ទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល

- ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ (MISTI)
- ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (MoC)
- ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ (MEF)
- ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា
- សមាគមសហគ្រិនស្ត្រីកម្ពុជា (CWEA)
- សមាគមសហព័ន្ធសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមកម្ពុជា (FASMEC)
- សមាគមសហគ្រិនវ័យក្មេងកម្ពុជា (YEAC)

សមាគមធុរកិច្ច និងអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល

- កម្ពុជា៖
- សមាគមរោងចក្រកាត់ដេរនៅកម្ពុជា (GMAC)
 - សមាគមពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិកម្ពុជា
 - សមាគមក្រុមប្រឹក្សាធុរកិច្ចកម្ពុជា

អន្តរជាតិ៖

26 ការសិក្សាវិសាលភាពនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា UNESCAP (២០១៩) <https://www.unescap.org/sites/default/d8files/knowledge-products/Landscape%20Study%20Inclusive%20Business%20Cambodia%20ESCAP%20iBAN%202021%20REPORT%20Final.pdf>

27 ADB (២០២១) <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/718806/cambodia-agriculture-rural-development-road-map.pdf>

- អង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក
- មូលនិធិអាស៊ាន
- សភាពាណិជ្ជកម្មអង់គ្លេស កម្ពុជា (BritCham Cambodia)
- សភាពាណិជ្ជកម្មបារាំង-កម្ពុជា (CCFC)
- ក្រុមធុរកិច្ចអាស្ត្រីម៉ង់កម្ពុជា (ADW)
- សភាពាណិជ្ជកម្មអឺរ៉ុបនៅកម្ពុជា (EuroCham)។
- សភាពាណិជ្ជកម្មអូស្ត្រាលីនៅកម្ពុជា (AusCham Cambodia)
- AmCham (សភាពាណិជ្ជកម្មអាមេរិកនៅកម្ពុជា)
- ក្រុមប្រឹក្សាធុរកិច្ចថៃនៅកម្ពុជា (TBCC)
- សភាធុរកិច្ចម៉ាឡេស៊ីនៅកម្ពុជា (MBCC)
- សភាពាណិជ្ជកម្ម និងឧស្សាហកម្មកម្ពុជាបារាំង (CCIFC)
- InCham (សភាពាណិជ្ជកម្មឥណ្ឌានៅកម្ពុជា)
- KoCham Cambodia (សភាពាណិជ្ជកម្មកូរ៉េនៅកម្ពុជា)
- JBAC (សមាគមធុរកិច្ចជប៉ុននៅកម្ពុជា)
- សមាគមធុរកិច្ចហុងកុងកម្ពុជា (KBAC)
- CanCham (សភាពាណិជ្ជកម្មកាណាដានៅកម្ពុជា)
- សភាពាណិជ្ជកម្មហ្វីលីពីននៅកម្ពុជា (PhilCham Cambodia)
- សមាគមធុរកិច្ចកម្ពុជាអ៊ីតាលី (ICBA)
- ទីភ្នាក់ងារស្វីសសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ (SDC)

៤.៣.២.១ ករណីសិក្សានៃវិស័យឧស្សាហកម្ម និងសេវាកម្ម

បន្ទាប់ពីការសិក្សាករណីលើវិស័យកសិកម្ម ខាងក្រោមនេះអ្នកនឹងឃើញករណីសិក្សាដែលត្រូវបានជ្រើសរើសពី "ការសិក្សាទិដ្ឋភាពនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា"²⁸។ ករណីសិក្សាដែលបានជ្រើសរើស គឺជាឧទាហរណ៍បទពិសោធដោគជ័យក្នុងការអភិវឌ្ឍបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅក្នុងអនុវិស័យវិស័យឧស្សាហកម្ម និងសេវាកម្ម។ ករណីសិក្សាទាំងនេះអនុញ្ញាតឱ្យមើលឃើញផ្លូវផ្សេងៗគ្នានៃការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។



ACE SOLAR ENERGY
 (ស្រមៃច្នៃគ្រងនេះសម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម)
អនុវិស័យ: ថាមពល
ប្រភេទនៃ BoP ដែលចូលរួម: អ្នកប្រើប្រាស់

