Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC

# សៀវភៅ មគ្គុទេសក៍

## សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធ ទីផ្សារកសិកម្ម

### ការពន្លឿន អាជីវកម្មជនបទ (RBA)

គោលការណ៍ណែនាំជាក់ស្តែងស្តីពីវិធីសាស្ត្រក្នុង ការជួយអាជីវកម្មខ្នាតតូចនៅតាមទីជនបទអោយ រីកចម្រើន

CHAIN

SNV

swisscontact

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

**Swiss Agency for Development and Cooperation SDC**

# សៀវភៅ មគ្គុទេសក៍

## សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារកសិកម្ម

SNV

swisscontact

## គម្រោងឈេន

### សៀវភៅមគ្គុទេសក៍ សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារកសិកម្ម

# ការពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ (RBA)


ចងក្រងដោយ៖

លោក លឹម សុគន្ធដារុណ

លោក រិគ អូវើម៉ាស៍

លោកស្រី ឃឹម គឹមបួយ



រចនា និងរៀបចំបោះពុម្ពផ្សាយ៖ ក្រុមហ៊ុន អិម. អ. អេ ឌីហ្សាញ

រៀបចំរូបភាព៖ គម្រោងឈេន

អ្នកពិនិត្យផ្ទៀងផ្ទាត់៖ វ៉ូណាល់ដូ ម៉ុងតេកាល់វ៉ូ

បកប្រែជាភាសាខ្មែរ៖ លោក ង៉ែត សុភា

**សូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះអ្នកពិនិត្យ និងកែសម្រួល៖**

លោកជំទាវបណ្ឌិត យ៉ើ អាស៊ីគិន

លោកស្រី ម៉ារិគិ វ៉ាន់ស៊្បី

លោក រិគ វ៉ាន់ គូលេន

លោក ហែម សុវណ្ណារិទ្ធ

បណ្ឌិត សុខ គឹមឈិន

លោក ឱ ធី

លោក អ៊ុក វណ្ណារ៉ា

**និងសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះអ្នកចូលរួមចំណែក៖**

លោកស្រី យស មន្នីរ័ត្ន

លោក អ៊ុន រើន

លោក ស្រី សុខជា

លោក សោម សាល

មន្ត្រីមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ



គម្រោងសាកវប្បកម្មកម្ពុជាដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូលនិងអាហារូបត្ថម្ភ (ឈេន) អេសអិនវី កម្ពុជា និងអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

អ៊ីមែល៖ horticulturecambodia@gmail.com

វ៉ិបសាយ៖ https://web.maff.gov.kh

ហ្វេសប៊ុក៖ @សាកវប្បកម្មកម្ពុជា Horticulture in Cambodia

# បុព្វបទ

វិស័យកសិកម្មនៅប្រទេសកម្ពុជាបានបង្ហាញការបន្តរីកលូតលាស់ទាំងផលិតកម្ម និងការនាំចេញ ទោះបីជាមានការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីត១៩។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ ភាពក្រីក្រនៅតែជាកត្តាចំបងកើតមានឡើងនៅតំបន់ជនបទ ដែលប្រហែលជា៨០% នៃប្រជាជនក្រីក្រ ២,៥លាននាក់កំពុងរស់នៅក្នុងតំបន់ជនបទ។ ផលិតភាពទាបនៃកសិករខ្នាតតូចកម្ពុជា ជាលទ្ធផលនៃការប្រើប្រាស់នៅមានកម្រិតនូវធាតុចូលកសិកម្មដែលមានគុណភាព ការអនុវត្តតាមស្តង់ដាបច្ចេកទេស និងនវានុវត្តន៍ ព្រមទាំងឱកាស និងព័ត៌មានទីផ្សារ។ សម្ពាធនៃធនធានធម្មជាតិ និងផលប៉ះពាល់នៃបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ គឺជាបញ្ហាប្រឈមបន្ថែមទៀត។ ចំណែកការចូលរួមក៏នៅមានកម្រិតពីសំណាក់វិស័យឯកជនលើសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងកិច្ចសហការខ្សោយជាមួយតួអង្គមកពីវិស័យសាធារណៈ បានរាំងការអភិវឌ្ឍភាពរីកចម្រើនរបស់កសិករខ្នាតតូច។ កម្ពុជាពុំទាន់បានផ្គត់ផ្គង់បន្លែក្នុងស្រុកគ្រប់គ្រាន់នៅឡើយ ម៉្យាងវិញទៀត កំណើនសេដ្ឋកិច្ចរហ័សបានបង្ហាញនូវតម្រូវការកាន់តែខ្ពស់សម្រាប់ការបរិភោគបន្លែ និងផ្លែឈើដែលសុវត្ថិភាព និងគុណភាពល្អ។ កត្តានេះជាឱកាសដ៏មានតម្លៃរបស់កសិករខ្នាតតូច និងអ្នកកែច្នៃ ជាពិសេសស្ត្រី ក្នុងការបង្កើនប្រាក់ចំណូល និងសន្តិសុខស្បៀង។ ជាងនេះទៅទៀត ភាពប្រសើរឡើងផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជនបទ បានជំរុញការបំលាស់ទីរបស់ប្រជាជនក្រីក្រជនបទ ដោយផ្តល់ឱ្យពួកគេនូវលទ្ធភាពទទួលបានទីផ្សារចម្រុះ និងឱកាសការងារជាច្រើន។

ឆ្លើយតបទៅនឹងបញ្ហា និងឱកាសទាំងនេះ ទីភ្នាក់ងារស្វីសសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ (SDC) បានអភិវឌ្ឍគម្រោងសាកវប្បកម្មកម្ពុជាដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូលនិងអាហារូបត្ថម្ភ ដែលហៅកាត់ថា (គម្រោងឈេន) ជាកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សម្រាប់រយៈពេលប្រាំបីឆ្នាំ (២០១៤ - ២០២២) ដោយសហការជិតស្និទជាមួយក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ តាមរយៈអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និងមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទក្នុងបណ្តាខេត្តគោលដៅ។ គម្រោងឈេនបានប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទីផ្សារមួយដែលមានគោលបំណងពង្រឹងការចូលរួមរបស់កសិករក្រីក្រ (ផ្តោតសំខាន់លើស្ត្រី) នៅក្នុងទីផ្សារដើម្បីធានានូវលទ្ធភាពប្រើប្រាស់ធាតុចូលកសិកម្ម និងសេវាកម្មបានប្រសើរ និងទទួលបានចំណូលខ្ពស់។ កត្តាគន្លឹះនៃវិធិសាស្ត្រនេះគឺជាដំណើរការសម្របសម្រួលមួយ សម្រាប់ទាក់ទាញការចូលរួមពីបណ្តាដៃគូឯកជន និងសាធារណៈ ព្រមទាំងអង្គការសង្គមស៊ីវិលក្នុងការផ្តល់ជូននូវទំនិញ និងសេវាកម្មនានា ទាំងធាតុចូល និងផលិតផលកសិកម្មនៃច្រវាក់តម្លៃសាកវប្បកម្ម (ឧទាហរណ៍៖ ការផ្សព្វផ្សាយ ធាតុចូលកសិកម្ម ការរៀបចំទីផ្សារ និងព័ត៌មានទីផ្សារ) ដែលសាកសម និងបំពេញចំតម្រូវការកសិករក្រីក្រ និងអ្នកកែច្នៃ។ ឆ្លងកាត់រយៈពេល៨ឆ្នាំ យើងអាចសម្រេចបានលទ្ធផលប្រកបដោយផ្លែផ្កា។ ផលិតកម្មលើដំណាំបន្លែរបស់កម្ពុជាបានកើនឡើងគួរអោយកត់សម្គាល់ក្នុងអំឡុងពេល៣ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ និងបច្ចុប្បន្នបានគ្របដណ្តប់ ៦៨% នៃតម្រូវការទីផ្សារក្នុងស្រុក (៧០០.០០០តោនក្នុងឆ្នាំ២០២០) ប្រៀបធៀបនឹង៤២២.០០០តោន ក្នុងឆ្នាំ២០១៣។ សមិទ្ធិផលដ៏អស្ចារ្យ!

សៀវភៅមគ្គុទេសក៍សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារកសិកម្មនេះ គឺជាកាប្រមូលផ្តុំឧបករណ៍ គោលការណ៍ ការប្រតិបត្តិ និងវិធីសាស្ត្រនានា ដែលបានអភិវឌ្ឍក្នុងអំឡុងពេលអនុវត្តន៍គម្រោងឈេន។ សៀវភៅនេះនឹងផ្តល់ជាឯកសារយោងសម្រាប់គ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់នៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃកសិកម្ម ដែលមកពីវិស័យឯកជន វិស័យសាធារណៈ និងសង្គមស៊ីវិលជាដើម។ ជាងនេះទៅទៀត វាក៏ជាសៀវភៅណែនាំមួយសម្រាប់ឆ្ពោះទៅរកនិរន្តរភាពដែលជាស្នូលដ៏សំខាន់សម្រាប់គម្រោងឈេនដោយមានគោលបំណងពង្រឹង ប្រព័ន្ធទីផ្សារសាកវប្បកម្ម និងសមត្ថភាពនៃតួអង្គគ្រប់វិស័យដើម្បីផ្តល់សេវាកម្មទៅកសិករគោលដៅ។ បណ្តាញទំនាក់ទំនង គោលនយោបាយ និងប្រព័ន្ធទីផ្សារដែលបានបង្កើតឡើង នឹងបន្តដំណើរជាតួអង្គពាក់ព័ន្ធគ្រប់វិស័យ ចំណែកឯកសិករនឹងអាចឈានដល់កម្រិតអប្បបរមា-សមស្របមួយ ដើម្បីក្លាយជាទីផ្សារដែលទទួលបានប្រាក់ចំណេញ និងអាចទ្រទ្រង់ខ្លួនឯងបាន។

ខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម អាជ្ញាធរដែនដីថ្នាក់ខេត្ត មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងអង្គការអភិវឌ្ឍន៍ហូឡុង (SNV) ព្រមទាំងភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ សម្រាប់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការដ៏ឥតខ្ចោះ និងសម្រាប់ការរួមចំណែកដ៏មមាញឹកដល់ការអនុវត្តនៃគម្រោងឈេន។

មាគុស បរល (Markus Buerli)
នាយក នៃកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ

## មគ្គុទេសក៍ដទៃទៀតមានដាលំដាប់លំដោយដូចខាងក្រោម៖

- សេចក្តីណែនាំស្តីអំពីការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារ
- ការសម្របសម្រួលការអភិវឌ្ឍបណ្តុំអជីវកម្ម
- ការសម្របសម្រួលទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម
- ការវិភាគសេដ្ឋកិច្ចដំណាំ
- ការពន្លឿនអាជីវកម្មនៅជនបទ
- ការរៀបចំថវិកាលើមុខដំណាំ
- ដំណោះស្រាយ អាកាសធាតុ និងទឹកស្អាតវ៉ៃ សម្រាប់សាកវប្បកម្ម
- វីដេអូផលិតដោយកសិករសំរាប់ការផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល

# តារាងមាតិកា


១. សេចក្ដីផ្ដើម ១

២. ប្រវត្តិ ២

៣. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃវិធីសាស្ត្រ ៥

៤. ជំហាននៃអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម ៦

៥. សេចក្ដីណែនាំជាជំហានៗ ៧

៥.១ ការកំណត់អត្តសញ្ញាណអ្នកចូលរួមសក្ដានុពលក្នុងកម្មវិធី **RBA** ៧

៥.២ ការវាយតម្លៃតម្រូវការបណ្ដុះបណ្ដាល ៨

៥.៣ កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្ម ១០

៥.៤ ការតាមដាន និងការបង្ហាត់បង្ហាញ ១៣

៥.៥ សហវិនិយោគ ១៤

៦. សន្និដ្ឋាន ១៥

ឧបសម្ព័ន្ធ ១៦

# ១. សេចក្តីផ្តើម

គម្រោងសាកវប្បកម្មកម្ពុជាដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូលនិងអាហារូបត្ថម្ភ ហៅកាត់ថា (គម្រោងឈេន) បានផលិតចេញនូវសៀវភៅមគ្គុទេសក៍ (How-to Guides) ជាភាគៗបន្តបន្ទាប់ មានចំណងជើងខុសៗគ្នា ដែលមានខ្លឹមសារជាឯកសារណែនាំព័ត៌មានអំពីការអនុវត្តជាក់ស្តែង សម្រាប់ភាគីពាក់ព័ន្ធដែលមានបំណងចង់ចម្លងតាម និងក៏ចង់ធ្វើការកែលម្អបន្ថែមដើម្បីអោយកាន់តែមានភាពប្រសើរឡើង ទៅលើវិធីសាស្ត្រទាំងឡាយដែលគម្រោងឈេនបានប្រើប្រាស់ក្នុងអំឡុងពេលបីវគ្គនៃគម្រោង។

យើងសង្ឃឹមថាសៀវភៅមគ្គុទេសក៍គ្រប់ភាគទាំងអស់នេះនឹងមានសារៈប្រយោជន៍ទៅដល់ស្ថាប័នផ្សេងៗទូទាំងពិភពលោក ដូចជាវិស័យឯកជន សាធារណៈ និងសង្គមស៊ីវិល ជាពិសេសអ្នកដែលធ្វើការងារពាក់ព័ន្ធលើគម្រោងអភិវឌ្ឍន៍វិស័យកសិកម្ម ព្រមទាំងអនុវត្តន៍វិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ (មើលប្រអប់០១)។ ចំពោះសៀវភៅមគ្គុទេសក៍ទាំងនេះ គម្រោងឈេនបានសហការចងក្រង ជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធនានានៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ជាពិសេសក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលផ្សេងៗទៀត។

