

ការវិនិច្ឆ័យជាលក្ខណៈស៊ីជម្រៅលើការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

ឧបករណ៍ដើម្បីបង្កើតផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដោយប្រើឧបករណ៍ជាក់ស្តែង និងគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

ឧបករណ៍ ទី ៣



Photo: © stockadobe.com / Drobot-Dean

ឧបករណ៍ទី៣ «ការវិនិច្ឆ័យជាលក្ខណៈស៊ីជម្រៅលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន»
គឺជាផ្នែកមួយនៃមគ្គុទ្ទេសក៍អំពីការបង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB-CM)។
មគ្គុទ្ទេសក៍នេះផ្តល់ព័ត៌មានប្រក្រតី និងការណែនាំសម្រាប់អ្នកជំនាញការ
និងសមាគមអាជីវកម្មដែលគាំទ្រដល់សហគ្រិនដែលប្រាថ្នាចង់ដំណើរការអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB)។
ក្រៅពីឧបករណ៍ទី៣នេះ មគ្គុទ្ទេសក៍នេះក៏មានឧបករណ៍ផ្សេងទៀតផងដែរ៖

- **ឧបករណ៍ទី ១ “ការវាយតម្លៃការត្រៀមខ្លួនសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន”**
ជាឧបករណ៍ដើម្បីវិភាគស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នរបស់ក្រុមហ៊ុន
និងកំណត់សក្តានុពលរបស់សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
- **ឧបករណ៍ទី ២ “ការប្រែក្លាយទៅកាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន”**
ជាឧបករណ៍ដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណផ្នែកផ្សេងៗនៃក្រុមហ៊ុនដែលមានសក្តានុពលខ្លាំងបំផុតសម្រាប់អាជីវកម្ម
បរិយាប័ន្ន និងដើម្បីបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រផ្លាស់ប្តូរ។
- **ឧបករណ៍ទី ៤ “ការណែនាំនៅក្នុងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន”**
ជាការណែនាំសម្រាប់សហគ្រិនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលមានបទពិសោធន៍
ដែលចង់បង្ហាញសហគ្រិនដែលកំពុងព្យាយាមបង្កើតបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នថ្មី
ឬបង្វែរបន្ទាត់អាជីវកម្មដែលមានស្រាប់របស់ពួកគេឱ្យមានបរិយាប័ន្ន។
- **មគ្គុទ្ទេសក៍បង្ហាញវិធីសាស្ត្រប្រែក្លាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB-CM) សម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា - IB-CM**
មានគោលបំណងសម្រាប់អ្នកជំនាញការធុរកិច្ច
និងអ្នកសម្របសម្រួលដែលធ្វើការជាមួយក្រុមហ៊ុនដែលចង់បង្កើតបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នថ្មី
ឬចង់បង្វែរបន្ទាត់អាជីវកម្មដែលមានស្រាប់របស់ពួកគេទៅជាបរិយាប័ន្ន។
បន្ថែមពីលើគោលការណ៍ណែនាំទូទៅសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា
ឯកសារនេះណែនាំឧបករណ៍ជាក់ស្តែងចំនួនបួន ដើម្បីគាំទ្រដល់ដំណើរការបណ្តុះបណ្តាល និងការណែនាំ។

របៀបប្រើប្រាស់ឧបករណ៍នេះ

អ្នកជំនាញការបញ្ចប់ផ្នែកនីមួយៗនៃឧបករណ៍នៅក្នុងការប្រជុំជាមួយក្រុមហ៊ុន។
វាអាចតម្រូវឱ្យមានការប្រជុំពី២ទៅ៣ដងជាមួយក្រុមហ៊ុនដើម្បីកំណត់ និងវាយតម្លៃព័ត៌មានទាំងអស់ដែលពាក់ព័ន្ធ។
មានផ្នែកទី៣នៅក្នុងឧបករណ៍នេះ ដែលផ្នែកនីមួយៗកំណត់អត្តសញ្ញាណគោលបំណងនៃផ្នែកនេះ
និងលទ្ធផលដែលគេរំពឹងថាអ្នកជំនាញការនឹងវាយតម្លៃ និងកំណត់អត្តសញ្ញាណ។ ផ្នែកទាំងនេះមានដូចខាងក្រោម៖

ផ្នែកទី១៖ ការយល់ដឹងអំពីបញ្ហាប្រឈមនៃការប្រែក្លាយទៅកាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖
ផ្នែកនេះមានគោលបំណងស្វែងយល់ពីប្រភេទនៃការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសក្តានុពល
និងវិធីសាស្ត្រវិធីសាស្ត្រដែលត្រូវការ ដើម្បីប្រែក្លាយ។

ផ្នែកទី២៖ ការពង្រឹងការផ្លាស់ប្តូរទៅកាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន តាមរយៈប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។
ផ្នែកទី ២ មានឧបករណ៍ចាំបាច់ដើម្បីអនុវត្តការប្រែក្លាយនៅក្នុងបណ្តា
កត្តាមូលដ្ឋានសម្រាប់សំខាន់ៗចំនួនបីនៃអាជីវកម្ម
បរិយាប័ន្ន៖

- ១. **ការប្រែក្លាយតាមរយៈប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម៖** ការពង្រឹងលទ្ធភាពពាណិជ្ជកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ២. **ការផ្លាស់ប្តូរតាមរយៈខ្សែច្រវាក់តម្លៃ៖** ការពង្រឹងបណ្តាភក្តាមូលដ្ឋានសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន
របស់ក្រុមហ៊ុនតាមរយៈខ្សែច្រវាក់តម្លៃរបស់វា
- ៣. **ការផ្លាស់ប្តូរតាមរយៈការវាស់វែងផលប៉ះពាល់៖**
ការកែលម្អរបៀបដែលក្រុមហ៊ុនកំពុងវាស់វែងផលប៉ះពាល់របស់ខ្លួនលើ
ប្រជាជនដែលនៅបាតនៃពីរាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម។

ផ្នែកទី ៣៖ ការរៀបចំផែនការសកម្មភាពប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ នៅក្នុងផ្នែកនេះ ក្រុមហ៊ុននឹងរកឃើញ
ឧបករណ៍ដ៏មានអានុភាពដើម្បីសំយោគ និងស្នើសកម្មភាពជាក់ស្តែងដែលអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេប្រែក្លាយ
ទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ការរៀបចំផែនការសកម្មភាពគួរ
ជាការសិក្សាចុងក្រោយនៃទិន្នន័យដែលផ្តល់ដោយឧបករណ៍ទី ២ និងឧបករណ៍ទី ៣។ ការវិភាគនេះក៏ធ្វើឱ្យអាច
ស្រមៃមើលអនាគតរបស់ក្រុមហ៊ុនតាមរយៈការវិភាគស៊ីជម្រៅអំពីសមត្ថភាពរបស់ខ្លួន
ដើម្បីផ្តល់ជំនួយដល់សហគមន៍ BoP ការរៀបចំ និងបង្កើតជាប្រព័ន្ធដំណើរការយូរអង្វែង ព្រមទាំង
យុទ្ធសាស្ត្រដែលអាចផ្តល់ផលចំណេញ។

គោលបំណងនៃការវិនិច្ឆ័យជាលក្ខណៈស៊ីជម្រៅលើឧបករណ៍ការប្រែក្លាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

គោលបំណងនៃការវិនិច្ឆ័យលក្ខណៈស៊ីជម្រៅលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន សម្រាប់ការប្រែក្លាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺផ្តល់ឧបករណ៍ដល់អ្នកជំនាញការអាជីវកម្ម សម្រាប់ការវិភាគស៊ីជម្រៅនៃយុទ្ធសាស្ត្រសក្តានុពលដែលក្រុមហ៊ុនអាចអនុវត្តដើម្បីបង្កើតកម្រិតអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ជាមួយនឹងធនធានការវិភាគលម្អិតទាំងនេះ អ្នកជំនាញអាចគាំទ្រក្រុមហ៊ុននៅក្នុងផ្នែកផ្លាស់ប្តូរដែលពួកគេបានជ្រើសរើសជាមួយនឹងការអនុវត្តឧបករណ៍ទី ២ នៃមគ្គុទ្ទេសក៍នេះ។ ឧបករណ៍ទី៣ មិនត្រូវបានរៀបចំឡើងសម្រាប់ការណែនាំអំពីការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មនេះទេ ប៉ុន្តែគួរតែត្រូវបានប្រើសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដែលបានបង្កើតឡើងរួចហើយ (ធុនមធ្យម និងធំ និងក្នុងដំណាក់កាលនេះ ប៉ុន្តែមិនមែនអាជីវកម្មធុនមីក្រូទេ)។

តើឧបករណ៍នេះសម្រាប់អ្នកណា?

ដូចឧបករណ៍ទី ២ ដែរ ឧបករណ៍ទី ៣ ត្រូវបានរៀបចំឡើងសម្រាប់អ្នកជំនាញការអាជីវកម្មដែលចង់រៀនពីរបៀបផ្តល់ការណែនាំតាមបែបអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ឧបករណ៍នេះបន្តដំណើរការណែនាំដែលបានចាប់ផ្តើមនៅក្នុងឧបករណ៍២ ដោយធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនដែលចង់ក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬកែលម្អកម្រិតអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ពួកគេឱ្យកាន់តែមានសក្តានុពលខ្លាំងជាងមុន។ តាមរបៀបនេះ ឧបករណ៍បង្វិកនេះជួយបង្កើនលទ្ធភាពសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន និងសហគ្រិនក្នុងការជះផលប៉ះពាល់វិជ្ជមានលើគុណភាពជីវិត និងកម្រិតប្រាក់ចំណូលរបស់ BoP។ នេះហើយជាមូលហេតុដែលអ្នកជំនាញអាជីវកម្មអាចប្រើឧបករណ៍ទី ៣ ដើម្បីជួយក្រុមហ៊ុន និងសហគ្រិនឱ្យសម្រេចបានការប្រែក្លាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

ការវិនិច្ឆ័យជាលក្ខណៈស៊ីជម្រៅលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

ផ្នែកទី ១៖ ការយល់ដឹងអំពីបញ្ហាប្រឈមនៃការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

 **កំណត់ចំណាំសម្រាប់អ្នកជំនាញការ**

ឧបករណ៍ទី៣ គឺជាផ្នែកមួយនៃមគ្គុទ្ទេសក៍ IB C-M ដែលមានគោលបំណងបង្ហាញឧបករណ៍ជាបន្តបន្ទាប់ដែលមានបំណងជួយអ្នកជំនាញការលើកកម្ពស់ដំណើរការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ប្រសិនបើ**ឧបករណ៍ទី ១** គឺជាការវាយតម្លៃការត្រៀមខ្លួនសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB) ក្នុងទម្រង់នៃការវាយតម្លៃហ្វែមស៊ីមេនត៍ដើម្បីមើលថាតើខ្សែអាជីវកម្មមួយណាអាចមានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់ ឬអាចប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសក្តានុពលដែរឬទេ នោះ**ឧបករណ៍ទី ២** មានគោលបំណងកំណត់អត្តសញ្ញាណសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយ កំណត់ឱកាសនៃការផ្លាស់ប្តូរស្ថានភាពនៅក្នុងមូលដ្ឋានជាក់លាក់ចំនួនបី៖ ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន សកម្មភាពខ្សែច្រវាក់គុណតម្លៃ និងក្របខណ្ឌការវាស់វែងផលប៉ះពាល់របស់វា។ លទ្ធផលចុងក្រោយនៃឧបករណ៍ទី២ គឺជាផែនការសកម្មភាពផ្លាស់ប្តូរជាមួយនឹងឱកាសដែលក្រុមហ៊ុនអាចទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ ដើម្បីក្លាយជាក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នកាន់តែប្រសើរជាងមុន។

ផ្ទុយពីនេះ **ឧបករណ៍ទី៣** ផ្តល់នូវធនធានស៊ីជម្រៅបន្ថែមទៀតដើម្បីស្វែងយល់ពីចំណុចសំខាន់នៃការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដូច្នេះអ្នកជំនាញអាចប្រើវាជាឧបករណ៍ដើម្បីជួយក្រុមហ៊ុនឱ្យធ្វើការប្រែក្លាយផ្នែកដែលពួកគេចង់ប្រែក្លាយ។ ដើម្បីធ្វើដូច្នោះបាន ក្រុមហ៊ុននឹងបង្កើតផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ការប្រែក្លាយ ដោយប្រើគោលការណ៍ណែនាំ និងឧបករណ៍នៃកម្រិតអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ដូច្នេះ **គោលបំណង**នៃការវិនិច្ឆ័យលក្ខណៈស៊ីជម្រៅលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន សម្រាប់ការប្រែក្លាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺដើម្បីផ្តល់ជូនអ្នកជំនាញអាជីវកម្មនូវឧបករណ៍សម្រាប់ការវិភាគស៊ីជម្រៅនៃយុទ្ធសាស្ត្រសក្តានុពលដែលក្រុមហ៊ុន អាចអនុវត្តបាន ដើម្បីបង្កើតកម្រិតអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ជាមួយនឹងធនធាន វិភាគលម្អិតទាំងនេះ អ្នកជំនាញអាចជួយក្រុមហ៊ុនកែលម្អផ្នែកដែលពួកគេបានជ្រើសរើសធ្វើការផ្លាស់ប្តូរដោយអនុវត្តតាមឧបករណ៍ទី ២។