ការពិពណ៌នា	ការរំលេចសំខាន់ៗ
<p>ACE គឺជាក្រុមហ៊ុនថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យដែលផលិតនិងលក់ចង្ក្រានដែលបំពាក់ដោយកង្វារដែលដំណើរការដោយបន្ទះស្រូបពន្លឺព្រះអាទិត្យ។ បច្ចេកវិទ្យានេះត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធផលអុស និងគន្លួនសរីរាង្គផ្សេងទៀតនិងកាត់បន្ថយការបំភាយផ្សេងយ៉ាងច្រើន។ គំរូអាជីវកម្ម ACE ក៏ត្រូវបានអនុវត្តនៅក្នុងប្រទេសអាហ្វ្រិកចំនួនបីផងដែរដែល ACE បានលក់អស់ ២៥.០០០ គ្រឿងរួចហើយ។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ៖ ១,៥ លានដុល្លារ (រំពឹងទុកនៅឆ្នាំ ២០២៣)។ • អត្រាប្រាក់ចំណេញ៖ នៅតែទាប ប៉ុន្តែត្រូវបានកេរ្តិ៍ជាថាមពលដល់ ១០ ភាគរយនៅឆ្នាំ ២០២២។ • គោលដៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ ចង្ក្រាន ACE មានតម្លៃថ្លៃជាងចង្ក្រានលើប្រពៃណី។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ចង្ក្រានទាំងនោះមានប្រសិទ្ធផលថាមពលជាងមានសុវត្ថិភាពក្នុងការប្រើប្រាស់និងមានសុខភាពល្អជាង (គ្មានការបំភាយផ្សេង)។ ចង្ក្រាន ACE សន្សំបានប្រហែល ៣៧ ភាគរយ (៥០ ភាគរយ) ក្នុងការចំណាយថាមពលសម្រាប់ការចម្អិនអាហារបើប្រៀបធៀបទៅនឹងការប្រើប្រាស់ឈើ (ឧស្ម័ន LPG) ។ ជាងនេះទៅទៀត បន្ទះស្រូបពន្លឺព្រះអាទិត្យក៏ផ្តល់ពន្លឺដើរដោយថាមពលព្រះអាទិត្យ និងអាចសាកថ្មទូរស័ព្ទដែលជួយកាត់បន្ថយការចំណាយថាមពលបន្ថែមទៀត។ ក្រុមហ៊ុនមានគោលបំណងផលិតចង្ក្រានសូឡានៅកម្ពុជា សម្រាប់ទិដ្ឋភាពក្នុងស្រុក និងពិភពលោក បង្កើតការងារ និងអភិវឌ្ឍន៍នាញក្នុងប្រទេស។ វាអាចមានបុគ្គលិកប្រហែល ៣០០ នាក់នៅឆ្នាំ ២០២៣ ពី ២០ នាក់ក្នុងឆ្នាំ ២០១៩)។



ARTISANS D'ANGKOR
 (ស្រមៃច្នៃគ្រងនេះសម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម)
អនុវិស័យ: សិប្បកម្ម
ប្រភេទនៃ BoP ដែលចូលរួម: កម្មករនិយោជិត

ការពិពណ៌នា	ការរំលេចសំខាន់ៗ
<p>Artisans d'Angkor បានដំណើរការជាលើកដំបូងក្នុងឆ្នាំ ១៩៩២ ជាអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ហើយនៅឆ្នាំ ២០០៣ បានចុះបញ្ជីជាផ្លូវការជាក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិដោយវិនិយោគិនបារាំង និយោជិតនៃសមាគម Artisans Angkor និងរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។ បច្ចុប្បន្ន</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ៖ ក្រុមហ៊ុនគ្រោងនឹងបង្កើនប្រាក់ចំណូលរបស់ខ្លួនទ្វេដងនៅឆ្នាំ ០២៣។ ការកើនឡើងនេះនឹងត្រូវបានគាំទ្រជាចម្បងដោយកំណើននៃបន្ទាត់អាជីវកម្មថ្មីរបស់ខ្លួន (សេវាកម្មតុបតែង និងជួសជុល)

28 ការសិក្សាវិសាលភាពនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា UNESCAP (២០១៩) <https://www.unescap.org/sites/default/d8files/knowledge-products/Landscape%20Study%20Inclusive%20Business%20Cambodia%20ESCAP%20iBAN%202021%20REPORT%20Final.pdf>

ក្រុមហ៊ុនមានបន្ទាត់អាជីវកម្មពីរគឺ ផលិតសិល្បៈ និងសិប្បកម្មបុរាណខ្មែរ (ខ្សែអាជីវកម្មស្នូល) និងការផ្តល់សេវាកម្មសម្រាប់សណ្ឋាគារ ស្ថាប័នជាតិ និងផ្ទះឯកជន និងការជួសជុលថ្មប្រាសាទ។

ក្រុមហ៊ុនមានកម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដ៏រឹងមាំដែលផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលសិល្បៈ និងសិប្បកម្ម ដល់ប្រជាពលរដ្ឋដែលជួបការលំបាកនៅតាមជនបទ ហើយជ្រើសរើសពួកគេមួយចំនួនជាបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុន។

- ដែលនឹងបង្កើនបានប្រាក់ចំណូល ៣៥% ក្នុងឆ្នាំ ២០២៣ (កើនឡើងពី ១០% នៅឆ្នាំ ២០១៨) ។
- អត្រាចំណេញ៖ នៅតែទាប ប៉ុន្តែត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងឈានដល់ ១០ ភាគរយនៅឆ្នាំ ២០២២។
- គោលដៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ Artsans d'Angkor ឱ្យប្រជាជនក្រីក្រ និង មានប្រាក់ចំណូលទាបចូលរួម ដោយ ភាគច្រើនជាកម្មករនិយោជិត (និងមួយចំនួនទៀតជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់)។ បច្ចុប្បន្នក្រុមហ៊ុនមានបុគ្គលិកប្រហែល ១.២០០ នាក់។ ប្រហែល ៩០ ភាគរយនៃបុគ្គលិករបស់ខ្លួនមកពីគ្រួសារក្រីក្រ និង ១០ ភាគរយមកពីគ្រួសារដែលមានប្រាក់ចំណូលទាប។