### ប្រអប់០១៖ ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារ (MSD)

វិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារគឺគ្របដណ្តប់ប្រព័ន្ធទាំងមូលជុំវិញទីផ្សារ។ ក្នុងករណីសាកវប្បកម្មនេះ ទិដ្ឋភាពរួមនៃទីផ្សារគឺរួមបញ្ចូលអ្នកចូលរួមពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ (តួអង្គ ឬអ្នកដើរតួនាទី)៖ កសិករដែលដាំដុះដំណាំ អ្នកផ្គត់ផ្គង់គ្រាប់ពូជ និងអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មផ្សេងៗទៅអោយកសិករ អាជីវករដែលទិញផលដំណាំនៅពេលប្រមូលផល និងអ្នកលក់នៅផ្សារនានាទៅអោយអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ។ សេវាកម្មនានាដែលគាំទ្រជាស្នូលដល់ការងារទីផ្សារ ក៏រួមបញ្ចូលផងដែរ ក្នុងនោះមានដូចជា៖ ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយរដ្ឋាភិបាលដែលផ្តល់ដំបូន្មានទៅកសិករ និងរចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារក្នុងតំបន់ ដែលរៀបចំទីធ្លាសមរម្យល្អសម្រាប់អ្នកលក់ និងអ្នកទិញជួបគ្នា។

ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារមានគោលបំណងដោះស្រាយបញ្ហាភាពក្រីក្រ តាមរយៈការធ្វើអោយប្រសើរឡើងនូវការអនុវត្ត ទីផ្សារនៅក្នុងបែបផែនបរិយាបន្ន ជាពិសេសការសម្របសម្រួលលើកទឹកចិត្តផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបទអាជីវកម្ម និងតួអង្គទីផ្សារដទៃទៀតដើម្បីធានានូវការផ្លាស់ប្តូរទ្រង់ទ្រាយធំដែលទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍យូរអង្វែង។

សៀវភៅមគ្គុទេសក៍មួយនេះផ្តោតលើវិធីសាស្ត្រពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទរបស់គម្រោងឈេន។ អំឡុងពេលបេសកកម្មត្រួតពិនិត្យពាក់កណ្តាលគម្រោង នៃគម្រោងឈេនវគ្គ២ យើងចាប់ផ្តើមពិចារណាពីការរីកចម្រើននៅមានកម្រិតនៃសហគ្រាសខ្នាតតូចជាច្រើន ដែលគម្រោងឈេនបានធ្វើការជាមួយក្នុងអំឡុងពេលការសម្របសម្រួលទីផ្សារអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម។ បើសម្លឹងមើលអាជីវកម្មលក្ខណៈគ្រួសារភាគច្រើនអ្នកជំនួញទាំងបុរស ទាំងស្ត្រី ជាធម្មតាពុំបានគិត(ឬបានគិតក្នុងវិធីមានកម្រិត) អំពីការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម រៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារនិងការលក់ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងគណនេយ្យ(ជាពិសេសការបែងចែកហិរញ្ញវត្ថុគ្រួសារ និងអាជីវកម្ម) ព្រមទាំងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស។ ដូច្នេះគម្រោងឈេនបានផ្តួចផ្តើមកវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទដើម្បីគាំទ្រការរីកចម្រើននៃអ្នកធ្វើអាជីវកម្មខ្នាតតូចដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ទាំងនោះ។

តាមរយៈការពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ គម្រោងឈេនបានផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលលើការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដើម្បីពង្រឹងជំនាញអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ និងបានគាំទ្រអោយមានការរីកចម្រើនជាមួយនឹងការធ្វើសហវិនិយោគ។ កម្មវិធីនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងជាការតាមដានតម្រង់ទិសសម្រាប់កសិករគំរូដែលបានបញ្ចប់សូត្រពីកម្មវិធីភ្ញាស់គំនិតអាជីវកម្មកសិករគំរូរបស់គម្រោងឈេនដើម្បីធានាថាកសិករ ដែលទើបនឹងចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មីជាផ្នែកមួយនៃការបណ្តុះបណ្តាលភ្ញាស់គំនិតរបស់ពួកគេនោះ បានទទួលការបង្វឹកបន្ថែមដើម្បីពង្រឹងជំនាញអាជីវកម្ម។ គម្រោងឈេនសហការជាមួយអ្នកផ្តល់សេវាអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្មក្នុងតំបន់ដើម្បីផ្តល់ការអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពការបណ្តុះបណ្តាលបង្វឹកមួយទល់មួយដល់សហគ្រាសខ្នាតតូចនិងមធ្យមទាំងនេះ។

អ្នកដែលមានបំណងប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រដូចព៌ណនាខាងក្រោមនេះ គួរមានការកែសម្រួលវិធីសាស្ត្រអោយសមស្របទៅនឹងបរិបទនិងតម្រូវការជាក់លាក់ផ្អែកទៅលើកត្តាផ្សេងៗជាច្រើនដូចជា៖ ភូមិសាស្ត្រ ប្រភេទផលិតផល ពេលវេលាកំណត់ ធនធានមនុស្ស និងធនធានហិរញ្ញវត្ថុ ចំណាប់អារម្មណ៍ និងពេលវេលាសមរម្យរបស់ដៃគូបុគ្គលិកលក្ខណៈជាក់លាក់នៃទីផ្សារនិងវិស័យនានា។

# ២. ប្រវត្តិ

សាកវប្បកម្មដើរតួនាទីជាផ្នែកមួយសំខាន់សម្រាប់សេដ្ឋកិច្ចកសិកម្មនៃប្រទេសកម្ពុជា ដោយសារទំហំនៃការប្រើប្រាស់បន្លែ ផ្លែឈើនៅក្នុងតំបន់ទីក្រុងមានការកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័ស។ មកដល់បច្ចុប្បន្ននេះជាង ៥០% នៃបន្លែសរុប ត្រូវបាននាំចូលពីប្រទេសជិតខាងដែលមានសមត្ថភាពផលិតបានពេញមួយឆ្នាំ បំពាក់ដោយបណ្តាញបច្ចេកវិទ្យាកាន់តែប្រសើរ និងលក់ផលិតផលបានក្នុងតម្លៃប្រកួតប្រជែងជាងបន្លែក្នុងស្រុក។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ បន្លែនាំចូលផ្ទុកនូវបរិមាណកាកសំណល់ថ្នាំពុលច្រើនដែលជាកត្តាព្រួយបារម្ភលើសុវត្ថិភាពចំណីអាហារ។ គម្រោងឈេនបានធ្វើការលើកស្ទួយការផលិត និងប្រើប្រាស់បន្លែសុវត្ថិភាពក្នុងស្រុក នៅក្នុងបណ្តាខេត្តភាគខាងជើងទាំងបួននៃប្រទេសកម្ពុជា (ឧត្តរមានជ័យ ព្រះវិហារ ស្ទឹងត្រែង និងក្រចេះ) ដោយចងក្រងបណ្តុំអាជីវកម្មដើម្បីឈានទៅសម្រេចបាននូវទំហំតម្រូវការជាក់លាក់ និងឆ្ពោះទៅរកការសម្របសម្រួលការផ្លាស់ប្តូរប្រព័ន្ធទីផ្សារ។

## មកដល់បច្ចុប្បន្ន គម្រោងឈេនសម្រេចបានលទ្ធផលដូចខាងក្រោម៖

- ការផ្គត់ផ្គង់បន្លែក្នុងស្រុកនៅក្នុងបណ្តាខេត្តគោលដៅទាំង៤បានកើនពី ៥០% ទៅ ៧០%
- គម្រោងបានគាំទ្រកសិករចំនួន១០ ០០០ គ្រួសារ នៅក្នុងក្រុមកសិករចំនួន៤០០ក្រុម។ (កសិករជាង៦៥% ដែលបានគាំទ្រគឺជាស្ត្រី)
- កសិករប្រមាណ៦ ០០០គ្រួសារបានផ្លាស់ប្តូរពីការដាំដុះសម្រាប់ហូប មកប្រតិបត្តិការជាកសិករដាំដុះពាក់កណ្តាលអាជីពឬអាជីព
- អាជីវករចំនួន៦៥នាក់ក្នុងខេត្តគោលដៅទាំង៤បានកើនការស្រូបយកបន្លែក្នុងស្រុក
- អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មចំនួន២៥នាក់ (ភាគច្រើនជាស្ត្រី) ក្នុងខេត្តគោលដៅទាំង៤ បានកើនការលក់របស់ពួកគេ
- បណ្តុំអាជីវកម្មចំនួន១៤ ត្រូវបានបង្កើតឡើង និងពង្រឹង។
- អាជីវករទិញបន្លែចំនួន២០នាក់ និងអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មចំនួន២៥នាក់ បានធ្វើការជាមួយកសិករដែលគាំទ្រដោយគម្រោងឈេន និងបានពង្រីកទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ ដោយបានបង្កើនប្រាក់ចំណូល និងចំណេញ។
- អ្នកមកចុះទស្សនកិច្ច និងអ្នកវាយតម្លៃគម្រោងបានកត់សម្គាល់លើការផ្លាស់ប្តូរដ៏វិជ្ជមានជារៀងរាល់ឆ្នាំនៃការវិវឌ្ឍន៍របស់គម្រោងឈេន៖ កន្លែងដែលពីមុនផ្តោតតិចតួចលើវិស័យសាកវប្បកម្ម ប៉ុន្តែបច្ចុប្បន្នវិស័យសាកវប្បកម្មមានការរីកលូតលាស់ជាថាមវន្តនៅក្នុងបណ្តាខេត្តគោលដៅ ដោយមានសហគ្រាសខ្នាតតូច និងមធ្យមជាមធ្យមជាច្រើនកំពុងចូលរួមដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងអនុវិស័យ។
- ១/៤ នៃអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មដែលបានចូលរួមក្នុងសកម្មភាពគម្រោងឈេន បានបង្ហាញកំណើននៃការលក់គួរអោយកត់សម្គាល់ ពីព្រោះបច្ចុប្បន្នពួកគេអាចផ្តល់ដំបូន្មានបច្ចេកទេសផលិត និងទីផ្សារទៅកាន់កសិករដែលបានទិញធាតុចូលកសិកម្មរបស់ពួកគេ។
- កសិករអាជីពចំនួន៣ ៤០០នាក់ (៥០% ជាស្ត្រី) បានមើលឃើញផលិតកម្មរបស់ខ្លួនកើនដល់ ៥០%។ ប្រាក់ចំណេញប្រចាំឆ្នាំកើនដល់ ៦០០ដុល្លារអាមេរិក ជាមធ្យម។

# ៣. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃវិធីសាស្ត្រ

## អ្វីទៅជាបញ្ហា ?

អាជីវកម្មជាច្រើននៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃសាកវប្បកម្មគឺនៅមានលក្ខណៈមិនផ្លូវការ និងមានកម្រិតតូច ប៉ុន្តែពួកគេគឺជាអ្នកដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងប្រព័ន្ធទីផ្សារ។ ពួកគេធ្វើសម្របសម្រួលលើអន្តរការចាំបាច់ៗមួយចំនួនដូចជា ការលក់ធាតុចូលកសិកម្ម ការផ្តល់ការប្រឹក្សាបច្ចេកទេស និងព័ត៌មានទីផ្សារ ហើយពួកគេប្រមូលទិញផលិតផល ដឹកជញ្ជូន និងផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលទាំងនោះនៅលើទីផ្សារ។ សហគ្រាសខ្នាតតូច និងមធ្យមទាំងនេះធម្មតាជាអាជីវកម្មលក្ខណៈគ្រួសារខ្នាតតូចដែលមានបុគ្គលិកតិចតួច ឬពុំមាន ចំណូល និងលទ្ធភាពទទួលបានប្រាក់ចំណេញនៅកម្រិតទាប។ ដើម្បីរៀបចំប្រព័ន្ធទីផ្សារប្រកបដោយការប្រកួតប្រជែង និងខ្សែច្រវាក់តម្លៃដ៏មានប្រសិទ្ធភាពមួយ គឺមចាំបាច់អាជីវកម្មទាំងនេះត្រូវមានការរីកលូតលាស់ ដោយផ្តល់ផលិតផល និងសេវាកម្មកាន់តែប្រសើរក្នុងវិស័យ ប៉ុន្តែអាជីវកម្មជាច្រើនពុំទាន់អាចរីកចម្រើនបានដោយសារពួកគេខ្វះដើមទុន និងជំនាញគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មនៅមានកម្រិត។

ឧទាហរណ៍៖ ក្នុងតំបន់គោលដៅ១របស់គម្រោងឈេន មានការបង្កើនផ្ទៃដីដាំបន្លែដែលអាចទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធតំណក់ទឹក។ អ្នកផ្តល់សេវាធាតុចូលកសិកម្មជាសហគ្រិនអាចចាប់ផ្តើមលក់ធាតុចូលនានាដែលជាតម្រូវការនៅក្នុងតំបន់ ដើម្បីកសិករអាចស្វែងរកបានយ៉ាងងាយស្រួល (ដោយមិនចាំបាច់ធ្វើដំណើរទៅកាន់ទីរួមខេត្ត) និងតម្លើងប្រព័ន្ធតំណក់ទឹកបានយ៉ាងលឿន ដែលទាំងនេះបានបង្ហាញនូវភាពប្រសើរឡើងដូចជាគុណភាព ប្រភេទ ពូជ និងទិន្នផលបន្លែរបស់ពួកគេ។ សម្រាប់ម្ចាស់អាជីវកម្មជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល ការស្តុកទុក និងលក់ឧបករណ៍ប្រព័ន្ធស្រោចស្រព បានបង្ហាញនូវការវិនិយោគដ៏ច្រើន ប៉ុន្តែមិនមានភាពច្បាស់លាស់ថាតើវាជាការរៀបចំអាជីវកម្មមួយល្អឬយ៉ាងណា។ គាត់ប្រហែលមានតម្រូវការកម្ចីធនាគារដើម្បីធ្វើការវិនិយោគ ប៉ុន្តែគាត់ពុំមានរបាយការណ៍បង្ហាញនូវការវិភាគសេដ្ឋកិច្ចលើអាជីវកម្មរបស់គាត់ និងមិនបានដឹងពីរបៀបសរសេរផែនការអាជីវកម្ម ដែលអាចជំរុញទឹកចិត្តមន្ត្រីផ្តល់កម្ចីរបស់ធនាគារ។ ក្នុងស្ថានភាពបែបនេះ ជាធម្មតាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្មអាចទទួលបរាជ័យក្នុងការលក់ធាតុចូលទាំងនោះដល់កសិករក្នុងតំបន់។