នៅក្នុងបរិបទនេះ

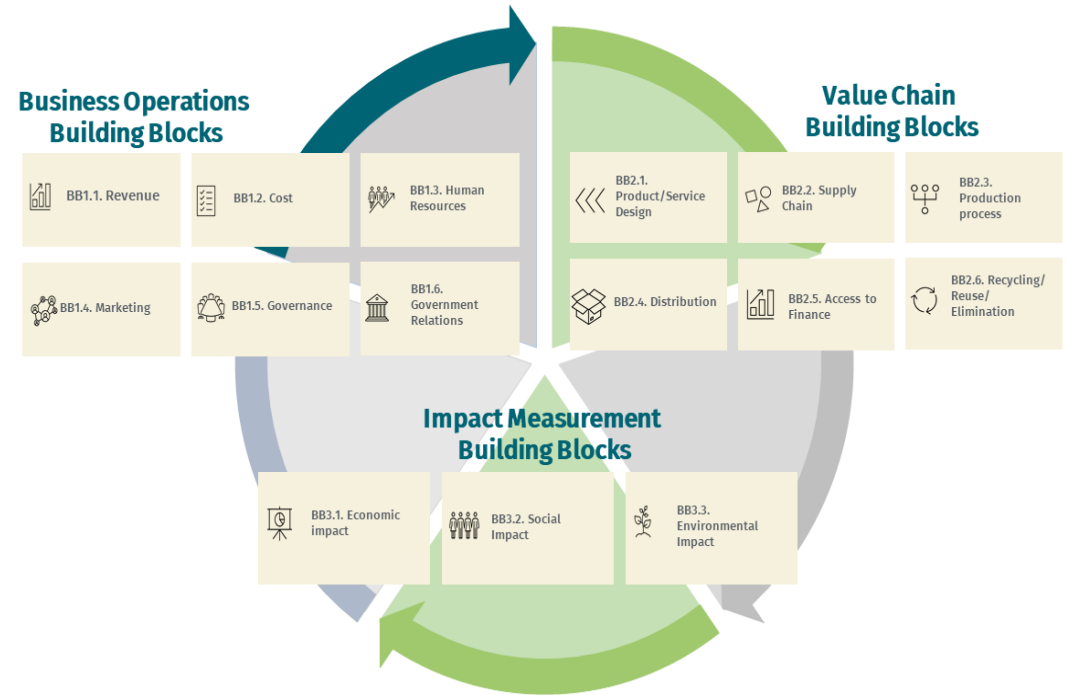
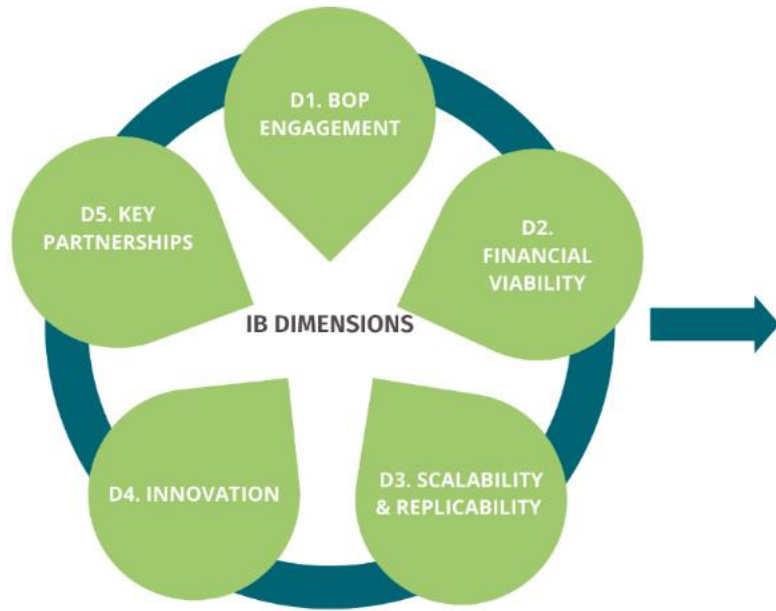
ឧបករណ៍ទី៣

ផ្តល់នូវធនធានស៊ីជម្រៅបន្ថែមទៀតសម្រាប់ការវិនិច្ឆ័យលក្ខណៈស៊ីជម្រៅលើចំណុចសំខាន់ៗនៃការផ្លាស់ប្តូររបស់ក្រុមហ៊ុន ដូច្នោះអ្នកជំនាញអាចប្រើវាជាឧបករណ៍ដើម្បីជួយក្រុមហ៊ុនឱ្យធ្វើការផ្លាស់ប្តូរផ្នែកដែលពួកគេបានជ្រើសរើស។

ដូចដែលបានរៀបរាប់នៅក្នុងក្របខណ្ឌគោលគំនិតនៅក្នុងឧបករណ៍ទី២ ទិដ្ឋភាពសំខាន់បំផុតដែលត្រូវយកមកពិចារណាគឺត្រូវដឹងថាក្រុមហ៊ុនកំពុងតែនៅចំណុចណា និងកន្លែងដែលពួកគេចង់ទៅ ដូច្នោះ តើក្រុមហ៊ុនកំពុងតែស្វែងរកការផ្លាស់ប្តូរបែបណាដែរ។ ខាងក្រោមនេះគឺជាជម្រើសទូទៅបំផុតមួយចំនួន៖

- ពីអាជីវកម្មទូទៅ ទៅជាបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន-បន្ទាត់អាជីវកម្មទូទៅ
- ពី CSR ទៅសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន
- ពីសហគ្រាសសង្គមដែលជំរុញដោយអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលទៅជាការផ្តួចផ្តើមអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន
- ពីគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទៅជាគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលប្រសើរជាងមុន

ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃវិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (ឧបករណ៍ទី២ និងឧបករណ៍ទី៣)



វិមាត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

D1. ការចូលរួមរបស់ BoP

គោលបំណងសំខាន់របស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺដើម្បីកែលម្អប្រាក់ចំណូល និងឱកាសចិញ្ចឹមជីវិត ឬការទទួលបាន ទំនិញ និងសេវាកម្មដែលពាក់ព័ន្ធ ដែលមានតម្លៃសមរម្យសម្រាប់ BoP។ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នផ្សារភ្ជាប់ BoP នៅក្នុងអាជីវកម្មស្នូលរបស់ខ្លួនតាមរយៈយុទ្ធសាស្ត្រនៃការភ្ជាប់ខ្សែច្រវាក់គុណតម្លៃជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ អ្នកចែកចាយ អ្នកលក់រាយ បុគ្គលិក ឬអតិថិជន តាមរបៀបដែលស្វែងរកការបង្កើតឥទ្ធិពលវិជ្ជមានដល់សង្គម។

D2. លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ

ក្រុមហ៊ុនមិនអាចមានដំណើរការបានដោយគ្មានលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុបានទេ។ ហើយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន វិញ វាក៏មិនមានករណីលើកលែងដែរ។ ដើម្បីចូលរួម BoP និងកែលម្អផលប៉ះពាល់វិជ្ជមានដល់សង្គម វាជាការចាំបាច់ក្នុងការបង្កើតអត្ថប្រយោជន៍គ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីគ្របដណ្តប់រចនាសម្ព័ន្ធផ្ទៃដើម និងអាចវិនិយោគឡើងវិញនៅក្នុងគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ គំរូលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុត្រូវតែជួយក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នឱ្យ៖

- រៀបចំផែនការចំណូល និងចំណាយនាពេលអនាគតដោយផ្អែកលើទិន្នន័យប្រវត្តិសាស្ត្រ និងការព្យាករណ៍នៃកត្តាទីផ្សារខាងក្រៅ។
- កំណត់បរិមាណថវិកាដែលយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្តត្រូវការដើម្បីអនុវត្តប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួនក្នុងរយៈពេល ពី៣ទៅ៥ឆ្នាំខាងមុខ។
- កំណត់ប្រភពនៃមូលនិធិ (បំណុល ទុន...)។
- រចនាគោលការណ៍សម្រាប់ការប្រើប្រាស់ និងការគ្រប់គ្រងមូលនិធិឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។

D3. ភាពអាចពង្រីកបាន & អាចចម្លងបាន

ដើម្បីសម្រេចបានការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន វាជាការសំខាន់ក្នុងការពង្រីក។ ភាពសមហេតុសមផលនៅពីក្រោយនេះគឺថា ប្រសិនបើអាជីវកម្មមួយរីកចម្រើន នោះសមត្ថភាពក្នុងការបង្កើតឥទ្ធិពលវិជ្ជមានដល់សង្គមក៏កើនឡើងផងដែរ។

D4. នវានុវត្តន៍

នវានុវត្តន៍អាចជួយឱ្យមានការពង្រីក និងបង្កើនការប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះ BoP។ តាមរយៈបច្ចេកវិទ្យាទូរសព្ទ ក្រុមហ៊ុន អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចចូលរួមជាមួយ BoP ដែលហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបែបប្រពៃណីជាធម្មតាបរាជ័យក្នុងការធ្វើដូច្នោះ។

D5. ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ

ភាពជាដៃគូអាចដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជួយក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្តក្នុងការធ្វើការពង្រីក។ ដើម្បីសម្រេចបានភាពជាដៃគូប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ជាញឹកញយសំខាន់ក្នុងការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាមួយអង្គការនានាដែលនឹងផ្តល់ឱ្យក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្តនូវចំណេះដឹង ជំនាញ បណ្តាញ ធនធាន និងប្រព័ន្ធ ដែលក្រុមហ៊ុនរបស់ពួកគេមិនមាន ដើម្បីធ្វើប្រតិបត្តិការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ភាពជាដៃគូគឺជាកត្តាជំរុញដ៏សំខាន់នៅក្នុងផ្នែកសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- ការចូលដល់ BoP កាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធភាព
- បង្កើតលម្អងនៃវិធីសាស្ត្រ និងគំរូប្រតិបត្តិការគ្រប់វិស័យ និងក្រុមអ្នកពាក់ព័ន្ធ
- ធានាស្ថិរភាព និងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមធំបំផុត

ផ្នែកទី២៖ ការពង្រឹងការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្តតាមរយៈប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់អ្នក

២.១ ការផ្លាស់ប្តូរតាមរយៈប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម៖ ការពង្រឹងលទ្ធភាពពាណិជ្ជកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន

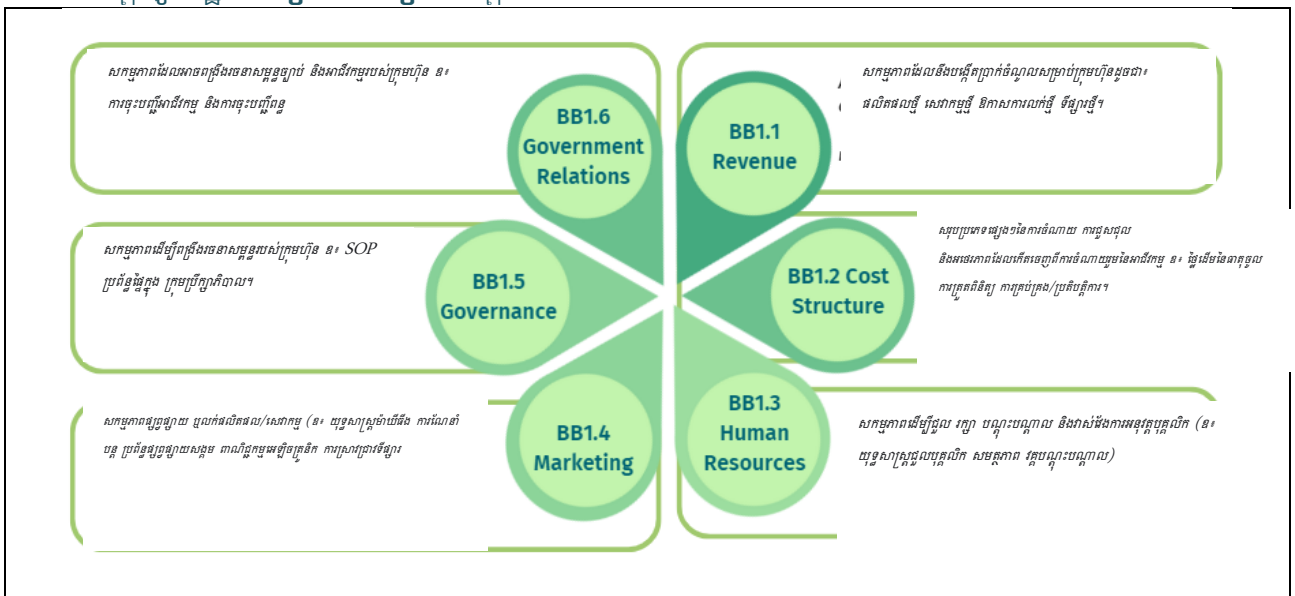
សេចក្តីផ្តើមតាមបរិបទ

ការមានការពង្រីក ច្រើនតែជាផ្លូវទៅកាន់ភាពជោគជ័យនៃអាជីវកម្ម។ ដែនកំណត់សំខាន់ៗ
 ពេលនិយាយអំពីការសម្រេចបាននូវវិសាលភាពនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន
 ជាប់ទាក់ទងជាមួយទិដ្ឋភាពមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- ការលំបាកក្នុងការលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ពួកគេ។
- បន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នតម្រូវឱ្យមានកម្លាំងពលកម្មខ្លាំងដែលត្រូវការការចំណាយខ្ពស់។
- កត្តាសង្គម នយោបាយ និងសេដ្ឋកិច្ចខាងក្រៅ ដែលដាក់កម្រិតសមត្ថភាពទីផ្សារគោលដៅ។
- បញ្ហាក្នុងការទទួលបានមូលនិធិ និងហិរញ្ញប្បទាន។
- កង្វះហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដែលចាំបាច់។
- កង្វះផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីស្វែងរកការរីកចម្រើន។
- មាត្រដ្ឋានសេដ្ឋកិច្ចនៅមានកម្រិតទាបក្នុងវិស័យអាជីវកម្ម។

ប្រសិនបើប្រាក់ចំណេញមានកម្រិតទាប មាត្រដ្ឋានសេដ្ឋកិច្ចគឺចាំបាច់ខ្លាំងណាស់។ ដើម្បីរីកចម្រើន
 និងជម្នះលើការលំបាកក្នុងអាជីវកម្ម ការវិនិយោគលើនវានុវត្តន៍គឺជាការវិនិយោគដ៏ចាំបាច់។ ដូចគ្នានេះដែរ
 អាជីវកម្មត្រូវតែសម្របខ្លួននៅពេលពួកគេឈានដល់ការពង្រីក
 ដោយរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មរបស់ពួកគេឡើងវិញ។

កសាងកត្តាមូលដ្ឋានសម្រាប់ការប្រតិបត្តិការ



កំណត់ចំណាំសម្រាប់អ្នកជំនាញការ

គោលបំណង	សំណួរដែលអ្នកត្រូវសួរដើម្បីកំណត់យុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការពង្រីកក្រុមហ៊ុន៖
១. តើគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទាមទារការពង្រីកកម្រិតណា និងមានហិរញ្ញវត្ថុគ្រប់គ្រាន់?	ដើម្បីឱ្យមានលទ្ធភាពធ្វើពាណិជ្ជកម្ម
២. ដើម្បីចូលដល់បុគ្គលដែលមានចំណូលទាបច្រើនជាងនេះ?	តើគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទាមទារការពង្រីកកម្រិតណា
៣. តើគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទាមទារការពង្រីកកម្រិតណា ដើម្បីទាក់ទាញវិនិយោគិនសង្គម?	
៤. តើការធ្វើការពង្រីកនេះត្រូវធ្វើតែម្នាក់ឯង ឬត្រូវធ្វើជាមួយដៃគូ? បើត្រូវធ្វើជាមួយដៃគូ តើមានដៃគូណាខ្លះ?	

