យុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្ម
តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

EIF Enhanced Integrated Framework

គណៈគ្រប់គ្រង៖

១. ឯកឧត្តម ប៉ាន សូរស័ក្តិ រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
២. លោកជំទាវ តឹករ៉េត កំរង រដ្ឋលេខាធិការ
៣. ឯកឧត្តម អ៊ុក ប្រជា រដ្ឋលេខាធិការ
៤. ឯកឧត្តម សំហេង បូរ៉ា អនុរដ្ឋលេខាធិការ
៥. ឯកឧត្តម រដ្ឋ សារ៉ាវុធ អគ្គនាយកពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ
៦. លោក សួន ប្រសិទ្ធិ អគ្គនាយករងពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ

អ្នករៀបរៀង៖

១. លោក ឡុង កែមវិចិត្រ អគ្គនាយករងពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ
២. លោក ជា ឡៃជា ប្រធានស្តីទីនាយកដ្ឋានសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ
៣. កញ្ញា ឯក សេរីរតន៍ អនុប្រធាននាយកដ្ឋានសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ
៤. លោក ហុង ប៊ុនសេង អនុប្រធាននាយកដ្ឋានសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ
៥. កញ្ញា ប៉ា សុខចាន់ណា អនុប្រធានការិយាល័យសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ
៦. កញ្ញា យ៉ង់ ម៉ារីយ៉ា អនុប្រធានការិយាល័យសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ
៧. លោកស្រី អ៊ឹង សូនីតា មន្ត្រីនាយកដ្ឋានសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ

គាំទ្រដោយ៖

- **នាយកដ្ឋានសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ**

  ១. លោកស្រី ម៉ម ម៉ានី
  ២. លោក គិម លីដែធ
  ៣. លោកស្រី ឡាយ សុផល
  ៤. លោក ក្លឹង ឌូរ៉ា
  ៥. លោក ដួង វណ្ណារិទ្ធ
  ៦. លោក ស៊ូ វុឌ្ឍី
  ៧. លោក ស៊ីន សុខជីវិន
  ៨. លោកស្រី ប៉ូ រតនា
  ៩. លោកស្រី ដានីរ័ត្ន ឧត្តមលាភីធីតា
  ១០. កញ្ញា ឈុន ស្រីអូន
  ១១. លោក សេក ច័ន្ទដារ៉ា
  ១២. លោក ស៊ុំ សីហា
  ១៣. កញ្ញា ប៊ុន ធីម
  ១៤. លោក ប៊ុន ដារ៉ាវុធ
  ១៥. លោក ហៀប វ៉ាន់ដា
  ១៦. លោកស្រី សាន សុលិតា
  ១៧. លោក ផល ផានុត
  ១៨. លោកស្រី អ៊ឹម ចាន់ដារ័ត្ន
  ១៩. លោក ទ្រី គឹមអាន
  ២០. កញ្ញា យុត ដារីយ៉ា

- **ទីប្រឹក្សា**

  ១. លោក Rahul Bhatnagar
  ២. លោក វុន វិធុរ័ត្ន
  ៣. លោក តាន់ ទ្រី

ដឹកនាំរៀបចំដោយ៖

ចូលរួមសហការដោយ៖

គាំទ្រដោយ៖

Enhanced Integrated Framework

អារម្ភកថា

នៅក្នុងបរិបទនៃបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម៤.០ បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលគឺជាគន្លឹះដ៏សំខាន់ក្នុងការជំរុញភាពប្រកួតប្រជែងរបស់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម និងដំណើរការអាជីវកម្ម ដែលរួមចំណែកដល់ការលើកកម្ពស់ផលិតភាព បង្កើនការនាំចេញ បង្កើតការងារ និងជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាតិ។ ដោយមើលឃើញពីចក្ខុវិស័យវែងឆ្ងាយក្នុងការចាប់យកកាលានុវត្តភាពពីបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម៤.០ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា នីតិកាលទី៦នៃរដ្ឋសភា បានរំលេចអំពី «**ការរៀបចំខ្លួនសម្រាប់ការរីកចម្រើននៃសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងឆ្លើយតបទៅនឹងបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម៤.០**» ក្នុងចតុកោណទី២ មុំទី៣ នៃយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី៤។ ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល ក៏ជាការឆ្លើយតបទៅនឹងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ២០១៩-២០២៣ និងគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍន៍ឧស្សាហកម្ម២០១៥-២០២៥ ក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ធ្វើពិពិធកម្មសេដ្ឋកិច្ចតាមរយៈការលើកកម្ពស់សមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងស្រុកឱ្យផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងខ្សែច្រវាក់តម្លៃតំបន់ និងសកលលោកផងដែរ។

ដើម្បីរួមចំណែកក្នុងការសម្រេចឱ្យបាននូវចក្ខុវិស័យគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ដូចមានចែងខាងលើ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ក្រោមការឧបត្ថម្ភហិរញ្ញប្បទានពីស្ថាប័ន **ក្របខ័ណ្ឌពង្រឹងសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្ម** (Enhanced Integrated Framework – EIF) បានរៀបចំឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីជាផែនទីបង្ហាញផ្លូវដល់ការអភិវឌ្ឍវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងក្របខ័ណ្ឌរួមមួយ ដោយវិស័យនេះជាវិស័យថ្មីទើបនឹងលេចឡើង ប៉ុន្តែជាវិស័យប្រកបដោយសក្តានុពលខ្ពស់ក្នុងការបង្កើតប្រភពកំណើនថ្មីសម្រាប់សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា។ យុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក បានរៀបចំឡើងដោយមានលក្ខណៈប្រទាក់ក្រឡា និងឆ្លើយតបទៅនឹងអនុសាសន៍ដែលមានកំណត់ក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទាក់ទងនឹងវិស័យពាណិជ្ជកម្មផ្សេងៗទៀត ដូចជា យុទ្ធសាស្ត្រសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជាឆ្នាំ២០១៩-២០២៣ ដែលក្នុងនោះបានកំណត់យកជំពូកទី១០ ស្តីពីសេវាកម្ម ជំពូកទី១១ ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងជំពូកទី១២ ស្តីពីសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងបដិវត្តន៍ឧស្សាកម្ម៤.០ ជាប្រភពនៃកំណើនថ្មី ផែនការមេបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍កម្ពុជា២០២០ និងឯកសារវិភាគការត្រៀមខ្លួនរបស់កម្ពុជាសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក (Cambodia eTrade Readiness Assessment) ដែលបានរៀបចំឡើងដោយអង្គការ UNCTAD នៅឆ្នាំ២០១៧។ ដោយវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមានលក្ខណៈអន្តរវិស័យ យុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ត្រូវបានសម្រិតសម្រាំងឱ្យមានលក្ខណៈសមស្របទៅនឹងឯកសារគោលនយោបាយ យុទ្ធសាស្ត្រតាមវិស័យរបស់ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដទៃទៀតផងដែរ។

ក្រៅពីការឆ្លើយតបទៅនឹងក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយស្តីពីសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម៤.០ យុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក បានរៀបចំឡើងក្នុងពេលវេលាដ៏ត្រឹមត្រូវ ស្របពេលដែលច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានព្រះមហាក្សត្រឡាយព្រះហស្តលេខាប្រកាសឱ្យប្រើប្រាស់កាលពីថ្ងៃទី០២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩ កន្លងទៅ។ ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនឹងបម្រើជាមូលដ្ឋានគតិយុត្តដ៏មានសារៈសំខាន់ដល់ការអភិវឌ្ឍវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ជាពិសេសក្នុងកិច្ចការពារផលប្រយោជន៍ និងកសាងទំនុកចិត្តខ្ពស់ដល់អតិថិជនក្នុងការប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក៏ដូចជាទាក់ទាញវិនិយោគិនទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេស ដើម្បីវិនិយោគក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិកត្រូនិកនៅកម្ពុជា។ លើសពីនោះទៀត ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក៏ជាប្រធានបទមួយដ៏សំខាន់នៅក្នុងការចរចាកិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មនានាក្នុង

ក្របខ័ណ្ឌតំបន់ និងពិភពលោក។ ជាក់ស្ដែងកម្ពុជាបានចុះហត្ថលេខា និងអនុម័តយល់ព្រមលើកិច្ចព្រមព្រៀងអាស៊ានស្ដីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៃក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តសម្រាប់ជំរុញកំណើនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងតំបន់អាស៊ាន។ ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក៏ជាផ្នែកមួយនៃកិច្ចព្រមព្រៀងភាពជាដៃគូសេដ្ឋកិច្ចគ្រប់ជ្រុងជ្រោយតំបន់ (RCEP) ហើយក៏មានការចរចាយ៉ាងផុសផុលផងដែរនៅអង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោកដើម្បីចងក្រងជាកិច្ចព្រមព្រៀងក្របខ័ណ្ឌអង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោកផងដែរ។

ក្នុងបដិការនេះ ឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ពិតជាស័ក្តិសមណាស់ក្នុងបរិបទបច្ចេកវិទ្យាទំនើប ការវិវត្តន៍នៃប្រទេស និងស្របទៅនឹងនិន្នាការតំបន់ និងពិភពលោក។ ក៏ប៉ុន្តែ ការប្រែក្លាយនៃរបត់ពាណិជ្ជកម្មបែបប្រពៃណីមកជាការធ្វើពាណិជ្ជកម្មបែបទំនើបតាមបច្ចេកវិទ្យានឹងនាំមកនូវកាលានុវត្តភាព និងភាពប្រឈមព្រមៗគ្នាក្នុងពេលតែមួយ ដែលទាមទារឱ្យមានការវិភាគច្បាស់លាស់ និងស៊ីជម្រៅដើម្បីលើកជាអនុសាសន៍គោលនយោបាយ ក្នុងគោលបំណងជំរុញការអភិវឌ្ឍវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឱ្យសម្រេចបានជាផ្លែផ្កានិងនាំមកនូវផលប្រយោជន៍ពេញលេញសម្រាប់កម្ពុជា។ ការវិភាគទៅលើប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីទាំង១០ នៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកបានទទួលការចូលរួមយ៉ាងកុះករពីអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ ទាំងក្រសួង-ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល វិស័យឯកជន និងតួអង្គគាំទ្រដទៃទៀត ដោយបានចូលរួមយោបល់ និងគំនិតផ្តួចផ្តើមលើការងារច្រើនប្រភេទ និងមានភាពប្រទាក់ក្រឡាដែលទាក់ទងនឹងវិស័យនេះ ដែលជាកត្តាសំខាន់ដល់ការសម្រេចបាននូវចក្ខុវិស័យនៃយុទ្ធសាស្ត្រនេះ។ ជាមួយគ្នានេះផងដែរ ឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក៏បានដាក់ចេញនូវផែនការសកម្មភាពដែលកំណត់នូវសកម្មភាពទាំងឡាយដែលត្រូវអនុវត្តបន្ត ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍វិស័យនេះសំដៅទទួលបានឧត្តមប្រយោជន៍ពេញលេញជូនប្រជាជនកម្ពុជា។ ការអនុវត្តឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រ និងផែនការសកម្មភាព ទាមទារឱ្យមានការយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ និងការចូលរួមយ៉ាងសកម្មពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងវិស័យសាធារណៈ វិស័យឯកជន និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ផងដែរ។

ខ្ញុំមានសេចក្តីជឿជាក់ថា ការអនុវត្តប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនៃឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនេះនឹងនាំមកនូវការអភិវឌ្ឍយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ព្រមទាំងនាំមកនូវផលប្រយោជន៍ និងវិបុលភាពជូនប្រជាជនកម្ពុជា។ ជាមួយនោះដែរ ខ្ញុំក៏សង្ឃឹមយ៉ាងមុតមាំថា ឯកសារយុទ្ធសាស្ត្រនេះនឹងក្លាយជាឯកសារចម្បងមួយក្នុងការរួមចំណែកដល់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចជាតិ ជាពិសេសក្នុងការប្រែក្លាយសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាទៅជាសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលនាពេលអនាគត ក៏ដូចជាការរួមចំណែកដល់ការសម្រេចបាននូវចក្ខុវិស័យរបស់កម្ពុជាក្នុងការវិវត្តន៍ទៅជាប្រទេសមានចំណូលមធ្យមកម្រិតខ្ពស់ក្នុងឆ្នាំ២០៣០ និងប្រទេសមានចំណូលខ្ពស់ក្នុងឆ្នាំ២០៥០។

ថ្ងៃពុធ ១០កើត ខែមិគសិរ ឆ្នាំជូត ទោស័ក ព.ស.២៥៦៤

ធ្វើនៅរាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី២៥ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២០

រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

ប៉ាន សូរស័ក្តិ

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅជូនចំពោះ **ឯកឧត្តម ប៉ាន សូរស័ក្តិ** រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដែលបានផ្តល់ការគាំទ្រ ជ្រោមជ្រែង និងផ្តល់អនុសាសន៍ជាគោលនយោបាយ ព្រមទាំងបានលើកទឹកដល់ក្រុមការងារ ក្នុងដំណើរការនៃការរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រដ៏មានសារៈសំខាន់នេះ។ សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណជាពិសេសជូនចំពោះ **លោកជំទាវ តឹករ៉េត កំរេខ** រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម **ឯកឧត្តម សំហេខ ម៉ូរ៉ា** អនុរដ្ឋលេខាធិការ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងក្រុមការងារនៃនាយកដ្ឋានសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្មទាំងអស់ដែលបាន ដឹកនាំ សម្របសម្រួល និងរៀបរៀងយុទ្ធសាស្ត្រនេះ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណផងដែរជូនចំពោះតំណាងរបស់អន្តរក្រសួង-ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល សភាពាណិជ្ជកម្ម សមាគម វិស័យឯកជន ក្រុមហ៊ុន សហគ្រាស គ្រឹះស្ថានបណ្តុះបណ្តាល និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ទាំងអស់ ដែលបានចូលរួមយ៉ាងផុសផុល និងបានផ្តល់យោបល់ និងអនុសាសន៍នានា ដែលរឹតតែធ្វើឱ្យយុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក នេះមានភាពសុក្រឹត និងសមស្របទៅនឹងបរិបទវិស័យ។ យុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយមានការចូលរួមពីសំណាក់ក្រសួង-ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាលចំនួន ១៨ និងស្ថាប័នឯកជន គ្រឹះស្ថានបណ្តុះបណ្តាល និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍សរុបចំនួន ៦០ ស្ថាប័ន ដោយមានអ្នកចូលរួមសរុបប្រមាណ ២២០ នាក់ ដែលធ្វើឱ្យយុទ្ធសាស្ត្រនេះ មានកម្រិតបរិយាប័ន្នខ្ពស់ និងគ្របដណ្តប់គ្រប់ជ្រុងជ្រោយនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

យុទ្ធសាស្ត្រនេះអាចរៀបចំទៅបានតាមរយៈជំនួយពីស្ថាប័នក្របខ័ណ្ឌពង្រឹងសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្ម (Enhanced Integrated Framework (EIF)) ដែលបានផ្តល់ជាជំនួយហិរញ្ញប្បទានក្នុងការរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រនេះ។ ស្ថាប័ន EIF ក៏ជាម្ចាស់ជំនួយដែលគាំទ្រគម្រោងដទៃទៀត ដើម្បីលើកកម្ពស់ភាពប្រកួតប្រជែង និងការធ្វើពិពិធកម្ម និងពង្រឹងវិស័យផលិតភាពនៅកម្ពុជា ផងដែរ។

មាតិកា

អក្សរកាត់ និងនិយមន័យ viii
សេចក្តីសង្ខេប xii
ជំពូកទី១ យុទ្ធសាស្រ្តគោលនយោបាយ និងផ្នែកសម្របសម្រួលស្ថាប័ន ១
ជំពូកទី២ ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិ ៩
ជំពូកទី៣ បទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ២១
ជំពូកទី៤ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទូរគមនាគមន៍ ៣៣
ជំពូកទី៥ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដំនាញឌីជីថល ៤៣
ជំពូកទី៦ ប្រព័ន្ធទូទាត់ ៥៥
ជំពូកទី៧ ភស្តុភារកម្មពាណិជ្ជកម្មក្នុងស្រុក ៦៧
ជំពូកទី៨ ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន ៧៧
ជំពូកទី៩ ការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន ៨៧
ជំពូកទី១០ ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និងការគាំទ្រទីផ្សារ ៩៧
ផែនការសកម្មភាព ១០៥

១. យុទ្ធសាស្រ្តគោលនយោបាយ និងផ្នែកសម្របសម្រួលស្ថាប័ន ១០៥
២. ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិ ១០៧
៣. បទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ១១១
៤. ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទូរគមនាគមន៍ ១១៩
៥. ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញឌីជីថល ១២៥
៦. ប្រព័ន្ធទូទាត់ ១៣៥
៧. ភស្តុភារកម្មពាណិជ្ជកម្មក្នុងស្រុក ១៣៨
៨. ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន ១៤៣
៩. ការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន ១៥០
១០. ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្មនិងការគាំទ្រទីផ្សារ ១៥៣
១១. ការអនុវត្ត ១៥៥

អក្សរកាត់ និងនិយមន័យ

Acronym	Definition	និយមន័យ
3PL	Third-Party Logistics	ការដឹកជញ្ជូនដោយភាគីទី៣
AMCHAM	American Chamber of Commerce	សភាពាណិជ្ជកម្មអាមេរិកនៅកម្ពុជា
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations	សមាគមប្រជាជាតិអាស៊ីអាគ្នេយ៍
ATIGA	ASEAN Trade in Goods Agreement	កិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មអាស៊ានលើទំនិញ
B2B	Business-to-Business	ធុរកិច្ចទៅធុរកិច្ច
B2C	Business-to-Consumer	ធុរកិច្ចទៅអ្នកប្រើប្រាស់
BRITCHAM	The British Chamber of Commerce in Cambodia	សភាពាណិជ្ជកម្មអង់គ្លេសនៅកម្ពុជា
CBC	Credit Bureau of Cambodia	ការិយាល័យឥណទានកម្ពុជា
CBRD	Capacity Building Research and Development	មូលនិធិនៃការកសាងសមត្ថភាព ការស្រាវជ្រាវ និងការអភិវឌ្ឍន៍
CCC	Cambodia Chamber of Commerce	សភាពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជា
CDC	The Council for the Development of Cambodia	ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា
CDS	Customs Declaration System	ប្រព័ន្ធប្រតិវេទន៍គយ
CFOCN	Cambodia Fiber Optic Communication Network	បណ្តាញខ្សែកាបអុបទិកកម្ពុជា
CP	Cambodia Post	ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា
CO	Certificate of Origin	វិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ដើមកំណើតទំនិញ
COD	Cash on Delivery	ការទូទាត់សាច់ប្រាក់ពេលដែលប្រគល់ទំនិញ
CRVS	Civil Registration and Vital Statistics	អត្រានុកូលដ្ឋាន និងស្ថិតិសំខាន់
CTIS	Cambodia Trade Integration Strategy	យុទ្ធសាស្ត្រសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជា
EDI	Electronic Data Interchange	ប្រព័ន្ធផ្លាស់ប្តូរទិន្នន័យតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក
E-DTA	Electronic Double Tax Agreement	ការស្នើសុំជៀសវាងការយកពន្ធត្រួតគ្នាតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក
EUROCHAM	European Chamber of Commerce in Cambodia	សភាពាណិជ្ជកម្មអឺរ៉ុបនៅកម្ពុជា
ECOSOCC	Economic, Social & Cultural Council	ក្រុមប្រឹក្សាវប្បធម៌ សង្គម និងសេដ្ឋកិច្ច
EIF	Enhanced Integrated Framework	ក្របខ័ណ្ឌពង្រឹងសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្ម

FASMEC	Federation of Associations for SMEs of Cambodia	សហព័ន្ធសមាគមសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅកម្ពុជា
FDI	Foreign Direct Investment	ការវិនិយោគផ្ទាល់ពីបរទេស
FinTech	Financial Technology	បច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ
FI	Financial Institute	គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ
FSDS	Financial Services Development Strategy	យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍សេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុ
FTA	Free Trade Agreement	កិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្មសេរី
G2B	Government to Business	រដ្ឋាភិបាលដើម្បីធុរកិច្ច
G2C	Government to Citizen	រដ្ឋាភិបាលដើម្បីប្រជាពលរដ្ឋ
GATS	General Agreement on Trade in Services	កិច្ចព្រមព្រៀងទូទៅស្តីពីពាណិជ្ជកម្មសេវាកម្ម
GDCE	General Department of Customs and Excise of Cambodia	អគ្គនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករកម្ពុជា
GDP	Gross Domestic Product	ផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប
GDT	General Department of Taxation	អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ
GNI	Gross National Income	ចំណូលជាតិសរុប
GPS	Global Positioning System	ប្រព័ន្ធកំណត់ទីតាំងសកល
GSMA	Global System for Mobile Communication	ប្រព័ន្ធសកលសម្រាប់ទូរស័ព្ទចល័ត
ICT	Information and Communications Technology	បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍
IFC	International Finance Corporation	សាជីវកម្មហិរញ្ញវត្ថុអន្តរជាតិ
IOT	Internet of Things	ឧបករណ៍ពឹងផ្អែកលើអ៊ីនធឺណិត
IPIS	Integrated Population Identification System	ប្រព័ន្ធកំណត់អត្តសញ្ញាណប្រជាជន
IPS	International Postal System	ប្រព័ន្ធប្រៃសណីយ៍អន្តរជាតិ
ISP	Internet Service Provider	អ្នកផ្តល់សេវាអ៊ីនធឺណិត
IT	Information Technology	ព័ត៌មានវិទ្យា
ITU	International Telecommunication Union	សហជីពទូរគមនាគមន៍អន្តរជាតិ
IXP	Internet Exchange Points	ចំណុចផ្លាស់ប្តូរអ៊ីនធឺណិត
JICA	Japanese International Cooperation Agency	ទីភ្នាក់ងារសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិនៃប្រទេសជប៉ុន
KYC	Know Your Customer	ស្គាល់អតិថិជនរបស់អ្នក
LDC	Least Developed Country	ប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍តិចតួច
LMP	Logistic Master Plan	ផែនការមេភស្តុភារកម្ម
MC11	Ministerial Conference 11	សន្និសីទថ្នាក់រដ្ឋមន្ត្រីទី១១

MAFF	Ministry of Agriculture Forestry and Fisheries	ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
MDI	Microfinance Deposit-Taking Institution	គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុទទួលប្រាក់បញ្ញើ
MEF	Ministry of Economy and Finance	ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ
MFAIC	Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation	ក្រសួងការបរទេស និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ
MFI	Microfinance Institutions	គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ
MISTI[៩]	Ministry of Industry, Science, Technology and Innovation	ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍
MIT	Massachusetts Institute of Technology	វិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យា Massachusetts
MLMUPC	Ministry of Land Management, Urban Planning and Construction	ក្រសួងរៀបចំដែនដី នគរូបនីយកម្ម និងសំណង់
MME	Ministry of Mine and Energy	ក្រសួងរ៉ែ និងថាមពល
MNO	Mobile Network Operator	ប្រតិបត្តករបណ្ដាញទូរស័ព្ទចល័ត
MOC	Ministry of Commerce	ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
MOEYS	Ministry of Education, Youth and Sport	ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
MOI	Ministry of Interior	ក្រសួងមហាផ្ទៃ
MOIN	Ministry of Information	ក្រសួងព័ត៌មាន
MOJ	Ministry of Justice	ក្រសួងយុត្តិធម៌
MOP	Ministry of Planning	ក្រសួងផែនការ
MOU	Memorandum of understanding	អនុស្សរណៈយោគយល់
MOH	Ministry of Health	ក្រសួងសុខាភិបាល
MPTC	Ministry of Posts and Telecommunications	ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍
MPWT	Ministry of Public Works and Transport	ក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន
NACC	National Anti-Cybercrime Committee	គណៈកម្មាធិការជាតិប្រឆាំងបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន
NBC	National Bank of Cambodia	ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា
NCPC	National Consumer Protection Committee	គណៈកម្មាធិការជាតិការពារអ្នកប្រើប្រាស់
NEA	National Employment Agency	ទីភ្នាក់ងារជាតិមុខរបរ និងការងារ
NGO	Non-Governmental Organization	អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល
NIPTICT	National Institute of Posts, Telecoms & ICT	វិទ្យាស្ថានជាតិប្រៃសណីយ៍ ទូរគមនាគមន៍ បច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍ និងព័ត៌មាន
NSDP	National Strategic Development Plan	ផែនការអភិវឌ្ឍន៍យុទ្ធសាស្ត្រជាតិ

[៩] មុនហៅថា ក្រសួងឧស្សាហកម្ម និងសិប្បកម្ម

NSPI	National Strategic Plan for Identification	ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិសម្រាប់អត្តសញ្ញាណកម្ម
NSW	National Single Window	ប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិ
NSWSC	Cambodia National Single Window Steering Committee	គណៈកម្មាធិការបញ្ជរតែមួយជាតិ
NTFC	National Trade Facilitation Committee	គណៈកម្មាធិការជាតិកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្ម
P2P	Peer-to-Peer	បុគ្គលម្នាក់ទៅបុគ្គលម្នាក់
POS	Point of Sale	ចំណុចនៃការលក់
PPP	Public Private Partnership	ភាពជាដៃគូ រវាងរដ្ឋាភិបាល និងវិស័យឯកជន
PSI	Payment Service Institutions	ស្ថាប័នប្រព័ន្ធទូរទាត់
PSP	Payment Service Providers	អ្នកផ្តល់ប្រព័ន្ធទូរទាត់
RCEP	Regional Comprehensive Economic Partnership	ភាពជាដៃគូសេដ្ឋកិច្ចគ្រប់ជ្រុងជ្រោយតំបន់
RCI	Reserve Capital Instruments	ឧបករណ៍មូលធនបម្រុងទុក
RGC	Royal Government of Cambodia	រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា
SME	Small & Medium Enterprises	សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម
TPO	Trade Promotion Organisation	អង្គការជំរុញពាណិជ្ជកម្ម
TSC	Techo Startup Center	មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ"
TVET	Technical and Vocational Education and Training	ការអប់រំបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេស និងវិជ្ជាជីវៈ
UNDP	United Nations Development Programme	កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហប្រជាជាតិ
USO	Universal Service Obligation	មូលនិធិកាតព្វកិច្ចសេវាសកលទូរគមនាគមន៍
USOF	Universal Service Obligation Fund	មូលនិធិកាតព្វកិច្ចសេវាកម្មសកល
VAT	Value-Added Tax	អាករលើតម្លៃបន្ថែម
VC	Venture Capital	ដើមទុនបណ្តាក់ទុន
WB	World Bank	ធនាគារពិភពលោក
WTO	World Trade Organization	អង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក

សេចក្តីសង្ខេប

សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលរបស់កម្ពុជាជាពិសេសផ្នែកពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ទទួលបាននូវកំណើនយ៉ាងឆាប់រហ័សក្នុងរយៈពេលមួយទសវត្សរ៍ចុងក្រោយនេះ។ ក្នុងអំឡុងពេលនោះ ការប្រើប្រាស់អ៊ិនធឺណិតក៏មានការកើនឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ព្រមទាំងមានភាពងាយស្រួល និងមានតម្លៃសមរម្យ ហើយអ្នកប្រើប្រាស់ក៏កាន់តែមានភាពទំនើបបន្តិចម្តងៗទាក់ទងនឹងការស្រូបយកមាតិកាតាមបណ្តាញសង្គម មាតិកាក្នុងស្រុក និងសេវាកម្មដែលមានតម្លៃបន្ថែមលើទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃ។

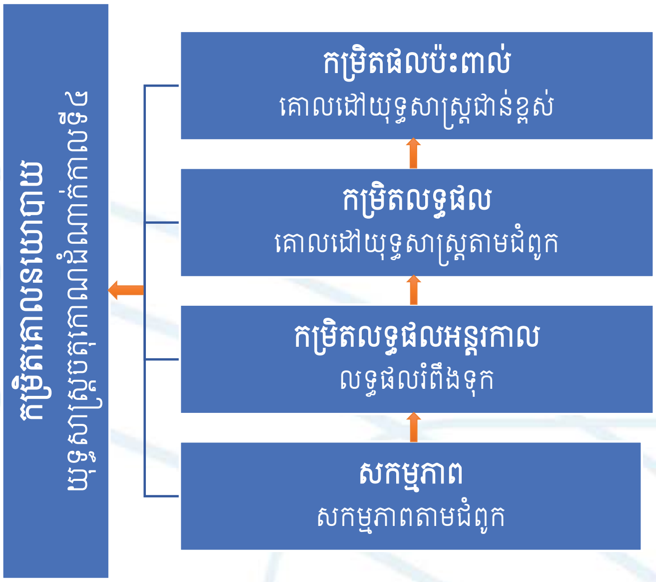
ចំពោះគោលនយោបាយវិញ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានធ្វើកំណែទម្រង់ដែលមានមូលដ្ឋានទូលំទូលាយជាច្រើនក្នុងគោលបំណងពង្រឹងភាពប្រកួតប្រជែងនិងធ្វើពិពិធកម្មមូលដ្ឋានផលិតកម្ម និងសម្រេចបាននូវកំណើនសេដ្ឋកិច្ច-ពាណិជ្ជកម្មតាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា និងការប្រែក្លាយឌីជីថល។ គោលបំណងទាំងនេះត្រូវបានចែងនៅក្នុងរបៀបវារៈអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ ជាពិសេសនៅក្នុង យុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី៤ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ ២០១៩-២០២៣ គោលនយោបាយអភិវឌ្ឍន៍ឧស្សាហកម្ម២០១៥-២០២៥ ផែនការមេបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍កម្ពុជាឆ្នាំ២០២០ និងយុទ្ធសាស្ត្រសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជាឆ្នាំ២០១៩-២០២៣។ លើសពីនេះទៀត ច្បាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលត្រូវបានអនុម័តនាពេលថ្មីៗនេះបានចាប់ផ្តើមនូវយុគសម័យថ្មីមួយដោយបង្កើតជាមូលដ្ឋានច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិដែលមានសារៈសំខាន់ខ្ពស់ក្នុងការគាំទ្រដល់កំណើននៃវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

ចំពោះផ្នែកឯកជន សកម្មភាពធុរកិច្ចបច្ចេកវិទ្យាថ្មីកំពុងមានការកើនឡើងដោយអមជាមួយការបង្កើនសកម្មភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនបណ្តាក់ទុន ដែលសកម្មភាពទាំងនោះបានឆ្លុះបញ្ចាំងពីការកើនឡើងនូវទំនុកចិត្តរបស់សហគមន៍វិនិយោគិនទៅលើសក្តានុពលនៃទីផ្សារដែលមិនទាន់មានការចាប់យកនៅឡើយ។ ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកជាច្រើន ទាំងក្រុមហ៊ុនជាតិ និងអន្តរជាតិ បានលេចឡើងនៅក្នុងផ្នែកផ្សេងៗនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ហើយផ្នែកមួយដែលមានការរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័សគឺប្រព័ន្ធទូទាត់ប្រាក់តាមទូរស័ព្ទចល័តដែលឆ្លុះបង្ហាញថា អ្នកប្រើប្រាស់មានឆន្ទៈក្នុងការពិសោធន៍ជាមួយការទូទាត់ប្រាក់តាមទូរស័ព្ទចល័ត ហើយអាជីវកម្មក៏មានការពេញចិត្តនឹងផ្តល់សេវាទាំងនោះជូននៅក្នុងទីផ្សារផងដែរ។ ជាមួយនោះដែរ តួនាទីរបស់បណ្តាញផ្សព្វផ្សាយសង្គមក៏មានសារៈសំខាន់ ហើយសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មតាមបណ្តាញសង្គមបានជំរុញឱ្យមានការលេចឡើងនៃសហគ្រិនខ្នាតមីក្រូដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មជាលក្ខណៈអតិថិជនទៅអតិថិជន ហើយសកម្មភាពបែបនេះបានឆ្លុះបញ្ចាំងពីសារៈសំខាន់នៃការបង្កើតវត្តមានរបស់អាជីវកម្មនៅក្នុងអ៊ិនធឺណិតនៅក្នុងយុគសម័យឌីជីថលនេះផងដែរ។