## អ្វីទៅដែលរំពឹងថានឹងសម្រេចបាន ?

គម្រោងឈេនបានរៀបចំកម្មវិធីពង្រឹងជំនាញគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់អាជីវករ និងអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម ក្នុងគោលបំណងដើម្បីផ្សារភ្ជាប់កាន់តែមានភាពប្រសើរ នៃផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ពួកគេដល់ក្រុមកសិករផលិតហើយអាចឱ្យកសិករផលិតបន្លែបានកាន់តែច្រើន។ យើងសង្ឃឹមថាកម្មវិធីសិក្សាដែលបង្កើតឡើងដោយគម្រោងឈេន នឹងរួមចំណែកធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃចំណេះដឹង និងជំនាញអាជីវកម្មរបស់សហគ្រិនខ្នាតតូចដែលមានស្រាប់ និងប្រែក្លាយជាសេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយដែលមាននិរន្តរភាពដល់សហគមន៍។ គម្រោងមានបំណងជួយសហគ្រិនក្នុងតំបន់ ( និង កសិករ ) ក្នុងការឈានទៅរកការរីកចម្រើនប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

## អ្វីទៅជាដំណោះស្រាយ/យុទ្ធសាស្ត្រ ?

ការពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទបានអនុវត្តតាមរយៈអន្តរាគមន៍ជាច្រើន រួមមានសិក្ខាសាលាបណ្តុះបណ្តាល ការបង្វឹកមួយទល់មួយ និងការធ្វើទស្សនកិច្ចបន្តតាមដាន។ ក្នុងអំឡុងពេលការបណ្តុះបណ្តាល អាជីវករបន្លែ និងអ្នកចែកចាយធាតុចូលកសិកម្មត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើការពិភាក្សាជាក្រុម និងចែករំលែកបទពិសោធន៍សម្រាប់ការរៀនសូត្រទៅវិញទៅមក។ ប្រធានបទចំនួន៨ខាងក្រោមគឺត្រូវបានគ្របដណ្តប់ និងផ្តល់ជូនក្នុងសិក្ខាសាលាជាមួយនឹងប្រធានបទ១ក្នុង១មេរៀន៖

១. ការកំណត់គោលដៅ និងរបាយការណ៍អាជីវកម្ម
២. គំរូអាជីវកម្មខេនវ៉ាស និងការរៀបចំផែនការសកម្មភាព
៣. ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួន (គ្រួសារ)
៤. ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្ម
៥. ការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ
៦. ការគ្រប់គ្រងពេលវេលា
៧. ជំនាញភាពជាអ្នកដឹកនាំ
៨. ការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក

ការបន្តតាមដាន និងការបង្វឹកមួយទល់មួយ ឬពីចម្ងាយ បន្ទាប់ពីវគ្គនីមួយៗ គឺត្រូវបានរៀបចំដើម្បីពង្រឹងការយល់ដឹងរបស់អ្នកចូលរួមរៀន និងដើម្បីជឿជាក់ថាពួកគេអាចអនុវត្តបាននូវអ្វីដែលពួកគេបានរៀន។

# លទ្ធផល៖

**វិធីសាស្ត្រពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ ត្រូវបានបញ្ចូលជាមួយអន្តរាគមន៍របស់គម្រោងឈេនដទៃទៀត បានផលិតចេញជាលទ្ធផលដ៏អស្ចារ្យនៅក្នុងបណ្តាខេត្តគោលដៅ៖**

- អាជីវកម្មខ្នាតតូចចំនួន៣៦ បានឆ្លងកាត់កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ។
- បន្ទាប់ពីចូលរួមកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ អាជីវករបន្លែ និងអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម បានបង្ហាញសញ្ញានៃការផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបទ ដោយពួកគេបានចាប់ផ្តើមគិតពីគោលដៅអាជីវកម្មរយៈពេលវែង និងការគ្រប់គ្រងកិច្ចការអាជីវកម្មរបស់ពួកគេប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈ។
- អាជីវកម្មខ្នាតតូចចំនួន៣០ ត្រូវបានគាំទ្រតាមរយៈការផ្សារភ្ជាប់ទីផ្សារ និងការគាំទ្រអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្ម (ការបណ្តុះបណ្តាល និងការបង្ហាត់បង្ហាញ)។
- បុគ្គលិកចំនួន៤១នាក់មកពីស្ថាប័នក្នុងតំបន់ (ដូចជាមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ មន្ទីរកិច្ចការនារី និងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្នុងតំបន់) បានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកអាជីវកម្ម និងបច្ចេកទេសតាមរយៈកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ។

# បទពិសោធន៍ជាមួយគម្រោងឈេន

## អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម

លោកស្រី បេង ប៊ុនស៊ី មានអាយុ៥០ឆ្នាំ រស់នៅក្នុងភូមិឆ្នុក ម្លូ ឃុំរបៀប ស្រុករវៀង នៃខេត្តព្រះវិហារ។ គាត់ជាស្ត្រីម៉េម៉ាយ ដូច្នេះការដាំដុះបន្លែជាមុខរបរតែ១គត់សម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ជីវភាពគ្រួសារ។ ក្នុងនាមជាកសិករខ្នាតតូច ចំណូលរបស់លោកស្រីគឺនៅទាបណាស់។ ក្នុងឆ្នាំ២០១៩ គាត់បានចុះឈ្មោះចូលក្នុងកម្មវិធីភ្ញាស់គំនិតអាជីវកម្មកសិករគំរូ ដើម្បីរៀនសូត្រពីគំនិតអាជីវកម្ម និងបច្ចេកទេសនៃការដាំដុះបន្លែព្រមទាំងការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម។ ការបណ្តុះបណ្តាលតម្រូវឱ្យគាត់ចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មនៅពេលបន្ទាប់ពីបានចូលរួមរៀនក្នុងកម្មវិធីចប់សព្វគ្រប់ ប៉ុន្តែដំបូងគាត់មានការស្ទាក់ស្ទើរ។ ទីបញ្ចប់គាត់បានចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មខ្នាតតូច១ជាអ្នក់លក់ធាតុចូលកសិកម្ម និងបានសាងសង់តូប១នៅមុខផ្ទះរបស់គាត់។

*« នាងខ្ញុំមិនបានយល់ដឹងពីរបៀប និងអ្វីដែលត្រូវលក់នោះទេ ប៉ុន្តែខ្ញុំចង់បានលំហូរសាច់ប្រាក់វិជ្ជមានដោយមិនមានការខាតបង់ »។*

លោកស្រីបានចូលរួមក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ ដើម្បីរៀនសូត្រពីអាជីវកម្មឱ្យបានច្រើន ហើយឆាប់ៗក្រោយមក គាត់កត់សម្គាល់ឃើញថាការលក់ និងចំណូលរបស់គាត់បានកើនឡើង។

## អ្នកផលិតបន្លែ

លោកស្រីវ៉ាន់ គីមហៀង គឺជាម្ចាស់តូបមួយក្នុងផ្សារកំពង់ប្រណាក់ នៃខេត្តព្រះវិហារ។ គាត់បានចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មលក់បន្លែដាំដោយកសិករក្នុងស្រុកនេះរយៈពេល២ឆ្នាំមកហើយ។ គាត់បានរៀបរាប់ថា " តាមរយៈអ្វីដែលខ្ញុំបានរៀនក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនល្បឿនអាជីវកម្ម (RBA) ខ្ញុំអាចទាក់ទាញអ្នកហូបជាច្រើនតាមរយៈការកសាងទំនុកចិត្ត និងទំនាក់ទំនងល្អជាមួយពួកគេ។

*« កាលពីមុនចូលរួមកម្មវិធីនេះ ខ្ញុំមិនចេះពីការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម និងការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់ឡើយ។ ប៉ុន្តែពេលនេះ ខ្ញុំអាចធ្វើផែនការជាប្រចាំ និងគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់បានប្រសើរជាងមុន »។*

## កសិកគម្រូ

លោកស្រី ហាន ជឿន គឺជាអ្នកលក់ដូរបន្លែម្នាក់ ក្នុងស្រុករវាង ខេត្តព្រះវិហារ។ ក្រោយពីបានក្លាយជាកសិករគម្រូឈេន គេបានអញ្ជើញគាត់អោយចូលរួមកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម (RBA)។

*« ក្រោយពេលដែលចូលរួមកម្មវិធីនេះហើយ ខ្ញុំបានរៀននូវជំនាញអាជីវកម្ម និងទីផ្សារជាច្រើន។ ជំនាញទាំងអស់នោះគឺពិតជាថ្មីណាស់សំរាប់ខ្ញុំ ដូច្នេះហើយពេលរៀនវាដំបូងពិបាកខ្លាំងណាស់។ ប៉ុន្តែពេលនេះខ្ញុំអាចឃើញលទ្ធផលហើយ។ ខ្ញុំបានប្រើប្រាស់នូវជំនាញជាច្រើនដែលបានរៀនពីកម្មវិធីនេះ ក្នុងអាជីវកម្មខ្ញុំជាពិសេសគឺការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ ហើយបច្ចុបន្នប្រាក់ចំនូលខ្ញុំនិងគ្រួសារកើនឡើង »។*

## អាជីវករជីកំប៉ុស

លោកស្រី ហាន ជឿន គឺជាអ្នកលក់ដូរបន្លែម្នាក់ ក្នុងស្រុករវាង ខេត្តព្រះវិហារ។ ក្រោយពីបានក្លាយជាកសិករគម្រូឈេន គេបានអញ្ជើញគាត់អោយចូលរួមកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម (RBA)។

*« គ្រួសាររបស់ខ្ញុំ និងខ្ញុំជាកសិករ។ យើងមិនចេះពីរបៀបបើកអាជីវកម្ម ធ្វើទីផ្សារ ឬក៏ពង្រីកអាជីវកម្មបែបពាណិជ្ជកម្ម ដូច្នេះប្រាក់ចំនូលប្រចាំខែរបស់ខ្ញុំពីការធ្វើកសិកម្ម គឺត្រឹមតែ៤០ម៉ឺនរៀលប៉ុន្នោះ។ តាមរយៈកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម RBA ខ្ញុំមានទំនុកចិត្តក្នុងការបង្កើតក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្មជីកំប៉ុស និងពង្រីកផលិតកម្មដំណាំ។ ចាប់តាំងពីពេលនោះមក ប្រាក់ចំនូលរបស់ខ្ញុំបានកើនឡើងជាងពីរដង »។*

## អ្នកសម្របសម្រួលទីផ្សារប្រចាំខេត្ត

លោក ស្រី សុខជា មានស្រុកកំណើតនៅស្រុករមាសហែក ខេត្តស្វាយរៀង និងបានផ្លាស់ប្តូរទីលំនៅមកខេត្តឧត្តរមានជ័យក្នុងឆ្នាំ២០១៧ ដោយទទួលបានការងារជាអ្នកសម្របសម្រួលទីផ្សារប្រចាំខេត្ត (PMF) សម្រាប់គម្រោងឈេន។ គាត់បានចូលរួមក្នុងសកម្មភាពជាច្រើន រួមមាន៖ សម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម បង្វឹកកសិករពីការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម និងសម្របសម្រួលការរៀបចំសហវិនិយោគ។ អំឡុងពេលបទពិសោធន៍៥ឆ្នាំរបស់គាត់ លោក សុខជា មានចំណាប់អារម្មណ៍យ៉ាងខ្លាំងលើកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ ពីព្រោះគាត់មានឱកាសរៀនសូត្រពីអ្នកជំនាញអាជីវកម្ម។ ប្រធានបទដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍បំផុតគឺ « ការរៀបចំទីផ្សារចម្រុះ» ដែលបង្រៀនគាត់ពីដំណើរការរៀបចំយុទ្ធសាស្រ្តសមស្របដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅអាជីវកម្ម។ គាត់បានយល់ឃើញថាដើមទុនចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម និងមានទីតាំងគឺមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្មនោះទេ ដោយអ្នកធ្វើអាជីវកម្មក៏ត្រូវការចាំបាច់នូវផែនការលម្អិត និងការកំណត់គោលដៅឱ្យច្បាស់លាស់។ តាមរយៈកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ គាត់បានយល់ដឹងស៊ីជម្រៅពី ផលិតផល ទីកន្លែង តម្លៃ និងការផ្សព្វផ្សារលក់ គឺជាសមាសធាតុរៀបចំទីផ្សារដ៏មានសារៈសំខាន់ ហើយធាតុទាំងនោះចាំបាច់ត្រូវការរៀបចំផែនការយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្នដើម្បីឱ្យអាជីវកម្មទទួលបានជោគជ័យ។ គាត់បានអនុវត្តនូវចំណេះដឹងដែលទទួលបានពីកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល លើអាជីវកម្មចិញ្ចឹមសត្វផ្ទាល់ខ្លួនរបស់គាត់។ គាត់បានលើកឡើងថា « បច្ចុប្បន្នខ្ញុំមានទំនុកចិត្តជាងមុន និងមានផែនការវិនិយោគបន្ថែមទៀតក្នុងអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំ ពីព្រោះខ្ញុំមានគោលដៅ និងយុទ្ធសាស្រ្តច្បាស់លាស់ដើម្បីសម្រេចវាឱ្យបាន »។

