Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN

Briefing Notes for Cambodia

iBAN enabling change

Co-funded by the European Union

german cooperation
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

giz

asean

Guidelines for the
Promotion of Inclusive Business in ASEAN

Briefing Notes for Cambodia

Table of Contents

A. Overview of Inclusive Business (IB) and Opportunities to Collaborate in Cambodia 1

B. *Inclusive Business Promotion in ASEAN* 2

C. 12 Policy Instruments to promote IB in ASEAN 3

D. Designing and implementing IB promotion policy instruments 3

Annex 1: Policy Instruments to promote IB in ASEAN 4

1. Strategy and action plan on IB enabling environment 4

2. Institutionalising IB promotion 5

3. IB accreditation and registration 6

4. IB awareness raising 8

5. IB coaching for companies 8

6. IB investment incentives 9

7. Reducing impact investment risks 9

8. Promoting IB in public procurement 10

9. Targeting IB in existing private sector and other development programs 10

10. Linking IB to the social enterprise and corporate social responsibility agenda 11

11. Monitoring and reporting on IB results 11

12. Creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond 12

ក. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB) និងកាលានុវត្តភាពដើម្បីសហការក្នុងប្រទេសកម្ពុជា 1

ខ. ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន 2

គ. ឧបករណ៍គោលនយោបាយចំនួន 12 ដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន 3

ឃ. ការរៀបចំ និងការអនុវត្តឧបករណ៍គោលនយោបាយសម្រាប់ជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន 4

ឧបសម្ព័ន្ធ 1 ៖ ឧបករណ៍គោលនយោបាយ (policy instruments) ដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន 5

1. យុទ្ធសាស្ត្រ និងផែនការសកម្មភាពស្តីពីបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាបជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន 5

2. ការរៀបចំស្ថាប័នសម្រាប់ជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន 7

3. ការចុះឈ្មោះ និងការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន 8

4. ការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន 10

5. ការបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន 10

6. ការលើកទឹកចិត្តការវិនិយោគលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន 11

7. ការកាត់បន្ថយហានិភ័យ នៃការវិនិយោគសង្គម 12

8. ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងលទ្ធកម្មសាធារណៈ 13

9. កំណត់ទិសដៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅក្នុងវិស័យឯកជនដែលមានស្រាប់ និងកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍ផ្សេងទៀត 13

10. ផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទៅនឹងសហគ្រាសសង្គម និងរបៀបវារៈទំនួលខុសត្រូវសង្គមរបស់សាជីវកម្ម 14

11. ការតាមដាន និងរាយការណ៍អំពីលទ្ធផលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន 14

12. បង្កើតការរួមបញ្ចូលគ្នាដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន និងតំបន់ផ្សេងទៀត 15

Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN

A. Overview of Inclusive Business (IB) and Opportunities to Collaborate in Cambodia

1. In 2019 and 2020 the government of Cambodia - through the Ministry of Industry, Science, Technology and Innovation (MISTI) undertook a landscaping process on Inclusive Business in Cambodia. It comprises an analysis of 119 business cases of which 19 implemented and potential IB cases benefitting 0.8 million people in 2018 and creating a revenue of US$74 million were identified. The 19 IB companies have successful and growing business models in agrobusiness, fintech, energy, water, housing and insurance sectors. According to the companies' business plans revenue will grow to US$152 million by 2023 and reach around 1.7 million people at the BoP.

2. Following the landscape study, the government of Cambodia developed a national strategy for a better enabling environment for Inclusive Business promotion (the IBeeC strategy). MISTI created an institutional framework for supporting IBeeC implementation consisting of an IB secretariat in MISTI guided by the State Secretary, IB focal points in 6 government agencies and 4 business associations, a network of IB stakeholders, and a formal IB Board for guiding implementation of IBeeC. The IBeeC strategy is closely aligned with the Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN and contains:

   1. linking IB to SME promotion policies, as well as institutionalizing IBeeC implementation;
   2. IB awareness raising (mainly implemented by the business associations) and further knowledge work;
   3. IB accreditation and IB awards;
   4. offering IB business coaching to potential companies interested in transitioning towards IB;
   5. prioritizing IB and social enterprises in public procurement;
   6. exploring tax and other incentives for IB companies under the new investment law;
   7. establishing an IB risk reduction facility for impact investors, and
   8. doing impact monitoring and reporting as well as regional exchange on results with ASEAN.

3. In 2021 MISTI started the implementation of the IBeeC strategy and is in the process of summarizing commitments from various stakeholders on its **action plan**. This also includes attracting possible financing for a $2.3 million technical assistance and a $22 million investment facility from development partners, philanthropy, and investors.

Contact

IB secretariat in the Ministry of Industry, Science, Technology and Innovation (MISTI), Mr. Chorn Vanthou / Mr. Pheng Kimheng / Mr. Sarath Roerurng), chorn_vanthou@yahoo.com

Further information on IB Cambodia

- https://misti.gov.kh/page/index?param=home.html
- UNESCAP (2021), Landscape study on inclusive business in Cambodia https://www.inclusivebusiness.net/node/5335

B. Inclusive Business Promotion in ASEAN

4. IB definition and overview in ASEAN: ASEAN defines Inclusive Businesses as businesses that provide goods, services, and livelihoods on a commercially viable basis, either at scale or scalable, to people at the Base of the economic Pyramid (BOP), making them part of the value chain of companies' core business as suppliers, distributors, retailers, or customers[1]. IB is implemented along three approaches, namely IB models, IB activities, and IB initiatives[2].

5. In 2017, the ASEAN leaders called for greater emphasis on creating an enabling environment for Inclusive Businesses and endorsed the ASEAN IB Framework. In 2018, the ASEAN Coordinating Committee for Micro, Small and Medium Enterprises (ACCMSME) took the lead to promote IB in the region. Since then, ASEAN and its member states have made significant progress in advancing the promotion of IB at both national and regional level through capacity building programmes, publication of reports and guidelines and development of national-level IB landscape studies. The regional Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN document was endorsed by the ASEAN Economic Ministers (AEM) at the 52nd ASEAN AEM Meeting in August 2020, providing a common non-binding reference document for ASEAN policymakers to further promote the IB agenda in the region. It provides an outline on how IB can be supported at the national level, and what institutional setup is required to do so, as well as provides recommendations on how to promote IB at the regional level.

6. The Inclusive Business (IB) agenda is a triple win for governments, businesses and people at the base of the economic pyramid, blending economic, commercial and social objectives and benefits. IB is a cross-cutting topic – its promotion and integration into national and regional policies require close collaboration with all relevant stakeholders from both the public and private sectors. It is thus pertinent that all stakeholders have the same understanding on the IB model, its potential avenues for applications as well as benefits to achieve a common objective in the promotion and integration of IB in national and regional policies.

7. IB as part of the post-COVID 19 re-building: IB can support efforts to rebound from the COVID-19 crisis and to build back better. Companies with IB models are innovative and their social impact is local. Many have established last-mile distribution and supplier outreach systems and understand the markets of the poor and low-income population. Governments providing financial support to the private sector in times of economic crisis are increasingly interested in linking their support to creating impact for the economy and building back a better future through encouraging changes towards inclusive business practices. Providing detailed information about the state of the IB sector generally would help lay the case for investors to re-engage with investments. Governments can also approach investors to discuss potential risk reduction strategies that could stimulate post-pandemic investments leveraging public sector spending.

---

[1] As per definition adopted in the ASEAN Inclusive Business Framework, which referred to the IB definition developed by the G20. https://asean.org/wp-content/uploads/2012/05/ASEAN-InclusiveBusiness-Framework.pdf

[2] IB models integrate the poor into their core business, expect to realize market returns, and rely mainly on commercial funding. IB activities, on the other hand, integrate the poor into their value chain but only ancillary, such that the business may survive even without the IB activity. CSR activities often fall under this category. Finally, SE initiatives have explicit social impact objectives, but are not necessarily structured to maximize profit for investors.

C. 12 Policy Instruments to promote IB in ASEAN

8. The **Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN** introduces 11 policy instruments to promote IB at the national level[3] and one (1) policy instrument on "creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond" to promote IB at the regional level. Description of each policy instrument appears in **ANNEX 1**.

D. Designing and implementing IB promotion policy instruments

1. **The process of formulating an IB promotion strategy:** The development of IB policy instruments, which has emerged in ASEAN, follows a three-step process consisting of (i) scoping, landscaping and strategy recommendation development in public-private engagement; (ii) consultation, awareness-building and promotion through public-private dialogues; and (iii) steering, technical assistance and strategy implementation. The aim of the collaborative and participatory multi-stakeholder approach is to build a convincing case for IB and to create ownership and commitment which supports the transformation of the strategy recommendations into official government and private sector approved policy instruments according to the country's specific processes.
2. **Initial insights to implementing IB promotion policy instruments**: IB is a private sector activity therefore policymakers need to involve private sector representative in the development and implementation of IB strategies. Although there is so far only limited experience in the implementation of IB policies, coordination mechanisms for public and private sector focal points in form of, for example Steering Groups, have been initiated. The level of institutionalization, from establishing a government programme to promote IB to adopting specific legislation to promote IB, will be an indicator of the future sustainability and impact of the IB strategy. The promotion of IB requires a core government budget to support the IB secretariat and coordination efforts. Government funding can leverage private funding from companies and investors. In addition, development partners may be interested to fund some elements of the IB strategy. Some promotion activities could be part of existing programmes.

Important documents

- Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN (September 2020) https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/6.-ASEAN-IB-Promotion-Guidelines-Endorsed-at-the-52nd-AEM.pdf
- The ASEAN IB Framework (August 2017) https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/ASEAN-Inclusive-Business-Framework.pdf
- Advancing Enabling Policy Environment for Inclusive Businesses in Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) (September 2019) https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/Advancing-Enabling-Policy-Environments-for-Inclusive-Businesses-in-ASEAN-1.pdf

[3] (i) strategy and action plan on IB enabling environment; (ii) institutionalisation IB promotion; (iii) IB accreditation and registration; (iv) IB awareness raising; (v) IB business coaching for companies; (vi) IB investment incentives; (viii) reducing impact investing risks; (viii) promoting IB in public procurement; (ix) targeting IB in existing private sector and other development programs; (x) linking IB to the social enterprise and corporate social responsibility agenda; (xi) monitoring and reporting on IB results

Annex 1: Policy Instruments to promote IB in ASEAN

The **Guidelines for the Promotion of Inclusive Business in ASEAN** introduces eleven policy instruments for AMS, followed by one for ASEAN (creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond), to encourage the widespread adoption of IB in the ASEAN region with the details are as follows.

1. Strategy and action plan on IB enabling environment

Strategy for an IB enabling environment (IBee[4]). Inclusive Business as a new and cross-cutting topic is distinguished from sector or MSME policies. Therefore, a specific strategic framework is required which rationalizes policy options, draws in commitment of various stakeholders, and includes an action plan with budget and institutional structure for implementing IB promotion. While no ASEAN Member State (AMS) has an approved IB strategy so far, six countries have recently prepared either full-fledged IB strategy proposals (Cambodia, Malaysia, Myanmar, Philippines, Viet Nam), sector specific IB recommendations (Indonesia), or an IB bill and roadmap (Philippines). IBee strategies typically describe directions and cohesive programs to be implemented by government in partnership with other organizations to create a better enabling environment for IB. In some countries IB strategies are also referenced in broader medium-term socio-economic development plans or industrial or SME development strategies.[5]

IB strategies aligned with MSME development strategies. The ASEAN SME Policy Index 2018 identified that industrial clusters create an environment conducive to productivity gains, which are a factor of growth, and so form a structure that helps enterprises meet the challenges of international competition. Without SMEs as subcontractors and suppliers of intermediate inputs to multinational corporations (MNCs) and domestic large enterprises, industrial growth may not be able to sustain increasing domestic value, employment, productivity and industrial linkages.

The point of convergence between MSME and IB development objectives, and responsible agencies' success indicators, is the linkage. As MSME look for access to market through large companies (bottom-up approach), IB companies look to engage with MSMEs throughout their value chain (top-down approach). To foster alignment of IB and MSME promotion strategies the following steps can be undertaken by the IB and the SME focal agencies[6]:

a. A review of the current state of MSME development plans and programs relevant to IB promotion can reveal concrete opportunities of alignment, such as support programmes for SME financing and support services.
b. Such review can further identify national, provincial and local agencies-and their objectives - involved in MSME development, which could incorporate and implement IB strategy elements connected to MSME development.

---

[4] In Cambodia, the proposed strategy is named IBeeC (Inclusive Business enabling environment in Cambodia). This innovative naming refers to an active bee going around (enabling environment) collecting pollen (inputs) from different flowers (stakeholders) and transferring this into honey (IB support programs).

[5] For example, in Malaysia IB is a strategy in the National Entrepreneurship Policy 2030 (NEP 2030) and being considered as a strategy under the 12thMalaysia Plan; in Cambodia in the National Development Plan 2019-2023; and in the Philippines in the National Socio-Economic Development Plan. In all three countries, IB is also a topic in the SME development strategies.

[6] The Philippines' Department of Trade and Industry together with the Board of Investment developed in 2019/20 the Inclusive Business Roadmap with representative from the private, public and civil sector, which outlines alignment strategies of IB and MSME development.

c. The following key strategic objectives have emerged to further promote inclusive business through convergence with MSME development programmes:
    i. Encourage more provincial and local businesses to develop inclusive business models engaging with MSMEs.
    ii. Coordinate the provision of support to build financial and technical capacities of IBs and MSMEs, for example by collaborating on MSME capacity development programmes.
    iii. Build viable community partnerships that enable the emergence and growth of IB models and that provide access to markets for MSMEs.
    iv. Facilitate the set-up of a central database/repository and a readily-accessible online portal for information and knowledge sharing as well as matching of IBs and MSME value chain partners.
    v. Develop metrics or standards and a system to measure, monitor, and evaluate IB/MSME performance and impact.

Developing an IB strategy needs a committed champion: Because of the multi-sectoral character of IB, endorsing such strategies will require multi-agency support and engagement at high-level, both in the government's cabinet and in business associations. To this end, it is particularly important to find a strong and active champion in the government. At government level the development of an IB strategy could involve ministries of economy and finance, industry and trade, investment boards, and a key sector ministry being responsible for agrobusiness (as most IB models address income poverty and are related to agrobusiness and crafts).

IB strategies aim at encouraging the transformation of mainstream business models into inclusive business models: To this end, the recommended incentives focus first on creating a clear understanding of IB (information dissemination, awards, accreditation, systemic impact monitoring, etc.), enhancing business readiness, and reducing business investment risks. In addition, they may call for smart and targeted incentives and for mainstreaming IB promotion through existing SME development, sectoral and poverty reduction programs. The strategies also emphasize partnership between multiple implementation actors, especially in government (economic and finance as well as industry and trade ministries and their investment promotion bodies), business associations and impact investors.

A multi-year IB action plan is developed from the IBeeC strategy: It describes the activities and inputs for implementing the objectives and targeted results of the IB strategy. The action plan includes a budget and explains the roles of the various stakeholders involved. It is linked to monitoring IB implementation and following up on commitments from government agencies, business associations, impact investors, business facilitators, development partners, and others.

2. Institutionalising IB promotion

Dedicated IB strategy implementation bodies: Alongside the strategy development and identifying the leading champion for IB promotion in the government, it is important to establish the right coordinating and initiating bodies for IB promotion. Three important bodies emerged in AMS to institutionalize IB:

- Most importantly a central IB coordinating unit in a ministry is needed to arrange the implementation of the strategy. This IB secretariat could be located in the respective strategy department of the ministry, and comprise 2-3 persons working part-time on IB. The IB secretariat could have a small budget for hosting workshops, establishing and then populating a country-wide IB website, conducting IB studies, and preparing and coordinating the implementation of the action plan.

- The IB coordinating unit should work with officially nominated IB focal points in selected government agencies and business associations. The IB focal points (usually 6 to 12) should meet regularly to discuss. IB implementation in their specific constituency.
- A broader IB steering group could be responsible for monitoring the implementation of the IB action plan. It could meet quarterly to guide the direction of IB implementation. Such steering group would comprise of the IB focal points plus other key stakeholders active in IB promotion. Representatives from impact investors, business facilitators and development partners could be selected on a rotating basis. To build wide ownership of IB promotion, the steering group would be responsible for endorsing the IB action plan.

Keeping the momentum: As part of the IB policy formulation process, various AMS have already or are in the process of establishing a steering group (e.g. Myanmar), coordination unit (e.g. Cambodia, Malaysia, Philippines, Viet Nam) and a focal point (Cambodia, Myanmar). For those countries that are finalizing their policies, the next step would be to formerly endorse and communicate the institutional structure, and to establish regular meetings and working realities. The IB coordinating unit could serve as the secretariat to the steering group.

3. IB accreditation and registration

IB accreditation as core policy instrument: IB is a thematic concept that emphasizes impact and not company size or sector priorities as in other industry promotion policies. To endorse financial support to the private sector, the government needs a good rationale and targeting system. IB accreditation allows both by emphasizing that companies need to be viable (and hence government support is limited), achieve large scale social impact, and provide systemic and innovative contributions to development. IB is a new concept and terminologies of combining economic activities with social impact are often confusing, therefore a transparent and independent accreditation system is required to clearly identify such companies. Some AMS (like Cambodia, Malaysia, Myanmar, and Viet Nam) are currently exploring an IB accreditation scheme. Some (like Malaysia, Thailand, Singapore, Viet Nam) also have a social enterprise accreditation or registration system, which could be broadened to include also IB or linked to a separate IB accreditation (discussion in Malaysia and Viet Nam).