ដោយយោងលើគំនិតផ្តួចផ្តើម និងគោលនយោបាយ ដែលមានការសង្កត់ធ្ងន់លើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដោយរាជរដ្ឋាភិបាល និងដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងសកម្មភាពដ៏ផុសផុលរបស់វិស័យឯកជននៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក យុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានរៀបចំឡើង

ក្នុងគោលបំណងជំរុញការលូតលាស់ដោយចីរភាពនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក តាមរយៈការសម្របសម្រួលប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពរបស់វិស័យសាធារណៈ សំដៅធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវបរិយាកាសអាជីវកម្មពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងតាមរយៈការអនុវត្តផែនការសកម្មភាពដែលមានភាពប្រទាក់ក្រឡា និងឆ្លើយតបជាក់ស្តែងទៅនឹងតម្រូវការរបស់វិស័យនេះនៅកម្ពុជា។ នៅក្នុងន័យនេះ យុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកបានពិនិត្យលម្អិតលើសមាសធាតុចំនួន ១០ រួមមាន៖ (១) យុទ្ធសាស្ត្រគោលនយោបាយ និងផ្នែកសម្របសម្រួលស្ថាប័ន (២) ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិ (៣) បទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (៤) ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ (៥) ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញឌីជីថល (៦) ប្រព័ន្ធទូទាត់ (៧) ភស្តុភារកម្មពាណិជ្ជកម្មក្នុងស្រុក (៨) ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន (៩) ការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន និង (១០) ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និងការគាំទ្រទីផ្សារ។

ដើម្បីទាញយកកាលានុវត្តភាពក៏ដូចជាដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រជាន់ខ្ពស់ចំនួន ៥ ត្រូវបានស្នើឡើងសម្រាប់ក្របខ័ណ្ឌអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រនេះ។ គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រជាន់ខ្ពស់ទាំងនេះបានរួមបញ្ចូលទាំងគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនៃសមាសធាតុប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីអេឡិចត្រូនិកនីមួយៗនៃយុទ្ធសាស្ត្រនេះ តាមទម្រង់នៃទ្រឹស្តីនៃការផ្លាស់ប្តូរដូចខាងក្រោម៖



គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រទី១៖ លើកកម្ពស់បរិយាកាសធុរកិច្ច ក្របខ័ណ្ឌបទប្បញ្ញត្តិ និងការសម្របសម្រួលស្ថាប័ន

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះមានគោលបំណងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវបរិយាកាសធុរកិច្ចទាំងមូល និងក្របខ័ណ្ឌបទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ទាំងក្នុងដំណើរការទាក់ទងនឹងការចុះបញ្ជី និងការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណដល់អាជីវកម្មជាពិសេសសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ការទទួលបានព័ត៌មាន លទ្ធភាពទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុ និងបញ្ហាផ្សេងៗទៀត។ ក្របខ័ណ្ឌអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនឹងពិនិត្យឡើងវិញដើម្បីស្វែងយល់អំពីបញ្ហា

ប្រឈមដែលទាមទារឱ្យមានការកែលម្អលើបទប្បញ្ញត្តិ និងការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ នៅកម្រិតស្ថាប័ន ការយល់ដឹងអំពីវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនឹងត្រូវបានពង្រឹងដើម្បីផ្តល់នូវការគាំទ្រដែលមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ដល់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រទី២៖ បង្កើនសមត្ថភាពសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងបង្កើនការសម្របសម្រួលនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះមានគោលបំណងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវសមត្ថភាពផ្នែកខាងតម្រូវការសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងអ្នកតំណាងវិស័យឯកជនដូចជាសភាពាណិជ្ជកម្ម និងសមាគមវិស័យឯកជនដើម្បីយល់ច្បាស់អំពីឱកាស និងនិន្នាការនៅក្នុងវិស័យនេះ សម្រាប់ចូលរួមក្នុងការពិគ្រោះយោបល់ជាមួយ និងផ្តល់អនុសាសន៍ជាជំហររួមជាទៀងទាត់ដល់អ្នកបង្កើតគោលនយោបាយ។ នៅក្នុងការងារនេះ សភាពាណិជ្ជកម្ម និងសមាគមវិស័យឯកជន ចាំបាច់ត្រូវអភិវឌ្ឍជំហររបស់ខ្លួនសម្រាប់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលដែលមានលក្ខណៈទូលំទូលាយតាមរយៈការរៀបចំសៀវភៅស ឬការចូលរួមជាទៀងទាត់ក្នុងការពិគ្រោះយោបល់សាធារណៈ និងឯកជន។

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រទី៣៖ លើកកម្ពស់ការដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុកនិងឆ្លងកាត់ព្រំដែន

សមាសភាគភស្តុភារកម្មគឺជាផ្នែកមួយដែលមានកង្វះខាតច្រើនក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ការសិក្សាលើភស្តុភារកម្មនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រនេះមានពីរផ្នែកគឺទី១ ផ្តោតលើការដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុកតាមរយៈការជួយដល់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពក្នុងសហគ្រាសផ្ទាល់ និងកាត់បន្ថយភាពបែកខ្ញែកនៃការផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនជាភាគីទីបី (3PL) ដោយបង្កើនសមត្ថភាព និងកិច្ចសហការគ្នា។ មួយវិញទៀត ដោយទទួលស្គាល់ពីបញ្ហាប្រឈមនឹងអាសយដ្ឋានរូបវន្ត ដំណោះស្រាយផ្សេងៗដូចជាអាសយដ្ឋាននិមិត្តរូបអាចត្រូវបានពិនិត្យ និងយកទៅអនុវត្ត ហើយការធ្វើវិសិដ្ឋកម្មសមត្ថភាពរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជាក៏ជាការងារអាទិភាពមួយបន្ថែមលើការជំរុញភាពប្រកួតប្រជែងសម្រាប់អ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនកញ្ចប់អីវ៉ាន់ក្នុងស្រុក។ សម្រាប់ភស្តុភារកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនគឺស្របតាមចក្ខុវិស័យក្នុងការជំរុញពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឆ្លងកាត់ព្រំដែនដើម្បីធានាបាននូវកំណើនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកយូរអង្វែងនៅកម្ពុជា ហើយទាក់ទងនឹងការងារនេះ ការងារសំខាន់ៗមួយចំនួននឹងត្រូវអនុវត្តដូចជា ការអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពទាក់ទងនឹងការអនុវត្តការប្តេជ្ញាចិត្តនៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្ម ជាពិសេសការធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនដោយគ្មានក្រដាសស្នាម អភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្ស និងការប្តេជ្ញាចិត្តដែលបានព្រមព្រៀងនៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងអាស៊ានស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ អ្វីដែលសំខាន់ផងដែរគឺការអនុវត្តគំនិតផ្តួចផ្តើមច្រកចេញចូលតែមួយ ដែលនឹងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវខ្សែច្រវាក់តម្លៃពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនទាំងមូល ដោយសម្រួលដល់ការដាក់និងពិនិត្យឯកសារមោនលក្ខណៈស្តង់ដារ ដែលមានចំណុចចូលតែមួយដើម្បីបំពេញរាល់ការនាំចេញ នាំចូល និងតម្រូវការទាក់ទងនឹងបទប្បញ្ញត្តិដឹកទំនិញឆ្លងកាត់។

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រទី៤៖ ពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍ ការទទួលបានហិរញ្ញប្បទានដោយបរិយាប័ន្ន និងអក្ខរកម្មឌីជីថលដើម្បីឱ្យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិករីកដុះដាលទូទាំងប្រទេស

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះផ្តោតលើការជំរុញប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្សីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកទាំងមូលដើម្បីពង្រីកទៅកាន់តំបន់ជនបទ។ គោលដៅរួមនៃគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះគឺធ្វើការកែលម្អអត្រាអក្ខរកម្មឌីជីថលនៅទូទាំងប្រទេស ស្របពេលដែលគំនិតផ្តួចផ្តើម ពង្រីក និងធ្វើទំនើបកម្មហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ ការបង្កើនការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន និងការអប់រំប្រែកបដោយបរិយាប័ន្ននៅក្នុងតំបន់ដែលកំពុងអភិវឌ្ឍន៍បាននឹងកំពុងតែអនុវត្ត។ អ្វីដែលគួរកត់សម្គាល់គឺបញ្ហាគម្លាតរវាងទីក្រុង និងទីជនបទ ដោយគម្លាតទាំងនេះជាឧបសគ្គធំបំផុតមួយសម្រាប់កំណើនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្រៅពីទីប្រជុំជន។ ដូច្នេះការខិតខំប្រឹងប្រែងជាមុខព្រួញរួមបញ្ចូលគ្នាដោយក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ ស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ធនាគារពាណិជ្ជ ប្រតិបត្តិករបណ្តាញទូរស័ព្ទចល័ត និងតួអង្គផ្សេងទៀត គឺជាការចាំបាច់ក្នុងការធានាថា អ្នកប្រើប្រាស់នៅតាមជនបទអាចទទួលបាននូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគមនាគមន៍ដែលមានប្រសិទ្ធភាព និងក្នុងអត្រាសមស្រប និងអាចប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុចល័តដែលសមស្របនឹងតម្រូវការរបស់ពួកគាត់។

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រទី៥៖ អភិវឌ្ឍន៍ហេដ្ឋារចនាសម្ពន្ធ័ជំនាញដែលមានភាពឆ្លើយតបសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះបានចែកជាពីរផ្នែកក្នុងការជួយមូលដ្ឋានអភិវឌ្ឍន៍ជំនាញមួយសមស្រប និងមានភាពបត់បែនសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា។ ទីមួយគឺមានគោលបំណងកាត់បន្ថយបញ្ហាជំនាញមិនសមស្របនឹងតម្រូវការទីផ្សារដែលមានស្រាប់នៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដោយបង្កើតជាយន្តការផ្តល់យោបល់ត្រឡប់មកវិញរវាងអ្នកបណ្តុះបណ្តាលជំនាញ អ្នកបង្កើតគោលនយោបាយ និងវិស័យឯកជន។ ទីពីរគឺបង្កើនកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការគាំទ្រសហគ្រិនភាពឌីជីថលសម្រាប់អាជីវកម្មថ្មីតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ជាពិសេសយុវជន និងស្ត្រី ដោយក្នុងនោះការគាំទ្រតាមរយៈការផ្តល់ឱកាសឱ្យពួកគាត់ចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍគោលនយោបាយ និងយកពួកគាត់ជាអ្នកអភិវឌ្ឍន៍គំនិតផ្តួចផ្តើមនានា គឺមានសារៈសំខាន់ ជាពិសេសក្នុងការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងបច្ចេកទេស។ ការងារនេះគឺពាក់ព័ន្ធនឹងការពង្រីកបណ្តាញនៅក្រៅរាជធានីទៅកាន់ទីក្រុងលំដាប់ទីពីរដូចជាខេត្តសៀមរាប និងខេត្តបាត់ដំបង ក៏ដូចជាតំបន់ជនបទដោយផ្អែកលើការសិក្សាជាក់លាក់ដែលធ្វើឡើងដោយអ្នកបង្កើតប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្សីនវានុវត្តន៍។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមានសក្តានុពលដ៏ធំធេងសម្រាប់រួមចំណែកដល់សេដ្ឋកិច្ច និងសេដ្ឋកិច្ចសង្គមរបស់កម្ពុជា។ ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនឹងផ្តល់នូវមធ្យោបាយសម្រាប់អាជីវកម្មកម្ពុជា ជាពិសេសសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមដើម្បីផ្សព្វផ្សាយនិងឈានដល់មូលដ្ឋានអតិថិជនទូលំទូលាយ លើកកម្ពស់ការប្រកួតប្រជែង

ព្រមទាំងជំរុញកំណើនវិស័យឯកជន និងសេដ្ឋកិច្ចសង្គមដូចជាការបង្កើតការងារ និងការធ្វើសមាហរណកម្មប្រកបដោយអត្ថន័យដល់យុវជន និងស្ត្រីក្នុងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច។

ផែនការសកម្មភាពនៃយុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងដោះស្រាយកង្វះខាតឬសគល់នៃប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ី ហើយម្យ៉ាងវិញទៀតគឺដើម្បីយល់ដឹងពីវិសាលភាពពេញលេញនៃកាលានុវត្តភាពនៃវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា។ សកម្មភាពទាំងនោះតម្រូវឱ្យមានកិច្ចសហការរួមគ្នារវាងវិស័យសាធារណៈ វិស័យឯកជន និងតួអង្គគាំទ្រទូលំទូលាយដែលរួមមានស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ អ្នកបណ្តុះបណ្តាលជំនាញ ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ អ្នកវិនិយោគ និយ័តករទូរគមនាគមន៍ និងហិរញ្ញវត្ថុ និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍។ ជាការពិតណាស់ ដូចដែលវិស័យទូរគមនាគមន៍ធ្លាប់មានបទពិសោធន៍ក្នុងការលោតផ្លោះទាក់ទងនឹងការតភ្ជាប់អ៊ីនធឺណិត ពេលនេះជាពេលវេលាមួយដ៏សមស្របសម្រាប់កែលម្អតំបន់នៃប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីផ្សេងទៀត សំដៅលោតផ្លោះដល់ឧស្សាហកម្ម៤.០។ សរុបមក កម្ពុជាកំពុងស្ថិតក្នុងដំណើរឆ្ពោះទៅរកបដិវត្តន៍ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលនឹងជួយប្រទេសឱ្យរីកចម្រើននិងសម្រេចបាននូវចក្ខុវិស័យវែងឆ្ងាយរបស់ខ្លួនដែលមានចែងនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី៤ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ និងយុទ្ធសាស្ត្រដទៃទៀតដែលបញ្ជាក់ពីបេសកកម្មអភិវឌ្ឍន៍ជាតិរបស់កម្ពុជា។

យុទ្ធសាស្ត្រព
តាមប្រព័ន្ធអេ
១
យុទ្ធសាស្ត្រគោលនយោបាយ
និងផ្នែកសម្របសម្រួលស្ថាប័ន
E-COMMERCE
២
ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់
និងបទប្បញ្ញត្តិ
Data Policy
E-Commerce Law
៣
បទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់សហគ្រាស
ធុនតូច និងមធ្យម
SMALL BUSINESS
ENTREPRENEURSHIP
៤
ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ
បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន
និងទូរគមនាគមន៍
៥
ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ
ជំនាញឌីជីថល

ពាណិជ្ជកម្ម
អេឡិចត្រូនិក

៦

ប្រព័ន្ធទូទាត់

៧

ភស្តុភារកម្ម
ពាណិជ្ជកម្មក្នុងស្រុក

៨

ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន

៩

ការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន

១០

ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម
និងការគាំទ្រទីផ្សារ

ជំពូកទី១
យុទ្ធសាស្ត្រគោលនយោបាយ និងផ្នែកសម្របសម្រួលស្ថាប័ន

១. សេចក្តីផ្តើម

ការចាប់អារម្មណ៍របស់វិស័យសាធារណៈទៅលើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមានការកើនឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ចាប់ពីឆ្នាំ២០១៧ ក្រោយពីសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមានការកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័ស ដោយមុននោះនៅមានទ្រង់ទ្រាយតូចមួយនៅឡើយ។ នាពេលបច្ចុប្បន្ន គំនិតផ្តួចផ្តើមជាច្រើនត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងគោលដៅធ្វើការអភិវឌ្ឍផ្នែកផ្សេងៗនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីរបស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក្នុងខណៈដែលពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានដាក់បញ្ចូលជាបន្តបន្ទាប់ទៅក្នុងរបៀបវារៈអភិវឌ្ឍន៍ថ្នាក់ជាតិ។ ជាកិច្ចបន្តគឺចាំបាច់ត្រូវធានាឱ្យបានថា ការខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការអភិវឌ្ឍទាំងនោះ ក៏ដូចជាការធ្វើបច្ចុប្បន្នកម្មលើគោលនយោបាយហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងផ្នែកនិយ័តកម្មនៅតែបន្តក្នុងក្របខ័ណ្ឌសម្របសម្រួលមួយដែលស៊ីសង្វាក់ ដើម្បីជៀសវាងសកម្មភាពត្រួតស៊ីគ្នា និងការអនុវត្តដែលមានលក្ខណៈបែកខ្ញែក (Fragmentation)។ ជាមួយនោះដែរ សមត្ថភាពរបស់ស្ថាប័នរដ្ឋ វិស័យឯកជន និងអ្នកពាក់ព័ន្ធនានានៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក៏ត្រូវតែពង្រឹងជាចាំបាច់ផងដែរ។

ចំណាប់អារម្មណ៍របស់រដ្ឋាភិបាលលើវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក គឺយោងលើកត្តាមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

១) ការកើនឡើងនូវសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មបែបឌីជីថលមួយផ្នែកធំបានផ្តើមដោយការធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមរយៈបណ្តាញសង្គម (Social Commerce) និងថ្នាលផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗទៀត។ សកម្មភាពមួយចំនួនមិនបានចុះបញ្ជីស្របតាមបទប្បញ្ញត្តិជាធរមាន និងសកម្មភាពមួយចំនួនទៀតជាប្រភេទអាជីវកម្មមានលក្ខណៈស្មុគស្មាញដែលច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិពុំទាន់មានភាពគ្រប់ជ្រុងជ្រោយដែលបង្កើតឱ្យមានបញ្ហាប្រឈមដល់ការគ្រប់គ្រង ការប្រមូលពន្ធ ការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ អសីធម្មសង្គម និងបញ្ហាពាក់ព័ន្ធដទៃទៀតផងដែរ។ អាជីវកម្មផ្លូវការនានាដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក៏បានលើកឡើងពីទស្សនៈទាំងនេះដែលកើតចេញពីក្តីបារម្ភរបស់ពួកគេចំពោះការប្រកួតប្រជែងពុំស្មើភាពដែលកើតចេញពីអាជីវកម្មក្រៅផ្លូវការនានា។

២) វិស័យឯកជនបានផ្តល់មតិជាញឹកញាប់ទាក់ទងនឹងភាពចាំបាច់ក្នុងការបង្កើត «ចំណុចដាក់លាក់សម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក» នៅក្នុងបរិយាកាសអាជីវកម្មរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ក៏ដូចជាក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងនិយ័តកម្មផងដែរ។

៣) ការកើនឡើងនូវចំណាប់អារម្មណ៍លើការធ្វើវិនិយោគ និងសកម្មភាពដាក់ទុនធ្វើអាជីវកម្មនៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក បានភ្ញោចអារម្មណ៍របស់រដ្ឋាភិបាលក្នុងគោលបំណងជំរុញការវិនិយោគបន្ថែមទៀត។

៤) ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានរៀបចំតាក់តែងតាំងពីឆ្នាំ២០១២ មកម្ល៉េះក្រោមការដឹកនាំយ៉ាងសកម្មរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ហើយជាចុងក្រោយត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើនៅខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩។ ការកើនឡើងនូវគំនិតផ្តួចផ្តើមពាក់ព័ន្ធនានាដូចជា ប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិ និងការចូលរួមពិភាក្សាយ៉ាងសកម្មរបស់កម្ពុជាក្នុងវេទិកាថ្នាក់តំបន់ និងពហុភាគី (រួមទាំងអាស៊ាន និង RCEP) បានពង្រឹងបន្ថែមនូវសារៈសំខាន់នៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា។ ជាមួយនោះដែរ នៅអង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក កម្ពុជាក៏បានគាំទ្រនូវសេចក្តីថ្លែងការណ៍ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងសន្និសីទថ្នាក់រដ្ឋមន្ត្រីទី១១ នៃអង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក និងបានចូលរួមយ៉ាងសកម្មនៅក្នុងកិច្ចពិភាក្សាជាបន្តបន្ទាប់ក្នុងក្របខ័ណ្ឌនេះ។

២. ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន

ក្នុងរយៈពេលប្រាំឆ្នាំចុងក្រោយ សកម្មភាពរបស់វិស័យសាធារណៈទាក់ទងនឹងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល មានការកើនឡើងជាបន្តបន្ទាប់យ៉ាងឆាប់រហ័ស។ ក្រសួងស្ថាប័នមួយចំនួន ជាពិសេសក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា និងឧត្តមក្រុមប្រឹក្សាសេដ្ឋកិច្ចជាតិ បាននឹងកំពុងធ្វើការលើគម្រោង និងគោលនយោបាយនានាដែលផ្តោតលើការធ្វើឱ្យប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលកាន់តែទូលាយថែមទៀត ដែលក្នុងនោះរួមមាន៖

- កម្ពុជាបានប្រកាសអំពីចក្ខុវិស័យក្នុងការប្រែក្លាយទៅជាសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលឱ្យបាននៅឆ្នាំ២០២៣ ៖ ដើម្បីឈានទៅដល់ការសម្រេចគោលដៅនេះ កម្ពុជាបានដាក់ចេញនូវគំនិតផ្តួចផ្តើមមួយចំនួនដូចជា យុទ្ធសាស្ត្រ

ចតុកោណដំណាក់កាលទី៤ ផែនការអភិវឌ្ឍន៍យុទ្ធសាស្ត្រជាតិឆ្នាំ២០១៩-២០២៣ និងគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍន៍ឧស្សាហកម្ម ២០១៥-២០២៥ ដែលទាំងអស់នេះបានគូសបញ្ជាក់នូវតួនាទីរបស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលសម្រាប់ការធ្វើអាជីវកម្ម សារៈប្រយោជន៍សម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជាក្នុងការវិនិយោគលើវិស័យទាំងនេះ និងសារៈសំខាន់នៃការបង្កើនការត្រៀមខ្លួនសម្រាប់ទាញយកផលប្រយោជន៍ពីឧស្សាហកម្ម ៤.០។

- ការរៀបចំផែនការមេស្តីពីបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍ បានពិនិត្យលើតួនាទីរបស់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍នៅក្នុងវិសាលភាពយ៉ាងទូលំទូលាយលើវិស័យដូចជា អប់រំ សុខាភិបាល និងធុរកិច្ច ព្រមទាំងបានគូសបញ្ជាក់នូវសារៈប្រយោជន៍នៃការពង្រីកបណ្តាញហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទូរគមនាគមន៍ទូទាំងប្រទេស។ ជាមួយនោះដែរ រាជរដ្ឋាភិបាលបានបង្កើតក្រុមការងាររៀបចំសេចក្តីព្រាងក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលសំដៅជំរុញការប្រែក្លាយសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ក៏ដូចជាកំពុងរៀបចំរដ្ឋាភិបាលឌីជីថលផងដែរដែលមានគោលដៅធ្វើឌីជីថលនីយកម្មមុខងាររបស់រដ្ឋាភិបាល រួមទាំងដំណើរការផ្ទៃក្នុងរបស់រដ្ឋាភិបាល និងសេវាសាធារណៈនានា។ ទាក់ទងនឹងការងារទាំងនេះ ក្រុមការងារក៏នឹងស្រាវជ្រាវលើនិន្នាការ និងការអនុវត្តល្អៗនៅក្នុងតំបន់ និងជុំវិញពិភពលោក ដើម្បីធ្វើការវាយតម្លៃកាលានុវត្តភាពនិងផលប៉ះពាល់មកលើកម្ពុជា រួមទាំងវិភាគតម្រូវការសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍដែលគាំទ្រដល់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ធនធានមនុស្ស និងគោលនយោបាយផងដែរ។
- យុទ្ធសាស្ត្រសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជាឆ្នាំ២០១៩-២០២៣ ក៏មានជំពូកមួយស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងជំពូកមួយទៀតស្តីពីសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងឧស្សាហកម្ម៤.០ ដោយគូសបញ្ជាក់ពីសារៈប្រយោជន៍ដែលកើនជាលំដាប់នៃវិស័យទាំងនេះនៅក្នុងកិច្ចការអភិវឌ្ឍរបស់ប្រទេសជាតិ។ ដោយយោងលើតម្រូវការចាំបាច់នៃការប្រែក្លាយឌីជីថល និងការទាញយកផលប្រយោជន៍ពីឧស្សាហកម្ម៤.០ ក្រុមការងាររៀបចំគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ត្រូវបានរៀបចំឡើងក្រោមការដឹកនាំដោយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ។ ជាមួយនោះដែរ យុទ្ធសាស្ត្របច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ និងយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍សេវាកម្មទូទាត់ប្រាក់ក៏កំពុងត្រូវបានរៀបចំដោយធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា ដោយមានការគាំទ្រពីធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី និងធនាគារពិភពលោក។
- ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើជាមួយនឹងច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ហើយច្បាប់ទាំងពីរនេះគឺជាចំណែកដ៏សំខាន់នៃក្របខ័ណ្ឌច្បាប់សម្រាប់គ្រប់គ្រងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

៣. បញ្ហាប្រឈម

ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល គឺជាវិស័យដែលកំពុងរះឡើងនៅប្រទេសកម្ពុជា ហើយការយល់ដឹងទូលំទូលាយអំពីប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីត្រូវបានបញ្ជ្រាបជាបណ្តើរៗនៅក្នុងរង្វង់នៃការរៀបចំគោលនយោបាយសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទាំងនោះ។ ហេតុដូច្នេះ ការបង្កើតយន្តការសម្របសម្រួលស្ថាប័នប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពមួយ

គឺជាការចាំបាច់ដើម្បីតម្រង់ទិសគំនិតផ្តួចផ្តើម និងសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍នានា ឱ្យដើរស្របគ្នាក្នុងគោលដៅរួមគ្នាមួយ។ ជាក់ស្តែងនៅក្នុងបរិបទសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលជារួម វឌ្ឍនភាពសំខាន់មួយនៃការរៀបចំក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល គឺការបង្កើតក្រុមការងារអន្តរក្រសួងក្រោមការដឹកនាំរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ដោយមានសមាជិកមកពីក្រសួង និងស្ថាប័នបច្ចេកទេសចំនួន២៥។ យន្តការស្រដៀងគ្នាក៏ត្រូវបានរៀបចំឡើង ដើម្បីដឹកនាំការអភិវឌ្ឍរដ្ឋាភិបាលឌីជីថល ដែលការងារនេះគឺដឹកនាំដោយក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍។ ដោយឡែកសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ពុំទាន់មានការបង្កើតឡើងនូវក្រុមការងារឬគណៈកម្មការមួយដែលមានអ្នកតំណាងរបស់អ្នកពាក់ព័ន្ធក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីទាំងមូលចូលរួមនៅឡើយទេ ហើយក៏ពុំមានទីភ្នាក់ងារសម្របសម្រួលសម្រាប់កិច្ចអភិវឌ្ឍពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅឡើយដែរ។

សម្រាប់វិស័យឯកជន សភាពាណិជ្ជកម្ម និងសមាគមធុរកិច្ចនានាដូចជា សភាពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជា សម្ព័ន្ធសមាគមសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមកម្ពុជា (FASMEC) សភាពាណិជ្ជកម្មអឺរ៉ុបនៅកម្ពុជា (EUROCHAM) សភាពាណិជ្ជកម្មអង់គ្លេសនៅកម្ពុជា (BRITCHAM) សភាពាណិជ្ជកម្មអាមេរិកនៅកម្ពុជា (AMCHAM) ។ល។ ក៏កំពុងពង្រឹងការយល់ដឹង និងជំហររបស់ខ្លួនជាលំដាប់ទាក់ទងនឹងវិស័យនេះ ប៉ុន្តែដូចនឹងវិស័យសាធារណៈដែរ វិស័យឯកជនក៏ពុំទាន់រៀបចំខ្លួនសម្រាប់សម្របសម្រួលវិស័យនេះ តាមរយៈកិច្ចសហការសម្របសម្រួលអន្តរសភា និងសមាគមធុរកិច្ចនោះទេ ហើយជាមួយនោះផងដែរ ការផ្តល់សេវាកម្មទៅឱ្យសមាជិកភាពរបស់ខ្លួនក៏នៅមានកម្រិតនៅឡើយ។ ស្ថាប័នទាំងនេះអាចដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការរៀបចំជំហររួមមួយរបស់វិស័យឯកជន ដើម្បីលើកជាមតិដល់រាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការបង្កើតគោលនយោបាយ។

៤. គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ

១) បន្តធ្វើសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលនៅក្នុងរបៀបវារៈអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះគឺផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍការយល់ដឹងរបស់ក្រសួង ស្ថាប័នបច្ចេកទេស និងអ្នកពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត រួមមាន អ្នកផ្តល់ជំនាញ សមាគមធុរកិច្ច សភាពាណិជ្ជកម្ម ធនាគារពាណិជ្ជ និងតួអង្គផ្សេងទៀត ដើម្បីធានាបានការយល់ដឹងស៊ីជម្រៅអំពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីទាំងឡាយ។ ការងារនេះតម្រូវឱ្យមានយន្តការមួយសម្រាប់អ្នកពាក់ព័ន្ធមកពីគ្រប់ផ្នែកទាំងអស់នៃប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ី ទាំងវិស័យសាធារណៈ និងវិស័យឯកជន អាចពិភាក្សាលើទស្សនៈ និងគំនិតរបស់ខ្លួនទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ជាមួយនោះដែរ ផែនការអភិវឌ្ឍវិស័យទាំងអស់ដែលមានសមាសធាតុផ្នែកទីផ្សារ គួរបញ្ចូលនូវការផ្តោតលើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដោយផ្អែកលើតួនាទីរបស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងការពង្រឹងបន្ថែមភាពប្រកួតប្រជែងរបស់សហគ្រាស និងការជ្រៀកចូលទីផ្សារ ហើយការធ្វើបែបនេះនឹងទាមទារកិច្ចសហការយ៉ាងសកម្មពីដៃគូអភិវឌ្ឍន៍នានាផងដែរ។