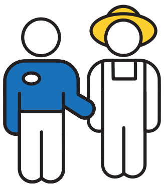
*« ខ្ញុំនឹងរៀបចំផែនការអាជីវកម្មរួមមាន៖ សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយ ការកំណត់តម្លៃសមរម្យ និងស្វែងរកទីតាំងប្រសើរបំផុតសម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំ »។*

# ៤. ជំហាននៃការពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ

តារាងខាងក្រោមសង្ខេបពីវិធីសាស្ត្រពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ (RBA) ទាំងប្រាំជំហានរបស់គម្រោង ឈេន រួមមានគោលបំណង និងលទ្ធផលនៃជំហាននីមួយៗ៖

| | ជំហានវិធីសាស្ត្រ | គោលបំណង | លទ្ធផល |
|---|---|---|---|
| 1 | កំណត់អត្តសញ្ញាណអ្នកចូលរួមសក្តានុពលក្នុងកម្មវិធី **RBA** | • ស្វែងយល់ថាតើមានម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចចំនួនប៉ុន្មាននាក់មានចំណាប់អារម្មណ៍លើកម្មវិធី RBA | • ចំនួនអ្នកជំនួញដែលចាប់អារម្មណ៍A |
| 2 | ការវាយតម្លៃតម្រូវការបណ្តុះបណ្តាល | • កំណត់តម្រូវការចាំបាច់សម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាល ឧ. ចំណេះដឹង និងជំនាញដែលចាំបាច់ដើម្បីចាប់ផ្តើម និងពង្រឹងអាជីវកម្មកសិកម្ម<br>• ធ្វើអាទិភាពជ្រើសរើសប្រធានបទចាំបាច់ៗ ដោយផ្តោតសំខាន់លើតម្រូវការរបស់អ្នកជំនួញនៅជនបទសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ពួកគេ | • កម្មវិធីនៃវគ្គសិក្សាដែលសាកសមទៅនឹងសមត្ថភាព និងតម្រូវការរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្មដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ |
| 3 | កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្ម | • កម្មវិធីបង្កើនចំណេះដឹង និងជំនាញដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម | • ចំណេះដឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នកចូលរួមបានកើនឡើង |
| 4 | តាមដាន និងបង្ហាត់បង្ហាញ | • ពង្រឹងការយល់ដឹងបន្ថែមដល់អ្នកដែលបានបញ្ចប់ការរៀនសូត្រ RBA បន្ទាប់ពីកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល<br>• ពិនិត្យ និងបន្តគាំទ្រអ្នកដែលបានបញ្ចប់ការរៀនសូត្រម្នាក់ៗ | • ដំណើរការអនុវត្តអាជីវកម្មអ្នកជំនួញម្នាក់ៗមានភាពប្រសើរឡើង |
| 5 | សហវិនិយោគ | • ផ្តល់ជូនអ្នកបានបញ្ចប់ការរៀនសូត្រនូវមធ្យោបាយហិរញ្ញវត្ថុ កាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការវិនិយោគសម្រាប់ការពង្រីកអាជីវកម្ម<br>• ផ្សារភ្ជាប់ពួកគេទៅនឹងឱកាសទទួលបានហិរញ្ញប្បទានដែលអាចជួយពួកគេឱ្យរីកចម្រើនបន្ថែមទៀត | • ការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងសម្ភារៈការវិនិយោគអាជីវកម្ម និងការរីកលូតលាស់ |

# ៥. សេចក្តីណែនាំជាជំហានៗ



## ៥.១ ការកំណត់អត្តសញ្ញាណអ្នកចូលរួមសក្តានុពលក្នុងកម្មវិធី RBA

**គោលដៅនៃកម្មវិធី RBA គឺបង្កើនចំណេះដឹងអ្នកជំនួញខ្នាតតូច ដើម្បីឱ្យពួកគេអាចពង្រីកអាជីវកម្ម ជំរុញដំណើរការអនុវត្តន៍ និងទទួលចំណូលកាន់តែប្រសើរ។ ភាពជោគជ័យគឺអាស្រ័យលើចំណាប់អារម្មណ៍ និងសមត្ថភាពរបស់អ្នកធ្វើអាជីវកម្មក្នុងការនាំមកនូវលទ្ធផលដែលខ្លួនប៉ងប្រាថ្នា។**

នៅចំណុចចាប់ផ្តើម គម្រោងត្រូវតែធ្វើការកំណត់ថាតើអាជីវកម្មខ្នាតតូចចំនួនប៉ុន្មានដែលចាប់អារម្មណ៍លើកម្មវិធី និងមានគុណសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការចូលរួម។ តម្រូវការអប្បបរមា សម្រាប់ការចូលរួមគឺមានអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន (ក្នុងករណីគម្រោងឈេន គឺអាជីវកម្មដែលពាក់ព័ន្ធនឹងសាកវប្បកម្ម) ចេះអាន និងសរសេរ ព្រមទាំងប្តេជ្ញាចិត្តចូលរួមក្នុងកម្មវិធីពីដើមដល់ចប់។

**ខាងក្រោមគឺជាជំហានសម្រាប់កំណត់អត្តសញ្ញាណអ្នកចូលរួមសក្តានុពល៖**

- ទទួលបានបញ្ជីឈ្មោះម្ចាស់អាជីវកម្មកសិកម្មពីភាគីពាក់ព័ន្ធ/ដៃគូ ដូចជាអាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ។ ប្រសិនបើវិធីនេះមិនអាចរកបាន អ្នកអាចអនុវត្តការសិក្សាដើម្បីធ្វើការកំណត់ចំនួន SMEs ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងអាជីវកម្មកសិកម្ម កំពុងប្រតិបត្តិការក្នុងតំបន់ និងទីតាំងរបស់ពួកគេ។
- ចុះសង្កេតមើលផ្ទះ និងទីតាំងរបស់អ្នកធ្វើអាជីវកម្មហើយពន្យល់ពីគោលបំណងនៃកម្មវិធី RBA ក្នុងការជំរុញដំណើរការអាជីកម្ម និងបង្កើនប្រាក់ចំណេញ ដោយការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវជំនាញគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម តាមរយៈការអភិវឌ្ឍផ្ទាល់ខ្លួនឯង និងការបណ្តុះបណ្តាលនៅលើប្រធានបទផ្សេងៗគ្នា ការបង្ហាត់បង្ហាញដោយអ្នកជំនាញ និងការចែករំលែកបទពិសោធន៍ជាមួយអ្នកធ្វើអាជីវកម្មដទៃទៀត។ អំឡុងពេលនៃការពន្យល់ សូមធ្វើការផ្តោតលើប្រតិកម្ម ជាពិសេសលើប្រធានបទដែលពួកគេមានចំណាប់អារម្មណ៍ខ្លាំង និងសូមសួរថាតើអ្វីដែលត្រូវការចាំបាច់សម្រាប់ពង្រឹងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។
- ពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ដែលបេក្ខភាពយល់ដឹងច្បាស់ពីគោលដៅ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃកម្មវិធី RBA រយៈពេលនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងពេលវេលាដែលពួកគេត្រូវលះបង់សម្រាប់ការរៀនសូត្រ។ នៅពេលអ្នកប្រាកដថាពួកគេបានយល់ដឹងច្បាស់ពីកម្មវិធី សូមសួរ ថាតើពួកគេមានបំណងចង់ចូលរួមដែរឬទេ។
- ចំពោះអ្នកដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ ហើយមានលក្ខណៈសម្បត្តិត្រូវនឹងតម្រូវការ អាចចុះឈ្មោះសម្រាប់កម្មវិធីភ្លាមៗបាន។ ម្យ៉ាងទៀត កសិករគំរូដែលបានចូលរួមក្នុងកម្មវិធីភ្ញាស់គំនិតអាជីវកម្ម ហើយបានចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់ពួកគេគឺមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការចូលរួម។

## ចំណុចគន្លឹះ

លើកទឹកចិត្តម្ចាស់អាជីវកម្មជាស្ត្រីអោយចូលរួម។ ដោយសារស្ត្រីភាគច្រើនមានទំនួលខុសត្រូវផ្សេងទៀតក្នុងសកម្មភាពគ្រួសារបន្ថែមពីលើការងារអាជីវកម្មដែលពួកគាត់មាន ត្រូវប្រាកដថាការបណ្តុះបណ្តាលគឺត្រូវបានរៀបចំនៅទីកន្លែង និងពេលវេលាដែលបង្ករលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ស្ត្រី។ ចំពោះក្រុមដែលមានតែស្ត្រីប្រហែលអាចលើកទឹកចិត្តពួកគេឱ្យចែករំលែកនិងរៀនសូត្របន្ថែមដោយសេរី។ សូមប្រាកដថាបុគ្គលិករបស់អ្នកបានរួមបញ្ចូលគ្រូបណ្តុះបណ្តាលជាស្ត្រីផងដែរ។

# ៥.២ ការវាយតម្លៃតម្រូវការបណ្តុះបណ្តាល

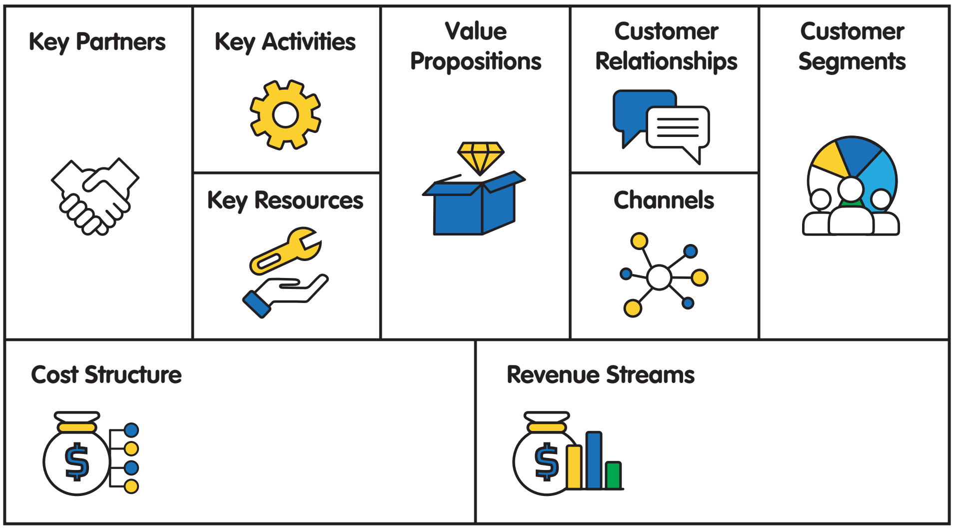
ការវាយតម្លៃតម្រូវការបណ្តុះបណ្តាល (TNA) បង្ហាញនូវគម្លាតចំណេះដឹងរបស់បុគ្គល ដូច្នេះពួកគេអាចត្រូវបានដោះស្រាយតាមរយៈកម្មវិធីវគ្គបណ្តុះបណ្តាលមួយសមស្រប។ TNA ជាធម្មតាគួរតែធ្វើឡើងមុនពេលរៀបចំប្រធានបទដែលជាជម្រើសអាទិភាព។ TNA អាចត្រូវបានអនុវត្តលើបុគ្គលម្នាក់។ ឬតាមរយៈការពិភាក្សាជាក្រុម ដែលមានគោលបំណងដើម្បីកំណត់កម្រិតចំណេះដឹង ជំនាញ និងសមត្ថភាពដែលមានស្រាប់របស់អ្នកចូលរួម និងកំណត់ប្រធានបទបណ្តុះបណ្តាលដែលពាក់ព័ន្ធសំខាន់បំផុត។ សម្រាប់ TNA គឺមានសារៈសំខាន់ក្នុងការសម្រេចថាតើមានប្រធានបទអ្វីខ្លះដែលមានអត្ថប្រយោជន៍ដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលមានទិសដៅផ្តោតលើកសិកម្ម។

**ខាងក្រោមគឺជាជំហានសម្រាប់កំណត់អត្តសញ្ញាណអ្នកចូលរួមសក្តានុពល៖**

- អនុវត្តការសម្ភាសន៍១ទល់១ ជាមួយកសិករគំរូដែលបានចូលរួមក្នុងកម្មវិធីភ្ញាស់គំនិតអាជីវកម្ម និងអ្នកជំនួញខ្នាតតូចនានាដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍លើកម្មវិធី។ ស្នើសុំព័ត៌មានផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ និងសួរពីប្រវត្តិចំណេះដឹងរបស់ពួកគេ បន្ទាប់មកអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេពណ៌នាពីទិដ្ឋភាពនៃអាជីវកម្មដែលពួកគេកំពុងធ្វើប្រតិបត្តិការ។ ធ្វើការពិភាក្សាលើចំណេះដឹង និងជំនាញអ្វីខ្លះដែលអាចជួយធ្វើឱ្យអាជីវកម្មរបស់ពួកគេកាន់តែរីកចម្រើន។ (សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធ១សម្រាប់ឧទាហរណ៍ពីរបៀបរៀបចំព័ត៌មាន TNA)។
- ធ្វើតេស្តលើចំណេះដឹងដែលពាក់ព័ន្ធនឹងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេដោយសួរសំណួរងាយៗដូចជា៖ (១) តើអ្នកគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់អ្នកដោយរបៀបណា? (២) តើអ្នករកចំណូលបានប៉ុន្មានពីអាជីវកម្មនោះ? (៣) តើអ្នកមានធ្វើការកត់ត្រាចំណូលចំណាយលើអាជីវកម្មរបស់អ្នកដែរឬទេ? (៤) តើអ្នកមានធ្វើផែនការអាជីវកម្មដែរឬទេ? ប្រសិនមិនមាន តើអ្នកដឹងពីរបៀបធ្វើផែនការអាជីវកម្មនោះឬទេ?
- ពិនិត្យលើការឆ្លើយតបរបស់អ្នកចូលរួម សូមកត់សម្គាល់នូវអ្វីដែលពួកគេមានជំនាញនិងអ្វីដែលពួកគេមិនសូវមានទំនុកចិត្ត បន្ទាប់មកកែសម្រួលកម្មវិធីសិក្សាដោយផ្អែកលើតម្រូវការរបស់ពួកគេ។