Principles of IB accreditation: Eleven basic principles to IB accreditation are outlined below:

1) Companies can apply voluntarily and IB accreditation shall be different from eventual IB registration for incentives.
2) The IB accreditation system assesses IB business lines (not the whole company) based on 40 more detailed criteria–see Annex 5 and Annex 6 of the guidelines document-and against sector benchmarks for small (offering the opportunity to integrate Social Enterprise (SE), and medium and larger companies).
3) The assessment is based on both past performance and the realistic application of a forward looking (3 years) business plan.
4) Furthermore, the IB accreditation is not given once for all, but needs to be confirmed every 3 years.

5) A composite rating tool[7] with a set of transparent criteria, sector benchmarks reflecting different company sizes and country realities, and a common weighting[8] and scoring[9] principle is used to assess all business lines on their IB potential.

6) A company needs to pass some minimum score to be qualified as IB.[10] Companies with environmental, social and governance (ESG) safeguard and responsible business standards below a certain threshold will be disqualified.

7) Companies with good IB strategic intent and ratings close to the minimum thresholds can be classified as potential IB, while others exceeding the minimum scores are classified as IB. Potential IB could have access to incentives (e.g. business coaching) but would qualify for financial incentives only, if the IB line's projected impact is achieved.

8) Small, medium and large companies are rated on the same criteria, but rating benchmarks consider the three company sizes.

9) The accreditation is based on a detailed assessment of the IB line through independent advisory firms. To enhance ownership among the business community, the final rating is jointly performed by representatives from government and business associations.

10) The results of IB accreditation are transparently publicized and IB awards being given to enhance branding of such companies.

11) IB rating is linked to receiving IB incentives. Recognition and awards are the minimum incentives a government can give. Other financial, technical, market, and input access incentives are further outlined below; AMS may decide which of these incentives they wish to open for IB.

Encouraging the transformation of potential IB: To this end, (a) applying a dynamic understanding and theory of change for reporting scale, depth and transformative character of the social impact, and (b) encouraging companies with potential IB models to make the transition towards IB are important. The accreditation system allows for identifying potential IB models, and such companies could receive specific support like business coaching. For the government and other actors in the ecosystem, transforming potential IB into fully matured IB models is the key for widespread adoption of IB

IB registration as an enhanced policy instrument: In case a government decides to also provide financial incentives, companies with an inclusive business model need to undergo a registration process. Such a registration process can be a stand-alone process, or one that is integrated in registration processes for other investment promotion incentives (as in the Philippines).

[7] The advantage of a composite rating tool against principles of assessment by exclusion, is that companies can be eligible for IB even if they are weak in some criteria. Another advantage is that all company sizes can be assessed under the same methodology, with different benchmarks used for small, medium or large companies.

[8] Commercial and social ratings have similar weights with social rating slightly higher, while BoP innovation has a much smaller weight. While criteria are uniform for all AMS, the weights can be adjusted to the specific country conditions.

[9] The assessment would rate each of the 39 criteria in high-medium-and low results which are transferred into numbers 1-6. These rates are then multiplied by the weights for each criterion to achieve a specific score.

[10] A company's business line would qualify as IB, if it achieves minimum overall and section scores. An indicative overall score for IB could be 3.2, a minimum financial score1.2 (sum of commercial score, business innovation and technology innovations), a minimum social score1.5 (sum of social impact and social innovation), an innovation score 0.4, and an IB strategic intent score could be a minimum of 3.

4. IB awareness raising

Need to raise awareness of IB: Apart from an increasing number of IB thought leaders and public and private sector pioneers, IB is still not well known in most AMS among policy makers, businesses, or the public. Therefore, it is important to generate awareness at different levels, mostly among business leaders (so that they see the potential of IB markets) and among government agencies (so that they understand the role IBs can play in achieving their mandates, and how they may promote IB). Knowledge sharing and advocacy is therefore a critical component of IB promotion.

Business associations are best suited to undertake this towards the private sector. However, some government agencies are also well-placed to prepare and disseminate knowledge on IB through numerous activities, such as preparation and dissemination of information material–among others – multimedia, printed information and promotion materials, films and radio features as well as newspaper articles. Organisation and participation in workshops and seminars, capacity building programs, and international events could also be considered. Having a country-wide IB website, to which key stakeholders contribute and is linked to global IB platforms[11] could be a simple and highly effective way of awareness raising. Finally, recognising the achievement and societal contribution of IB companies through national IB Awards may also increase the understanding and awareness among the public and private sectors on the IB model. Proposed nomination and selection criteria appear in the Annex 7 of the guidelines document.

5. IB coaching for companies

Rationale for IB coaching: Impact investors suggest that the lack of investment readiness is the main bottleneck for investing in companies with IB models. This readiness is related to both commercial viability as well as social impact. At the same time, there are companies without IB models or already with potential IB models which would like to transition into IB but have not yet fully develop such business lines. A program of IB coaching is a tool to support such companies making the transition to IB, while helping to improve investment readiness, commercial viability and enhance social impact. The government could set up a business coaching facility, which helps companies through focused and practical technical assistance improving the IB model.

Content of IB coaching: IB coaching would comprise an overall strategic business discussion resulting in a general orientation for an IB focused business plan of the company. The target audience would typically be high-level decision makers in a company. Other forms of business coaching can comprise matchmaking with impact investors. Yet another component of business coaching could be marketing to the BoP, managing environmental and social risks through supply chain due diligence[12], or business processes advice, for which sector experts would be needed. These different coaching activities would require between 1 to 30 person-days of intermittent input with longer time support commitment. To meet the diverse requirements of expertise, a network of IB trained national and international experts could be established.

Delivering IB coaching and its costs: As one-on-one coaching is expensive, innovative cost-reducing approaches are required to make the coaching feasible. IBs coaching can be given to the company on a grant basis with a mechanism for the company to cost-share a certain percentage in case of

---

[11] such as www.inclusivebusiness.net.

[12] Such training could be based on internationally recognized instruments such as the OECD Due Diligence Guidelines for Responsible Business Conductor relevant sectoral OECD due diligence instrument.

successful IB business. That would create a revolving fund for making the IB coaching facility more sustainable. Given that business associations are very close to company clients, IB coaching could best be coordinated by one business association working in cooperation with other stakeholders, notably impact investors and development partners.

6. IB investment incentives

Include IB as a separate category in the existing investment incentives: Many countries have specific investment incentives for industries of high national priority. Such incentives typically include favorable tax regimes, import and export incentives, technology and foreign workers incentives, profit transfer regulations, benefits through industrial zones etc. Such financial incentives may be an important consideration for mainstream companies to begin the development of IB models. Including IB as a category in existing incentive packages is therefore a possible policy option if cost benefit or social benefit analysis confirms it. Eligibility schemes could be aligned with IB accreditation principles and adjusted to the specific incentives scheme in terms of context specific considerations. The Philippines' Board of Investments included the IB model as one of the preferred activities in its Investments Priority Plan 2017-2019, in which IB projects may qualify for income tax holiday. From its piloted IB assessment criteria, three impact targets and three innovation features were included in the registration requirements.[13]

IB can be used to rationalize incentives: In most AMS incentives are being given for investing in sectors identified by the government as priority for growth. IB is undertaken in many of those sectors but goes beyond the sector focus by being a societal priority for growth and development, and for creating greater inclusion. Including IB as a cross-cutting topic can so help AMS investment boards to further rationalize existing incentives and prioritize those companies that bring high social impact. IB accreditation would be a precondition for accessing such incentives.

7. Reducing impact investment risks

The rationale for investment support. MSMEs face challenges of obtaining financing due to the preference of the banks not to take the risk and the administrative preference to deal with larger companies. Most SME financing programmes address this challenge and establish separate credit lines for the SMEs. Companies with IB models, however, have potential access to financing for example from impact investors, provided they can present a strong business and social impact plan, and the potential investors finds ways of reducing its perceived investment risks. While IB support will address investment readiness through IB coaching, readiness of investors can be encouraged by establishing a risk reduction financing facility.

Investment risks of IB: There are two reasons, why financial institutions perceive the investment risks in IB companies as high: First, it is assumed that working with the BoP (having less capital and hence less purchasing power and less repayment capacity) may incline higher risks for doing business with or through them. Another reason is that risk mitigation measures IB companies put in place are not fully understood due to the unfamiliarity of IB among mainstream financial institutions. Hence, not a separate credit line for IB financing is recommended, but a facility that can help in reducing the risks of impact investors in IB. Such risk reduction facility would be welcomed by impact investor,

[13] The targets encompass relevancy (% value of total cost of goods sold sourced from MSEs), reach (number of BoP engaged, of which at least 30% are women) and depth (% increase in average income). The innovation features comprise the provision of technical assistance, facilitation or provision of access to finance and provision of inputs and/or technology.

development banks and even some commercial banks. Such facility would also reduce the costs for the government to stimulate IB financing while at the same time actively encourage investments in IB.

Design as a pay-for-success blended finance facility: An innovative blended finance facility is different from a traditional guarantee instrument as it creates a modality where the public sector can co-invest equity or debt in a business of societal value without subsidizing that investment. The government – through the risk reduction facility -would co-invest with the investor. The financing will be used to reduce the investment risk and unleash financing from impact investors in accredited IB companies. In case the investment achieves the planned social outcomes but does not meet the agreed financial returns, the government investment will be converted into a grant. If the investment is commercially and socially successful, it will be paid back. Such risk reducing financing tools based on payment for outcome are used for example in Latin America by the Inter-American Development Bank in IB and are getting more common in Asia. Development partners and banks could be approached to initially finance the facility with long term (15-25 years) government repayment.[14]

8. Promoting IB in public procurement

Promoting procurement from companies with IB models and social enterprise (SE) initiatives: Public procurement is internationally an often-used, but controversial, policy instruments to benefit those delivering social or environmental benefits and passing minimum quality criteria. Typically, procurement rules emphasize cost effectiveness, quality and adequacy of delivery, as well as good governance and adhering to social and environmental safeguard standards by the firms. In result, many of those goods are imported instead of sourced locally. Alternatively, the government could also develop mechanisms giving preference to inclusive business and social enterprises, through targets or impact related selection criteria, while ensuring business integrity[15] in the procurement process. Since procurement is often undertaken in a decentralized way, it would require a committed central agency to establish a general rule of IB targeting and then agree it with line agencies. So far, no AMS has such specific rules for IB or SE targeting in public procurement.

Public procurement in COVID-19 recovery program: If implemented, IB targeting in public procurement could create a major demand for products produced by the BoP, and hence generate big impact on new income generation opportunities for the poor. Especially in post COVID-19 recovery times, such IB targeting could create quick effects for the poor most seriously affected by the pandemic.

9. Targeting IB in existing private sector and other development programs

SME development programs: Many AMS have active and well-funded MSME development programs and effective administration to implement. As ACCMSME is the focal point for IB in ASEAN, several countries decided to bring the IB agenda under this MSME administration (for example, Cambodia, Malaysia, Philippines, Viet Nam). They are conscious that promoting IB is an effective way to reach MSMEs indirectly. To fully capitalize on the potential of IB in terms of inclusive growth, IB promotion is a task that needs to go beyond SME promotion objectives and institutional structure. AMS where IB

---

[14] In preliminary discussions in Cambodia, Myanmar and Viet Nam for example, multilateral development banks like ADB and development partners like Agence Française de Développement (AfD), Department for International Development (DFID), Japan International Cooperation Agency (JICA), and Korea International Cooperation Agency (KOICA) showed initial interest in engaging in such risk reduction facility. However, this would require more active initial involvement by the AMS governments.

[15] The Business Integrity Hub at the OECD provides specific guidance on integrity in procurement (see https://www.oecd.org/corruption-integrity/Explore/Topics/business-integrity.htm).

promotion is under SME agencies could immediately start with IB promotion if they would target IB in their own financed existing SME support programs.[16]

Poverty reduction programs: A similar assessment can be done for poverty reduction programs. As part of the landscape study for Malaysia, it was found that a 5-10% of the existing funding for SME and B40 inclusion programs could meaningfully be targeted for IB companies. Setting specific quota for IB in existing SME programs might also be an option, because the same agency would then promote IB and SME development. In general, AMS can review, which SME development and poverty reduction programs may be best suited to promote IB and how IB could be best targeted in such programs.

10. Linking IB to the social enterprise and corporate social responsibility agenda

Linking the social enterprises (SE) and corporate social responsibility (CSR) agendas to IB provides opportunities to scale-up impact: Since early 2010s various AMS engaged in discussions on how to promote SE, CSR, and more responsible business action, notably the middle-and higher-income countries. These developments are reflected in several ASEAN documents such as the ASEAN SME Policy Index 2018[17] and the ASEAN Socio-Cultural, Economic, and Political-Security Community Blueprints 2025[18]. Some AMS have established specific SE regulations[19], such as Thailand and Malaysia. Several AMS have integrated CSR into their national policies, strategies or laws, as well as into economic instruments[20]. Developing a clear linkage between IB, SE and CSR policy instruments can guide companies towards higher economic growth and scaled up impact. For example, the IB accreditation system could be adjusted for use also for SEs. SE and CSR promotion agencies could be made aware of IB and synergies be explored. They could actively engage in providing information on IB and guidance on opportunities of transformation from non-profit SE into SE initiatives and from traditional CSR into IB activities and subsequently IB models.

11. Monitoring and reporting on IB results

What gets measured will be achieved: While IB is a rapidly emerging agenda all over Asia and globally, there is very little reporting on systemic results of IB beyond case studies of companies. On the other side, the success of IB solutions can be measured, since such results are related to business revenue, beneficiary reach, and structural changes such companies make to the quality of life of the poor and low-income people.

Regular reporting on national and ASEAN level: To further monitor the economic and social impact of IB and encourage transition to IB, regular reporting can be instrumental. This could be done by the IB unit based on inputs from various government agencies and business associations. It can also be linked to the reporting on the private sector's contribution to achieve the Sustainable Development Goals (SDGs). The landscape studies could be used as a benchmark against which developments can be compared. Regional exchange at ASEAN level on the results of such studies would further enhance learning from each other.

---

[16] For example, Malaysia has discussed such approach, and some initial suggestions were made in the landscape study which programs would best suit including IB and how much funding (or companies) could be targeted.

[17] ASEAN SME Policy Index 2018 includes a chapter on Social Enterprises and Inclusive Entrepreneurship, which tracks the progress made by all 10 AMS, OECD

[18] All ASEAN Socio-Cultural, Economic, and Political-Security Community Blueprints 2025 include references to CSR.

[19] More on regulation for SE in Compendium of good practices for SE, OECD

[20] For example, Thailand has developed a National Action Plan on Business and Human Rights; Myanmar 2016 Investment Law includes explicit objectives to responsible investment; the EU-Vietnam Free Trade Agreement includes a sustainability chapter.

12. Creating synergies to promote IB in the ASEAN region and beyond

ASEAN's role to promoting IB to date: Since 2017, ASEAN and the ASEAN-BAC have been active in promoting knowledge exchange and IB examples through supporting ASEAN IB summits (2017 and 2019), and IB awards (2017). ASEAN has also supported work on the IB policy agenda by endorsing the ASEAN IB Framework (2017), conducting a capacity building initiative (2018-2019) and preparing the Guidelines for the Promotion of IB in ASEAN (2020). Some AMS actively used their role as chair of ASEAN to promote IB. Some countries also introduced the IB topic to the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) body when they chaired APEC.[21] ASEAN is perhaps the most active regional body globally engaging in and promoting the IB agenda.

Connecting IB promotion to the ASEAN social development agenda: In ASEAN, IB is institutionally anchored under ACCMSME, the ASEAN Coordinating Committee for Micro, Small, and Medium Enterprise, as part of the ASEAN Economic Community (AEC). So far, there is no link to the work of the ASEAN Socio-Cultural Community (ASCC), which is committed to "... lift the quality of life of the ASEAN people, ... reduce vulnerability and improve the opportunities and welfare of the socially less favorable and excluded...".The ASCC Blueprint 2025 makes specific reference to the inclusive growth agenda under the AEC and the promotion of "... more equitable access to opportunities for all ASEAN people, including the vulnerable and marginalized groups...". In addition to increasing income for the poor where most of the IB examples are active, IB also focus on delivering affordable and accessible goods and services with high relevance for the poor and low-income people. This second dimension is very much linked to the work of ASCC. There are many good examples, where the private sector supplements or even provides services for the poor and vulnerable people in an efficient, innovative, cost effective, valuable and inclusive ways. Programs implemented by AMS members of the ASCC especially for poverty reduction can make use of such innovations of the private sector delivered by IB companies. Hence there exists an opportunity to work closer with the various chapters under ASCC such as for sector policies (health, education, and social welfare and development) and for cross sectoral themes (rural development and poverty reduction, women empowerment, and labor). ACCMSME could reach out to ASCC institutions to start such dialog.

Connecting IB promotion to the SDG agenda: IB is one of the contributions of the private sector to achieving the SDGs. Due to its core feature of engagement with the BoP, IB contribute in the first instance to SDG 1 – No poverty. In addition and depending on the sector and the business, one or several other SDGs are also supported.

A new phase of ASEAN IB involvement: Going forward, at regional level, the following potential activities have been identified through which ASEAN could further support the promotion of IB:

- identifying a dedicated IB focal point in ACCMSME;
- continuing to host IB summits and IB awards. The nomination and selection criteria of ASEAN IB Award, which may be used to recognize IBs at both the national and regional level, appear as Annex 7 of the guidelines document;
- bringing together national IB focal points beyond the IB summits to exchange more deeply on IB policy implementation;
- facilitating the exchange of knowledge and approaches on IB, including on IB accreditation and on monitoring IB impact;

[21] For example, a regional IB study on APEC was done in 2016 and discussed during the 2017 APEC meetings.