២) ពង្រឹងយន្តការសម្របសម្រួលស្ថាប័នដែលគាំទ្រវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះគឺផ្ដោតលើការបង្កើតក្រុមការងារមួយក្រោមការដឹកនាំរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដែលមានការចូលរួមពីក្រសួងជំនាញសំខាន់ៗដើម្បីសម្របសម្រួលការអភិវឌ្ឍពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក នៅក្នុងប្រទេស។ ការបង្កើតយន្តការនេះគឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់សម្របសម្រួលរួមនិងតម្រង់ទិស ក៏ដូចជាធានាបានការចែករំលែកព័ត៌មានទៅវិញទៅមក ដើម្បីជៀសវាងសកម្មភាពត្រួតស៊ីគ្នា និងការអនុវត្តគោលនយោបាយនិងសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ដែលមានលក្ខណៈបែកខ្ញែកដោយក្រសួង និងទីភ្នាក់ងារបច្ចេកទេសនានានៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ បន្ថែមពីនេះទៀត ក្រុមការងារនេះគួរផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងយន្តការសម្របសម្រួលដែលមានស្រាប់ដូចជា ក្រុមការងារសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងយន្តការសម្របសម្រួលតាមផ្នែកនានារួមមាន បច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ/ប្រព័ន្ធទូទាត់ប្រាក់ ការអភិវឌ្ឍជំនាញ និងប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិ។

នៅផ្នែកវិស័យឯកជន សភាពាណិជ្ជកម្មជាតិ និងអន្តរជាតិ សមាគមធុរកិច្ច និងតួអង្គពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗដទៃទៀត នឹងទទួលបានផលប្រយោជន៍តាមរយៈការបង្កើនការយល់ដឹងរបស់ខ្លួនពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងឧស្សាហកម្ម៤.០ និងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឆ្លងកាត់ព្រំដែន ដែលជាប្រធានបទដែលកំពុងតែផុសផុល សម្រាប់ផ្ដល់ជូនសមាជិកភាពរបស់ខ្លួនតាមរូបភាពពីរប្រភេទគឺ៖ ទីមួយ ការយល់ដឹងទាំងនោះនឹងជួយវិស័យឯកជនក្នុងការបង្កើតគោលជំហរ និងដំណោះស្រាយសមស្របនានាសម្រាប់ផ្ដល់ជូនអ្នកបង្កើតគោលនយោបាយក្នុងរូបភាពជាធាតុចូល និងទីពីរ នឹងជួយសភាពាណិជ្ជកម្ម និងសមាគមវិស័យឯកជនក្នុងការបង្កើតសេវាកម្មជាកញ្ចប់ដែលអាចផ្ដល់ឱ្យសមាជិកភាពរបស់ខ្លួនបាន។ លើសពីនេះ វិស័យឯកជនអាចសហការគ្នាជាសមាគមពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីដើរតួនាទីជាដៃគូប្រឹក្សាយោបល់ចម្បងមួយរបស់រដ្ឋាភិបាលនៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

៥. ទ្រឹស្ដីនៃបម្រែបម្រួល

ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលចង់បាន
ការកើនឡើងនៃការយល់ដឹងទូលំទូលាយរបស់ស្ថាប័នពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ជាសញ្ញាវិជ្ជមានសម្រាប់ការខិតខំប្រឹងប្រែងអភិវឌ្ឍន៍វិស័យនេះ ក៏ប៉ុន្តែការខិតខំព្យាយាមដែលមានលក្ខណៈបែកខ្ញែកជាហានិភ័យប្រឈមមួយផងដែរ។	• យន្តការសម្របសម្រួលស្ថាប័នរឹងមាំមួយសម្រាប់គាំទ្រការអនុវត្តគំនិតផ្ដួចផ្ដើម និងគោលនយោបាយពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឱ្យមានភាពស៊ីសង្វាក់ ដើម្បីជៀសវាងសកម្មភាពត្រួតស៊ីគ្នា និងការអនុវត្តដែលមានលក្ខណៈបែកខ្ញែក • សហគ្រាស វិនិយោគិន ស្ថាប័ន និងអ្នកប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកយល់ច្បាស់អំពីទិសដៅគោលនយោបាយនៃវិស័យនេះ

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព	គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ	សកម្មភាពនៅក្នុងផែនការសកម្មភាព
១. យន្តការសម្របសម្រួលអាចបង្កើតបានដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការងារសម្របសម្រួលវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	១. បន្តធ្វើសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលទៅក្នុងរបៀបវារៈអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ ២. ពង្រឹងការសម្របសម្រួលស្ថាប័នដែលគាំទ្រវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	1.1.1, 1.1.2, 1.1.5
២. ត្រូវមានស្ថាប័នសម្របសម្រួល និងដឹកនាំវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមួយជាការចាំបាច់។		1.2.1, 3.2.1, 3.2.2, 3.2.3, 3.3.1, 8.2.1, 8.2.2, 8.2.3 8.2.4, 8.2.5, 1.2.2, 1.2.3
៣. សហគ្រាស វិនិយោគិន ស្ថាប័ន និងអ្នកប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក មិនទាន់យល់ច្បាស់អំពីទិសដៅគោលនយោបាយនៃវិស័យនេះ។		
ភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗដែលចូលរួម		
MOC, MEF, NBC, GDT/MEF		

ជំពូកទី១៖ យុទ្ធសាស្ត្រគោលនយោបាយ និងផ្នែកសម្របសម្រួលស្ថាប័ន

គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ

០១ បន្តធ្វើសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលទៅក្នុងរបៀបវារៈអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ

០២ ពង្រឹងការសម្របសម្រួលស្ថាប័នដែលគាំទ្រវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព

យន្តការសម្របសម្រួលអាចបង្កើតបាន ដើម្បីធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវការងារសម្របសម្រួលវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

ត្រូវមានស្ថាប័នសម្របសម្រួលនិងដឹកនាំវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមួយជាការចាំបាច់។

សហគ្រាស វិនិយោគិន ស្ថាប[...] ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិច[...] យល់ច្បាស់អំពីទិសដៅគោល[...] វិស័យនេះ។

លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ

យន្តការសម្របសម្រួលស្ថាប័នរឹងមាំមួយសម្រាប់គាំទ្រការអនុវត្តគំនិតផ្តួចផ្តើមនិងគោលនយោបាយពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ឱ្យមានភាពស៊ីសង្វាក់ ដើម្បីជៀសវាងសកម្មភាពត្រួតស៊ីគ្នា និងការអនុវត្តដែលមានលក្ខណៈបែកខ្ញែក

សហគ្រាស វិនិយោគិន ស្ថាប័ន និងអ្នកប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក យល់ច្បាស់អំពីទិសដៅគោលនយោបាយនៃវិស័យនេះ

ស្ថាប័ន និងអ្នកប្រើប្រាស់
អឡិចត្រូនិក មិនទាន់
គោលនយោបាយនៃ

ការកើនឡើងនៃការយល់ដឹងទូលំទូលាយរបស់ស្ថាប័នពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនិងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ជាសញ្ញាវិជ្ជមានសម្រាប់ការខិតខំប្រឹងប្រែងអភិវឌ្ឍន៍វិស័យនេះ ក៏ប៉ុន្តែការខិតខំព្យាយាមដែលមានលក្ខណៈបែកខ្ញែកជាហានិភ័យប្រឈមមួយផងដែរ។

ជំពូកទី២
ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិ

១. សេចក្ដីផ្ដើម

អវត្តមាននៃក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ជាក់លាក់សម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកបាននាំឱ្យវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកចាប់កំណើត និងរីកលូតលាស់។ ទោះបីជាយ៉ាងនេះក្ដី ស្របពេលដែលទំហំពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជាកំពុងតែកើនឡើង សហគ្រាស និងអ្នកប្រើប្រាស់បានទាមទារឱ្យមានក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ជាក់លាក់ដែលកំណត់នូវសិទ្ធិ និងការទទួលខុសត្រូវរបស់អ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់នៅក្នុងផ្នែកដូចជា ប្រតិបត្តិការតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក (E-transaction) ច្បាប់ស្ដីពីបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន (Cyber Crime) កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ កិច្ចការពារទិន្នន័យ កិច្ចការប្រកួតប្រជែង និងផ្នែកផ្សេងៗទៀត។ ការប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្ដីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក បានជួយបំពេញចន្លោះខ្វះខាតផ្នែកច្បាប់ ដែលមានសារៈសំខាន់បំផុតក្នុងការគ្រប់គ្រងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា ហើយច្បាប់ផ្សេងទៀតដូចជា ច្បាប់ស្ដីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ច្បាប់ស្ដីពីបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងច្បាប់ស្ដីពីការប្រកួតប្រជែង នឹងចូលរួមបំពេញបន្ថែមឱ្យក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមានលក្ខណៈពេញលេញ។ ការអនុម័តច្បាប់ទាំងនោះក៏នឹងបញ្ជាក់នូវបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធនឹងការចុះបញ្ជី ការទូទាត់ប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក កាតព្វកិច្ចសារពើពន្ធ ការលើកទឹកចិត្ត និងការអនុគ្រោះសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលជាសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងបម្រើជាក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និង

បទប្បញ្ញត្តិរួមមួយដែលសមស្រប និងគាំទ្រដល់ការកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ នៅក្នុងបរិបទតំបន់ និងពិភពលោក កម្ពុជាជាហត្ថលេខីនៃកិច្ចព្រមព្រៀងអាស៊ានស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងជាភាគីចូលរួមយ៉ាងសកម្មនៅក្នុងកិច្ចចរចាថ្នាក់តំបន់ និងពហុភាគីស្តីពីប្រធានបទនេះ។

២. ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន

១) តារាងសង្ខេបស្តីពីលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្ត/សេចក្តីព្រាងច្បាប់

លិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្ត/ សេចក្តីព្រាងច្បាប់	ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	សេចក្តីលម្អិត
ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	ច្បាប់នេះត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខ នស/រក/១១១៩/០១៧ ចុះថ្ងៃទី០២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩។	ច្បាប់នេះមាន ១២ជំពូក និង ៦៧មាត្រា។
ច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់	ច្បាប់នេះត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/១១១៩/០១៦ ចុះថ្ងៃទី២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩។	ច្បាប់នេះមាន ១១ជំពូក និង ៥១មាត្រា។
ច្បាប់ស្តីពីសារពើពន្ធ	ច្បាប់នេះត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០២៩៧/០៣ ចុះថ្ងៃទី២៤ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ១៩៩៧	ច្បាប់នេះមាន៧ ជំពូក និង១៥៥ មាត្រា ត្រូវបានអនុវត្តចាប់ពីថ្ងៃទី២៤ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ១៩៩៧។
ច្បាប់ស្តីពីការប្រកួតប្រជែង	សេចក្តីព្រាងច្បាប់នាពេលបច្ចុប្បន្នកំពុងតែពិនិត្យដោយក្រុមប្រឹក្សាអ្នកច្បាប់។	ច្បាប់នេះមាន ៧ជំពូក និង ៤៧មាត្រា។
ក្រមរដ្ឋប្បវេណី	ក្រមរដ្ឋប្បវេណីត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/១២០៧/០៣០ ចុះថ្ងៃទី៨ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០៧។	ក្រមរដ្ឋប្បវេណីត្រូវបានអនុវត្តចាប់ពីថ្ងៃទី២១ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១១ តាមរយៈសេចក្តីជូនដំណឹងរបស់ក្រសួងយុត្តិធម៌លេខ ១០/១១ ចុះថ្ងៃទី២០ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១១ យោងតាមច្បាប់ស្តីពីការអនុវត្តក្រមរដ្ឋប្បវេណីដែលត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០៥១១/០០៧។
ហត្ថលេខាឌីជីថល	អនុក្រឹត្យលេខ២៤៦ ចុះថ្ងៃទី២៩ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៧។	អំពាវនាវឱ្យមានការគ្រប់គ្រង និងប្រើប្រាស់ហត្ថលេខាឌីជីថលប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងប្រសិទ្ធផល។

កិច្ចការពារទិន្នន័យ	អង្គផ្សំភាគនៃកិច្ចការពារទិន្នន័យ អាចបង្កើតផ្នែកមួយនៃច្បាប់ស្តីពី ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិច ត្រូនិក។	ត្រូវបានបញ្ចូលនៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាម ប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងជំពូកទី៦ ស្តីពី៖ "កិច្ច ការពារអ្នកប្រើប្រាស់" ។
ច្បាប់ស្តីពីបទល្មើស បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន	សេចក្តីព្រាងច្បាប់ នាពេលបច្ចុប្បន្ន កំពុងត្រួតពិនិត្យ និងចាត់ចែង ដោយក្រសួងមហាផ្ទៃ និងក្រសួង យុត្តិធម៌។	សេចក្តីព្រាងច្បាប់នេះមាន ៦ ជំពូក និង៤០ មាត្រា ដោយមានវត្ថុបំណង៖ ដើម្បីធានានូវការ អនុវត្តច្បាប់ ការប្រឆាំងច្បាប់ស្តីពីបទល្មើសបច្ចេក វិទ្យាព័ត៌មាន និងទប់ស្កាត់បទល្មើសគ្រប់ប្រភេទ ដែលប្រព្រឹត្តតាមប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ ដើម្បីធានានូវ សុវត្ថិភាព និង ការការពារនូវផលប្រយោជន៍ស្រប ច្បាប់ក្នុងការប្រើប្រាស់ និងអភិវឌ្ឍន៍បច្ចេកវិទ្យា។
អត្តសញ្ញាណកម្មឌីជីថល	ក្របខ័ណ្ឌ និងច្បាប់ពាក់ព័ន្ធកំពុង ធ្វើសេចក្តីព្រាង	ក្រសួងមហាផ្ទៃកំពុងធ្វើការលើក្របខ័ណ្ឌសម្រាប់ អនុវត្តកម្មវិធីអត្តសញ្ញាណកម្មសញ្ជាតិខ្មែរដែល មានបតិដ្ឋាភាគកំណត់អត្តសញ្ញាណឌីជីថល រឹងមាំ។
ច្បាប់សារព័ត៌មាន	ច្បាប់នេះត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើ ដោយព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/ ០៨៩៥/០៧ ចុះថ្ងៃទី១ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ១៩៩៥	ច្បាប់នេះអំពាវនាវឱ្យកំណត់របបសារព័ត៌មាន និងធានាដល់សេរីភាពសារព័ត៌មាន និងសេរីភាព បោះពុម្ពផ្សាយស្របតាមមាត្រា៣១ និង៤១ នៃ រដ្ឋធម្មនុញ្ញនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

២) ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រម ហើយត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងបង្កើតបរិបទថ្មីសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក បង្កើនមូលដ្ឋានច្បាប់សម្រាប់វិស័យនេះ និងពង្រីកសកម្មភាពដែលមានសក្តានុពលនាពេលបច្ចុប្បន្ន ព្រមទាំងជំរុញការវិនិយោគនៅក្នុងវិស័យនេះ។

ការអនុម័តច្បាប់ស្តីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅថ្ងៃទី០២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩ ជាកំណត់ត្រាសមិទ្ធផលសំខាន់មួយដែលឆ្លើយតបទៅនឹងភាពរីកចម្រើននៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងប្រទេស ព្រមទាំងបង្កើតនូវបរិយាកាសនិយ័តកម្មផ្លូវការមួយសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជាផងដែរ។ សម្រាប់ការអនុវត្តច្បាប់នេះ សេចក្តីព្រាងអនុក្រឹត្យ និងប្រកាសពាក់ព័ន្ធនឹងធ្វើឡើងជាបន្តបន្ទាប់។ ច្បាប់នេះមានវិសាលភាពធំធេង និងផ្តោតលើចំណុចដូចខាងក្រោម៖

- សុពលភាពនៃទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិករួមមាន លក្ខខណ្ឌតម្រូវ និងលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗគោលការណ៍សិទ្ធឯកជន ហត្ថលេខា និងកិច្ចព្រមព្រៀងអេឡិចត្រូនិក ភាពអាចទទួលយកបាននូវភ័ស្តុតាង និងដំណើរការទំនាក់ទំនង។

- វិធានសម្រាប់កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាព និងហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិក
- ការទទួលខុសត្រូវរបស់ក្រុមហ៊ុនធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក្រមប្រតិបត្តិ លិខិតអនុញ្ញាត ឬការទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការ ព្រមទាំងកាតព្វកិច្ចសារពើពន្ធ ការលើកទឹកចិត្ត និងការអនុគ្រោះ
- កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់តាមអនឡាញ (ការតម្រូវឱ្យមានព័ត៌មានអប្បបរមានៅក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ទំនាក់ទំនងដែលមិនស្នើសុំ និងឯកជនភាពនៃទិន្នន័យ)
- ការទទួលយកការទាក់ទងតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដោយក្រសួង និងស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាលនានា
- វិធានសម្រាប់ភ័ស្តុតាងតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក
- ការទូទាត់ប្រាក់ និងផ្ទេរប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក
- អាជ្ញាធរ (ការចេញបទប្បញ្ញត្តិ លិខិតអនុញ្ញាត/អាជ្ញាប័ណ្ណ វិញ្ញាបនបត្រ ឬការទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការ)
- នីតិវិធីរដ្ឋបាល និងពិន័យ
- បទល្មើសប្រឆាំងនឹងប្រព័ន្ធព័ត៌មាន និងទិន្នន័យកុំព្យូទ័រ និងទោសទណ្ឌ។

ការអនុវត្តច្បាប់នេះត្រូវបានរំពឹងថានឹងជំរុញឱ្យមានការបង្កើនការវិនិយោគ និងសកម្មភាពក្នុងវិស័យឯកជន ព្រមទាំងមានការនាំមកនូវនវានុវត្តន៍ដូចជា ប្រព័ន្ធទូទាត់ ប្រព័ន្ធថ្នាលបច្ចេកវិទ្យាដែលមានភាពទំនើប ក៏ដូចជាការលូតលាស់នៃការធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនផងដែរ។

៣) អនុក្រឹត្យលេខ ២៤៦ ស្តីពីហត្ថលេខាឌីជីថលដែលបានដាក់ចេញក្នុងឆ្នាំ២០១៧ ព្យាយាមកំណត់គោលការណ៍ហត្ថលេខាឌីជីថល និងដើម្បីគ្រប់គ្រង និងប្រើប្រាស់ហត្ថលេខាឌីជីថល ប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងប្រសិទ្ធភាព។

អនុក្រឹត្យលេខ២៤៦ ស្តីពីហត្ថលេខាឌីជីថល មានចែងក្នុងមាត្រា៤ បានកំណត់ថាហត្ថលេខាឌីជីថលជាទិន្នន័យដែលភ្ជាប់ទៅនឹងសារអេឡិចត្រូនិកសម្រាប់កំណត់អត្តសញ្ញាណរបស់ហត្ថលេខី និងពិនិត្យផ្ទៀងផ្ទាត់ស្ថានភាពដើមនៃសារអេឡិចត្រូនិក។ មាត្រា៩ កំណត់លក្ខខណ្ឌដែលហត្ថលេខាឌីជីថល អាចកំណត់អត្តសញ្ញាណរបស់ហត្ថលេខី ដោយពិនិត្យផ្ទៀងផ្ទាត់ស្ថានភាពដើមនៃសារអេឡិចត្រូនិក ពិនិត្យផ្ទៀងផ្ទាត់កាលបរិច្ឆេទ និងពេលវេលានៃហត្ថលេខាឌីជីថលនោះ។ មាត្រានេះក៏ចែងដែរថា ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍អាចកំណត់លក្ខខណ្ឌផ្សេងទៀតតាមករណីចាំបាច់។ អនុក្រឹត្យលេខ២៤៦ ក៏ទទួលស្គាល់នូវសុពលភាពនៃសារអេឡិចត្រូនិចដែលភ្ជាប់ដោយហត្ថលេខាឌីជីថល ដែលត្រូវបានពិនិត្យផ្ទៀងផ្ទាត់ដោយអាជ្ញាធរមានការបញ្ជាក់ដែលទទួលស្គាល់ដោយក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍[២]។

[២] បុគ្គលទាំងអស់អាចស្នើសុំអាជ្ញាប័ណ្ណអាជ្ញាធរមានការបញ្ជាក់ទៅកាន់ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ដែលមានសុពលភាពអាចបន្តរយៈពេល ១០ឆ្នាំ។ ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ត្រូវបានតម្រូវឱ្យចេញគោលការណ៍ណែនាំបច្ចេកទេសដែលកំណត់វិធានទូទៅលើការចេញវិញ្ញាបនបត្រហត្ថលេខាឌីជីថលទៅឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ ហើយអាជ្ញាធរមានការបញ្ជាក់មានតួនាទីគោរពតាមគោលការណ៍ណែនាំបច្ចេកទេសនេះ។ មាត្រា 23 នៃច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកប្រគល់សិទ្ធិអំណាចឱ្យក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ តាមរយៈបទប្បញ្ញត្តិរបស់ខ្លួន ឱ្យចាត់ចែងនីតិវិធីសុវត្ថិភាពពាក់ព័ន្ធនឹងនីតិវិធីសុវត្ថិភាពដែលបានកំណត់សម្រាប់កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាព និងហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាព។

វិញ្ញាបនបត្រហត្ថលេខាឌីជីថលមានសក្តានុពលក្នុងការយកទៅប្រើប្រាស់សម្រាប់ការចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្មក្នុងដំណើរការប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិ ការបង់ពន្ធ និងក្នុងប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ មាត្រា១១ នៃអនុក្រឹត្យលេខ២៤៦ បានចែងថា ប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុអនឡាញទាំងអស់ត្រូវប្រើប្រាស់ហត្ថលេខាឌីជីថលស្របទៅតាមអនុក្រឹត្យនេះ លើកលែងតែមានការអនុម័តផ្សេងទៀតដោយក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា។

៤) ច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ជាច្បាប់ពាក់ព័ន្ធសំខាន់មួយរបស់ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

ច្បាប់ស្តីពីការការពារអ្នកប្រើប្រាស់បានផ្តល់នូវបប្បញ្ញត្តិមួយនៅក្នុងមាត្រា ២៧ ដែលកំណត់ដោយផ្ទាល់នូវបទដ្ឋាននិយ័តកម្មកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ច្បាប់នេះបានតម្រូវឱ្យបុគ្គលទាំងអស់ដែលធ្វើអាជីវកម្មនៅកម្ពុជា ត្រូវបង្ហាញព័ត៌មានអប្បបរមាដល់អ្នកប្រើប្រាស់។ ក្រសួងមានសមត្ថកិច្ច មានសិទ្ធិអំណាចក្នុងការរៀបចំស្តង់ដារព័ត៌មានអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងវិស័យក្រោមសមត្ថកិច្ចរបស់ពួកគេ ហើយការរៀបចំស្តង់ដារនេះអាចពិគ្រោះយោបល់ជាមួយគណៈកម្មាធិការជាតិកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ប្រសិនបើចាំបាច់។ ស្តង់ដារព័ត៌មានអ្នកប្រើប្រាស់ដែលត្រូវបានអនុម័តដោយប្រកាស និងផ្សព្វផ្សាយដោយក្រសួងមានសមត្ថកិច្ច ឬគណៈកម្មាធិការជាតិកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់នឹងមានប្រសិទ្ធិភាពផ្លូវច្បាប់ជាបទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់អនុវត្តច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់។

ការអនុវត្តស្តង់ដារព័ត៌មានអ្នកប្រើប្រាស់ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា ២៧ នឹងយកទៅអនុវត្តជាមួយក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដោយមានសង្គតិភាពជាមួយបទប្បញ្ញត្តិមួយចំនួនទៀត។ នៅក្នុងមាត្រា ៣៣ នៃច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកតម្រូវឱ្យបុគ្គលដែលប្រើប្រាស់ទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកសម្រាប់សកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មជាមួយអ្នកប្រើប្រាស់ចាំបាច់ត្រូវអនុលោមតាមបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀតទាក់ទងនឹងកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់។

ដូចគ្នានេះផងដែរ ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា ២៧ នៃច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ និងក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនឹងរៀបចំក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈ និងបទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈត្រូវបង្កើត និងអនុម័តដោយប្រកាសអន្តរក្រសួងរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ ហើយការរៀបចំប្រកាសនេះអាចមានការចូលរួមពីសមាគមដែលតំណាងឱ្យអន្តរការី អ្នកផ្តល់សេវាកម្មពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ឬអ្នកប្រើប្រាស់។ ក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈ គួរតែរួមបញ្ចូលការការពារទិន្នន័យ និងលក្ខខណ្ឌស្តីពីកាតព្វកិច្ចសុវត្ថិភាព និងតម្លាភាពរបស់បុគ្គលគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ និងបុគ្គលធ្វើប្រព្រឹត្តិកម្មទិន្នន័យ (Data Controllers and Processors) និងកំណត់មូលដ្ឋានច្បាប់សម្រាប់ការប្រើប្រាស់ទិន្នន័យផ្ទាល់ខ្លួន និងការផ្តល់សិទ្ធិជាក់លាក់ដល់ម្ចាស់ទិន្នន័យក្នុងការចូលយកទិន្នន័យ កែទិន្នន័យ និងលុបទិន្នន័យ។ល។

៥) កាតព្វកិច្ចសារពើពន្ធ

អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារគឺជាសេនាធិការរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ដែលមានតួនាទី និងភារកិច្ចក្នុងការគ្រប់គ្រង និងប្រមូលពន្ធអាករគ្រប់ប្រភេទផ្អែកតាមច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិជាធរមាន។ សម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក អ្នកជាប់ពន្ធនិវាសនជន និងអ្នកជាប់ពន្ធអនិវាសនជនមានសិទ្ធិ និងបំពេញកាតព្វកិច្ចស្របតាមលិខិតបទដ្ឋានជាធរមាន។ ច្បាប់ស្តីពីសារពើពន្ធបានចែងពីបទប្បញ្ញត្តិមួយចំនួនដូចជា៖

- មាត្រា ២៖ ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលគឺជាបំណុលរបស់បុគ្គលនិវាសនជនចំពោះប្រាក់ចំណូលប្រភពកម្ពុជា និងប្រាក់ចំណូលប្រភពបរទេស និងរបស់បុគ្គលអនិវាសនជនចំពោះប្រាក់ចំណូលប្រភពកម្ពុជា
- មាត្រា ២៦ ថ្មី (មួយ)៖ អ្នកជាប់និវាសនជនប្រកបអាជីវកម្ម រួមទាំងគ្រឹះស្ថានអចិន្ត្រៃយ៍របស់បុគ្គលអនិវាសនជនធ្វើការទូទាត់ប្រាក់ចំណូលប្រភពកម្ពុជាដូចមានចែងក្នុងមាត្រា ៣៣ ថ្មី នៃច្បាប់នេះឱ្យទៅអ្នកជាប់ពន្ធអនិវាសនជនត្រូវកាត់ទុក និងបង់ប្រាក់ពន្ធតាមអត្រា ១៤ ភាគរយ នៃប្រាក់ដែលត្រូវបើក។
- មាត្រា ៧៥៖ ចំពោះទំនិញ និងសេវាត្រូវបានផ្គត់ផ្គង់ និងប្រើប្រាស់នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាដោយអ្នកផ្គង់ផ្គង់អនិវាសនជនដែលមិនមានគ្រឹះស្ថានអចិន្ត្រៃយ៍នៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ លក្ខខណ្ឌពិសេសបញ្ជាក់ពីការទទួលខុសត្រូវរបស់អ្នកទិញចំពោះប្រាក់អាករ ក្នុងករណីដែលអ្នកផ្គត់ផ្គងគ្មានអាជីវកម្មនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ឬក្នុងករណីដែលមានឧបសគ្គផ្សេងទៀតដល់ការប្រមូលប្រាក់អាករអំពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ត្រូវកំណត់ដោយអនុក្រឹត្យ។
- មាត្រា ១០១៖ បុគ្គលទាំងឡាយត្រូវទៅចុះបញ្ជីនៅក្នុងរដ្ឋបាលសារពើពន្ធក្នុងកំឡុង ១៥ ថ្ងៃ ក្រោយពីបុគ្គលនោះចាប់ផ្តើមធ្វើសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច។ បុគ្គលទាំងឡាយត្រូវជូនដំណឹងទៅរដ្ឋបាលសារពើពន្ធក្នុងរយៈពេល ១៥ ថ្ងៃ ក្រោយពីការផ្លាស់ប្តូរអាសយដ្ឋាន ទ្រង់ទ្រាយនាមករណ៍ កម្មវត្ថុអាជីវកម្ម ការផ្ទេរ ការបញ្ឈប់អាជីវកម្ម សមាសភាពអ្នកគ្រប់គ្រង ឬអ្នកទទួលបន្ទុកកិច្ចការពន្ធដាររបស់សហគ្រាស។

៦) ពន្ធនាំចូល និងការប្រមូលអាករលើតម្លៃបន្ថែមសម្រាប់ទំនិញនាំចេញ និងនាំចូល

អគ្គនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករទទួលខុសត្រូវរាល់សកម្មភាពផ្លូវច្បាប់ទាក់ទងនឹងកាតព្វកិច្ចដែលរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញលើទំនិញនាំចេញ និងនាំចូល។ ក្រោមអាណត្តិនេះ អគ្គនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករមានតួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវដូចតទៅ៖

- ច្បាប់គយមាត្រា ១៖
    - ផ្តល់សិទ្ធិ សម្រាប់ការគ្រប់គ្រង ការត្រួតពិនិត្យ និងការប្រមូលពន្ធអាករ និងកម្រៃផ្សេងៗលើទំនិញនាំចេញ និងនាំចូល
    - ផ្តល់ការត្រួតពិនិត្យ និងបទប្បញ្ញត្តិលើការបញ្ជូន ការផ្ទុក និងការបញ្ជូនទំនិញឆ្លងកាត់សម្រាប់ទំនិញបែបនេះ
    - ជំរុញការការពារ និងបង្ក្រាបការលួចបន្លំ និងការគេចពន្ធ

  - ចូលរួមអនុវត្តគោលនយោបាយពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា
  - លើកកម្ពស់ការអនុវត្តស្តង់ដារអន្តរជាតិ និងឧត្តមានុវត្តល្អៗទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងគយ និងកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្ម។

- ច្បាប់គយមាត្រា ៥៖
  - រាល់ទំនិញនាំចេញ និងនាំចូលទាំងអស់ ត្រូវស្ថិតនៅក្រោមបទប្បញ្ញត្តិនៃច្បាប់គយ។ ទំនិញចូលឬចាកចេញពីទឹកដីគយ គឺត្រូវមានការបង់ពន្ធ និងអាករនាំចេញនាំចូល ដូចដែលបានបញ្ជាក់នៅក្នុងតារាងពន្ធគយ។

៣. បញ្ហាប្រឈម

១) សេចក្តីព្រាងច្បាប់ស្តីពីបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានកំពុងស្ថិតក្រោមការពិនិត្យរបស់ក្រសួងមហាផ្ទៃ និងក្រសួងយុត្តិធម៌