- រៀបចំបញ្ជីប្រធានបទដែលបានជ្រើសរើស និងមេរៀន សម្រាប់កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល។ម្យ៉ាងទៀតគួរដាក់បញ្ចូលវិធីសាស្ត្របង្រៀន សម្ភារៈដែលមានតម្រូវការ សកម្មភាពរៀនសូត្រជាមួយគ្នាផ្អែកលើទ្រឹស្តីការរៀនសូត្ររបស់មនុស្សពេញវ័យ (ឧ. ការរៀនផ្អែកលើបទពិសោធន៍ដែលមានស្រាប់)។
- ប្រសិនបើអ្នកមិនសូវមានបទពិសោធន៍ជាមួយការរៀបចំកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្ម អ្នកអាចជួលទីប្រឹក្សាដែលមានជំនាញ ឬអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលដើម្បីជួយរៀបចំ។
- គម្រោងឈេនបានកំណត់យកប្រធានបទដូចខាងក្រោមផ្អែកលើ TNA ៖
  - ការកំណត់គោលដៅ និងរបាយការណ៍ចក្ខុវិស័យអាជីវកម្ម (៣មេរៀន)
  - គំរូអាជីវកម្មខេនវ៉ាស និងហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួន/គ្រួសារ (៦មេរៀន)
  - ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ (៥មេរៀន)
  - ជំនាញភាពជាអ្នកដឹកនាំ (៤មេរៀន)
  - ការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក (៣មេរៀន)

## BUSINESS MODEL CANVAS




- ព្រមព្រៀងលើប្រធានបទដែលបានជ្រើសរើស ជាមួយអ្នកចូលរួមកម្មវិធី RBA ។ ធ្វើការពិភាក្សាថាតើសហគ្រាសខ្នាតតូច និងមធ្យម អាចចំណាយពេលវេលាបានប៉ុណ្ណាក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងថាតើពេលវេលាណាដែលសមរម្យសម្រាប់អ្នកចូលរួម។
- នៅពេលប្រធានបទត្រូវបានព្រមព្រៀង សូមចាប់ផ្តើមរៀបចំសម្ភារៈបង្ហាញលម្អិត កំណត់រយៈពេលវគ្គបណ្តុះបណ្តាល រៀបចំគោលការណ៍ណែនាំ និងឯកសារចែករំលែកផ្ទាល់ ឬអាចទាញយកបានតាមរយៈអ៊ីនធឺណែត។

**កំណត់ចំណាំ៖**

ប្រសិនបើអ្នកចូលរួមមួយចំនួនបានឆ្លងកាត់បញ្ចប់កម្មវិធីភ្ញាស់គំនិតអាជីវកម្មកសិករគំរូ គ្រូបណ្តុះបណ្តាលគួរតែរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលរំលឹកសម្រាប់ពួកគេ។ ដោយសារកម្មវិធីសិក្សាភ្ញាស់គំនិតអាជីវកម្ម គឺត្រូវបានរៀបចំសម្រាប់អ្នកចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដំបូង ហើយប្រធានបទមួយចំនួនអាចមិនសូវពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងកម្មវិធី RBA ដូច្នេះប្រធានបទចាំបាច់នានាប្រហែលជាអាចត្រូវបញ្ចូលបន្ថែម។។

[1] គម្រោងឈេនបានចុះកុងត្រាជាមួយ She-Investment ជាអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលដែលមានជំនាញក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនភាពសម្រាប់ស្ត្រី។ ជាធម្មតាការបណ្តុះបណ្តាលរបស់គេគឺផ្តោតលើអាជីវកម្មនៅទីក្រុង ប៉ុន្តែគម្រោងទាំងពីរបានធ្វើការរួមគ្នារៀបចំកម្មវិធីសិក្សាតាមតម្រូវការ ដែលសាកសមនឹងអាជីវកម្មកសិកម្មនៅតំបន់ជនបទ។

# ចំណុចគន្លឹះ

១. ម្ចាស់អាជីវកម្មជាធម្មតារវល់ច្រើនក្នុងដំណើរការរកស៊ី ដូច្នេះពេលវេលារបស់ពួកគេគឺមានកម្រិត។ អ្នកគួរតែរៀបចំឱ្យមានចន្លោះពេលនៃការបណ្តុះបណ្តាល រយៈពេលនៃប្រធានបទនីមួយៗនិងទីតាំងត្រូវផ្អែកលើពេលវេលារបស់អ្នកចូលរួមភាគច្រើន។

២. អ្នកធ្វើអាជីវកម្មរៀនសូត្រភាគច្រើនពីបទពិសោធន៍របស់អ្នកដទៃ ដូច្នេះត្រូវបម្រុងពេលវេលាសម្រាប់អ្នកចូលរួមចែករំលែកបទពិសោធន៍របស់ពួកគេ និងសម្របសម្រួលការចែករំលែកនេះក្នុងក្រុមតូចៗ។

៣. ថវិកាចំណាយសម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាល ជាធម្មតាសិក្ខាកាមចំណាយដើម្បីចូលរួម។ ពិភាក្សាជាមួយអ្នកចូលរួមសក្តានុពលថាតើចំណាយប៉ុន្មានដែលអ្នកអាចលៃលករួមចំណែកទៅលើការចំណាយទាំងមូល។ ដោយមើលឃើញពីគុណតម្លៃនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល សិក្ខាកាមអាចចូលរួមចំណែកថ្លៃចំណាយបានខ្លះតែក្នុងចំនួនតិចតួច។ វិធីនេះមិនមែនជារឿងសាមញ្ញសម្រាប់សកម្មភាពរបស់អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលនោះទេ ប៉ុន្តែវាជំរុញលទ្ធផលបណ្តុះបណ្តាល និងការឱ្យតម្លៃរបស់អ្នកចូលរួមលើកម្មវិធីនេះ។

## ៥.៣ កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្ម

នៅពេលអ្នកបានរៀបចំកម្មវិធីសិក្សារួចហើយ អ្នកអាចបង្កើតកម្មវិធីសិក្សាដែលនៅសេសសល់។ គួរតែមានភាពបត់បែនដើម្បីប្រធាន បទចាំបាច់ផ្សេងទៀតប្រហែលជាអាចត្រូវបញ្ចូលបន្ថែមតាមតម្រូវការ។ ថ្នាក់រៀនគួរតែមានភាពសកម្ម និងមានការកំសាន្ត។

**គម្រោងឈេនសូមណែនាំនូវជំហានដូចខាងក្រោម៖**

១. រៀបចំកាលវិភាគ និងកិច្ចតែងការបង្រៀនសម្រាប់វគ្គនីមួយៗ។ ចែកកាលវិភាគដល់អ្នកចូលរួមទាំងអស់តាមរយៈទំព័រប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម ឬកម្មវិធីផ្ញើសារ (ឧ. តេឡេក្រាម)។

២. ជូនព័ត៌មានដល់សហគ្រាសខ្នាតតូច មធ្យមនូវកាលបរិច្ឆេទ ពេលវេលា និងរបៀបវារៈនៃវគ្គសិក្សានីមួយៗ។ បញ្ចូលប្រធានបទបណ្តុះបណ្តាលជាវគ្គៗងាយគ្រប់គ្រងត្រឹមរយៈពេល២ទៅ៣ម៉ោង ឬកន្លះថ្ងៃគឺគ្រប់គ្រាន់ ដោយផ្អែកលើពេលវេលាណាដែលសមរម្យសម្រាប់អ្នកចូលរួម។ (សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធ២សម្រាប់គំរូរៀបចំផែនការបណ្តុះបណ្តាល)។

៣. រៀបចំធ្វើតេស្តមុន និងក្រោយវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនីមួយៗផ្អែកលើមាតិកា ប្រសិនអ្នកគិតថានឹងមានពេលគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការរៀបចំវា។ ប្រសិនមិនមានពេល សូមប្រើប្រាស់សំណួររំលឹកឡើងវិញងាយៗនៅចុងបញ្ចប់វគ្គនីមួយៗ។

៤. នៅចុងបញ្ចប់នៃការបណ្តុះបណ្តាល សូមស្នើទៅអ្នកចូលរួមនីមួយៗឱ្យប្តេជ្ញាព្យាយាមនូវជំនាញថ្មីៗចំនួន១ទៅ៣ជំនាញដែលពួកគេបានរៀនក្នុងកម្មវិធីដូចជា ការកត់ត្រាចំណូលចំណាយ និងការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម។ សូមឱ្យពួកគេដឹងថាក្រុមរបស់ពួកគេនឹងត្រលប់មកជុំគ្នាម្តងទៀតដើម្បីតាមដាន និងពិភាក្សាលើជំនាញដែលបានសាកល្បង។

៥. នៅផ្នែកសន្និដ្ឋាននៃកម្មវិធី អ្នកចូលរួមដែលបានបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលពេញលេញទទួលបានវិញ្ញាបនប័ត្រ

៦. រៀបចំកាលវិភាគបន្តតាមដាន និងវាយតម្លៃការអនុវត្តដោយអ្នកចូលរួម។ (សូមមើលក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍ភ្ញាស់គំនិតអាជីវកម្មកសិករ គំរូសម្រាប់គោលការណ៍ណែនាំនៃការបណ្តុះបណ្តាល)។

## ផ្អែកលើបទពិសោធន៍ និងលទ្ធផលនៃប្រធានបទនានាខាងក្រោមគឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្មខ្នាតតូច៖

| ប្រធានបទ | មេរៀន | បណ្តាញយូធ្យូប |
|---|---|---|
| ការកំណត់គោលដៅ និងរបាយការណ៍ចក្ខុវិស័យអាជីវកម្ម | ជំនាញក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហា | មិនមាន |
| | គោលដៅឆ្លាតវៃ | មិនមាន |
| | របាយការណ៍ចក្ខុវិស័យអាជីវកម្ម | មិនមាន |
| គំរូអាជីវកម្មខេនវ៉ាស និងហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួន/គ្រួសារ | ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ | មិនមាន |
| | គុណតម្លៃផលិតផល | https://www.youtube.com/watch?v=MUegXkq8t_g |
| | គំរូអាជីវកម្មខេនវ៉ាស | មិនមាន |
| | ការគ្រប់គ្រងការចំណាយផ្ទាល់ខ្លួន/គ្រួសារ | មិនមាន |
| | គោលដៅសន្សំ | មិនមាន |
| | ការរៀបចំផែនការថវិកាផ្ទាល់ខ្លួន | មិនមាន |
| ការរៀបចំទីផ្សារចម្រុះ | ការរៀបចំទីផ្សារចម្រុះ – ផលិតផល | https://www.youtube.com/watch?v=HH29NctYcus |
| | ការរៀបចំទីផ្សារចម្រុះ – ទីកន្លែង | https://www.youtube.com/watch?v=1LCYndv9dM4 |
| | ការរៀបចំទីផ្សារចម្រុះ – តម្លៃ | https://www.youtube.com/watch?v=nvDpwIYo_dM |
| | ការរៀបចំទីផ្សារចម្រុះ – ការផ្សព្វផ្សាយ | https://www.youtube.com/watch?v=e_pd96dXTA0 |
| | ការរៀបចំទីផ្សារចម្រុះ – ផែនការសកម្មភាព | https://www.youtube.com/watch?v=gWE7l61v8io |
| ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្ម | គោលការណ៍គ្រឹះនៃការកត់ត្រាចំណូលចំណាយ | មិនមាន |
| | ចំណូល និងប្រាក់ចំណេញ | មិនមាន |
| | ចំណាយលើការបើកប្រាកខែឱ្យខ្លួនឯង | មិនមាន |
| | លំហូរសាច់ប្រាក់ និងប្រាក់ចំណេញ | មិនមាន |
| | ផែនការរៀបចំថវិកាអាជីវកម្ម | មិនមាន |
| ជំនាញភាពជាអ្នកដឹកនាំ | សកម្ម និងប្រតិកម្ម | មិនមាន |
| | ការគ្រប់គ្រងពេលវេលា | មិនមាន |
| | ការផ្ទេរការងារ | មិនមាន |
| | ជំនាញបង្កើតបណ្តាញទំនាក់ទំនង | មិនមាន |
| ការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក | តម្លៃផ្ទាល់ខ្លួន | មិនមាន |
| | ការជួលបុគ្គលិក និងការរក្សាបុគ្គលិក | មិនមាន |
| | វប្បធម៌ធ្វើការងារជាក្រុម | មិនមាន |

# ចំណុចគន្លឹះ

១. សូមមានគំនិតច្នៃប្រឌិត និងធ្វើឱ្យថ្នាក់រៀនមើលទៅគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ដោយវិធីសាស្រ្ត ប្រមូលផ្តុំរឿងរ៉ាវខ្លីៗ ពីអ្នកចូលរួម ការដើរតួសម្តែង មានលំហាត់ និងការពិភាក្សាក្រុម។

២. នៅពេលចាប់ផ្តើមនៃប្រធានបទថ្មី សូមសួរទៅអ្នកចូលរួមតើពួកគេបានរៀនអ្វីខ្លះពីប្រធានបទមុន និងសួរថាតើពួកគេមានបានអនុវត្តនូវអ្វីដែលពួកគេបានរៀនហើយឬនៅ ហើយវាបានជួយអ្វីខ្លះដល់អាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ ប្រសិនបើពួកគេមិនទាន់បានអនុវត្តទេ សូមសួរពួកគេថាតើមានកត្តារាំងអ្វីកើតឡើងឬពួកគេត្រូវការអ្វីបន្ថែមទៀត។