ម៉ាទ្រីសនៃការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

កត្តាមូលដ្ឋានប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម	ការពិចារណាលើវិមាត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសម្រាប់ផែនការសកម្មភាពប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	គោលដៅនៃការផ្លាស់ប្តូរ និងសកម្មភាពស្នូលដែលត្រូវអនុវត្ត
<p>BB1.1 - សកម្មភាពចំណូល (IB)</p>	<p>ការចូលរួមរបស់ BoP: តើមានរបៀបណាផ្សេងទៀតដើម្បីផ្សារភ្ជាប់ជាមួយ BoP បន្ថែមទៀតនៅក្នុងដំណើរការពាណិជ្ជកម្មដែរឬទេ?</p> <hr/> <hr/>	<p>សូមកំណត់គោលដៅផ្លាស់ប្តូរសំខាន់នៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ:</p> <hr/> <hr/>
	<p>លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ: សូមពិចារណាថាតើគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចមានលទ្ធភាពដែរឬទេ បើគិតតាមទស្សនៈសេដ្ឋកិច្ច។ សូមព្យាយាមធ្វើការវិភាគលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុសង្ខេបដោយសុំឱ្យក្រុមហ៊ុនផ្តល់ព័ត៌មានដូចខាងក្រោម:</p>	<p>សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចតាមគោលដៅនេះ: ដោយពិចារណាលើវិមាត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន: សកម្មភាពទី១:</p>
	<p>សូមផ្តល់តារាងតុល្យភាព របាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញ និងការខាតបង់ និងរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់របស់អ្នក។</p> <hr/>	<p>សកម្មភាពទី២:</p> <hr/>
	<p>សូមផ្តល់ការព្យាករណ៍តារាងតុល្យភាពរបស់អ្នកសម្រាប់រយៈពេលបីឆ្នាំខាងមុខនេះ។</p> <hr/>	<p>សកម្មភាពទី៣:</p> <hr/>
	<p>សូមធ្វើការវិភាគ EBITDA និងពិភាក្សាជាមួយក្រុមហ៊ុនថា អ្វីទៅជាយុទ្ធសាស្ត្រទទួលបានប្រាក់ចំណេញក្នុងរយៈពេលខ្លីនៅថ្ងៃខាងមុខ។</p> <hr/> <p>លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចចម្លងបាន: តើក្រុមហ៊ុនអាចរីកចម្រើនផ្នែកពាណិជ្ជកម្មបានទេ? តើវាអាចចូលដល់មនុស្សដែលមានចំណូលទាបកាន់តែច្រើនជាងមុនដោយរបៀបណា?</p> <hr/> <hr/>	

	<p>នវានុវត្តន៍: តើមានបច្ចេកវិទ្យា ឬសេវាកម្មថ្មីៗណាខ្លះដែលអាចបង្កើនប្រាក់ចំណូលបានទេ?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ: តើក្រុមហ៊ុនគួរតែធ្វើការពង្រីកតែម្នាក់ឯង ឬជាមួយដៃគូ? ដើម្បីដឹងថាក្រុមហ៊ុនគួរធ្វើបែបណា ក្រុមហ៊ុនគួរបង្កើត «ការវាយតម្លៃសមត្ថភាព និងការកំណត់អត្តសញ្ញាណភាពជាដៃគូ»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • អនុវត្តការកំណត់អត្តសញ្ញាណដោយមិនលម្អៀងអំពី ចំណុចខ្លាំងរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន • វាយតម្លៃគុណភាពសមត្ថភាព: សូមកត់សម្គាល់ការផ្តាច់ទំនាក់ទំនង និងឥទ្ធិពលរបស់វា ដែលទាក់ទងជាមួយសមត្ថភាព និងផលប៉ះពាល់របស់វាទៅលើអាជីវកម្ម និងសង្គម ព្រមទាំងតម្រូវការនៃសមត្ថភាពដែលជំរុញដោយផលប៉ះពាល់អាជីវកម្ម ដើម្បីសម្រេចតាមគោលដៅបេសកកម្មសង្គមរបស់អាជីវកម្មនេះ។ <hr/> <hr/> <hr/>	
<p>BB1.2 - រចនាសម្ព័ន្ធការចំណាយ</p>	<p>ការចូលរួមរបស់ BoP: តើ អាចដើរតួនាទីអ្វីខ្លះក្នុងការកាត់បន្ថយការចំណាយលើគំរូអាជីវកម្ម?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ: សូមពិចារណាថាមានវិធីណាខ្លះដើម្បីឱ្យ អាចចូលរួមក្នុងការកាត់បន្ថយរចនាសម្ព័ន្ធការចំណាយនៃគំរូអាជីវកម្មនេះ។</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចចម្លងបាន: តើចាំបាច់ត្រូវមានការផ្តល់ប្តូររចនាសម្ព័ន្ធការចំណាយតាមរបៀបណា ដែលវាពង្រឹង BoP និងលើកកម្ពស់ការពង្រីកអាជីវកម្ម?</p>	<p>សូមកំណត់គោលដៅផ្តល់ប្តូររចនាសម្ព័ន្ធការចំណាយនៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចតាមគោលដៅនេះ: ដោយពិចារណាលើវិមាត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន: សកម្មភាពទី១:</p> <hr/> <hr/> <hr/>

	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>នវានុវត្តន៍: តើមាននវានុវត្តន៍ណាខ្លះដែលអាចលើកកម្ពស់រចនាសម្ព័ន្ធការចំណាយរបស់អាជីវកម្មដែរឬទេ?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ: តើក្រុមហ៊ុនអាចឱ្យដៃគូចូលរួមក្នុងការកាត់បន្ថយរចនាសម្ព័ន្ធការចំណាយបានដែរឬទេ?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>សកម្មភាពទី២:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>សកម្មភាពទី៣:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>BB1.3 - ធនធានមនុស្ស</p>	<p>ការចូលរួមរបស់ BoP: សូមពិចារណាថាតើក្រុមហ៊ុនអាចឱ្យ BoP មានទំនាក់ទំនងជាបុគ្គលិកដល់កម្រិតណា ទោះបីដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោលក៏ដោយ។</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ: តើកម្រៃការធនធានមនុស្សត្រូវបានដោះស្រាយយ៉ាងត្រឹមត្រូវនៅក្នុងតំរូវអាជីវកម្ម (មានក្នុងនាទីច្បាស់លាស់ និងធនធានហិរញ្ញវត្ថុគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ដល់ពួកគេ) ដែរឬទេ?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>សូមកំណត់គោលដៅផ្លាស់ប្តូរសំខាន់នៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចតាមគោលដៅនេះ: ដោយពិចារណាលើវិមាត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន: សកម្មភាពទី១:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>សកម្មភាពទី២:</p>

	<p>លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចចម្លងបាន: តើ HR អាចដើរតួនាទីអ្វីខ្លះក្នុងការពង្រីកគំរូអាជីវកម្ម អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>នវានុវត្តន៍: តើក្រុមហ៊ុនត្រូវបង្កើនកម្រិតចំណេះដឹងបច្ចុប្បន្នរបស់បុគ្គលិកអំពីរបៀបដើម្បីឈានទៅដល់ BoP ដែរឬទេ?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ: តើក្រុមហ៊ុនអាចចូលរួមជាមួយដៃគូដើម្បីបង្កើនតម្រូវការធនធានមនុស្សសម្រាប់ការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នបានទេ?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី៣:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>BB1.4 - ម៉ាយីធីង</p>	<p>ការចូលរួមរបស់ BoP: បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រម៉ាយីធីង និងទំនាក់ទំនងដែលផ្តោតលើ BoP</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ: ពិចារណាអំពីរបៀបដែលយុទ្ធសាស្ត្រម៉ាយីធីងគួរតែផ្លាស់ប្តូរដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូល និងឈានដល់ BoP កាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពជាងមុន។</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>សូមកំណត់គោលដៅផ្លាស់ប្តូរសំខាន់ៗនៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចតាមគោលដៅនេះ: ដោយពិចារណាលើវិមាត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន: សកម្មភាពទី១:</p> <hr/> <hr/>

លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចចម្លងបាន:
 តើអ្វីទៅជាតម្រូវការម៉ាយីធីងដើម្បីធ្វើការពង្រីក និងអាចបង្កើតគំរូអាជីវកម្ម
 អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន បាន?

ត្រូវប្រាកដថាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នមានផែនការពាក់ព័ន្ធក្នុងការយកផលិតផល/សេវាកម្ម
 ទៅទីផ្សារដើម្បីធ្វើការពង្រីក និងអាចចម្លងបាន។

ត្រូវប្រាកដថាផែនការនេះបញ្ជាក់យ៉ាងច្បាស់:

- ផលិតផល/សេវាកម្មដែលត្រូវផ្គត់ផ្គង់ និងតម្លៃរបស់វា
 ត្រូវគ្នាជាមួយអតិថិជនគោលដៅ
 - តម្លៃមានកំណត់សម្រាប់ការលក់រាយ លក់ដុំ និងលក់ផ្ទាល់
 - កន្លែងលក់ផលិតផល/សេវាកម្ម
 និងរបៀបដែលទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកចែកចាយត្រូវបានបង្កើតឡើង។
 - យុទ្ធសាស្ត្របង្កើតការយល់ដឹងអំពីម៉ាកសញ្ញា
 និងទំនាក់ទំនងតម្លៃផលិតផល/សេវាកម្មដល់អតិថិជន។
- ការដោះស្រាយជាមួយអតិថិជន/អ្នកទទួលបានផលរបស់ Bop
 លើបញ្ហានេះគឺពិបាកខ្លាំងណាស់!

នវានុវត្តន៍: តើត្រូវការនវានុវត្តន៍អ្វីខ្លះដើម្បីកែលម្អសកម្មភាពម៉ាយីធីងដែលសមស្រប?

ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ:

ពិចារណាថាតើភាពជាដៃគូអាចដើរតួជាភារកិច្ចដើម្បីផ្សព្វផ្សាយផលិតផល
 ឬសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនបានដែរឬទេ?

សកម្មភាពទី២:

សកម្មភាពទី៣:

BB1.5 - អភិបាលកិច្ច

ការចូលរួមរបស់ BoP: តើ BoP អាចត្រូវបានយកធ្វើជាតំណាង និងយកទៅពិចារណានៅក្នុងវេទនាសម្ព័ន្ធអភិបាលកិច្ចដោយរបៀបណា?

លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ: តើមានយន្តការនៅក្នុងវេទនាសម្ព័ន្ធអភិបាលកិច្ចដើម្បីត្រួតពិនិត្យ និងកែលម្អលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនដែរឬទេ?

លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចចម្លងបាន:
តើមានការផ្លាស់ប្តូរណាមួយដែលក្រុមហ៊ុនគួរតែអនុម័តនៅក្នុងវេទនាសម្ព័ន្ធអភិបាលកិច្ចរបស់ខ្លួន ដើម្បីបង្កើនសមត្ថភាពធ្វើការពង្រីកដែរឬទេ?

នវានុវត្តន៍: តើមាននវានុវត្តន៍អ្វីខ្លះដែលអាចយកមកពិចារណាដើម្បីកែលម្អវេទនាសម្ព័ន្ធអភិបាលកិច្ចដែរឬទេ?

ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ:
សូមពិចារណាថា តើភាពជាដៃគូអាចដើរតួជាភាគីករដើម្បីផ្សព្វផ្សាយផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនដែរឬទេ?

សូមកំណត់គោលដៅផ្តល់ប្តូរសំខាន់នៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ:

សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចតាមគោលដៅនេះ:
ដោយពិចារណាលើវិមាត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន:
សកម្មភាពទី១:

សកម្មភាពទី២:

សកម្មភាពទី៣:

BB1.6 - ទំនាក់ទំនងរដ្ឋាភិបាល	<p>ការចូលរួមរបស់ BoP: សូមពិចារណាថា តើទំនាក់ទំនងបច្ចុប្បន្នជាមួយរដ្ឋាភិបាល និងស្ថាប័នសាធារណៈមានលក្ខណៈសមរម្យដើម្បីឱ្យសហគមន៍ចូលរួមប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពដែរឬទេ?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <p>លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ: សូមពិនិត្យមើលគំនិតផ្តួចផ្តើមរបស់រដ្ឋាភិបាលដែលអាចធ្វើឱ្យលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនប្រសើរឡើង។</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <p>លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចចម្លងបាន: សូមកំណត់ថា តើមានកម្មវិធីរដ្ឋាភិបាលណាខ្លះដែលអាចបង្កើនការធ្វើការពង្រីករបស់ក្រុមហ៊ុនដែរឬទេ?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <p>នវានុវត្តន៍: តើមានវិធីបែបនវានុវត្តន៍ណាខ្លះដើម្បីចូលរួមជាមួយរដ្ឋាភិបាលដើម្បីបង្កើនការចូលរួម និងផលប៉ះពាល់របស់ BoP ដែរឬទេ?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <p>ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ: សូមពិចារណាថា ភាពជាដៃគូអាចធ្វើឱ្យទំនាក់ទំនងជាមួយរដ្ឋាភិបាលប្រសើរឡើងដែរឬទេ?</p>	<p>សូមកំណត់គោលដៅផ្តាសាយសំខាន់នៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចតាមគោលដៅនេះ: ដោយពិចារណាលើវិមាត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នៈសកម្មភាពទី១:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី២:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី៣:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

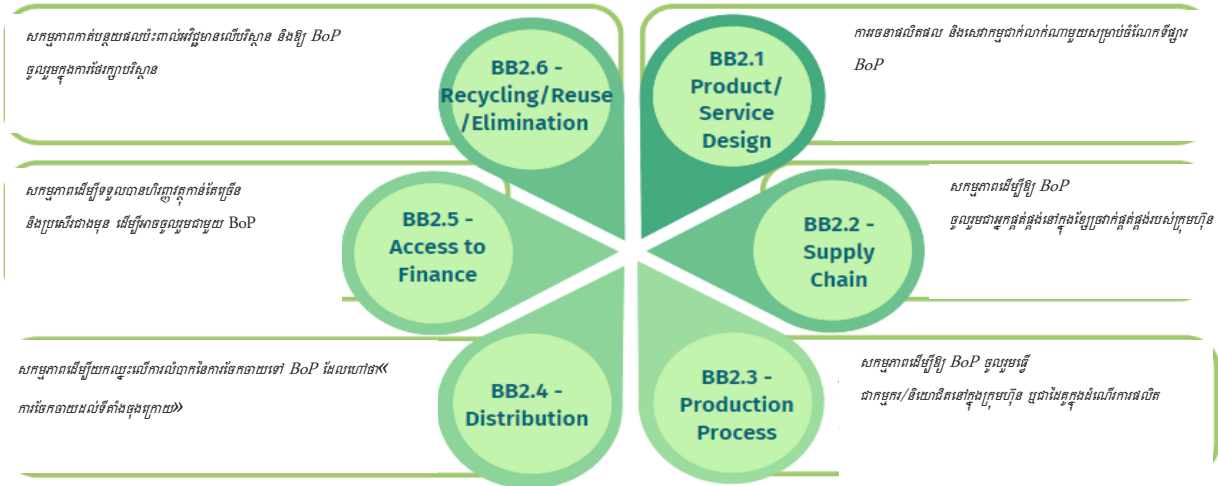
--	--	--

ផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម					
កត្តាមូលដ្ឋាននៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម	គោលដៅនៃការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មវិជ្ជាជីវ័យ	សកម្មភាពសម្រាប់ការប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មវិជ្ជាជីវ័យ	សូចនាករអនុវត្តសំខាន់ៗ (KPI)	លទ្ធផលសម្រាប់ការអនុវត្ត	ថវិកា/ធនធានដែលបានប៉ាន់ប្រមាណ
BB1.1 - សកម្មភាពចំណូល (IB)	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____ _____ _____	សកម្មភាពទី១៖ _____ _____ _____ សកម្មភាពទី២៖ _____ _____ _____ សកម្មភាពទី៣៖ _____ _____ _____	KPI 1៖ _____ _____ _____ KPI 2៖ _____ _____ _____ KPI 3៖ _____ _____ _____	ខែ _____ ឆ្នាំ _____ រហូតដល់ ខែ _____ ឆ្នាំ _____	_____ _____
BB1.2 - វេទនាសម្ព័ន្ធការចំណាយ	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____ _____ _____	សកម្មភាពទី១៖ _____ _____ _____ សកម្មភាពទី២៖ _____ _____ _____ សកម្មភាពទី៣៖ _____ _____ _____	KPI 1៖ _____ _____ _____ KPI 2៖ _____ _____ _____ KPI 3៖ _____ _____ _____	ខែ _____ ឆ្នាំ _____ រហូតដល់ ខែ _____ ឆ្នាំ _____	_____ _____
BB1.3 - ធនធានមនុស្ស		សកម្មភាពទី១៖ _____ _____	KPI 1៖ _____ _____		