BANHJI (សូមចុចត្រង់នេះសម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម)
អនុវិស័យ៖ បច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ
ប្រភេទនៃ BoP ដែលចូលរួម៖ អ្នកប្រើប្រាស់

ការពិពណ៌នា	ការរំលែចំណែក
<p>Banhji គឺជាក្រុមហ៊ុនចាប់ផ្តើមថ្មីលើវិស័យ បច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ ដែលផ្តល់ជូនដល់ MSMEs នូវវេទិកាហិរញ្ញវត្ថុ និងកម្មវិធីហិរញ្ញវត្ថុដែលភ្ជាប់ជាមួយប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនៃ ការទូទាត់ និងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ប្រទេសកម្ពុជា។ វេទិកា និងកម្មវិធីអនុញ្ញាតឱ្យ MSMEs ធ្វើការសម្រេចចិត្ត ឆ្លាតវៃ អាចចូលប្រើសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុដ៏ថ្លៃថ្នូរ និងទទួលបានហិរញ្ញប្បទានដើមទុនប្រតិបត្តិការ។ ចក្ខុវិស័យរបស់ក្រុមហ៊ុននេះគឺដើម្បីកាត់បន្ថយភាពមិនប្រក្រតី ហិរញ្ញប្បទាន ៣,៧ ពាន់លានដុល្លាររបស់ MSMEs នៅកម្ពុជា។ Banhji បានចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនក្នុងខែតុលា ឆ្នាំ ២០១៦ ដោយផ្តល់នូវកម្មវិធីគណនេយ្យភាពភាគីតម្លៃដល់សហគ្រាស ជុនតូច និងមធ្យម។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ៖ ១ លានដុល្លារ ហើយក្រុមហ៊ុនរំពឹងថានឹងកើនឡើងយ៉ាងខ្លាំង រហូតដល់ប្រហែល ៣០ លានដុល្លារនៅឆ្នាំ ២០២៣- ២០២៥។ • ប្រាក់ចំណេញ៖ ៦៧ ភាគរយក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ និង ៧៥ ភាគរយនៅឆ្នាំ ២០២៣។ • គោលដៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ សហគ្រាសខ្នាតតូចជាង ២.៥០០ ដែលមានទ្រព្យសកម្មសរុបចំនួន ២៥០ លានដុល្លារ (ជាមធ្យមប្រហែល ០,១ លានដុល្លារ)។ អតិថិជនរបស់ពួកគេជាទូទៅគឺជាអ្នកដែលមាន ចំណូលទាប (៧០ ភាគរយ)។



KHMER WATER SUPPLY HOLDING
 (សូមចុចត្រង់នេះសម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម)
អនុវិស័យ៖ ទឹកស្អាត និងអនាម័យ
ប្រភេទនៃ BoP ដែលចូលរួម៖ អ្នកប្រើប្រាស់

ការពិពណ៌នា	ការរំលែចំណែក
<p>ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ២០១៣ និងរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័សចាប់តាំងពីឆ្នាំ ២០១៦ ក្រុមហ៊ុន Khmer Water Supply Holding Co. Ltd. (KWSH) ផ្គត់ផ្គង់ទឹកស្អាតដល់សហគមន៍ពាក់កណ្តាលទីក្រុង និងជនបទក្នុងខេត្តក្រចេះ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តតាកែវ។ ក្រុមហ៊ុនទិញសម្បទានទឹក និងរៀបចំឡើងវិញនូវការគ្រប់គ្រងរបស់ប្រតិបត្តិករទឹក ស្អាតក្នុងស្រុក ដើម្បីបង្កើនការគ្រប់គ្រងទឹកស្អាត តាមគ្រួសារ និងបង្កើតផលចំណេញដ៏មានអត្ថន័យពី ការវិនិយោគ។ ខណៈពេលដែលក្រុមហ៊ុនយល់ឃើញថាការពង្រីក សម្បទានទឹកដែលមានស្រាប់ទៅកាន់តំបន់ដាច់ស្រយាល ជាហានិភ័យ KWSH</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ៖ ០,៩ លានដុល្លារ ហើយវាត្រូវបានរំពឹងថានឹងឈានដល់ ៤,២ លានដុល្លារនៅទូទាំង ១៨ ស្ថានីយនៅឆ្នាំ ២០២៣។ • អត្រាប្រាក់ចំណេញ៖ ខ្ពស់ (៧០ភាគរយ)។ • គោលដៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ KWSH គ្របដណ្តប់ស្ទើរតែ ៤០.០០០ គ្រួសារ ដែលក្នុងនោះ ១០.០០០ ត្រូវបានគ្រប់គ្រង និងជាឧទាហរណ៍ដ៏ល្អនៃកម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា ដោយសារតម្រូវការទីផ្សារដ៏ធំ (ឧ. នៅឆ្នាំ ២០១៧ មានតែ ១១% នៃគ្រួសារជនបទដែលមានទឹកទុំយោរ៉ូប៊ីណេប្រើ)។

