

ការវាយតម្លៃការត្រៀមខ្លួនសម្រាប់ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

ឧបករណ៍សម្រាប់វិភាគស្ថានភាពនៃក្រុមហ៊ុន និងកំណត់សក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុននោះ
សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

ឧបករណ៍ ទី ១



Photo: © stock.adobe.com/Wasan

ប្រវត្តិ

ឧបករណ៍ទី ១ «ការវាយតម្លៃការត្រៀមខ្លួនសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន»

គឺជាផ្នែកមួយនៃមគ្គុទ្ទេសក៍បង្ហាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB-CM)។

មគ្គុទ្ទេសក៍នេះផ្តល់ជូននូវព័ត៌មានអំពីប្រវត្តិ និងការណែនាំសម្រាប់អ្នកជំនាញការ និងសមាគមធុរកិច្ច ដែលគាំទ្រដល់សហគ្រិនដែលប្រាថ្នាចង់ដំណើរការអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB) ។ ក្រៅពីឧបករណ៍ទី ១

មគ្គុទ្ទេសក៍នេះរួមមានឧបករណ៍បីផ្សេងទៀត៖

- ឧបករណ៍ទី ២ «ការផ្លាស់ប្តូរទៅកាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន»
កំណត់ផ្នែកផ្សេងៗនៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នកដែលមានសក្តានុពលធំបំផុតសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រផ្លាស់ប្តូរ
- ឧបករណ៍ទី ៣ «ការវិនិច្ឆ័យជាលក្ខណៈស៊ីជម្រៅលើការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន»
បង្កើតផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរដោយប្រើគោលការណ៍ណែនាំ និងឧបករណ៍សម្រាប់គំរូ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន
- ឧបករណ៍ទី ៤ «ការណែនាំនៅក្នុងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន» ជាមគ្គុទ្ទេសក៍សម្រាប់សហគ្រិន អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលចង់ក្លាយជាអ្នកណែនាំសម្រាប់សហគ្រិនដែលចង់ក្លាយជាអាជីវកម្ម អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

ហេតុអ្វីត្រូវធ្វើការវាយតម្លៃ?

ឧបករណ៍នេះត្រូវបានរៀបរៀងឡើងដើម្បីវាយតម្លៃពីសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬបន្ទាត់អាជីវកម្មក្នុងលក្ខខណ្ឌ វិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។ វាត្រូវបានផ្អែកលើនិយមន័យ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ខាងក្រោម (ឧបសម្ព័ន្ធ ១.២០)៖

អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នផ្តល់ទំនិញ សេវាកម្ម និងជីវភាពរស់នៅដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋាននៃលទ្ធភាពពាណិជ្ជកម្ម ទាំងក្នុងការពង្រីក ឬភាពអាចពង្រីកបាន ទៅកាន់ប្រជាជនដែលនៅបាតនៃព័រ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) ដែលធ្វើឱ្យពួកគេជាផ្នែកមួយនៃខ្សែច្រវាក់តម្លៃនៃអាជីវកម្មស្នូលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងនាមជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ អ្នកចែកចាយ អ្នកលក់រាយ ឬអតិថិជន។

ការអនុវត្តឧបករណ៍ទី ១

- តើអ្នកណាគួរធ្វើការវាយតម្លៃ? ជាអនុសាសន៍ ការវាយតម្លៃគួរតែត្រូវបានធ្វើឡើងដោយនរណាម្នាក់ដែលដឹង និងអាចវាយតម្លៃប្រតិបត្តិការ និងយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងមូល។ ជាទូទៅ គឺអ្នកដែលមកពីថ្នាក់ គ្រប់គ្រងជាន់ខ្ពស់។
- តើវាត្រូវចំណាយពេលប៉ុន្មាន? ការវាយតម្លៃនឹងចំណាយពេលប្រហែល ៣០-៦០ នាទី។

កំណត់ចំណាំលើឧបករណ៍ទី ១៖

នៅក្នុងផ្នែកទី២ យើងអាចសន្មតថាជាករណីដ៏ល្អដែលក្រុមហ៊ុនខិតខំឱ្យបានតាមគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។ មានការលើកឡើងជាញឹកញាប់ថា «មុខងារអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន» សំដៅទៅលើករណីដ៏ល្អនេះ។ បន្ថែមពីលើគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក៏មានដំណាក់កាលកម្រិតមធ្យម (វិធីសាស្ត្រ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន) ដែលនាំឱ្យក្រុមហ៊ុនមានឥទ្ធិពល កាន់តែច្រើន ឬកាន់តែមានសក្តានុពលពាណិជ្ជកម្ម។ ដូច្នេះហើយ ក្រុមហ៊ុនកំពុងខិតទៅជិតគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដ៏ល្អ។ អ្នកនឹងស្វែងយល់បន្ថែមអំពីវិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នផ្សេងៗគ្នានៅក្នុងផ្នែកទី៣។

ប្រសិនបើបន្ទាប់ពីការវាយតម្លៃរួច អ្នកចង់ស្វែងយល់ពីផ្លូវសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នបន្ថែមទៀត អ្នកអាចប្រើកម្រងសំណួរ ដើម្បីទាក់ទងលេខាធិការដ្ឋានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម និងជំនួយ ឬស្វែងរកលទ្ធភាពនៃការវាយតម្លៃទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

លេខាធិការដ្ឋានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាផ្នែកមួយនៃក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ (MISTI)។ លេខាធិការដ្ឋានមានភារកិច្ចលើកកម្ពស់ និងអនុវត្ត «យុទ្ធសាស្ត្របរិស្ថានអំណោយផលដល់ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា (IBeeC)» ។ IBeeC រួមបញ្ចូលនូវអនុសាសន៍យុទ្ធសាស្ត្រដូចជា៖ ១) ការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ជាពិសេសតាមរយៈសមាគមធុរកិច្ច ២)

ការបង្កើតស្ថាប័នអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ៣) ការបង្កើតប្រព័ន្ធវាយតម្លៃ ទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នប្រកបដោយតម្លាភាព និងស្ម័គ្រចិត្ត ៤) ការបង្កើតឧបករណ៍ ជំនួយបច្ចេកទេសសម្រាប់ការលើកកម្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ៥) ការបង្កើតមូលនិធិកាត់បន្ថយហានិភ័យអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធសម្រាប់វិនិយោគិន និងធនាគារសង្គម ៦) ការបង្កើតការលើកទឹកចិត្តក្នុងការវិនិយោគអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងផ្តល់អាទិភាពដល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងលទ្ធកម្មសាធារណៈ ៧) ការរាយការណ៍ទៀងទាត់ និងជាប់លាប់លើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងពីផលប៉ះពាល់របស់វា និង ៨) គាំទ្រលើគំនិតផ្តួចផ្តើមនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងអាស៊ាន។¹

ការវាយតម្លៃការត្រៀមខ្លួនសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ជាកម្រងសំណួរដែលត្រូវប្រើដោយសហគ្រិនដើម្បីវាយតម្លៃសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុនពួកគេ សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

២. ព័ត៌មានក្រុមហ៊ុន

- ចំណាំ:**
- សូមបំពេញផ្នែកព័ត៌មានក្រុមហ៊ុន បន្ទាប់ពីអ្នកបានបញ្ចប់ការវាយតម្លៃដោយខ្លួនឯងលើភាពរួចរាល់នៃ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
 - សូមអានផ្នែក «ជំហានបន្ទាប់» ដើម្បីស្វែងយល់ពីរបៀបដែលអ្នកអាចប្រើទម្រង់បំពេញនេះលើសពីគោលបំណងវាយតម្លៃខ្លួនឯង។

ព័ត៌មានក្រុមហ៊ុន	
ឈ្មោះក្រុមហ៊ុន	_____
ព័ត៌មានទំនាក់ទំនង	
ឈ្មោះទំនាក់ទំនង	_____
មុខងារការងារ	_____
អាសយដ្ឋានអ៊ីមែល	_____
លេខទូរស័ព្ទ	_____

¹សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម សូមចូលទៅកាន់គេហទំព័រ IBeeC។ <https://misti.gov.kh/page/index?article=ibeec-strategy.html>

ទីតាំងការិយាល័យកណ្តាល	
ទីតាំងនៃការបង្កើតផលប៉ះពាល់	_____
វិស័យ (អនុវិស័យ)	_____
ការពិពណ៌នាអំពីក្រុមហ៊ុន (២-៣ ប្រយោគ)	_____ _____ _____
គំរូអាជីវកម្ម ឬបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (២-៣ ប្រយោគ)	_____ _____ _____
គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (២-៣ ប្រយោគ)	_____ _____ _____
របៀបឱ្យ BoP ចូលរួម	_____ _____ _____

២.១ ការវាយតម្លៃសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

នៅក្នុងផ្នែកនេះ អ្នកនឹងគិតគូរ៖បញ្ជាក់ពីស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ននៃក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកតាមទស្សនៈអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។ ខាងក្រោមនេះ អ្នកនឹងពិនិត្យមើលលក្ខណៈសំខាន់ៗចំនួនបួនរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ ១) ការចូលរួមរបស់ BoP ២) លទ្ធភាពទទួលបានផលចំណេញហិរញ្ញវត្ថុ ៣) មាត្រដ្ឋាន និង ៤) ការវាស់វែងផលប៉ះពាល់ និងការគ្រប់គ្រង ហើយអនុវត្តវានៅក្នុងក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក។