	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច <hr/> <hr/> <hr/>	សកម្មភាពទី២៖ <hr/> <hr/> <hr/> សកម្មភាពទី៣៖ <hr/> <hr/> <hr/>	KPI 2៖ <hr/> <hr/> <hr/> KPI 3៖ <hr/> <hr/> <hr/>	ខែ _____ ឆ្នាំ _____ រហូតដល់ ខែ _____ ឆ្នាំ _____	<hr/>
BB1.4 - ម៉ាស៊ីន	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច <hr/> <hr/> <hr/>	សកម្មភាពទី១៖ <hr/> <hr/> <hr/> សកម្មភាពទី២៖ <hr/> <hr/> <hr/> សកម្មភាពទី៣៖ <hr/> <hr/> <hr/>	KPI 1៖ <hr/> <hr/> <hr/> KPI 2៖ <hr/> <hr/> <hr/> KPI 3៖ <hr/> <hr/> <hr/>	ខែ _____ ឆ្នាំ _____ រហូតដល់ ខែ _____ ឆ្នាំ _____	<hr/>
BB1.5 - ឥកិច្ចការ	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច <hr/> <hr/> <hr/>	សកម្មភាពទី១៖ <hr/> <hr/> <hr/> សកម្មភាពទី២៖ <hr/> <hr/> <hr/> សកម្មភាពទី៣៖ <hr/> <hr/> <hr/>	KPI 1៖ <hr/> <hr/> <hr/> KPI 2៖ <hr/> <hr/> <hr/> KPI 3៖ <hr/> <hr/> <hr/>	ខែ _____ ឆ្នាំ _____ រហូតដល់ ខែ _____ ឆ្នាំ _____	<hr/>

BB1.6 - ទំនាក់ទំនងសង្គមវិបាក	<p>គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>សកម្មភាពទី១៖</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី២៖</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី៣៖</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>KPI 1៖</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>KPI 2៖</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>KPI 3៖</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>ខែ _____ ឆ្នាំ _____</p> <p>ស្នាក់នៅ</p> <p>ខែ _____ ឆ្នាំ _____</p>	<hr/>
-----------------------------------------------	-------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------	-------

កត្តាមូលដ្ឋាននៃខ្សែច្រវាក់កុណតម្លៃ



កំណត់ចំណាំសម្រាប់អ្នកជំនាញការ

គោលបំណង ដើម្បីកែលម្អការរចនាផលិតផល និងសេវាកម្ម ដើម្បីឱ្យផលប៉ះពាល់នៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន កាន់តែប្រសើរឡើងនៅក្នុង ខ្សែច្រវាក់កុណតម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុន។

លទ្ធផល

- ដើម្បីបង្កើតផលប៉ះពាល់នៃការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ក្រុមហ៊ុនលើសកម្មភាពខ្សែច្រវាក់កុណតម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុន អ្នកអាចប្រើតារាងម៉ាទ្រីសខាងលើ
- ត្រូវប្រាកដថាអ្នកយល់ពីតម្រូវការ សេចក្តីប៉ងប្រាថ្នា ឧបសគ្គ និងកត្តាជំរុញទឹកចិត្តរបស់បុគ្គលគ្រប់គ្នាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការងារនេះ ជាពិសេសសហគមន៍ដែលមានចំណូលទាប។
- សូមចូលរួមជាមួយក្រុមរបស់អ្នកដើម្បីស្វែងរកគំនិតផ្សេងៗក្នុងការកែលម្អផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ហើយសាកល្បងវាឱ្យបានរហ័ស តាមរយៈគំរូសាមញ្ញ ដើម្បីឈានទៅដល់ដំណោះស្រាយដែលអ្នកចង់បាន និងអាចសម្រេចបាន ដែលបំពេញតាមតម្រូវការរបស់សហគមន៍ដែលមានចំណូលទាប។
- សូមរួមបញ្ចូលការសម្របខ្លួនដែលមានគោលបំណងសម្រេចបាននូវគំរូអាជីវកម្មដែលអាចធ្វើបាន ដែលផ្តល់ផលប៉ះពាល់លើសេវាកម្មប្រកបដោយជោគជ័យដល់អតិថិជនក្នុងលក្ខណៈដែលមានចីរភាព។
- បង្កើតការវិភាគប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនៃអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗដែលចូលរួមតាមរយៈដំណាក់កាលផ្សេងៗនៃការផ្គត់ផ្គង់ និងដំណាក់កាលផលិតរបស់ក្រុមហ៊ុន។ អ្នកចេះ
- សូមកំណត់អតិថិជនគោលដៅដែលស្ថិតក្នុងទីផ្សារប្រកួតប្រជែង និងពិបាកចូលដល់។
- សូមបង្កើតភាពជាដៃគូសកម្មជាមួយអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល និងសហគ្រិនធុនមីក្រូដើម្បីបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយ។ អ្នកចេះ

ម៉ាស៊ីននៃការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

កត្តាមូលដ្ឋាននៃខ្សែច្រវាក់គុណតម្លៃ

BB.2.1 - ការវិនិយោគ
ផល/សេវាកម្ម

ការវិនិយោគអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសម្រាប់ការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

ការចូលរួមរបស់ BoP: សូមពិចារណាថាតើការវិនិយោគផល ឬសេវាកម្មបច្ចុប្បន្នអាចកែសម្រួល ដើម្បីបង្កើនការចូលរួមរបស់ BoP ដែរឬទេ?

លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ: តើការកែសម្រួលការវិនិយោគផល/សេវាកម្មអាចធ្វើឱ្យលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនប្រសើរឡើងដោយរបៀបណា?

លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចចម្លងបាន: តើផលិតផល/សេវាកម្មត្រូវត្រៀមខ្លួនជាមុនដើម្បីធ្វើការពង្រីក និងអាចចម្លងបានហើយឬទេ? តើវានឹងត្រូវការតែសម្រួលដែរឬទេ?

នវានុវត្តន៍: សូមកំណត់នវានុវត្តន៍សក្តានុពលដែលអាចធ្វើឱ្យការវិនិយោគផល និងសេវាកម្មប្រសើរឡើង តាមរបៀបមួយដែលសមរម្យសម្រាប់សហគមន៍ BoP។

ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ: តើអ្នកណាជាដៃគូដ៏សំខាន់ក្នុងការចូលរួមជាមួយក្រុមហ៊ុន និងតែលម្អការវិនិយោគផល/សេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីឱ្យគំរូរបស់វាអាចតែមានបរិយាប័ន្ន?

គោលដៅនៃការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន និងសកម្មភាពស្នូលដែលត្រូវអនុវត្ត

សូមកំណត់គោលដៅផ្ទាល់ខ្លួននៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ៖

សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចគោលដៅនេះដោយពិចារណាលើមាត្រដ្ឋានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖

សកម្មភាពទី១៖

សកម្មភាពទី២៖

សកម្មភាពទី៣៖

កត្តាមូលដ្ឋាននៃខ្សែច្រវាក់គុណតម្លៃ

ការវិនិយោគអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសម្រាប់ការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

ការចូលរួមរបស់ BoP: ធ្វើការវិភាគខ្សែច្រវាក់គុណតម្លៃ ដើម្បីស្វែងរកឱកាសដើម្បីឱ្យ BoP ក្លាយជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ អ្នកចែកចាយ ឬអ្នកលក់វាយ។

លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ: តើខ្សែច្រវាក់គុណតម្លៃអាចទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុកាន់តែច្រើន ដោយមានការចូលរួមរបស់ BoP យ៉ាងដូចម្តេច?

គោលដៅនៃការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន និងសកម្មភាពស្នូលដែលត្រូវអនុវត្ត

សូមកំណត់គោលដៅផ្ទាល់ខ្លួននៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ៖

សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចគោលដៅនេះដោយពិចារណាលើមាត្រដ្ឋានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖

BB2.2 - ឧកត្តាផ្តល់ជូន & ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់

លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចចម្លងបាន តើអ្វីជាការសម្របខ្លួនដល់ខាងលើខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ក្នុងក្រុមហ៊ុន និងសមរម្យសម្រាប់ឧកត្តាផ្តល់ជូន?

ឧកត្តាផ្តល់ជូន តែងយល់ថាមានឧកត្តាផ្តល់ជូនអ្វីខ្លះដែលអាចពង្រឹងខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់បាន។

ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ សូមកំណត់អត្តសញ្ញាណស្ថាប័នដែលមានសក្តានុពលដែលអាចក្លាយជាដៃគូយុទ្ធសាស្ត្រ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់។

- ដោយផ្អែកលើការវាយតម្លៃធនធានពិសេសបំផុតរបស់ អាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនត្រូវតែកំណត់អត្តសញ្ញាណស្ថាប័នបែបណាខ្លះដែលអាចស្វែងរកតម្លៃនៅក្នុងការផ្តល់ជូនទាំងនេះ។
- សូមកំណត់ដៃគូដែលនឹងអាចផ្តល់ជូននូវសមត្ថភាពដែលអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនខ្លះៗដោយផលប៉ះពាល់ត្រូវការ។
- សូមស្វែងរកដៃគូដែលមានយុទ្ធសាស្ត្រឈ្នះ-ឈ្នះ។
- ត្រូវប្រាកដថាសមត្ថភាពរបស់ដៃគូអាចបំពេញបន្ថែមសមត្ថភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ត្រូវប្រាកដថាដៃគូមានទំនាស់ផលប្រយោជន៍ទេ។
- សូមកំណត់បេសកកម្ម និងគោលបំណងរួម។
- សូមកំណត់វិសាលភាពនៃភាពជាដៃគូ។
- សូមយល់ព្រមអំពីលទ្ធផលនៃភាពជាដៃគូដែលអ្នកចង់បាន។
- ត្រូវច្បាស់លាស់អំពីការដឹកជញ្ជូន និងការទទួលខុសត្រូវ។
- សូមបញ្ជាក់អំពីយុទ្ធសាស្ត្រថាមពលដែលអាចកើតមាន។

សកម្មភាពទី១

សកម្មភាពទី២

សកម្មភាពទី៣

BB2.3 - ដំណើរការផលិតកម្ម

ការចូលរួមរបស់ BoP សូមកំណត់អំពីរបៀបដែល BoP ចូលរួម ឬអាចចូលរួមក្នុងដំណើរការផលិតកម្ម។

លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ តើដំណើរការផលិតកម្មអាចទទួលបានលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុកាន់តែច្រើនដោយមានការចូលរួមរបស់ BoP យ៉ាងដូចម្តេច?

សូមកំណត់គោលដៅផ្ទាល់ជូនសំខាន់ៗនៃកត្តាចូលរួមនេះ

សូមកំណត់បញ្ហាសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅនេះដោយពិចារណាលើមាត្រដ្ឋានអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន

	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចចម្លងបាន សូមកំណត់ប្រភេទនៃការសម្របខ្លួននៅក្នុងដំណើរការផលិតកម្ម ដែលនឹងបង្កើតជាមូលដ្ឋានសម្រាប់សមត្ថភាពក្នុងការធ្វើការពង្រីក និងការចម្លងបាន។</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>ឧទាហរណ៍៖ សូមកំណត់ឧទាហរណ៍នៃអ្វីដែលអាចយកទៅអនុវត្ត ដើម្បីកែលម្អដំណើរការផលិតកម្ម។</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ តើដំណើរការផលិតកម្មអាចប្រសើរឡើងដោយមានការចូលរួមរបស់ដៃគូដី ដើម្បីធ្វើការពង្រីក និងបង្កើនតម្លៃលើ BOP ដែរឬទេ?</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>សកម្មភាពទី១</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>សកម្មភាពទី២</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>សកម្មភាពទី៣</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>BB2.4 - ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ/ការចែកចាយ</p>	<p>ការចូលរួមរបស់ BOP សូមកំណត់ថា BOP អាចចូលរួមក្នុងដំណើរការចែកចាយបានដល់កម្រិតណា?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>លទ្ធភាពបរិញ្ញត្តិ តើដំណើរការចែកចាយអាចទទួលបានបរិញ្ញត្តិប្រសើរជាងមុនដោយមានការចូលរួមរបស់ BOP ដោយរបៀបណា?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចចម្លងបាន តើមានបញ្ហាប្រឈមផ្នែកសុភាពណាមួយដែលអាចបង្កគ្រោះថ្នាក់ដល់ការចូលទៅទីតាំងចុងក្រោយ ឬតម្រូវការចែកចាយសម្រាប់ការពង្រីកដែរឬទេ?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>ឧទាហរណ៍ តើមានឧទាហរណ៍នៃអ្វីដែលអាចធ្វើឱ្យដំណើរការចែកចាយប្រសើរឡើងដែរឬទេ?</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>សូមកំណត់គោលការណ៍សំខាន់ៗនៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>សូមកំណត់បញ្ហាសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅដោយពិចារណាលើមាត្រភាវីកម្មបរិយាប័ទ្ធ</p> <p>សកម្មភាពទី១</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>សកម្មភាពទី២</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>សកម្មភាពទី៣</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ សូមកំណត់ដៃគូយុទ្ធសាស្ត្រដែលអាចចូលរួម ដើម្បីជួយសម្របសម្រួលឱ្យមានភស្តុតាងប្រកបដោយប្រសិទ្ធផល និងបរិយាប័ន្ន។</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>BB2.5 - លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ</p>	<p>ការចូលរួមរបស់ BoP សូមស្វែងយល់ថាតើការចូលរួមរបស់ BoP អាចធ្វើឱ្យលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនកាន់តែប្រសើរឡើង ដោយសារទទួលបានឥទ្ធិពលនៃការវិនិយោគដែរឬទេ។</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ សូមកំណត់ថាក្រុមហ៊ុនមានដើមទុនគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់តម្រូវការបច្ចុប្បន្ន និងចំនួនថវិកាដែលនឹងត្រូវការក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំខាងមុខនេះ ដើម្បីអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុនដែរឬទេ។</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចចង្អុលបាន តើការប្រើហិរញ្ញវត្ថុអាចធ្វើឱ្យលទ្ធភាពធ្វើការពង្រីក និងចង្អុលបានពីរដំណាក់កាលបរិច្ឆេទ កាន់តែប្រសើរឡើងយ៉ាងដូចម្តេច?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>ឧវាសន៍ ស្វែងយល់ថាតើមានឧវាសន៍អ្វីខ្លះដើម្បីទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុ។</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ សូមពិចារណាថាក្រុមហ៊ុនកំពុងចូលរួមជាមួយដៃគូយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាពក្រុមហ៊ុនណា ដើម្បីបង្កើនលទ្ធភាពទទួលបានយុទ្ធសាស្ត្រហិរញ្ញវត្ថុ។</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>សូមកំណត់គោលដៅផ្ទាល់ខ្លួននៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>សូមកំណត់បញ្ហាសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅនេះដោយពិចារណាលើមធ្យោបាយផ្សេងៗ</p> <p>សកម្មភាពទី១</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>សកម្មភាពទី២</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>សកម្មភាពទី៣</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>BB2.6 - ការកែច្នៃឡើងវិញ/ការប្តូរឡើងវិញ/</p>	<p>ការចូលរួមរបស់ BoP សូមស្វែងយល់ថាតើមានឱកាសណាខ្លះដើម្បីឱ្យ BoP អាចចូលរួមនៅក្នុងដំណើរការកែច្នៃឡើងវិញ។</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>សូមកំណត់គោលដៅផ្ទាល់ខ្លួននៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