- continuing the collaboration with the private sector through ASEAN-BAC and its Joint Business Councils;
- committing to report on a biannual basis on advances made on the promotion of IB and the impact generated;
- establishing an ASEAN-wide IB website, linked to the national IB websites of AMS and global digital platforms;
- highlighting ASEAN achievements of IB promotion at regional and global level and actively participating in international discussions, representing Southeast Asia;
- engaging with development partners to secure technical and financial commitment for supporting AMS to implement IB policy development and promotion; and
- Furthermore, ASEAN and the AMS could share their good progress in IB promotion and achieving socio-economic results for the BoP through private sector solutions, with other regions through establishing South-South dialogues.[22]

[22] For example, back-to-back to the 2019 IB summit, such south-south dialogue was organized by iBAN together with Cambodia, Malaysia, Viet Nam and Nigeria. The government of Nigeria and its business associations very much welcomed that learning and are now in the process of doing a similar landscape studies with policy recommendations for IB promotion.

Overview of IB policy instrument and the potential roles of key stakeholders

companies with real and potential IB business lines (IB models, IB initiatives, and IB activities)

	The policy actions	the implementors					the supporters		
		companies	government	business associations	impact investors	business facilitators	development partners	academia, press	ASEAN
1	Formulate IB strategy and action plan		lead				finance landscape studies and strategy		
2	Institutionalizing IB support		IB unit	part of the IB focal points		involve IB steering committee			dedicated IB focal points for ACCMSME, ASEAN-BAC, ASCC
3	IB accreditation		lead do the accreditation jointly	co-lead					
4	IB awareness raising		finance and lead website	lead and co-finance, IB awards	participate	participate	support and co-finance	lead IB entrepreneurship programs and information	
5	IB business coaching		finance	coordinate	emphasize IB impact	implement	co-finance		
6	IB investment incentives		arrange, finance and implement	isseminate informatic					
7	Reducing impact investment risks		arrange and finance risk financing faciliy		implement in conjunction with own		co-finance		
8	Priotitize IB in public procurement		arrange with sector ministries						
9	Target IB in sector programs		arrange and implement with sector						
10	Link to the SE and CSR agenda		adjust legal and insti-tutional framework	include IB information when doing CSR awards		emphasize more the IB business lines	create consistency in IB and CSR/SE discussions		
11	Monitor and report on impact		coordinate joint reporting	provide inputs	provide inputs	provide inputs	co-finance	provide inputs	consolidate for regional reporting
12	Create synergies at regional level			regional IB awards			encourage and co-finance		lead

គោលការណ៍ណែនាំស្ដីពីការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក្នុងអាស៊ាន

ខ្លឹមសារសង្ខេបសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា

ក. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB) និងកាលានុវត្តភាពដើម្បីសហការ ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា

1. ក្នុងឆ្នាំ2019 និងឆ្នាំ2020 រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា - តាមរយៈក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ (MISTI) បានចាប់ផ្ដើមដំណើរការ**រៀបចំស្ថានភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងប្រទេសកម្ពុជា**។ ការរៀបចំស្ថានភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរួមបញ្ចូលការវិភាគលើអាជីវកម្មចំនួន 119 ករណី ដែលក្នុងនោះអាជីវកម្មចំនួន19 បានកំណត់ថាជាអាជីវកម្មដែលបានអនុវត្ត និងមានសក្ដានុពលជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលផ្ដល់ផលប្រយោជន៍ដល់ប្រជាជន0.8លាននាក់នៅឆ្នាំ2018 និងបង្កើតប្រាក់ចំណូល74លានដុល្លារអាមេរិក ។ ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទាំង19នេះ ទទួលបានជោគជ័យ និងបានកំពុងបង្កើនឡើងនូវគំរូអាជីវកម្មក្នុងវិស័យកសិឧស្សាហកម្ម បច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ ថាមពល ទឹក លំនៅដ្ឋាន និងផានារ៉ាប់រង។ យោងតាមផែនការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងនេះ ចំណូលអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន នឹងកើនឡើងដល់152លានដុល្លារអាមេរិកនៅឆ្នាំ2023 និងឈានដល់ប្រមាណ 1.7 លាននាក់ នៅក្រុមមនុស្សដែលមានចំណូលទាប ។

2. បន្ទាប់ពីការសិក្សាអំពីស្ថានភាពបរិយាប័ន្ន រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រថ្នាក់ជាតិស្ដីពីបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្ពុជា” (ហៅកាត់ថា យុទ្ធសាស្ត្រ IBeeC) ។ ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ (MISTI) បានបង្កើតក្របខ័ណ្ឌស្ថាប័នសម្រាប់គាំទ្រដល់ការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ IBeeC ដែលរួមមានលេខាធិការដ្ឋានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅក្នុង MISTI ដឹកនាំនិងណែនាំដោយរដ្ឋលេខាធិការ មន្ត្រីបង្គោលទទួលបន្ទុកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៃក្រសួង-ស្ថាប័នរដ្ឋចំនួន ៦ និងសមាគមអាជីវកម្មចំនួន 4 បណ្ដាញក្រុម ភាគីពាក់ព័ន្ធអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងក្រុមប្រឹក្សាភិបាលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលបានទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការ ។ IBeeCគឺមានការផ្សារភ្ជាប់យ៉ាងជិតស្និត ជាមួយនឹងគោលការណ៍ណែនាំស្ដីពីការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន និងរួមមាន៖

1) ភ្ជាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទៅនឹងគោលនយោបាយលើកកម្ពស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ក៏ដូចជាការបង្កើតស្ថាប័នសម្រាប់អនុវត្តIBeeC។
2) ការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (អនុវត្តជាចម្បងដោយសមាគមអាជីវកម្ម) និងការងារចំណេះដឹងបន្ថែម។
3) ការទទួលស្គាល់របស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងពានរង្វាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន
4) ផ្ដល់ការបណ្ដុះបណ្ដាលអាជីវកម្មដល់ក្រុមហ៊ុនសក្ដានុពលដែលចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការផ្លាស់ប្ដូរឆ្ពោះទៅរកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
5) ផ្ដល់អាទិភាព ដល់បណ្ដាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងសហគ្រាសសង្គមក្នុងផ្នែកលទ្ធកម្មសាធារណៈ
6) ស្វែងរកលទ្ធភាពក្នុងការផ្ដល់ការលើកទឹកចិត្តលើផ្នែកពន្ធដារនិងការលើកទឹកចិត្តផ្សេងៗទៀតដល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន តាមរយៈច្បាប់វិនិយោគថ្មី
7) ការរៀបចំបង្កើតនូវការសម្របសម្រួលកាត់បន្ថយហានិភ័យលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB risk reduction facility) សម្រាប់វិនិយោគិនសង្គម
8) ធ្វើការតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងរាយការណ៍អំពីផលប៉ះពាល់ ក៏ដូចជាការផ្លាស់ប្ដូរកម្រិតតំបន់ស្ដីពីលទ្ធផលជាមួយអាស៊ាន។

3. នៅឆ្នាំ2021 ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ បានចាប់ផ្ដើមអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រIBeeC ហើយកំពុងស្ថិតក្នុងដំណើរការនៃការសង្ខេបការប្ដេជ្ញាចិត្តពីភាគីពាក់ព័ន្ធលើ

ផែនការសកម្មភាព IBeeC។ នេះរួមបញ្ចូលទាំងការកៀរគរហិរញ្ញប្បទានដែលអាចធ្វើទៅបានសម្រាប់ជំនួយបច្ចេកទេសចំនួន 2.3 លានដុល្លារអាមេរិក និងការសម្របសម្រួលលើការវិនិយោគ (investment facility) ប្រមាណ 22 លានដុល្លារអាមេរិក ពីដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ មូលនិធិសប្បុរសធម៌ និងវិនិយោគិន។

ទំនាក់ទំនង

លេខាធិការដ្ឋានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៃក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ (MISTI) លោក ឆន វ៉ាន់ធូ, លោក ផេង គីមហេង/ លោក រឿង សារ៉ាត់ តាមរយៈអ៊ីម៉ែល chorn_vanthou@yahoo.com

ព័ត៌មានបន្ថែមស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នកម្ពុជា អាចរកបាននៅទីនេះ៖

https://misti.gov.kh/page/index?param=home.html

ឯកសារសំខាន់ៗ

UNESCAP (2021) ការសិក្សាស្តីពីស្ថានភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នកម្ពុជា https://www.inclusivebusiness.net/node/5335

ខ. ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន

4. **និយមន័យ និងទិដ្ឋភាពទូទៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន៖** អាស៊ានបានកំណត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ជាអាជីវកម្មដែលផ្គត់ផ្គង់ ទំនិញ សេវាកម្ម និង មធ្យោបាយចិញ្ចឹមជីវិត (livelihood) ផ្តោតលើមូលដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មអាចបង្កើតប្រាក់ចំណេញបាន (commercially viable)ដល់ប្រជាជនស្ថិតនៅបាតនៃពីរ៉ាមីត (BOP) ដោយរួមបញ្ចូលពួកគេក្នុងខ្សែច្រវាក់អាជីវកម្មស្នូលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងមុខងារជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ អ្នកចែកចាយ អ្នកលក់រាយ ឬជាអតិថិជន[1]។ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ត្រូវបានអនុវត្តតាមវិធីសាស្ត្រចំនួន 3 គឺ គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន សកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងគំនិតផ្តួចផ្តើមអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។[2]

5. នៅឆ្នាំ2017 មេដឹកនាំអាស៊ានបានអំពាវនាវឱ្យមានការសង្កត់ធ្ងន់លើការបង្កើតបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងអនុម័ត **ក្របខ័ណ្ឌអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាស៊ាន**។ នៅឆ្នាំ 2018 គណៈកម្មាធិការសម្របសម្រួលអាស៊ានសម្រាប់សហគ្រាសធុនមីក្រូ តូច និងមធ្យម (ACCMSME) ទទួលការដឹកនាំការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងតំបន់។ ចាប់តាំងពីពេលនោះមក អាស៊ាន និងរដ្ឋជាសមាជិកសម្រេចបាន វឌ្ឍនភាពគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់តំបន់ តាមរយៈកម្មវិធីពង្រឹងសមត្ថភាព ការបោះពុម្ពផ្សាយរបាយការណ៍ និងគោលការណ៍ណែនាំ និងការអភិវឌ្ឍការសិក្សាស្តីពីស្ថានភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្រិតថ្នាក់ជាតិ។ ឯកសារគោលការណ៍ណែនាំកម្រិតតំបន់**ស្តីពីការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន** ត្រូវបានអនុម័តដោយរដ្ឋមន្ត្រីសេដ្ឋកិច្ចអាស៊ាន នៅក្នុងកិច្ចប្រជុំលើកទី 52 នៅខែសីហា ឆ្នាំ2020 ដោយផ្តល់នូវឯកសារយោងដែលមិនមែនជាកាតព្វកិច្ចរួម (common non-binding reference document) សម្រាប់អ្នកធ្វើ

---

[1] យោងតាមនិយមន័យដែលត្រូវបានអនុម័តនៅក្នុងក្របខ័ណ្ឌអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន សំដៅលើនិយមន័យអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលបង្កើតឡើងដោយក្រុមបណ្តាប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍ G20។ https://asean.org/wp-content/uploads/2012/05/ASEAN-InclusiveBusiness-Framework.pdf

[2] គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរួមបញ្ចូលប្រជាពលក្រីក្រទៅក្នុងអាជីវកម្មស្នូលរបស់ពួកគេ ដោយរំពឹងថានឹងទទួលបានមកវិញនូវទីផ្សារ និងពឹងផ្អែកជាចម្បងលើមូលនិធិពាណិជ្ជកម្ម។ ចំណែកឯសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរួមបញ្ចូលប្រជាពលរដ្ឋក្រីក្រទៅក្នុងខ្សែច្រវាក់ផលិតកម្មរបស់ពួកគេ ប៉ុន្តែមានតែការបន្ថែមប៉ុណ្ណោះដូចជាអាជីវកម្មអាចរស់រានបានទោះបីគ្មានសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក៏ដោយ។ សកម្មភាពទំនួលខុសត្រូវសង្គមរបស់សាជីវកម្ម (CSR) ជាញឹកញាប់ស្ថិតនៅក្រោមប្រភេទនេះ។ ចុងបញ្ចប់ គំនិតផ្តួចផ្តើមអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់សហគ្រាសសង្គម មានគោលបំណងជះឥទ្ធិពលសង្គមយ៉ាងជាក់លាក់ ប៉ុន្តែមិនចាំបាច់ត្រូវបានរៀបចំឡើងដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណេញអតិបរមាសម្រាប់វិនិយោគិនទេ។

គោលនយោបាយអាស៊ានដើម្បីជំរុញរបៀបវារៈអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងតំបន់។ គោលការណ៍ណែនាំនេះ ផ្តល់នូវសេចក្តីគ្រោងអំពីវិធីសាស្រ្តដែលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចត្រូវបានគាំទ្រនៅថ្នាក់ជាតិ និងភាពចាំបាច់នៃការរៀបចំស្ថាប័ន ក៏ដូចជាផ្តល់នូវអនុសាសន៍ស្តីពីវិធីសាស្ត្រក្នុងការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅថ្នាក់តំបន់។

6. របៀបវារៈអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB) គឺ **ការ "ឈ្នះ ឈ្នះ ឈ្នះ" ចំពោះ ភាគី** ដូចជារាជរដ្ឋាភិបាល ធុរកិច្ច និងប្រជាពលរដ្ឋនៅមូលដ្ឋាននៃពីរ៉ាមីតសេដ្ឋកិច្ច ការដាក់បញ្ចូលគ្នានូវសេដ្ឋកិច្ច (blending economic) គោលបំណង និងផលប្រយោជន៍ផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម និង សង្គម។ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាប្រធានបទអន្តរវិស័យ - ការជំរុញ និងការធ្វើសមាហរណកម្មរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទៅក្នុងគោលនយោបាយជាតិ និងថ្នាក់តំបន់ គឺតម្រូវឱ្យមានការសហការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់មកពីវិស័យសាធារណៈ និងឯកជន។ ដូច្នេះ វាត្រូវមានការសម្រេចច្បាស់លាស់ដែលភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់មានការយល់ដឹងដូចគ្នាលើគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន វិធីសាស្ត្រសក្តានុពលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងការអនុវត្ត និងអត្ថប្រយោជន៍ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលបំណងរួមមួយក្នុងការជំរុញ និងការធ្វើសមារហណកម្មអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងគោលនយោបាយជាតិ និងតំបន់។

7. **អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ជាផ្នែកមួយនៃការស្តារឡើងវិញក្រោយជំងឺកូវីដ-19** ៖ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចគាំទ្រដល់កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងដើម្បីងើបឡើងវិញពីវិបត្តិជំងឺកូវីដ-19 និងដើម្បីស្តារឡើងវិញឱ្យកាន់តែប្រសើរ។ ក្រុមហ៊ុនដែលមានគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺមានភាពច្នៃប្រឌិត ហើយផលវិជ្ជមានដល់សង្គមផ្តល់នៅក្នុងស្រុក។ ក្រុមហ៊ុនជាច្រើនបានបង្កើតប្រព័ន្ធចែកចាយដល់ទីតាំងចុងក្រោយ (last-mile distribution) និងប្រព័ន្ធក្នុងការពង្រីកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងយល់ដឹងពីទីផ្សាររបស់ប្រជាជនក្រីក្រ និងមានចំណូលទាប។ រាជរដ្ឋាភិបាលដែលផ្តល់ការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដល់វិស័យឯកជនក្នុងពេលមានវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច គឺកាន់តែមានការចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំងក្នុងការភ្ជាប់ការគាំទ្រទាំងនោះដើម្បីបង្កើតផលវិជ្ជមានសម្រាប់សេដ្ឋកិច្ច និងកសាងអនាគតល្អប្រសើរ តាមរយៈការជំរុញការផ្លាស់ប្តូរឆ្ពោះទៅរកការអនុវត្តអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ជាទូទៅការផ្តល់ព័ត៌មានលម្អិតអំពីស្ថានភាពនៃវិស័យអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចផ្តល់ករណីច្បាស់លាស់សម្រាប់វិនិយោគិនឱ្យចូលរួមក្នុងការវិនិយោគឡើងវិញ។ រាជរដ្ឋាភិបាលក៏អាចទាក់ទងវិនិយោគិន ដើម្បីពិភាក្សាពីយុទ្ធសាស្រ្តសក្តានុពលក្នុងការកាត់បន្ថយហានិភ័យដែលអាចជំរុញការវិនិយោគក្រោយការរាតត្បាតដែលធ្វើឱ្យការប្រើប្រាស់ចំណាយក្នុងវិស័យសាធារណៈកើនឡើង។

គ. ឧបករណ៍គោលនយោបាយចំនួន 12 ដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន

8. គោលការណ៍ណែនាំ**សម្រាប់ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន** បានដាក់ចេញឧបករណ៍គោលនយោបាយចំនួន 11 ដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅថ្នាក់ជាតិ[3] និងគោលការណ៍គោលនយោបាយចំនួន 1 ស្តីពី " ការបង្កើតការរួមបញ្ចូលគ្នា ដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន និងលើសពីនេះ"ដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅកម្រិតតំបន់។ ការពិពណ៌នាឧបករណ៍គោលនយោបាយនីមួយៗមាននៅក្នុង **ឧបសម្ព័ន្ធ1**។

[3] (i) យុទ្ធសាស្រ្ត និងផែនការសកម្មភាពស្តីបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាបន្ននៅកម្ពុជា (ii) ការគាំទ្រ ស្ថាប័នជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (iii) ការទទួលស្គាល់ និងចុះឈ្មោះអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (iv) ការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (v) ការផ្តល់បណ្តុះបណ្តាលដល់បណ្តាក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (vi) ការផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តដល់ការវិនិយោគអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (viii) ការកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការវិនិយោគសង្គម (viii) ការលើកកម្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងលទ្ធកម្មសាធារណៈ (ix) ការកំណត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងវិស័យឯកជនដែលមានស្រាប់ និងកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍ផ្សេងទៀត (x) ភ្ជាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទៅនឹងសហគ្រាសសង្គម និងរបៀបវារៈទំនួលខុសត្រូវសង្គមរបស់សាជីវកម្ម (xi) តាមដាននិងរាយការណ៍អំពីលទ្ធផលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