មើលឃើញថានេះជាឱកាសដើម្បីកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងជាស្នូលនៃគំរូអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ មិនដូចក្រុមហ៊ុនទឹកចំនួន ៣០០ ផ្សេងទៀតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា គំរូអាជីវកម្មរបស់ KWSH កំពុងផ្តោតលើការដាក់បញ្ចូលគ្រួសារជនបទដែលមិនមានការភ្ជាប់ទឹកស្អាតនៅក្នុងតំបន់សម្បទានរបស់ខ្លួន និងផ្តល់ឱ្យពួកគេនូវទឹកដែលមានគុណភាពខ្ពស់។



PHARE CIRCUS

(ស្ថាប័នក្នុងនេះសម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម)

អនុវិស័យ: សិប្បកម្ម

ប្រភេទនៃ BoP ដែលចូលរួម: កម្មករនិយោជិត

ការពិពណ៌នា	ការរំលេចសំខាន់ៗ
<p>Phare Performing Social Enterprise ត្រូវបានបង្កើតឡើងជាក្រុមហ៊ុនឯកជនមានកម្រិត (សហគ្រាសសង្គម) ក្នុងឆ្នាំ ២០១៣ ដែលមានប្រភពមកពីអង្គការ ហ្វារ ពន្លឺសិល្បៈ ដែលបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ១៩៩៤។ ហ្វារ ផ្តល់ការសម្តែងសៀក និងបង្កើតឱកាសប្រាក់ចំណូលសម្រាប់អ្នកដែលចូលរួមក្នុងក្រុមហ៊ុនតាមរយៈ Phare Creative Studio (គំនូរ ការគូររូប វីដេអូ ការរចនាក្រាហ្វិក និងគំនូរជីវចល) ហាងសិប្បកម្ម និងហាងកាហ្វេ។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ: ១,២៥ លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ហើយមានបំណងសម្រេចបានប្រាក់ចំណូល ៤ លានដុល្លារនៅឆ្នាំ ២០២៣។ • ប្រាក់ចំណេញ: ទាប។ • គោលដៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន: Phare Performing Social Enterprise មានបុគ្គលិក ១២០ នាក់នៅក្នុងការសម្តែងសៀក រួមទាំងអ្នកសម្តែង ៧០ នាក់ និងវិចិត្រករផ្នែករូបភាព ១២ នាក់ (អ្នករចនាក្រាហ្វិក/គំនូរជីវចល)។ បុគ្គលិកភាគច្រើនមកពីគ្រួសារក្រីក្រ ឬ គ្រួសារក្រីក្រខ្លាំង។ Phare Performing Social Enterprise ក៏ទិញផលិតផលពីអ្នកផលិតក្រីក្រ និងប្រាក់ចំណូលទាបជាង ១,០០០ នាក់ ដើម្បីលក់នៅក្នុងហាងរបស់ខ្លួនមុន និងក្រោយការសម្តែង។ Phare Performing Social Enterprise ប្រើប្រាស់ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធរបស់ខ្លួនដើម្បីផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានផ្នែកសិក្សាដល់សិស្សចំនួន ១,២០០ នាក់ដែលកំពុងសិក្សានៅសាលារដ្ឋ និងសិស្សចំនួន ៥០០ នាក់ដែលចូលរួមកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលសិល្បៈវិជ្ជាជីវៈនៅក្នុងខេត្តបាត់ដំបង។

៥. ធនធាន

និងឧបករណ៍បំពេញបន្ថែមសម្រាប់ដំណើរការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

ធនធាន និងឧបករណ៍បំពេញបន្ថែមសម្រាប់អាស៊ាន និងកម្ពុជា		
ធនធាន និងឧបករណ៍ដែលត្រូវបានណែនាំ	ការពិពណ៌នា	របៀបប្រើ និងករណីសិក្សា
<p>ផែនទីវិនិយោគ SDG កម្ពុជា UNDP, ២០២២</p>	<p>ផែនទីវិនិយោគ SDG កម្ពុជា ត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីបង្ហាញពីទស្សនវិស័យអាជីវកម្មជាមួយនឹងបរិយាកាសគោលនយោបាយគាំទ្រដែលអាចមានឥទ្ធិពលយ៉ាងសំខាន់លើការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព។ វានឹងដើរតួជាមូលដ្ឋានគ្រឹះសម្រាប់ការពិភាក្សាជុំវិញវិធានការកម្រិតគោលនយោបាយដើម្បីពង្រឹងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ផែនទីវិនិយោគ SDG • របៀបវារៈ: SDG ឆ្នាំ ២០៣០ ដែលជាចំណុចស្នូលនៃសកម្មភាពរបស់វិស័យឯកជន • យុទ្ធសាស្ត្រហិរញ្ញប្បទានរបស់រដ្ឋាភិបាលក្នុងក្របខណ្ឌ