ការលុបបំបាត់ការសំណល់ឥតគុណ ល ឬសកម្មភាពសេវាកម្ម	លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ តើយុទ្ធសាស្ត្រកែច្នៃឡើងវិញអាចបង្កើតទិសដៅសំណល់ថ្មីដល់ក្រុមហ៊ុនកម្រិតណាដែរ? <hr/> <hr/> <hr/>	សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅនេះដោយពិចារណាលើវិមាត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន សកម្មភាពទី១ <hr/> <hr/> <hr/>
	លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចម្រួលបាន តើការចិញ្ចឹមជំនួយអាចតែងយុទ្ធសាស្ត្រចម្លងបាន ឱ្យកាន់តែមានចីរភាពជាងមុនដោយរបៀបណា? <hr/> <hr/> <hr/>	សកម្មភាពទី២ <hr/> <hr/> <hr/>
	ឧស្សាហកម្ម សូមស្វែងយល់ថាតើមានឧស្សាហកម្មអ្វីខ្លះដែលអាចប្រើប្រាស់សេវាកម្មឡើងវិញ ឬកែច្នៃកាកសំណល់ឥតគុណឡើងវិញបានដែរឬទេ? <hr/> <hr/> <hr/>	សកម្មភាពទី៣ <hr/> <hr/> <hr/>
	ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ សូមបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រភាពជាដៃគូដើម្បីបង្កើនយុទ្ធសាស្ត្រប្រើប្រាស់ឡើងវិញ/កែច្នៃឡើងវិញរបស់ក្រុមហ៊ុន។ <hr/> <hr/> <hr/>	

កំណត់ចំណាំសម្រាប់អ្នកជំនាញការ

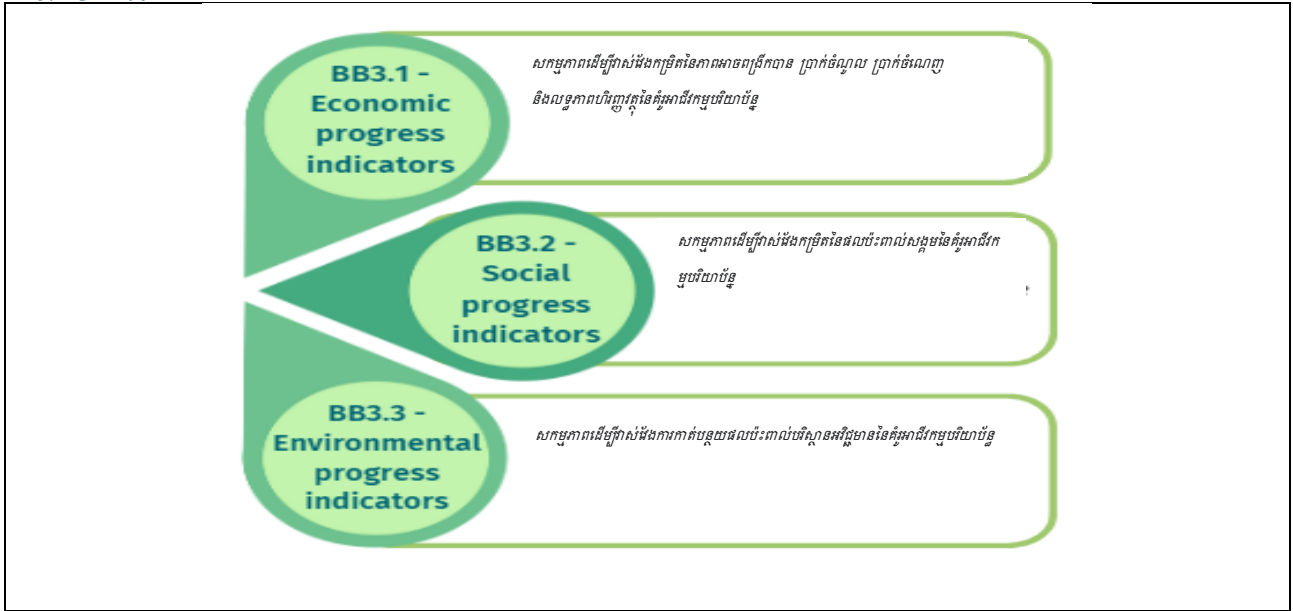
គោលបំណង លទ្ធផល	<p>ជួយក្រុមហ៊ុនកំណត់គោលដៅចម្បងនៃការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នលើវិមាត្រស្នូលនីមួយៗដែលបានកំណត់បំពេញខ្សែច្រវាក់គុណតម្លៃ (សូមមើលឧទាហរណ៍ខាងក្រោម) ជាមួយក្រុមហ៊ុនដូចខាងក្រោម៖</p> <ol style="list-style-type: none"> ១. ផ្តល់អាទិភាពដល់សកម្មភាពស្នូលដើម្បីអនុវត្ត ២. កំណត់សូចនាករអនុវត្តសំខាន់ៗ (KPI) ៣. កំណត់ពេលវេលាច្បាស់លាស់សម្រាប់ការអនុវត្ត ៤. ប៉ាន់ប្រមាណធនធានដែលត្រូវការសម្រាប់ការអនុវត្ត
---------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ខ្សែច្រវាក់គុណតម្លៃ					
កត្តាមូលដ្ឋាននៃខ្សែច្រវាក់គុណតម្លៃ	គោលដៅនៃការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មវិជ្ជាជីវៈ	សកម្មភាពស្នូលសម្រាប់ការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មវិជ្ជាជីវៈ	សូចនាករអនុវត្តសំខាន់ៗ (KPI)	ពេលវេលាសម្រាប់ការអនុវត្ត	ថវិកា/ធនធានដែលបានប៉ាន់ប្រមាណ
B2.1 - ការទទួលបានលទ្ធផល/សេវាកម្ម	<p>គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>សកម្មភាពទី១៖</p> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី២៖</p> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី៣៖</p> <hr/> <hr/>	<p>KPI 1៖</p> <hr/> <hr/> <p>KPI 2៖</p> <hr/> <hr/> <p>KPI 3៖</p> <hr/> <hr/>	<p>ខែ ____ ឆ្នាំ ____</p> <p>រហូតដល់</p> <p>ខែ ____ ឆ្នាំ ____</p>	<hr/>
B2.2 - អ្នកផ្គត់ផ្គង់ & ខ្សែច្រវាក់នៃការផ្គត់ផ្គង់	<p>គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>សកម្មភាពទី១៖</p> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី២៖</p> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី៣៖</p> <hr/> <hr/>	<p>KPI 1៖</p> <hr/> <hr/> <p>KPI 2៖</p> <hr/> <hr/> <p>KPI 3៖</p> <hr/> <hr/>	<p>ខែ ____ ឆ្នាំ ____</p> <p>រហូតដល់</p> <p>ខែ ____ ឆ្នាំ ____</p>	<hr/>
B2.3 - ដំណើរការផលិត	<p>គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>សកម្មភាពទី១៖</p> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី២៖</p> <hr/> <hr/>	<p>KPI 1៖</p> <hr/> <hr/> <p>KPI 2៖</p> <hr/> <hr/>	<p>ខែ ____ ឆ្នាំ ____</p> <p>រហូតដល់</p> <p>ខែ ____ ឆ្នាំ ____</p>	<hr/>

		សកម្មភាពទី៣៖ <hr/> <hr/> <hr/>	KPI 3: <hr/> <hr/> <hr/>		
B2.4 - ការគ្រប់គ្រងស្តុក/ការចែកចាយ	គោលដៅប្រក្លាយចេញ ដែលត្រូវសម្រេច <hr/> <hr/> <hr/>	សកម្មភាពទី១៖ <hr/> <hr/> <hr/> សកម្មភាពទី២៖ <hr/> <hr/> <hr/> សកម្មភាពទី៣៖ <hr/> <hr/> <hr/>	KPI 1: <hr/> <hr/> <hr/> KPI 2: <hr/> <hr/> <hr/> KPI 3: <hr/> <hr/> <hr/>	ខែ _____ ឆ្នាំ _____ រហូតដល់ ខែ _____ ឆ្នាំ _____	<hr/>
B2.5 - លទ្ធភាពបរិច្ឆាស្តុ	គោលដៅប្រក្លាយចេញ ដែលត្រូវសម្រេច <hr/> <hr/> <hr/>	សកម្មភាពទី១៖ <hr/> <hr/> <hr/> សកម្មភាពទី២៖ <hr/> <hr/> <hr/> សកម្មភាពទី៣៖ <hr/> <hr/> <hr/>	KPI 1: <hr/> <hr/> <hr/> KPI 2: <hr/> <hr/> <hr/> KPI 3: <hr/> <hr/> <hr/>	ខែ _____ ឆ្នាំ _____ រហូតដល់ ខែ _____ ឆ្នាំ _____	<hr/>
B2.6 - ការកែច្នៃឡើងវិញ/ការប្រើប្រាស់ឡើងវិញ/ការលុបចោលចាក់កាកសំណល់ផលិតផល ឬសកម្មភាពសេវាកម្ម	គោលដៅប្រក្លាយចេញ ដែលត្រូវសម្រេច <hr/> <hr/> <hr/>	សកម្មភាពទី១៖ <hr/> <hr/> <hr/> សកម្មភាពទី២៖ <hr/> <hr/> <hr/>	KPI 1: <hr/> <hr/> <hr/> KPI 2: <hr/> <hr/> <hr/>	ខែ _____ ឆ្នាំ _____ រហូតដល់ ខែ _____ ឆ្នាំ _____	<hr/>

		សកម្មភាពទី៣៖ <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	KPI 3: <hr/> <hr/> <hr/>		
--	--	-----------------------------------------	-----------------------------	--	--

កត្តាមូលដ្ឋាននៃការវាស់វែងផលប៉ះពាល់



កំណត់ចំណាំសម្រាប់អ្នកជំនាញការ



គោលបំណងលទ្ធផល កំណត់វិមាត្រផលប៉ះពាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលទាក់ទងនឹងក្រុមហ៊ុន

អ្នកជំនាញការប្រើតារាងម៉ាទ្រីសការវាស់វែងផលប៉ះពាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នខាងក្រោមដើម្បីជួយក្រុមហ៊ុនកំណត់គោលដៅប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន លើបន្ទាត់នីមួយៗនៃវិមាត្រទាំងបីខាងក្រោម (សេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងបរិស្ថាន) ដោយប្រើសំណួរសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

ជំហានទី១៖ ការកំណត់គោលដៅប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

- ១. សូចនាករវឌ្ឍនភាពសេដ្ឋកិច្ច
- ២. សូចនាករវឌ្ឍនភាពសង្គម
- ៣. សូចនាករវឌ្ឍនភាពបរិស្ថាន

ជំហានទី២៖ ការវាយតម្លៃសកម្មភាពសម្រាប់កត្តាមូលដ្ឋានសំខាន់ៗទាំង៣
អ្នកជំនាញការវិភាគអំពីវឌ្ឍនភាពសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងបរិស្ថានរបស់ក្រុមហ៊ុន

- ១. សេដ្ឋកិច្ច៖** ការកំណត់សកម្មភាពសំខាន់ៗដែលជួយបង្កើនប្រាក់ចំណូល និងជាប្រភពនៃការងារសមរម្យសម្រាប់ BOP
- ២. សង្គម៖** ការកំណត់សកម្មភាពសំខាន់ៗដែលធ្វើឱ្យគុណភាពជីវិតរបស់ BOP ប្រសើរឡើង ឧ៖ ការទទួលបានសេវាមូលដ្ឋាន ដូចជា៖ សុខភាព ការអប់រំ លំនៅដ្ឋាន និងការកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ។
- ៣. បរិស្ថាន៖** ការកំណត់សកម្មភាពសំខាន់ៗដែលអាចបង្កើតបរិយាកាសអវិជ្ជមាននៅខាងក្រៅ ហើយបង្កើតផែនការកាត់បន្ថយ ដើម្បីកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ទាំងនេះ។

ជំហានទី៣៖ បំពេញផែនការសកម្មភាព

អ្នកជំនាញការធ្វើការសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនដើម្បីបំពេញផែនការសកម្មភាពដូចខាងក្រោម៖

- ១. ផ្តល់អាទិភាពដល់សកម្មភាពស្នូលដើម្បីអនុវត្ត
- ២. ចាត់ចែង KPI ស្នូល
- ៣. កំណត់ពេលវេលាសមស្របសម្រាប់ការអនុវត្ត
- ៤. ប៉ាន់ប្រមាណធនធានដែលត្រូវការ។
- ៥. រៀបចំផែនការសកម្មភាព ដើម្បីកែលម្អការអនុវត្តផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងបរិស្ថាន។