## ឃ.	ការរៀបចំ និងការអនុវត្តឧបករណ៍គោលនយោបាយសម្រាប់ជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

9.	**ដំណើរការនៃការបង្កើតយុទ្ធសាស្រ្តស្តីពីការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖** ការរៀបចំឧបករណ៍គោលនយោបាយនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលបានលេចចេញជារូបរាងក្នុងអាស៊ាន អនុវត្តតាម 3 ដំណាក់កាល រួមមាន៖ (i) ការកំណត់វិសាលភាព (scoping) ស្ថានភាព (landscaping) និងការអភិវឌ្ឍអនុសាសន៍យុទ្ធសាស្រ្តក្នុងការចូលរួមរបស់វិស័យសាធារណៈ និងឯកជន (ii) ការពិគ្រោះយោបល់ ការបង្កើនការយល់ដឹង និងការជំរុញតាមរយៈកិច្ចសន្ទនារវាងវិស័យសាធារណៈ និងឯកជន និង (iii) ការតម្រង់ទិស ជំនួយបច្ចេកទេស និងការអនុវត្តយុទ្ធសាស្រ្ត។ គោលបំណងនៃវិធីសាស្រ្តពហុភាគីដែលមានការចូលរួម និងប្រកបដោយកិច្ចសហការ គឺដើម្បីកសាងករណី ជឿជាក់សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងបង្កើតភាពជាម្ចាស់ និងការប្តេជ្ញាចិត្តដែលគាំទ្រការផ្លាស់ប្តូរអនុសាសន៍យុទ្ធសាស្រ្តទៅក្នុងឧបករណ៍គោលនយោបាយដែលបានអនុម័តដោយរាជរដ្ឋាភិបាល និងវិស័យឯកជនស្របតាមដំណើរការជាក់លាក់របស់ប្រទេស។

10.	**ការយល់ដឹងបឋមក្នុងការអនុវត្តឧបករណ៍គោលនយោបាយជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖** អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាសកម្មភាពក្នុងវិស័យឯកជន ដូច្នេះអ្នកតាក់តែងគោលនយោបាយ ត្រូវ បញ្ចូលតំណាងវិស័យឯកជនក្នុងការអភិវឌ្ឍ និងអនុវត្តយុទ្ធសាស្រ្តជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ទោះបីជាមានបទពិសោធតិចតួចក្នុងការអនុវត្តគោលការណ៍អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក៏ដោយ ក៏យន្តការសម្របសម្រួលសម្រាប់មន្រ្តីបង្គោលនៃវិស័យសាធារណៈ និងឯកជនក្នុងទម្រង់មួយ ឧទាហរណ៍ ក្រុមការងារតម្រង់ទិស ត្រូវបានផ្តួចផ្តើមឡើង។ កម្រិតនៃដំណើរការស្ថាប័ន (level of institutionalization) ចាប់ពីការបង្កើតកម្មវិធីរដ្ឋាភិបាលដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដល់ការអនុម័តច្បាប់ជាក់លាក់ក្នុងការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នឹងជាការចង្អុលបង្ហាញពីនិរន្តរភាព និងផលប៉ះពាល់នៃយុទ្ធសាស្រ្តអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននាពេលអនាគត។ ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទាមទារថវិការបស់រដ្ឋាភិបាលដើម្បីគាំទ្រដល់លេខាធិការដ្ឋានអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB secretariat) និងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការសម្របសម្រួល។ ថវិការបស់រដ្ឋាភិបាលអាចកៀរគរមូលនិធិវិស័យឯកជនពីបណ្តាក្រុមហ៊ុន និងវិនិយោគិន។ លើសពីនេះ ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ប្រហែលជាចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានគាំទ្រដល់សមាសភាពមួយចំនួននៃយុទ្ធសាស្រ្តស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ សកម្មភាពជំរុញមួយចំនួនអាចជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីដែលមានស្រាប់។

ឯកសារសំខាន់ៗ

- ក្របខ័ណ្ឌអាស៊ានស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (ខែសីហា ឆ្នាំ2017) https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/ASEAN-Inclusive-Business-Framework.pdf
- គោលការណ៍ណែនាំស្តីពីការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន (ខែកញ្ញា ឆ្នាំ2020) https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/6.-ASEAN-IB-Promotion-Guidelines-Endorsed-at-the-52nd-AEM.pdf
- ការបង្កបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក្នុងសមាគមប្រជាជាតិអាស៊ីអាគ្នេយ៍ (អាស៊ាន) (ខែកញ្ញា ឆ្នាំ 2019) https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/Advancing-Enabling-Policy-Environments-for-Inclusive-Businesses-in-ASEAN-1.pdf

ឧបសម្ព័ន្ធ 1 ៖ ឧបករណ៍គោលនយោបាយ (policy instruments) ដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន

គោលការណ៍ណែនាំស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន បានដាក់ចេញឧបករណ៍គោលនយោបាយចំនួន11 សម្រាប់សមាជិកអាស៊ាន និងឧបករណ៍គោលនយោបាយមួយសម្រាប់អាស៊ាន (បង្កើតការរួមបញ្ចូលគ្នាដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាននិងលើសពីនេះ) ដើម្បីលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការអនុម័តយ៉ាងទូលំទូលាយនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងតំបន់អាស៊ានជាមួយនឹងព័ត៌មានលម្អិតដូចខាងក្រោម។

1. យុទ្ធសាស្ត្រ និងផែនការសកម្មភាពស្តីពីបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាបជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

យុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ បង្កបរិយាកាសអំណោយសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IBee[4])។ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែល ជាប្រធានបទថ្មី និងប្រធានបទអន្តរវិស័យគឺត្រូវបានទទួលស្គាល់លើភាពខុសគ្នា ពីគោលនយោបាយតាមវិស័យ ឬ គោលនយោបាយសម្រាប់សហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និង មធ្យម (MSME)។ ដូចនេះ ក្របខណ្ឌយុទ្ធសាស្ត្រជាក់លាក់មួយដែលត្រូវត្រូវការជាចាំបាច់ដែលផ្តល់ហេតុផល ពីជម្រើសគោលនយោបាយ ទាញយកការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងរួមបញ្ចូល ផែនការសកម្មភាពជាមួយថវិកា និងរចនាសម្ព័ន្ធស្ថាប័នសម្រាប់ការអនុវត្តការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ខណៈពេលដែលគ្មានរដ្ឋជាសមាជិកអាស៊ាន (AMS)ណាមួយ អនុម័តលើយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរហូតមកដល់ពេលបច្ចុប្បន្ន, មានប្រទេសចំនួន 6 បានរៀបចំសំណើសុំសម្រាប់យុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នពេញលេញ (កម្ពុជា ម៉ាឡេស៊ី មីយ៉ាន់ម៉ា ហ្វីលីពីន វៀតណាម) សំណើសុំសម្រាប់អនុសាសន៍លើវិស័យជាក់លាក់សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (ឥណ្ឌូនេស៊ី) ឬ សំណើសុំសម្រាប់ច្បាប់ស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងផែនទីបង្ហាញផ្លូវ (ហ្វីលីពីន)។ យុទ្ធសាស្ត្រIBee ពណ៌នាអំពីទិសដៅ និងកម្មវិធីដែលត្រូវបានអនុវត្តដោយរដ្ឋាភិបាលក្នុងភាពជាដៃគូជាមួយអង្គភាពដទៃទៀត ដើម្បីបង្កើតបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ក្នុងប្រទេសមួយចំនួន យុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក៏ត្រូវបានដាក់បញ្ចូលក្នុងផែនការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច-សង្គមសម្រាប់រយៈពេលមធ្យម ឬយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ឧស្សាហកម្ម ឬយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។[5]

យុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នមានសង្គតិភាពជាមួយនឹងយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសមីក្រូធុនតូច និងមធ្យម។ សន្ទស្សន៍គោលនយោបាយសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមអាស៊ានឆ្នាំ2018 បានកំណត់ថាចង្កោមឧស្សាហកម្មបង្កើតបរិយាកាសអំណោយផលដល់កំណើនផលិតភាពដែលជាកត្តានៃកំណើនហើយបង្កើតជារចនាសម្ព័ន្ធមួយជួយសហគ្រាសដែលប្រឈមនឹងឧបសគ្គក្នុងការប្រកួតប្រជែងអន្តរជាតិ។ បើគ្មានសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមជាអ្នកម៉ៅការបន្ត (subcontractors) និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលដល់សាជីវកម្មពហុជាតិ (MNCs) និងសហគ្រាសធំៗក្នុងស្រុក កំណើនឧស្សាហកម្មប្រហែលជាមិនអាចទ្រទ្រង់ការបង្កើនតម្លៃក្នុងស្រុក ការងារ ផលិតភាព និងទំនាក់ទំនងឧស្សាហកម្មបានឡើយ។

ចំណុចនៃការបង្រួបបង្រួមរវាងគោលបំណងនៃការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងសូចនាករភាពជោគជ័យរបស់ភ្នាក់ងារទទួលខុសត្រូវ គឺជាការផ្សារភ្ជាប់គ្នា។ ខណៈពេលសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ស្វែងរកការចូលទៅកាន់ទីផ្សារ តាមរយៈក្រុមហ៊ុនធំៗ (វិធីសាស្ត្រពីតូចទៅធំ) ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសម្លឹងរកការទាក់ទងជាមួយសហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និង

---

[4] នៅប្រទេសកម្ពុជា យុទ្ធសាស្ត្រដែលបានស្នើមានឈ្មោះថា យុទ្ធសាស្ត្រ IBeeC (យុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាបន្ននៅកម្ពុជា)។ ការដាក់ឈ្មោះប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតនេះសំដៅទៅលើសត្វឃ្មុំដ៏សកម្មមួយដែលកំពុងធ្វើដំណើរជុំវិញ (បង្កបរិយាកាសអំណោយផល) ក្រេបលំអង (ធាតុចូល) ពីផ្កាផ្សេងៗ (ភាគីពាក់ព័ន្ធ) ហើយបង្កើតទៅជាទឹកឃ្មុំ (កម្មវិធីគាំទ្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន)។

[5] ឧទាហរណ៍ នៅប្រទេសម៉ាឡេស៊ី អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រមួយនៅក្នុងគោលនយោបាយជាតិស្តីពីសហគ្រិនភាពឆ្នាំ2030 (NEP2030) និងត្រូវបានគេពិចារណាដាក់ក្នុងជាយុទ្ធសាស្ត្រមួយនៃផែនការម៉ាឡេស៊ីលើកទី 12 នៅប្រទេសកម្ពុជាក្នុងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាតិឆ្នាំ2019-2023 និងនៅប្រទេសហ្វីលីពីនក្នុងផែនការជាតិស្តីពីការអភិវឌ្ឍសង្គម-សេដ្ឋកិច្ច។ នៅក្នុងប្រទេសទាំងបី អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក៏ជាប្រធានបទមួយក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមផងដែរ។

មធ្យម ក្នុងខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មរបស់ពួកគេ (វិធីសាស្ត្រពីធំមកតូច)។ ដើម្បីជំរុញភាពស៊ីគ្នានៃយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និង សហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម គឺមានដំណាក់កាលដូចខាងក្រោម ដែលអាចត្រូវបានអនុវត្តដោយភ្នាក់ងារបង្គោលសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងភ្នាក់ងារបង្គោលសម្រាប់ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម[6]៖

a. ការពិនិត្យឡើងវិញនៃស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ននៃការអភិវឌ្ឍផែនការនិងកម្មវិធីសហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចបង្ហាញពីឱកាសជាក់ស្តែងនៃភាពស៊ីគ្នា ដូចជា កម្មវិធីគាំទ្រការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទាន និងសេវាកម្មសម្រាប់សហគ្រាសខ្នាតតូច និងមធ្យម។

b. ការត្រួតពិនិត្យបែបនេះអាចកំណត់អត្តសញ្ញាណភ្នាក់ងារជាតិ - ថ្នាក់ខេត្ត និងមូលដ្ឋាន និងគោលបំណងរបស់ពួកគេដែលបានរួមចំណែកក្នុងការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម ដែលអាចរួមបញ្ចូល និងអនុវត្តសមាសភាពនៃ យុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដោយផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម។

c. គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម បានលេចចេញ ដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នបន្ថែម តាមរយៈការរួមបញ្ចូលគ្នាជាមួយកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម៖

   i. i. លើកទឹកចិត្តដល់អាជីវកម្មក្នុងខេត្ត និងក្នុងស្រុកឱ្យ បង្កើតគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលមានទំនាក់ទំនងជាមួយសហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម។

   ii. សម្របសម្រួលផ្តល់ការគាំទ្រ ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍សមត្ថភាពហិរញ្ញវត្ថុនិងបច្ចេកទេសរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងសហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម ឧទាហរណ៍ដោយសហការលើកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សមត្ថភាពសម្រាប់សហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម។

   iii. បង្កើតភាពជាដៃគូសហគមន៍ ដែលអាចអនុញ្ញាតឱ្យមានការលេចចេញ និងរីកចម្រើននៃគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ហើយដែលផ្តល់លទ្ធភាពទទួលបានទីផ្សារសម្រាប់សហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម។

   iv. សម្របសម្រួលការតំឡើងប្រព័ន្ធ/ឃ្លាំងទិន្នន័យមេ និងដែលអាចចូលប្រើប្រាស់តាមប្រព័ន្ធអនឡាញសម្រាប់ការចែករំលែកព័ត៌មាន និងចំណេះ ក៏ដូចជាការផ្គូរផ្គង អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងដៃគូរខ្សែសង្វាកផលិតកម្មដែលជាសហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម។

   v. បង្កើតម៉ាទ្រីស ឬស្តង់ដារ និងប្រព័ន្ធវាស់ស្ទង់ តាមដាន និងវាយតម្លៃសមិទ្ធកម្ម និងឥទ្ធិពលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងសហគ្រាសមីក្រូធុនតូច និងមធ្យម។

ការអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នត្រូវការអ្នកឆ្នើមដែលមានការប្តេជ្ញាចិត្ត (committed champion) ៖ ដោយសារតែចរិតលក្ខណ:ពហុវិស័យនៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ការអនុម័តយុទ្ធសាស្ត្របែបនេះនឹងត្រូវការការគាំទ្រ និងការចូលរួមពីភ្នាក់ងារពាក់ព័ន្ធច្រើន នៅកម្រិតខ្ពស់ ទាំងនៅក្នុងគណ:រដ្ឋមន្ត្រីរបស់រដ្ឋាភិបាល និងក្នុងសមាគមអាជីវកម្ម។ ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យ ប្រការសំខាន់គឺស្វែងរកអង្គភាពឆ្នើមដែលខ្លាំងនិងសកម្មនៅក្នុងរដ្ឋាភិបាល។ នៅកម្រិតរដ្ឋាភិបាល ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចមានសមាសភាពចូលរួមពីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ឧស្សាហកម្ម និងពាណិជ្ជកម្ម ក្រុមប្រឹក្សាវិនិយោគ និងក្រសួងតាមវិស័យសំខាន់ដែលទទួលបន្ទុកផ្នែកកសិ-ពាណិជ្ជកម្ម (ដោយសារ គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នភាគច្រើនដោះស្រាយបញ្ហាលើភាពក្រីក្រ និងគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នភាគច្រើនទាក់ទងនឹងកសិ-ពាណិជ្ជកម្ម និងសិប្បកម្ម)។

យុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន មានគោលបំណងលើកទឹកចិត្តការផ្លាស់ប្តូរគំរូអាជីវកម្មទូទៅ (mainstream business) ទៅជាគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យ អនុសាសន៍លើការលើកទឹកចិត្ត ផ្តោតជាចម្បងលើការបង្កើតការយល់ដឹងច្បាស់លាស់អំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (ការ

---

[6] នាយកដ្ឋានពាណិជ្ជកម្ម និងឧស្សាហកម្មហ្វីលីពីន រួមជាមួយក្រុមប្រឹក្សាវិនិយោគបានបង្កើតផែនទីបង្ហាញផ្លូវសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅឆ្នាំ 2019/2020 ជាមួយតំណាងមកពីវិស័យឯកជន សាធារណ: និងសង្គមស៊ីវិលដែលបង្ហាញពីសង្គតិភាពយុទ្ធសាស្ត្រនៃការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងសហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម។

ផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន ពានរង្វាន់ ការទទួលស្គាល់ ការត្រួតពិនិត្យឥទ្ធិពលជាលក្ខណ:ប្រព័ន្ធ។ ល។) ការបង្កើនការត្រៀមខ្លួនក្នុងអាជីវកម្ម (business readiness) និងកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការវិនិយោគអាជីវកម្ម។ បន្ថែមលើនេះ ពួកគេអាចអំពាវនាវឱ្យមានការលើកទឹកចិត្តដ៏វ័ឆ្លាតវៃ និងចំគោលដៅ និងការបញ្ជ្រាបការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន តាមរយ:កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដែលមានស្រាប់ កម្មវិធីកម្រិតវិស័យ និងកម្មវិធីកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ យុទ្ធសាស្ត្រនេះក៏សង្កត់ធ្ងន់ទៅលើភាពជាដៃគូរវាងតួអង្គអនុវត្តពហុភាគី ពិសេសនៅក្នុងរដ្ឋាភិបាល (ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ក៏ដូចជាក្រសួងឧស្សាហកម្ម និងពាណិជ្ជកម្ម និងអង្គភាពជំរុញការវិនិយោគ) សមាគមអាជីវកម្ម និងវិនិយោគិនសង្គម (impact investors)។

ផែនការសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសម្រាប់រយ:ពេលវែងមួយ ត្រូវបានបង្កើតឡើងពីយុទ្ធសាស្ត្រ IBeeC៖ ផែនការនេះពណ៌នាអំពីសកម្មភាព និងធាតុចូលសម្រាប់អនុវត្តគោលបំណង និងលទ្ធផលគោលដៅនៃយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ផែនការសកម្មភាព រួមមាន ថវិកា និងពន្យល់ពីតួនាទីរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ។ វាត្រូវបានផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងការត្រួតពិនិត្យការអនុវត្តអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងតាមដានលើការប្តេជ្ញាចិត្តក្រសួង-ស្ថាប័នរដ្ឋ សមាគមអាជីវកម្ម វិនិយោគិនសង្គម អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្ម ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និងភាគីដទៃទៀត។

2. ការរៀបចំស្ថាប័នសម្រាប់ជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

អង្គភាពដែលផ្តល់ពេលវេលានិងកំលាំងក្នុងការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (decicated IB strategy implemntation bodies) ៖ ទន្ទឹមនឹងការអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្រ និងកំណត់ អ្នកឆ្នើមឈានមុខ (leading champion) សម្រាប់ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅក្នុងរដ្ឋាភិបាល វាមានសារ:សំខាន់ណាស់ក្នុងការបង្កើតអង្គភាពសម្របសម្រួលនិងផ្តួចផ្តើមឱ្យបានត្រឹមត្រូវសម្រាប់ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ស្ថាប័នសំខាន់ៗចំនួន 3 ត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅក្នុងបណ្តាប្រទេសសមាជិកអាស៊ាន ដើម្បីរៀបចំស្ថាប័នអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖

- សំខាន់បំផុត អង្គភាពសម្របសម្រួលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB Coordinating Unit) កណ្តាលដែលស្ថិតនៅក្នុងក្រសួងមួយ គឺត្រូវការពចាំបាច់ដើម្បីរៀបចំអោយមានការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ។ អង្គភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននេះអាចមានទីតាំងនៅក្នុងនាយកដ្ឋានយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រសួង និងមានបុគ្គលិកចំនួន 2-3 រូប ធ្វើការមិនពេញម៉ោងលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ អង្គភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចមានថវិកាតិចតួចសម្រាប់ការរៀបចំសិក្ខាសាលា បង្កើត និងដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់នូវគេហទំព័រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅទូទាំងប្រទេស ធ្វើការសិក្សាអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ព្រមទាំងរៀបចំ និងសម្របសម្រួលការអនុវត្តផែនការសកម្មភាព។
- អង្គភាពសម្របសម្រួលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គួរធ្វើការជាមួយ មន្ត្រីបង្គោលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលបានតែងតាំងជាផ្លូវការមកពី ក្រសួង-ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល និងសមាគមអាជីវកម្ម ។ មន្ត្រីបង្គោលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន(ជាធម្មតា 6 ទៅ 12នាក់) គួរតែជួបប្រជុំជាទៀងទាត់ដើម្បីពិភាក្សាអំពីការអនុវត្តអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅ មណ្ឌល ជាក់លាក់ របស់ពួកគេ។
- ក្រុមការងារដឹកនាំជាន់ខ្ពស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB steering group) អាចទទួលខុសត្រូវក្នុងការត្រួតពិនិត្យលើការអនុវត្តផែនការសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ក្រុមការងារដឹកនាំជាន់ខ្ពស់អាចជួបប្រជុំប្រចាំត្រីមាស ដើម្បីតម្រង់ទិសដៅនៃការអនុវត្តអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ក្រុមការងារដឹកនាំនេះ នឹងរួមបញ្ចូលមន្ត្រីបង្គោលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗដទៃទៀតដែលសកម្មក្នុងការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ អ្នកតំណាងមកពី និយោគិនសង្គម អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្ម និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ អាចត្រូវបានជ្រើសរើសតាមមូលដ្ឋាននៃការផ្លាស់វេនគ្នា។ ដើម្បីកសាងភាពជាម្ចាស់ឱ្យទូលំទូលាយនៃការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក្រុមការងារដឹកនាំនេះនឹងទទួលខុសត្រូវចំពោះការអនុម័តផែនការសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

បន្តការអភិវឌ្ឍ (keeping the momentum)៖ ជាផ្នែកមួយនៃដំណើរការរៀបចំគោលនយោបាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ប្រទេសសមាជិកអាស៊ានបាន ឬកំពុងស្ថិតក្នុងដំណើរការបង្កើតក្រុមការងារដឹកនាំ (ឧទាហរណ៍ ប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ា) អង្គភាពសម្របសម្រួល (ឧទាហរណ៍កម្ពុជា ម៉ាឡេស៊ី ហ្វីលីពីន វៀតណាម) និងមន្ត្រីបង្គោល (កម្ពុជា, មីយ៉ាន់ម៉ា)។ សម្រាប់ប្រទេសទាំងឡាយណាដែលកំពុងបញ្ចប់គោលនយោបាយរបស់ពួកគេ ជំហានបន្ទាប់គឺត្រូវអនុម័ត និងទំនាក់ទំនងពីរចនាសម្ព័ន្ធស្ថាប័ន និង

បង្កើតការប្រជុំទៀងទាត់ និងភាពជាក់ស្តែងនៃការងារ។ អង្គភាពសម្របសម្រួលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចដើរតួជាលេខាធិការដ្ឋានដល់ក្រុមការងារដឹកនាំ។

3. ការចុះឈ្មោះ និងការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

ការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ជាឧបករណ៍គោលនយោបាយស្នូល ៖ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាទស្សនទានមួយ ដែលសង្កត់ធ្ងន់លើឥទ្ធិពល និងមិនមែនទំហំក្រុមហ៊ុន ឬវិស័យអាទិភាព ដូចនៅក្នុងគោលនយោបាយជំរុញឧស្សាហកម្មដទៃទៀតទេ។ ដើម្បីអនុម័តការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដល់វិស័យឯកជន រដ្ឋាភិបាលត្រូវការប្រព័ន្ធកំណត់ដែលមានហេតុផលនិងគោលដៅដ៏ល្អមួយ។ ការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ផ្តោតការសង្កត់ធ្ងន់ថាក្រុមហ៊ុនចាំបាច់ត្រូវតែមានភាពចំណេញ (viable) (ដូចនេះការគាំទ្រពីរដ្ឋាភិបាលគឺមានកម្រិត) ផ្តល់នូវឥទ្ធិពលវិជ្ជមានដល់សង្គមក្នុងទ្រង់ទ្រាយធំ និងផ្តល់ការរួមចំណែកជាប្រព័ន្ធ និងការរួមចំណែកនវានុវត្តន៍ដល់ការអភិវឌ្ឍ។ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាគំនិតថ្មីមួយ និងពាក្យនៃការរួមបញ្ចូលគ្នានូវសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចជាមួយនឹងឥទ្ធិពលសង្គមដែលជារឿយៗមានការភ័ន្តច្រឡំ ដូច្នេះប្រព័ន្ធទទួលស្គាល់ដែលមានតម្លាភាព និងឯករាជ្យគឺតម្រូវឱ្យកំណត់ឱ្យបានច្បាស់នូវក្រុមហ៊ុនបែបនេះ។ ប្រទេសសមាជិកអាស៊ានមួយចំនួន (ដូចជាកម្ពុជា ម៉ាឡេស៊ី មីយ៉ាន់ម៉ា និងវៀតណាម) បច្ចុប្បន្ននេះកំពុងស្វែងរកគម្រោងនៃការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB accreditation scheme)។ ប្រទេសមួយចំនួន (ដូចជា ម៉ាឡេស៊ី, ថៃ សិង្ហបុរី វៀតណាម) ក៏មានការទទួលស្គាល់សហគ្រាស ឬប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីសហគ្រាសសង្គមដែលអាចត្រូវបានពង្រីកឱ្យរួមបញ្ចូលទាំងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នផងដែរ ឬភ្ជាប់ទៅនឹងការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដាច់ដោយឡែក (ការពិភាក្សានៅម៉ាឡេស៊ី និងវៀតណាម)។

គោលការណ៍នៃការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ គោលការណ៍គ្រឹះចំនួន11 សម្រាបការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន មានដូចខាងក្រោម៖

1) ក្រុមហ៊ុននានាអាចអនុវត្តតាមការស្ម័គ្រចិត្ត ហើយការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នឹងខុសគ្នាពីការចុះឈ្មោះអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន សម្រាប់ការលើកទឹកចិត្ត។
2) ប្រព័ន្ធវាយតម្លៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន វាយតម្លៃបន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB business lines) (មិនមែនក្រុមហ៊ុនទាំងមូល) ដោយផ្អែកលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យលម្អិត 40 បន្ថែមទៀត (សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធ 5 និងឧបសម្ព័ន្ធ 6 នៃឯកសារ គោលការណ៍ណែនាំ) ហើយនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យវិស័យសម្រាប់ខ្នាតតូច (ការផ្តល់ឱកាសដើម្បីធ្វើសមាហរណកម្មសហគ្រាសសង្គម និងក្រុមហ៊ុនធុនមធ្យម និងក្រុមហ៊ុនធុនធំ)។
3) ការវាយតម្លៃ គឺផ្អែកលើលទ្ធផលនៃការអនុវត្តកន្លងមក និងការអនុវត្តជាក់ស្តែងនៃឆ្នាំខាងមុខ (3 ឆ្នាំរំកិល) នៃផែនការអាជីវកម្ម។
4) លើសពីនេះ ការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន មិនត្រូវបានផ្តល់ជូនតែម្តងទេ ប៉ុន្តែចាំបាច់ត្រូវមានការបញ្ជាក់ រៀងរាល់ 3 ឆ្នាំម្តង។
5) វិធីសាស្រ្តដាក់ចំណាត់ថ្នាក់ដោយប្រើសូចនាករផ្សេង (composite rating tool) [7]ដែលរួមមានសំណុំលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យតម្លាភាព ស្តង់ដារ(benchmark) ប្រៀបធៀបតាមវិស័យ (sector benchmarks) ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីទំហំផ្សេងៗគ្នារបស់ក្រុមហ៊ុននិងភាពជាក់ស្តែងរបស់ប្រទេស

[7] គុណប្រយោជន៍នៃវិធីសាស្ត្រដាក់ចំណាត់ថ្នាក់ដោយប្រើសូចនាករផ្សេង (composite rating) នឹងគោលការណ៍នៃការវាយតម្លៃដោយការមិនរាប់បញ្ចូល គឺថាក្រុមហ៊ុនទាំងនោះអាចជាក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទោះបីជាក្រុមហ៊ុនទាំងនោះមានចំណុចខ្សោយក្នុងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យមួយចំនួនក៏ដោយ។ អត្ថប្រយោជន៍មួយទៀត គឺថាទំហំក្រុមហ៊ុនទាំងអស់អាចត្រូវបានវាយតម្លៃតាមវិធីសាស្ត្រដូចគ្នា ដោយមានស្តង់ដារ (benchmark) ផ្សេងៗគ្នាត្រូវបានប្រើសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនខ្នាតតូច មធ្យម ឬធំ។

និងការដាក់ទម្ងន់ឬតម្លៃ រួមមួយ (common weighting) [8] និងគោលការណ៍ក្នុងការដាក់ពិន្ទុ[9] ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីវាយតម្លៃបណ្តាញអាជីវកម្មទាំងអស់ពីសក្តានុពលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន របស់ពួកគេ។

6) ក្រុមហ៊ុនត្រូវ មានពិន្ទុអប្បបរមាដើម្បីមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងនាមជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។[10] ក្រុមហ៊ុនដែលមានការការពារបរិស្ថាន សង្គម និងអភិបាលកិច្ច (ESG) និងដែលស្តង់ដារអាជីវកម្មប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវស្ថិតក្រោមកម្រិតជាក់លាក់មួយ នឹងមិនត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទេ។

7) ក្រុមហ៊ុនដែលមានគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នល្អ និងការផ្តល់ចំណាត់ថ្នាក់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជិតដល់កម្រិតអប្បបរមាអាចត្រូវបានចាត់ថ្នាក់ជា អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលមានសក្តានុពល ខណៈក្រុមហ៊ុនដែលមានពិន្ទុលើសពិន្ទុអប្បបរមាគឺត្រូវបានចាត់ជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសក្តានុពលអាច ទទួលបានការលើកទឹកចិត្ត (ឧទាហរណ៍ការបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្ម) និង មានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ទទួលបានការលើកទឹកចិត្តផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ប្រសិនបើការរំពឹងអំពីផលប៉ះពាល់វិជ្ជមានរបស់បន្ទាត់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (IB line) ត្រូវបានសម្រេចបាន។

8) ក្រុមហ៊ុនធុនតូច មធ្យម និង ធំ ត្រូវបានវាយតម្លៃលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដូចគ្នា ប៉ុន្តែស្តង់ដារ (benchmark) នៃការវាយតម្លៃគិតគូរពិចារណាលើទំហំក្រុមហ៊ុនទាំង 3 ។

9) ការទទួលស្គាល់ (accreditation) គឺផ្អែកលើការវាយតម្លៃលម្អិតនៃបណ្តាញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន តាមរយៈក្រុមហ៊ុនប្រឹក្សាយោបល់ឯករាជ្យ។ ដើម្បីបង្កើនភាពជាម្ចាស់ក្នុងចំណោមសមាគមអាជីវកម្ម ការដាក់ចំណាត់ថ្នាក់ចុងក្រោយត្រូវរួមគ្នា អនុវត្តដោយតំណាងមកពីរាជរដ្ឋាភិបាល និងសមាគមអាជីវកម្ម។

10) លទ្ធផលនៃការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺ ត្រូវផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈដោយ តម្លាភាព និង ពានរង្វាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នត្រូវបានផ្តល់ដើម្បីលើកកម្ពស់យីហោរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងនោះ។

11) ចំណាត់ថ្នាក់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ត្រូវបានផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងការទទួលបានការលើកទឹកចិត្តអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ការទទួលស្គាល់ និងពានរង្វាន់ គឺជាការលើកទឹកចិត្តអប្បបរមាដែលរាជរដ្ឋាភិបាលអាចផ្តល់ឱ្យ។ ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុបច្ចេកទេស ទីផ្សារ និងធាតុចូលផ្សេងទៀតត្រូវបានបញ្ជាក់បន្ថែមដូចខាងក្រោម។ ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន អាចសម្រេចថាតើការលើកទឹកចិត្តប្រភេទណាដែលពួកគេចង់ផ្តល់ជូនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

ការលើកទឹកចិត្តការផ្លាស់ប្តូរអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសក្តានុពល៖ ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យ (ក) ការអនុវត្តការយល់ដឹង និងទ្រឹស្តីនៃការផ្លាស់ប្តូរសម្រាប់ទំហំនៃការរាយការណ៍ ភាពស៊ីជម្រៅ និងលក្ខណៈផ្លាស់ប្តូរនៃឥទ្ធិផលសង្គម និង (ខ) ការលើកទឹកចិត្តក្រុមហ៊ុនដែលមានគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសក្តានុពលដើម្បីធ្វើឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរឆ្ពោះទៅរកអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺមានសារៈសំខាន់។ ប្រព័ន្ធនៃការទទួលស្គាល់ អនុញ្ញាតឱ្យកំណត់ គំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលមានសក្តានុពល ហើយក្រុមហ៊ុនទាំងនេះអាចទទួលបានការគាំទ្រជាក់លាក់ដូចជាការបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្ម។ សម្រាប់រាជរដ្ឋាភិបាល និងតួអង្គដទៃទៀតនៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី ការផ្លាស់ប្តូរអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសក្តានុពល ទៅជាគំរូអាជីវកម្មបរិ

[8] ការវាយតម្លៃពាណិជ្ជកម្ម និងសង្គមមានទំងន់ (weights) ប្រហាក់ប្រហែលដោយអត្រាសង្គមខ្ពស់ជាងអត្រាពាណិជ្ជកម្មបន្តិចបន្តួច ខណៈការច្នៃប្រឌិតរបស់ BoP មានទំងន់តូចជាងគេ។ ខណៈពេលដែលលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ គឺដូចគ្នាសម្រាប់ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានទាំងអស់ ការដាក់ទំងន់អាចត្រូវបានកែសម្រួលទៅតាមលក្ខខណ្ឌរបស់ប្រទេសនីមួយៗ។

[9] ការវាយតម្លៃអាចកំណត់អត្រាសម្រាប់លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យទាំង 39 នៅក្នុងលទ្ធផលខ្ពស់ មធ្យម និងទាបដែលត្រូវបានផ្ទេរទៅជាលេខ 1ដល់6។ អត្រាទាំងនេះត្រូវបានគុណនឹងទម្ងន់ (weights) សម្រាប់លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យនីមួយៗដើម្បីទទួលបានពិន្ទុជាក់លាក់។

[10] បន្ទាត់អាជីវកម្មរបស់មួយ (a company’s business line) អាចមានលក្ខណៈជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ប្រសិនបើទទួលបានពិន្ទុអប្បបរមានៃពិន្ទុសរុបរួម និងពិន្ទុអប្បបរមាសម្រាប់ផ្នែកនីមួយៗ។ ពិន្ទុរួមសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចមាន 3.2 ដែលក្នុងនោះពិន្ទុ អប្បបរមាសម្រាប់ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុគឺ 1.2 (សរុបពិន្ទុពាណិជ្ជកម្ម ការច្នៃប្រឌិតអាជីវកម្ម និងការច្នៃប្រឌិតបច្ចេកវិទ្យា) ពិន្ទុ អប្បបរមាសម្រាប់ផ្នែកសង្គមគឺ 1.5 (សរុបពិន្ទុ ឥទ្ធិពលនិងសង្គម និង ការច្នៃប្រឌិតសង្គម) ពិន្ទុសម្រាប់ផ្នែកច្នៃប្រឌិតគឺ 0.4 និងពិន្ទុសម្រាប់គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអប្បបរមា (IB strategic intent)គឺ 3។