	<p>និងដើម្បីទាក់ទាញអ្នកវិនិយោគឯកជន និងសហគ្រាសឱ្យបង្កើនដើមទុន និងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មផ្ទាល់ឆ្ពោះទៅរកវិស័យដែលពាក់ព័ន្ធនឹង SDG ដែលបានកំណត់។</p>	<p>ហិរញ្ញប្បទានសមាហរណកម្មថ្នាក់ជាតិ។</p>
<p><u>សៀវភៅណែនាំស្តីពីការគាំទ្រដល់សហគ្រាសវិស័យក្មេង - កម្មវិធី Incubator & Accelerator UNDP, ២០២២</u></p>	<p>ជាមួយនឹងការកើនឡើងនៃសកម្មភាពសហគ្រាសភាព អង្គការ UNDP កម្ពុជា បានចងក្រងសៀវភៅណែនាំស្តីពីការគាំទ្រសហគ្រាស (២០២១) សម្រាប់ភាគីពាក់ព័ន្ធដើម្បីស្វែងយល់ពីភាពចម្រុះនៃកម្មវិធី និងសកម្មភាពដែលមានសម្រាប់គាំទ្រសហគ្រាសវិស័យក្មេងនៅកម្ពុជា។ ទោះបីជាមានព័ត៌មានលម្អិតសម្រាប់កម្មវិធី និងសកម្មភាពនីមួយៗក៏ដោយ វាមិនគ្របដណ្តប់លើចំនួនកើនឡើងនៃសកម្មភាពសហគ្រាសនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជានោះទេ។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ការរៀបចំកម្មវិធីសម្រាប់សហគ្រាស • ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនៃអាជីវកម្មចាប់ផ្តើមថ្មីនៅកម្ពុជា
<p><u>កញ្ចប់ព័ត៌មានសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (SMEs) អង្គការទិន្នន័យអំពីការអភិវឌ្ឍ កម្ពុជា ២០២២</u></p>	<p>កញ្ចប់ឧបករណ៍ព័ត៌មាននេះត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីជួយសហគ្រាសក្នុងប្រទេសកម្ពុជាឱ្យទទួលបានទិន្នន័យបើកចំហដែលជាទិន្នន័យប្រមូលសម្រាប់ប្រើប្រាស់ជាសាធារណៈ និងបម្រើផលប្រយោជន៍សាធារណៈ។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ព័ត៌មានមានប្រយោជន៍អំពីអាជីវកម្មចាប់ផ្តើមថ្មី និងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម • ឆ្លឹមសារពាក់ព័ន្ធនៅលើគេហទំព័ររបស់អង្គការទិន្នន័យអំពីការអភិវឌ្ឍកម្ពុជា • តារាងនឹងធនធានផ្សេងទៀតដែលមានសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវបន្ថែម
<p><u>គោលនយោបាយអភិវឌ្ឍសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដោយរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ២០២១</u></p>	<p>ការរៀបចំប្រព័ន្ធពេញលេញ និងមានបច្ចុប្បន្នភាពអំពីនិយមន័យសំខាន់ៗសម្រាប់គោលនយោបាយ និងស្ថានភាពទូទៅនៃសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅកម្ពុជា។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃគោលនយោបាយសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម គ្រោងការណ៍ជាក់លាក់នៃគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម • បញ្ហាប្រឈម និងការផ្តល់យោបល់លើការលើកកម្ពស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម
<p><u>ការកសាងខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ប្រកបដោយបរិយាប័ន្ន៖ មេរៀនដែលរៀនបាន IFC, ២០២១</u></p>	<p>ករណីសិក្សាដោយជោគជ័យលើ MUJI នៅអាស៊ីដែលពិពណ៌នាអំពីយុទ្ធសាស្ត្រខ្សែច្រវាក់តម្លៃសំខាន់ៗការលំបាក ភាគីពាក់ព័ន្ធនិងបង្ហាញការណែនាំអំពីការអនុវត្តល្អៗសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងតំបន់។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ករណីរបស់ MUJI៖ អាជីវកម្មខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ និងយុទ្ធសាស្ត្រប្រភពនៅក្នុងទីផ្សារដែលកំពុងរីកចម្រើន • សកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ MUJI • ទីប្រឹក្សា IFC- ការវាយតម្លៃគម្រោង និងមតិកែលម្អពីភាគីពាក់ព័ន្ធ • បញ្ហាប្រឈមក្នុងការចូលរួមជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ខ្នាតតូច និងដំណោះស្រាយ • តួនាទីរបស់អន្តរការីជាភាគីទីបី និងអ្នកប្រមូលផ្តុំ • ការកសាងភាពជាដៃគូដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់កម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលរីកចម្រើន