ចំណាំ៖

- ជាការសំខាន់ក្នុងការអានសំណួរទាំងអស់ម្តង ដើម្បីទទួលបានទិដ្ឋភាពទូទៅទាំងមូល មុននឹងឆ្លើយសំណួរ ពីខាងលើ។
- សូមពិនិត្យមើលប្រអប់ដែលអាចអនុវត្តបាន ដើម្បីផ្តល់ចម្លើយរបស់អ្នក។ លើសពីនេះទៀត មានផ្នែកមួយចំនួនដែលត្រូវតែបំពេញដោយសរសេរជាអក្សរ។
- ការពិចារណា និងការគាំទ្រ៖ ដើម្បីជួយអ្នកក្នុងការឆ្លើយសំណួរ សូមស្វែងរកឧបសម្ព័ន្ធដែលភ្ជាប់មកជាមួយ «ការពិចារណា និងការគាំទ្រ»។
- ប្រសិនបើអ្នកមិនទាន់ស្គាល់វាក្យសព្ទមួយចំនួន អ្នកអាចស្វែងរកការពន្យល់នៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ «ការពិចារណា និងការគាំទ្រ»។ ការពន្យល់វាក្យសព្ទខាងក្រោមមានដូចជា៖ BoP ការចូលរួមដោយផ្ទាល់ របៀបនៃការចូលរួម ផលប៉ះពាល់វិជ្ជមាន បញ្ហាស្នូល ចេតនា លទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ វិធីសាស្ត្រចំពោះ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ការពង្រីក ការវាស់វែង និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់។

២.១ ការឱ្យប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពិរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) ចូលរួមដោយចេតនា

សំណួរទី១	តើអាជីវកម្មរបស់អ្នកចូលរួមដោយផ្ទាល់ជាមួយ BoP ដែរឬទេ?		
ចម្លើយទី១	មាន <input type="checkbox"/>	មិនមែនដោយផ្ទាល់ទេ តែឆ្លងកាត់អន្តរការី <input type="checkbox"/>	មិនទាន់ <input type="checkbox"/>
		មិនមាន <input type="checkbox"/>	
	សូមរំលងសំណួរ ២-៥ ហើយចូលទៅកាន់ផ្នែក ២.១.១ សក្តានុពលនៃការចូលរួមរបស់ BoP នៅទំព័របន្ទាប់។ សូមបន្តជាមួយនឹងសំណួរ ៦ និង ៧ ដើម្បីពិចារណាពីសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុនលើការចូលរួមBoPដោយផ្ទាល់។		
សំណួរទី២	តើអាជីវកម្មរបស់អ្នកចូលរួមដោយផ្ទាល់ជាមួយ BoP ជាក្រុមហ៊ុនទាំងមូល ឬនៅក្នុងបន្ទាត់អាជីវកម្មមួយ ឬច្រើនជាង?		
ចម្លើយទី២	ក្រុមហ៊ុនទាំងមូល <input type="checkbox"/>	បន្ទាត់អាជីវកម្មមួយ <input type="checkbox"/>	បន្ទាត់អាជីវកម្មមួយចំនួន <input type="checkbox"/>

សំណួរទី៣	របៀបនៃការចូលរួម៖ តើក្រុមហ៊ុនចូលរួមជាមួយ BoP ដោយផ្ទាល់យ៉ាងដូចម្តេច?				
ចម្លើយទី៣	អ្នកប្រើប្រាស់ <input type="checkbox"/>	អ្នកផ្គត់ផ្គង់ <input type="checkbox"/>	អ្នកចែកចាយ <input type="checkbox"/>	អ្នកលក់រាយ <input type="checkbox"/>	និយោជិត/កម្មករ <input type="checkbox"/>

សំណួរទី ៤	តើក្រុមហ៊ុនមានចេតនាចូលរួមជាមួយ BoP ដើម្បីបង្កើតផលប៉ះពាល់វិជ្ជមាន តាមរយៈការដោះស្រាយបញ្ហាស្នូលដែរឬទេ?		
ចម្លើយ ទី ៤	មាន <input type="checkbox"/>	មិនទាន់ <input type="checkbox"/>	មិនមាន <input type="checkbox"/>
	សូមរំលងសំណួរទី ៥ ហើយចូលទៅកាន់ផ្នែក ២.១.១ សក្តានុពលនៃការចូលរួមរបស់ BoP នៅទំព័របន្ទាប់។ សូមបន្តជាមួយនឹងសំណួរទី៧ ដើម្បីពិចារណាពីសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុនលើការចូលរួម BoP ដោយចេតនា។		
សំណួរទី ៥	តើការចូលរួមមានផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានលើ BOP? (សូមចង្អុលបង្ហាញផលប៉ះពាល់ជាភាគរយ)		
ចម្លើយ ទី ៥	ដោះស្រាយបញ្ហាចំណូលរបស់ BoP (ឧ. បង្កើនឱកាសប្រាក់ចំណូល/ប្រាក់ ឈ្នួល, បង្កើនការលក់/ផលិតភាព/ទិន្នផល)	ដោះស្រាយបញ្ហាជីវភាពរស់នៅរបស់ BoP (ឧ. ធ្វើទំនិញដែលពាក់ព័ន្ធ និងសេវាកម្មដែលអាចចូលប្រើបាន និងតម្លៃសមរម្យ)	ផ្សេងៗ (បរិស្ថាន សុខុមាលភាពសត្វ ។ល។)
ភាគរយ	_____	_____	_____

ការគិតឆ្លុះបញ្ចាំង៖

អ្នកអាចប្រើចន្លោះនេះដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងពីសំណួរទី ១ ដល់ទី ៥ ហើយពណ៌នាដោយសង្ខេបអំពីរបៀប និងទីតាំងបច្ចុប្បន្នដែលក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកចូលរួមជាមួយនឹង BoP និងឥទ្ធិពលនៃការចូលរួម។

២.១.១ សក្តានុពលនៃការចូលរួមរបស់ BoP

ចុះប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក (ឬបន្ទាត់អាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក) មិនចូលរួមដោយផ្ទាល់ និងដោយចេតនាជាមួយ BoP ដើម្បីបង្កើតផលប៉ះពាល់វិជ្ជមានក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាស្នូលរបស់ពួកគេ? សម្រាប់សំណួរខាងក្រោម សូមគិតអំពីសក្តានុពលនៃក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក។ សូមវាយតម្លៃសក្តានុពលខ្ពស់ មធ្យម និងទាប។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន៖

- ជាការសំខាន់ក្នុងការកត់សម្គាល់ថាការចូលរួមរបស់ BoP គឺជាមុខងារសំខាន់របស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។
- ការស្វែងរករបៀបដើម្បីរួមបញ្ចូល BoP នៅក្នុងបន្ទាត់អាជីវកម្ម/ក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក គឺជាជំហានចាំបាច់ដំបូងឆ្ពោះទៅរកការផ្លាស់ប្តូរទៅកាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។ អ្នកប្រហែលជាមានគំនិតរួចហើយអំពីរបៀបកែប្រែយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មរបស់អ្នកដើម្បីរួមបញ្ចូល BoP។ ប្រហែលជាអ្នកត្រូវការព័ត៌មានបន្ថែម និងឧទាហរណ៍ជាក់ស្តែងពីវិស័យរបស់អ្នក ដើម្បីអាចស្រមៃអំពីការចូលរួមរបស់ BoP។
- អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នផ្តោតលើអាជីវកម្មដែលដោះស្រាយបញ្ហាស្នូលរបស់ជនក្រីក្រ ដូចជាការកែលម្អប្រាក់ចំណូល និងកម្រិតជីវភាព។ ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកដោះស្រាយបញ្ហាស្នូលនោះ ហើយបញ្ហានោះជាបញ្ហាដ៏សំខាន់ និងមានតម្លៃសង្គមខ្ពស់។ ប៉ុន្តែចំណុចស្នូលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាផលប៉ះពាល់សង្គមនៅលើ BoP។ ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកមិនមានផលប៉ះពាល់សង្គមលើ BoP នោះទេ នោះវាមិនមានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់ជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទេ។ សូមគិតមួយភ្លែតថា តើអ្នកប្រហែលជាបាន មើលរំលងផលប៉ះពាល់សង្គម ហើយដូច្នោះមិនបានវាស់វែងវាទេឬ? តើអ្នកអាចស្វែងរកវិធីដើម្បីឱ្យក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកមានឥទ្ធិពលសង្គមលើ BoP នាពេលអនាគតបានទេ?