# ៥.៤ ការតាមដាន និងការបង្ហាត់បង្ហាញ

ការតាមដានគឺមានសារៈសំខាន់បន្ទាប់ពីបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីផ្តល់ជូនសិក្ខាកាមនូវការគាំទ្រ និងការអភិវឌ្ឍជំនាញបន្ថែម។ ជា ធម្មតា សិក្ខាកាមត្រូវការជំនួយនៅពេលពួកគេចាប់ផ្តើមអនុវត្តនូវអ្វីដែលបានរៀនទៅលើអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ ការតាមដានអាចធ្វើ បានតាមរយៈការបង្វឹក១ទល់១ និងការចុះពិនិត្យមើលដល់ទីកន្លែង។

ការបង្វឹក១ទល់១ អ្នកជំនាញអាជីវកម្មណែនាំកសិករដោយសួរសំណួរអំពីបញ្ហាប្រឈមលើអាជីវកម្ម អ្វីដែលពួកគេគិតថាគួរធ្វើ (ការឆ្លុះបញ្ចាំងខ្លួនឯង) ដើម្បីយកឈ្នះបញ្ហានីមួយៗ និងពេលវេលាសមស្របក្នុងការធ្វើវា។ អ្នកជំនាញក៏អាចផ្តល់ការប្រឹក្សាយោបល់លើវិធី ឬរបៀបធ្វើឱ្យអាជីវកម្មកាន់តែប្រសើរឡើង។ ការបង្ហាត់បង្ហាញនេះអាចរៀបចំឡើងតាមរយៈទូរស័ព្ទ ឬក្នុងអំឡុងពេលចុះពិនិត្យមើលដល់ទីកន្លែង។

ការពិនិត្យតាមដានដល់ទីកន្លែងគឺតម្រូវឱ្យមានក្រុមការងារគម្រោងចុះមើលទីតាំងប្រកបអាជីវកម្មនៃអ្នកចូលរួម ដោយពិនិត្យមើលលើដំណើរការអនុវត្តអាជីវកម្ម និងការពង្រឹងជំនាញថ្មីៗរបស់ពួកគេ។ គម្រោងឈេនសូមស្នើឱ្យរៀបចំដំណើរទស្សនៈកិច្ចសិក្សាផ្លាស់ប្តូរបទពិសោធន៍ក្នុងចំណោមសិក្ខាកាមដែលបានចូលរួមក្នុងវគ្គ RBA ដែលពួកគេអាចសិក្សាស្វែងយល់លើអាជីវកម្មរបស់អ្នកដទៃ និងផ្តល់យោបល់កែលម្អទៅកាន់ម្ចាស់អាជីវកម្មនីមួយៗ។

## ចំណុចគន្លឹះ

**១.** អ្នកជំនាញអាជីវកម្មគួរតែធ្វើការតាមដានបង្វឹកបន្ថែម១ទល់១។ អ្នកជំនាញគួរបង្កើតទំនាក់ទំនងប្រកបដោយការទុកចិត្តដោយសួរនូវសំណួរបើកងាយៗ ដែលបំផុសសហគ្រិនឱ្យមានការឆ្លុះបញ្ចាំង និងផ្តល់ចម្លើយដោយចេញពីការគិតរបស់គេផ្ទាល់។ អ្នកជំនាញអាចធ្វើការសង្កេតថាតើអាជីវកម្មនោះមានដំណើរការយ៉ាងណា ហើយផ្តល់យោបល់កែលម្អពីការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម រួមទាំងការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក ការកត់ត្រាចំណូលចំណាយ ការដាក់តាំងបង្ហាញ និងលក់ផលិតផល ការធ្វើទីផ្សារ ប្រតិកម្មពីអតិថិជន និងការគាំទ្រការលក់បន្តបន្ទាប់។

**២.** អំឡុងពេលចុះពិនិត្យដល់ទីកន្លែង សូមអនុវត្តជាលក្ខណៈការកំសាន្តដើម្បីពិសោធន៍ការរីកចម្រើន និងការផ្លាស់ប្តូរគំនិតយោបល់។ ឧទាហរណ៍៖ បុគ្គលិកគម្រោងម្នាក់អាចដើរតួជាអតិថិជនដែលមានតម្រូវការផលិតផល ឬសេវាកម្មណាមួយ ក្នុងគោលបំណងសង្កេតមើលប្រតិកម្មរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្មនោះ។

# ៥.៥ សហវិនិយោគ

សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅតាមទីជនបទជាច្រើននៅតែអាចរីកលូតលាស់គួរឱ្យកត់សម្គាល់ ប៉ុន្តែជារឿយៗត្រូវបានរារាំងដោយកង្វះដើមទុន។ ជំហានដំបូងគឺការវិភាគតម្រូវការវិនិយោគជាមួយម្ចាស់អាជីវកម្មនិងរៀបចំផែនការអាជីវកម្មសាមញ្ញមួយដោយផ្អែកលើគំរូអាជីវកម្មខេនវ៉ាស។ ការវិភាគលើកម្រិតនៃបំណុលដែលមានស្រាប់ ចំណូល និងប្រាក់ចំណេញសក្តានុពល ព្រមទាំងការវិនិយោគដែលមានតម្រូវការ ដែលអាចផ្តល់រូបភាពច្បាស់លាស់ថាតើការវិនិយោគមួយនេះគឺជាគំនិតល្អឬអត់។ អ្នកមិនចាំបាច់ធ្វើការគណនាអត្រាចំណេញត្រឡប់មកវិញ និងការវិភាគសេដ្ឋកិច្ចស្មុគស្មាញពេកទេ។ ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់សាមញ្ញ និងការគណនាចំណូលងាយៗ គឺអាចផ្តល់គំនិតថាតើអាជីវកម្មនោះអាចរីកចម្រើនបានប៉ុណ្ណា និងថាតើចាំបាច់ត្រូវស្វែងរកប្រាក់កម្ចីដទៃទៀតបន្ថែមដែរឬទេ។

សម្រាប់ធនាគារ និងស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុជាច្រើន អាជីវកម្មខ្នាតតូចនៅជនបទគឺជាការវិនិយោគដែលប្រឈមហានិភ័យ ពីព្រោះជាធម្មតាពួកគេច្រើនតែមិនមានឯកសារកត់ត្រាអំពីដំណើរការអាជីវកម្ម ឬដោយសារតែពួកគេមានបំណងលក់ផលិតផលថ្មីៗ (ដូចជា អណ្តូងសុលឡាស្រោចស្រព) ឬធ្វើប្រតិបត្តិការក្នុងតំបន់ថ្មីៗដែលជាកន្លែងមានការពិបាកក្នុងការព្យាករណ៍ទំហំនៃការលក់។ ក្នុងករណីបែបនេះ គម្រោងអាចកាត់បន្ថយហានិភ័យ និងអាចជំរុញការលូតលាស់អាជីវកម្មតាមរយៈការរៀបចំសហវិនិយោគ។ សហវិនិយោគអាចត្រូវបានរៀបចំតាមវិធីផ្សេងៗគ្នា ប៉ុន្តែចំនួនទឹកប្រាក់គួរតែសមនឹងការវិនិយោគ និងសមត្ថភាពរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្មក្នុងការចំណាយទូទាត់។

## ករណីសហវិនិយោគ៖

គម្រោងឈេនបានធ្វើការវិភាគទីផ្សារសម្រាប់ផ្ទះសំណាញ់ដែលប្រើប្រាស់លើផលិតកម្មបន្លែ។ កសិករជាច្រើនមានចំណាប់អារម្មណ៍ប៉ុន្តែផ្ទះសំណាញ់ភាគច្រើនមានតម្លៃអប្បបរមាគឺ ៦ ០០០ដុល្លារអាមេរិក ដែលកសិករមិនអាចលៃលកទិញបាន។ ផ្ទះសំណាញ់តូចជាងនេះ នៅក្នុងតំបន់គឺជាជម្រើសដ៏ល្អ ពីព្រោះជាធម្មតាមានតម្លៃតិចជាង (ចន្លោះ១ ៥០០ ទៅ ២ ០០០ ដុល្លារ)។ គម្រោងឈេនបានគាំទ្រអាជីវកម្មខ្នាតតូចចំនួន២ជាមួយការរៀបចំសហវិនិយោគក្នុងការតម្លើងផ្ទះសំណាញ់។ គម្រោងបានផ្តល់ជូន១/៣ នៃការចំណាយលើការតម្លើងផ្ទះសំណាញ់នីមួយៗ ចំណែកចំនួនដែលនៅសល់គឺត្រូវចំណាយដោយប្រាក់សន្សំ ឬកម្ចី។ វិធីនេះអាចជួយដល់សហគ្រិនដើម្បីពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ពួកគេដោយមិនចាំបាច់រង់ចាំលំហូរសាច់ប្រាក់ដែលមានកំណើនពីអាជីវកម្មទេ។

ករណីមួយទៀតគឺចំពោះម្ចាស់អាជីវកម្មលក់ធាតុចូលកសិកម្ម ដែលមានបំណងពង្រីកហាងរបស់គាត់។ ផែនការពង្រីកអាជីវកម្មងាយៗគឺត្រូវបានបង្ហាញទៅធនាគារ ARDB ។ គម្រោងឈេនបានផ្តល់ហិរញ្ញប្បទាន៥០%នៃការប្រាក់សម្រាប់៦ខែដំបូងដើម្បីឱ្យសហគ្រិនអាចខ្ចីប្រាក់បាន។ វិធីបែបនេះអាចជួយធនាគារក្នុងការប្រឈមហានិភ័យទាប ព្រមទាំងមានឆន្ទៈក្នុងផ្តល់ប្រាក់កម្ចី។ ម្ចាស់អាជីវកម្មមានអារម្មណ៍ថាបានកាត់បន្ថយគំនាបពីការបង់ការប្រាក់ភ្លាមៗ និងពេញចិត្តនូវរយៈពេលអនុគ្រោះនេះ ខណៈដែលលំហូរសាច់ប្រាក់ពីការពង្រីកអាជីវកម្មនៅមានកម្រិតទាប។

# ៥. សេចក្តីណែនាំជាជំហាន។

កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ ជួយគាំទ្រម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចនៅតាមតំបន់ជនបទដើម្បីពង្រីក និងជំរុញអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ កម្មវិធីនេះត្រូវបានរៀបចំឡើងជាពិសេសសម្រាប់ម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូច ឬសហគ្រិនថ្មីៗ ដែលចំណេះដឹងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេនៅមានកម្រិត។ ម្ចាស់អាជីវកម្មជាស្ត្រីជាច្រើនបានឱ្យតម្លៃចំពោះយន្តការនៃការគាំទ្រនេះ ជាពិសេសពួកគេចូលចិត្តគិតពីគុណតម្លៃ និងតួនាទីរបស់ពួកគេនៅក្នុងការធ្វើទីផ្សារតាមរយៈគំរូអាជីវកម្មខេនវ៉ាស (គោលគំនិតអាជីវកម្មនៃការវិភាគតដ្ឋ៩ជុំ)។ កម្មវិធីគាំទ្រអាជីវកម្មនៅកម្រិតចាប់ផ្តើមដំបូងគឺតាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាល ការតាមដានបង្វឹកបន្ថែម និងជម្រើសសហវិនិយោគ។ ការបណ្តុះបណ្តាលរួមមានប្រធានបទជាច្រើនតាមវគ្គ ដែលត្រូវបានរៀបចំឡើងដើម្បីបញ្ចូល/បញ្ជ្រាបចំណេះដឹង និងជំនាញដល់អ្នកចូលរួម ខណៈដែលផែនការសហវិនិយោគបានលើកទឹកចិត្តសហគ្រិនខ្នាតតូចគិតឱ្យបានធំជាងនេះ និងហ៊ានប្រថុយប្រថានធ្វើការវិនិយោគដើម្បីភាពរីកចម្រើន។ ទីបញ្ចប់ អ្នកចូលរួមក្នុងកម្មវិធី RBA មានឱកាសក្នុងការផ្សារភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងអាជីវកម្ម និងរៀនសូត្រពីសហគ្រិនខ្នាតដូចដទៃទៀត។

សម្រាប់ព័ត៌មានជាច្រើនលើដំណាក់កាលនីមួយៗរបស់គម្រោងឈេន រួមមានឯកសារណែនាំ (ជាភាសាខ្មែរ) ទៅលើបច្ចេកវិទ្យាជាក់លាក់ និងបច្ចេកទេសសាកវប្បកម្ម សូមចូលមើលគេហទំព័រ (https://elibrary.maff.gov.kh)។

ច្បាប់ចម្លងឌីជីថលនៃឯកសារទាំងនេះ អាចទាញយកបានពីគេហទំព័រ (https://elibrary.maff.gov.kh)។

# ឧបសម្ព័ន្ធ១

## គោលការណ៍វាយតម្លៃតម្រូវការបណ្តុះបណ្តាល

### តារាងទី១៖ ព័ត៌មានស្តីពីអ្នកចូលរួមកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទសក្តានុពល

ព័ត៌មានប្រវត្តិម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍លើកម្មវិធី RBA

| ល | ឈ្មោះ | ភេទ | ទូរស័ព្ទ | អាសយដ្ឋាន | ប្រភេទ អាជីវកម្ម | ឆ្នាំធ្វើ អាជីវកម្ម | ម្ចាស់ | តួនាទី | ជំនាញត្រូវការ | បញ្ហាប្រឈម |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ក | ប | 097-xxx-xxxx | ស្ទឹងត្រែង | អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម | 6 | បាទ | គ្រប់គ្រង | គ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុលក់/ទីផ្សារ | គ្រប់គ្រងចំណូលចំណាយ |
| 2 | ខ | ស | 088-xxx-xxxx | ស្ទឹងត្រែង | អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម | 5 | បាទ | គ្រប់គ្រង | គ្រប់គ្រងស្តុក និងបុគ្គលិក | គ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងបុគ្គលិក |
| 3 | គ | ស | 088-xxx-xxxx | ក្រចេះ | អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម | 21 | បាទ | លក់ | គ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងទីផ្សារ | ការពង្រីកអាជីវកម្ម |
| 4 | ឃ | ប | 097-xxx-xxxx | ព្រះវិហារ | អាជីវករ | 3 | បាទ | ប្រមូលទិញបន្លែ | កែច្នៃបន្លែ ផលិតកម្មផ្សិត | ពេលខ្លះខ្វះបន្លែ ពេលខ្លះជន់ |
| 5 | ង | ប | 088-xxx-xxxx | ព្រះវិហារ | អាជីវករ | 4 | បាទ | ប្រមូលទិញបន្លែ | លក់ | ការលក់ទាប (ថោកពេក លក់បានតិច) |
| 6 | ច | ស | 097-xxx-xxxx | ឧត្តរមានជ័យ | អាជីវករ | 5 | បាទ | ប្រមូលទិញបន្លែ | គ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ | ការលក់ទាប បន្លែច្រើនពេក |