សេចក្តីព្រាងច្បាប់ស្តីពីបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន មានគោលបំណងគ្រប់គ្រងលើសុវត្ថិភាពតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត ដាក់ចេញនូវវិធានការការពារ និងប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន។ ច្បាប់នេះក៏បានកំណត់គោលដៅសម្រាប់ធ្វើការដោះស្រាយក្តីបារម្ភផ្នែកសារព័ត៌មានរបស់រដ្ឋាភិបាល ដែលទាក់ទងនឹងការប្រើប្រាស់ពុំត្រឹមត្រូវនូវប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គម ដូចជាព័ត៌មានក្លែងក្លាយ ដែលអាចនាំឱ្យមានភាពខ្វែងគំនិតគ្នាផ្នែកនយោបាយ និងសង្គម។ ជាមួយគ្នានេះដែរ ច្បាប់នេះក៏ផ្តល់នូវកិច្ចការពារសុវត្ថិភាព និងសិទ្ធិស្របច្បាប់របស់បុគ្គលឯកជននៅក្នុងការប្រើប្រាស់ និងអភិវឌ្ឍន៍បច្ចេកវិទ្យា។ សេចក្តីព្រាងច្បាប់នេះក៏នឹងបំពេញបន្ថែមលើច្បាប់ស្តីពីរបបសារព័ត៌មានឆ្នាំ១៩៩៥ និងបញ្ចូលបច្ចុប្បន្នភាពសម្រាប់យុគសម័យបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានផងដែរ។ សេចក្តីព្រាងច្បាប់នេះស្នើឱ្យបង្កើតគណៈកម្មាធិការថ្នាក់ជាតិប្រឆាំងបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន ដែលមានតួនាទីទទួលខុសត្រូវលើការតាមដាន និងការអនុវត្តច្បាប់។

សេចក្តីព្រាងច្បាប់ស្តីពីបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានចែងពីបទល្មើសមានទោសនានា ដូចជាការចូលយកពុំស្របច្បាប់ ចារកម្មទិន្នន័យ ការស្ទាក់យកពុំស្របច្បាប់នូវការបញ្ជូនទិន្នន័យកុំព្យូទ័រឯកជន ការជ្រៀតជ្រែកទិន្នន័យ ការផ្ទេរទិន្នន័យដោយពុំមានការអនុញ្ញាត ការជ្រៀតជ្រែកប្រព័ន្ធ (ដូចជាការបញ្ចូល ការបញ្ជូន ការកែប្រែ ការលុបចោល ឬធ្វើឱ្យខូចនូវទិន្នន័យកុំព្យូទ័រ ឬការរឹតត្បិតនូវការចូលយកទិន្នន័យ) ការបង្ហោះរូបអាសគ្រាមកុមារ ការផ្សាយអត្ថបទ ឬគេហទំព័រពុំសមរម្យ បញ្ហាកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ការឆបោក និងការក្លែងបន្លំទាក់ទងនឹងកុំព្យូទ័រ ការប្រើប្រាស់ពុំត្រឹមត្រូវនូវឧបករណ៍ និងឧបសាធនសម្រាប់បទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននានា។ បន្ថែមពីនេះ ច្បាប់នេះក៏បានធ្វើការយោងទៅក្រមព្រហ្មទណ្ឌសម្រាប់បទល្មើសក្នុងវិស័យព័ត៌មានវិទ្យានៅក្នុងមាត្រា ៤២៧ (បទចូលទៅដល់ឬស្ថិតនៅនឹងប្រព័ន្ធប្រព្រឹត្តិកម្មស្វ័យប្រវត្តនៃទិន្នន័យ) មាត្រា ៤២៨ (បទបង្កើតជាឧបសគ្គដល់ដំណើរការនៃប្រព័ន្ធប្រព្រឹត្តិកម្មស្វ័យប្រវត្តនៃទិន្នន័យ) មាត្រា ៤២៩ (បទបញ្ចូល លុបបំបាត់ ឬកែប្រែដោយទុច្ចរិតនៃទិន្នន័យ) និងមាត្រា ៤៣០ (បទចូលរួមក្នុងក្រុមប្រមូលផ្តុំ ឬក្នុងសន្និដ្ឋិភាពដើម្បីរៀបចំប្រព្រឹត្តបទល្មើស)។

២) កង្វល់ក្នុងចំណោមសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងវិនិយោគិនទាក់ទងនឹងការអនុលោមតាមច្បាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនឹងត្រូវដោះស្រាយតាមរយៈគំនិតផ្តួចផ្តើម និងការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹង

សហគ្រាសកម្ពុជា និងវិនិយោគិនបរទេសកំពុងតែរង់ចាំការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់នូវច្បាប់នេះយ៉ាងខ្លាំងមុននឹងធ្វើការសម្រេចចិត្តបង្កើតឬពង្រីកប្រតិបត្តិការនៅក្នុងប្រទេស។ សម្រាប់សហគ្រាសទាំងនោះ ការព្រួយបារម្ភគឺទាក់ទងនឹងភាពមិនច្បាស់លាស់ទាក់ទងនឹងថ្លៃដើមនៃការអនុលោមតាមច្បាប់។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ រដ្ឋាភិបាលបានព្យាយាមធានាដល់អ្នកពាក់ព័ន្ធក្នុងវិស័យនេះថា ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនឹងមិនបង្កើតជាបញ្ហានោះទេ ប៉ុន្តែនឹងជួយដល់ការរីកលូតលាស់នៃវិស័យនេះ។

សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក៏បានលើកឡើងនូវការព្រួយបារម្ភផងដែរថា ការអនុលោមតាមតម្រូវការស្តីពីការកត់ត្រាប្រតិបត្តិការតាមសៀវភៅ អាចធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកស្ថិតក្នុងស្ថានភាពប្រកួតប្រជែងទាបជាងអ្នកលក់រាយតាមបែបប្រពៃណី ដោយសារការអនុវត្តគណនេយ្យមិនមានស្តង់ដារ និងការកត់ត្រាប្រតិបត្តិការមិនត្រឹមត្រូវជាដើម។ មួយវិញទៀត តម្លៃនៃការអនុលោមតាមបទដ្ឋានសន្តិសុខអ៊ីនធឺណិត (Cyber Security) និងបទដ្ឋានផ្សេងទៀតក៏ជាការព្រួយបារម្ភមួយផងដែរ។

ចាប់តាំងពីច្បាប់នេះត្រូវបានអនុម័ត តម្រូវការសំខាន់មួយគឺការធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលការយល់ដឹង និងលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងទៅដល់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីឱ្យយល់ច្បាស់ពីសិទ្ធិ និងកាតព្វកិច្ចរបស់ពួកគេ។ ការណ៍នេះចាំបាច់ត្រូវធ្វើឡើងតាមរយៈការពិគ្រោះយោបល់ដោយផ្ទាល់ ក៏ដូចជាព័ត៌មានដែលត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយនៅលើគេហទំព័រផ្លូវការ។

៤. គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ

១) បំពេញក្របខ័ណ្ឌច្បាប់អ៊ីនធឺណិត (Cyber Law) របស់កម្ពុជាដោយបញ្ចូលចំណុចពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកទៅក្នុងសេចក្តីព្រាងច្បាប់នេះ និងបំពេញចន្លោះប្រហោងចំណេះដឹង

ជាមួយនឹងការអនុម័តច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ សេចក្តីព្រាងច្បាប់ស្តីពីបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានត្រូវតែរៀបចំបញ្ចប់ និងអនុម័តឱ្យបានឆាប់រហ័សដោយបញ្ចូលចំណុចពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកទៅក្នុងសេចក្តីព្រាងច្បាប់នេះផងដែរ។ ជាការចាំបាច់ផងដែរគឺការផ្សារភ្ជាប់ចន្លោះប្រហោងទាក់ទងនឹងច្បាប់ដែលអវត្តមានរួមមានកិច្ចការពារទិន្នន័យ និងធ្វើការបំពេញចន្លោះតាមរយៈអនុក្រឹត្យ។

លើសពីនេះទៀត តាមរយៈការពិភាក្សា និងចរចានានាដែលកម្ពុជាកំពុងតែអនុវត្តក្នុងថ្នាក់តំបន់ និងពិភពលោក មានចំណុចបច្ចេកទេសមួយចំនួនដែលត្រូវការការពិគ្រោះយោបល់រវាងវិស័យសាធារណៈ និងឯកជនដើម្បីបង្កើនការយល់ដឹង (រួមមាន ការធ្វើមូលដ្ឋានីយកម្មទិន្នន័យ (Data Localization) រាប់បញ្ចូលទាំងការបម្រុងទុកទិន្នន័យ (Backup) ការបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលស្តារមហន្តរាយ (Disaster

Recovery Center) និងការប្រើប្រាស់សេវាពពក (Cloud Solutions) ជាដើម) លំហូរទិន្នន័យឆ្លងកាត់ព្រំដែន ការធ្វើចំណាត់ថ្នាក់ទិន្នន័យ (Data Classification) ទិន្នន័យឯកជន និងសុវត្ថិភាពទិន្នន័យនិងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត ទិន្នន័យធំ (Big Data) និងតម្លៃនាំចូលអប្បបរិមា (De Minimis)។ គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ក៏ផ្តោតផងដែរលើការសិក្សាអំពីគោលនយោបាយទិន្នន័យសមស្របសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា ក្នុងបរិបទដាក់ស្តែងនៃគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងផលប្រយោជន៍ជាតិជាគោល។

២) ផ្តល់ការយល់ដឹងដល់អ្នកប្រើប្រាស់និងវិស័យឯកជនរួមទាំងវិនិយោគិន លើក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

ការអនុម័តច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងនាំមកនូវសកម្មភាពវិនិយោគពីវិនិយោគិនរួមទាំងក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងតំបន់ដែលព្យាយាមធ្វើពិពិធកម្មទីផ្សារនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងជួយជំរុញប្រទេសកម្ពុជាឱ្យទៅជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ដំណើរការប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ការយល់ឃើញជាទូទៅនៅក្នុងវិស័យឯកជនគឺថាវិនិយោគិនបានរង់ចាំការអនុម័តច្បាប់ជាមុនដើម្បីយល់កាន់តែច្បាស់ពីទិសដៅគោលនយោបាយរបស់រដ្ឋាភិបាល និងផលប៉ះពាល់នានាមុនពេលចូលទីផ្សារ និងការដាក់ចេញនូវសេវាកម្មថ្មីៗ។ ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងស្រុកក៏បានរង់ចាំ និងឃ្លាំមើលផងដែរដើម្បីយល់ពីការអនុវត្តច្បាប់នេះ។ ដូច្នេះការយល់ដឹងស៊ីជម្រៅអំពីទិដ្ឋភាពបច្ចេកទេសផ្សេងៗនៃច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ច្បាប់ និងលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តិ គឺជាតម្រូវការចាំបាច់ដែលត្រូវតែពង្រីកសម្រាប់វិនិយោគិន (បុគ្គលគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ និងបុគ្គលធ្វើប្រព្រឹត្តិកម្មទិន្នន័យ អន្តរការី និងអ្នកផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក អ្នកផ្តល់សេវាទូទាត់ និងអ្នកជំនួញតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក) និងសហគ្រាសក្នុងស្រុក សមាគមការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ក៏ដូចជាក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ តាមរយៈសិក្ខាសាលា ការផ្សព្វផ្សាយតាមគេហទំព័រ និងមធ្យោបាយផ្សេងទៀត។

៥. ទ្រឹស្តីនៃបម្រែបម្រួល

ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ
មូលដ្ឋានច្បាប់សម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅមិនទាន់មានលក្ខណៈពេញលេញនៅឡើយ ដែលចាំបាច់ត្រូវតែពង្រឹង និងបំពេញបន្ថែមមុនពេលសហគ្រាសដែលកំពុងតែធ្វើអាជីវកម្មអាចពង្រីកខ្លួនកាន់តែធំ អ្នកប្រើប្រាស់មានការចាប់យកប្រើប្រាស់ច្រើន និងការវិនិយោគកាន់តែហូរចូល។	• ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ដែលមានលក្ខណៈរឹងមាំដើម្បីជាមូលដ្ឋានគ្រឹះសម្រាប់គាំពារប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក រួមទាំង អ្នកប្រើប្រាស់ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងវិនិយោគិន។ • សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងវិនិយោគិនមានការយល់ដឹងកាន់តែច្បាស់ជាងមុនលើលក្ខខណ្ឌតម្រូវអនុលោមភាពដាក់លាក់ទាក់ទងនឹងក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងនិយ័តកម្ម។ • រដ្ឋាភិបាលមានជំហររឹងមាំនិងពេញលេញទាក់ទងនឹងគោលនយោបាយចំពោះទិន្នន័យពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព	គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ	សកម្មភាពនៅក្នុងផែនការសកម្មភាព
១. ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានអនុវត្ត តាមរយៈព្រះរាជក្រម។	១. បំពេញក្របខ័ណ្ឌច្បាប់អ៊ីនធឺណិតរបស់កម្ពុជា ដោយបញ្ចូលចំណុចពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកទៅក្នុងសេចក្តីព្រាងច្បាប់នេះ និងបំពេញចន្លោះប្រហោងចំណេះដឹង។ ២. ធ្វើការសិក្សាអំពីគោលនយោបាយទិន្នន័យសមស្របសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា ក្នុងបរិបទជាក់ស្តែងនៃគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងផលប្រយោជន៍ជាតិជាគោល។ ៣. ធ្វើឱ្យមជ្ឈដ្ឋានអ្នកប្រើប្រាស់ និងវិស័យឯកជនរួមទាំងវិនិយោគិនយល់ដឹងពីច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជ-កម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងនិយ័តកម្មពាក់ព័ន្ធ។	2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4, 2.1.5, 2.1.6, 2.1.7, 2.1.8, 2.1.9, 8.1.1, 8.1.2, 8.1.3, 8.1.4, 8.1.5, 8.1.6, 8.1.7, 8.4.3, 8.4.4, 8.4.5
២. ពន្ធជាឧបករណ៍ដ៏សំខាន់មួយសម្រាប់ធានាដល់ការប្រកួតប្រជែងដោយស្មើភាពក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនាពេលអនាគត		3.1.2, 3.1.3, 3.1.4, 3.1.8
៣. ការយល់ដឹងរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងវិស័យឯកជនរួមទាំងវិនិយោគិនផងដែរ លើក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក នៅមានកម្រិតនៅឡើយ។		2.1.4

ជំពូកទី២៖ ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិ

គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ

០១ បំពេញក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ស្តីពីប្រព័ន្ធអ៊ីនធើណេតរបស់ប្រទេសកម្ពុជា ដោយធានាថាបានផ្សារភ្ជាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកទៅក្នុងសេចក្តីព្រាងច្បាប់ ដែលមាននាពេលបច្ចុប្បន្នដោយបង្កើតអនុក្រឹត្យ ប្រសិនបើសមស្របនិងបំពេញចន្លោះប្រហោងផ្នែកចំណេះដឹង

០២ ធ្វើឲ្យមជ្ឈដ្ឋានអ្នកប្រើប្រាស់ និងវិស័យឯកជន រួមទាំងវិនិយោគិន យល់ដឹងពីច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និង ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងនិយ័តកម្មពាក់ព័ន្ធ

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព

ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានអនុវត្តតាមរយៈការចេញអនុក្រឹត្យ។

ពន្ធត្រូវបានរំពឹងទុកថាជាកត្តាសំខាន់មួយសម្រាប់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនាពេលអនាគត។

ចាំបាច់ត្រូវធានាថាសិទ្ធិរបស់អ ការប្រគល់នូវទំនិញដែលត្រូ តាមរយៈប្រតិបត្តិការតាមប្រព័ បានការពារ។

លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ

ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ដែលមានលក្ខណៈរឹងមាំដើម្បីជាមូលដ្ឋានគ្រឹះសម្រាប់គាំពារប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក រួមទាំងអ្នកប្រើប្រាស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងវិនិយោគិន

សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម វិនិយោគិនមានការយល់ដឹងកាន់តែច្បាស់ជាងមុនអំពីលក្ខខណ្ឌតម្រូវអនុលោមភាពជាក់លាក់ទាក់ទងនឹងក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងនិយ័តកម្ម

ជំហររឹងមាំ និងពេលលេញមួយសម្រាប់រាជរដ្ឋាភិបាលទាក់ទងនឹងគោលនយោបាយចំពោះទិន្នន័យពាក់ព័ន្ធនឹងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល

ស់អ្នកប្រើប្រាស់សម្រាប់
ត្រឡប់ទៅវិញបានទទួល
ប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវ

មូលដ្ឋានច្បាប់ទន់ខ្សោយសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិចត្រូវតែពង្រឹង ដើម្បីឲ្យក្រុមហ៊ុនដែលមានស្រាប់អាចពង្រីក ការអនុម័តអតិថិជនអាចកើនឡើងហើយការវិនិយោគអាចហូរចូលបាន។

ជំពូកទី៣
បទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម

១. សេចក្តីផ្តើម

ទិដ្ឋភាពផ្នែកនិយ័តកម្មសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (SME)[៣] គឺជាផ្នែកមួយសំខាន់ក្នុងចំណោមផ្នែកសំខាន់ៗផ្សេងទៀតនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលទាមទារឱ្យយកចិត្តទុកដាក់ជាចាំបាច់។ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមជួបបញ្ហាប្រឈមជាច្រើនពាក់ព័ន្ធកម្រិតនៃការយល់ដឹងអំពីគោលនយោបាយ និងបទបញ្ញត្តិ ដូចជា គោលនយោបាយលើកទឹកចិត្ត និងអនុគ្រោះនានា ការចុះបញ្ជី ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ និងបញ្ហាផ្សេងៗទៀត។ ទោះបីជាមានការគាំទ្រថ្មីៗដូចជា ការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមថ្មីៗនេះក៏ដោយ ការទទួលបានការលើកទឹកចិត្តនេះ នៅមានកម្រិតទាបនៅឡើយដោយសារគម្លាតនៃការយល់ដឹងកង្វះការប្រតិបត្តិជាផ្លូវការ និងបន្ទុករដ្ឋបាលជាដើម។ បញ្ហាប្រឈមទាំងនេះ បានកើតឡើងកាន់តែច្រើនក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដោយសារសហគ្រាស និងក្រុមហ៊ុនទាំងឡាយពុំទាន់យល់ច្បាស់ពីប្រភេទក្រុមហ៊ុនរបស់ខ្លួន របៀបគ្រប់គ្រងបញ្ហាអាករលើតម្លៃបន្ថែមរបស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ក៏ដូចជាបញ្ហាប្រឈមទាក់ទងនឹងកម្រិតនៃការយល់ដឹងរបស់ស្ថាប័នស្តីពីការធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមអេឡិចត្រូនិក។ ចាប់តាំងពីមានអនុក្រឹត្យលេខ ១២៤ អនក្រ.បកចុះថ្ងៃទី០២ ខែតុលា ឆ្នាំ២០១៨ ស្តីពីការលើកទឹកចិត្តផ្នែកពន្ធដារ សម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យអាទិភាព និងសេចក្តីណែនាំលេខ ២០៥១៥អពដ

[៣] SME ក្នុងន័យនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រនេះគឺរាប់បញ្ចូលទាំងសហគ្រាសធុនមីក្រូ

ចុះថ្ងៃទី២១ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៨ អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារបាននឹងកំពុងធ្វើសិក្ខាសាលាដើម្បីផ្សព្វផ្សាយជូនអ្នកជាប់ពន្ធគ្រប់វិស័យទាំងអស់ និងទូទាំងប្រទេសអំពីខ្លឹមសារ អត្ថប្រយោជន៍ និងនីតិវិធីនានា។ ក៏ប៉ុន្តែការយល់ដឹងទូទៅ និងការចូលរួមនៅមានកម្រិត ដោយសារកង្វះការយកចិត្តទុកដាក់។ ថ្មីៗនេះ ដើម្បីសម្រួល និងពន្លឿននីតិវិធីក្នុងការស្នើសុំ ព្រមទាំងធានាតម្លាភាព និងគណនេយ្យភាពក្នុងការពិនិត្យ និងការផ្តល់ការលើកទឹកផ្នែកពន្ធដារ ដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យអាទិភាព អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ បានចេញសេចក្តីណែនាំលេខ ១៧០៨៣ អពដ ចុះថ្ងៃ១៤ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២០ស្តីពីការដាក់ពាក្យស្នើសុំ និងទទួលបានវិញ្ញាបនបត្រការលើកទឹកចិត្តផ្នែកពន្ធដារសម្រាប់អ្នកជាប់ពន្ធតូច និងមធ្យម ដែលស្ថិតក្នុងវិស័យអាទិភាព។

២. ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន

ផែនការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលទើបនឹងដាក់ចេញនាពេលថ្មីៗនេះ គឺជាគោលការណ៍ដ៏ល្អមួយដែលអាចធ្វើឱ្យបរិយាកាសពាណិជ្ជកម្មកាន់តែមានលក្ខណៈប្រសើរឡើង។ រាជរដ្ឋាភិបាលបានចេញវិធានការដាក់លាក់មួយចំនួនដែលធ្វើឱ្យបរិយាកាសពាណិជ្ជកម្មកាន់តែប្រសើរ និងបង្កើនទំហំផ្គត់ផ្គង់ ហើយចំណែកទីផ្សារសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលកំពុងធ្វើប្រតិបត្តិការនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជានៅក្នុងវិស័យអាទិភាពបានកំណត់ក្រោមអនុក្រឹត្យលេខ ១២៤[៤]។

ជាមួយនោះដែរ ការប្រកាសដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក នឹងនាំមកនូវការផ្លាស់ប្តូរបរិយាកាស និងរបៀបធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គម (Social Commerce) និងសហគ្រាសមីក្រូមិនផ្លូវការមួយចំនួន។ ដូច្នេះ ចំណុចដែលគួរតែយកមកពិចារណាមានដូចខាងក្រោម៖

១) ទោះបីជាមានលក្ខណៈក្រៅផ្លូវការក៏ដោយ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមកំពុងទាញយកផលប្រយោជន៍ពីការប្រកបមុខជំនួញមួយដែលអាចធ្វើទៅបានតាមរយៈសមត្ថភាពផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ និងបច្ចេកវិទ្យាដែលមានដូចជាកម្មវិធីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមនានា។ ពុំមានបញ្ជីពិតប្រាកដពីចំនួនសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលកំពុងប្រតិបត្តិការ និងប្រភពចំណូលរបស់សហគ្រាសទាំងនោះ មុនពេលចូលរួមក្នុងសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មសង្គមបច្ចុប្បន្ននេះទេ។ ប៉ុន្តែអ្វីដែលអាចសន្និដ្ឋានបាន គឺថាបើពុំមានសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មបែបនេះទេ មនុស្សភាគច្រើនអាចនឹងគ្មានការងារធ្វើ បាត់បង់ប្រភពចំណូល ហើយនឹងក្លាយជាសម្ពាធមួយចំពោះប្រព័ន្ធសុខុមាលភាពជាតិ។

២) ការអនុម័តច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ត្រូវបានរំពឹងទុកថានឹងនាំមកនូវការវិនិយោគផ្ទាល់ពីបរទេសមកកម្ពុជា ដោយសារក្រុមហ៊ុនអន្តរជាតិដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក អាចបង្កើតបណ្តាញចែកចាយសម្រាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ក៏ដូចជាជ្រើសរើសកម្មករ/និយោជិតផងដែរ។ នេះអាចផ្តល់ជាចរន្តចម្លងមួយសម្រាប់សហគ្រាសធុនមីក្រូ តូច និងមធ្យម ដែលប្រតិបត្តិការក្នុងពាណិជ្ជកម្មសង្គម ដើម្បីប្រែក្លាយទៅជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ឬនិយោជិករបស់ក្រុមហ៊ុនវិនិយោគទាំងនោះ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ

[៤] អនុក្រឹត្យលេខ 124 អនក្រ.បក ("អនុក្រឹត្យ 124) ចូលជាធរមានចាប់ពីថ្ងៃទី២ ខែតុលា ឆ្នាំ២០១៨។ សូមមើល https://www.dfdl.com/resources/legal-and-tax-updates/cambodia-tax-update-sme-tax-incentives-announced/

សកម្មភាពទាំងនេះគឺអាស្រ័យលើឆន្ទៈរបស់វិនិយោគិន និងជំនួយគាំទ្រដែលបានផ្តល់ទៅឱ្យសហគ្រាសក្នុងវិស័យថ្មីនេះ។

៣) កត្តាជំរុញក្រោយការចាប់ផ្តើមប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជកម្ម-សង្គម មានលើសពីកត្តាពន្ធដារទៅទៀត ទោះបីជាពន្ធដារជាកត្តាសំខាន់មួយសម្រាប់សហគ្រាសធុនមីក្រូ តូច និងមធ្យមក៏ដោយ។ កម្មវិធីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមមានតួនាទីធ្វើឱ្យអ្នកផ្គត់ផ្គង់ឱ្យកាន់តែនៅកៀកជិតអ្នកប្រើប្រាស់ និងអាចជួយកសាងម៉ាកយីហោ និងនាំផលិតផលចូលទៅទីផ្សារ ទោះបីការផ្សព្វផ្សាយសង្គមនេះធ្វើឡើងតាមរយៈទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកក៏ដោយ ។ រាជរដ្ឋាភិបាលអាចពិនិត្យជំរុញសកម្មភាពទាំងនេះឱ្យបានល្អ និងខិតខំបង្កើតកម្លាំងជំរុញស្នូលក្នុងក្នុងការផ្លាស់ប្តូរទៅជាទម្រង់ផ្លូវការវិញ (ឧទហរណ៍ តាមរយៈថ្នាលពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកថ្នាក់ជាតិ)។

៤) ទោះបីជាមជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មទូទៅមានការរីកចម្រើនក៏ដោយ សហគ្រាសធុនមីក្រូ តូច និងមធ្យមក៏ជួបបញ្ហាប្រឈមធំៗជាច្រើនរាប់ចាប់ពីការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណពាណិជ្ជកម្ម (ជាមួយក្រសួងផ្សេងទៀតបន្ទាប់ពីការចុះបញ្ជីនៅក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម) ការទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុ និងជាពិសេសការបំពេញកាតព្វកិច្ចសារពើពន្ធ។ អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ បានធ្វើទំនើបនីយកម្មយ៉ាងច្រើនលើរដ្ឋបាលសារពើពន្ធដោយបានផ្តល់នូវសេវាកម្មដែលមានគុណភាព និងភាពងាយស្រួល ដូចជា ការចុះបញ្ជីពន្ធដារតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ការបង្វិលសងអាករលើតម្លៃបន្ថែមតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ការស្នើសុំការចៀសវាងការយកពន្ធត្រួតគ្នា (DTA)តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ការទូទាត់ប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ការដាក់លិខិតប្រកាសតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក (ដាក់ចេញនៅឆ្នាំ២០២០) ផ្នែកសេវាកម្មអតិថិជន (Call Center 1277 និង GDT Live Chat) កម្មវិធីផ្សាយផ្ទាល់(Facebook Live) របស់អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ និងការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈការធ្វើសិក្ខាសាលាដល់អ្នកជាប់ពន្ធ ជាពិសេសអ្នកជាប់ពន្ធតូច និងមធ្យមទូទាំងប្រទេស ។ល។

៥) ដើម្បីសម្រាលបន្ទុក និងជាដំណោះស្រាយចំពោះបញ្ហាប្រឈមដែលសហគ្រាសធនតូច និងមធ្យមជួបប្រទះនៅពេលទទួលការផ្គត់ផ្គង់សេវាពីរូបវន្តបុគ្គល ឬពីសហគ្រាសដែលមិនបានចុះបញ្ជីពន្ធដារ ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុបានចេញប្រកាសលេខ ០៩៨ សហវ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី២៩ ខែមករា ឆ្នាំ២០២០ ស្តីពីពន្ធលើប្រាក់ចំណូល។ ប្រកាសនេះបានកំណត់ថា ការទូទាត់ជាសាច់ប្រាក់ ឬជាវត្ថុ ចំពោះការផ្គត់ផ្គង់សេវាណាមួយដែលមានតម្លៃក្រោម ៥០ ០០០រៀល ត្រូវបានលើកលែងពីកាតព្វកិច្ចបង់ពន្ធកាត់ទុក ១៥ ភាគរយ។ ជាងនេះទៅទៀត រាជរដ្ឋាភិបាលក៏បានលើកទឹកចិត្តពន្ធកាត់ទុកលើសេវាទូទៅចំពោះវិស័យអាទិភាពមួយចំនួន តាមរយៈការដាក់ចេញនូវប្រកាសលេខ ២៥២ សហវ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី១១ ខែមីនា ឆ្នាំ ២០១៩ ស្តីពីការលើកទឹកចិត្តផ្នែកពន្ធដារចំពោះសហគ្រាសផលិត ផ្គត់ផ្គង់ក្នុងស្រុក ឬនាំចេញស្រូវ អង្ករ ពោត សណ្តែក ម្រេច ដំឡូងមី គ្រាប់ស្វាយចន្ទី និងជ័រកៅស៊ូ។

៣. បញ្ហាប្រឈម

សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ជួបប្រទះនូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនជាក់ស្តែងដែលបានអូសបន្លាយនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដូចជា លទ្ធភាពនៃការផលិត និងសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងរបស់ពួកគេក្នុងទីផ្សារ ហើយវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ជួបបញ្ហាប្រឈមសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

១) ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកពន្ធដារសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម យោងអនុក្រឹត្យលេខ ១២៤ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី០២ ខែតុលា ឆ្នាំ២០១៨ និងសេចក្តីណែនាំលេខ ២០៥១៥ អពដ ចុះថ្ងៃទី២១ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៨ មក អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារបាននឹងកំពុងធ្វើសិក្ខាសាលាដើម្បីផ្សព្វផ្សាយជូនអ្នកជាប់ពន្ធគ្រប់វិស័យទាំងអស់ និងទូទាំងប្រទេសអំពីខ្លឹមសារ អត្ថប្រយោជន៍ និងនីតិវិធីនានា។ ក៏ប៉ុន្តែការយល់ដឹងទូទៅ និងការចូលរួមនៅមានកម្រិតដោយសារកង្វះការយកចិត្តទុកដាក់។

២) ពុំទាន់មានក្របខ័ណ្ឌរួមសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដែលធ្វើឱ្យយន្តការជំនួយសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមមានភាពយឺតបន្តិច និងអាចបង្កើនហានិភ័យក្នុងការរៀបចំគោលនយោបាយមិនចំគោលដៅ។ នាពេលបច្ចុប្បន្ន កម្ពុជាមិនទាន់មានក្របខ័ណ្ឌរួមដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមច្បាស់លាស់នៅឡើយទេ ដោយសារតែការអនុវត្តន៍សកម្មភាពគោលនយោបាយមានលក្ខណៈដាច់ពីគ្នាក្នុងក្រសួងស្ថាប័ននីមួយៗ។ គោលការណ៍អភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម កំពុងស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលអភិវឌ្ឍន៍ ដែលដឹកនាំដោយក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍[៤] ហើយគោលការណ៍នេះនៅមានភាពស្រពិចស្រពិលទាក់ទងនឹងទំនួលខុសត្រូវរបស់ទីភ្នាក់ងារផ្សេងៗដោយសារតែមានចន្លោះប្រហោងក្នុងការផ្តល់ព័ត៌មានច្បាស់លាស់នៅលើគេហទំព័ររួមមួយ ដែលអាចបណ្តាលឱ្យមានភាពទន់ខ្សោយក្នុងការអនុវត្តន៍ និងសម្របសម្រួលគោលនយោបាយ ព្រមទាំងវិធានការផ្សេងៗឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព។