សំណួរទី ៦	តើអាជីវកម្មរបស់អ្នកមានសក្តានុពលក្នុងការចូលរួមដោយផ្ទាល់ជាមួយ BoP ដែរឬទេ?
សូមកត់ត្រាការពិចារណារបស់អ្នក	តើសក្តានុពលសម្រាប់ការចូលរួមដោយផ្ទាល់នៅឯណា? (ឧ. ក្រុមហ៊ុនទាំងមូល / បន្ទាត់អាជីវកម្មមួយ/បន្ទាត់អាជីវកម្មច្រើន) តើអ្វីអាចជារបៀបនៃចូលរួម BoP? (ឧ. អ្នកប្រើប្រាស់ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ អ្នកចែកចាយ អ្នកលក់រាយ និងយោជិត /កម្មករ)
ចម្លើយទី ៦	តើអ្នកនឹងវាយតម្លៃសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុនអ្នកក្នុងការចូលរួមដោយផ្ទាល់ជាមួយ BoP យ៉ាងដូចម្តេច?
	ខ្ពស់ <input type="checkbox"/> មធ្យម <input type="checkbox"/> ទាប <input type="checkbox"/>

សំណួរទី ៧	តើក្រុមហ៊ុនមានសក្តានុពលក្នុងការចូលរួមដោយចេតនាជាមួយ BoP ដើម្បីបង្កើតផលជះវិជ្ជមានដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាស្នូលដែរឬទេ?
សូមកត់ត្រាការពិចារណារបស់អ្នក	តើអ្នកចង់មានផលជះវិជ្ជមានលើ BoP? តើអ្នកចង់ដោះស្រាយបញ្ហាប្រាក់ចំណូលរបស់ BoP (ឧ. បង្កើនឱកាសប្រាក់ចំណូល/ប្រាក់ឈ្នួល បង្កើនការលក់/ផលិតភាព/ទិន្នផល)? ឬ អ្នកចង់ដោះស្រាយបញ្ហាកម្រិតជីវភាពរបស់ BoPដែរឬទេ (ឧ. ធ្វើឱ្យទំនិញ និងសេវាកម្មពាក់ព័ន្ធមានដំណើរការ និងមានតម្លៃសមរម្យ)?
ចម្លើយទី ៧	តើអ្នកនឹងវាយតម្លៃសក្តានុពលក្រុមហ៊ុនអ្នកយ៉ាងណាដែរក្នុងការបង្កើតផលប៉ះពាល់វិជ្ជមាន តាមរយៈការដោះស្រាយបញ្ហាស្នូល?
	ខ្ពស់ <input type="checkbox"/> មធ្យម <input type="checkbox"/> ទាប <input type="checkbox"/>

២.២ ការស្វែងរកលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ

សំណួរទី ៨		តើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកស្វែងរកលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដែរឬទេ?	
ចម្លើយទី ៨	មាន <input type="checkbox"/>	មិនទាន់ ប៉ុន្តែអាចនឹងនៅពេលអនាគត <input type="checkbox"/>	មិនមាន <input type="checkbox"/>
សូមរំលងសំណួរទី ៩ ហើយចូលទៅកាន់ផ្នែក ២.២.១ សក្តានុពលនៃលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុខាងក្រោម។ បន្តជាមួយនឹងសំណួរទី ១០ និង ១១ ដើម្បីពិចារណាពីសក្តានុពលលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន។			

សំណួរទី ៩			
តើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកបន្តវិធីសាស្ត្រលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែរឬទេ?			
ចម្លើយទី ៩	មាន។ ក្រុមហ៊ុន/អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន មានលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ <input type="checkbox"/>	មិនទាន់ឥលូវនេះទេ ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុន/បន្ទាត់អាជីវកម្មអាចនឹងមានលទ្ធភាព នៅពេលអនាគត <input type="checkbox"/>	មិនមាន <input type="checkbox"/>
សូមចូលទៅកាន់ផ្នែក ២.២.១ សក្តានុពលនៃលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុខាងក្រោម ហើយបន្តជាមួយនឹងសំណួរទី១១ ដើម្បីពិចារណាពីសក្តានុពលក្រុមហ៊ុនដើម្បីបន្តមានលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុតាមវិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។			

ការគិតគូរៈបញ្ចាំង:

អ្នកអាចប្រើចន្លោះនេះដើម្បីគិតគូរៈបញ្ចាំងលើសំណួរទី ៦ និងទី ៧ ហើយពណ៌នាដោយសង្ខេបអំពីលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនៃខ្សែបន្ទាត់អាជីវកម្ម/ក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក។ ភស្តុតាងនៃលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញ ឧទាហរណ៍មានដូចជាតម្លៃបច្ចុប្បន្នសុទ្ធ អត្រាផលចំណេញផ្នែកក្នុងរយៈពេលសងគ្រលប់ ការវិភាគផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ។ល។

២.២.១ សក្តានុពលនៃលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ

ចុះប្រសិនបើបន្ទាត់អាជីវកម្មក្រុមហ៊ុន/អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់អ្នកមិនបន្តវិធីសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្ម? សម្រាប់សំណួរខាងក្រោម សូមគិតអំពីសក្តានុពលនៃក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក។ សូមវាយតម្លៃសក្តានុពលថា ខ្ពស់ មធ្យម និងទាប។

សេចក្តីសន្និដ្ឋានៈ

- ជាការសំខាន់ក្នុងការកត់សម្គាល់ថា លទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ គឺជាមុខងារសំខាន់របស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
- ក្រុមហ៊ុនដែលចង់បន្តឈរជើងនៅលើទីផ្សារក្នុងរយៈពេលវែង ត្រូវតែរៀបចំការចំណាយដោយខ្លួនឯង។ លទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុជួយធានាថា ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មអាចស្ថិតស្ថេរបានពីមួយពេលទៅមួយពេល។ មានតែក្រុមហ៊ុនដែលប្រតិបត្តិការប្រកបដោយចីរភាពទេ ដែលអាចធានាបាននូវផលប៉ះពាល់រយៈពេលវែងលើ BoP។ ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក មិនមានលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុបច្ចុប្បន្ននេះទេ តើអ្នកត្រូវផ្លាស់ប្តូរអ្វីខ្លះដើម្បី មានលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ?

សំណួរទី ១០	
តើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកមានសក្តានុពលក្នុងការបន្តមានលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដែរឬទេ?	
សូមកត់ត្រាការពិចារណារបស់អ្នក	_____

ចម្លើយទី ១០	សក្តានុពលសម្រាប់លទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ៖		
	ខ្ពស់ <input type="checkbox"/>	មធ្យម <input type="checkbox"/>	ទាប <input type="checkbox"/>

សំណួរទី ១១	តើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកមានសក្តានុពលក្នុងការបន្តវិធីសាស្ត្រដែលមានលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុចំពោះអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទេ?		
សូមកត់ត្រាការពិចារណារបស់អ្នក	<hr/> <hr/> <hr/>		
ចម្លើយទី ១១	សក្តានុពលសម្រាប់លទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ៖		
	ខ្ពស់ <input type="checkbox"/>	មធ្យម <input type="checkbox"/>	ទាប <input type="checkbox"/>

២.៣ ពង្រីកអាជីវកម្ម

សំណួរទី ១២	តើបន្ទាត់អាជីវកម្ម/ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់អ្នកបានពង្រីកដែរឬទេ?		
ចម្លើយទី ១២	មាន <input type="checkbox"/>	មិនទាន់ ប៉ុន្តែការពង្រីកត្រូវបានរៀបចំពេលអនាគត <input type="checkbox"/>	មិនមាន <input type="checkbox"/>
	សូមចូលទៅកាន់ផ្នែក ២.៣.១ សក្តានុពលក្នុងការពង្រីកអាជីវកម្ម ហើយបន្តជាមួយនិងសំណួរទី ១៣ ដើម្បីពិចារណាពីសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការពង្រីកអាជីវកម្ម។		

ការគិតឆ្លុះបញ្ចាំង៖

អ្នកអាចប្រើចន្លោះនេះដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងលើសំណួរទី ១២ ហើយពិពណ៌នាដោយសង្ខេបពីរបៀបដែលអ្នកធ្វើការពង្រីកបន្ទាត់អាជីវកម្ម/ក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍ តើអ្នកបានប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា អនុវត្តភាពយុទ្ធសាស្ត្រដៃគូ ឬសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្សេងទៀតដើម្បីចម្លងគំរូអាជីវកម្មរបស់អ្នកទេ?

២.៣.១ សក្តានុពលក្នុងការពង្រីកអាជីវកម្ម

ចុះប្រសិនបើបន្ទាត់អាជីវកម្មក្រុមហ៊ុន/អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន របស់អ្នកមិនត្រូវបានពង្រីក? សម្រាប់សំណួរខាងក្រោម សូមគិតអំពីសក្តានុពលនៃក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក។ ចូរវាយតម្លៃសក្តានុពលថាខ្ពស់ មធ្យម និងទាប។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន៖

- ជាការសំខាន់ក្នុងការកត់សម្គាល់ថា ការពង្រីកគឺជាមុខងារសំខាន់របស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។
- ការពង្រីកជាលក្ខខណ្ឌគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់លទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ៖
ជាញឹកញាប់ក្រុមហ៊ុនដែលមានគោលដៅចំពោះ BOP ត្រូវការពង្រីក ដើម្បីមានលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ។
នេះគឺដោយសារតែពួកគេច្រើនតែមានប្រាក់ចំណូលទាបក្នុងអតិថិជនម្នាក់
និង/ឬបន្តចំណាយថ្លៃប្រតិបត្តិការខ្ពស់ជាងអាជីវកម្មធម្មតា។

សំណួរទី ១៣	តើបន្ទាត់អាជីវកម្ម/ក្រុមហ៊ុនបរិយាប័ន្នមានសក្តានុពលក្នុងការពង្រីកដែរឬទេ?		
សូមកត់ត្រាការពិចារណារបស់អ្នក	<hr style="border: none; border-top: 1px solid black;"/> <hr style="border: none; border-top: 1px solid black;"/> <hr style="border: none; border-top: 1px solid black;"/>		
ចម្លើយទី ១៣	សក្តានុពលក្នុងការពង្រីក៖		
	ខ្ពស់ <input type="checkbox"/>	មធ្យម <input type="checkbox"/>	ទាប <input type="checkbox"/>