## តារាងទី២៖ ការដាក់ពិន្ទុ TNA

តារាងខាងក្រោមគឺជាគំរូការដាក់ពិន្ទុ TNA ដែលបំពេញដោយអ្នកចូលរួមក្នុងកម្មវិធី RBA ក្រោមការសម្របសម្រួលដោយគម្រោងឈេន។ អ្នកចូលរួមត្រូវបានស្នើឱ្យធ្វើការវាយតម្លៃចំណេះដឹងរបស់ពួកគេលើប្រធានបទនៃកម្មវិធីសិក្សានីមួយៗ។

| ល.រ | ប្រធានបទ | លេខកូដ | មេរៀន | អ្នកចូលរួម ក | អ្នកចូលរួម ខ | អ្នកចូលរួម គ | អ្នកចូលរួម ឃ | អ្នកចូលរួម ង | អ្នកចូលរួម ច | មធ្យមភាគ | Ave. IR | Ave. Tr |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ការកំណត់គោលដៅនិងរបាយការណ៍ចក្ខុវិស័យអាជីវកម្ម | 1.1 | ជំនាញក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហា | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2.2 | 2.3 | 2.0 |
| | | 1.2 | គោលដៅឆ្លាតវៃ | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2.2 | 2.3 | 2.0 |
| | | 1.3 | របាយការណ៍ចក្ខុវិស័យអាជីវកម្ម | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2.2 | 2.0 | 2.3 |
| | | | | | | | | | | | | |
| 2 | គំរូអាជីវកម្មខេនវ៉ាស និងហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួន/គ្រួសារ | 2.1 | ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1.8 | 2.0 | 1.7 |
| | | 2.2 | គុណតម្លៃផលិតផល | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2.0 | 2.3 | 1.7 |
| | | 2.3 | គំរូអាជីវកម្មខេនវ៉ាស | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1.4 | 1.5 | 1.3 |
| | | 2.4 | ការគ្រប់គ្រងការចំណាយផ្ទាល់ខ្លួន/គ្រួសារ | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 2.0 | 1.7 | 2.3 |
| | | 2.5 | គោលដៅសន្សំ | 1 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2.2 | 2.0 | 2.3 |
| | | 2.6 | ការរៀបចំផែនការថវិកាផ្ទាល់ខ្លួន | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1.5 | 1.3 | 1.7 |
| 3 | ការរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ | | | | | | | | | | | |
| | | 3.1 | ការវិភាគ SWOT | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1.5 | 1.3 | 1.7 |
| | | 3.2 | ការវិភាគដៃគូប្រកួតប្រជែង | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1.8 | 1.7 | 2.0 |
| | | 3.3 | ការកំណត់គោលដៅទីផ្សារ | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1.8 | 2.0 | 1.7 |
| | | 3.4 | ការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផល | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2.0 | 2.3 | 1.7 |
| | | 3.5 | ការរៀបចំថវិកាទីផ្សារ | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1.7 | 1.7 | 1.7 |
| 4 | ការគ្របគ្រងហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្ម | | | | | | | | | | | |
| | | 4.1 | គោលការណ៍គ្រឹះនៃការកត់ត្រាចំណូលចំណាយ | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1.5 | 1.3 | 1.7 |
| | | 4.2 | ចំណូល និង ប្រាក់ចំណេញ | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1.5 | 1.3 | 1.7 |
| | | 4.3 | ចំណាយលើការបើកប្រាកខែឱ្យខ្លួនឯង | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1.3 | 1.0 | 1.7 |
| | | 4.4 | លំហូរសាច់ប្រាក់ និង ប្រាក់ចំណេញ | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1.7 | 1.7 | 1.7 |
| | | 4.5 | ផែនការរៀបចំថវិកាអាជីវកម្ម | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1.5 | 1.3 | 1.7 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | ជំនាញភាពជាអ្នកដឹកនាំ | | | | | | | | | | |
| | | 5.1 | សកម្ម និងប្រតិកម្ម | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1.7 | 1.7 | 1.7 |
| | | 5.2 | ការគ្រប់គ្រងពេលវេលា | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1.8 | 1.7 | 2.0 |
| | | 5.3 | ការផ្ទេរការងារ | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2.2 | 2.3 | 2.0 |
| | | 5.4 | ជំនាញបង្កើតបណ្ដាញទំនាក់ទំនង | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2.2 | 2.3 | 2.0 |
| 6 | ការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក | | | | | | | | | | |
| | | 6.1 | តម្លៃផ្ទាល់ខ្លួន | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1.7 | 1.7 | 1.7 |
| | | 6.2 | ការជួលបុគ្គលិក និងការរក្សាបុគ្គលិក | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1.7 | 1.7 | 1.7 |
| | | 6.3 | វប្បធ៌មធ្វើការងារជាក្រុម | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1.7 | 1.3 | 2.0 |

**ការដាក់ពិន្ទុ៖**

1 = មិនមានចំណេះដឹង/ជំនាញ

2 = ចំណេះដឹង/ជំនាញតិចតួច ប៉ុន្តែទាមទារការអភិវឌ្ឍបន្ថែម

3 = ចំណេះដឹង/ជំនាញខ្លះៗ ប៉ុន្តែទាមទារការពង្រឹង

4 = ការបង្ហាញចំណេះដឹង/ជំនាញល្អ ទាមទារការអភិវឌ្ឍតិចតួច

5 = ចំណេះដឹង/ជំនាញគ្រប់គ្រាន់ មិនចាំបាច់ ឬទាមទារការអភិវឌ្ឍតិចតួចបំផុត

## តារាងទី២៖ ការដាក់ពិន្ទុ TNA

| ល.រ | ប្រធានបទ/ជំហាន | រយៈពេល | វិធីសាស្ត្រ | ធនធាន |
|---|---|---|---|---|
| | **ការបណ្តុះបណ្តាល RBA ទី១** | **១ម៉ោង៣០នាទី** | | |
| 1. | **ការណែនាំ ទីផ្សារចម្រុះ** | ៥០នាទី | | |
| 1.1 | ការណែនាំ ទីផ្សារចម្រុះ | ១០នាទី | • អ្នកចូលរួមធ្វើការជាគូ ពិភាក្សាអ្វីទៅជាទីផ្សារ ហើយហេតុអ្វីបានជាវាមានសារៈសំខាន់ និងបង្ហាញទៅក្នុងថ្នាក់<br>• អ្នកសម្របសម្រួលស្តាប់ និងផ្តល់មតិកែលម្អ | មិនមាន |
| 1.2 | ការណែនាំ ទីផ្សារចម្រុះ | ៤០នាទី | • អ្នកសម្របសម្រួលបែងចែកអ្នកចូលរួមជា២ក្រុមដើម្បីធ្វើការលើអាជីវកម្មបើកហាងកាហ្វេ (ការពុះបំណែកអតិថិជនជា២ផ្សេងគ្នា) បំណែកអតិថិជន និងអាជីវកម្មត្រូវបានសរសេរលើក្រដាសផ្ទាំងធំ។<br>• ក្រុមនីមួយៗមានក្រដាសផ្ទាំងធំ និងហ្វឺតព៌ណប្រើប្រាស់ក្នុងការពិភាក្សា និងវិភាគលើផលិតផល ទីកន្លែង តម្លៃ និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផល ផ្អែកលើបំណែកអតិថិជនរបស់ពួកគេដោយគូរបំណែកអតិថិជននៅចំកណ្តាលក្រដាសផ្ទាំងធំ និងបន្ថែមចំណុចផ្សេងៗទៀត។<br>• ក្រុមនីមួយៗធ្វើការបង្ហាញអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ<br>• អ្នកសម្របសម្រួលសួរអ្នកចូលរួមនូវអ្វីដែលពួកគេបានរៀនពីសកម្មភាពនេះ ប្រាប់ពួកគេថានេះជាការរៀបចំទីផ្សារចម្រុះ និងសួរថាតើពួកគេយល់ដែរឬទេ បន្ទាប់មកស្តាប់ការឆ្លើយតបរបស់ពួកគេ និងផ្តល់មតិកែលម្អ។ | ក្រដាសផ្ទាំងធំ (ការណែនាំអាជីវកម្មកាហ្វេ) |
| 2. | **គោលដៅ នៃទីផ្សារចម្រុះ** | **៥៥នាទី** | | |
| 2.1 | ការពិនិត្យមើលឡើងវិញនូវការពុះបំណែកអតិថិជន និងគុណតម្លៃផលិតផល | ៥នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលរំលឹកអ្នកចូលរួមថា ដើម្បីធ្វើទីផ្សារចម្រុះ ពួកគេចាំបាច់ត្រូវដឹងពីការពុះបំណែកអតិថិជន គុណតម្លៃផលិតផល និងគោលដៅនៃការធ្វើទីផ្សារ។ ពួកគេមានពេល៥នាទីដើម្បីគិតដោយប្រើប្រាស់កាតរបស់ពួកគេ។ | មិនមាន |
| 2.2 | ការណែនាំ គោលដៅធ្វើទីផ្សារ | ២០នាទី | • អ្នកសម្របសម្រួលសួរ « ហេតុអ្វីបានជាយើងត្រូវធ្វើទីផ្សារ?» ស្តាប់ចម្លើយ និងបន្តសួរ « តើធ្វើម្តេចទើបដឹងថាការធ្វើទីផ្សាររបស់យើងទទួលបានជោគជ័យ?»<br>• អ្នកសម្របសម្រួលពន្យល់ចំណុចអ្វីខ្លះដែលចាំបាច់សម្រាប់កំណត់គោលដៅដែលជាសូចនាករវាស់វែងភាពជោគជ័យ និងផ្តល់ឧទាហរណ៍នៃការរៀបចំគោលដៅសម្រាប់ « ហាងកាហ្វេ៣៦៩» និងសួរថាតើគោលដៅទាំងនេះ ឆ្លាតវៃហើយឬនៅ។ | ក្រដាសផ្ទាំងធំ (ការរៀបចំគោលដៅសម្រាប់ហាងកាហ្វេ៣៦៩ |
| 2.3 | ការកំណត់គោលដៅធ្វើទីផ្សារ | ២០នាទី | • អ្នកចូលរួមមានពេល១០នាទីក្នុងការគិតពីគោលដៅ២នៃការធ្វើទីផ្សារសម្រាប់១២ខែបន្ទាប់។<br>• ពួកគេធ្វើការជាគូ សម្ភាសន៍គ្នាទៅវិញទៅមក (៥នាទីម្នាក់) ដោយប្រើប្រាស់សំណួរនាំមុខនៅលើក្រដាសផ្ទាំងធំ។ | ក្រដាសផ្ទាំងធំ (សំណួរនាំមុខ) |
| | សម្រាក | ១០នាទី | អាហារសម្រន់ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 3. | **ការវិភាគផលិតផល** | **៣៥នាទី** | | |
| | ល្បែងថាមពល | ៥នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលលេងល្បែងកំសាន្តជាមួយអ្នកចូលរួម។ | |
| 3.1 | ការណែនាំការវិភាគផលិតផល | ១០នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលសួរអ្នកចូលរួមឱ្យឆ្លើយទៅនឹងសំណួរ « តើយើងគិតគូរអ្វីខ្លះក្នុងការវិភាគផលិតផល ? » ស្តាប់ និងផ្តល់មតិកែលម្អ។ | មិនមាន |
| 3.2 | ការវិភាគផលិតផល | ២០នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលចែកក្រដាសកិច្ចការ ពីការវិភាគផលិតផល ពន្យល់ និងអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកទាំងអស់គ្នាធ្វើការងារនេះរយៈពេល១៥នាទី បន្ទាប់មកស្នើអ្នកចូលរួមម្នាក់ឱ្យចែករំលែកការងាររបស់គាត់ដែលបានធ្វើ។ | ចែក ( សន្លឹកកិច្ចការ ការវិភាគផលិតផល ) |
| 4. | **ការវិភាគទីកន្លែង** | ៤៥នាទី | | |
| 4.1 | ការណែនាំការវិភាគទីកន្លែង | ១៥នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលស្នើអ្នកចូលរួមឱ្យឆ្លើយតបទៅនឹងសំណួរ « តើយើងគិតគូរអ្វីខ្លះក្នុងការវិភាគទីកន្លែង ? » ស្តាប់ និងផ្តល់មតិកែលម្អ។ | មិនមាន |
| 4.2 | ការវិភាគទីកន្លែង | ២០នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលចែកក្រដាសកិច្ចការ ពីការវិភាគទីកន្លែង ពន្យល់ និងអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកទាំងអស់គ្នាធ្វើការងារនេះរយៈពេល១៥នាទី បន្ទាប់មកស្នើអ្នកចូលរួមម្នាក់ឱ្យចែករំលែកការងាររបស់គាត់ដែលបានធ្វើ។ | ចែក ( សន្លឹកកិច្ចការ ការវិភាគទីកន្លែង ) |
| 5. | **តាមដានការកត់ត្រាចំណូលចំណាយ** | 30 នាទី | | |
| 5.1 | ការណែនាំ | ១០នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលសួរថាតើមាននរណាខ្លះបានកត់ត្រាទៀងទាត់ ដោយសួរទៅអ្នកស្ម័គ្រចិត្ត២នាក់ឱ្យឆ្លើយទៅនឹងសំណួរ តើការកត់ត្រាចំណូលចំណាយបានជួយអ្នកអ្វីខ្លះ ? អ្នកសម្របសម្រួលអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេចែករំលែកបទពិសោធន៍ និងរំលឹកពួកគេពីសារៈសំខាន់នៃការកត់ត្រាចំណូលចំណាយ។ | មិនមាន |
| 5.2 | ការពិភាក្សាក្រុម | ១៥នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលបែងចែកអ្នកចូលរួមជា២ក្រុមដែលមានគ្នា៣នាក់ និងអោយពួកគេពិភាក្សានូវអ្វីដែលពួកគេចូលចិត្តពីការកត់ត្រានេះ ថាតើមានអ្វីដែលពួកគេចង់កែប្រែឬទេ អ្វីជាកត្តារារាំងមិនឱ្យពួកគេបានកត់ត្រាទៀងទាត់ ហើយថាតើពួកគេគួរធ្វើដូចម្តេចដើម្បីប្តេជ្ញាក្នុងការកត់ត្រាឱ្យបានទៀងទាត់។ | ក្រដាសផ្ទាំងធំ ( សំណួរពិភាក្សា ) |
| 5.3 | សង្ខេប និងសន្និដ្ឋាន | ៥នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកចូលរួមចែករំលែកគំនិតយោបល់ដែលពួកគេបានរៀនកន្លងមក។ | មិនមាន |