៣) សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅប្រទេសកម្ពុជា អាចចាត់ទុកជា "សហគ្រាសធុនកណ្តាលដែលបាត់ខ្លួន (Missing Middle)"៖ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមចំនួន 97% មានមូលដ្ឋានជាវិស័យឯកជននៅកម្ពុជា (ស្មើនឹងអត្រាការងារចំនួន ៣០% និងផលរបរចំនួន ១២%) ខណៈពេលសហគ្រាសធំៗ (ភាគច្រើនជារោងចក្រនាំចេញ) មានចំនួន ០,៦% នៃសហគ្រាសសរុប (ស្មើនឹងអត្រាការងារចំនួន ៦៣% និងផលរបរចំនួន ៧៦%)។ មូលដ្ឋាននៃសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមទើបតែចាប់ផ្តើមរីកលូតលាស់ ហើយសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមមួយចំនួនដែលមានសកម្មភាពនៅក្នុងវិស័យកាត់ដេរគឺមានការចាប់អារម្មណ៍ច្រើន ប៉ុន្តែសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងវិស័យបច្ចេកវិទ្យាគឺមិនទាន់មានការយល់ដឹង និងគាំទ្រទូលំទូលាយដូចក្នុងវិស័យផ្សេងទៀតនៅឡើយទេ។ ក្របខ័ណ្ឌអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមត្រូវពង្រឹងជាចាំបាច់ ជាពិសេសឱ្យស្របតាមការរីកលូតលាស់នូវសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលដែលត្រូវបានរំពឹងថា ជាប់ទាក់ទងនឹងសកម្មភាពរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមមួយចំណែកធំ។

៤) បញ្ហាប្រឈមរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមកាន់តែធ្ងន់ឡើង ដោយសារតែពុំទាន់មាននិយមន័យ ឬលក្ខខណ្ឌវិនិច្ឆ័យដែលទទួលស្គាល់ជារួមសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅក្នុងស្ថាប័នសំខាន់ៗក្នុងវិស័យសាធារណៈ ដូចក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍[៥] អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ[៦] និងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ នៅពេលដែលពុំមានលក្ខខណ្ឌវិនិច្ឆ័យ ឬនិយមន័យរួមសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម វាបណ្តាលឱ្យសេវាកម្មទាក់ទងនឹងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមកាន់តែមានភាពបែកខ្ញែកបន្ថែមទៀត។ ស្ថាប័ននីមួយៗមានលក្ខខណ្ឌវិនិច្ឆ័យផ្សេងគ្នា អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារបានប្រើលក្ខខណ្ឌវិនិច្ឆ័យមួយផ្អែកលើបុគ្គលិក និងប្រាក់ចំណូលសម្រាប់គោលបំណងប្រមូលពន្ធដារ។ និយមន័យដែលមានលក្ខណៈស្តង់ដារមួយ គឺជាចំណុចចាប់ផ្តើមយ៉ាងសំខាន់សម្រាប់ការបង្កើតគោលនយោបាយ និងការវាស់វែងទិន្នន័យទាក់ទងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។

៥) ការបំពេញកាតព្វកិច្ចសារពើពន្ធ បានក្លាយជាបញ្ហាប្រឈមសំខាន់មួយដែលបានលើកឡើងជាហូរហែដោយសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ទោះបីជាអគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារបានខិតខំផ្សព្វផ្សាយ និងធ្វើបច្ចុប្បន្នកម្មច្បាប់ស្តីពីសារពើពន្ធ និងបទប្បញ្ញត្តិនានារួមទាំងអត្រាពន្ធនៅលើគេហទំព័ររបស់អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ ទំព័រ Facebook, YouTube និងកម្មវិធីព័ត៌មានសម្រាប់ទូរស័ព្ទចល័ត។ អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារជាញឹកញាប់បានរៀបចំសិក្ខាសាលាផ្សព្វផ្សាយ និងសិក្ខាសាលាពិភាក្សាស្តីពីច្បាប់សារពើពន្ធ និងបទប្បញ្ញត្តិនានា ក៏ដូចជាតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម និងសាធារណៈផងដែរ។ លើសពីនេះ ក៏មានបញ្ហាទាក់ទងនឹងពន្ធដូចខាងក្រោម៖

ក. មានបញ្ហាចម្បងពីរទាក់ទងនឹងអាករលើតម្លៃបន្ថែម ទីមួយគឺទាក់ទងនឹងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ក្រៅផ្លូវការ ដែលជាបញ្ហាចោទទូទៅមួយសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមភាគច្រើន។ អាករលើតម្លៃបន្ថែម គឺជាពន្ធប្រយោលដែលដាក់លើអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ខណៈពេលដែលពន្ធកាត់ទុកគឺជាពន្ធផ្ទាល់ដែលដាក់លើតែប្រាក់ចំណូលដែលបានមកពីសេវាកម្មដែលត្រូវបានផ្តល់ដោយបុគ្គល ឬអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដែលពុំចុះបញ្ជីប៉ុណ្ណោះ។ ដោយសារតែអាករលើតម្លៃបន្ថែម អាចត្រូវបានចេញដោយសហគ្រាសដែលជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដែលបានចុះបញ្ជីលេខអត្តសញ្ញាណសារពើពន្ធសម្រាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ក្រៅផ្លូវការ (ឧទាហរណ៍ អ្នកផ្តល់សេវាកម្មក្រៅផ្លូវការ ឬអ្នកធ្វើការឯករាជ្យ) ពុំមានចេញវិក្កយបត្រអាករលើតម្លៃបន្ថែមឡើយ។ ដូចនេះសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានតម្រូវឱ្យទូទាត់ប្រាក់ចំនួន ១៥% បន្ថែមជាពន្ធកាត់ទុកទៅឱ្យអគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ ដោយអត្រាពន្ធកាត់ទុក ១៥% នេះ ត្រូវអនុវត្តចំពោះអ្នកផ្តល់សេវាកម្មដែលពុំបានចុះបញ្ជី ដោយសារអ្នកផ្តល់សេវាកម្មជាលក្ខណៈបុគ្គលនេះទទួលបានប្រាក់ចំណូល ប៉ុន្តែពុំមាន

[៥] មុនហៅថា ក្រសួងឧស្សាហកម្ម និងសិប្បកម្ម

[៦] ផ្អែកលើអនុក្រឹត្យ "សហគ្រាសធុនតូច" គឺជាសហគ្រាសដែលមានផលរបរប្រចាំឆ្នាំ ចំនួន $62,500 រហូតដល់ $175,000 និងមាននិយោជិតចាប់ពី 10 នាក់ ដល់ 50 នាក់។ សហគ្រាសធុនមធ្យម" ត្រូវបានកំណត់និយមន័យជាសហគ្រាសដែលមានផលរបរប្រចាំឆ្នាំចាប់ពី $175,000 រហូតដល់ $1 million និងមាននិយោជិតចាប់ពី 51 នាក់ ដល់ 100 នាក់។

កាតព្វកិច្ចត្រូវប្រកាសពន្ធលើប្រាក់ចំណូល ។ អត្រានេះលើសពីអត្រាទូទៅដែលមានចំនួន១០% ដែលបានតម្រូវ ប្រសិនបើអ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្លូវការចេញវិក្កយបត្រអាករលើតម្លៃបន្ថែមត្រឹមត្រូវ។

ខ. បញ្ហាទីពីរគឺ ការដោះស្រាយបញ្ហាពន្ធសម្រាប់កម្មវិធីជាថ្នាល (platform) នានា។ ទោះបីជាក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុបានចេញប្រកាសលេខ ៥៩៧ សហវ.ប្រ ចុះថ្ងៃទី២៧ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៨ ស្តីពីការទទួលស្គាល់ និងកាតព្វកិច្ចសារពើពន្ធមួយចំនួនរបស់ភ្នាក់ងារផ្គត់ផ្គង់ទំនិញ និងសេវាកម្មក្នុងនាមសហគ្រាសដើមដែលចែងអំពីលក្ខខណ្ឌវិនិច្ឆ័យដើម្បីទទួលបានលក្ខណៈសម្បត្តិជាភ្នាក់ងារសេវាកម្ម និងបង់ពន្ធដោយផ្អែកលើកម្រៃជើងសារក៏ដោយ បទប្បញ្ញត្តិនេះប្រហែលមិនអាចអនុវត្តបានចំពោះស្ថានភាពពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះទេ។ លក្ខខណ្ឌលេចធ្លោមួយក្នុងចំណោមលក្ខខណ្ឌផ្សេងទៀតគឺ ការតម្រូវឱ្យភ្នាក់ងារមានកាតព្វកិច្ចជាអ្នកជាប់ពន្ធមធ្យម ឬអ្នកជាប់ពន្ធធំ ដែលការតម្រូវនេះប្រហែលមិនអាចអនុវត្តបានទេ ដោយសារប្រតិបត្តិករកម្មវិធីថ្នាលនាពេលបច្ចុប្បន្នភាគច្រើនជាក្រុមហ៊ុនតូចៗ និងទើបចាប់ផ្តើមដំបូង។ លើសពីនេះទៀត កម្មវិធីថ្នាលមួយចំនួនធំផ្តល់ផលិតផល និងសេវាកម្មភាគច្រើនពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ក្រៅផ្លូវការ ដូច្នេះ ប្រហែលមិនអាចអនុវត្តបានលើបទបញ្ញត្តិពន្ធនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះទេ។

គ. បន្ថែមពីនេះ ដោយហេតុថាអ្នកផ្គត់ផ្គង់មួយចំនួនធំអាចជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ក្រៅផ្លូវការ ជាការអនុវត្តន៍ជាក់ស្តែងគឺសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបង្ខំចិត្តប្រកាសផលិតផលជាផលិតផលរបស់ខ្លួន និងជួលអ្នកផ្គត់ផ្គង់ជាបុគ្គលិក ជំនួសឱ្យការជួលអ្នកផ្គត់ផ្គង់ជាអ្នកធ្វើការឯករាជ្យ។ **សហគ្រាសមានភាពស្រពិចស្រពិលអំពីបែបបទក្នុងការជួលបុគ្គលិក និងបញ្ហាពន្ធទាក់ទងនឹងអ្នកធ្វើការឯករាជ្យជាទូទៅ។** នេះគឺជាបញ្ហាប្រឈមមួយដោយសារតែសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកភាគច្រើនជាសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងបម្រើជាទីផ្សារសំខាន់មួយសម្រាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដូចនេះបន្ទុកពន្ធបន្ថែមនេះគឺហាក់បីដូចជាការមិនលើកទឹកចិត្ត។

ឃ. ភាពពុំច្បាស់លាស់ពាក់ព័ន្ធនឹងពន្ធដារក៏ជាហេតុផលមួយដែលសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកពុំយល់ព្រមផ្សារភ្ជាប់ជាមួយអ្នកផ្តល់សេវាកម្មទូទាត់ប្រាក់ និងតាមច្រកទូទាត់ប្រាក់ (Payment Gateway) របស់ធនាគារដែលមាននាពេលបច្ចុប្បន្ន ដោយសារតែភាពពុំច្បាស់លាស់ថាប្រតិបត្តិការអេឡិចត្រូនិកនឹងត្រូវគ្រប់គ្រងដោយវិធីណា។ ចំណុចនេះនៅតែជាប្រធានបទដែលត្រូវពិភាក្សានៅក្នុងវិស័យសាធារណៈ។

ច. សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលបានធ្វើបទសម្ភាសក៏រំលឹកផងដែរថាការយល់ដឹងអំពីវិស័យនេះនៅមានកម្រិតទូទាំងវិស័យសាធារណៈ។ ពួកគេមានទស្សនៈថា កង្វះខាតការផ្តល់ដំណោះស្រាយស្តង់ដារ និងជាក់លាក់សម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកអាចមានន័យថា សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកទាំងនោះមិនត្រូវបានទទួលដំណោះស្រាយស្មើភាពគ្នាទាក់ទងនឹងករណីកាតព្វកិច្ចប្រកាសពន្ធ ក៏ដូចជាការធ្វើសវនកម្មពន្ធ។ អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារបានបញ្ជាក់ថាអ្នកជាប់ពន្ធទាំងអស់មានប្រព្រឹត្តិកម្មស្មើគ្នាចំពោះសិទ្ធិ និងកាតព្វកិច្ចសារពើពន្ធ ទោះបីជាសហគ្រាសធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ឬមិនធ្វើពាណិជ្ជកម្ម

តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក៏ដោយឱ្យតែសហគ្រាសទាំងនោះមានសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច ហើយចំណុចនេះគួរត្រូវបានបញ្ជាក់បន្ថែម ដើម្បីឱ្យ ក្រុមហ៊ុនទាំងឡាយយល់កាន់តែច្បាស់។ ការដាក់ឱ្យអនុវត្តតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនូវប្រព័ន្ធ E-Payment, E-VAT និង E-Filing ជាដើម បានធ្វើឱ្យមានស្តង់ដារនៃការបំពេញកាតព្វកិច្ចសារពើពន្ធ។

៦) ការចុះបញ្ជីតាមអនឡាញតែម៉្យាង មិនគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការធ្វើឱ្យស្ថានភាពសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកកាន់តែប្រសើរនោះទេ។ វិស័យឯកជនគូសបញ្ជាក់ថា ដំណើរការចុះបញ្ជីក្រុមហ៊ុនមានលក្ខណៈប្រសើរច្រើនក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ហើយក្រសួងពាណិជ្ជកម្មទទួលបានការកោតសរសើរសម្រាប់ការធ្វើឱ្យដំណើរការដែលមានលក្ខណៈប្រសើរនេះ។ ប៉ុន្តែនៅតែមានបញ្ហាអូសបន្លាយពេលវេលា និងបញ្ហាពាក់ព័ន្ធមួយចំនួន បន្ទាប់ពីការចុះបញ្ជី។ សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដែលមានសកម្មភាពក្នុងវិស័យច្រើនលើសពីមួយ ឧទាហរណ៍ ក្នុងករណីសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកធ្វើការលើវិស័យថែទាំសុខភាពតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ការចុះបញ្ជីសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមជាមួយតែក្រសួងពាណិជ្ជកម្មពុំទាន់គ្រប់គ្រាន់នៅឡើយទេ គឺត្រូវតម្រូវឱ្យមានអាជ្ញាប័ណ្ណពីក្រសួងសុខាភិបាលផងដែរ។ ដូចនេះ ត្រូវការបញ្ជាក់ឱ្យច្បាស់លាស់ពីបែបបទក្នុងការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ បន្ទាប់ពីការចុះបញ្ជីសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនក្នុងវិស័យដែលកំពុងរីកលូតលាស់ដូចជា ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចបែបឌីជីថល។ ទន្ទឹមនឹងនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានបង្កើតក្រុមការងារមួយដើម្បីធ្វើឱ្យដំណើរការចុះបញ្ជីអាជីវកម្មតាមថ្នាលបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន សម្រាប់ការចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម ការចុះបញ្ជីសារពើពន្ធ ការជូនដំណឹងអំពីអនុលោមភាពពលកម្ម ការស្នើសុំអាជ្ញាប័ណ្ណ ។ល។ កម្មវិធីថ្នាលនេះ នឹងមានតួនាទីជាច្រកចូលតែមួយសម្រាប់ដំណើរការចុះបញ្ជីឱ្យបានពេញលេញ។ បន្ថែមពីនេះ បញ្ហាប្រឈមសំខាន់មួយសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលមានទ្រង់ទ្រាយតូច ជាពិសេសក្នុងវិស័យដែលកំពុងរីកលូតលាស់ដូចជាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក គឺពុំមែនជាលក្ខខណ្ឌតម្រូវស្តីពីការចុះបញ្ជីបើកក្រុមហ៊ុននោះទេ ប៉ុន្តែជាលក្ខខណ្ឌតម្រូវលើការបិទក្រុមហ៊ុន។ សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាដែលទើបចាប់ផ្តើម ដែលកំពុងប្រឈមនឹងហានិភ័យធំៗដែលមានជារៀងរាល់ថ្ងៃស្រាប់ទៅហើយ លក្ខខណ្ឌតម្រូវលើការបិទក្រុមហ៊ុនបានបង្កើតជាកត្តាប្រឈមដល់ការចុះបញ្ជី និងការធ្វើប្រតិបត្តិជាផ្លូវការ។ ទោះជាយ៉ាងនេះក្តី យោងតាមច្បាប់បច្ចុប្បន្ន សហគ្រាសអាចប្រកាសបិទដោយជោគជ័យបន្ទាប់ពីអគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារបានពិនិត្យលើបំណុលពន្ធ កាតព្វកិច្ចត្រូវបង់ពន្ធ និងប្រាក់ពិន័យនានា។ សហគ្រាសមានកាតព្វកិច្ចត្រូវរក្សាកំណត់ត្រាបញ្ជីឱ្យបានត្រឹមត្រូវដោយមានឯកសារគាំទ្រគ្រប់គ្រាន់ និងត្រូវគោរពតាមនីតិវិធីបិទអាជីវកម្មយោងតាមច្បាប់ស្តីពីសារពើពន្ធ និងបទប្បញ្ញត្តិនានា។ ក្រុមហ៊ុន/សហគ្រាសទ្រង់ទ្រាយតូចពុំតម្រូវឱ្យធ្វើសវនកម្មពន្ធដារមុនពេលបិទអាជីវកម្មនោះទេ។

៤. គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ

១) ពង្រឹងក្របខ័ណ្ឌនិយ័តកម្ម និងបន្ថែមភាពច្បាស់លាស់ សម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

ជាជំហានដំបូង គួរតែបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់លាស់អំពីលទ្ធភាពរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងការប្រើប្រាស់ផែនការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។ គោលនយោបាយអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលគួរតែធ្វើឱ្យមានវិសាលភាពលើសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ដោយដាក់បញ្ចូលសកម្មភាពឆ្លើយតបដោយផ្ទាល់ទៅនឹងតម្រូវការរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។ កាតព្វកិច្ច និងការលើកទឹកចិត្តផ្សេងៗទាក់ទងនឹងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម គួរតែពិនិត្យជាក់លាក់សម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក តាមការចាំបាច់ និងផ្សព្វផ្សាយទៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ត្រូវរៀបចំប្រព័ន្ធដែលអាចចាត់ចំណាត់ថ្នាក់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងលក្ខខណ្ឌតម្រូវជាក់លាក់ក្នុងការផ្ដល់អាជ្ញាប័ណ្ណ តាមរយៈការបង្កើតបទប្បញ្ញត្តិនានាដែលតម្រូវនៅក្នុងច្បាប់ស្ដីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

គួរកំណត់និយមន័យរួមមួយសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលអាចប្រើប្រាស់ថ្នាក់ជាតិបាន ហើយបញ្ហានេះអាចត្រូវដោះស្រាយជាផ្នែកមួយនៃដំណើរការអភិវឌ្ឍគោលនយោបាយសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។ បញ្ហាពន្ធដែលសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកបានលើកឡើងថាជាបញ្ហាប្រឈមមួយក៏គួរត្រូវដោះស្រាយផងដែរ។ ភាពពុំច្បាស់លាស់ពាក់ព័ន្ធនឹងពន្ធសម្រាប់ប្រតិបត្តិការតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក កាតព្វកិច្ចជាក់លាក់សម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកពាក់ព័ន្ធនឹងឯកសារពន្ធ បញ្ហាពន្ធសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលមានអ្នកផ្គត់ផ្គង់ក្រៅផ្លូវការគួរត្រូវដោះស្រាយផងដែរ។ ជាការឆ្លើយតប ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធបាននឹងកំពុងដោះស្រាយ និងរៀបចំបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធនឹងបញ្ហានេះ។

២) ពង្រឹងផ្នែកសម្របសម្រួលរវាងវិស័យឯកជន និងលើកកម្ពស់វិស័យនេះឱ្យរីកចម្រើន

វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងវិស័យសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ត្រូវការវិស័យឯកជនធ្វើការសម្របសម្រួល និងសហការបង្កើតគោលគំនិត គោលជំហរនានា និងការប្រឹក្សាដែលអាចជាប្រយោជន៍ជួយដល់វិស័យសាធារណៈក្នុងការបំពេញភាពចន្លោះប្រហោងនៅកម្រិតគោលនយោបាយ រួមផ្សំជាមួយវិស័យនេះងាយទទួលផលប៉ះពាល់ទើបទាមទារឱ្យមានការជួយជ្រោមជ្រែងយ៉ាងពេញទំហឹង និងក្នុងរូបភាពពហុផ្នែក។

៣) ពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាស/ក្រុមហ៊ុនឱ្យស្របតាមការប្រែប្រួលនៃគោលនយោបាយ និងនិយតកម្មនានា

គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រនេះ មានគោលដៅបង្កើនសមត្ថភាពសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដើម្បីអនុវត្តឱ្យបានត្រឹមត្រូវក្នុងការស្វែងរកព័ត៌មានទាក់ទងលក្ខខណ្ឌតម្រូវនិយ័តកម្ម ព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធនឹងបទប្បញ្ញត្តិ ការលើកទឹកចិត្ត ។ល។ វិស័យឯកជនមិនទាន់បានដឹងពីរបៀបចូលទៅមើលរកព័ត៌មានទាំងនោះ ឬពុំមានចំណេះដឹងគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីចូលទៅមើលព័ត៌មានទាំងនេះ

ឡើយ។ ដើម្បីជាជំនួយដល់សហគ្រាស ត្រូវមានចំណុចបង្គោលសម្រាប់ទំនាក់ទំនងផ្តល់ព័ត៌មាននៅតាមស្ថាប័នរដ្ឋសំខាន់ៗក៏ដូចជាគេហទំព័រដែលមានព័ត៌មានថ្មីជាចាំបាច់។

៤) **អភិវឌ្ឍន៍ឧបករណ៍ជំនួយ និងមានឯកទេសលើសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម**

វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកប្រាកដណាស់នឹងត្រូវការការគាំទ្រពាក់ព័ន្ធនឹងការលើកទឹកចិត្តដែលអាចចែកចេញជាបីចំណុចសំខាន់ៗដូចជា គាំទ្រលើការចុះបញ្ជី និងបន្ទាប់ពីការចុះបញ្ជី ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកសារពើពន្ធ ការអភិវឌ្ឍសហគ្រិនភាព[៧] (រួមទាំងការទទួលបានជំនួយឥតសំណង ដើមទុនដំបូង (seed funding) និងការទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈជំនាញ)។ គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រនេះផ្តោតលើការសម្របសម្រួលក្នុងការទទួលបានព័ត៌មានថ្មីៗពាក់ព័ន្ធនឹងលក្ខខណ្ឌតម្រូវជាក់លាក់អំពីការចុះបញ្ជី និងបន្ទាប់ពីការចុះបញ្ជី និងលក្ខខណ្ឌតម្រូវស្តីពីការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ តារាងរាយឈ្មោះឯកសារត្រូវរៀបចំសម្រាប់ផ្តល់ឱ្យបណ្តាក្រុមហ៊ុនដើម្បីឱ្យពួកគេអាចពិនិត្យដោយខ្លួនឯងថាតើពួកគេត្រូវទាក់ទងជាមួយក្រសួង និងទីភ្នាក់ងារបច្ចេកទេសមួយណា រួមទាំងមានប្រភេទព័ត៌មានដែលត្រូវការ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ការយល់ដឹងរបស់មន្ត្រីក្រសួងពាក់ព័ន្ធនឹងប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវតែពង្រឹងឱ្យកាន់តែប្រសើរផងដែរ។ ការពង្រឹងសមត្ថភាពសម្រាប់វិស័យ និងសមាគមឧស្សាហកម្ម/សភាពាណិជ្ជកម្មដើម្បីចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងការផ្តល់ការគាំទ្រ និងកិច្ចពិភាក្សាគោលនយោបាយទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកគឺជាកិច្ចមួយដែលត្រូវផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់។ សេវាកម្មផ្តល់ជំនួយដល់ពាណិជ្ជកម្ម ដែលតាមរយៈសេវាកម្មនេះរាជរដ្ឋាភិបាលអាចជំរុញកំណើនវិស័យនេះយ៉ាងសកម្មភាពក៏ជាកិច្ចដែលត្រូវផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ផងដែរ។

៥. ទ្រឹស្តីនៃបម្រែបម្រួល

ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ
សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដោយមិនគិតពីវិស័យណាមួយ អាចចាត់ទុកជា Missing Middle នៅកម្ពុជា ហើយរចនាសម្ព័ន្ធផ្នែកនិយ័តកម្ម និងផ្នែកផ្តល់ការគាំទ្រតាមស្ថាប័នសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅមានលក្ខណៈទន់ខ្សោយខ្លាំង។	• រៀបចំបរិយាកាសនិយតកម្ម និងពាណិជ្ជកម្មមួយដែលមានលក្ខណៈលើកទឹកចិត្តសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមជាទូទៅ និងជាពិសេសសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងពង្រឹងការគាំទ្រតាមស្ថាប័នសម្រាប់ទូទាំងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ី • ពង្រឹងសមត្ថភាពកាន់តែរឹងមាំរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដើម្បីសម្របខ្លួនទៅនឹងឱកាសទីផ្សារនានា

[៧] សម្រាប់ព័ត៌មានលម្អិត សូមមើលជំពូកស្តីពីការអភិវឌ្ឍជំនាញ និងសហគ្រិនភាព

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព	គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ	សកម្មភាពនៅក្នុងផែនការសកម្មភាព
១. ការផ្ដោតលើសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមទាក់ទងនឹងការផ្ដល់ជំនួយអភិវឌ្ឍន៍កំពុងតែមានលក្ខណៈប្រសើរជាលំដាប់ ប៉ុន្តែនៅមានចន្លោះសម្រាប់ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនៅក្នុងផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ និងបរិយាកាសធុរកិច្ច	១. ពង្រឹងក្របខ័ណ្ឌនិយតកម្ម និងបន្ថែមភាពច្បាស់លាស់សម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ២. ធ្វើឱ្យមជ្ឈដ្ឋានអ្នកប្រើប្រាស់ និងវិស័យឯកជនរួមទាំងវិនិយោគិនមានការយល់ដឹង ៣.ពង្រឹងផ្នែកសម្របសម្រួលរវាងវិស័យឯកជន និងលើកកម្ពស់វិស័យនេះឱ្យរីកចម្រើន ៤. ពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសឱ្យស្របតាមការប្រែប្រួលនៃគោលនយោបាយ និងនិយតកម្មនានា ៥. អភិវឌ្ឍន៍ឧបករណ៍ជំនួយដែលផ្ដោត និងមានឯកទេសលើសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម	3.1.1, 3.1.6, 3.1.7
២. អវត្តមាននៃក្របខ័ណ្ឌរួមសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមកំពុងពន្យឺតយន្តការជំនួយសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងបង្កើនហានិភ័យសម្រាប់ការរៀបចំគោលនយោបាយពុំត្រូវគោលដៅ ។		3.1.5, 3.4.1, 3.4.2, 3.4.3, 3.4.4, 3.4.5
៣. ពន្ធជាឧបកណ៍ដ៏សំខាន់មួយសម្រាប់ធានាដល់ការប្រកួតប្រជែងដោយស្មើភាពសម្រាប់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនាពេលអនាគត។		3.1.2, 3.1.3, 3.1.4, 3.1.8
ភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗដែលចូលរួម		
MoC, MISTI, GDT, CCC		

ជំពូកទី៣៖ បទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច

គោលបំណងយុទ្ធសាស្រ្ត

០១ ពង្រឹងក្របខ័ណ្ឌនិយ័តកម្ម និងបន្ថែមភាពច្បាស់លាស់សម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

០២ ធ្វើឲ្យមជ្ឈដ្ឋានអ្នកប្រើប្រាស់ និងវិស័យឯកជនរួមទាំងវិនិយោគិនមានការយល់ដឹង

០៣ ពង្រឹងផ្នែកសម្របសម្រួលរវាងវិស័យឯកជន និងលើកកម្ពស់វិស័យនេះឲ្យរីកចម្រើន

០៤ ពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាស ឲ្យស្របតាមការប្រែប្រួលនៃគោលនយោបាយ និងនិយ័តកម្មនានា

០៥ អភិវឌ្ឍឧបករណ៍ជំនួយដែលមានចំណុចសំខាន់ និងមានឯកទេសលើសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព

ការផ្តោតលើសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមទាក់ទងនឹងការផ្តល់ជំនួយអភិវឌ្ឍកំពុងតែមានលក្ខណៈប្រសើរជាលំដាប់ ប៉ុន្តែនៅមានចន្លោះសម្រាប់ធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនៅក្នុងផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ និងបរិយាកាសធុរកិច្ច។

អវត្តមាននៃក្របខ័ណ្ឌរួមសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមកំពុងពន្យឺតយន្តការជំនួយសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងបង្កើនហានិភ័យសម្រាប់ការរៀបចំគោលនយោបាយពុំត្រូវគោលដៅ។

ពន្ធដារត្រូវ
សម្រាប់វិស
ត្រូនិកនាពេ

ច និងមធ្យម

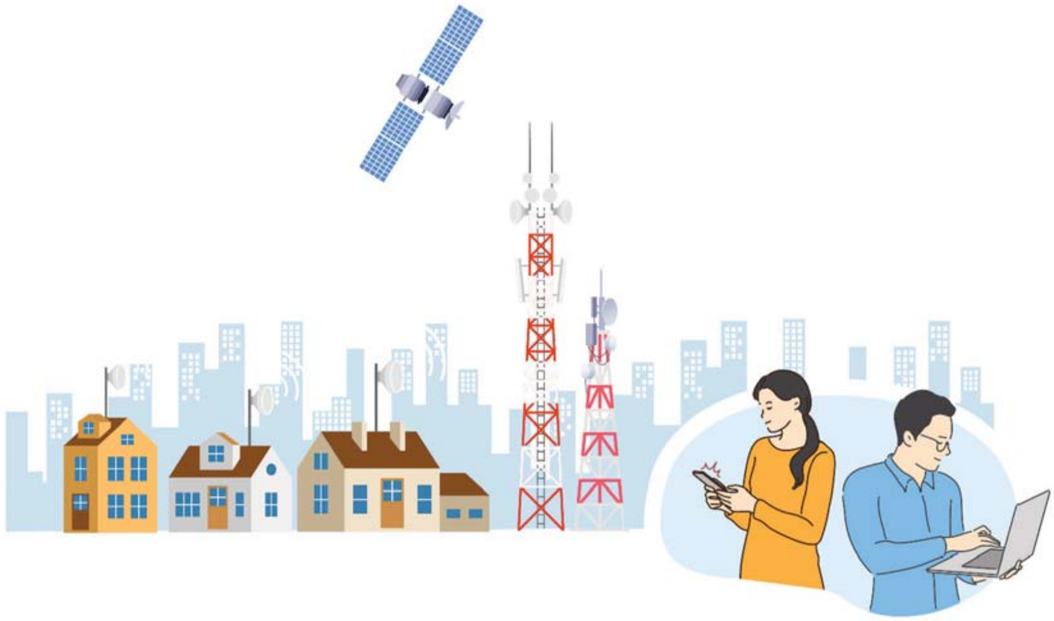
លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ

រៀបចំបរិយាកាសនិយ័តកម្ម និងពាណិជ្ជកម្មមួយ ដែលមានលក្ខណៈលើកទឹកចិត្ត សម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមជាទូទៅ និងជាពិសេសសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងពង្រឹងការគាំទ្រតាមស្ថាប័នសម្រាប់ទូទាំងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ី