យាប័ន្នដែលមានភាពចាស់ទុំពេញលេញ គឺជាគន្លឹះសម្រាប់ការអនុវត្តអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នយ៉ាងទូលំទូលាយ។

ការចុះបញ្ជីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ជាឧបករណ៍គោលនយោបាយប្រសើរមួយ៖ ក្នុងករណីដែលរដ្ឋាភិបាលសម្រេចចិត្តផ្ដល់នូវការលើកទឹកចិត្តផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ក្រុមហ៊ុនដែលមានគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ត្រូវឆ្លងកាត់ដំណើរការចុះបញ្ជីអាជីវកម្ម។ ដំណើរការចុះបញ្ជីបែបនេះអាចជាដំណើរចុះបញ្ជីការដាច់ដោយឡែកឬមួយដែលត្រូវបានរួមបញ្ចូលនៅក្នុងដំណើរការចុះបញ្ជីសម្រាប់ការជំរុញលើកទឹកចិត្តការវិនិយោគផ្សេងទៀត (ដូចជានៅប្រទេសហ្វីលីពីន)

4. ការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

តម្រូវការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ ក្រៅពីមានការកើនឡើងនូវការយល់ដឹងរបស់អ្នកដឹកនាំនិងអ្នកផ្ដួចផ្ដើមពីវិស័យសាធារណៈនិងវិស័យឯកជនអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅតែមិនត្រូវបានយល់ដឹងច្បាស់នូវឡើយពីសំណាក់អ្នករៀបចំគោលនយោបាយ ម្ចាស់អាជីវកម្ម និងសាធារណជននៅបណ្ដាប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន។ ដូចនេះ វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការបង្កើនការយល់ដឹងនៅកម្រិតផ្សេងៗគ្នា ភាគច្រើនក្នុងចំណោមអ្នកដឹកនាំអាជីវកម្ម (ដូច្នេះពួកគេមើលឃើញពីសក្ដានុពលនៃទីផ្សារអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន) និងក្នុងចំណោមក្រសួង-ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល (ដើម្បីឱ្យពួកគេយល់ពីតួនាទីរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលអាចដើរតួក្នុងការសម្រេចបានសមិទ្ធផលក្នុងអាណត្តិរបស់ពួកគេ និងវិធីក្នុងការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន)។ ការចែករំលែកចំណេះដឹង និងការតស៊ូមតិ គឺជាសមាសធាតុសំខាន់មួយនៃការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

សមាគមអាជីវកម្ម គឺសាកសមបំផុតក្នុងការអនុវត្តកិច្ចការនេះដើម្បីលើកកម្ពស់ការយល់ដឹង របស់វិស័យឯកជន។ ទោះយ៉ាងណា ក្រសួង-ស្ថាប័នរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលមួយចំនួនក៏ដើរតួនាទីយ៉ាងល្អ ដើម្បីរៀបចំ និងផ្សព្វផ្សាយចំណេះដឹងអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន តាមរយៈសកម្មភាពជាច្រើនដូចជាការរៀបចំ និងចែករំលែកសម្ភារៈព័ត៌មាន – ក្នុងចំណោមឯកសារផ្សេងទៀត – បណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយចម្រុះ សម្ភារៈព័ត៌មាននិង ផ្សព្វផ្សាយដែលបានបោះពុម្ព ខ្សែភាពយន្ត និងវិទ្យុ និងអត្ថបទកាសែត។ ការរៀបចំ និងការចូលរួមសិក្ខាសាលា កម្មវិធីពង្រឹងសមត្ថភាព និងព្រឹត្តិការណ៍អន្តរជាតិក៏អាចត្រូវបានពិចារណាផងដែរ។ គេហទំព័រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នមួយដែលអាចប្រើប្រាស់ទូទាំងប្រទេស ដែលភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗមួយចំនួនចូលរួម និងត្រូវបានផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងវេទិកាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសកល[11] អាចជាមធ្យោបាយសាមញ្ញ និងមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ក្នុងការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹង។ ជាចុងក្រោយ ការទទួលស្គាល់សមិទ្ធផល និងការចូលរួមចំណែកក្នុងសង្គមរបស់ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន តាមរយៈកម្មវិធីពានរង្វាន់ជាតិអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក៏អាចបង្កើនការយល់ដឹង ក្នុងចំណោមវិស័យសាធារណៈនិងឯកជនអំពីគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យតែងតាំង និងការជ្រើសរើសដែលបានស្នើមាននៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ 7 នៃឯកសារណែនាំ។

5. ការបណ្ដុះបណ្ដាលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន

ហេតុផលសម្រាប់ការបណ្ដុះបណ្ដាលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ វិនិយោគិនសង្គម បានលើកឡើងថា កង្វះការត្រៀមខ្លួនវិនិយោគ (investment readiness) គឺជាឧបសគ្គដ៏សំខាន់សម្រាប់ការវិនិយោគនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនដែលមានគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ការត្រៀមខ្លួននេះ គឺទាក់ទងទៅនឹងពាណិជ្ជកម្មអាចបង្កើតប្រាក់ចំណេញបាន (commercial viability) និងពាណិជ្ជកម្មដែលផ្ដល់ឥទ្ធិពលវិជ្ជមានដល់សង្គម ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ មានក្រុមហ៊ុនដែលមិនមានគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ឬមានគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នសក្ដានុពលដែលចង់ផ្លាស់ប្ដូរទៅជាអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ប៉ុន្តែមិនទាន់មានការអភិវឌ្ឍយ៉ាងពេញលេញនូវបណ្ដាញអាជីវកម្មបែបនេះទេ។ កម្មវិធីបណ្ដុះបណ្ដាញរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាឧបករណ៍មួយដើម្បីជួយដល់ក្រុមហ៊ុនទាំងនោះក្នុងការផ្លាស់ប្ដូរទៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទន្ទឹមនឹងនេះវាជួយ ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការត្រៀមខ្លួនការវិនិយោគ (investment readiness) ពាណិជ្ជកម្មអាចបង្កើតប្រាក់ចំណេញបាន (commercial viability) និងបង្កើនឥទ្ធិពលវិជ្ជមានដល់សង្គម។ រាជរដ្ឋាភិបាលអាចបង្កើតស្ថាប័នបណ្ដុះបណ្ដាលអាជីវកម្មដែលជួយក្រុមហ៊ុនតាមរយៈជំនួយបច្ចេកទេសដែលផ្ដោត និងអនុវត្តជាក់ស្ដែងដើម្បីធ្វើគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នប្រសើរឡើង។

---

[11] ដូចជា www.inclusivebusiness.net.

មាតិកានៃការបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ ការបណ្តុះបណ្តាល IB នឹងរួមមានការពិភាក្សាយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មទូទៅ ដែលជាលទ្ធផលបង្កើតឱ្យមានទិសដៅ សម្រាប់ផែនការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលផ្តោតលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ។ អ្នកចូលរួមគោលដៅ គឺជា អ្នកធ្វើការសម្រេចចិត្តឬអ្នកមានតំណែងកម្រិតខ្ពស់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ទម្រង់នៃការបង្វឹកអាជីវកម្មផ្សេងទៀតអាចជាការផ្គូផ្គងជាមួយវិនិយោគិនសង្គម។ សមាសធាតុមួយទៀតនៃការបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្ម អាចជាការធ្វើទីផ្សារដល់អ្នកនៅផ្នែកខាងក្រោមនៃពីរ៉ាមីត គ្រប់គ្រងហានិភ័យបរិស្ថាន និងសង្គម តាមរយៈការវាយតម្លៃយ៉ាងល្អិត (due diligence) នៃខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់[12] ឬការផ្តល់យោបល់ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មដែលតម្រូវអោយមានអ្នកជំនាញតាមវិស័យក្នុងការផ្តល់យោបល់។ សកម្មភាពបណ្តុះបណ្តាលខុសៗគ្នាទាំងនេះនឹងត្រូវការចន្លោះពី 1 ទៅ 30 ថ្ងៃដោយមិនជាថ្ងៃជាប់ៗគ្នា (1 to 30 person-days of intermittent) និងត្រូវការ ការប្តេជ្ញាគាំទ្រសម្រាប់រយៈពេលវែង។ ដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការជំនាញចម្រុះ បណ្តាញអ្នកជំនាញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាតិនិងអន្តរជាតិដែលបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលរួច អាចត្រូវបានបង្កើតឡើង។

ផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងការចំណាយ៖ ដោយសារការបណ្តុះបណ្តាលពីម្នាក់ទៅម្នាក់មានតម្លៃថ្លៃ ចាំបាច់មានវិធីសាស្ត្រកាត់បន្ថយចំណាយប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត ដើម្បីធ្វើឱ្យការបណ្តុះបណ្តាលអាចធ្វើទៅបាន។ ការបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចត្រូវបានផ្តល់ទៅឱ្យក្រុមហ៊ុនដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋានជំនួយឥតសំណងជាមួយនឹង យន្តការវិភាគទានពីក្រុមហ៊ុននៅអត្រាជាក់លាក់មួយ ក្នុងករណីជោគជ័យរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ វានឹងបង្កើតមូលនិធិបង្វិល (revolving fund) សម្រាប់ធ្វើឱ្យស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នមាននិរន្តរភាព។ ដោយសារ សមាគមអាជីវកម្មមានភាពជិតស្និទ្ធនឹងអតិថិជនរបស់ក្រុមហ៊ុន ការបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចត្រូវបានសម្របសម្រួលដោយសមាគមអាជីវកម្មមួយដែលធ្វើការក្នុងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត ពិសេសវិនិយោគិនសង្គម និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍។

6. <u>ការលើកទឹកចិត្តការវិនិយោគលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន</u>

បញ្ចូលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ជាប្រភេទដាច់ដោយឡែកមួយនៅក្នុងការលើកទឹកចិត្តវិនិយោគដែលមានស្រាប់៖ ប្រទេសជាច្រើនមានការលើកទឹកចិត្តវិនិយោគជាក់លាក់សម្រាប់ឧស្សាហកម្មដែលជាអាទិភាពជាតិដ៏ចម្បង ។ ការលើកទឹកចិត្តបែបនេះជាធម្មតា រួមមានរបបពន្ធអនុគ្រោះ ការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់ការនាំចូលនិងនាំចេញ បច្ចេកវិទ្យា និងការលើកទឹកចិត្តដល់ពលករបរទេស បទប្បញ្ញត្តិផ្ទេរប្រាក់ចំណេញ អត្ថប្រយោជន៍នានាតាមរយៈតំបន់ឧស្សាហកម្ម។ល។ ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុបែបនេះអាចជាការពិចារណាដ៏សំខាន់មួយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន (mainstream companies) ក្នុងការចាប់ផ្តើមអភិវឌ្ឍគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ការដាក់បញ្ចូលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ជាប្រភេទមួយនៅក្នុងកញ្ចប់លើកទឹកចិត្តដែលមានស្រាប់ គឺជាជម្រើសនៃគោលនយោបាយដែលអាចធ្វើទៅបានមួយ ប្រសិនបើការវិភាគផលប្រយោជន៍និងចំណាយ ឬការវិភាគអត្ថប្រយោជន៍សង្គមត្រូវបានបញ្ជាក់ ។ គ្រោងការណ៍ដែលអាចទទួលយកបានអាចត្រូវ ភ្ជាប់ជាមួយ គោលការណ៍នៃការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងត្រូវបានកែសម្រួលទៅនឹងគម្រោង លើកទឹកចិត្តជាក់លាក់ក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការពិចារណាបរិបទជាក់លាក់។ ក្រុមប្រឹក្សាវិនិយោគរបស់ប្រទេសហ្វីលីពីន បានដាក់បញ្ចូលគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាសកម្មភាពមួយដែលគាំទ្រក្នុងផែនការអាទិភាពវិនិយោគឆ្នាំ 2017-2019 ដែលក្នុងនោះគម្រោងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចមានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការទទួលបានការរំដោះពន្ធលើប្រាក់ចំណូល។ តាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យវាយតម្លៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលបានសាកល្បង គោលដៅផលប៉ះពាល់សង្គមបី និងលក្ខណៈច្នៃប្រឌិតបី ត្រូវបានបញ្ចូលក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការចុះឈ្មោះ។[13]

អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចត្រូវបានប្រើដើម្បីធ្វើផ្តល់ហេតុផលក្នុងការលើកទឹកចិត្ត៖ ការលើកទឹកចិត្តរបស់ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានភាគច្រើនត្រូវបានផ្តល់សម្រាប់ការវិនិយោគនៅក្នុងវិស័យដែលរាជរ

---

[12] ការបណ្តុះបណ្តាលនេះអាចផ្អែកលើឧបករណ៍ដែលត្រូវបានទទួលស្គាល់ជាអន្តរជាតិ ដូចជា <u>ការវាយតម្លៃយ៉ាងល្អិតរបស់ OECD សម្រាប់អ្នកអនុវត្ត ជំនួញដែលមានការទទួលខុសត្រូវ</u> (OECD Due Diligence Guidelines for Responsible Business Conductor) នៃវិស័យពាក់ព័ន្ធ

[13] គោលដៅរួមបញ្ចូលភាពពាក់ព័ន្ធ (តម្លៃ% នៃថ្លៃដើមទំនិញសរុបដែលបានលក់ចេញពីប្រភព MSEs) ឈានដល់ (ចំនួននៃ BoP បានចូលរួមដែលក្នុងនោះយ៉ាងហោចណាស់ 30% ជាស្ត្រី) និងជម្រៅ (% ការកើនឡើងនៃប្រាក់ចំណូលជាមធ្យម)។ លក្ខណៈពិសេសនៃការច្នៃប្រឌិតរួមមានការផ្តល់ជំនួយបច្ចេកទេស, ការសម្របសម្រួល ឬការផ្តល់លទ្ធភាពទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុ និងការផ្តល់ធាតុចូល និង / ឬបច្ចេកវិទ្យា។

ដ្ឋាភិបាលបានកំណត់ថាជាវិស័យអាទិភាពសម្រាប់កំណើនសេដ្ឋកិច្ច។ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នត្រូវបាន អនុវត្តនៅក្នុងវិស័យជាច្រើននៃវិស័យទាំងនោះប៉ុន្តែវាទៅលើសពីការផ្តោតលើវិស័យ ដោយផ្តោតលើ អាទិភាពសង្គមសម្រាប់កំណើន និងការអភិវឌ្ឍ និងសម្រាប់បង្កើតអោយកាន់តែប្រសើរឡើងនូវបរិយាប័ន្ន។ ការរាប់បញ្ចូលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលជាប្រធានបទអន្តរវិស័យ អាចជួយក្រុមប្រឹក្សាវិនិយោគនៃប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន ដើម្បីផ្តល់ហេតុផលក្នុងការផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តដែលមានស្រាប់ និងផ្តល់អាទិភាពដល់ក្រុមហ៊ុនទាំងនោះដែលផ្តល់ឥទ្ធិពលវិជ្ជមានដល់សង្គមខ្ពស់។ ការទទួលស្គាល់ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចជាបុរេលក្ខខណ្ឌមួយសម្រាប់ការទទួលបានការលើកទឹកចិត្តបែបនេះ។

7. ការកាត់បន្ថយហានិភ័យ នៃការវិនិយោគសង្គម

ហេតុផលសម្រាប់ការគាំទ្រការវិនិយោគ។ សហគ្រាសធុនមីក្រូ តូច និងមធ្យម ប្រឈមនឹងការលំបាកក្នុងការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន ដោយសារតែធនាគារ មិនប្រថុយប្រឈមនឹងហានិភ័យ និងមានចំណាប់អារម្មណ៍ ក្នុងការធ្វើការជាមួយក្រុមហ៊ុនធំៗ។ កម្មវិធីហិរញ្ញប្បទានសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមភាគច្រើនដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនេះ និងបង្កើតបណ្តាញឥណទាន (credit line) ដាច់ដោយឡែកសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។ ទោះយ៉ាងណាក្រុមហ៊ុនដែលមានគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នមានលទ្ធភាពទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន ឧទាហរណ៍ពីវិនិយោគិនសង្គម ប្រសិនបើពួកគេអាចបង្ហាញផែនការអាជីវកម្ម និងផលប៉ះពាល់សង្គមខ្លាំង ហើយវិនិយោគិនដែលមានសក្តានុពលរកវិធីកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការវិនិយោគ។ ខណៈពេលដែលការគាំទ្រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នឹងដោះស្រាយការត្រៀមខ្លួនវិនិយោគ (investment readiness) តាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ការត្រៀមខ្លួនរបស់វិនិយោគិនអាចត្រូវបានលើកទឹកចិត្តតាមរយៈការបង្កើតកម្មវិធីកាត់បន្ថយហានិភ័យសម្រាប់ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទាន។

ហានិភ័យនៃការវិនិយោគរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖ មានហេតុផលពីរយ៉ាងដែលស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុយល់ឃើញថា ហានិភ័យនៃការវិនិយោគនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នគឺខ្ពស់៖ ជាបឋមគេសន្មត់ថាការធ្វើការជាមួយ អ្នកនៅផ្នែកខាងក្រោមនៃពីរ៉ាមីត (មានដើមទុនតិច ហើយមានអំណាចនៃការទិញទាប និងសមត្ថភាពសងតិច) អាចបង្កហានិភ័យខ្ពស់សម្រាប់ការធ្វើជំនួញជាមួយ ឬតាមរយៈពួកគេ។ មូលហេតុមួយទៀត គឺថាវិធានការណ៍កាត់បន្ថយហានិភ័យរបស់ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលបានបង្កើតឡើងមិនទាន់ត្រូវបានគេយល់ច្បាស់ដោយសារតែការមិនយល់អំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក្នុងចំណោមស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុទូទៅ (mainstream financial institutions) ។ ដូចនេះ មិនមានការផ្តល់ដាច់ដោយឡែកនូវបណ្តាញឥណទាន (credit line) សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទេ ប៉ុន្តែវាមានមធ្យោបាយដែលអាចជួយក្នុងការកាត់បន្ថយហានិភ័យរបស់វិនិយោគិនសង្គមសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ការកាត់បន្ថយហានិភ័យបែបនេះ នឹងត្រូវបានស្វាគមន៍ដោយអ្នកវិនិយោគសង្គម ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍ និង ធនាគារពាណិជ្ជកម្មមួយចំនួន។ កម្មវិធីបែបនេះក៏នឹងជួយកាត់បន្ថយការចំណាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការជំរុញហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នខណៈពេលជាមួយគ្នានេះ លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការវិនិយោគយ៉ាងសកម្មនៅក្នុង អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

បង្កើតជាកម្មវិធី ផ្តល់ហិរញ្ញវត្ថុរួមបញ្ចូលគ្នា (design as a pay-for-success blended financial facility)៖ កម្មវិធីហិរញ្ញវត្ថុ បញ្ចូលគ្នា (blended finance facility) ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតគឺខុសគ្នាពីកម្មវិធីធានាបែបប្រពៃណីព្រោះវាបង្កើតមធ្យោបាយឬម៉ូដែលមួយ ដែលវិស័យសាធារណៈអាចសហវិនិយោគមូលធន ឬបំណុលក្នុងអាជីវកម្មដែលផ្តោតលើតម្លៃសង្គមដោយមិនមានឧបត្ថម្ភធនលើការវិនិយោគនោះ។ រាជរដ្ឋាភិបាល តាមរយៈកម្មវិធីកាត់បន្ថយហានិភ័យ នឹងសហការវិនិយោគជាមួយវិនិយោគិន។ ហិរញ្ញប្បទាននេះនឹងត្រូវប្រើដើម្បីកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការវិនិយោគ និងអោយមានលំហូរការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានពីវិនិយោគិនសង្គមនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដែលមានការទទួលស្គាល់ ។ ក្នុងករណីដែលការវិនិយោគសម្រេចបានលទ្ធផលសង្គមដែលបានគ្រោងទុក ប៉ុន្តែមិនបានឆ្លើយតបនឹង ផលចំណេញហិរញ្ញវត្ថុ financial returns) ដែលបានរំពឹងទុក នោះការវិនិយោគរបស់រដ្ឋាភិបាលនឹងត្រូវបានប្តូរទៅជាជំនួយ (grant)។ ប្រសិនបើការវិនិយោគទទួលបានជោគជ័យខាងផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម និងសង្គម វាតម្រូវអោយវិនិយោគិន សងមកវិញនូវប្រាក់ដែលរដ្ឋាភិបាលបានវិនិយោគជាមួយ។ កម្មវិធីហិរញ្ញប្បទានកាត់បន្ថយហានិភ័យបែបនេះដោយផ្អែកលើលទ្ធផលសម្រាប់ការទូទាត់ ត្រូវបានប្រើប្រាស់ ឧទាហរណ៍នៅអាមេរិកឡាទីនដោយធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អន្តរអាមេរិកក្នុងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងកំពុងប្រើប្រាស់ ជាទូទៅនៅតំបន់អាស៊ី។ ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និងធនាគារអាចត្រូវបានទៅទាក់ទង

ដើម្បីផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដំបូងដល់កម្មវិធីនេះ នេះជាមួយនឹងការសងសំណងរយៈពេលវែងរបស់រដ្ឋាភិបាល (15-25 ឆ្នាំ)។[14]

8. ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងលទ្ធកម្មសាធារណៈ

ការជំរុញការធ្វើលទ្ធកម្មពីក្រុមហ៊ុនដែលមានគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងគំនិតផ្តួចផ្តើមសហគ្រាសសង្គម (SE) ៖ លទ្ធកម្មសាធារណៈគឺជាឧបករណ៍គោលនយោបាយដែលប្រើជាញឹកញាប់ ប៉ុន្តែមានលក្ខណៈចម្រូងចម្រាស់ដើម្បីផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់អ្នកដែលផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍សង្គម ឬបរិស្ថាន និងអ្នកដែលឆ្លងកាត់លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យគុណភាពអប្បបរមា។ ជាធម្មតាច្បាប់លទ្ធកម្មផ្តោតលើប្រសិទ្ធភាពចំណាយ គុណភាព និងភាពគ្រប់គ្រាន់នៃការដឹកជញ្ជូន ក៏ដូចជាអភិបាលកិច្ចល្អ និងប្រកាន់ខ្ជាប់នូវស្តង់ដារការពារសង្គម និងបរិស្ថានដោយក្រុមហ៊ុន។ ជាលទ្ធផលទំនិញទាំងនោះភាគច្រើនត្រូវបាននាំចូលជំនួសប្រភពក្នុងស្រុក។ ម្យ៉ាងទៀត រដ្ឋាភិបាលក៏អាចបង្កើតយន្តការដែលផ្តល់នូវ អត្ថប្រយោជន៍ដល់សហគ្រាសបរិយាប័ន្ន និងសហគ្រាសសង្គម តាមរយៈគោលដៅ ឬលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យជ្រើសរើសដែលទាក់ទងនឹងសង្គម ខណៈពេលដែលធានានូវភាពសុចរិតនៃអាជីវកម្ម[15] នៅក្នុងដំណើរការលទ្ធកម្ម។ ដោយសារលទ្ធកម្មត្រូវបានអនុវត្តជាញឹកញាប់តាមបែបវិមជ្ឈការ វាទាមទារឱ្យមានទីភ្នាក់ងារកណ្តាលដែលមានការប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការបង្កើតវិធានទូទៅនៃការកំណត់គោលដៅរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ហើយបន្ទាប់មកមានការយល់ព្រមពីបណ្តាញទីភ្នាក់ងារ (line agencies)។ រហូតមកដល់ពេលនេះ មិនមានប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានណាដែល មានច្បាប់ជាក់លាក់សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងសហគ្រាសសង្គមដែលផ្តោតលើលទ្ធកម្មសាធារណៈនោះទេ។

លទ្ធកម្មសាធារណៈនៅក្នុងកម្មវិធីស្តារឡើងវិញក្រោយជំងឺកូវីដ-19៖ ប្រសិនបើត្រូវបានអនុវត្ត ការកំណត់គោលដៅរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងលទ្ធកម្មសាធារណៈអាចបង្កើតអោយមានតម្រូវការដ៏សំខាន់សម្រាប់ផលិតផលដែលផលិតដោយអ្នកនៅផ្នែកខាងក្រោមនៃពីរ៉ាមីត ហើយហេតុដូចនេះបង្កើតអោយមានឥទ្ធិពលជំរុញលើឱកាសបង្កើតប្រាក់ចំណូលថ្មីសំរាប់អ្នកក្រ។ ជាពិសេសនៅក្នុងពេលវេលានៃការងើបឡើងវិញ បន្ទាប់ពីការគ្របដណ្តប់ដោយវិញជំងឺកូវី-19 ការដាក់គោលដៅរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចបង្កើតផលយ៉ាងរហ័សសម្រាប់អ្នកក្រីក្រដែលរងផលប៉ះពាល់ធ្ងន់ធ្ងរបំផុតពីការរាតត្បាត។

9. កំណត់ទិសដៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅក្នុងវិស័យឯកជនដែលមានស្រាប់ និងកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍ផ្សេងទៀត

កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម៖ ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន ជាច្រើនមានកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម ដែលសកម្ម និងមូលនិធិអភិវឌ្ឍសហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម និងរដ្ឋបាលដែលមានប្រសិទ្ធិភាពដើម្បីអនុវត្ត។ ដោយសារ ACCMSME គឺជាអង្គភាពស្នូលសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន ប្រទេសជាច្រើនបានសម្រេចចិត្តនាំរបៀបវារៈអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅក្រោមរដ្ឋបាលសហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យមនេះ (ឧទាហរណ៍កម្ពុជា ម៉ាឡេស៊ី ហ្វីលីពីន វៀតណាម)។ ពួកគេដឹងថាការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាមធ្យោបាយដ៏មានប្រសិទ្ធភាពដើម្បីឈានដល់សហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យមនេះ ដោយប្រយោល។ ដើម្បីទាញយកផលចំណេញពេញលេញពីសក្តានុពលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទាក់ទងទៅនឹងកំណើនប្រកបដោយបរិយាប័ន្ន (inclusive growth) ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាការងារមួយដែលត្រូវការលើសពីគោលបំណងនៃការលើកកម្ពស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនិងរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធស្ថាប័ន។ ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានដែលការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ស្ថិតនៅក្រោមទីភ្នាក់ងារទទួលបន្ទុកសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមអាចចាប់ផ្តើមភ្លាមៗជាមួយការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ប្រសិនបើពួកគេកំណត់គោលដៅអាជីវកម្មបរិ

---

[14] នៅក្នុងកិច្ចពិភាក្សាបឋមនៅកម្ពុជា មីយ៉ាន់ម៉ា និងវៀតណាម ឧទាហរណ៍ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍ពហុភាគី ដូចជាធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ដូចជាទីភ្នាក់ងារបារាំងសម្រាប់កិច្ចអភិវឌ្ឍន៍ (AfD) នាយកដ្ឋានអភិវឌ្ឍន៍អន្តរជាតិ (DFID) ទីភ្នាក់ងារជប៉ុនសម្រាប់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ (JICA) ទី ភ្នាក់ងារកូរ៉េសម្រាប់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ (KOICA) បានបង្ហាញចំណាប់អារម្មណ៍ដំបូងក្នុងការចូលរួមក្នុងកម្មវិធីកាត់បន្ថយហានិភ័យបែបនេះ។ ទោះយ៉ាងណា នេះនឹងតម្រូវឱ្យមានការចូលរួមដំបូងដែលសកម្ម ដោយរដ្ឋាភិបាលនៃប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន។

[15] មជ្ឈមណ្ឌលសុចរិតភាពអាជីវកម្មនៅ OECD ផ្តល់នូវការណែនាំជាក់លាក់ស្តីពីភាពស្មោះត្រង់ក្នុងលទ្ធកម្ម (សូមមើល https://www.oecd.org/corruption-integrity/Explore/Topics/business-integrity.htm).

យាប័ន្ន នៅក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលមានស្រាប់ដែលប្រើប្រាស់ហិរញ្ញប្បទានផ្ទាល់ខ្លួន។[16]

កម្មវិធីកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ៖ ការវាយតម្លៃប្រហាក់ប្រហែលគ្នាអាចធ្វើបានសម្រាប់កម្មវិធីកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ជាផ្នែកមួយនៃការសិក្សាស្ថានភាពសម្រាប់ប្រទេសម៉ាឡេស៊ី វាត្រូវបានគេរកឃើញថា 5-10% នៃថវិកាដែលមានស្រាប់សម្រាប់កម្មវិធី សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងកម្មវិធីបរិយាប័ន្នសម្រាប់ក្រុមដែលមានចំណូលទាបក្នុងចំណោម៤០%នៃប្រជាជនសរុប អាចត្រូវបានផ្តោតជាសំខាន់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ការកំណត់កូតាជាក់លាក់សម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននៅក្នុងកម្មវិធីសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលមានស្រាប់ក៏អាចជាជម្រើសមួយដែរពីព្រោះទីភ្នាក់ងារដែលនឹងជំរុញការអភិវឌ្ឍ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម។ ជាទូទៅប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន អាចពិនិត្យឡើងវិញបានថាតើកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនិងកម្មវិធីកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រណាដែលអាច សមបំផុតក្នុងការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងវិធីដែលអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចត្រូវបានកំណត់គោលដៅល្អបំផុតនៅក្នុងកម្មវិធីនេះ។

10. ផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទៅនឹងសហគ្រាសសង្គម និងរបៀបវារៈទំនួលខុសត្រូវសង្គមរបស់សាជីវកម្ម

ផ្សារភ្ជាប់សហគ្រាសសង្គម (SE) និងរបៀបវារៈទំនួលខុសត្រូវសង្គមរបស់សាជីវកម្ម (CSR) ទៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ផ្តល់ឱកាសដើម្បីបង្កើនឥទ្ធិពលវិជ្ជមាន៖ ចាប់តាំងពីដើមទសវត្ស 2010 មក ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានផ្សេងៗបានចូលរួមក្នុងការពិភាក្សាអំពីវិធីជំរុញសហគ្រាសសង្គម ទំនួលខុសត្រូវសង្គមរបស់សាជីវកម្ម និងសកម្មភាពអាជីវកម្មប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ ជាពិសេសប្រទេសដែលមានចំណូលមធ្យមនិងខ្ពស់។ ការវិវឌ្ឍន៍ទាំងនេះត្រូវបានឆ្លុះបញ្ចាំងនៅក្នុងឯកសារអាស៊ានមួយចំនួនដូចជាសន្ទស្សន៍គោលនយោបាយសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមអាស៊ានឆ្នាំ 2018[17] និងផែនការសហគមន៍សង្គមវប្បធម៌ សេដ្ឋកិច្ច និងសន្តិសុខនយោបាយអាស៊ាន 2025។[18] ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានមួយចំនួន បានបង្កើតបទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់សហគ្រាសសង្គមជាក់លាក់[19] ដូចជាថៃ និងម៉ាឡេស៊ី។ ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានជាច្រើនបានបញ្ចូលទំនួលខុសត្រូវសង្គមរបស់សាជីវកម្ម ទៅក្នុងគោលនយោបាយ យុទ្ធសាស្ត្រ ឬច្បាប់ជាតិរបស់ពួកគេក៏ដូចជាទៅក្នុងឧបករណ៍សេដ្ឋកិច្ច។[20] ការបង្កើតការផ្សារភ្ជាប់គ្នាយ៉ាងច្បាស់រវាងឧបករណ៍គោលនយោបាយជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន សហគ្រាសសង្គម និងទំនួលខុសត្រូវសង្គមរបស់សាជីវកម្ម អាចជួយណែនាំក្រុមហ៊ុនឆ្ពោះទៅរកកំណើនសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់ និងបង្កើនឥទ្ធិលវិជ្ជមាន ឧទាហរណ៍ប្រព័ន្ធការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន អាចត្រូវបានកែតម្រូវសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ផងដែរសម្រាប់សហគ្រាសសង្គម។ ទីភ្នាក់ងារសម្រាប់ជំរុញសហគ្រាសសង្គម និងទំនួលខុសត្រូវសង្គមរបស់សាជីវកម្ម អាចត្រូវបានប្រាប់អំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងការស្វែងរកចំណុចរួមគ្នា។ ពួកគេអាចចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងការផ្តល់ព័ត៌មានអំពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងការណែនាំអំពីឱកាសនៃការផ្លាស់ប្តូរពីសហគ្រាសសង្គម មិនស្វែងរកប្រាក់ចំណេញទៅជាសហគ្រាសសង្គមមានការផ្តួចផ្តើមគំនិត (social enterprise initiatives) និងពីសាជីវកម្ម មានទំនួលខុសត្រូវសង្គមបែបប្រពៃណីទៅជាសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងគំរូអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នជាបន្តបន្ទាប់។

11. ការតាមដាន និងរាយការណ៍អំពីលទ្ធផលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន

អ្វីដែលត្រូវបានវាស់វែងនឹងត្រូវបានសម្រេច៖ ខណៈដែល អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជារបៀបវារៈដែលកំពុងរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័សនៅទូទាំងតំបន់អាស៊ី និងនៅទូទាំងពិភពលោក មានរបាយការណ៍

---

16 ឧទាហរណ៍ ប្រទេសម៉ាឡេស៊ីបានពិភាក្សាអំពីវិធីសាស្ត្រនេះ ហើយ សំណូមពរដំបូងត្រូវបានដាក់ នៅក្នុងការសិក្សាស្ថានភាពថាតើកម្មវិធីណាដែលសក្តិសមបំផុតរួមទាំងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងថាតើថវិកា (ឬក្រុមហ៊ុន) ប៉ុន្មានអាចត្រូវបានកំណត់។

17 សន្ទស្សន៍គោលនយោបាយសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមអាស៊ានឆ្នាំ 2018 រួមមាន ជំពូកមួយស្តីពីសហគ្រាសសង្គម និងបរិយាប័ន្នសហគ្រិនភាព ដែលតាមដានរាល់វឌ្ឍនភាពរបស់ ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានទាំង10, OECD

18 ផែនការសហគមន៍សង្គមវប្បធម៌, សេដ្ឋកិច្ច និងសុវត្ថិភាពនយោបាយអាស៊ានឆ្នាំ2025 រួមបញ្ចូលទាំងឯកសារយោងពីទំនួលខុសត្រូវសង្គមរបស់សាជីវកម្ម។

19 ព័ត៌មានបន្ថែមស្តីពីបទបញ្ញត្តិសម្រាប់សហគ្រាសសង្គម ក្នុង សមាសធាតុនៃការអនុវត្តល្អសម្រាប់សហគ្រាសសង្គម , OECD

20 ឧទាហរណ៍ប្រទេសថៃបានបង្កើតផែនការសកម្មភាពជាតិស្តីពីអាជីវកម្ម និងសិទ្ធិមនុស្ស។ ច្បាប់វិនិយោគរបស់មីយ៉ាន់ម៉ាឆ្នាំ 2016 រួមបញ្ចូលទាំងគោលបំណងច្បាស់លាស់ចំពោះការវិនិយោគប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ។ កិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មសេរីរវាងសហភាពអឺរ៉ុប និងវៀតណាមរួមមានជំពូកមួយអំពី ចីរភាព។