២.៤ ការវាស់វែង និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់លើ BoP (MMI)

សំណួរទី ១៤	តើអ្នកមានប្រព័ន្ធសម្រាប់វាស់វែង គ្រប់គ្រង និងរាយការណ៍អំពីផលប៉ះពាល់លើ BoP ដែរឬទេ?		
ចម្លើយទី ១៤	មាន <input type="checkbox"/>	មិនទាន់ ប៉ុន្តែមានផែនការអនុវត្តហើយ <input type="checkbox"/>	មិនមាន <input type="checkbox"/>
	សូមចូលទៅកាន់ផ្នែក ២.៤.១ សក្តានុពលនៃប្រព័ន្ធវាស់វែង និងគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់ ហើយបន្តជាមួយនឹងសំណួរទី ១៥ ដើម្បីពិចារណាពីសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការអនុវត្តផលប៉ះពាល់ប្រព័ន្ធវាស់វែង និងគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់ ។		

ការគិតឆ្លុះបញ្ចាំង៖

អ្នកអាចប្រើចន្លោះនេះដើម្បីពិពណ៌នាសង្ខេប (៣-៤ ប្រយោគ) ប្រព័ន្ធ IMM របស់អ្នក។
 អ្នកក៏អាចប្រើកន្លែងនេះដើម្បីកត់ចំណាំនូវគំនិតអំពីរបៀបដែលអ្នកគ្រោងបង្កើតបន្ទាត់អាជីវកម្ម/ក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកនាពេលអនាគត។

២.៤.១ សក្តានុពលនៃប្រព័ន្ធវាស់វែង និងគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់

ចុះប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកមិនមានប្រព័ន្ធវាស់វែង និងគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់ (IMM)? សម្រាប់សំណួរខាងក្រោម សូមគិតអំពីសក្តានុពលក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក។ វាយតម្លៃសក្តានុពលថាខ្ពស់ មធ្យម និងទាប។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន៖

- វាពិតជាសំខាន់ក្នុងការកត់សម្គាល់ថាការវាស់វែង និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់គឺជាមុខងារសំខាន់របស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
- IMM គឺចាំបាច់ដើម្បីបញ្ជាក់ការចូលរួមរបស់អ្នកចំពោះ BOP និងទទួលបានផលប៉ះពាល់វិជ្ជមាន៖ តើអ្នកអាចគិតពីរបៀបចាប់ផ្តើមអនុវត្តប្រព័ន្ធ IMM បានទេ?

សំណួរទី ១៥	តើក្រុមហ៊ុនអាចអនុវត្ត និងវាស់វែងផលប៉ះពាល់ និងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងបានទេ?
សូមកត់ត្រាការពិចារណារបស់អ្នក	_____
ចម្លើយទី ១៥	សក្តានុពលសម្រាប់ប្រព័ន្ធ IMM៖
	ខ្ពស់ <input type="checkbox"/> មធ្យម <input type="checkbox"/> ទាប <input type="checkbox"/>

៣. លទ្ធផលនៃការវាយតម្លៃ

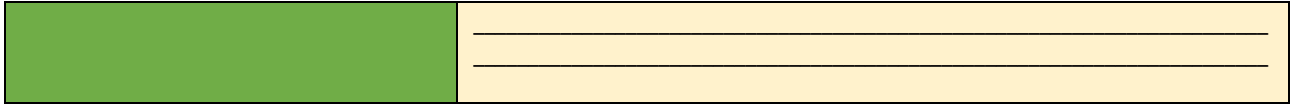
តើអ្នកត្រៀមខ្លួនរួចជាស្រេចក្នុងការផ្លាស់ប្តូរក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬដើម្បីពិចារណាបន្ថែមបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទៅក្នុងប្រតិបត្តិការរបស់អ្នកទេ? តើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកមានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នហើយមែនទេ? តើអ្នកចង់កែលម្អបន្ថែមដែរឬទេ?

នៅក្នុងផ្នែកនេះ យើងពិនិត្យមើលលទ្ធផលនៃការវាយតម្លៃរបស់អ្នកដើម្បីកំណត់ពីសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ក្រុមហ៊ុនអ្នក។ បន្ទាប់ពីផ្នែកនេះ អ្នកគួរតែអាចកំណត់ដឹងនូវវិធីសាស្ត្រដែលក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកអាចអនុវត្តដើម្បីផ្លាស់ប្តូរទៅជា អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬដើម្បីកែលម្អវិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធបច្ចុប្បន្ននេះ។

៣.១ ស្ថានភាពនៃក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក

ដើម្បីឆ្លើយសំណួរខាងក្រោម សូមពិចារណាតែ «ផ្នែក» នៃក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកដែលអ្នកដឹងពីការវាយតម្លៃក្នុងផ្នែកទី២ ដែលមានឱកាសច្រើនបំផុតក្នុងការក្លាយជា ឬធ្វើជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។ នេះអាចជាក្រុមហ៊ុនទាំងមូលរបស់អ្នក ឬបន្ទាត់អាជីវកម្មមួយ ឬច្រើន។

សំណួរ	តើអ្នកនឹងពណ៌នាទម្រង់ក្រុមហ៊ុន ឬបន្ទាត់អាជីវកម្មរបស់អ្នកបច្ចុប្បន្ននេះ យ៉ាងដូចម្តេច?
សូមគូសខ្លែងនៅលើប្រអប់មួយ ឬពណ៌នាអំពីស្ថានភាពនៅក្រោមផ្នែកផ្សេងទៀត	អាជីវកម្មទូទៅ៖ គំរូអាជីវកម្មបែបប្រពៃណីផ្តោតលើប្រាក់ចំណេញ។ <input type="checkbox"/>
	ទំនួលខុសត្រូវសង្គមរបស់សាធារណៈ (CSR)៖ ការអនុវត្តដែលក្រុមហ៊ុនផ្តល់ក្រឡាប់ ឬកែលម្អសហគមន៍ដោយបរិច្ចាគទៅសប្បុរសធម៌ ការលើកកម្ពស់ការស្ម័គ្រចិត្តក្នុងចំណោមបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុន កាត់បន្ថយផលវិបាកពីបរិស្ថានខាងក្រៅ (ឧទាហរណ៍៖ ការចែកកាតាបដល់កុមារនៅក្នុងសហគមន៍ដែលងាយរងគ្រោះ ឬក្រីក្រ)។ <input type="checkbox"/>
	អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល (NGO) ជំរុញសហគ្រាសសង្គម៖ សហគ្រាសសង្គមដែលពឹងផ្អែកលើជំនួយឥតសំណង ឬមូលនិធិម្ចាស់ជំនួយ។
	វិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (សម្រាប់ការពណ៌នា សូមមើលក្នុងផ្នែក ៣.២) <ul style="list-style-type: none"> • គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន <input type="checkbox"/> • សកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន <input type="checkbox"/> • គំនិតផ្តួចផ្តើមសហគ្រាសសង្គម <input type="checkbox"/>
	ផ្សេងទៀត (ប្រសិនបើអាជីវកម្មរបស់អ្នកមិនសមនឹងប្រភេទផ្សេងទៀតសូមពណ៌នាវា)



៣.២ វិធីសាស្ត្រ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

ខាងក្រោមនេះ អ្នកនឹងស្វែងយល់បន្ថែមអំពីវិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលអាចធ្វើទៅបានទាំងបី។ ដូចដែលបានរៀបរាប់នៅក្នុងការចាប់ផ្តើមនៃការវាយតម្លៃនេះ គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាវិធីសាស្ត្រប្រកបដោយចីរភាពបំផុត ព្រោះវាមានផលប៉ះពាល់ខ្លាំងលើ BoP និងធានានូវចីរភាព ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ វិធីសាស្ត្រពីរផ្សេងទៀតក៏មានឥទ្ធិពលលើ BoP ដែរ ដូច្នេះហើយក៏គួរឱ្យចង់បានផងដែរ។ ក្រាប និងនិយមន័យខាងក្រោមត្រូវបានដកស្រង់ ពីក្របខណ្ឌអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន G20៖

	គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	សកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	គំនិតផ្តួចផ្តើមសហគ្រាសសង្គម
ទំនាក់ទំនង BOP ជាមួយនឹងអាជីវកម្ម	ខ្សែច្រវាក់តម្លៃស្នូល	បន្ទាប់បន្សំ	បន្ទាប់បន្សំ ឬខ្សែច្រវាក់តម្លៃស្នូល
ការរំពឹងទុកពីផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ	ផលចំណេញពិទីផ្សារ	ផលចំណេញពិទីផ្សារ ឬក្រោមផលចំណេញពិទីផ្សារ	មិនចំណេញអតិបរមា
ប្រភេទមូលនិធិបឋម	ពាណិជ្ជកម្ម	ពាណិជ្ជកម្ម	លាយបញ្ចូលគ្នា