ពង្រឹងសមត្ថភាពកាន់តែរឹងមាំរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដើម្បីសម្រួបខ្លួនទៅនឹងឱកាសទីផ្សារនានា

ត្រូវបានរំពឹងទុកថាជាកត្តាសំខាន់មួយ
់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិច
នាពេលអនាគត។

សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដោយមិនគិតពីវិស័យណាមួយអាចចាត់ទុកជា Missing Middle នៅកម្ពុជា ហើយរចនាសម្ព័ន្ធផ្នែកនិយ័តកម្ម និងផ្នែកផ្តល់ការគាំទ្រដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅមានលក្ខណៈទន់ខ្សោយ។



ជំពូកទី៤
ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទូរគមនាគមន៍

១. សេចក្តីផ្តើម

ប្រទេសកម្ពុជាកំពុងស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលបដិវត្តន៍បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទូរគមនាគមន៍ (ICT) ដែលកំពុងតែមានសកម្មភាពសំខាន់ៗជាច្រើនដូចជា ការពង្រីកប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 4G រហូតដល់ការដាក់ចេញនូវប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G ដើម្បីបន្តកំណើនអត្រានៃការប្រើប្រាស់សេវាទូរស័ព្ទចល័តរបស់ប្រជាជន។ ជាការពិតណាស់ប្រទេសកម្ពុជាជាប្រទេសមួយដែលប្រើប្រាស់ទូរស័ព្ទចល័តជាឧបករណ៍ចម្បង (mobile-first nation) ហើយកម្ពុជាក៏មានការរីកចម្រើនខ្លាំងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទូរស័ព្ទចល័តទាំងការប្រើប្រាស់សម្រាប់កិច្ចការផ្ទាល់ខ្លួន និងប្រើប្រាស់ក្នុងអាជីវកម្ម។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយបញ្ហាប្រឈមសំខាន់ៗមួយចំនួននៅតែមានដូចជា គម្លាតបច្ចេកវិទ្យារវាងជនបទ និងទីក្រុង ជាមួយនឹងការកើនឡើងតិត្ថិភាពនៃទីផ្សារនៅទីប្រជុំជន ហើយបញ្ហានេះត្រូវបានកើនឡើងរឹតតែធ្ងន់ធ្ងរដោយហេតុថាក្រុមហ៊ុនផ្តល់សេវាទូរស័ព្ទចល័ត (MNO) មិនទាន់មានផែនការច្បាស់លាស់ក្នុងការពង្រីកប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិតទៅដល់ទីជនបទ។ ជាមួយគ្នានោះដែរ រដ្ឋាភិបាលឌីជីថល (Digital Government) នៅតែរក្សាឱកាសក្នុងការកសាងទំនុកចិត្ត និងភាពជឿជាក់ដល់អ្នកប្រើប្រាស់សេវាសាធារណៈរបស់រដ្ឋាភិបាលក៏ដូចជាប្រតិបត្តិការតាមប្រព័ន្ធ

អនឡាញ យ៉ាងណាមិញការបែកខ្ញែកការងារនៅក្នុងអង្គភាពសាធារណៈបានធ្វើឱ្យមានហានិភ័យទៅលើការអនុវត្តការងារជាន់គ្នា និងការរៀបចំការងារមិនចំគោលដៅ។

ឱកាសដែលបានបង្កើតសម្រាប់កំណើនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក តាមរយៈការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យា ICT របស់កម្ពុជាគឺមានទំហំធំធេង ហើយឱកាសនេះនឹងកើនឡើងទ្វេដងប្រសិនបើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G ត្រូវបានដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ជាផ្លូវការ។ ទន្ទឹមនឹងការដំឡើងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G ការពង្រីកការជ្រៀតចូល និងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិតល្បឿនលឿន (Broadband) ក្រៅតំបន់ប្រជុំជននឹងជួយឱ្យក្រុមហ៊ុន និងអ្នកប្រើប្រាស់នៅតាមជនបទចូលរួមក្នុងខ្សែច្រវាក់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកផងដែរ ស្របពេលនោះដែរអាចឱ្យក្រុមប្រតិបត្តិករបណ្តាញទូរស័ព្ទចល័តទទួលបាននូវផលចំណេញក្នុងការកែសម្រួលការវិនិយោគដើម្បីពង្រីកប្រព័ន្ធបណ្តាញ។

២. ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន

ទីផ្សារសេវាកម្មទូរស័ព្ទចល័តនៅកម្ពុជាមានការអភិវឌ្ឍគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងរយៈពេលដប់ឆ្នាំកន្លងមកនេះដោយចាប់ផ្តើមដំបូងពីមូលដ្ឋានតូចមួយ។ អត្រានៃការជាវសេវាទូរស័ព្ទចល័ត (១១៦%) គឺលើសអត្រាតួលេខក្នុងតំបន់ (១០៤%) និងតួលេខសកលលោកជាមធ្យម (១០៣,៦%) និងចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ 2G មានចំនួនស្មើនឹង ៩៩% និងអ្នកប្រើប្រាស់ 3G មានចំនួនស្មើរនឹង ៨៣,៤% នៃប្រជាជនសរុប ខណៈដែលអ៊ីនធឺណិតល្បឿនលឿន (Broadband) (រួមទាំង 3G និង 4G) មានការប្រើប្រាស់ចំនួន ៦០%។

ទីផ្សារទូរគមនាគមន៍ (Telecommunication) នៅកម្ពុជាត្រូវបានសម្គាល់ឃើញថាមានការប្រកួតប្រជែងខ្ពស់ជាមួយនឹងប្រតិបត្តិករបណ្តាញទូរស័ព្ទចល័ត (MNO) ចំនួន ៦ និងអ្នកផ្តល់សេវាអ៊ីនធឺណិត (ISP) ចំនួន ៣៦។ មូលដ្ឋានប្រតិបត្តិករបណ្តាញទូរស័ព្ទចល័តគឺមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ហើយតម្លៃនៃការប្រើប្រាស់សេវាជាសម្លេង និងអ៊ីនធឺណិតមានការកាត់បន្ថយបន្តិចម្តងៗស្របតាមការចង់បានរបស់អតិថិជនតាមរយៈការបញ្ចុះតម្លៃ និងការលើកទឹកចិត្តមួយចំនួន។ តម្លៃជាមធ្យមនៃសេវាអ៊ីនធឺណិតតាមទូរស័ព្ទចល័តដែលមានទំហំ ១០GB ក្នុងមួយខែគឺមានតម្លៃទាបជាង ១០ ដុល្លារអាមេរិក។ កត្តានេះពិតជាមានមានសារៈសំខាន់ក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការដើម្បីកាត់បន្ថយគម្លាតហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យារវាងទីក្រុង និងជនបទ ក៏ដូចជាការអនុវត្តចក្ខុវិស័យវែងឆ្ងាយក្នុងការកាត់បន្ថយគម្លាតសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល រដ្ឋាភិបាលបានបង្កើតមូលនិធិកាតព្វកិច្ចសេវាសកលទូរគមនាគមន៍ (USOF) គ្រប់គ្រងដោយក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ (ទោះបីជាមិនមានគោលការណ៍ជាក់លាក់ស្តីពី USOF ក៏ដោយ)។ ប្រតិបត្តិករទូរគមនាគមន៍ (រួមទាំង MNO) ត្រូវបានរំពឹងថានឹងចូលរួមចំណែក ២% នៃប្រាក់ចំណូលសរុបរបស់ពួកគេដល់ USOF ដោយពួកគេក៏អាចប្រើប្រាស់ថវិកានេះសម្រាប់វិនិយោគលើការពង្រឹងប្រព័ន្ធបណ្តាញអ៊ីនធឺណិតនៅទីជនបទផងដែរ។ រដ្ឋាភិបាលក៏បានប្រើប្រាស់មូលនិធិនេះក្នុង

ការផ្តល់ដល់គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យានៅតាមទីជនបទផងដែរ។ គិតត្រឹមចុងឆ្នាំ២០១៨ នេះប្រតិបត្តិករបានបរិច្ចាគថវិកាចំនួន ៩ លានដុល្លារអាមេរិកដល់មូលនិធិ USOF ។ ប្រតិបត្តិករទូរគមនាគមន៍ចំនួន ២៧ បានបំពេញកាតព្វកិច្ចរបស់ខ្លួន និងបានបរិច្ចាគថវិកាដល់មូលនិធិនេះ។

ការតភ្ជាប់ជាមួយអន្តរជាតិត្រូវបានសម្របសម្រួលតាមរយៈការដាក់ខ្សែកាបក្រោមទឹកចំនួនពីរនៅក្រុងព្រះសីហនុ តាមឈូងសមុទ្រថៃ និងដាក់តាមខ្សែកាបអុបទិកឆ្លងកាត់ព្រំដែនទៅកាន់ប្រទេសថៃ និងវៀតណាម។ ខ្សែកាបក្រោមទឹកទាំងពីរតភ្ជាប់ ម៉ាឡេស៊ី-កម្ពុជា-ថៃ និងខ្សែសម្ព័ន្ធអាស៊ី-អាហ្វ្រិក-អឺរ៉ុប-1 (AAE-1) ដែលតភ្ជាប់កម្ពុជាទៅហុងកុង និងបន្តទៅប្រទេសបារាំង។

ក្រុមហ៊ុនទូរគមនាគមន៍កម្ពុជាបានផ្តល់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបណ្តាញស្នូល (Backbone Network Infrastructure) នៅក្នុងប្រទេសជាមួយនឹងក្រុមហ៊ុនឯកជនចំនួន ០២ គឺ៖ (១) បណ្តាញខ្សែកាបអុបទិកកម្ពុជា (CFOCN) ដើម្បីផ្តល់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបណ្តាញស្នូល (Backbone) ប្រវែង ១៣.០៣១ គីឡូម៉ែត្រ និង (២) ក្រុមហ៊ុន Viettel (Metfone-Cambodia) ដើម្បីផ្តល់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបណ្តាញស្នូល (Backbone) ប្រវែង ២២.០០០ គីឡូម៉ែត្រ ហើយក្រុមហ៊ុនទូរគមនាគមន៍កម្ពុជាផ្ទាល់ផ្តល់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបណ្តាញចំនួន ១.៦០០ គីឡូម៉ែត្រ។ ដូច្នេះប្រទេសកម្ពុជាមានខ្សែកាបអុបទិកល្បឿនលឿន ៣៦.៦៣១ គីឡូម៉ែត្រនៅទូទាំងប្រទេសដែលគ្របដណ្តប់លើប្រជាជនស្ទើរតែ ១០០% (ឬប្រហែល ៩០% នៃផ្ទៃដីភូមិសាស្ត្រ)។

៣. បញ្ហាប្រឈម

ទោះបីជាការតភ្ជាប់អ៊ីនធឺណិតមានភាពប្រសើរឡើងក៏ដោយក៏នៅតែមានគម្លាតគួរឱ្យកត់សម្គាល់រវាងទីក្រុងធំៗ ទីរួមខេត្ត និងទីជនបទផងដែរ។ ប្រជាជននៅតាមជនបទមានចំនួន ៧៧ ភាគរយនៃចំនួនប្រជាជនសរុប ហើយភាគច្រើននៃកំណើនហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យាបានកើតឡើងតែនៅក្នុងទីក្រុងតែប៉ុណ្ណោះ។ រហូតមកដល់ពេលថ្មីៗនេះ MNO មានការស្ទាក់ស្ទើរក្នុងការវិនិយោគនៅតាមទីជនបទដោយសារតែភាពមិនប្រាកដប្រជាអំពីប្រាក់ចំណេញដែលនឹងទទួលបានពីទីផ្សារនេះ។ ជាមួយនឹងការកើនឡើងនៃចំណូលជាតិសរុបសម្រាប់មនុស្សម្នាក់ៗ (GNI Per Capita) ដែលបច្ចុប្បន្នមានតម្លៃ ១.២៣០ ដុល្លារអាមេរិក និងទីផ្សារនៅទីជនបទមានការកើនឡើងនៃការប្រកួតប្រជែងដើម្បីដណ្តើមចំណែកទីផ្សារបានធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការជ្រៀតចូលនៅតាមទីជនបទ។

ការប្រើប្រាស់សេវាអ៊ីនធឺណិតតាមទូរស័ព្ទចល័តបានកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័ស ធ្វើឱ្យការប្រើប្រាស់សេវាកម្មអ៊ីនធឺណិតដែលមានខ្សែមានចំនួនតិចតួច រួមផ្សំជាមួយកត្តាថ្លៃដើមខ្ពស់ក្នុងការបង្កើតបណ្តាញខ្សែកាបអុបទិច នៅទូទាំងផ្ទៃប្រទេស។ ការជាវសេវាអ៊ីនធឺណិតមានខ្សែ (ដែលមានអត្រា ០,៨ ក្នុងប្រជាជន ១០០ នាក់) គឺទាបជាងអត្រាការប្រើប្រាស់ជាមធ្យមក្នុងតំបន់ (អត្រាការជាវ ១៣ នាក់ក្នុងប្រជាជន ១០០នាក់)។ ជាមួយនោះដែរ ប្រព័ន្ធទូរស័ព្ទចល័តល្បឿនលឿននៅតែជាជម្រើសដែលអ្នកប្រើប្រាស់ពេញចិត្ត ប៉ុន្តែអ្វីដែលត្រូវកត់សម្គាល់គឺអ៊ីនធឺណិតមាន

ខ្សែដែលមានល្បឿនលឿន គឺជាតម្រូវការចាំបាច់សម្រាប់កម្មវិធីដែលត្រូវការអ៊ីនធឺណិតទំហំធំ (High Bandwidth) នៅក្នុងវិស័យឯកជន វិស័យអប់រំ និងការស្រាវជ្រាវ ក្នុងលំហូរការងាររបស់រដ្ឋាភិបាល ក៏ដូចជាសម្រាប់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធមូលដ្ឋានទាក់ទងនឹងឧបករណ៍ និងសេវាដែលពឹងផ្អែកលើអ៊ីនធឺណិត (IOT)។

នាពេលបច្ចុប្បន្ន មាន Internet Exchange Points (IXP) ចំនួនពីរដែលកំពុងតែធ្វើប្រតិបត្តការនៅក្នុងប្រទេស ហើយ IXP មួយដែលមានទ្រង់ទ្រាយធំជាងគេគឺ Cambodian Network Exchange (CNX) ដែលត្រូវបានឱ្យប្រតិបត្តិការក្នុងឆ្នាំ២០០៨ និងមានសមាជិកជាង ៣០ ដោយរួមមានប្រតិបត្តិករទូរគមនាគមន៍(Telecom operator) និង IXPs ផ្សេងទៀត។ CNX គឺគ្រប់គ្រងដោយ Sabay ដែលជាក្រុមហ៊ុនកំសាន្តឌីជីថលបានជួយជំរុញការប្រតិបត្តិការក្នុងស្រុក និងជួយកាត់បន្ថយថ្លៃសេវាផ្ទេរប្រាក់ (បញ្ចូលទាំងទិន្នន័យដែលបញ្ជូនទៅបរទេស និងបញ្ជូនមកប្រទេសកម្ពុជាវិញ) សម្រាប់សមាជិករបស់ CNX។ IXP មួយទៀតដែលធ្វើប្រតិបត្តិការនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាគឺ HTN Cambodia Internet Exchange ដែលបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ២០១៣។

ប្រទេសកម្ពុជាគឺជាប្រទេសដែលមានសក្តានុពលនៃសកម្មភាពវិនិយោគដែលទាក់ទងនឹងការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់សេវាអ៊ីនធឺណិត 5G ។ សកម្មភាពទាំងនេះបានរីកចម្រើនក្នុងកម្រិតមួយដែលក្រុមហ៊ុន Smart និង Cellcard បានដាក់គោលការណ៍ឱ្យដំណើរការនៃសេវាកម្មអ៊ីនធឺណិត 5G ឱ្យបាននៅចុងឆ្នាំ២០១៩ ខណៈពេលដែល MNO ធំៗផ្សេងទៀតដូចជាក្រុមហ៊ុន Metfone កំពុងធ្វើតេស្តនៃដំណើរការរបស់សេវាកម្មនេះ។ ក្រុមហ៊ុនទាំងនេះរំពឹងថានឹងទទួលបានចំណេញពីការវិនិយោគមកវិញក្នុងរយៈពេលមធ្យមចន្លោះពី ០៣-០៥ ឆ្នាំខាងមុខ ប៉ុន្តែផែនការអាជីវកម្មទាក់ទងនឹងការពង្រីកទៅទីជនបទនៅតែមានភាពមិនច្បាស់លាស់។ តម្លៃ និងថ្លៃដើមនៅតែជាបញ្ហាចោទដល់អ្នកប្រើប្រាស់ ដែលនាំឱ្យមានការលំបាកក្នុងការពង្រីកប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G ទៅកាន់ជនបទ។

ផលប៉ះពាល់នៃការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G តាមរយៈអ៊ីនធឺណិតមានខ្សែ (ដែលមានតិចតួចរួចហើយ) ក៏ដូចជាបណ្តាញ 4G ត្រូវតែវាយតម្លៃយ៉ាងលម្អិត។ អ្វីដែលគួរកត់សម្គាល់នោះគឺប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G អាចបញ្ជូនទិន្នន័យបានលឿនជាង 4G រហូតដល់ ១០០ ដង ព្រមទាំងកាត់បន្ថយការអាក់អួលក្នុងការបញ្ជូនប្រហែលមួយភាគដប់ពីល្បឿនបច្ចុប្បន្ន។

តាមទស្សនវិស័យសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G អាចបើកផ្លូវទទួលយកនូវឱកាសជាច្រើនដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍កម្មវិធីដែលមានភាពស្មុគស្មាញ ក៏ដូចជាផ្តល់ឱកាសដល់បច្ចេកវិទ្យា IOT និងផ្នែកបច្ចេកទេសនៃឧស្សាហកម្ម ៤.០។ វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកប្រាកដជាទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីអ៊ីនធឺណិតល្បឿនលឿន និងល្បឿនបញ្ជូនទិន្នន័យ ជាពិសេសសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់តាមទូរស័ព្ទចល័ត។

៤. គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ

១) ពន្លឿនការអនុវត្តរបៀបវារៈរដ្ឋាភិបាលឌីជីថលជាតិ

រដ្ឋាភិបាលឌីជីថលនឹងក្លាយជាកត្តាសំខាន់មិនត្រឹមតែធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការផ្តល់សេវាកម្ម G2C សេវាដឹកជញ្ជូនជា G2B ប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងលើកទឹកចិត្តដល់អតិថិជន និងអាជីវកម្មក្នុងការទទួលយកប្រតិបត្តិការតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ដែលការធ្វើបែបនេះ គឺជាការបង្ហាញផ្លូវសម្រាប់អតិថិជនក្នុងការបង្កើនភាពជឿជាក់ និងទំនុកចិត្ត ដែលបញ្ហាទាំងនេះជាឧបសគ្គមួយក្នុងការចាប់យកការធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ បណ្តាញរដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិកមួយក៏អាចត្រូវបានប្រើដើម្បីធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការងារផ្សេងៗទៀតផងដែរ។

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះនឹងផ្តោតទៅលើការអភិវឌ្ឍកម្មវិធីរដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិក និងលំហូរការងារតាមប្រព័ន្ធឌីជីថលទាំងនៅក្នុងស្ថាប័ន និងរវាងស្ថាប័នក្នុងវិស័យសាធារណៈ។ សេវាកម្មឌីជីថលសម្រាប់ពលរដ្ឋនឹងបម្រើដល់ការកាត់បន្ថយតម្រូវការរបស់ពលរដ្ឋក្នុងការធ្វើដំណើរពីតំបន់ជនបទមករាជធានីសម្រាប់ទទួលយកសេវាកម្មជាអាទិភាព និងជួយដល់អាជីវកម្មក្នុងការកាត់បន្ថយការចំណាយ និងបន្ទុករដ្ឋបាល។ ការអភិវឌ្ឍថ្នាលឌីជីថលដែលមានលក្ខណៈតភ្ជាប់ (Integrated Digital Platform) រួមមួយសម្រាប់រដ្ឋាភិបាលនឹងជួយតភ្ជាប់ក្រសួង និងស្ថាប័នបច្ចេកទេសផ្សេងៗជាច្រើនទៀត និងជួយពួកគេក្នុងការចូលប្រើដោយសុវត្ថិភាពទៅលើប្រព័ន្ធដែលមានភាពចែករំលែក ដូចជាទិន្នន័យប្រជាជន ការចុះបញ្ជីដីធ្លី និងអត្តសញ្ញាណប័ណ្ណឌីជីថល ។ល។

តាមលក្ខណៈស្ថាបត្យកម្មប្រព័ន្ធរដ្ឋាភិបាលដែលមានការតភ្ជាប់គ្រប់ជ្រុងជ្រោយ នឹងតម្រូវឱ្យមានការអភិវឌ្ឍស្តង់ដារ គំរូ និងក្របខ័ណ្ឌដែលទូលំទូលាយមួយ ដើម្បីធានាបាននូវឯកសណ្ឋានភាព (Uniformity) ភាពអន្តរប្រតិបត្តិ (Interoperability) និងសុវត្ថិភាពសម្រាប់កម្មវិធីនានាពាក់ព័ន្ធនឹងរដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិករាប់ចាប់តាំងពីព័ត៌មាននៅលើគេហទំព័ររហូតដល់ប្រតិបត្តិការតាមកម្មវិធីដែលប្រើប្រាស់ Cloud។

ចុងបញ្ចប់ រដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិកគឺជាកន្លែងដែលមានក្រសួងសំខាន់ៗជាច្រើនចូលរួម ធ្វើឱ្យមានការកាត់បន្ថយនូវហានិភ័យទាក់ទងនឹងការធ្វើការងារដោយបែកខ្ញែក និងមិនចំគោលដៅ។ ការសម្របសម្រួលរវាងភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងនេះនឹងធានាឱ្យមានភាពប្រសើរឡើងនៃការទំនាក់ទំនងគ្នា និងយល់ដឹងអំពីគំនិតផ្តួចផ្តើមផ្សេងៗដែលកំពុងតែអនុវត្ត ហើយការងារដែលមានលក្ខណៈបែកខ្ញែកត្រូវបានកាត់បន្ថយ។ តួនាទីរបស់ក្រុមការងារក្នុងស្ថាប័នទាំងនេះគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់។

២) កាត់បន្ថយគម្លាតនៃការតភ្ជាប់រវាងទីក្រុង និងជនបទ តាមរយៈការពង្រីកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបណ្ដាញមានខ្សែ និងបន្តពង្រីកបណ្ដាញប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិតល្បឿនលឿនតាមទូរស័ព្ទចល័ត

ទោះបីជាមានកំណើនដ៏រហ័សនៃការជ្រៀតចូលនៃប្រព័ន្ធទូរស័ព្ទចល័តក៏ដោយ ក៏នៅតែមានតម្រូវការចាំបាច់ក្នុងការបន្តការពង្រីកនៃការជ្រៀតចូលបច្ចេកវិទ្យា 4G នៅតាមទីជនបទក៏ដូចជាការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការតភ្ជាប់បណ្ដាញអ៊ីនធឺណិតមានខ្សែដែលបច្ចុប្បន្ននៅមានចំនួនទាបនៅឡើយ (យ៉ាងហោចណាស់ក៏ត្រូវពង្រីកនៅទីក្រុង)។ រដ្ឋាភិបាលមានគោលបំណងក្នុងការពង្រីកការគ្របដណ្ដប់នៃប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិតល្បឿនលឿនទាំងមូលនៅក្នុងទីក្រុងត្រឹមឆ្នាំ ២០២០ ហើយឱ្យបានយ៉ាងតិច ៧០% នៅតាមទីជនបទ។ ប្រជាជនកម្ពុជា ៨០% គួរតែមានអ៊ីនធឺណិតប្រើប្រាស់ក្នុងរយៈពេលពីរឆ្នាំខាងមុខ។ គោលដៅទាំងនេះអាចជោគជ័យទៅបានដោយការខិតខំរួមគ្នា។

ការពង្រីកបណ្ដាញមានខ្សែ ឬសេវាទូរស័ព្ទចល័តនៅតាមទីជនបទដែលមានប្រជាជនតិច ហើយមានលទ្ធភាពប្រើប្រាស់គ្រឿងអេឡិចត្រូនិកដូចជាកុំព្យូទ័រដែលត្រូវការការភ្ជាប់បណ្ដាញមានខ្សែតម្រូវឱ្យមានកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងប្រតិបត្តិករបណ្ដាញ និងការដឹកនាំល្អពីរដ្ឋាភិបាល។ ការចែករំលែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរបស់ MNO នឹងជួយក្នុងការចែករំលែកថ្លៃដើម ដែលជាការពិចារណាដ៏សំខាន់មួយដែលផ្ដល់ទៅឱ្យប្រតិបត្តិករដែលមានភាពស្ទាក់ស្ទើរក្នុងការធ្វើវិនិយោគដែលអាចចំណាយពេលយូរដើម្បីបានភាគលាភត្រឡប់មកវិញបាន ជាពិសេសចំពោះករណីហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបណ្ដាញមានខ្សែ។

ការប្រើប្រាស់ប្រកបដោយភាពច្បាស់លាស់ និងចំគោលដៅនៃមូលនិធិ USO ដោយ MNO និងរាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងគោលបំណងពង្រីកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទូរគមនាគមន៍នៅទីជនបទ ពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដោយការពង្រីកនេះនឹងធានាថាអ្នកផ្ដល់សេវាអ៊ីនធឺណិតទាំងអស់នឹងចូលរួមបរិច្ចាគក្នុងមូលនិធិនេះដើម្បីបំពេញកាតព្វកិច្ចរបស់ពួកគេ។ ការបង្កប់រួមគ្នានៃខ្សែកាបអុបទិកជាមួយនឹងខ្សែភ្លើងអគ្គិសនី ផ្លូវថ្នល់ និងគម្រោងអភិវឌ្ឍន៍ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្សេងទៀតនឹងជួយពង្រីកបណ្ដាញមានខ្សែស្របតាមកំណើនហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធកាន់តែទូលំទូលាយនៅក្នុងតំបន់។

ការកំណត់ឡើងវិញនៃកម្រិតវិសាលគម (Spectrum Reallocation) ក៏ត្រូវបានកត់សម្គាល់ថាជាយុទ្ធសាស្ត្រដ៏សំខាន់មួយ ដើម្បីពង្រីកការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធទូរស័ព្ទចល័តល្បឿនលឿន (Broadband)។ ជាពិសេស ការងារនេះទាក់ទងនឹងការកំណត់ឡើងវិញនូវរលកអាកាស 700Mhz ដែលបច្ចុប្បន្នត្រូវបានប្រើសម្រាប់ការចាក់ផ្សាយ ក៏ដូចជាទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងការកំណត់ឡើងវិញនូវវិសាលគមដោយឈរលើមូលដ្ឋានអព្យាក្រឹតបច្ចេកវិទ្យា (Technology Neutrality)[៨]។

[៨] WB, Benefiting from the digital economy – Cambodia policy note, 2018

៣) ការរៀបចំបទប្បញ្ញត្តិ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្តដើម្បីជាជំនួយសម្រាប់ការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់នៃប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G

ការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់នៃប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G ដែលនឹងកើតឡើងនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាក្នុងពេលឆាប់ៗនេះត្រូវបានពឹងថានឹងផ្តល់នូវការជំរុញដ៏សំខាន់ដល់សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងធ្វើឱ្យប្រទេសកម្ពុជាស្ថិតក្នុងទីតាំងឈានមុខគេមួយនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍។ ការពិនិត្យពិច័យច្បាស់លាស់ (ឈានទៅរកការសម្រេចចិត្តដែលមានការយល់ព្រមពីរដ្ឋាភិបាល) ត្រូវតែអនុវត្តដើម្បីបង្កើនការត្រៀមខ្លួនរបស់ប្រទេសកម្ពុជាសម្រាប់ការដាក់ឱ្យដំណើរការប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G នាពេលអនាគត។ រួមបញ្ចូលទាំងការបង្កើតក្របខ័ណ្ឌបទប្បញ្ញត្តិការតម្រង់ទិស (និងការការត្រួតពិនិត្យ) ការវិនិយោគរបស់វិស័យឯកជនក្នុងការសាកល្បង និងដាក់ពង្រាយបច្ចេកវិទ្យាប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G ក៏ដូចជាការវាយតម្លៃលើប្រសិទ្ធភាពនៃប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G ធៀបនឹងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 4G ដែលមានស្រាប់ និងការពង្រីកបណ្តាញមានខ្សែ។ បញ្ហាសន្តិសុខត្រូវតែមានការយកចិត្តទុកដាក់ ដើម្បីធានាឱ្យមានស្ថេរភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ក្នុងចំណោមកត្តាផ្សេងទៀត។ ការពិនិត្យពិច័យទាក់ទងទៅនឹងផលប៉ះពាល់នៃការអនុម័តប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G ជាមួយនឹងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធខ្សែកាបអុបទិក និងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 4G ត្រូវតែធ្វើឡើងទាំងនៅកម្រិតរដ្ឋាភិបាល និងកម្រិតប្រតិបត្តិករបណ្តាញដែលអាចនាំឱ្យមានការកែតម្រូវមួយចំនួននៅក្នុងទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រដោយប្រតិបត្តិករ។

៥. ទ្រឹស្តីនៃបម្រែបម្រួល

ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ
កំណើនគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍នៅក្នុងបណ្តាញ ICT និងគុណភាពសេវាកម្ម (ជាពិសេសសេវាកម្មទូរស័ព្ទចល័ត) នៅទូទាំងប្រទេសជារឿងល្អដែលធ្វើឱ្យមានការរីកចម្រើនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការរីកចម្រើនផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ជាពិសេសនៅក្នុងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 4G និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធមានខ្សែនឹងជួយបង្កើនការត្រៀមខ្លួនរបស់អ្នកប្រើប្រាស់សម្រាប់ផលិតផលឌីជីថល។	• បង្កើនការត្រៀមខ្លួនរបស់បណ្តាញ និងអតិថិជនក្នុងការទទួលយកការផ្តល់ជូននូវពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដោយផ្អែកលើការកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ICT។ • ការដាក់ចេញនូវប្រព័ន្ធរដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិកដ៏រឹងមាំមួយដែលគ្របដណ្តប់ទូទាំងប្រទេស បានរួមចំណែកក្នុងការបង្កើនការប្រើប្រាស់របស់អតិថិជន និងលទ្ធភាពដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកក្នុងការពង្រីកវិសាលភាពភូមិសាស្ត្រនៃសេវាកម្មរបស់ពួកគេ។