ម៉ាត្រីសនៃការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ទ្ធ

តារាងម៉ាត្រីសនៃកត្តាមូលដ្ឋាននៃការវិនិយោគលើអាជីវកម្មបរិយាប័ទ្ធ	ករណីវិនិយោគអាជីវកម្មបរិយាប័ទ្ធ សម្រាប់ការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ទ្ធ	គោលដៅនៃការផ្លាស់ប្តូរ និងសកម្មភាពស្នូលដែលត្រូវអនុវត្ត
<p>BB3.1 - សូចនាករវឌ្ឍនភាពសេដ្ឋកិច្ច</p>	<p>ករណីលទ្ធផល BOP: តើមានថវិកាសម្រាប់ធ្វើសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ទ្ធដែរឬទេ? បើមិនមានទេ ពេលណាទើបមាន ខ: ២ ឬ៣ឆ្នាំ?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ: តើប្រាក់ចំណូល និងប្រាក់ចំណេញបានមកពីសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ទ្ធមានប៉ុន្មានភាគរយ?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>លទ្ធភាពអាចធ្វើការពង្រីក & អាចបង្កបង្កើន: តើបករណ៍ស្តីពីលក្ខណៈប្រឹក្សាសម្រាប់វិនិយោគសមត្ថភាពធ្វើការពង្រីក?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>នវានុវត្តន៍: តើមាននវានុវត្តន៍ស្តីពី (កម្មវិធី បច្ចេកទេសវិធីសាស្ត្រ) ដែលអាចបង្កើនការវិនិយោគសេដ្ឋកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុនដែរឬទេ?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ: តើក្រុមហ៊ុនមានដៃគូដើម្បីជួយក្នុងការវិនិយោគលើអាជីវកម្មបរិយាប័ទ្ធដែរឬទេ?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>សូមកំណត់គោលដៅផ្លាស់ប្តូរសំខាន់ៗនៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ៖</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅនេះដោយពិចារណាលើមាត្រ អាជីវកម្មបរិយាប័ទ្ធ៖ សកម្មភាពទី១៖</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី២៖</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី៣៖</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>BB3.2 - សូចនាករវឌ្ឍនភាពសង្គម</p>	<p>ករណីលទ្ធផល BOP: សូមស្វែងយល់ថាតើក្រុមហ៊ុនមានធ្វើការវិនិយោគលើអាជីវកម្មបរិយាប័ទ្ធនៅក្នុងសហគមន៍ BOP ដែរឬទេ? ប្រសិនបើមាន តើវាត្រូវបានប្តូរចំណុះ (ប្រចាំខែ ប្រចាំត្រីមាស ឬប្រចាំឆ្នាំ)?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>សូមកំណត់គោលដៅផ្លាស់ប្តូរសំខាន់ៗនៃកត្តាមូលដ្ឋាននេះ៖</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅនេះដោយពិចារណាលើមាត្រ អាជីវកម្មបរិយាប័ទ្ធ៖ សកម្មភាពទី១៖</p> <hr/> <hr/> <hr/>

	<p>លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ ជួយក្រុមហ៊ុនកំណត់ពីរបៀបដែលលទ្ធភាពតាមដាន និងវាយតម្លៃវឌ្ឍនភាពសង្គមប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>លទ្ធភាពអាចធ្វើការព្រឹត្តិការណ៍ & អាចចម្លងបាន តើមានបរិយាកាសដែលក្រុមហ៊ុនអាចប្រើដើម្បីវាស់វែងទំហំនៃឥទ្ធិពលសង្គម?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>ឧទាហរណ៍ តើមានឧទាហរណ៍អ្វីខ្លះ (កម្មវិធី បច្ចេកទេសវិធីសាស្ត្រ) ដែលអាចបង្កើនការវាស់វែងវឌ្ឍនភាពសង្គមរបស់ក្រុមហ៊ុនដែរឬទេ?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>ការជាដៃគូសំខាន់ៗ តើដៃគូណាខ្លះដែលក្រុមហ៊ុនអាចធ្វើការអនុវត្តជាមួយ ដើម្បីកែលម្អបរិមាណវឌ្ឍនភាពសង្គម?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី២៖</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី៣៖</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>BB3.3 - សូចនាករវឌ្ឍនភាពបរិស្ថាន</p>	<p>ការចូលរួមរបស់ BoP សូមស្វែងរកទំនាក់ទំនងនៃផលប៉ះពាល់បរិស្ថានដែលក្រុមហ៊ុនបង្កើត និងសហគមន៍របស់ BoP ដែលទទួលបានផលប៉ះពាល់ដោយសារតែ។ សូមស្វែងរករបៀបកំណត់ទំហំនៃផលប៉ះពាល់ និងដំណោះស្រាយសម្រាប់បញ្ហានេះ។</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ សូមស្វែងរករបៀបដែលក្រុមហ៊ុនអាចវាស់វែងផលប៉ះពាល់បរិស្ថានដែលលទ្ធភាពកំពុងបង្កើតនៅ និងរបៀបដែលលទ្ធភាពអាចវាស់វែងវិធានការសម្រាប់សម្រួលការវាស់វែងធនធានដោយប្រសិទ្ធភាព។</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>លទ្ធភាពអាចធ្វើការព្រឹត្តិការណ៍ & អាចចម្លងបាន តើមានបរិយាកាសដែលក្រុមហ៊ុនអាចប្រើដើម្បីវាស់វែងសមត្ថភាពនៃផលប៉ះពាល់បរិស្ថាន?</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>សូមកំណត់គោលដៅផ្ទាល់ប្រសិនបើមាននោះ</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សូមកំណត់បញ្ជីសកម្មភាពដើម្បីសម្រួលគោលដៅនេះដោយពិចារណាលើមហាសមត្ថភាព អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន</p> <p>សកម្មភាពទី១៖</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី២៖</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី៣៖</p> <hr/> <hr/> <hr/>


	<p>នវានុវត្តន៍• តើមាននវានុវត្តន៍ណាខ្លះ (កម្មវិធី បច្ចេកទេសវិធីសាស្ត្រ) ដែលអាចបង្កើនភាពជាដៃគូរវាងភាពបរិស្ថានរបស់ក្រុមហ៊ុនដែរឬទេ?</p>	
	<p>ភាពជាដៃគូសំខាន់ៗ• តើដៃគូណាខ្លះដែលក្រុមហ៊ុនអាចធ្វើការរួមគ្នាជាមួយ ដើម្បីកែលម្អទំហំនៃវឌ្ឍនភាពបរិស្ថាន?</p>	

ផែនការសកម្មភាពសម្រាប់ការវិនិយោគឆ្នាំ

ការវិនិយោគ/កម្មវិធីសម្រាប់ឆ្នាំ	គោលដៅ/កម្រិតប្រកាសជាអាទិ៍/កម្រិតវិយាច័ន្ទ	សកម្មភាពសម្រាប់ការវិនិយោគ អាទិ៍/កម្រិតវិយាច័ន្ទ	សូចនាករអនុវត្តសំខាន់ៗ (KPI)	ពេលវេលាសម្រាប់ការអនុវត្ត	ថវិកា/ធនធានដែលបានប៉ាន់ប្រមាណ
BB3.1 - សូចនាករវិនិយោគសេដ្ឋកិច្ច	គោលដៅប្រកាសធម្មតា ដែលត្រូវសម្រេច _____ _____ _____	សកម្មភាពទី១: _____ _____ _____ សកម្មភាពទី២: _____ _____ _____ សកម្មភាពទី៣: _____ _____ _____	KPI 1: _____ _____ _____ KPI 2: _____ _____ _____ KPI 3: _____ _____ _____	ខែ _____ ឆ្នាំ _____ រហូតដល់ ខែ _____ ឆ្នាំ _____	_____ _____
BB3.2 - សូចនាករវិនិយោគសង្គម	គោលដៅប្រកាសធម្មតា ដែលត្រូវសម្រេច _____ _____ _____	សកម្មភាពទី១: _____ _____ _____ សកម្មភាពទី២: _____ _____ _____ សកម្មភាពទី៣: _____ _____ _____	KPI 1: _____ _____ _____ KPI 2: _____ _____ _____ KPI 3: _____ _____ _____	ខែ _____ ឆ្នាំ _____ រហូតដល់ ខែ _____ ឆ្នាំ _____	_____ _____
BB3.3 - សូចនាករវិនិយោគបរិស្ថាន	គោលដៅប្រកាសធម្មតា ដែលត្រូវសម្រេច _____ _____	សកម្មភាពទី១: _____ _____ _____ សកម្មភាពទី២: _____ _____	KPI 1: _____ _____ _____ KPI 2: _____ _____		_____ _____

	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <p>សកម្មភាពទី៣៖</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <p>KPI 3:</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>ថ្ងៃ ្ក្ក</p> <p>រហូតដល់</p> <p>ថ្ងៃ ្ក្ក</p>	
--	-------------	---------------------------------------------------	---------------------------------------------	--------------------------------------------------	--

៣. ផ្នែកទី៣៖ ការរៀបចំផែនការសកម្មភាពក្នុងការប្រែក្លាយ

 កំណត់ចំណាំសម្រាប់អ្នកជំនាញការ	
តើវាគឺជាអ្វី?	<p>ផែនការសកម្មភាពគួរតែត្រូវបានប្រើប្រាស់ ជាការសិក្សាចុងក្រោយនៃទិន្នន័យដែលផ្តល់ដោយឧបករណ៍ទី ២ និងឧបករណ៍ទី៣។ ផែនការសកម្មភាពត្រូវបានបែងចែកទៅជាបីប្រភេទនៃកត្តាមូលដ្ឋានប្រែក្លាយ សំខាន់ៗនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖</p> <ul style="list-style-type: none"> • កត្តាមូលដ្ឋានប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម • កត្តាមូលដ្ឋានខ្សែច្រវាក់គុណតម្លៃ • ការកែលម្អប្រព័ន្ធកត្តាមូលដ្ឋាននៃការវាស់ស្ទង់ផលប៉ះពាល់ <p>ប្រភេទនៃកត្តាមូលដ្ឋាននីមួយៗត្រូវបានវិភាគយ៉ាងស៊ីជម្រៅនៅក្នុងផ្នែកទី១ និងផ្នែកទី២ នៃឧបករណ៍នេះ។</p>
តើវាមានដំណើរការយ៉ាងដូចម្តេច?	<p>ផែនការសកម្មភាពផ្អែកលើចំណុចមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖</p> <ul style="list-style-type: none"> • ការវិភាគ SWOT និងការកំណត់សកម្មភាពដែលអាចកើតមាន ដែលជាលទ្ធផលនៃឧបករណ៍ទី ២។ • ផែនការសកម្មភាពត្រូវតែបំពេញជាជំហានៗ ដោយអ្នកជំនាញការនៅក្នុង ការពិគ្រោះយោបល់ជាមួយក្រុមហ៊ុន • ចាំបាច់ត្រូវពិនិត្យឡើងវិញនូវសកម្មភាពស្នូល KPIសំខាន់ៗ កាលវិភាគនៃការអនុវត្ត និងធនធានដែលបានប៉ាន់ប្រមាណទុកជាមុន។ • ពេលដែលអ្វីៗទាំងអស់នេះត្រូវបានពិនិត្យមើលរួចហើយ ក្រុមហ៊ុនជ្រើសរើសសកម្មភាពទាំងឡាយណាដែលជាអាទិភាពខ្ពស់បំផុតដើម្បីអនុវត្ត និងជាយុទ្ធសាស្ត្រសកម្មភាពស្នើ ពេលវេលា KPI និងធនធាន ដែលអាច អនុវត្តប្រកបដោយប្រសិទ្ធផល និងមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងរយៈពេលខ្លី។ • ការវិភាគនេះក៏អាចធ្វើឱ្យមើលឃើញពីអនាគត និងភាពស៊ីជម្រៅនៃសមត្ថភាពក្នុងការជះឥទ្ធិពលវិជ្ជមានដល់សហគមន៍ BoP ការរៀបចំ និងការរៀបចំជាប្រព័ន្ធយុទ្ធសាស្ត្រយូរអង្វែង និងអាចសម្រេចបានដែលមានសមត្ថភាពប្រែក្លាយក្រុមហ៊ុនឱ្យទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។
ហេតុអ្វីបានជាវាសំខាន់?	<p>វាគឺជាឧបករណ៍ដ៏មានឥទ្ធិពលមួយក្នុងការសំយោគ និងស្នើសកម្មភាពជាក់ស្តែង ដែលអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនប្រែក្លាយទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។</p>

ការរៀបចំផែនការសកម្មភាពប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (តំរូវ)

កត្តាមូលដ្ឋាននៃការប្រែក្លាយ	គោលដៅនៃការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	សកម្មភាពស្នូលសម្រាប់ការប្រែក្លាយជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន	សូចនាករអនុវត្តសំខាន់ៗ (KPI)
BB1 - កត្តាមូលដ្ឋានប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម	BB1.1.សកម្មភាពចំណូល (IB) គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១ _____ សកម្មភាពទី២ _____ សកម្មភាពទី៣ _____	KPI 1, _____ KPI 2, _____ KPI 3, _____
	BB1.2.ធនធានមនុស្សវិនិយោគ គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១ _____ សកម្មភាពទី២ _____ សកម្មភាពទី៣ _____	KPI 1, _____ KPI 2, _____ KPI 3, _____
	BB1.3.ធនធានទុនស្នូល គោលដៅផ្ទៃក្នុង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១ _____ សកម្មភាពទី២ _____ សកម្មភាពទី៣ _____	KPI 1, _____ KPI 2, _____ KPI 3, _____
	BB1.4.ម៉ាស៊ីន គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១ _____ សកម្មភាពទី២ _____ សកម្មភាពទី៣ _____	KPI 1, _____ KPI 2, _____ KPI 3, _____
	BB1.5.អភិបាលកិច្ច គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១ _____ សកម្មភាពទី២ _____ សកម្មភាពទី៣ _____	KPI 1, _____ KPI 2, _____ KPI 3, _____
	BB1.6.ទំនាក់ទំនងអង្គការ គោលដៅផ្ទៃក្នុង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១ _____ សកម្មភាពទី២ _____ សកម្មភាពទី៣ _____	KPI 1, _____ KPI 2, _____ KPI 3, _____
BB2 - កត្តាមូលដ្ឋាននៃយុទ្ធសាស្ត្រកែលម្អ	BB2.1.ការវិនិយោគ/លទ្ធផល/លទ្ធភាព គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១ _____ សកម្មភាពទី២ _____ សកម្មភាពទី៣ _____	KPI 1, _____ KPI 2, _____ KPI 3, _____
	BB2.2. អ្នកផ្គត់ផ្គង់ & យុទ្ធសាស្ត្រកែលម្អ គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១ _____	KPI 1, _____

			សកម្មភាពទី២៖ _____	KPI 2, _____
			សកម្មភាពទី៣៖ _____	KPI 3, _____
	BB2.3. ដំណើរការផលិត	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១៖ _____	KPI 1, _____
			សកម្មភាពទី២៖ _____	KPI 2, _____
			សកម្មភាពទី៣៖ _____	KPI 3, _____
BB2.4. ការគ្រប់គ្រងកសិកម្ម/ការចែកចាយ	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១៖ _____	KPI 1, _____	
		សកម្មភាពទី២៖ _____	KPI 2, _____	
		សកម្មភាពទី៣៖ _____	KPI 3, _____	
BB2.5. ការប្រើប្រាស់ធនធាន	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១៖ _____	KPI 1, _____	
		សកម្មភាពទី២៖ _____	KPI 2, _____	
		សកម្មភាពទី៣៖ _____	KPI 3, _____	
BB2.6. ការកែច្នៃផ្សេងទៀត/ការប្រើប្រាស់ផលិតផល ឬសកម្មភាពសេវាកម្ម	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១៖ _____	KPI 1, _____	
		សកម្មភាពទី២៖ _____	KPI 2, _____	
		សកម្មភាពទី៣៖ _____	KPI 3, _____	
BB3 - BB3 - ការកែលម្អប្រព័ន្ធកសិកម្មលម្អិតនៃការវិនិយោគសម្រាប់ផលចំណេញ	BB3.1. សុវត្ថិភាពសុខភាពសេដ្ឋកិច្ច	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១៖ _____	KPI 1, _____
			សកម្មភាពទី២៖ _____	KPI 2, _____
			សកម្មភាពទី៣៖ _____	KPI 3, _____
BB3.2. សុវត្ថិភាពសុខភាពសង្គម	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១៖ _____	KPI 1, _____	
		សកម្មភាពទី២៖ _____	KPI 2, _____	
		សកម្មភាពទី៣៖ _____	KPI 3, _____	
BB3.3. សុវត្ថិភាពសុខភាពបរិស្ថាន	គោលដៅប្រែក្លាយចម្បង ដែលត្រូវសម្រេច _____	សកម្មភាពទី១៖ _____	KPI 1, _____	
		សកម្មភាពទី២៖ _____	KPI 2, _____	
		សកម្មភាពទី៣៖ _____	KPI 3, _____	