| លរ | ប្រធានបទ/ជំហាន | រយៈពេល | វិធីសាស្ត្រ | ធនធាន |
|---|---|---|---|---|
| | **ការបណ្ដុះបណ្ដាល RBAទី២** | **៣ម៉ោង១០នាទី** | | |
| | **ការស្វាគមន៍** | **១៥នាទី** | | |
| | ការចែករំលែកចំណុចវិជ្ជមានមួយ | ៥នាទី | អ្នកចូលរួមចំនួន២នាក់ (ស្ម័គ្រចិត្ត) ចែករំលែកមេរៀនដែលបានរៀនល្អៗម្នាក់១ ទាក់ទងនឹងអ្វីដែលបានកើតឡើងចំពោះរូបគេកាលពី២សប្ដាហ៍មុន | មិនមាន |
| | ការឆ្លុះបញ្ចាំងនូវអ្វីដែលបានរៀន | ៥នាទី | អ្នកចូលរួម២ឬ៣នាក់ត្រូវបានចាត់តាំងឱ្យរៀបរាប់ឡើងវិញនូវប្រធានបទដែលពួកគេបានរៀនកាលពីសប្ដាហ៍មុន។ | មិនមាន |
| | សរុប និងការណែនាំរបៀបវារៈ | ៥នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលរំលឹកចំណុចគោលៗដែលបានរៀនក្នុងវគ្គមុន | ក្រដាសផ្ទាំងធំ (របៀបវារៈ) |
| 1 | **ជំនាញបង្កើតបណ្ដាញទំនាក់ទំនង** | **១ម៉ោង៣០នាទី** | | |
| 1.1 | ការណែនាំ ការបង្កើតបណ្ដាញទំនាក់ទំនង | ២០នាទី | • អ្នកសម្របសម្រួលសួរ អ្វីទៅជាបណ្ដាញ? ហើយសរសេរចម្លើយចូល បន្ទាប់មកផ្ដល់មតិកែលម្អ (ឧទាហរណ៍) ពីប្រភេទផ្សេងៗនៃបណ្ដាញ។<br>• អ្នកសម្របសម្រួលសួរ អ្វីទៅជាការបង្កើតបណ្ដាញទំនាក់ទំនង? នរណាធ្លាប់បានធ្វើវាពីមុន? តើវាមានន័យយ៉ាងដូចម្ដេចសម្រាប់អ្នក ហើយសរសេរចម្លើយចូល បន្ទាប់មកផ្ដល់មតិកែលម្អ។<br>• អ្នកសម្របសម្រួលស្នើអ្នកចូលរួមឱ្យធ្វើការជាគូ និងពិភាក្សាប្រភេទផ្សេងៗគ្នានៃការបង្កើតបណ្ដាញទំនាក់ទំនង និងថាតើហេតុអ្វីបានជាវាមានសារៈសំខាន់សម្រាប់អាជីវកម្ម បន្ទាប់មកអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេចែករំលែកនៅក្នុងថ្នាក់។ | • ក្រដាសផ្ទាំងធំដើម្បីសរសេរ<br>• រូបភាពឧទាហរណ៍នៃបណ្ដាញ |
| 1.2 | របៀបបង្កើតបណ្ដាញប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់អាជីវកម្ម | ៣០នាទី | • អ្នកសម្របសម្រួលស្នើអ្នកចូលរួមឱ្យរក្សាគូពិភាក្សាដដែល និងសម្ភាសន៍គ្នាទៅវិញទៅមករយៈពេល៥នាទីម្នាក់ដោយប្រើតារាងកិច្ចការសម្ភាសន៍ បន្ទាប់មកអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេ២ឬ៣នាក់ចែករំលែកលទ្ធផលការសម្ភាសន៍ និងជួយគ្នាផ្ដល់មតិកែលម្អ។<br>• បន្ទាប់ពីការសម្ភាសន៍ អនុញ្ញាតឱ្យអ្នកចូលរួមរក្សានៅគូដដែល និងពិភាក្សា អ្វីជាចំណុចគន្លឹះក្នុងការបង្កើតបណ្ដាញប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់អាជីវកម្ម? ហើយចែករំលែកលទ្ធផលពិភាក្សា។ | • តារាងកិច្ចការសម្ភាសន៍<br>• ក្រដាសផ្ទាំងធំដើម្បីសរសេរសំណួរពិភាក្សា |
| | | ១០នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលចែក « ចំណុចគន្លឹះសម្រាប់ការបង្កើតបណ្ដាញប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព » សួរអ្នកចូលរួម២ឬ៣សំណួរឱ្យឆ្លុះបញ្ចាំងលើចំណុចគន្លឹះមួយចំនួនដែលទាក់ទងនឹងបទពិសោធន៍របស់ពួកគេ។ | ចែកឯកសារ « ចំណុចគន្លឹះសម្រាប់ការបង្កើតបណ្ដាញប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព » |
| 1.3 | ការរៀបចំផែនការបង្កើតបណ្ដាញរបស់អ្នក | ២០នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលស្នើអ្នកចូលរួមស្នើអ្នកចូលរួមឱ្យធ្វើការរៀងខ្លួនម្នាក់ៗដើម្បីរំលឹកគំរូអាជីវកម្មខេនវ៉ាស ដៃគូ និងសរសេរចូលមនុស្សថ្មីៗដែលគួរតែដាក់បញ្ចូលក្នុងបណ្ដាញរបស់ពួកគេ បន្ទាប់មកសួរទៅ២ឬ៣នាក់ឱ្យចែករំលែកនៅក្នុងថ្នាក់។ | ចែកឯកសារ (តារាងកិច្ចការការបង្កើតបណ្ដាញសកម្ម) |
| 1.4 | បូកសរុប និងសន្និដ្ឋាន | ១០នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលសួរអ្នកចូលរួមថាតើពួកគេមានអារម្មណ៍បែបណាចំពោះប្រធានបទនេះ។ | មិនមាន |

| 2 | **ការវិភាគ SWOT** | **១ម៉ោង១០នាទី** | | |
|---|---|---|---|---|
| 2.1 | ការណែនាំផ្តុំផ្គងកាត | ២០នាទី | • អ្នកសម្របសម្រួលសរសេរ « ការវិភាគ SWOT » លើក្តារខៀន ហើយសួរថាតើអ្នកចូលរួមធ្លាប់លឺវាពីមុនមកទេ បន្ទាប់មកសរសេរគំនិតរបស់ពួកគេដោយមិនទាន់ប្រាប់អ្វីៗនៅឡើយ។<br>• អ្នកសម្របសម្រួលគូរតារាង SWOT នៅលើក្តារខៀន និងអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេធ្វើការជាគូ ដើម្បីផ្គូផ្គងកាតដែលបានរៀបចំជូនទៅលើតារាង SWOT។<br>• គូនីមួយៗពន្យល់ហេតុអ្វីពួកគេជ្រើសរើសក្នុងការផ្គូផ្គងពាក្យនៅក្នុងប្រអប់ទាំងនោះ។ | • ក្រដាសផ្ទាំងធំទទេដើម្បីសរសេរ<br>• ក្រដាសផ្ទាំងធំដើម្បីគូរតារាង SWOT<br>• កាតផ្គូផ្គង SWOT ១ឈុតសម្រាប់គូនីមួយៗ<br>• ក្រដាសផ្ទាំងធំការពន្យល់ពីការវិភាគ SWOT<br>• ចែកឯកសារពន្យល់ការវិភាគ SWOT |
| 2.2 | ករណីសិក្សា SWOT | ១០នាទី | • អ្នកសម្របសម្រួលស្នើអ្នកចូលរួមឱ្យរក្សាគូពិភាក្សាដដែល និងធ្វើការលើករណីសិក្សាដើម្បីកំណត់ S W O និង T នៃអាជីវកម្ម។<br>• គូនីមួយៗគូរតារាង SWOT ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេនៅលើក្រដាសផ្ទាំងធំ សរសេរចូល S W O T ពីករណីសិក្សាលើក្រដាសស្អិតមានព៌ណផ្អែកលើព៌ណដែលរៀបចំជូន ហើយបិតនៅលើប្រអប់តារាង SWOT ឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។<br>• គូនីមួយៗធ្វើការបង្ហាញ និងពន្យល់លទ្ធផលពិភាក្សារបស់ពួកគេ។ | • ករណីសិក្សា ភោជនីយដ្ឋានរបស់រចនា<br>• ក្រដាសផ្ទាំងធំសម្រាប់គូនីមួយៗដើម្បីគូរតារាង SWOT<br>• ក្រដាសស្អិតមានព៌ណបៃតងសម្រាប់ភាពខ្លាំង ក្រហមភាពខ្សោយ ទឹកក្រូច ឱកាស និងព៌ណស្វាយ ការគំរាមគំហែង |
| 2.3 | ឧទាហរណ៍នៃ SWOT និងយុទ្ធសាស្រ្ត | ១៥នាទី | • អ្នកសម្របសម្រួលបង្ហាញឧទាហរណ៍នៃការវិភាគ SWOT និងយុទ្ធសាស្រ្ត ពីហាងកាហ្វេ ៣៦៩ នៅលើផ្ទាំងក្រដាសធំ បន្ទាប់មកពន្យល់ពីរបៀបទទួលបានយុទ្ធសាស្រ្តសម្រាប់ភាពរីកចម្រើន។<br>• បន្ទាប់ពីមើលឃើញនូវឧទាហរណ៍ទាំងនេះ អ្នកចូលរួមត្រលប់ទៅក្រដាសផ្ទាំងធំនៃលំហាត់ករណីសិក្សារបស់ពួកគេ ហើយកំណត់ ៤ទៅ៥យុទ្ធសាស្រ្តសម្រាប់ករណីសិក្សាអាជីវកម្ម។ ពួកគេពន្យល់យុទ្ធសាស្រ្តដែលពួកគេបានរកឃើញ។ | • ក្រដាសផ្ទាំងធំ (ឧទាហរណ៍នៃការវិភាគ SWOT និងយុទ្ធសាស្រ្ត ពីហាងកាហ្វេ ៣៦៩<br>• ចែកឯកសារ ឧទាហរណ៍នៃការវិភាគ SWOT និងយុទ្ធសាស្រ្ត ពីហាងកាហ្វេ ៣៦៩<br>• ចែកឯកសារ ជំហានក្នុងការទទួលបានយុទ្ធសាស្រ្តនានាពីការវិភាគ SWOT។ |
| 2.4 | SWOT និងយុទ្ធសាស្រ្តសម្រាប់ម្នាក់ៗ | ២០នាទី | អ្នកចូលរួមធ្វើការម្នាក់ៗរៀងៗខ្លួនលើការវិភាគ SWOT និងយុទ្ធសាស្រ្តសម្រាប់អាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ (៤ទៅ៥យុទ្ធសាស្រ្តដើម្បីពង្រឹងអាជីវកម្មឱ្យលូតលាស់)។ | ចែកឯកសារ សន្លឹកកិច្ចការការវិភាគSWOT។ |
| 2.5 | បូកសរុប និងសន្និដ្ឋាន | ៥នាទី | អ្នកសម្របសម្រួលសួរអ្នកចូលរួមថាតើពួកគេមានអារម្មណ៍បែបណាចំពោះប្រធានបទនេះ ហើយវាមានសារៈប្រយោជន៍បែបណាចំពោះពួកគេ។ សូមរំលឹកពួកគេថា យើងមិនមានពេលវេលាគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីបញ្ចប់ការពិភាក្សាពីការវិភាគ SWOT អោយបានពេញលេញទេ ដូច្នេះពួកគេគួរតែបន្តធ្វើវាបន្ថែមដោយខ្លួនឯង។ | មិនមាន |

**SNV កម្ពុជា**
#១២០ ផ្លូវ៥១(កែង២២៨) ជាន់ទី៥ ភូមិទី៤ សង្កាត់ចតុមុខ ខណ្ឌដូនពេញ
ក្រុងភ្នំពេញ កម្ពុជា

**ទូរស័ព្ទ៖** +៨៥៥ ១៧ ៦៤៤ ៨៨២
**អ៊ីម៉ែល៖** cambodia@snv.org
**គេហទំព័រ៖** www.snv.org/country/cambodia
**ហ្វេសប៊ុក៖** @SNVCambodia