ក្រុមហ៊ុនដែលមាន**គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន** បញ្ចូល BoP ទៅក្នុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មស្នូលរបស់ពួកគេ។ លទ្ធភាពពាណិជ្ជកម្មនៃគំរូអាជីវកម្ម គឺស្ថិតនៅជួរមុខសម្រាប់ក្រុមហ៊ុននៅក្នុងប្រភេទនេះ ដោយសារពួកគេពឹងផ្អែកជាចម្បងលើប្រភពហិរញ្ញវត្ថុនៃពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ និងស្វែងរកផលចំណេញពិទីផ្សារ។ ការនេះបង្ហាញពីភាពខុសគ្នាយ៉ាងខ្លាំងពីវិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ដែលពឹងផ្អែកលើការផ្តល់មូលនិធិសាធារណៈដោយផ្ទាល់។

សកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក៏រួមបញ្ចូលប្រជាជនដែលនៅ BoP ទៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុនដែរ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ សកម្មភាពទាំងនេះមិនមែនជាចំណុចសំខាន់នៃលទ្ធភាពពាណិជ្ជកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬ BoP បង្កើតជាផ្នែកសំខាន់នៃមូលដ្ឋានអភិវឌ្ឍន៍ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ឬដៃគូអាជីវកម្មនោះទេ។ យ៉ាងណាក៏សកម្មភាពទាំងនេះរួមចំណែកដល់គោលដៅរួមនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ សកម្មភាពជាធម្មតាត្រូវបានផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដោយធនធានផ្ទៃក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលជាញឹកញយត្រូវបានបំពេញដោយការគាំទ្រពីមូលនិធិពាណិជ្ជកម្ម ការផ្តល់មូលនិធិសម្បទាន ឬជំនួយ។

គំនិតផ្តួចផ្តើមសហគ្រាសសង្គម មានបេសកកម្មដើម្បីកែលម្អសុខុមាលភាពសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមរបស់បុគ្គល និងសហគមន៍ ព្រមទាំងរៀបចំស្ថាប័នក្នុងការស្វែងរកគោលដៅសង្គមច្បាស់លាស់។ លក្ខណៈពិសេសប្លែកពីគេនៃសហគ្រាសសង្គមគឺថា ពួកគេមិនមានរចនាសម្ព័ន្ធដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណេញអតិបរមា ដើម្បីចែកចាយឡើងវិញនោះទេ។ ជាទូទៅ ប្រាក់ចំណេញភាគច្រើនត្រូវបានវិនិយោគឡើងវិញទៅក្នុងសហគ្រាស ដើម្បីបំពេញ និងពង្រឹងបេសកកម្មសង្គមរបស់ខ្លួន។ មិនមែនសហគ្រាសសង្គមទាំងអស់សុទ្ធតែមានលទ្ធភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុទេ ជាពិសេសសហគ្រាសភូមិ ហើយពួកគេពឹងផ្អែកលើធនធានហិរញ្ញវត្ថុចម្រុះពីខាងក្រៅ។

សហគមន៍អាចត្រូវបានចូលរួមនៅទូទាំងវិសាលភាពនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន មិនថាតាមរយៈការប្រើគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ប្រតិបត្តិការសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬដំណើរការជាគំនិតផ្តួចផ្តើមសហគ្រាសសង្គម។ សហគមន៍អាចជាផ្នែកមួយនៃខ្សែច្រវាក់តម្លៃនៃក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលធំជាងមុនផងដែរ។

៣.៣ ការផ្លាស់ប្តូរទៅកាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលអាចធ្វើទៅបាន

ខាងក្រោមនេះគឺជាការផ្លាស់ប្តូរទៅបំផុតភ្លោះទៅរកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ការផ្លាស់ប្តូរទាំងបួនដែលបានបង្ហាញមិនមែនជាជម្រើសតែមួយគត់ទេ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ជាធម្មតាវាជាជម្រើសជាក់ស្តែង និងងាយស្រួលបំផុតដើម្បីប្រែក្លាយភ្លោះទៅកាន់តែជិតអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

ការផ្លាស់ប្តូរភ្លោះទៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	ការផ្លាស់ប្តូរសំខាន់ៗ
---	------------------------------

<p>ពីអាជីវកម្មទូទៅ (ក្រុមហ៊ុន ឬបន្ទាត់អាជីវកម្មទាំងមូល) ទៅកម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន</p>	<p>ការរួមបញ្ចូល BoP ទៅក្នុងប្រតិបត្តិការជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ អ្នកចែកចាយ អ្នកលក់រាយ អតិថិជន ឬកម្មករ ដូច្នេះវាបង្កើនឥទ្ធិពលសម្រាប់ BoP ។ <input type="checkbox"/></p>
<p>ពី CSR ទៅសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន</p>	<p>ការរួមបញ្ចូល BoP ទៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃបន្ទាប់បន្សំ ឬខ្សែច្រវាក់មួយផ្នែក។ <input type="checkbox"/></p>
<p>ពីអង្គការដែលជំរុញសហគ្រាសសង្គម ទៅជាគំនិតផ្តួចផ្តើមសហគ្រាសសង្គម</p>	<p>ការបង្កើនលទ្ធភាពពាណិជ្ជកម្មដោយកាត់បន្ថយការ ពឹងផ្អែកលើជំនួយ និងមូលនិធិម្ចាស់ជំនួយ តាមរយៈសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មដែលរកប្រាក់ចំណេញ ។ <input type="checkbox"/></p>
<p>ពីកម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នឆ្ពោះទៅរកកម្មវិធីអាជីវកម្មបរិយាប័ ន្នកាន់តែប្រសើរឡើង</p>	<p>ការពង្រឹងការធ្វើសមាហរណកម្ម BoP ដើម្បីបង្កើនផលប៉ះពាល់យ៉ាងស៊ីជម្រៅ ការចូលដល់ និងបង្កើនប្រាក់ចំណេញពាណិជ្ជកម្ម។ <input type="checkbox"/></p>
<p>ជម្រើសផ្សេងទៀត (សូមពន្យល់)</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

៣.៤ ទិដ្ឋភាពនៃលទ្ធផលវាយតម្លៃ

លក្ខណៈនៃ IB	ការចូលរួមរបស់ BoP	លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ	ការពង្រីក	ការវាស់វែង និងគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់	
	តើអាជីវកម្មបានចូលរួមដោយផ្ទាល់ និងដោយចេតនាជាមួយ BoP ដើម្បីបង្កើតផលប៉ះពាល់វិជ្ជមានដោយដោះស្រាយបញ្ហាស្នូលដែរឬទេ? (សំណួរទី១-៥)	តើក្រុមហ៊ុនបន្តវិធីសាស្ត្រលទ្ធភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែរឬទេ? (សំណួរទី ៤-៥)	តើបន្ទាត់អាជីវកម្ម/ក្រុមហ៊ុនបរិយាប័ន្នបានកើនឡើងដែរឬទេ? (សំណួរទី១២)	តើក្រុមហ៊ុនមានប្រព័ន្ធដើម្បីវាស់វែង គ្រប់គ្រង រាយការណ៍អំពីផលប៉ះពាល់លើ BoP ដែរឬទេ? (សំណួរទី១៤)	
	<p>គ្មាន</p> <p>អត់ទេ ដោយសារ...</p> <ul style="list-style-type: none"> ៣ គ្មានការចូលរួមដោយផ្ទាល់ជាមួយ BoP ៥ មិនមានចេតនាចូលរួមជាមួយ BoP 	<p>គ្មាន</p> <p>អត់ទេ ដោយសារ...</p> <ul style="list-style-type: none"> ៣ ក្រុមហ៊ុនមិនល្អយាមសម្រេចលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុទេ។ ៥ ក្រុមហ៊ុនមិនអនុវត្តតាមវិធីសាស្ត្រ IB 	<p>គ្មាន</p>	<p>គ្មាន</p>	<p>មាន</p>
ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	<ul style="list-style-type: none"> ៣ ក្រុមហ៊ុនគឺដូចជាអាជីវកម្មទូទៅ (គ្មានការចូលរួមដោយផ្ទាល់) ៥ ក្រុមហ៊ុនអាចជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដោយអត់ចេតនា (គ្មានចេតនា) 	<ul style="list-style-type: none"> ៣ ក្រុមហ៊ុនគឺដូចជាអង្គការដែលជំរុញសហគ្រាសសង្គម ៥ ក្រុមហ៊ុនគឺដូចជាអាជីវកម្មទូទៅដែលមានសកម្មភាព CSR 	វាទំនងជាវិធីសាស្ត្រលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់អ្នកមិនទាន់សម្រេចបាននូវសក្តានុពលពេញលេញ ប្រហែលជាអ្នកកំពុងស្ថិតនៅក្នុងដំណាក់កាលដំបូង។	វាទំនងជាក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកបានធ្វើកិច្ចការបរិយាប័ន្ន ប៉ុន្តែដើម្បីបញ្ជាក់ វា ហើយប្រើវាអ្នកត្រូវតែអាចបង្ហាញពីផលប៉ះពាល់របស់អ្នក។	វាដូចជាក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកមានកិច្ចការបរិយាប័ន្ន។
ការប្រែក្លាយទៅជា អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលអាចធ្វើទៅបាន	<p>ការបញ្ចូល BoP ដោយចេតនាទៅក្នុងខ្សែច្រកកែច្នៃស្នូលតាមរយៈរបៀបចូលរួមមួយ។</p> <p>↓</p> <p>គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន</p>	<ul style="list-style-type: none"> ៣ ការបង្កើនលទ្ធភាពពាណិជ្ជកម្ម ដោយកាត់បន្ថយការរឹងមាំផ្នែកលើជំនួយ និងមូលនិធិម្ចាស់ជំនួយ តាមរយៈសកម្មភាពបង្កើតប្រាក់ចំណេញ។ ↓ គំនិតផ្តួចផ្តើមសហគ្រាសសង្គម ៥ ការបញ្ចូល BoP ទៅក្នុងខ្សែច្រកកែច្នៃបន្ទាប់បន្សំ ឬផ្នែកណាមួយ ↓ សកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន 	ការពង្រីក	<p>ការអនុវត្តប្រព័ន្ធវាស់វែង និងគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់</p> <p>↓</p> <p>គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលប្រសើរឡើង</p>	<p>ការពង្រឹងការបញ្ចូល BoP ដើម្បីបង្កើនផលប៉ះពាល់យ៉ាងស៊ីជម្រៅ និងលាន់ដល់ និងបង្កើនប្រាក់ចំណេញពាណិជ្ជកម្ម។</p> <p>↓</p> <p>គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលប្រសើរឡើង</p>
ការវាយតម្លៃសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	តួពិចារណាការវាយតម្លៃរបស់អ្នកក្រោមសំណួរទី ៦ និងទី ៧ តើការផ្លាស់ប្តូរអាចកើតឡើង ឬទំនងជាកើតឡើងកម្រិតណា?	សូមពិចារណាលើការវាយតម្លៃរបស់អ្នកក្រោមសំណួរទី១០ និងទី ១១ តើការផ្លាស់ប្តូរអាចកើតឡើង ឬទំនងជាកើតឡើងកម្រិតណា?	មូលដ្ឋានគ្រឹះល្អសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ប៉ុន្តែយុទ្ធសាស្ត្រពង្រីកអាជីវកម្មត្រូវតែអនុវត្តដើម្បីទទួលបានសក្តានុពលពេញលេញ។	មានសក្តានុពលខ្ពស់!	មានសក្តានុពលខ្ពស់ខ្លាំង!