**ឧបសម្ព័ន្ធ
ធនធាន និងឧបករណ៍បំពេញបន្ថែម**

កត្តាមូលដ្ឋានសម្រាប់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម		
ធនធាន និងឧបករណ៍ដែល ត្រូវបានណែនាំ	ការពណ៌នា	របៀបប្រើ និងករណីសិក្សា
<p><u>ការអភិវឌ្ឍ និងការពង្រីកគំរូ IBAN, ២០២២</u></p>	<p>វគ្គសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក "ការអភិវឌ្ឍ និងពង្រីកគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន" ត្រូវបានរចនាឡើងសម្រាប់តួអង្គជាច្រើនពីប្រ ព័ន្ធអេកូឡូស៊ីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB) ជាពិសេសក្រុមហ៊ុន និងអន្តរការី។ វាពន្យល់ពីលក្ខណៈនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ផែនទីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងផ្តល់នូវឧបករណ៍អនុវត្តដ៏មានតម្លៃ សម្រាប់ផ្នែកក្នុង និងសហគ្រិន។ ឧបករណ៍ទាំងអស់ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយអ្នក កសាងវគ្គ ពីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ឧបករណ៍ទាំងនោះ អាចត្រូវបានប្រើដើម្បីពង្រីក និងផ្លាស់ប្តូរក្រុមហ៊ុន ដោយ រួមបញ្ចូលប្រជាជនដែលនៅ បាត់នៃពិរិយកិច្ចសង្គមទៅក្នុងគំរូអាជីវ កម្មរបស់ពួកគេ។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • វគ្គសិក្សានេះមិនមានកាលបរិច្ឆេទចាប់ផ្តើម ប្រញាប់ទេ។ អ្នកអាចរៀន វាតាមដំណើរការ ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។ • ម៉ូឌុលនីមួយៗនៅក្នុងវគ្គសិ ក្សានេះចំណាយពេលពី ១៥ ទៅ ១២០ នាទី។ • អ្នកអាច ជ្រើសរើសស្វែងយល់ ឱ្យបានស៊ីជម្រៅ ទៅតាមកម្រិតផ្សេងៗ ដើម្បីស្វែងយល់ពី ខ្លឹមសារផ្នែកផ្សេងៗ។ • នៅពេលអ្នក បញ្ចប់ការប្រឡង ចុងក្រោយហើយ អ្នកនឹងទទួលបានវិញ្ញាបន បត្រមួយសន្លឹក។
<p><u>ឯកសារកញ្ចប់ឧបក រណ៍ផលប៉ះពាល់សង្គ ម ក្របខណ្ឌគំរូ Canvas Logic, ២០២២</u></p>	<p>ក្របខណ្ឌគំរូ Canva Logic ដើម្បីប្រើ និងអភិវឌ្ឍក្នុងគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន របស់អ្នក។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ក្របខណ្ឌ Canva
<p><u>កញ្ចប់ឧបករណ៍វិ ភាពអាជីវកម្មជនតូ ច RJC, ២០២១</u></p>	<p>លើសពី CSR៖ សកម្មភាពភ្លាមៗដែលអ្នកអាចធ្វើក្នុងនាមជា ម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូច ដើម្បីជួយដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម និងរួមចំណែកដល់គោលដៅអាជីវកម្មប្រកបដោ យវិភាព (SDG) ទាំង ១៧</p>	<ul style="list-style-type: none"> • តើអ្វីទៅជា CSR • ហើយហេតុអ្វីត្រូវអនុវត្តវា? • អត្ថប្រយោជន៍ និងបញ្ហាប្រឈមនៃការអនុ វត្ត CSR • យុទ្ធសាស្ត្រ CSR • ការ បង្កើតគោលនយោបាយ CSR

		<ul style="list-style-type: none"> • ការបញ្ឈប់ CSR ទៅក្នុងការអនុវត្តក្នុងអង្គការរបស់អ្នក • ឧបករណ៍ និងធនធាន
<p><u>ការប្រើប្រាស់គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដើម្បីគាំទ្រដល់បាតពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គមក្នុងអំឡុងពេលកូវីត ១៩ IFC, ២០២០</u></p>	<p>អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលពង្រីកលទ្ធភាពទទួលបានទំនិញ សេវាកម្ម និងជីវភាពរស់នៅសម្រាប់ប្រជាជនទាំងនេះកំពុងឆ្លើយតបទៅនឹងវិបត្តិ ដោយការគ្រប់គ្រងទិសឡើងវិញ និងអនុវត្តគំរូអាជីវកម្ម ព្រមទាំងប្រតិបត្តិការបរិយាប័ន្នរបស់ខ្លួន។ កំណត់សម្គាល់នេះរំលេចពីសកម្មភាពចំនួនប្រាំពីរដែលក្រុមហ៊ុនកំពុងអនុវត្ត ដើម្បីដោះស្រាយតម្រូវការនៅឯបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម។ យើងបង្ហាញសកម្មភាពរបស់ពួកគេនៅទីនេះ ជាឧទាហរណ៍នៃអ្វីដែលក្រុមហ៊ុនផ្សេងទៀតអាចធ្វើ ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់អ្នកដែលនៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គមក្នុងបរិបទនៃជំងឺរាតត្បាត។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ការគ្រប់គ្រងទិសឡើងវិញផ្នែកលើសហគមន៍ • វិធីសាស្ត្រទំនាក់ទំនងបុគ្គលិក និងមូលដ្ឋាន • ការប្រើប្រាស់បណ្តាញព័ត៌មានដែលមានមូលដ្ឋានលើបច្ចេកវិទ្យាដែលមានស្រាប់ • ការទទួលយកបណ្តាញចែកចាយជំនួស • ការកែសម្រួលតម្លៃ និងគំរូទូទាត់ • ករណីសិក្សា៖ • ឧទាហរណ៍អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធអង្គការ JK • DCM Shriram Limited • Ecofiltro
<p>គោលដៅអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព (SDG) និងកញ្ចប់ឧបករណ៍ភាពចាស់ទុំអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន UNDP, ២០១៩</p>	<p>កញ្ចប់ឧបករណ៍នេះត្រូវបានរៀបរៀងឡើងជាឯកសារយោងជាក់ស្តែងសម្រាប់អ្នកដឹកនាំអាជីវកម្ម នៅពេលដែលពួកគេស្វែងរកទីតាំងល្អបំផុតសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនរបស់ពួកគេសម្រាប់ភាពជោគជ័យនាពេលអនាគត នៅក្នុងបរិបទនៃ SDG។ ជាមួយនឹងការពិចារណាដែលស្របតាមកម្រិតបទពិសោធន៍របស់ក្រុមហ៊ុននីមួយៗជាមួយនឹងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ខ្លឹមសារអាចអនុវត្តបានយ៉ាងទូលំទូលាយនៅទូទាំងវិស័យឯកជន។ វាក៏ផ្តល់នូវខ្លឹមសារដែលពាក់ព័ន្ធនឹងក្នុងអង្គដែលស្វែងរកការរចនាប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសកលប្រកបដោយបរិយាប័ន្ន។ រដ្ឋាភិបាលនិងអង្គការក្នុងវិស័យសង្គមអាចប្រើប្រាស់ខ្លឹមសារនេះដើម្បីជួយគាំទ្រដល់អ្នកដឹកនាំអាជីវកម្មក្នុងការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ការយល់ដឹងជាក់ស្តែងសម្រាប់ភាពជោគជ័យនាពេលអនាគតនៅក្នុងបរិបទ SDG។ • ស្វែងយល់ពីជំហាននីមួយៗនៃដំណើរការអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ • វិភាគ និងស្វែងយល់ពីកម្រិតនៃភាពចាស់ទុំ។
<p><u>ឯកសារណែនាំអំពីអាជីវកម្មរួមបញ្ចូល GlobalCAD- iBAN, 2018</u></p>	<p>របាយការណ៍នេះត្រូវបានចាត់ចែងដោយបណ្តាញសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IBAN)។ IBAN គឺជាបណ្តាញភាគីពាក់ព័ន្ធច្រើនដែលលើកកម្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធទូទាំងពិភពលោក និងគាំទ្រដល់ការពង្រីក</p>	<ul style="list-style-type: none"> • បង្កើតករណីសម្រាប់ឧស្សាហកម្ម FMCG

	<p>និងការចម្លងគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ស្ថាប័ននេះចូលរួមជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធគ្រប់ប្រភេទ និង «ភ្ជាប់ចំណុច» រវាងអាជីវកម្មជាច្រើន គំនិតផ្តួចផ្តើមដែលមានស្រាប់ បណ្តាញវិនិយោគិន និងតួអង្គផ្សេងទៀតមកពីសហគមន៍អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធសកល។ ដើម្បីឱ្យគំរូអាជីវកម្ម និងភាពជាដៃគូដែលទទួលបានជោគជ័យ IBAN បង្កើត និងចែករំលែកការយល់ដឹងអំពីទិដ្ឋភាព កំដៅជាការអនុវត្តល្អបំផុត ហើយប្រមូលផ្តុំ ភាគីពាក់ព័ន្ធមករមួយគ្នា ដោយផ្តល់ជូននូវការរៀនពីគ្នា ការបង្កើត បណ្តាញ និងកន្លែងផ្តល់ព័ត៌មាន។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • នៅបាតនៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ចសង្គម (BoP) • ការយល់ដឹងអំពីបរិបទៈ ខ្សែច្រវាក់តម្លៃ និងយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន សំខាន់ៗ។ • វិធីសាស្ត្រមួយជំហានម្តង ៗ ដើម្បីបង្កើតគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ធរបស់អ្នក។ • ទិដ្ឋភាពទូទៅលើករណីសិក្សា (គ្រប់វិស័យ និងតំបន់)
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p><u>កញ្ចប់ឧបករណ៍ណែនាំពេញលេញ Mentorloop ២០១៧</u></p>	<p>ផ្នែកខាងក្រោមនៃកញ្ចប់ឧបករណ៍នេះមានគោលបំណងផ្តល់នូវឧបករណ៍ជាច្រើនដែលអ្នកនឹងត្រូវការដើម្បីចាប់ផ្តើម និងដំណើរការកម្មវិធីណែនាំសម្រាប់អង្គការនានា។ មានឧបករណ៍ជាច្រើនដែលអ្នកអាចប្រើដើម្បីផ្តល់សិទ្ធិអំណាចដល់ក្រុមការងារ និងស្ថាប័នរបស់អ្នកឱ្យប្រសើរឡើងតាមរយៈអត្ថប្រយោជន៍ដែលបានបង្ហាញឱ្យឃើញពីការណែនាំ។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • បញ្ជីត្រួតពិនិត្យកម្មវិធីណែនាំ • សន្លឹកឯកសារណែនាំអំពីកម្មវិធីណែនាំ • កម្រងសំណួរផ្តួចផ្តើមអ្នកផ្តល់ការណែនាំ-អ្នកទទួលបានការណែនាំ • ខ្លឹមសារ និងធនធានណែនាំដែលត្រូវបានបញ្ជាក់ • ក្របខណ្ឌសំណើកម្មវិធីណែនាំ
-------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

កត្តាមូលដ្ឋានសម្រាប់ខ្សែច្រវាក់តម្លៃ

ធនធាន និងឧបករណ៍ដែលត្រូវបានណែនាំ	ការពណ៌នា	របៀបប្រើ និងករណីសិក្សា
<p><u>សៀវភៅណែនាំ និងកញ្ចប់ឧបករណ៍របស់គ្រូបណ្តុះបណ្តាលៈការវាយតម្លៃគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក្នុងវិស័យកសិកម្ម និងការផ្សារភ្ជាប់ម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចទៅនឹងទិដ្ឋភាព Ciat - Cgiar, ២០២២</u></p>	<p>LINK អាចជួយអាជីវកម្មរបស់អ្នកឱ្យសម្របសម្រួលដំណើរការសិក្សាជាប្រព័ន្ធរវាងតួអង្គ ពីខ្សែច្រវាក់តម្លៃដែលបានជ្រើសរើស និងស្វែងរកឱកាសថ្មីសម្រាប់នវានុវត្តន៍ ដោយផ្អែកលើការអនុវត្តកញ្ចប់ឧបករណ៍ដែលមានការចូលរួមជាមួយនឹងឧបករណ៍សំខាន់ៗចំនួនបួនៈ ប្រើដើម្បីយល់ពីបរិបទម៉ាក្រូនៃទិដ្ឋភាព និងអាជីវកម្ម ដែលផ្សារភ្ជាប់អ្នកផលិតជនបទជាមួយអ្នកទិញ។ ប្រើដើម្បីយល់កាន់តែលម្អិតអំពីអាជីវកម្មនីមួយៗដែលផ្សារភ្ជាប់អ្នកផលិតនៅតាមជនបទជាមួយអ្នកទិញ។ ប្រើដើម្បីកំណត់ថាតើអាជីវកម្មនីមួយៗដែលផ្សារភ្ជាប់អ្នកផលិតជនបទជាមួយអ្នកទិញគឺពិតជាមានបរិយាប័ន្ន។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ផែនទីបង្ហាញផ្លូវអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន • ផែនទីខ្សែច្រវាក់តម្លៃ • ផ្ទាំងផែនការគំរូអាជីវកម្ម • គោលការណ៍គំរូអាជីវកម្មថ្មី • ការវាយតម្លៃ • វដ្តកំរូដើម • គោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការសម្ភាស