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព	គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ	សកម្មភាពនៅក្នុងផែនការសកម្មភាព
១.ទីផ្សារជាតិខ្នាតតូចដែលមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង រួមជាមួយនឹងផែនការអាជីវកម្មមិនច្បាស់លាស់នៅតាមតំបន់ជនបទកំពុងតែកម្រិតការវិនិយោគរបស់ MNO ។	១.ពន្លឿនការអនុវត្តរបៀបវារៈជាតិលើរដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិក ២.ពង្រីកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធមានខ្សែក៏ដូចជាបន្តពង្រីកបណ្តាញអ៊ីនធឺណិតតាមទូរស័ព្ទចល័តដើម្បីតភ្ជាប់ការបែងចែករវាងទីក្រុង និងជនបទ ៣. រៀបចំបទប្បញ្ញត្តិ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្តក្នុងជំនួយនៃការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិត 5G	4.2.2, 4.2.4, 5.3.2,
២. ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិតមានខ្សែគឺមានតិចជាងការប្រើប្រាស់សេវាទូរស័ព្ទចល័ត។		4.2.5
៣. កម្រិតលើការពង្រីកសេវា 4G vs 2G/3G បានកំណត់ការប្រើប្រាស់សេវាអ៊ីនធឺណិតនៅតាមតំបន់ជនបទ។		4.2.1, 4.2.3, 4.3.1, 4.3.2, 4.3.3
៤. ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធឌីជីថលក្នុងរដ្ឋាភិបាលក៏ដូចជាអាជីវកម្ម និងប្រជាជននៅមានកម្រិតទាបនៅឡើយ។		4.1.1, 4.1.2, 4.1.3, 4.1.4, 4.1.5, 4.1.6
ភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗដែលចូលរួម		
MoC, MISTI, MPTC, MEF/GDT, CCC		

ជំពូកទី៤៖ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍

គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ

០១ ពន្លឿនការអនុវត្តរបៀបវារៈជាតិលើរដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិក

០២ ពង្រីកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធមានខ្សែក៏ដូចជាបន្តពង្រីកបណ្ដាញអ៊ីនធឺណេតតាមទូរស័ព្ទចល័ត ដើម្បីតភ្ជាប់ការបែងចែងរវាងទីក្រុង និងជនបទ

០៣ រៀបចំបទប្បញ្ញត្តិ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្តក្នុងជំនួយនៃការដាក់ឲ្យប្រើប្រាស់5G

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព

ទីផ្សារជាតិខ្នាតតូចដែលមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង រួមជាមួយនឹងផែនការ អាជីវកម្មមិនប្រកដប្រជានៅតាមតំបន់ជនបទ កំពុងតែកម្រិតការវិនិយោគរបស់MNO។

ការប្រើប្រាស់អ៊ីនធើណេតមានខ្សែ គឺមានតិចជាងការប្រើប្រាស់សេវាទូរស័ព្ទចល័ត។

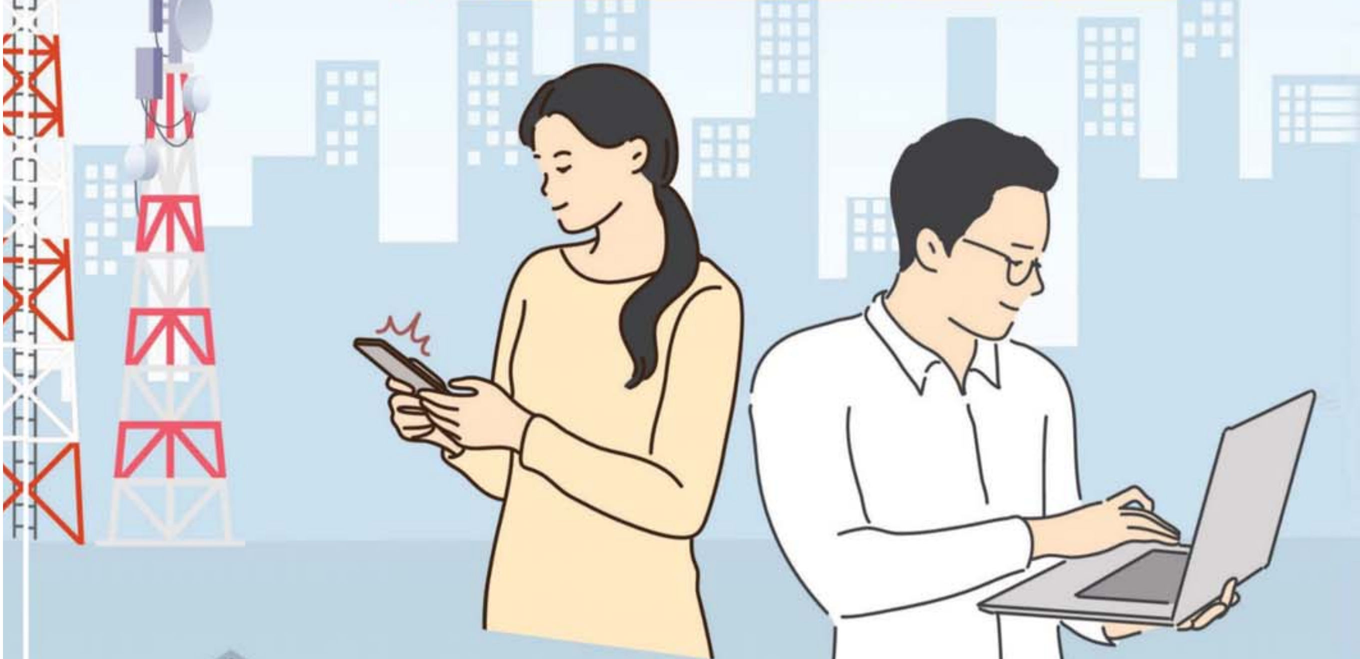
ការពង្រីកសេវា4G vs 2G/3G នៅមានកំណត់ បានដាក់កំហិតលើការប្រើប្រាស់សេវាអ៊ីនធើណេតនៅតាមតំបន់ជនបទ។

ក
កំ
ទ

លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ

បង្កើនភាពត្រៀមខ្លួននៃបណ្តាញ និងការត្រៀមខ្លួនរបស់អតិថិជនក្នុងការទទួលយកការផ្តល់ជូននូវពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដោយផ្អែកលើការកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធICT

ការដាក់ចេញនូវប្រព័ន្ធរដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិកដ៏រឹងមាំមួយដែលគ្របដណ្តប់ទូទាំងប្រទេស ដើម្បីរួមចំណែកក្នុងការបង្កើនការប្រើប្រាស់របស់អតិថិជន និងលទ្ធភាពសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកដើម្បីពង្រីកវិសាលភាពភូមិសាស្ត្រនៃសេវាកម្មរបស់ពួកគេ



ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធឌីជីថលក្នុងរដ្ឋាភិបាល ក៏ដូចជាអាជីវកម្ម និងប្រជាជននៅមានកម្រិតទាបនៅឡើយ។

កំណើនគួរឲ្យចាប់អារម្មណ៍នៅក្នុងបណ្តាញICT និងគុណភាពសេវាកម្ម(ជាពិសេសសេវាកម្មទូរស័ព្ទចល័ត)នៅទូទាំងប្រទេសជារឿងល្អដែលធ្វើឲ្យមានការរីកចម្រើនពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ជាពិសេសនៅក្នុងប្រព័ន្ធ4G និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធមានខ្សែ នឹងជួយបង្កើនការត្រៀមខ្លួនរបស់អ្នកប្រើប្រាស់សម្រាប់ផលិតផលឌីជីថល។

ជំពូកទី៥
ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញឌីជីថល

១. សេចក្តីផ្តើម

ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញឌីជីថលនៅកម្ពុជាមានការកើនឡើងជាលំដាប់ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។ កម្មវិធីអប់រំកម្រិតឧត្តមសិក្សាក្នុងជំនាញបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន សហគ្រិនភាព និងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក បានចាប់ផ្តើមរីកលូតលាស់ និងមានជម្រើសកាន់តែសម្បូរបែបបន្តិចម្តងៗដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការកាន់តែខ្ពស់របស់សិស្សានុសិស្សដែលកំពុងស្វែងរកការងារនៅក្នុងផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងសហគ្រិនភាព។ គ្រឹះស្ថានអប់រំល្បីៗ ដូចជា គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សាឯកទេសទូរគមនាគមន៍ និងបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងសាកលវិទ្យាល័យជាតិគ្រប់គ្រង បានដាក់ចេញនូវជំនាញកម្រិតសាកលវិទ្យាល័យថ្មី ដែលផ្តោតផ្ទាល់លើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។

កម្មវិធីសិក្សា និងតួអង្គគាំទ្រដល់នវានុវត្តន៍មួយចំនួនក៏កំពុងជំរុញផ្នែកសហគ្រិនភាព ហើយវិស័យធុរកិច្ចបង្កើតថ្មី (Startup) ក៏កំពុងចាប់ផ្តើមរីកលូតលាស់ផងដែរ។ ទោះជាយ៉ាងនេះក្តី បញ្ហាមិនស្របគ្នារវាងតម្រូវការរបស់វិស័យឯកជន និងការផ្គត់ផ្គង់ជំនាញដោយតួអង្គផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញនៅតែមាន ដោយបញ្ហានេះមានការទាក់ទងនឹងគុណភាពនៃវិស័យអប់រំ និងសម្របខ្លួនមិនទាន់ពេលវេលានៃផ្នែកអប់រំកម្រិតឧត្តមសិក្សាឱ្យស្របទៅតាម

ការផ្លាស់ប្តូរនៃរបត់ទីផ្សារ។ អត្ថកម្មឌីជីថលជាពិសេសនៅតំបន់ជនបទ គឺជាឧបសគ្គមួយរារាំងដល់ការរីកលូតលាស់នៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដោយសារអ្នកប្រើប្រាស់មានការរុញរាចិត្ត និងពុំមានសមត្ថភាពប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា និងបរិក្ខារកុំព្យូទ័រ។

២. ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន

បុគ្គលមានទេពកោសល្យផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានៅកម្ពុជាមានប្រមាណ ៥០.០០០នាក់ និងជាទូទៅមានអ្នកចំណូលថ្មីចំនួន ២.០០០-៣.០០០នាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។ ភាគច្រើនបុគ្គលមានទេពកោសល្យទាំងនេះ ត្រូវបានជួលឱ្យបម្រើការងារនៅក្នុងវិស័យបែបប្រពៃណីដូចជា ពាណិជ្ជកម្មលក់រាយ ធនាគារ កម្មន្តសាល និងមួយចំនួនតូចធ្វើការពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្តល់សេវាបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានក្នុងវិស័យផ្សេងៗ។ ប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ បុគ្គលិកអាជីពផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានមានការកើនឡើង ហើយបានប្រែក្លាយខ្លួនទៅជាសហគ្រិន ដោយចលនានេះត្រូវបានជំរុញដោយវិនិយោគិនដែលបានចូលខ្លួនប្រឡូកដំបូងដែលភាគច្រើនជាជនបរទេស និងធ្លាប់មានភាពជោគជ័យក្នុងផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ និស្សិតទើបបញ្ចប់ការសិក្សាមាននិន្នាការបង្កើតអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ឬចូលរួមក្នុងធុរកិច្ចថ្មីភ្លាមៗ បន្ទាប់ពីបញ្ចប់ការសិក្សា ហើយបច្ចុប្បន្ននេះមានធុរកិច្ចថ្មីបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ៣០០ ដែលកំពុងធ្វើប្រតិបត្តិការនៅកម្ពុជា ហើយចំនួននេះត្រូវបានរំពឹងទុកថានឹងកើនឡើងទ្វេដងក្នុងរយៈពេល ២-៣ឆ្នាំខាងមុខទៀត។ ធុរកិច្ចថ្មីបច្ចេកវិទ្យាបានលេចចេញក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មឌីជីថល ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ទីផ្សារឌីជីថល និងវិស័យផ្សេងៗទៀត។

ជាមួយគ្នានោះផងដែរ ក្នុងរយៈពេលប្រាំឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃជំនាញបច្ចេកវិទ្យាបានវិវត្តចេញក្រៅប្រព័ន្ធបណ្តុះបណ្តាលតាមសាកលវិទ្យាល័យ និងវិទ្យាស្ថានបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេសទៅទៀត ដោយការបណ្តុះបណ្តាលបានកើតឡើងនៅក្នុងតួអង្គគាំទ្រការភ្ញាស់គំនិត និងពន្លឿនការលូតលាស់ធុរកិច្ចថ្មី (Startup Incubator and Accelerator) ក្រុមហ៊ុនវិនិយោគទុន (Venture Capital Firms) ទីពិសោធន៍នវានុវត្តន៍ (Innovation Labs) ទីតាំងធ្វើការរួមគ្នា (Co-working Spaces) ការប្រកួតប្រជែងគំនិតអាជីវកម្ម (Pitching Competitions) និងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនភាពក្នុងរយៈពេលខ្លី (Bootcamps) ជាដើម។ វឌ្ឍនភាពមួយចំនួនត្រូវបានកត់សម្គាល់ ដូចខាងក្រោម៖

- គំរូកូនកាត់ (Hybrid Model) រវាងជំនាញផ្នែកឌីជីថល និងសហគ្រិនភាពបានចាប់ផ្តើមរីកលូតលាស់នៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញ ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទីផ្សារ និងសកម្មភាពរបស់តួអង្គផ្តល់ការគាំទ្រដល់ផ្នែកសហគ្រិនភាព តួយ៉ាងនាពេលថ្មីៗ វិទ្យាស្ថាន និងសាកលវិទ្យាល័យមួយចំនួនទើបដាក់ចេញកម្មវិធីសិក្សាកម្រិតបរិញ្ញាបត្រដែលផ្តោតលើជំនាញសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។
- ប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីទូលំទូលាយបានរីកលូតលាស់ព្រមៗគ្នា ដោយមជ្ឈមណ្ឌលគាំទ្រការភ្ញាស់គំនិត និងពន្លឿនការលូតលាស់អាជីវកម្មមួយចំនួន បានដឹកនាំជំរុញភាពរីកចម្រើនរបស់ធុរកិច្ចថ្មីតាមរយៈកម្មវិធីបណ្តុះគំនិត និងការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗដែលបានផ្តល់ឱ្យធុរកិច្ចថ្មីអាចទទួលបានបទពិសោធន៍ ជំនួយផ្នែកបច្ចេកទេស និងជំនួយបង្ហាត់បង្ហាញផ្នែកធុរកិច្ច ក៏ដូចជាការផ្តល់ដើមទុនដំបូងផងដែរ។

- កត្តាសំខាន់នៅក្នុងកំណើនរីកលូតលាស់នៃធុរកិច្ចថ្មី គឺជាការចូលរួមយ៉ាងសកម្មរបស់វិស័យសាធារណៈក្នុងចំណោមក្រសួង-ស្ថាប័នមួយចំនួន ដោយសហការជាមួយតួអង្គសហគមន៍ដែលបានចូលរួមស្រាប់ក្នុងការជំរុញដល់ការរីកលូតលាស់របស់ធុរកិច្ចថ្មី។ ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍បានផ្តល់ការគាំទ្រយ៉ាងសកម្មដល់សកម្មភាពដូចជា ស្ត្រីនៅក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យា (Women in Tech) និងពានរង្វាន់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍កម្ពុជាប្រចាំឆ្នាំ។ គំនិតផ្តួចផ្តើមដ៏ល្អមួយដែលដឹកនាំដោយក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ គឺការបង្កើតមូលនិធិកសាងសមត្ថភាព ការស្រាវជ្រាវ និងការអភិវឌ្ឍន៍ (CBRD)[៩] ដែលគាំទ្រដល់ធុរកិច្ចថ្មីបច្ចេកវិទ្យា ក៏ដូចជាគំនិតផ្តួចផ្តើមទាក់ទងនឹងការបណ្តុះបណ្តាលចំណេះដឹងផ្នែកឌីជីថល។ មូលនិធិ CBRD ភាគច្រើនត្រូវបានទទួលពីប្រតិបត្តិករបណ្តាញទូរស័ព្ទចល័តតាមរយៈការដាក់បញ្ចូលទឹកប្រាក់មួយភាគរយនៃប្រាក់ចំណូលដុលទៅក្នុងមូលនិធិនេះ។ ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ក៏ត្រូវបានរំពឹងថានឹងដាក់ចេញនូវគោលការណ៍គាំទ្រដល់ធុរកិច្ចថ្មីនៅពេលដ៏ខ្លីខាងមុខនេះផងដែរ។ ជាមួយនោះដែរ បណ្តាក្រសួងនានាដូចជា ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានផ្តល់ការគាំទ្រយ៉ាងសកម្មដល់កម្មវិធីដូចជា SmartStart, Technovation Cambodia, ការប្រកួតប្រជែងគំរូធុរកិច្ច (Business Model Competition) និងការប្រកួតប្រជែងផែនការធុរកិច្ចមេគង្គ (Mekong Business Plan Competition)។

  ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍[១០] បានចូលរួមគាំទ្រចំពោះពានរង្វាន់សហគ្រិនវ័យក្មេងកម្ពុជាប្រចាំឆ្នាំដោយសហការជាមួយនឹងសមាគមសហគ្រិនវ័យក្មេងកម្ពុជា និងសភាយុវពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ។ រួមចំណែកក្នុងការងារអភិវឌ្ឍន៍ជំនាញមួយទៀតនោះ គឺមូលនិធិជាតិអភិវឌ្ឍន៍ជំនាញ (NSDF) ក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ដែលមានថវិកាចំនួន ៥ លានដុល្លារអាមេរិក ក្នុងគោលដៅចម្បងដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមទាក់ទងនឹងជំនាញមិនស៊ីគ្នានៅក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យា និងវិស័យផ្សេងទៀត។ មូលនិធិមួយផ្សេងទៀតហៅថា មូលនិធិអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រិនភាព (EDF) ក៏កំពុងស្ថិតក្នុងដំណើរការបង្កើត ដោយមានគោលដៅជំរុញកំណើនរីកលូតលាស់នូវសហគ្រិនភាពនៅក្នុងវិស័យមិនមានជាលក្ខណៈប្រពៃណី (Non-Traditional Sectors) រួមទាំងនៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកផងដែរ។

- នៅក្រោមក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ គឺមានមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" (TSC)[១១] ដែលជាអង្គភាពនវានុវត្តន៍មួយ និងជាអង្គភាពជំរុញ និងផ្តល់លទ្ធភាពដល់ការរីកចម្រើននៃប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីរបស់

[៩] CBRD គឺជាឧបករណ៍ចាំបាច់ដែលត្រូវបានរំពឹងថានឹងបន្តគាំទ្រដល់សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលនាពេលអនាគត។ មូលនិធិនេះតម្រូវឱ្យក្រុមហ៊ុនផ្តល់សេវាអ៊ីនធឺណិត (ISP) បរិច្ចាគប្រាក់ចំនួន ១% នៃប្រាក់ចំណូលដុលរបស់ខ្លួនជូនដល់មូលនិធិ ដែលប្រាក់នោះត្រូវប្រើប្រាស់សម្រាប់សកម្មភាពនៃការកសាងសមត្ថភាព ការស្រាវជ្រាវ និងនវានុវត្តន៍ ដើម្បីគាំទ្រដល់សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។ CBRD ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីផ្តល់អាហារូបករណ៍ផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ ដល់សិស្សានុសិស្សមានទេពកោសល្យទាំងឡាយឱ្យសិក្សានៅក្នុងសាកលវិទ្យាល័យជាតិ និងអន្តរជាតិ ដើម្បីសាងសង់ និងថែទាំបន្ទប់ពិសោធន៍ក្នុងវិទ្យាល័យចំនួន ២០ ទូទាំងប្រទេស ក៏ដូចជា ផ្តល់មូលនិធិសម្រាប់គម្រោងស្រាវជ្រាវនៅក្នុងវិស័យដូចជាឧបករណ៍ និងសេវាពឹងផ្អែកលើអ៊ីនធឺណិត (IOT) ដំណើរការភាសាខ្មែរក្នុងប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ។ តាមរយៈការផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍសហគ្រិនភាព CBRD ដាក់ចេញគំនិតផ្តួចផ្តើមមូលនិធិតាមរយៈការប្រកួតប្រជែងដែលមានរយៈពេលកំណត់ កម្មវិធីបណ្តុះគំនិត និងនាពេលខាងមុខដ៏ខ្លីនេះ តាមរយៈ NIPTICT។

[១០] ពីមុនជា ក្រសួងឧស្សាហកម្ម និងសិប្បកម្ម

[១១] សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម សូមចូលមើល www.techostartup.center

អាជីវកម្មបង្កើតថ្មីនៅកម្ពុជា តាមរយៈការជួយគាំពារដល់ធុរកិច្ចថ្មីឱ្យរីកចម្រើនក្លាយជាក្រុមហ៊ុនដែលជោគជ័យ ដោយកាត់បន្ថយហានិភ័យសម្រាប់អាជីវកម្មបង្កើតថ្មីទាំងនោះតាមរយៈកម្មវិធីផ្តល់ជំនួយនានាដែលត្រូវបានរៀបចំជាប្រព័ន្ធ។ ដោយមានគោលបំណងនេះក្នុងចិត្ត TSC បានផ្សារភ្ជាប់ជាមួយធុរកិច្ចថ្មីជាមួយនឹងធនធាននានាដូចជា អ្នកបង្ហាត់បង្ហាញ វិនិយោគិន បុគ្គលិកជំនាញ បុគ្គលមានទេពកោសល្យ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធនានា ព្រមទាំងជួយធ្វើឱ្យគំនិតអាជីវកម្មរបស់ពួកគេក្លាយជាការធ្វើពាណិជ្ជនីយកម្ម។ កម្មវិធីស្នូលរបស់ TSC គឺកម្មវិធីបង្កើនល្បឿនដល់ការរីកចម្រើនរបស់ធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" (Techo Startup Accelerator Program ឬ TAP) ដែលមានគោលដៅជួយក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាដែលទើបបង្កើតនៅដំណាក់កាលដំបូង រៀបចំគំរូពាណិជ្ជកម្មរបស់ពួកគេរួចជាស្រេច និងបង្កើតផលិតផលដែលមានការចំណាយអប្បបរមារបស់ពួកគេ។ TAP បញ្ចូលវិធីសាស្ត្រជួយបង្កើនល្បឿនដល់ការរីកចម្រើនតាមដំណាក់កាលពីលើចុះក្រោម ផ្អែកលើការស្រាវជ្រាវជាក់លាក់ និងបង្កលទ្ធភាពតាមរយៈការលើកទឹកចិត្តក្នុងថ្នាលកាតាលីករឌីជីថល (Digital Platform Catalysts) និងធ្វើការផ្សព្វផ្សាយលើគេហទំព័រមួយហៅថា Startup Cambodia។

៣. បញ្ហាប្រឈម

តម្រូវការជំនាញបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍មានទំហំធំជាងការផ្គត់ផ្គង់ ហើយបញ្ហាជំនាញមិនស៊ីគ្នាដែលគួរឱ្យកត់សម្គាល់នេះ កំពុងតែមានគម្លាតកាន់តែធំឡើងរវាងតម្រូវការបុគ្គលិកដែលមានជំនាញក្នុងវិស័យឯកជន និងគុណភាព/បរិមាណរបស់បុគ្គលិកអាជីពជំនាញដែលមាន។ ដើមចមសំខាន់នៃបញ្ហាជំនាញមិនស៊ីគ្នានេះ ត្រូវបានបង្ហាញយ៉ាងច្បាស់ដូចខាងក្រោម៖

១) កង្វះខាតនៃការផ្គត់ផ្គង់ឱ្យសមស្របនឹងតម្រូវការក្នុងកម្រិតមួយ គឺជារឿងធម្មតានៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកំពុងអភិវឌ្ឍដែលវិស័យបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ មានសន្ទុះរីកលូតលាស់ខ្លាំងនៅក្នុងរយៈពេល ២-៣ឆ្នាំចុងក្រោយ។ ស្ថានភាពហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញ ទោះបីជាក្នុងដំណាក់កាលអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចណាមួយក៏ដោយ នឹងត្រូវការពេលវេលាខ្លះដែរដើម្បីបំពេញនូវតម្រូវការដែលមានសន្ទុះឆាប់រហ័សបែបនេះ។ ដូច្នេះកង្វះខាតផ្នែកពលកម្មអាចសន្និដ្ឋានបានថា បណ្តាលមកពីសន្ទុះឆាប់រហ័សនៃកំណើនលូតលាស់របស់វិស័យបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍។

២) សមត្ថភាពរបស់គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សាក្នុងការឆ្លើយតបឱ្យបានលឿនទៅនឹងស្ថានភាពទីផ្សារ និងតម្រូវការដែលតែងតែប្រែប្រួលជានិច្ចនៅតែមានកម្រិតទាប ទោះបីគុណភាព និងបរិមាណមានការកើនឡើងក៏ដោយ។ កម្មវិធីសិក្សានៅកម្រិតសាកលវិទ្យាល័យនាពេលចុងក្រោយនេះ បានសម្របខ្លួនកាន់តែប្រសើរទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារយ៉ាងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ តាមរយៈការផ្តល់កម្មវិធីសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រផ្នែកពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងបរិញ្ញាបត្រសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ដោយសាកលវិទ្យាល័យ និងវិទ្យាល័យខ្លះ។ ក៏ប៉ុន្តែកម្មវិធីសិក្សាទាំងនេះនឹងចាប់ផ្តើមចេញផ្លែផ្កាក្នុងរយៈពេល ៣-៤ ឆ្នាំបន្ទាប់ពីមាននិស្សិតបានបញ្ចប់ការសិក្សាជំនាន់ដំបូងប៉ុណ្ណោះ។ ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកជាពិសេស ទាមទារឱ្យមានការគួបផ្សំគ្នាយ៉ាងរឹងមាំនៃជំនាញសហគ្រិនភាព ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ ជំនាញធ្វើទីផ្សារឌីជីថល ជាមួយជំនាញស្នូល

ផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍។ វគ្គសិក្សាខ្លី/កម្មវិធីសិក្សាកម្រិតឧត្តមដែលមានការគួបផ្សំបែបនេះ (ឧទាហរណ៍ ក្នុងផ្នែកសហគ្រិនភាពឌីជីថល) មានការរីកលូតលាស់យឺត និងត្រូវប្រើពេលមួយរយៈដើម្បីចាក់ឫសឱ្យរឹងមាំ។

៣) បណ្តាញនៃតួអង្គឯកជនដែលផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលកម្រិតវិញ្ញាបនបត្រនៅមានលក្ខណៈទន់ខ្សោយនៅឡើយ មានន័យថាការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញដោយតួអង្គឯកជនដែលជាយន្តការមួយប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពក្នុងចំណោមយន្តការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញដទៃទៀតសម្រាប់ធានាដល់ការកែសម្រួលជំនាញឱ្យស្របទៅនឹងទីផ្សារ នៅមានចន្លោះប្រហោងនៅក្នុងទីផ្សារកម្ពុជា។ តួអង្គទាំងនេះដែលប្រតិបត្តិក្នុងរូបភាពជាវិទ្យាស្ថានបណ្តុះបណ្តាលឯកជនមានការតាមដានការប្រែប្រួលទីផ្សារជិតដិតជាងសាកលវិទ្យាល័យ និងអាចសម្របខ្លួនបានលឿនជាងដោយកត្តាទាំងនេះរួមចំណែកដល់គោលដៅអាជីវកម្មរបស់តួអង្គទាំងនោះ។

៤) ការអប់រំ បណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេស និងជំនាញវិជ្ជាជីវៈដែលផ្តោតលើ បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល បានកើនឡើងតែមួយចំណែកប៉ុណ្ណោះ ដោយសារតែជាទូទៅការអប់រំមានការផ្តោតលើផ្នែកកម្មន្តសាល និងផ្នែកជំនាញវិជ្ជាជីវៈផ្សេងទៀតដែលជាគោលដៅប្រពៃណី។ កិច្ចពិភាក្សារវាងក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ ដែលជាក្រសួងជំនាញទទួលខុសត្រូវលើការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេស និងជំនាញវិជ្ជាជីវៈ និងក្រសួងនិងភាគីពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀតក៏កំពុងតែដំណើរការជាបន្តបន្ទាប់ ហើយអ្វីដែលជាការងារសំខាន់គឺត្រូវដាក់បញ្ចូលការផ្តោតលើបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ ឱ្យបានទាន់ពេលវេលាទៅក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេស និងជំនាញវិជ្ជាជីវៈ។ បញ្ហាមួយទៀតគឺថាអ្នកស្វែងរកជំនាញពុំសូវចាប់អារម្មណ៍លើការ បណ្តុះបណ្តាលលើជំនាញបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍នេះទេ ដោយសារការធ្វើទីផ្សារនៅមានលក្ខណៈទន់ខ្សោយ និងដោយសារការយល់ឃើញថាការអប់រំបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេស និងជំនាញវិជ្ជាជីវៈពុំសូវមានតម្លៃ។

៥) ពុំមានក្រុមប្រឹក្សាផ្តល់យោបល់អំពីជំនាញតាមវិស័យសម្រាប់វិស័យបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ ឬវិស័យណាមួយនៃវិស័យសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលនៅឡើយទេ មានន័យថាពុំមានវេទិកាច្បាស់លាស់មួយសម្រាប់អ្នកបង្កើតគោលនយោបាយ អង្គភាពផ្តល់ជំនាញ និងវិស័យឯកជនដើម្បីពិភាក្សាក្នុងន័យស្ថាបនាអំពីតម្រូវការរបស់វិស័យឯកជនសម្រាប់ពេលបច្ចុប្បន្ន និងសម្រាប់ពេលអនាគតផងដែរ។ ការខ្វះប្រព័ន្ធទទួលមតិត្រលប់មកវិញលើជំនាញដែលត្រូវការ គឺជាបញ្ហាប្រឈមចម្បងមួយដែលអាចដាក់កំហិតដល់ការរីកលូតលាស់ទៅមុខនៃសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។ យុទ្ធសាស្ត្រទំនើបកម្មប្រព័ន្ធអប់រំបណ្តុះបណ្តាល បច្ចេកទេសវិជ្ជាជីវៈ ២០១៧-២០២៥ ដែលទើបចាប់ផ្តើមអនុវត្តនាពេលថ្មីៗនេះយល់ឃើញពីចន្លោះប្រហោងដែលមានពេលបច្ចុប្បន្ន និងសង្កត់ធ្ងន់លើកិច្ចសហការកាន់តែជិតស្និទ្ធរវាងគ្រឹះស្ថានអប់រំ និងសហគ្រាសឯកជននានា។ ទោះជាយ៉ាងនេះក៏ដោយ ផលវិបាកសម្រាប់វិស័យបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ និងស្ថានភាពអនុវត្តជាក់ស្តែងទាមទារឱ្យមានការត្រួតពិនិត្យជាចាំបាច់ផងដែរ។

៦) មិនត្រឹមតែជំនាញបច្ចេកទេសទេដែលនៅមានកង្វះខាត សូម្បីតែជំនាញទន់ក៏នៅមានកង្វះខាតផងដែរ។ ផ្អែកតាមរបាយការណ៍នៃការស្ទង់មតិរបស់ទីភ្នាក់ងារជាតិមុខរបរ និងការងារ បានបញ្ជាក់ថាជំនាញ ភាសា