៤. ដំហានបន្ទាប់ និងរបៀបប្រើប្រាស់ការវាយតម្លៃការត្រៀមខ្លួនរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

បន្ទាប់ពីធ្វើការវាយតម្លៃ អ្នកត្រូវតែមានការយល់ដឹងកាន់តែច្បាស់អំពីសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ក្រុមហ៊ុនអ្នក និងការផ្លាស់ប្តូរដែលត្រូវអនុវត្តដើម្បីក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬឆ្ពោះទៅរកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ តើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក/តើអ្នកត្រៀមខ្លួនហើយឬនៅក្នុងការធ្វើដំណើរលើផ្លូវទៅកាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន?

ក) អ្នកមិនទាន់ប្រាកដនៅឡើយទេ ហើយត្រូវការព័ត៌មានបន្ថែម

ប្រសិនបើអ្នកកាន់តែចាប់អារម្មណ៍ ឬបានទទួលការលើកទឹកចិត្តចំពោះអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬអ្នកត្រូវការព័ត៌មានបន្ថែមដើម្បីដុសខាត់ចំណេះដឹងរបស់អ្នក យើងខ្ញុំ សូមណែនាំពិសេសក្តីលម្អិតបន្ថែមនៅក្រោមផ្នែកទី៥។

ខ) ក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកកំពុងអនុវត្តតាមវិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរួចហើយ

ប្រសើរណាស់! ប្រសិនបើអ្នកគិតថាក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកមានគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អ្នកអាចប្រើទម្រង់វាយតម្លៃការត្រៀមខ្លួនរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដើម្បីទាក់ទងលេខាធិការដ្ឋានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដើម្បីពិចារណាសម្រាប់ការវាយតម្លៃទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ សូមចងចាំថា ត្រូវបំពេញព័ត៌មានក្រុមហ៊ុននៅក្នុងផ្នែកទី ១។

តើការវាយតម្លៃទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាអ្វី?

ការវាយតម្លៃទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាប្រព័ន្ធដែលមានតម្លាភាពដើម្បីបញ្ជាក់ពីលក្ខណៈសម្បត្តិរបស់ ក្រុមហ៊ុនក្នុងនាមអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

ស្វែងយល់បន្ថែមពីការទទួលស្គាល់ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

សូមទំនាក់ទំនងលេខាធិការដ្ឋានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន តាមរយៈ: ibeecsecretariat@gmail.com

គ) អ្នកអាចស្រមៃយ៉ាងមត់ចត់ក្នុងការធ្វើការផ្លាស់ប្តូរឆ្ពោះទៅរកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អស្ចារ្យណាស់! សូមទាក់ទងលេខាធិការដ្ឋានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន IBeeC (ibeecsecretariat@gmail.com) ហើយសាកសួរព័ត៌មានបន្ថែមអំពីជំនួយការបង្វិក និងការណែនាំ សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (ដែលមានសក្តានុពល)។ សូមចាំថាត្រូវធ្វើការបំបែករណ៍ទី១ ការវាយតម្លៃការត្រៀមខ្លួនរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលបានបំពេញរួច (ដោយបញ្ចូលព័ត៌មានក្រុមហ៊ុននៅក្នុងផ្នែកទី១) នៅក្នុងអ៊ីមែល។

៥. ព័ត៌មានបន្ថែមអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

តំណភ្ជាប់ទៅកាន់ ឯកសារ បោះពុម្ពផ្សាយ/ឧបករណ៍	ខ្លឹមសារ	ព័ត៌មានទូទៅ
លក្ខណៈនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន លក្ខណៈខុសពីគេរបស់អាជីវកម្មដែលចូលរួមនៅបាតនៃពិរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP)	មុខងារអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB) ជាការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពលើក្របខណ្ឌសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន អ្នកបង្កើតគោលនយោបាយ និងវិនិយោគិនអំពីអត្ថន័យនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។	ចេញផ្សាយដោយបណ្តាញសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (iBAN), Business Call to Action (BCTA), ឆ្នាំ២០២១
ក្របខណ្ឌការងារអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន G20	របាយការណ៍នេះដាក់ចេញនូវក្របខណ្ឌដែលកំណត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន កំណត់អនុសាសន៍ដើម្បីបើកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងណែនាំផ្លូវឆ្ពោះទៅមុខសម្រាប់រដ្ឋាភិបាលវិស័យឯកជន និងអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត។	ចេញផ្សាយដោយ G20 Development Working Group ឆ្នាំ២០១៦
ការវិនិច្ឆ័យភាពចាស់ទុំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	ការវិនិច្ឆ័យភាពចាស់ទុំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីយល់ពីភាពចាស់ទុំនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ភាពចាស់ទុំនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននឹងជួយឱ្យអាជីវកម្មយល់ពីជំហានបន្ទាប់របស់ខ្លួនក្នុងការសម្រេចបាននូវអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលមានចីរភាព និងពាក់ព័ន្ធនឹង SDG។	ចេញផ្សាយដោយ Business Call to Action (BCTA)
ការអភិវឌ្ឍនិងពង្រីកគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	វគ្គសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក «ការអភិវឌ្ឍនិងពង្រីកគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន» ត្រូវបានរៀបរៀងឡើងសម្រាប់តួអង្គជាច្រើនពីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	ចេញផ្សាយដោយ៖ បណ្តាញសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

	<p>យ៉ាប័ន្ត (IB) ជាពិសេសក្រុមហ៊ុន និងអន្តរការី វាពន្យល់ពីមុខងារ ផែនទីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ត និងផ្តល់ ឧបករណ៍ដ៏មានតម្លៃក្នុងការ អនុវត្តជាក់ស្តែងសម្រាប់ផ្ទៃក្នុងស្ថាប័ន និងសហគ្រិន។ ឧបករណ៍ទាំងអស់ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយអ្នកនាំចេញ ដែលបានបង្កើតឡើងពីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ត ។ យើងអាចប្រើវាដើម្បីពង្រីក និងផ្លាស់ប្តូរក្រុមហ៊ុនដោយការរួមបញ្ចូលប្រជាជនដែលនៅ បាតនៃពិវាមិតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) ទៅក្នុងគំរូអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។</p>	<p>ក្រុមគោលដៅ៖</p> <ul style="list-style-type: none"> • អ្នកផ្តល់សេវាអភិវឌ្ឍន៍ អាជីវកម្ម • សហគ្រាសវិកចចម្រើន • សហគ្រាសសង្គម • ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ (គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ធនាគារជាដើម) • វិនិយោគិនផលសង្គម <p>ចេញផ្សាយនៅ៖ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២ ភាសា៖ អង់គ្លេស ទម្រង់៖ អនឡាញ ម៉ូឌុលសំខាន់ៗ៣ ដែលមានពី១៥- ១២០នាទីក្នុងមួយម៉ូឌុល។</p>
<p>ការណែនាំអាជីវកម្ម បរិយាប័ន្ត</p>	<p>វគ្គសិក្សាណែនាំទូទៅនេះ ផ្តល់ចំណេះដឹងជាមូលដ្ឋានលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ត (IB) និយមន័យ និងមុខងាររបស់វា។ វគ្គសិក្សានេះក៏កំណត់ប៉ារ៉ាម៉ែត្រនៃក្រុមគោលដៅ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ត និងរបៀបដែលពួកគេចូលរួមនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ។ វារៀបរាប់ពីវិស័យផ្សេងៗដែលប្រជាជនដែលនៅ បាតនៃពិវាមិតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) បានចូលរួម កំណត់វិធីសាស្ត្រ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ត ផ្សេងៗគ្នា និងបង្ហាញពីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ត។ សរុបមក វគ្គណែនាំនេះបង្កើតករណីសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ត និងបង្ហាញពីផលប៉ះពាល់វិជ្ជមានរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្តលើ SDG។</p>	<p>ចេញផ្សាយដោយ៖ បណ្តាញសកម្មភាពអាជីវកម្ម បរិយាប័ន្ត ចេញផ្សាយនៅ៖ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២២ ភាសា៖ អង់គ្លេស អេស្ប៉ាញ បារាំង ទម្រង់៖ អនឡាញ ម៉ូឌុលសំខាន់ៗ៤ ដែលមានពី១៥- ៩០នាទីក្នុងមួយម៉ូឌុល។</p>