<p><u>ការសិក្សាវិសាលភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា</u> Unescap, ២០២០</p>	<p>ដើម្បីគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្របែបនេះ រដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានស្នើសុំគណៈកម្មការសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមរបស់អង្គការសហប្រជាជាតិសម្រាប់តំបន់អាស៊ី និងប៉ាស៊ីហ្វិក (ESCAP) និងបណ្តាញសកម្មភាពធុរកិច្ចបរិយាប័ន្ន (IBAN) ដើម្បីធ្វើការសិក្សាលើទិដ្ឋភាពបច្ចុប្បន្ន ដែលរួមមានការសិក្សាទិដ្ឋភាព នៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននាពេលបច្ចុប្បន្ននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងការវាយតម្លៃនៃបរិយាកាសអំណោយផល ព្រមទាំងផ្តល់ អនុសាសន៍សម្រាប់ការលើកកម្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • វិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលបានអនុវត្ត • ឱកាសទីផ្សារសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា • ការអភិវឌ្ឍវិស័យឯកជននៅកម្ពុជា និងតួនាទីនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន • ការសិក្សាទិដ្ឋភាពនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា • ការកសាងបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន • បរិយាកាសអំណោយផលដល់ការធ្វើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងប្រទេសកម្ពុជា
<p><u>កញ្ចប់ឧបករណ៍សុចរិតភាពអាជីវកម្មសម្រាប់សហគ្រិនវ័យក្មេង</u> UNDP, ២០២០</p>	<p>គោលបំណងនៃកញ្ចប់ឧបករណ៍នេះគឺដើម្បីរួមចំណែកដល់គោលដៅនេះដោយការលើកទឹកចិត្តយុវជនដែលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ឱ្យដំណើរការអាជីវកម្ម ដោយសុចរិតភាពតាំងពីដើមដំបូងមក។ យើងមានក្តីសង្ឃឹមថា ប្រសិនបើយុវជនដែលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មី និងធ្វើបានត្រឹមត្រូវ ដោយការបំពេញបន្ថែមនូវគំនិតថ្មីៗ និងសភាវគតិផ្នែក ពាណិជ្ជកម្មរបស់ពួកគេជាមួយនឹងគុណតម្លៃច្បាស់លាស់ ក្រុមសិល្បៈដ៏វិជម៉ា និងគោលបំណង ដើម្បីផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់សង្គម។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ការណែនាំអំពីការអនុវត្តល្អៗ ក្រុមសិល្បៈ និងគម្លាភាពសម្រាប់សហគ្រិន
<p><u>គោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការលើកកម្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងតំបន់អាស៊ាន</u> លេខាធិការដ្ឋានអាស៊ាន ២០២០</p>	<p>ជាទិដ្ឋភាពទូទៅ ឯកសារគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការលើកកម្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងតំបន់អាស៊ានផ្តល់នូវចំណុចគ្រោងអំពីរបៀបដែលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចត្រូវបានគាំទ្រនៅថ្នាក់ជាតិ និងថាតើការរៀបចំស្ថាប័នអ្វីខ្លះដែលទាមទារដើម្បីធ្វើដូច្នោះ។ គោលការណ៍ណែនាំនេះក៏ផ្តល់នូវអនុសាសន៍អំពីរបៀបដែលអ្នកបង្កើតគោលនយោបាយអាស៊ានអាចរួមគ្នាលើកកម្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្រិតតំបន់។ យើងសង្ឃឹមថាឯកសារនេះនឹងបម្រើជាឯកសារយោងដ៏មានប្រយោជន៍សម្រាប់អ្នកបង្កើតគោលនយោបាយអាស៊ានក្នុងការរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ និងតំបន់ឆ្ពោះទៅរកការសម្រេចបាននូវអាស៊ានដែលមានភាពធន់ បរិយាប័ន្ន សំដៅរកប្រជាជន និងផ្ដោតលើប្រជាជន។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ហេតុផលសម្រាប់ការកម្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB) ក្នុងអាស៊ាន • អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងអាស៊ាន • ឧបករណ៍គោលនយោបាយ • ការរចនា និងអនុវត្តគោលនយោបាយលើកកម្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន • កិច្ចសហការដើម្បីលើកកម្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន
<p><u>ការស្រាយនូវសក្តានុពលនៃវិស័យឯកជននៅកម្ពុជា</u> EMC, ២០១៧</p>	<p>ការវាយតម្លៃវិស័យឯកជននេះពិនិត្យលើកំណើន និងការអភិវឌ្ឍវិស័យឯកជននាពេលថ្មីៗនេះនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ហើយពិចារណាលើលក្ខខណ្ឌបច្ចុប្បន្ន ដើម្បីកំណត់ពីកត្តាសំខាន់ៗដែលអាចរារាំងវឌ្ឍនភាពនាពេលអនាគត។ បន្ទាប់មក វាផ្តល់អនុសាសន៍នូវកម្មវិធីគាំទ្រមួយដើម្បីជួយរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាសំខាន់ៗរបស់វិស័យឯកជន។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ដំណើរការសេដ្ឋកិច្ចរបស់កម្ពុជា។ • គោលនយោបាយអំណោយផលដល់វិស័យឯកជន • យេនឌ័រ • សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម កង្វះខាតចំណុចកណ្តាល និងភាពក្រៅផ្លូវការ • ធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុ

		<ul style="list-style-type: none"> • ការងារ និងជំនាញ • ការអប់រំ • ឧបសគ្គរវាងការវិភាគប្រើនឡើងនៃវិស័យឯកជន
<p><u>ផែនទីបង្ហាញផ្លូវអភិវឌ្ឍន៍បៃតងជាតិ</u> UN ESCAP, ២០០៩</p>	<p>ផែនទីបង្ហាញផ្លូវនេះត្រូវបានផលិតឡើងតាមរយៈការពិគ្រោះយោបល់ និងការសម្ភាសម្តងហើយម្តងទៀតជាមួយក្រសួងពាក់ព័ន្ធទាំងអស់។ លើសពីនេះ ការពិភាក្សានៅក្នុងក្រុមការងារអន្តរក្រសួងនៃការអភិវឌ្ឍបៃតង (IGGWG) ដែលបានធ្វើឡើងនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ពេញមួយឆ្នាំ ២០០៩ បានចូលរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ចំពោះខ្លឹមសារ និងរចនាសម្ព័ន្ធនៃផែនទីបង្ហាញផ្លូវនេះ។ មតិយោបល់ និងធាតុចូលនានាត្រូវបានប្រមូល និងសំយោគទៅក្នុងឯកសារនេះ។ ឯកសារនេះដាក់ចេញនូវគំនិតសម្រាប់ការបង្កើនកិច្ចសហការពីភាគីពាក់ព័ន្ធជាច្រើនក្នុងការរចនា និងការអនុវត្តគម្រោង និងកម្មវិធីដែលអាចបន្តការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយបរិយាប័ន្ន និងនិរន្តរភាពនៅកម្ពុជា។ ការអភិវឌ្ឍបែបនេះមានគោលបំណងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវភាពធន់ចំពោះផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាន ខណៈពេលដែលជ្រើសរើសជម្រើសកាបូនទាបសម្រាប់ "កំណើនបៃតង" ដើម្បីកាត់បន្ថយ និងសម្របខ្លួនទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ផែនទីបង្ហាញផ្លូវកំណើនបៃតង • ផ្លូវឆ្ពោះទៅរកការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចបៃតង • និរន្តរភាពនៃកសិកម្ម ព្រៃឈើ និងថាមពល • និរន្តរភាពនៃការគ្រប់គ្រងកាកសំណល់ • សមាហរណកម្មសមភាពយេនឌ័រទៅក្នុងកំណើនបៃតង • ការប្រើប្រាស់ដី និងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី ល្អប្រសើរ និងបរិស្ថានទីក្រុងដែលប្រកបដោយសុខុមាលភាព • កំណែទម្រង់វិមជ្ឈការ និងវិសហមជ្ឈការ
<p><u>ផែនទីបង្ហាញផ្លូវរបស់កម្ពុជាសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព</u> ADB, ២០១៨</p>	<p>យុទ្ធសាស្ត្រ និងផែនការសកម្មភាពជាតិស្តីពីបរិស្ថានឆ្នាំ ២០១៦-២០២៣ (NESAP) មានគោលបំណងធានាថាការការពារបរិស្ថាន និងការគ្រប់គ្រងធនធានធម្មជាតិប្រកបដោយនិរន្តរភាព គឺជាសសរស្តម្ភនៃការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចសង្គមរបស់ប្រទេស។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ស្ថានភាពបរិស្ថាន និងធនធានធម្មជាតិ • យុទ្ធសាស្ត្រ និងផែនការសកម្មភាព • ហិរញ្ញប្បទាន • អភិបាលកិច្ច និងការគ្រប់គ្រង
<p><u>ការវិភាគប្រើប្រាស់ដីក្នុងប្រយោជន៍ទាំងអស់គ្នា</u> ក្រុមធនាគារពិភពលោក ២០១៧</p>	<p>ការវិភាគការអភិវឌ្ឍកម្ពុជា៖ ការវិភាគប្រើប្រាស់ដី និងភាពក្រីក្រ ចីរភាព និងសមធម៌; និងការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយបរិយាប័ន្ន</p>	<ul style="list-style-type: none"> • គន្លងអភិវឌ្ឍន៍របស់កម្ពុជា • បញ្ហាប្រឈមកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ • ឧបសគ្គប្រឈមចំពោះការវិភាគប្រើប្រាស់ដីក្នុងប្រយោជន៍ទាំងអស់គ្នា និងកំរិតប្រជាជន • អន្តរាគមន៍ជាអាទិភាពដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់ការអភិវឌ្ឍដីរឹងមាំប្រកបដោយបរិយាប័ន្ន និងនិរន្តរភាពនៅកម្ពុជា