<p><u>ដំណើរស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ប្រកបដោយបរិយាប័ន្នអាជីវកម្មសម្រាប់ការវិនិយោគប្រកបដោយបរិយាប័ន្ន ឆ្នាំ ២០២១</u></p>	<p>ឯកសារនេះមានគោលបំណង (១) ការកសាងនិយមន័យរួម និងមហិច្ឆតាសម្រាប់ "ការជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់ប្រកបដោយបរិយាប័ន្ន" និង (២) ការចែករំលែក "ឯកសារណែនាំសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់" ដែលផ្តល់ការណែនាំអំពីប្រតិបត្តិការជាក់ស្តែងអំពីរបៀបចាប់ផ្តើម/បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់ប្រកបដោយបរិយាប័ន្ន។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • វាយតម្លៃស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ននៃខ្សែច្រវាក់តម្លៃរបស់អ្នក។ • កំណត់មហិច្ឆតារួម និងគោលបំណងសំខាន់ៗ • សំណើ KPI ដើម្បីត្រួតពិនិត្យមធ្យោបាយ និងការបញ្ចប់ • គូសបញ្ជាក់ករណីអាជីវកម្មកម្រិតខ្ពស់សម្រាប់ការជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់ប្រកបដោយបរិយាប័ន្ន • បង្កើតការប្តេជ្ញាចិត្តពីថ្នាក់គ្រប់គ្រងកំពូលរបស់អ្នក។ • បង្កើតក្រុមគម្រោងពហុមុខងារ • ករណីអាជីវកម្ម • អ្នកផ្គត់ផ្គង់យុទ្ធសាស្ត្រ
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p><u>កញ្ចប់ឧបករណ៍ខ្សែច្រវាក់តម្លៃ CRS ឆ្នាំ ២០២២</u></p>	<p>កញ្ចប់ឧបករណ៍ខ្សែច្រវាក់តម្លៃផ្តល់នូវវិធីសាស្ត្រដើម្បីគាំទ្រកសិកររបួស និងស្រីនៅក្នុងដំណាក់កាល "កសាងដើម្បីវិនិយោគឆ្ពោះទៅរកវិបុលភាព" នៃផ្លូវឆ្ពោះទៅរកវិបុលភាព CRS។ តាមរយៈការងារនេះ CRS កំពុងខិតខំដើម្បីសម្រេចបាននូវភាពជាអ្នកដឹកនាំក្នុងឧស្សាហកម្ម ក្នុងការផ្តល់សេវាខ្សែច្រវាក់តម្លៃ និងឥទ្ធិពលដែលគិតគូរពីយេនឌ័រ។ ឥឡូវនេះ កម្មវិធីខ្សែច្រវាក់តម្លៃ មានន័យដូចនឹងការអភិវឌ្ឍកសិកម្ម ហើយ CRS មានគោលបំណងទទួលយកវិធីសាស្ត្រនេះនៅទូទាំងផលប៉ុន្តែគម្រោងរបស់យើង។ វិធីសាស្ត្រខ្សែច្រវាក់តម្លៃ កសាងបន្ថែមលើការងារជាច្រើនឆ្នាំជាមួយសហគមន៍កសិកម្មជុំវិញពិភពលោក ហើយការណែនាំនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីផ្តល់នូវភាពស៊ីសង្វាក់គ្នាកាន់តែខ្លាំងនៅក្នុងក្របខណ្ឌទ្រឹស្តី និងការអនុវត្តកម្មវិធី។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ការណែនាំអំពីខ្សែច្រវាក់តម្លៃ • ឧបករណ៍សម្រាប់ធ្វើវិសាលភាពខ្សែច្រវាក់តម្លៃ • ការវាយតម្លៃទីផ្សារ • យុទ្ធសាស្ត្រខ្សែច្រវាក់តម្លៃ • ហិរញ្ញវត្ថុ • អភិបាលកិច្ច និងភាពជាដៃគូ • ករណីសិក្សាអំពីសហគ្រិនភាពកសិករ • ការចូលរួមពីវិស័យឯកជន • គោលនយោបាយអំណោយផលនានា
-----------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

កត្តាមូលដ្ឋានសម្រាប់ការវាស់វែងផលប៉ះពាល់

ធនធាន និងឧបករណ៍ដែលត្រូវបានណែនាំ	ការពណ៌នា	របៀបប្រើ និងករណីសិក្សា
<p><u>ការស្វែងយល់បន្ថែមអំពីការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់សង្គមកញ្ចប់ឧបករណ៍វាស់</u></p>	<p>ផលប៉ះពាល់សង្គមគឺជាផលជះជារួមនៃអន្តរាគមន៍ឬកម្មវិធីណាមួយដែលត្រូវបានអនុវត្តដើម្បីដោះស្រាយគុណវិបត្តិក្នុងសង្គម។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ទ្រឹស្តីនៃការផ្លាស់ប្តូរគំរូ • អ្នកពន្យល់គំរូតក្កវិជ្ជា • សន្លឹកកិច្ចការគំរូតក្កវិជ្ជា (A3)

<p><u>វែងផលប៉ះពាល់, ២០២២</u></p>	<p>ជាទូទៅ ផលប៉ះពាល់គឺជាផលជះ ឬលទ្ធផលក្នុងសង្គមនៅក្នុងរយៈពេលវែងដែលសម្រេចបានតាមរយៈយុទ្ធសាស្ត្រ និងសកម្មភាព ផលិតផល និងលទ្ធផលនៃអន្តរាគមន៍ កម្មវិធី ឬអង្គការ។ ផលប៉ះពាល់អាចជាវិជ្ជមាន ឬអវិជ្ជមាន ចេតនា ឬអចេតនា ហើយអាចកើតឡើងដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោល។ វាប្រហែលជាមិនអាចកំណត់ដោយផ្ទាល់នូវផលប៉ះពាល់ដល់អន្តរាគមន៍ កម្មវិធី ឬអង្គការនោះទេ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ វាអាចទៅរួច និងពាក់ព័ន្ធក្នុងការបង្កើតអំណះអំណាងដ៏ទាក់ទាញសម្រាប់ការរួមចំណែកឆ្ពោះទៅរកផលប៉ះពាល់តាមរយៈការរួមបញ្ចូលគ្នានៃភស្តុតាងដោយផ្ទាល់ និងប្រយោល។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • អ្នកពន្យល់អំពីក្របខណ្ឌវាយតម្លៃ • សន្លឹកកិច្ចការក្របខណ្ឌវាយតម្លៃ (A3)
<p><u>ប្តង់មេសម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរនៃកម្លាំងពលកម្មបៃតង Deloitte, ២០២២</u></p>	<p>កញ្ចប់ឧបករណ៍នេះត្រូវបានបង្កើតឡើង និងធ្វើឱ្យកាន់តែសម្បូរបែប ដោយការយល់ដឹងដែលប្រមូលបានពីជំនួបតុមូល ការសម្ភាស និងការស្ទង់មតិដែលផ្តល់ដោយអ្នកជំនាញផ្នែកចីរភាពជាច្រើននាក់នៅទូទាំងវិស័យសាធារណៈ និងឯកជន។ គោលបំណងតាមរយៈកញ្ចប់ឧបករណ៍នេះ គឺផ្តល់ឱ្យអង្គការនានានូវគំនិតជាក់ស្តែង ឧបករណ៍ និងជម្រើសដើម្បីស្វែងយល់បន្ថែមនៅក្នុងបរិបទរបស់អង្គការរបស់ពួកគេ ដែលអាចលើកទឹកចិត្ត និងជំរុញការផ្លាស់ប្តូរជំនាញបៃតង។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ម៉ាទ្រីសនៃភាពចាស់ទុំ • ប្តង់មេនៃអង្គការគំរូ • អង្គការគំរូនៅក្នុងវិស័យឯកជន • អង្គការគំរូក្នុងវិស័យសាធារណៈ • កត្តារារាំង និងកត្តាអំណោយផលចំពោះអង្គការ
<p><u>ដៃគូកម្មវិធី និងគម្រោងនានា៖ កញ្ចប់ឧបករណ៍ផលប៉ះពាល់សង្គម, រដ្ឋាភិបាលចក្រភពអង់គ្លេស, ២០២១</u></p>	<p>កញ្ចប់ឧបករណ៍ផលប៉ះពាល់សង្គមនេះត្រូវបានរៀបរៀងឡើងដើម្បីជួយកម្មវិធី និងដៃគូគម្រោង ដៃគូខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់យល់អំពីផលប៉ះពាល់សង្គម ហេតុអ្វីបានជាវាសំខាន់ របៀបបញ្ចូលវាទៅក្នុងដំណើរការលទ្ធកម្ម និងរបៀបដែលពួកគេអាចគាំទ្រការផ្លាស់ប្តូរជាវិជ្ជមាននៅក្នុងសហគមន៍។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ស្ថាប័នអនុវត្តសំខាន់ៗនៃផលប៉ះពាល់សង្គម • តើ Timebank ជាអ្វី? • ករណីសិក្សា - កម្មវិធី និងគម្រោងកម្មសិក្សាភាពជាដៃគូ • ករណីសិក្សា - Bedrock • ករណីសិក្សា - ភាពជាដៃគូអាជីវកម្មចម្បង • ការប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងផលប៉ះពាល់សង្គម
<p><u>ឯកសារកញ្ចប់ឧបករណ៍អាជីវកម្មបៃតង និងបរិយាប័ន្ន GIZ, ២០១៩</u></p>	<p>សហគមន៍អន្តរជាតិកំពុងផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់កាន់តែខ្លាំងលើគំរូអាជីវកម្មបៃតង និងបរិយាប័ន្ន (GIB)។ ប៉ុន្តែខណៈពេលដែលភាពពាក់ព័ន្ធរបស់ពួកគេសម្រាប់ការដោះស្រាយបញ្ហាសង្គម និងបរិស្ថានត្រូវបានទទួលយកកាន់តែខ្លាំង</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ការគូសផែនទីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីអាជីវកម្មបៃតង និងបរិយាប័ន្ន

	<p>សំណួរអំពីរបៀបគាំទ្រគំរូនៅក្នុងកម្មវិធីកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអភិវឌ្ឍគឺមិនសូវមានភាពច្បាស់លាស់ទេ។ ប្រអប់ឧបករណ៍ពាណិជ្ជកម្មបែកដេរ និងបរិយាប័ន្ននេះព្យាយាមផ្តល់ជម្រើសមួយចំនួនដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានេះ។</p>	<p>GIB</p> <ul style="list-style-type: none"> • បណ្ឌិតសភាសហគ្រិនបែកដេរ • ការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញធុរកិច្ចសម្រាប់ BoP-សហគ្រិន • ការសម្របខ្លួនរបស់សហគ្រាស ចំពោះការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ • វិធីសាស្ត្រក្នុងស្រុកដើម្បីគាំទ្រអាជីវកម្មបែកដេរ • កម្មវិធីអភិវឌ្ឍគោលនយោបាយពាណិជ្ជកម្មបរិយាប័ន្ន • ការជ្រើសរើសខ្សែច្រវាក់តម្លៃ • លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសេដ្ឋកិច្ចបរិស្ថាន សង្គម និងស្ថាប័ន
<p><u>កញ្ចប់ឧបករណ៍អាជីវកម្មប្រកបដោយចីរភាព</u> EastSuffolk, ២០១៩</p>	<p>កញ្ចប់ឧបករណ៍អាជីវកម្មប្រកបដោយចីរភាពនេះមានគោលបំណងជួយដល់អាជីវកម្មរបស់អ្នកឱ្យកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់បរិស្ថានបានយ៉ាងឆាប់រហ័ស និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនៅទូទាំងគ្រប់វិស័យ និងចាត់វិធានការជាវិជ្ជមានឆ្ពោះទៅរកការក្លាយជាអាជីវកម្មមួយក្នុងចំណោមអាជីវកម្មប្រកបដោយចីរភាព បរិស្ថានដែលកំពុងរីកលូតលាស់នៅទូទាំងតំបន់ East Suffolk។ ប្រសិទ្ធផលថាមពល និងការកកើតឡើងវិញ ការដឹកជញ្ជូនប្រកបដោយចីរភាព ការកាត់បន្ថយសំណល់ ការកែច្នៃឡើងវិញ ការទប់ស្កាត់ការបំពុល ប្រសិទ្ធផលទឹក ជីវចម្រុះ លទ្ធកម្មប្រកបដោយចីរភាព។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • កញ្ចប់ឧបករណ៍អាជីវកម្មប្រកបដោយចីរភាព • ការវាយតម្លៃចីរភាពពេញលេញសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន
<p><u>កញ្ចប់ឧបករណ៍អាជីវកម្មបែកដេរ</u> UAE, ២០១៨</p>	<p>កញ្ចប់ឧបករណ៍អាជីវកម្មបែកដេររបស់ UAE មានគោលបំណងបំផុសគំនិតអាជីវកម្មគ្រប់ប្រភេទ និងគ្រប់ទំហំទាំងអស់សម្រាប់ការបោះជំហានសំខាន់ដំបូង ដើម្បីធ្វើឱ្យពួកគេកាន់តែមានមេត្រីភាពបរិស្ថាន និងមានទំនួលខុសត្រូវក្នុងសង្គម។ អាជីវកម្មបែកដេរអាចចូលរួមចំណែកក្នុងការបំពេញរបៀបវារៈជាតិ និងសកលលោក ដូចជាចក្ខុវិស័យ UAE ឆ្នាំ ២០២១ របៀបវារៈបែកដេរ UAE ឆ្នាំ ២០៣០ និងផែនការជាតិប្រែប្រួលអាកាសធាតុឆ្នាំ ២០៥០</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ការវិយាល័យបែកដេរ • លទ្ធកម្មបែកដេរ • ផលិតផលបែកដេរ

	<p>ក៏ដូចជាគោលដៅអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព (SDG) របស់អង្គការសហប្រជាជាតិ។</p>	
<p><u>កញ្ចប់ឧបករណ៍អ្នកណែនាំបែតង</u> <u>ការិយាល័យបេសកកម្មសហភាព</u> <u>២០១៥</u></p>	<p>គម្រោងនេះមានគោលបំណងរចនា និងអភិវឌ្ឍខ្លឹមសារ និងផលិតផល VET ប្រកបដោយនវានុវត្តន៍ ដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់ទម្រង់វិជ្ជាជីវៈថ្មីរបស់អ្នកណែនាំសម្រាប់សហគ្រិនបែតង កំណត់ និងអភិវឌ្ឍសមត្ថភាព វិធីសាស្ត្រ និងឧបករណ៍ដែលអ្នកណែនាំសម្រាប់សហគ្រិនបែតងត្រូវការ ដើម្បីគាំទ្រដល់សហគ្រិនបែតងនៅអឺរ៉ុបប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពតាមរយៈ VET។</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ការផ្តល់ឧបករណ៍ និងវិធីសាស្ត្រដែលមានប្រយោជន៍សម្រាប់ការណែនាំ • កញ្ចប់ឧបករណ៍ជួយបង្កើតក្របខណ្ឌសម្រាប់ទំនាក់ទំនងណែនាំបែតង។ • ឧបករណ៍អនុវត្ត (គំរូ និងលំហាត់) • រៀបរៀងឡើងសម្រាប់អ្នកណែនាំបែតង (ឬអ្នកណែនាំបែតងនាពេលអនាគត) វាក៏ជាសម្ភារៈមានប្រយោជន៍សម្រាប់អ្នកទទួលបានការណែនាំផងដែរ។



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 សេដ្ឋកិច្ចបែកចែក ការបន្សុំ និងការកាត់បន្ថយការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងសមភាពយេនឌ័រ ។

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

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



INCLUSIVEBUSINESS.NET