ឧបសម្ព័ន្ធ

ការពិចារណា និងការគាំទ្រ

ព័ត៌មានទាំងអស់ត្រូវបានដកស្រង់ពីឯកសារខាងក្រោម ដូចដែលបានបង្ហាញនៅក្នុងអត្ថបទដែលពាក់ព័ន្ធ៖

- លក្ខណៈនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ត៖ លក្ខណៈខុសពីគេរបស់អាជីវកម្មដែលចូលរួមនៅ បាតនៃពិវាមិតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) ចេញផ្សាយដោយបណ្តាញសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ត (IBAN), Business Call to Action (BCTA), ឆ្នាំ២០២១
- ក្របខណ្ឌការងារអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ត G20 ចេញផ្សាយដោយក្រុមការងារអភិវឌ្ឍន៍ G20 ឆ្នាំ២០១៥

សំណួរក្រោមចំណុច ២.១

តើ BOP ជាអ្វី?

ប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពិវាមិតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) សំដៅលើបុគ្គលក្រីក្រ និងមានប្រាក់ចំណូលទាប ដែលខ្វះលទ្ធភាពទទួលបានទំនិញ សេវាកម្ម និងឱកាស ហើយត្រូវបានពិពណ៌នាយ៉ាងទូលំទូលាយថាជាអ្នកដែលមានប្រាក់ចំណូលនៅមានកម្រិត។ វាត្រូវបានទទួលយកជាទូទៅថា BoP លាតសន្ធឹងលើសពីអ្នកក្រខ្លាំង ហើយរួមបញ្ចូលអ្នកដែលមានហានិភ័យក្នុងការធ្លាក់ចូលទៅក្នុងភាពក្រីក្រវិញ។ កម្រិតប្រាក់ចំណូលសកលដែលប្រើជាទូទៅសម្រាប់ BoP គឺ \$៨ PPP ក្នុងមនុស្សម្នាក់ក្នុងមួយថ្ងៃ (G20/N4B)។ អង្គការមួយចំនួនក៏ប្រើគំនិតនៃ «បាត ៤០%» នៃពិវាមិតប្រាក់ចំណូលរបស់ប្រទេសមួយ ដើម្បីគណនាបរិបទជាក់លាក់របស់ប្រទេស។

ដើម្បីឱ្យ BoP ចូលរួមប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ក្រុមហ៊ុននានាអាចពិចារណាដោយប្រើកញ្ចក់ឆ្លុះបញ្ចាំងជាច្រើន។ អាស្រ័យលើបទពិសោធន៍ BoP អាចរួមបញ្ចូលស្ត្រី និងក្រុមយេនឌ័រភាគតិច ប្រជាជនជួរមុខទីលំនៅ ជនពិការ និងបុគ្គលដែលមានអត្តសញ្ញាណសង្គមផ្សេងទៀតដែលអាចមានឥទ្ធិពលលើវិធីសាស្ត្រនៃការចូលរួម។ (ប្រភព៖ លក្ខណៈនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទំព័រទី៤)

តើការចូលរួមដោយផ្ទាល់មានន័យដូចម្តេច? តើរបៀបនៃការចូលរួមមានខុសៗពីគ្នាអ្វីខ្លះ?

ក្រុមហ៊ុនមួយចូលរួមដោយផ្ទាល់ជាមួយ BoP ប្រសិនបើវារួមបញ្ចូលវានៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃរបស់វា។ វាមាន ៥ របៀបខុសៗគ្នា នៃការចូលរួម BoP ដោយផ្ទាល់ ពោលគឺការរួមបញ្ចូលដូចជា៖

- អ្នកប្រើប្រាស់
- អ្នកផ្គត់ផ្គង់
- អ្នកចែកចាយ
- អ្នកលក់រាយ
- កម្មករនិយោជិត

(ប្រភព៖ លក្ខណៈនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទំព័រទី ៣)

តើផលប៉ះពាល់វិជ្ជមាន និងបញ្ហាស្នូលនៃ BoPមានអត្ថន័យបែបណា? តើចេតនាមានន័យដូចម្តេច?

អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នមានគោលបំណងរួមបញ្ចូល BoP ទៅក្នុងអាជីវកម្មដោយឱ្យពួកគេចូលរួមជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ អ្នកចែកចាយ អ្នកលក់រាយ កម្មករនិយោជិត ឬអតិថិជន ក្នុងលក្ខណៈស្វែងរកការបង្កើតផលប៉ះពាល់សង្គមវិជ្ជមាន ដូចជា ឱកាសរស់នៅដែលប្រសើរឡើង ការបង្កើនប្រាក់ចំណូល ឬការទទួលបានទំនិញ និងសេវាកម្មដែលពាក់ព័ន្ធ និងមានតម្លៃសមរម្យសម្រាប់ BoP។ ចេតនាត្រូវបានលើកឡើងយ៉ាងច្បាស់នៅក្នុងលក្ខណៈនេះ ដោយសារតែវាមានន័យថាអាជីវកម្មមានគោលបំណងបង្កើតការចូលរួមជាវិជ្ជមានជាមួយ BoP ដែលជាផ្នែកនៃយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ មិនថាត្រូវបានជំរុញដោយឱកាសអាជីវកម្ម ឬបំណងប្រាថ្នាសម្រាប់ផលប៉ះពាល់សង្គម ឬទាំងផលប៉ះពាល់វិជ្ជមានលើប្រជាជនដែលមានចំណូលទាប គឺជាចេតនា និងមិនមែនជាលទ្ធផលដែលកើតឡើងដោយប្រយោលទេ។

(ប្រភព៖ លក្ខណៈនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទំព័រទី ៥)

សំណួរក្រោមចំណុច ២.២

តើលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុមានន័យដូចម្តេច?

លទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុគឺជាសមត្ថភាពរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលអាចរាយ និងប្រកួតប្រជែងក្នុងរយៈពេលយូរក្នុងលក្ខណៈទ្រទ្រង់ខ្លួនឯង វាគ្របដណ្តប់លើការចំណាយ និងបំពេញតម្រូវការរបស់អ្នកវិនិយោគ បុគ្គលិក និងអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត។ លទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែក ហិរញ្ញវត្ថុជួយធានាថាសមត្ថភាពបរិយាប័ន្នត្រូវបានបង្កើតជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ទ្រទ្រង់ដោយគំរូអាជីវកម្មដែលមានមុខងារ ដែលត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីឱ្យមាននិរន្តរភាពក្នុងរយៈពេលយូរ។ វាក៏លើកទឹកចិត្តដល់អាជីវកម្មឱ្យប្រព្រឹត្តចំពោះភាគីពាក់ព័ន្ធរបស់ BoP ក្នុងនាមជាដៃគូអាជីវកម្ម និង/ឬអតិថិជនមានតម្លៃ មិនមែនជាអ្នកទទួលបានផលនោះទេ។ អាជីវកម្មដែលមានលទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែក ហិរញ្ញវត្ថុអាចសម្រេចបានផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុអាចប្រើប្រាស់ទម្រង់ដើមទុនជាច្រើនដើម្បីជំរុញការងាររបស់ខ្លួន រួមទាំងពាណិជ្ជកម្ម សម្បទាន ឬសប្បុរសធម៌សុទ្ធសាធ។ វាក៏អាចធ្វើឱ្យអាជីវកម្មអាចវិនិយោគប្រាក់ចំណេញឡើងវិញ និងពង្រីកការចូលរួមរបស់ខ្លួនជាមួយនិងប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពីរម៉ែតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) ។

(ប្រភព៖ លក្ខណៈនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទំព័រទី ៦)

វិធីសាស្ត្រសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖

មានវិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មផ្សេងគ្នាដើម្បីចូលរួមជាមួយ BoP ។ នៅក្នុងតារាងខាងក្រោម អ្នកអាចមើលឃើញវិធីសាស្ត្រចំនួនបីលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ តាមទស្សនៈអាជីវកម្ម គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាវិធីសាស្ត្រប្រកបដោយចីរភាពបំផុត ព្រោះវាអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនចូលរួម និងជះឥទ្ធិពលដល់ BoP ក្នុងលក្ខណៈទ្រទ្រង់ខ្លួនឯង (លទ្ធភាពផ្តល់ផលចំណេញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ/ពាណិជ្ជកម្ម)។

	គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	សកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	គំនិតផ្តួចផ្តើមសហគ្រាសសង្គម
ទំនាក់ទំនង BOP ជាមួយនិងអាជីវកម្ម	ខ្សែច្រវាក់តម្លៃស្នូល	បន្ទាប់បន្សំ	បន្ទាប់បន្សំ ឬខ្សែច្រវាក់តម្លៃស្នូល