បណ្តាញសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (iBAN)

បណ្តាញសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (iBAN) គឺជាគំនិតផ្តួចផ្តើមសកលដែលគាំទ្រដល់ការពង្រីក និងការចម្លង គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ តាមរយៈវិធីសាស្ត្រយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួន iBAN គាំទ្រក្រុមហ៊ុន ជាមួយនឹងកម្មវិធីគ្រៀមខ្លួន វិនិយោគដែលសមស្រប និងបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រគោលនយោបាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នថ្នាក់ជាតិជាមួយអ្នកបង្កើត គោលនយោបាយ។

ក្នុងកម្រិតសកល iBAN គ្រប់គ្រងវេទិកាចំណេះដឹងអន្តរជាតិដ៏ធំបំផុត (www.inclusivebusiness.net) សម្រាប់ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ iBAN បង្កើតកន្លែងមួយដែលចំណេះដឹងផ្នែកលើកស្តុកតាំង ផ្លាស់ប្តូរទៅជាការរៀនសូត្រ និង ដៃគូថ្មី។ ជាមួយនឹងការផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់របស់ខ្លួនលើការលើកកម្ពស់គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទំហំធំ ហើយជា លទ្ធផលបានជួយពង្រឹងដល់ការរស់នៅរបស់ប្រជាជនក្រីក្រ iBAN កំពុងរួមចំណែកយ៉ាងសកម្មក្នុងការសម្រេច បាននូវគោលដៅអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាពរបស់អង្គការសហប្រជាជាតិ។

iBAN ទទួលបានជំនួយពីក្រសួងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច នៃប្រទេសអាឡឺម៉ង់ និងអនុវត្តដោយ អង្គការ Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH។ ដំណាក់កាលមុន នៃគម្រោងនេះ (០១/២០១៧ - ១២/២០២១) ត្រូវបានគាំទ្រដោយសហភាពអឺរ៉ុប។

- <https://www.inclusivebusiness.net>



Emerging Markets Consulting (EMC)

Emerging Markets Consulting គឺជាក្រុមហ៊ុនប្រឹក្សាយោបល់ដែលមានមូលដ្ឋានក្នុងស្រុកដែលនាំមកនូវ ការអនុវត្តល្អបំផុតទាំងវិស័យឯកជន និងការអភិវឌ្ឍនៅក្នុងតំបន់ទន្លេមេគង្គ។

ជាមួយនឹងសេវាកម្មបន្តជាប់គ្នាក្នុងរយៈពេល ១២ឆ្នាំជាងមកនេះ ស្ថាប័ននេះបានបញ្ចប់គម្រោងចំនួន ៣៥០គម្រោង ដោយមានបុគ្គលិកអចិន្ត្រៃយ៍ដែលប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការរស់នៅ និងធ្វើការនៅក្នុងតំបន់ EMC វិនិយោគ ទាំងស្រុងទៅលើភាពជោគជ័យរបស់អ្នក ហើយជាពិសេសអាចគាំទ្រដល់ការរីកចម្រើនរយៈពេលវែងរបស់អ្នក។

- <https://emc-consulting.asia>



GlobalCAD - មជ្ឈមណ្ឌលនៃភាពជាដៃគូសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ

GlobalCAD គឺជាក្រុមហ៊ុនប្រឹក្សាអន្តរជាតិដែលមានបទពិសោធជាង១៥ឆ្នាំលើគម្រោងឈានមុខគេដែល មានផលជះខ្ពស់ដល់សង្គម សេដ្ឋកិច្ច និងបរិស្ថាន។ ស្ថាប័ននេះបង្កើតជាបណ្តាញអ្នកជំនាញទូទាំងពិភពលោក លើការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព និងបរិយាប័ន្ន។ ពួកគេរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រដោយផ្អែកលើសម្ព័ន្ធភាព ដោយ ផ្តល់នូវដំណោះស្រាយរួម និងផ្លាស់ប្តូរដែលឆ្លើយតបទៅនឹងបញ្ហាប្រឈមជាសកលជាច្រើន។ សេវាកម្មទាំងនេះ រួមមានការស្រាវជ្រាវ ដំបូន្មានយុទ្ធសាស្ត្រ ការគាំទ្របច្ចេកទេស ការបណ្តុះបណ្តាល និងការកសាងសមត្ថភាពក្នុង ផ្នែកនៃភាពជាដៃគូចម្រុះវិស័យ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងការអភិវឌ្ឍវិស័យឯកជន សេដ្ឋកិច្ចបែតង ការបន្សុំ និង ការកាត់បន្ថយការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងសមភាពយេនឌ័រ ។

- <https://globalcad.org/en>

មគ្គុទ្ទេសក៍បង្កាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រក្រាបអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB-CM) នេះ ត្រូវបានផលិតឡើងដោយ Global CAD និង EMC និងគាំទ្រដោយ iBAN។



INCLUSIVEBUSINESS.NET