តិចតួចបំផុតស្តីពីលទ្ធផលជាប្រព័ន្ធរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក្រៅពីករណីសិក្សារបស់ក្រុមហ៊ុន។ ម៉្យាងទៀត ភាពជោគជ័យនៃដំណោះស្រាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាចត្រូវបានវាស់វែងដោយហេតុថាលទ្ធផលនេះទាក់ទងនឹងប្រាក់ចំណូលអាជីវកម្ម ភាពឈានដល់អ្នកទទួលផល និងការផ្លាស់ប្តូរចនាសម្ព័ន្ធដែលក្រុមហ៊ុនទាំងនោះធ្វើឱ្យមានគុណភាពជីវិតរបស់ប្រជាពលរដ្ឋក្រីក្រ និងអ្នកមានចំណូលទាប។

របាយការណ៍ទៀងទាត់អំពីកម្រិតជាតិ និងអាស៊ាន៖ ដើម្បីតាមដានពីឥទ្ធិពលផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននិងជំរុញឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរទៅអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ការធ្វើរបាយការណ៍ជាទៀងទាត់អាចជួយបាន។ នេះអាចត្រូវបានធ្វើឡើងដោយអង្គភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដោយផ្អែកលើធាតុចូលពីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល និងសមាគមអាជីវកម្មផ្សេងៗ។ វាក៏អាចភ្ជាប់ទៅនឹងរបាយការណ៍ស្តីពីការចូលរួមចំណែករបស់ វិស័យឯកជនដើម្បីសម្រេចបានគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព (SDGs)។ ការសិក្សាស្ថានភាពបរិយាប័ន្នអាចត្រូវបានប្រើជាស្តង់ដារក្នុងការប្រៀបធៀប ថាតើការវិវឌ្ឍន៍ណាខ្លះដែលអាចប្រៀបធៀបបាន។ ការផ្លាស់ប្តូរថ្នាក់តំបន់ក្នុងកម្រិតអាស៊ានស្តីពីលទ្ធផលនៃការសិក្សានេះនឹងជួយលើកកម្ពស់ការរៀនសូត្រពីគ្នាទៅវិញទៅមក។

12. <u>បង្កើតការរួមបញ្ចូលគ្នាដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន និងតំបន់ផ្សេងទៀត</u>

តួនាទីរបស់អាស៊ានក្នុងការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដល់បច្ចុប្បន្ន ៖ ចាប់តាំងពីឆ្នាំ 2017 អាស៊ាន និង ASEAN-BAC បានធ្វើសកម្មភាពយ៉ាងសកម្មក្នុងការជំរុញការផ្លាស់ប្តូរចំណេះដឹង និងឧទាហរណ៍នៃអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន តាមរយៈការគាំទ្រដល់កិច្ចប្រជុំកំពូលអំពីបរិយាប័ន្នអាស៊ាន (ឆ្នាំ2017 និង 2019) និងពានរង្វាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន(ឆ្នាំ2017)។ អាស៊ានក៏បានគាំទ្រការងារលើរបៀបវារៈគោលនយោបាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដោយអនុម័តលើក្របខ័ណ្ឌបរិយាប័ន្នអាស៊ាន (ឆ្នាំ2017) ដោយអនុវត្តគំនិតផ្តួចផ្តើមពង្រឹងសមត្ថភាព (ឆ្នាំ2018-2019) និងរៀបចំគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក្នុងអាស៊ាន (ឆ្នាំ2020)។ ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ានមួយចំនួន បានប្រើប្រាស់តួនាទីរបស់ខ្លួនជាប្រធានអាស៊ានដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ប្រទេសមួយចំនួនក៏បានណែនាំប្រធានបទអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទៅអង្គភាពកិច្ចសហប្រតិបត្តិការសេដ្ឋកិច្ចអាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក (APEC) នៅពេលពួកគេធ្វើជាប្រធាន APEC។[21] អាស៊ានអាចជាស្ថាប័នប្រចាំតំបន់ដែលសកម្មបំផុតក្នុងការចូលរួម និងជំរុញរបៀបវារៈអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

ការភ្ជាប់ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទៅនឹងរបៀបវារៈអភិវឌ្ឍន៍សង្គមអាស៊ាន៖ នៅក្នុងអាស៊ាន អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នត្រូវបានគាំទ្រជាលក្ខណៈស្ថាប័ននៅក្រោម ACCMSME ដែលជាគណៈកម្មាធិការសម្របសម្រួលអាស៊ានសម្រាប់សហគ្រាសមីក្រូ ធុនតូច និងមធ្យម ដែលជាផ្នែកមួយនៃសហគមន៍សេដ្ឋកិច្ចអាស៊ាន (AEC)។ រហូតមកដល់ពេលនេះ មិនមានទំនាក់ទំនងរវាងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទៅនឹងការងាររបស់សហគមន៍វប្បធម៌សង្គមអាស៊ាន (ASCC) ដែលប្តេជ្ញាថា "...លើកកម្ពស់ជីវភាពរបស់ប្រជាជនអាស៊ាន ... កាត់បន្ថយភាពងាយរងគ្រោះ និងបង្កើនឱកាសនិងសុខុមាលភាពរបស់អ្នកដែលសង្គមមិនសូវគិតគូរនិងមិនរាប់បញ្ចូល"។ ឯកសារគោលឆ្នាំ 2025 របស់សហគមន៍វប្បធម៌សង្គមអាស៊ាន បានបញ្ជាក់ច្បាស់អំពីរបៀបវារៈកំណើនសេដ្ឋកិច្ចបរិយាប័ន្ន នៅក្រោមសហគមន៍សេដ្ឋកិច្ចអាស៊ាន និងការលើកកម្ពស់ "...ការទទួលបានឱកាសកាន់តែស្មើភាពគ្នាសម្រាប់ ប្រជាជនអាស៊ានទាំងអស់រួមទាំងក្រុមជនងាយរងគ្រោះនិងក្រុមជនដែលងាយគេបំភ្លេច(marginalized group) ... "។ ក្រៅពីការបង្កើនប្រាក់ចំណូលសម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋក្រីក្រដែលភាគច្រើននៃឧទាហរណ៍អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នមានភាពសកម្ម អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នក៏ផ្តោតលើការផ្តល់ផលិតផលនិងសេវាកម្មដែលមានតម្លៃសមរម្យ និងអាចទទួលបាន ដោយជាពលរដ្ឋក្រីក្រ និងក្រុមមនុស្សមានចំណូលទាប។ មាត្រទី 2 នេះមានទំនាក់ទំនងយ៉ាងខ្លាំងនឹងការងាររបស់សហគមន៍វប្បធម៌សង្គមអាស៊ាន។ មានឧទាហរណ៍ល្អៗ ជាច្រើនដែលវិស័យឯកជនបំពេញបន្ថែម ឬថែមទាំងផ្តល់សេវាកម្មដល់ប្រជាពលរដ្ឋក្រីក្រ និងប្រជាពលរដ្ឋងាយរង ក្នុងវិធីប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ភាពច្នៃប្រឌិត ប្រសិទ្ធភាពចំណាយ វិធីដ៏មានតម្លៃនិងប្រកបដោយបរិយាប័ន្ន ។ កម្មវិធីដែលអនុវត្តដោយប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន នៃសហគមន៍វប្បធម៌សង្គមអាស៊ាន ជាពិសេសសម្រាប់ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រអាចប្រើការច្នៃប្រឌិតថ្មីនៃវិស័យ

[21] ឧទាហរណ៍ 37 ការសិក្សាស្រាវជ្រាវអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នថ្នាក់តំបន់ស្តីពី APEC ត្រូវបានធ្វើក្នុងឆ្នាំ2016 និងបានពិភាក្សាក្នុងអំឡុងកិច្ចប្រជុំ APEC ឆ្នាំ2017។

ឯកជនដែលផ្តល់ដោយក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ ដូចនេះ មានឱកាសធ្វើការកាន់តែជិតស្និទ្ធជាមួយក្រុមការងារផ្សេងៗក្រោមសហគមន៍វប្បធម៌សង្គមអាស៊ាន ដូចជា គោលនយោបាយវិស័យ (សុខភាព ការអប់រំ និងសុខុមាលភាពសង្គម និងការអភិវឌ្ឍ) និងសម្រាប់ប្រធានបទតាមវិស័យនានា (ការអភិវឌ្ឍជនបទ និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ការផ្តល់អំណាចដល់ស្ត្រី និងពលកម្ម)។ ACCMSME អាចទាក់ទងស្ថាប័នសហគមន៍វប្បធម៌សង្គមអាស៊ាន ដើម្បីចាប់ផ្តើមការសន្ទនាបែបនេះ។

ភ្ជាប់ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នទៅនឹងរបៀបវារៈគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព៖ អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន គឺជាការចូលរួមចំណែកមួយរបស់វិស័យឯកជនក្នុងការសំរេចបាននូវគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព។ ដោយសារលក្ខណៈពិសេសសំខាន់នៃការចូលរួមជាមួយប្រជាជននៅផ្នែកខាងក្រោមនៃពីរ៉ាមីត អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នបានចូលរួមចំណែកដល់ SDG 1៖ គ្មានភាពក្រីក្រ។ បន្ថែមលើនេះ និងអាស្រ័យលើវិស័យ និងអាជីវកម្ម SDGs មួយ ឬច្រើនទៀតក៏ត្រូវបានគាំទ្រផងដែរ។

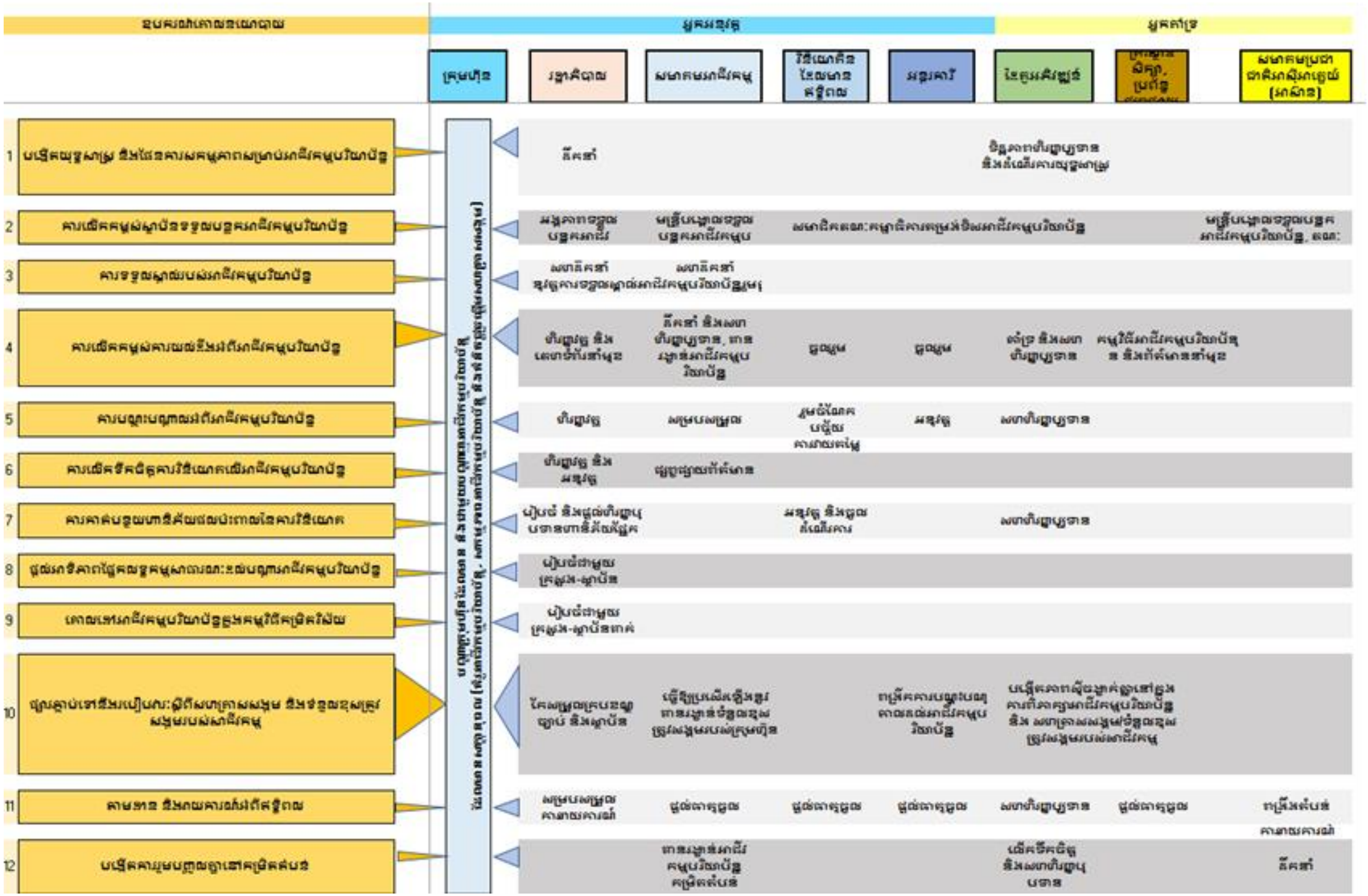
ដំណាក់កាលថ្មីនៃការចូលរួមរបស់អាស៊ានក្នុងអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននេះ នាពេលអនាគត នៅកម្រិតតំបន់ សកម្មភាពសក្តានុពលដូចខាងក្រោមត្រូវបានកំណត់ថាអាស៊ានអាចគាំទ្របន្ថែមទៀតដល់ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន៖

- ការកំណត់មន្ត្រីបង្គោលសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នដែលខិតខំប្រឹងប្រែងនៅក្នុង ACCMSME។
- បន្តធ្វើជាម្ចាស់ផ្ទះនៃកិច្ចប្រជុំកំពូលស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងពានរង្វាន់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យនៃការតែងតាំង និងការជ្រើសរើសនៃពានរង្វាន់អាស៊ានដែលអាចត្រូវបានប្រើដើម្បីទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ទាំងថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់តំបន់មាននៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ 7 នៃឯកសារគោលការណ៍ណែនាំ។
- ប្រមូលផ្តុំគ្នានូវមន្ត្រីបង្គោលជាតិសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ក្រៅពីកិច្ចប្រជុំកំពូលស្តីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន ដើម្បីផ្លាស់ប្តូរស៊ីជម្រៅថែមទៀតលើការអនុវត្តគោលនយោបាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
- សម្របសម្រួលការផ្លាស់ប្តូរចំណេះដឹង និងវិធីសាស្ត្រលើអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន រួមទាំងការទទួលស្គាល់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងការត្រួតពិនិត្យឥទ្ធិពលរបស់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។
- បន្តកិច្ចសហការជាមួយវិស័យឯកជនតាមរយៈ ASEAN-BAC និងក្រុមប្រឹក្សាអាជីវកម្មរួម ។
- ការប្តេជ្ញាចិត្តដើម្បីរាយការណ៍ជាមូលដ្ឋានពីរដងក្នុងមួយឆ្នាំ ស្តីពីការជឿនលឿនលើការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន និងឥទ្ធិពលដែលបានត្រូវបង្កើត។
- បង្កើតគេហទំព័រសម្រាប់អាជីវកម្មបរិយាប័ន្នអាស៊ាន ដោយភ្ជាប់ទៅនឹងគេហទំព័រអាជីវកម្មបរិយាប័ន្នរបស់ប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន និងវេទិកាឌីជីថលសកល។
- បង្ហាញពីសមិទ្ធផលអាស៊ានក្នុងការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅកម្រិតតំបន់និងពិភពលោក និងចូលរួមយ៉ាងសកម្មនៅក្នុងកិច្ចពិភាក្សាអន្តរជាតិដែលដែលតំណាងឱ្យតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍។
- ចូលរួមជាមួយដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ដើម្បីធានានូវការប្តេជ្ញាចិត្តផ្នែកបច្ចេកទេសនិងហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ការគាំទ្រប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន ដើម្បីអនុវត្តការអភិវឌ្ឍ និងការជំរុញគោលនយោបាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។ និង
- លើសពីនេះ អាស៊ាននិងប្រទេសជាសមាជិក អាចចែករំលែករឿងជោគជ័យ...

នៅផ្នែកខាងក្រោមនៃពីរ៉ាមីត តាមរយៈដំណោះស្រាយផ្នែកឯកជន. ជាមួយតំបន់ផ្សេងទៀត តាមរយៈការបង្កើតកិច្ចសន្ទនារវាងអ្នកខាងត្បូង (South-South dialogues)។[22]

[22] ជាឧទាហរណ៍, ការវិលត្រឡប់ទៅកិច្ចប្រជុំកំពូលស្ដីពីអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន នៅឆ្នាំ2019 ការសន្ទនាត្បូង - ត្បូង ត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយបណ្ដាញសកម្មភាពអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន (iBAN) រួមគ្នាជាមួយកម្ពុជា ម៉ាឡេស៊ី វៀតណាម និងនីហ្សេរីយ៉ា។ រដ្ឋាភិបាលនៃប្រទេសនីហ្សេរីយ៉ា និងសមាគមអាជីវកម្មរបស់ប្រទេសនេះបានស្វាគមន៍យ៉ាងខ្លាំងចំពោះការរៀនសូត្រ ហើយបច្ចុប្បន្នកំពុងស្ថិតនៅក្នុងដំណើរការនៃការសិក្សាស្ថានភាពស្រដៀងគ្នាជាមួយនឹងអនុសាសន៍គោលនយោបាយសម្រាប់ការជំរុញអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ន។

ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃឧបករណ៍គោលនយោបាយអាជីវកម្មបរិយាប័ន្ននិងតួនាទីសក្តានុពលរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗ



ASEAN: A Community of Opportunities for All

ASEAN

@ASEAN

@asean

www.asean.org