ការវិនិយោគក្នុងវិស័យធុនតូច	ផលចំណេញពីទីផ្សារ	ផលចំណេញពីទីផ្សារឬក្រោមផលចំណេញពីទីផ្សារ	មិនចំណេញអតិបរមា
ប្រភេទមូលនិធិចម្បង	ពាណិជ្ជកម្ម	ពាណិជ្ជកម្ម	លាយបញ្ចូលគ្នា

(ប្រភព៖ ក្របខណ្ឌអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន G20 ទំព័រ ៥)

សំណួរក្រោមចំណុច ២.៣

ការពង្រីកអាជីវកម្ម

ផ្សារភ្ជាប់យ៉ាងជិតស្និទ្ធនឹងនិរន្តរភាពហិរញ្ញវត្ថុ អាជីវកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធផល ដោយសារអាជីវកម្មទទួលបានដំណើរការដែលមានប្រសិទ្ធផលជាងមុន។ ការពង្រីកអាជីវកម្មសំដៅទៅលើការរីកចម្រើននៃ ផ្ទៃក្រឡាផលចំណេញច្រើនជាងខាត ដោយសារអាជីវកម្មជាមធ្យមមានប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធផលបំផុតក្នុងការបង្កើនផលប៉ះពាល់សង្គម ដោយផ្អែកលើគំរូប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីបំពេញតម្រូវការផលិតផល និងសេវាកម្មដែលពាក់ព័ន្ធ។ សូមពិចារណាថាមនុស្ស ៤៥ ពាន់លាននាក់ដែលរស់នៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) តំណាងឱ្យទីផ្សារអ្នកប្រើប្រាស់ពិភពលោកចំនួន ៥ ពាន់លានដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំ ប៉ុន្តែក៏ចាំបាច់ត្រូវគិតឱ្យធំ និងជាឱកាសកាន់តែច្បាស់ដែរ។ សក្តានុពលនៃការពង្រីកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក៏អាចទាក់ទាញវិនិយោគិនសង្គមដែល នៅពេលដែលពួកគេព្យាយាមបង្កើនផលប៉ះពាល់នៃការអភិវឌ្ឍក្នុងទឹកប្រាក់មួយដុល្លារៗដែលគេបានវិនិយោគ។ ការពង្រីកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចមកជាមួយបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួន ដែលកំណត់យុទ្ធសាស្ត្រពង្រីកអាជីវកម្មបានល្អបំផុត។ ការកំណត់គោលដៅ BoP អាចមានន័យថា ប្រាក់ចំណូលទាបសម្រាប់អតិថិជនម្នាក់ ការទទួលយកហានិភ័យជាក់លាក់ និង/ឬចំណាយប្រតិបត្តិការខ្ពស់ជាងអភិវឌ្ឍ ឬចំណូលទីផ្សារខ្ពស់ជាង។ ជាលទ្ធផល អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នត្រូវមានគោលដៅសម្រាប់ការពង្រីកអាជីវកម្ម ឧទាហរណ៍ តាមរយៈការបម្រើមូលដ្ឋានអតិថិជន BoP ដ៏ធំ ដើម្បីធ្វើឱ្យវាក្លាយជាឱកាសអាជីវកម្មដែលទទួលបានផលចំណេញ។ (ប្រភព៖ លក្ខណៈនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទំព័រទី ៧)

សំណួរក្រោមចំណុច ២.៤

ការវាស់វែង និងគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់

ការវាស់វែង និងការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់ គឺជាគន្លឹះក្នុងការលើកកម្ពស់លទ្ធផលវិជ្ជមានសុទ្ធសម្រាប់ប្រជាជនដែលនៅ បាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) ។ ផលប៉ះពាល់គឺជាការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងលទ្ធផលវិជ្ជមាន ឬអវិជ្ជមានសម្រាប់មនុស្ស ឬក្រុមផែនដី។ ការវាស់វែងផលប៉ះពាល់ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាបរិមាណនៃការផ្លាស់ប្តូរលទ្ធផលសម្រាប់ BoP ខណៈដែលការគ្រប់គ្រងផលប៉ះពាល់គឺជាដំណើរការនៃការកាត់បន្ថយការផ្លាស់ប្តូរអវិជ្ជមាន និងបង្កើនការផ្លាស់ប្តូរវិជ្ជមានសម្រាប់ BoP។ តាមរយៈមុខងារនេះ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទទួលបានការយល់ដឹងអំពីផលប៉ះពាល់របស់ពួកគេលើប្រជាជនដែលនៅ បាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) ដើម្បីសម្របដំណើរការ និងគំរូអាជីវកម្មរបស់ពួកគេឱ្យស្របតាម។ (ប្រភព៖ លក្ខណៈនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទំព័រទី ៨)



បណ្តាញសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (iBAN)

បណ្តាញសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (iBAN) គឺជាគំនិតផ្តួចផ្តើមសកលដែលគាំទ្រដល់ការពង្រីក និងការចម្លងគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ តាមរយៈវិធីសាស្ត្រយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួន iBAN គាំទ្រក្រុមហ៊ុន ជាមួយនឹងកម្មវិធីគ្រៀមខ្លួនវិនិយោគដែលសមស្រប និងបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រគោលនយោបាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នថ្នាក់ជាតិជាមួយអ្នកបង្កើតគោលនយោបាយ។

ក្នុងកម្រិតសកល iBAN គ្រប់គ្រងវេទិកាចំណេះដឹងអន្តរជាតិដ៏ធំបំផុត (www.inclusivebusiness.net) សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ iBAN បង្កើតកន្លែងមួយដែលចំណេះដឹងផ្នែកលើកស្តុកតាំង ផ្លាស់ប្តូរទៅជាការរៀនសូត្រ និងដៃគូថ្មី។ ជាមួយនឹងការផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់របស់ខ្លួនលើការលើកកម្ពស់គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទូទាំង ហើយជាលទ្ធផលបានជួយពង្រឹងដល់ការរស់នៅរបស់ប្រជាជនក្រីក្រ iBAN កំពុងរួមចំណែកយ៉ាងសកម្មក្នុងការសម្រេចបាននូវគោលដៅអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាពរបស់អង្គការសហប្រជាជាតិ។

iBAN ទទួលបានជំនួយពីក្រសួងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច នៃប្រទេសអាឡឺម៉ង់ និងអនុវត្តដោយអង្គការ Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH។ ដំណាក់កាលមុននៃគម្រោងនេះ (០១/២០១៧ - ១២/២០២១) ត្រូវបានគាំទ្រដោយសហភាពអឺរ៉ុប។

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



Emerging Markets Consulting (EMC)

Emerging Markets Consulting គឺជាក្រុមហ៊ុនប្រឹក្សាយោបល់ដែលមានមូលដ្ឋានក្នុងស្រុកដែលនាំមកនូវការអនុវត្តល្អបំផុតទាំងវិស័យឯកជន និងការអភិវឌ្ឍនៅក្នុងតំបន់ទន្លេមេគង្គ។

ជាមួយនឹងសេវាកម្មបន្តជាប់គ្នាក្នុងរយៈពេល ១២ឆ្នាំជាងមកនេះ ស្ថាប័ននេះបានបញ្ចប់គម្រោងចំនួន ៣៥០គម្រោង ដោយមានបុគ្គលិកអចិន្ត្រៃយ៍ដែលប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការរស់នៅ និងធ្វើការនៅក្នុងតំបន់ EMC វិនិយោគទាំងស្រុងទៅលើភាពជោគជ័យរបស់អ្នក ហើយជាពិសេសអាចគាំទ្រដល់ការរីកចម្រើនរយៈពេលវែងរបស់អ្នក។

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



GlobalCAD - មជ្ឈមណ្ឌលនៃភាពជាដៃគូសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ

GlobalCAD គឺជាក្រុមហ៊ុនប្រឹក្សាអន្តរជាតិដែលមានបទពិសោធជាង១៥ឆ្នាំលើគម្រោងឈានមុខគេដែលមានផលជះខ្ពស់ដល់សង្គម សេដ្ឋកិច្ច និងបរិស្ថាន។ ស្ថាប័ននេះបង្កើតជាបណ្តាញអ្នកជំនាញទូទាំងពិភពលោកលើការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព និងបរិយាប័ន្ន។ ពួកគេរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រដោយផ្អែកលើសម្ព័ន្ធភាព ដោយផ្តល់នូវដំណោះស្រាយរួម និងផ្លាស់ប្តូរដែលឆ្លើយតបទៅនឹងបញ្ហាប្រឈមជាសកលជាច្រើន។ សេវាកម្មទាំងនេះរួមមានការស្រាវជ្រាវ ដំបូន្មានយុទ្ធសាស្ត្រ ការគាំទ្របច្ចេកទេស ការបណ្តុះបណ្តាល និងការកសាងសមត្ថភាពក្នុងផ្នែកនៃភាពជាដៃគូចម្រុះវិស័យ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងការអភិវឌ្ឍវិស័យឯកជន សេដ្ឋកិច្ចបែតង ការបន្សុំ និងការកាត់បន្ថយការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងសមភាពយេនឌ័រ ។

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

មគ្គុទ្ទេសក៍បង្កាត់បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB-CM) នេះត្រូវបានផលិតឡើងដោយ Global CAD និង EMC និងគាំទ្រដោយ iBAN ។



INCLUSIVEBUSINESS.NET