បរទេស (សំដៅលើសមត្ថភាពផ្នែកភាសាអង់គ្លេស) ទំនាក់ទំនងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ការដោះស្រាយជាមួយអតិថិជន ទំនាក់ទំនងផ្ទាល់មាត់ គឺជាជំនាញ ៤ ក្នុងចំណោមជំនាញកំពូលទាំង ៥ ដែលខ្វះការផ្គត់ផ្គង់ ហើយជំនាញក្នុងលេខរៀងទី៥ គឺជំនាញបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងជំនាញអភិវឌ្ឍកម្មវិធីកម្រិតខ្ពស់។ ចំណេះដឹងមូលដ្ឋានទាក់ទងនឹងកុំព្យូទ័រត្រូវបានរកឃើញនៅក្នុងរបាយការណ៍ស្ទង់មតិថាជាបញ្ហាប្រឈមមួយនៅក្នុងវិស័យជាច្រើនផ្សេងៗទៀតដែលឆ្លុះបង្ហាញពីតម្រូវការជាអន្តរវិស័យនូវបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ ដូចជាសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុ និងធុរកិច្ច កម្មន្តសាល សេវាកម្មពាណិជ្ជកម្ម និងសេវាសាធារណៈជាដើម។

៧) បញ្ហាប្រឈមនឹងអក្ខរកម្មឌីជីថលបានជះឥទ្ធិពលលើភាគីពាក់ព័ន្ធជាច្រើន និងដាក់កំហិតលើការចាប់យកផលិតផល និងបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗនៅកម្ពុជា។ គ្រប់ទីកន្លែងជាពិសេសក្រៅពីទីក្រុង មានការជួបប្រទះនឹងបញ្ហានេះដោយវិសាលភាពគ្របដណ្តប់ ល្បឿន និងប្រសិទ្ធភាពរបស់សេវាបណ្តាញទូរស័ព្ទនិងអ៊ីនធឺណិតគឺមានលក្ខណៈពុំស្មើគ្នានៅក្នុងតំបន់ជនបទ ហើយសូម្បីតែនៅទីកន្លែងដែលមានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រាន់ បញ្ហាអក្ខរកម្ម កង្វះទំនុកចិត្ត និងទិដ្ឋភាពវប្បធម៌ បានរារាំងដល់ការចាប់យកផលិតផល និងបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ។ នៅចំចំណុចស្នូលនៃបញ្ហាប្រឈមនឹងអន្ទរកម្មឌីជីថល គឺការដាក់បញ្ចូលជំនាញបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងភាសាអង់គ្លេសនៅមានទំហំតិចតួចនៅឡើយទៅក្នុងកម្មវិធីសិក្សានៅកម្រិតបឋមសិក្សា និងមធ្យមសិក្សា។ អ្វីដែលជាចំណុចផ្តោតសំខាន់សម្រាប់ការលើកកម្ពស់ចំណេះដឹងផ្នែកឌីជីថលពីកម្រិតបឋមសិក្សាឡើងទៅ គឺត្រូវកសាងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ រួមទាំងបន្ទប់កុំព្យូទ័រផងដែរ។ នាពេលបច្ចុប្បន្នវិទ្យាល័យចំនួន ៧០ ក្នុងចំណោមវិទ្យាល័យចំនួន ៤០០ ទូទាំងប្រទេសមានបន្ទប់កុំព្យូទ័រ ហើយមូលនិធិ CBRD នឹងត្រូវប្រើប្រាស់ដើម្បីកសាងបន្ទប់កុំព្យូទ័រចំនួន ២០ ជារៀងរាល់ឆ្នាំ។

៤. គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ

ការអភិវឌ្ឍជំនាញនៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកពឹងផ្អែកលើការអភិវឌ្ឍ និងភាពចាស់ទុំនៃហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញក្នុងបរិបទថ្នាក់ជាតិទាក់ទងនឹងជំនាញបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ សហគ្រិនភាពផ្នែកឌីជីថល និងការគ្រប់គ្រងខ្សែប្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់។ ជំនាញទន់ អក្ខរកម្មឌីជីថល និងចំណេះដឹងទូទៅក្នុងបរិបទថ្នាក់ជាតិគឺជាកត្តាផ្សេងទៀតដែលទាក់ទងនឹងជំនាញ។ ការឈានទៅមុខ ឬការដើរថយក្រោយនៃកត្តាណាមួយក្នុងចំណោមកត្តាពាក់ព័ន្ធគ្នាទាំងនេះនឹងជះឥទ្ធិពលលើការអភិវឌ្ឍជំនាញក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិករបស់កម្ពុជាក្នុងកម្រិតធំមួយ។

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រចំនួនបួនខាងក្រោម ត្រូវបានកំណត់ក្នុងគោលបំណងបង្កើតជាគុជរំសម្រាប់អភិវឌ្ឍជំនាញ៖

១) **ធ្វើវិសិដ្ឋកម្មហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងបរិបទថ្នាក់ជាតិ**

ការងារនេះគឺដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាជំនាញមិនស៊ីគ្នាដែលមាននាពេលបច្ចុប្បន្ន និងទៅអនាគត ព្រមទាំងមានសារៈសំខាន់ក្នុងការធានាថា ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញទូទៅក្នុងកម្រិតឧត្តមសិក្សា (សាកលវិទ្យាល័យ

ការបណ្តុះបណ្តាលកម្រិតវិញ្ញាបនបត្រ និងការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេស និងជំនាញវិជ្ជាជីវៈ) បានបង្កើនសមត្ថភាពស៊ីជម្រៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកតាមរយៈការបង្កើតកម្មវិធីសិក្សាជំនាញចម្រុះ ផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ ផ្នែកពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសហគ្រិនភាពជាដើម។ កម្មវិធីសិក្សាទាំងនេះ គឺដើម្បីផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលដល់សិស្សានុសិស្សឱ្យមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ក្រោយពីបានបញ្ចប់ការសិក្សា និងត្រៀមខ្លួនរួចជាស្រេចសម្រាប់ការងារ ក៏ដូចជាបង្កើនសមត្ថភាពបត់បែនសម្រាប់សម្របខ្លួនទៅតាមស្ថានភាពទីផ្សារដែលតែងតែប្រែប្រួលជានិច្ច។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ការរៀបចំពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញជាលក្ខណៈប្រព័ន្ធនឹងពង្រឹងកិច្ចសម្របសម្រួលស្ថាប័នក្នុងចំណោមបណ្តាអង្គភាពផ្តល់ជំនាញ សំដៅរក្សាប្រព័ន្ធទទួលមតិត្រលប់រួមមួយរវាងអង្គភាពផ្តល់គោលនយោបាយ អង្គភាពផ្តល់ជំនាញ និងវិស័យឯកជន។

២) បង្កើនការគាំទ្រដល់វិស័យសហគ្រិនភាពផ្នែកឌីជីថលសម្រាប់សហគ្រាសថ្មីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ជាពិសេសដោយយុវជន និងស្ត្រី

ទោះបីជាទិដ្ឋភាពនៃការគាំទ្រដល់សហគ្រិនភាពផ្នែកឌីជីថលពិតជាមានលក្ខណៈល្អប្រសើរក្នុងរយៈពេល ២-៣ឆ្នាំចុងក្រោយនេះក៏ដោយ ក៏នៅតែចាំបាច់ត្រូវតែពង្រីកទំហំ និងពង្រីកភូមិសាស្ត្រសម្រាប់គាំទ្រសកម្មភាពបែបនេះដែរ។ វិសាលភាព និងបណ្តាញបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនភាពក្រៅទីក្រុងដូចជារាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តបាត់ដំបង នៅមានកម្រិតខ្សោយនៅឡើយ ហើយការពង្រីកបណ្តាញនេះគឺជារឿងសំខាន់ដែលត្រូវធ្វើ។ មួយវិញទៀត ការផ្តល់ការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងបច្ចេកទេសដល់អង្គភាពដែលចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងការធ្វើការជាមួយវិស័យសហគ្រិនភាពវ័យក្មេងផ្នែកឌីជីថលដើម្បីឱ្យពួកគេចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍគោលនយោបាយ និងការផ្តល់គំនិតផ្តួចផ្តើមអភិវឌ្ឍន៍នានានៅក្នុងអង្គភាពបែបនោះ ក៏មានសារៈសំខាន់ផងដែរ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ កិច្ចសម្របសម្រួលរវាងកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍ និងស្ថាប័ននានាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការអភិវឌ្ឍសហគ្រិនភាព ក៏ត្រូវតែពង្រឹងដើម្បីទទួលបានប្រយោជន៍ពីការរួមកម្លាំងគ្នា និងបង្កើនវិសាលភាពនៃការគាំទ្រ។

៣) លើកកម្ពស់ចំណេះដឹងផ្នែកឌីជីថលក្នុងចំណោមភាគីពាក់ព័ន្ធ និងពង្រីកទំហំភូមិសាស្ត្រនៃការគាំទ្រ

អក្ខរកម្មឌីជីថលត្រូវបានទទួលស្គាល់ថាជាការប្រឈមរយៈពេលមធ្យមទៅវែង ដែលត្រូវមានការពង្រឹងគ្រប់ផ្នែក ហើយអក្ខរកម្មឌីជីថលនេះដែរ ក៏ជាឧបសគ្គមួយដែលត្រូវដោះស្រាយជាសំខាន់បំផុត ដើម្បីជំរុញដល់ការរីកលូតលាស់នៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងតំបន់ក្រៅពីរាជធានី/ទីក្រុង។ ការងារនេះរួមបញ្ចូលទាំងការធ្វើការជាមួយសាលាបឋមសិក្សា និងមធ្យមសិក្សា ដើម្បីធ្វើវិសិដ្ឋកម្មហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ បង្កើនគុណភាពគ្រូបង្រៀន ការបង្កើនអត្រារក្សាទុក និងជួលគ្រូបង្រៀន ធ្វើវិសិដ្ឋកម្មកម្មវិធីសិក្សា ដាក់ចេញនូវឧបករណ៍សិក្សាសម្បូរបែប និងបណ្តុះចំណាប់អារម្មណ៍របស់សិស្សឱ្យបន្តការងារនៅក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន។ ចំណេះដឹងនិងការអប់រំផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននៅក្នុងសហគមន៍ក៏ជាកត្តាផ្តោតសំខាន់ផងដែរ។ គោលដៅរួមគឺបង្កើនអត្រាការយល់ដឹងផ្នែកឌីជីថលទូទាំងប្រទេស គួបផ្សំជាមួយគំនិតផ្តួចផ្តើមនានាដែល

មានគោលដៅធ្វើវិសិដ្ឋកម្ម ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ បរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុ និងការអប់រំនៅតំបន់ឆ្ងាយពីទីក្រុង។

៤) ជំនាញដែលជាតម្រូវការ

ជំនាញខាងក្រោមត្រូវបានកំណត់ថាពាក់ព័ន្ធ និងមានសារៈសំខាន់ចំពោះការរីកលូតលាស់នៃប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា៖

ជំនាញទាក់ទងនឹងបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងទូរគមនាគមន៍[១២]	ខ្សែប្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់របស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក[១៣]	ជំនាញទន់
• អ្នកគ្រប់គ្រងគម្រោងផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន • នាយកផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន • ស្ថាបត្យករកម្មវិធីកុំព្យូទ័រ • អ្នកសម្របសម្រួលកិច្ចដំណើរការអភិវឌ្ឍកម្មវិធី (Scrum Masters) • អ្នកបង្កើតគេហទំព័រ និងកម្មវិធីកុំព្យូទ័រ Multimedia • អ្នកអាជីពផ្នែកឃ្លាំងផ្ទុកទិន្នន័យ និងបណ្តាញ • អ្នកបច្ចេកទេសបណ្តាញ និងប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ • អ្នកបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការប្រព័ន្ធ ICT • អ្នករចនាក្រាហ្វិក និងកម្មវិធី Multimedia • អ្នកវិភាគ និងវិស្វករប្រព័ន្ធព័ត៌មានវិទ្យា • អ្នកបង្កើតកម្មវិធីកុំព្យូទ័រ និងប្រព័ន្ធ	• ការគ្រប់គ្រងប្រភពផ្គត់ផ្គង់ • ការគ្រប់គ្រងទំនិញ • ការរៀបចំទំនិញបញ្ចូលឃ្លាំង និងប្រតិបត្តិការ (រួមទាំងឡូជីស្ទិកក្នុងស្រុក និងឆ្លងដែន) • ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ • ការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិសេវាកម្មថែទាំអតិថិជន និងជំនួយបន្ទាប់ពីការលក់ (រួមទាំងការប្រគល់ទំនិញត្រលប់វិញ) • ការធ្វើផែនការ និងការព្យាករណ៍ខ្សែប្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់	• សមត្ថភាពគិតកម្រិតខ្ពស់ (Higher Order Cognitive Skills) • ការគ្រប់គ្រងខ្លួនឯង • ការប្រឈម និងការសម្របសម្រួលអតិថិជន • ការយល់ដឹងអំពីកុំព្យូទ័រ បរិក្ខារកុំព្យូទ័រ អ៊ីនធឺណិត (ការយល់ដឹងផ្នែកឌីជីថលរបស់សិស្សានុសិស្ស និងប្រជាជនទូទៅ)

[១២] ដកស្រង់ចេញពី របាយការណ៍អង្កេតរបស់ទីភ្នាក់ងារជាតិមុខរបរ និងការងារ ជំពូកស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៃយុទ្ធសាស្ត្រសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្ម២០១៩-២០២៣ និងកិច្ចពិភាក្សាស្តីពីយុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

[១៣] កិច្ចពិភាក្សាស្តីពីយុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

• អ្នកបច្ចេកទេសផ្តល់ជំនួយដល់អ្នកប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT • អ្នកបច្ចេកទេសគេហទំព័រ • សន្តិសុខបណ្តាញ សន្តិសុខអភិវឌ្ឍកម្មវិធី និងសន្តិសុខប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ។		
ជំនាញមានលក្ខណៈចម្រុះ		
• សហគ្រិនភាពផ្នែកឌីជីថល		

៥. ទ្រឹស្តីនៃបម្រែបម្រួល

ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ	
ពិបាករកអ្នកអាជីពដែលមានជំនាញពាក់ព័ន្ធ និងស័ក្តិសម រួមផ្សំជាមួយគម្លាតចំណេះដឹងរវាងជនបទ និងទីក្រុងបានគំរាមកំហែងដល់ការរីកលូតលាស់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ហើយទំហំ និងភូមិសាស្ត្រនៃការបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនភាពផ្នែកឌីជីថលនៅតែមានកម្រិត។	• ផ្តល់ជម្រើសកាន់តែសម្បូរបែបដល់ពលករទាក់ទងនឹងការអប់រំផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន:និងទូរគមនាគមន៍ ក្នុងកម្រិតឧត្តមសិក្សា និងការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេសនិងជំនាញវិជ្ជាជីវៈកម្រិតវិញ្ញាបនបត្រ។ • មានការសម្របសម្រួលស៊ីសង្វាក់ និងចំគោលដៅរវាង គោលនយោបាយ អង្គភាពផ្តល់ជំនាញ និងវិស័យឯកជន ទាក់ទងនឹងការបង្កើនបរិមាណ និងគុណភាពបុគ្គលិកជំនាញពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនិងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលដែលមានស្រាប់ក្នុងទីផ្សារ។ • ការគាំទ្រដល់ផ្នែកសហគ្រិនភាពសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានពង្រឹង ទាក់ទងទៅនឹងទំហំភូមិសាស្ត្រ ភាពសម្បូរបែបនៃសេវាកម្មដែលផ្តល់ឱ្យ និងការបញ្ចូលសហគ្រិនជាយុវជន និងស្ត្រីសម្រាប់ទទួលការគាំទ្រ។ • កម្រិតចំណេះដឹងផ្នែកឌីជីថលនៅតំបន់ជនបទមានកំណើនប្រហាក់ប្រហែលគ្នាជាមួយនឹងទីក្រុង ហើយស្ថាប័នក្នុងតំបន់ដូចជា មជ្ឈមណ្ឌលក្នុងសហគមន៍ និងសាលារៀនជាដើម ត្រូវបានផ្តល់អំណាចឱ្យចូលរួមដើម្បីលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងផ្នែកឌីជីថល។ • ជំនាញផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ ជាមួយនឹងការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេស និងជំនាញវិជ្ជាជីវៈ ត្រូវបានធ្វើសមាហរណកម្មយ៉ាងរឹងមាំទៅក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលថ្នាក់បឋមសិក្សា/មធ្យមសិក្សា ក៏ដូចជាប្រព័ន្ធអប់រំនៅក្នុងសហគមន៍ផងដែរ។ • ការវិនិយោគដោយវិស័យឯកជនលើការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញតាមរយៈការបំពេញការងារផ្ទាល់ ត្រូវបានលើកទឹកចិត្ត។	
បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព	**គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ**	**សកម្មភាពនៅក្នុងផែនការសកម្មភាព**

១. ជំនាញមិនស្របទៅនឹងទីផ្សារជាបញ្ហាប្រឈមចម្បងនៅក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ និងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	១. ធ្វើវិសិដ្ឋកម្មហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងបរិបទថ្នាក់ជាតិ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាជំនាញមិនស៊ីគ្នាដែលមាននាពេលបច្ចុប្បន្ន និងអនាគត។	5.1.1, 5.1.3, 5.1.4, 5.1.5, 5.1.6, 5.1.7
២. កិច្ចសម្របសម្រួលអន្តរស្ថាប័ន និងកិច្ចសហការក្នុងចំណោមអង្គភាពផ្តល់ជំនាញផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានៅមិនទាន់ល្អប្រសើរនៅឡើយ ទោះបីជាមួយចំណុចល្អៗមួយចំនួនក៏ដោយ។	២. បង្កើនការគាំទ្រដល់វិស័យសហគ្រិនភាពផ្នែកឌីជីថលសម្រាប់សហគ្រាសថ្មីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកជាពិសេសដោយយុវជន និងស្ត្រី។ ៣. លើកកម្ពស់ចំណេះដឹងផ្នែកឌីជីថលក្នុងចំណោមភាគីពាក់ព័ន្ធ និងពង្រីកទំហំភូមិសាស្ត្រនៃការគាំទ្រ។	5.1.2, 5.1.8
៣. គម្លាតរវាងជនបទ និងទីក្រុង និងបញ្ហាចំណេះដឹងផ្នែកឌីជីថលបានជះឥទ្ធិពលលើភាគីពាក់ព័ន្ធជាច្រើន និងរឹតត្បិតដល់ការចាប់យកផលិតផល និងបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ។		5.2.6, 5.3.1, 5.3.3, 5.3.4, 5.3.5, 5.3.6, 5.3.7
៤. ប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃសហគ្រិនភាពមានភាពចាស់ទុំនៅក្នុងទីក្រុងសំខាន់ៗ ប៉ុន្តែនៅមានកម្រិតនៅតំបន់ឆ្ងាយពីក្រុង។		5.2.X (សកម្មភាពទាំងអស់)

ភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗ ដែលបានចូលរួម

MPTC, MOEYS, MOLVT, តួអង្គក្នុងវិស័យ (វិស័យសេដ្ឋកិច្ចធំទូលាយ) អង្គភាពផ្តល់ជំនាញ (បឋមសិក្សា/មធ្យមសិក្សា និងមជ្ឈមណ្ឌលផ្តល់ការអប់រំក្នុងសហគមន៍ សាកលវិទ្យាល័យ និងអង្គភាពផ្តល់ជំនាញ និងបច្ចេកទេស) អ្នកបង្កើតប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនវានុវត្តន៍

ជំពូកទី៥៖ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញឌីជីថល

គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ

០១ ធ្វើវិសិដ្ឋកម្មហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងបរិបទថ្នាក់ជាតិ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាជំនាញមិនស៊ីគ្នាដែលមាននាពេលបច្ចុប្បន្ន និងអនាគត

០២ បង្កើនការគាំទ្រដល់វិស័យសហគ្រិនភាពផ្នែកឌីជីថលសម្រាប់សហគ្រាសថ្មីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ជាពិសេសដោយយុវជន និងស្ត្រី

០៣ លើកកម្ពស់ចំណេះដឹងផ្នែកឌីជីថលក្នុងចំណោមភាគីពាក់ព័ន្ធ និងពង្រីកទំហំភូមិសាស្ត្រនៃការគាំទ្រ

ពិបាករកអ្នកអាជីពដែលមានជំនាញពាក់ព័ន្ធនិង
គម្លាតចំណេះដឹងរវាងជនបទនិងទីក្រុងបានគំរាម
លាស់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក
នៃការបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនភាពផ្នែកឌីជីថល

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព

ជំនាញមិនស្របទៅនឹងទីផ្សារជាបញ្ហាប្រឈមចម្បងនៅក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ និងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

កិច្ចសម្របសម្រួលអន្តរស្ថាប័ន និងកិច្ចសហការក្នុងចំណោមអង្គភាពផ្តល់ជំនាញផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានៅមិនទាន់ល្អប្រសើរនៅឡើយ ទោះបីជាមួយចំណុចល្អៗ មួយចំនួនក៏ដោយ។

គម្លាតរវាងជនបទនិងទីក្រុង
ដឹងផ្នែកឌីជីថលបានជះឥទ្ធិ
ព័ន្ធជាច្រើន និងរីកត្បិតដល់
ផល និងបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ។

លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ

ផ្តល់ជម្រើសកាន់តែសម្បូរបែបដល់ពលករទាក់ទងនឹងការអប់រំផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងទូរគមនាគមន៍ ក្នុងកម្រិតឧត្តមសិក្សា និងការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេសនិងជំនាញវិជ្ជាជីវៈកម្រិតវិញ្ញាបនបត្រ

មានការសម្របសម្រួលស៊ីសង្វាក់និងចំគោលដៅរវាង គោលនយោបាយអង្គភាពផ្តល់ជំនាញ និងវិស័យឯកជន ទាក់ទងនឹងការបង្កើនបរិមាណ និងគុណភាពបុគ្គលិកជំនាញពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ដែលមានស្រាប់ក្នុងទីផ្សារ

ការគាំទ្រដល់ផ្នែកសហគ្រិនភាពសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានពង្រឹង ទាក់ទងទៅនឹងទំហំភូមិសាស្ត្រ ភាពសម្បូរបែបនៃសេវាកម្មដែលផ្តល់ឲ្យ និងការបញ្ចូលសហគ្រិនជាយុវជន និងស្ត្រីសម្រាប់ទទួលការគាំទ្រ

កម្រិតចំណេះដឹងផ្នែកឌីជីថលនៅតំបន់ជនបទមានកំណើនប្រហាក់ប្រហែលគ្នាជាមួយនឹងទីក្រុង ហើយស្ថាប័នក្នុងតំបន់ដូចជា មជ្ឈមណ្ឌលក្នុងសហគមន៍ និងសាលារៀនជាដើម ត្រូវបានផ្តល់អំណាចឲ្យចូលរួមដើម្បីលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងផ្នែកឌីជីថល

ជំនាញផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងទូរគមនាគមន៍ ជាមួយនឹងការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេសនិងជំនាញវិជ្ជាជីវៈ ត្រូវបានធ្វើសមាហរណកម្មយ៉ាងរឹងមាំទៅក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលថ្នាក់បឋមសិក្សា/មធ្យមសិក្សា ក៏ដូចជាប្រព័ន្ធអប់រំនៅក្នុងសហគមន៍ផងដែរ

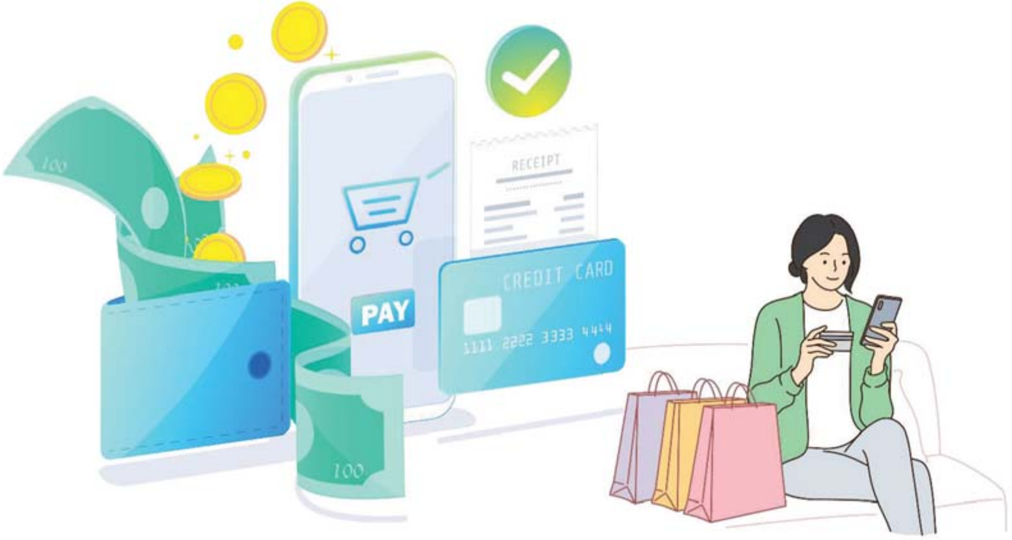
ការវិនិយោគដោយវិស័យឯកជនលើការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញតាមរយៈការបំពេញការងារផ្ទាល់ ត្រូវបានលើកទឹកចិត្ត

និងស័ក្តិសម រួមផ្សំជាមួយ
ាំរាមកំហែងដល់ការរីកលូត
ូនិក ហើយទំហំនិងភូមិសាស្ត្រ
ថលនៅតែមានកម្រិត។

ក្រុង និងបញ្ហាចំណេះ
ឥទ្ធិពលលើភាគីពាក់
ដល់ការចាប់យកផលិត
។

ប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃសហគ្រិនភាពមានភាពចាស់ទុំនៅក្នុងទីក្រុងសំខាន់ៗ ប៉ុន្តែនៅមានកម្រិតនៅតំបន់ឆ្ងាយពីក្រុង។

ការអភិវឌ្ឍក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមមានសន្ទុះយឺត បានដាក់កម្រិតលើសហគ្រិនភាព។



ជំពូកទី៦
ប្រព័ន្ធទូទាត់

១. សេចក្ដីផ្ដើម

ប្រព័ន្ធទូទាត់ គឺជាសមាសភាពមួយដ៏សំខាន់នៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក នៅកម្ពុជា។ ទោះបីជាការប្រើប្រាស់សាច់ប្រាក់នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចនៅតែមានទំហំធំក៏ដោយ ប្រទេសកម្ពុជាបានប្រឹងប្រែងធ្វើការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃប្រព័ន្ធទូទាត់នេះឱ្យរីកលូតលាស់ផងដែរ។ សមិទ្ធិផលសំខាន់ៗរួមមាន ការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធប្រព័ន្ធទូទាត់ និងការណែនាំសេវាកម្ម និងឧបករណ៍ទូទាត់ផ្សេងៗ។ ទោះបីជាមានកំណើនបែបនេះក៏ដោយ វាត្រូវមានការខិតខំប្រឹងប្រែងបន្ថែមទៀត ដើម្បីជំរុញការជ្រៀតចូលនៃសេវាទូទាត់ ជាពិសេស នៅតាមតំបន់ជនបទ។ សកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក៏អាចត្រូវបានពង្រឹងផងដែរនៅពេលបុគ្គល គ្រួសារ និងសហគ្រាស ដែលមានមូលដ្ឋាននៅតំបន់ជនបទចាប់ផ្ដើមចូលរួមក្នុងប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុឌីជីថល។ នៅក្នុងបរិបទនេះ ការបង្កើនចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុលើការទូទាត់តាមឌីជីថល និងបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុក្នុងចំណោមប្រជាជនកម្ពុជានឹងអាចបើកទីផ្សារបន្ថែមទៀតសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

២. ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន

ស្របតាមចក្ខុវិស័យធ្វើឱ្យកម្ពុជាក្លាយទៅជាសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលនៅឆ្នាំ២០២៣ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាតាំងចិត្តក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទូទាត់ ដូចមាននៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យហិរញ្ញវត្ថុ (FSDS) ឆ្នាំ ២០១៦-២០២៥ យុទ្ធសាស្ត្រជាតិស្តីពីបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុ (NFIS) ឆ្នាំ២០១៩-២០២៥ ផែនទីបង្ហាញផ្លូវការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទូទាត់ (PSDR) ឆ្នាំ២០២០-២០២៥ និងផែនទីបង្ហាញផ្លូវវិស័យបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុឆ្នាំ២០២០-២០២៥។ វឌ្ឍនភាពដែលស្របជាមួយគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រទាំងនេះ នឹងត្រូវបង្ហាញនៅខាងក្រោមនេះ។

១) ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធប្រព័ន្ធទូទាត់

ប្រព័ន្ធទូទាត់ជួយសម្រួលដល់ប្រតិបត្តិការប្រកបដោយសុវត្ថិភាពទូទាំងសេដ្ឋកិច្ចទាំងមូល។ ដូច្នេះ ការអភិវឌ្ឍ និងការធ្វើទំនើបកម្មហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនៃប្រព័ន្ធទូទាត់គឺជាកត្តាចាំបាច់បំផុតដែលជំរុញឱ្យមានអន្តរប្រតិបត្តិការរវាងស្ថាប័នធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុ និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការទូទាត់អន្តរធនាគារ។ ដោយទទួលស្គាល់នូវភាពចាំបាច់នេះក៏ដូចជាការគិតគូរពីការជឿនលឿននៃបច្ចេកវិទ្យា ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាណែនាំ និងធ្វើប្រតិបត្តិការនូវការទូទាត់ប្រាក់រាយ ការទូទាត់តម្លៃធំៗ និងប្រព័ន្ធទូទាត់បាគងថ្មីៗ។

១.១) ប្រព័ន្ធទូទាត់លក់រាយ

នៅចុងឆ្នាំ ២០១២ ប្រព័ន្ធទូទាត់ជាតិ (National Clearing System - NCS) ត្រូវបានប្រកាសបង្កើតជាផ្លូវការដើម្បីជួយសម្រួលដល់ការបិទបញ្ចប់ការទូទាត់ប្រតិបត្តិការអន្តរធនាគារ។ ប្រព័ន្ធនេះមានសមត្ថភាពក្នុងការធ្វើប្រតិបត្តិការទូទាត់រួមនៅកណ្តាលនៃអន្តរធនាគារដោយប្រើមូលប្បទានប័ត្រ និងការបញ្ជាទិញតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដូចជា ឥណទានផ្ទាល់ ឥណពន្ធផ្ទាល់ និងការផ្ទេរឥណទានជាប្រាក់រៀល និងដុល្លារ។ បច្ចុប្បន្ននេះមានស្ថាប័នចំនួន ៤៧ ដែលបានចូលរួមក្នុងប្រព័ន្ធនេះមាន ៤៣ ស្ថាប័នជាសមាជិកផ្ទាល់និង ១៤ ទៀតជាសមាជិកមិនផ្ទាល់។

ដើម្បីលើកកម្ពស់ការទូទាត់តាមតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការប្រើប្រាស់រូបិយប័ណ្ណក្នុងស្រុក ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានបង្កើតនូវប្រព័ន្ធទូទាត់រហ័ស (Fast Payment System) នៅឆ្នាំ២០១៦។ ប្រព័ន្ធនេះមានដំណើរការអាចផ្ទេរសាច់ប្រាក់ជាលក្ខណៈអន្តរធនាគារជាប្រាក់រៀលតាមរយៈការផ្ទេរឥណទានចំនួនអតិបរមា ៤០ លានរៀល និងអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនទទួលបាននូវសាច់ប្រាក់ភ្លាមៗ។ បច្ចុប្បន្ននេះមានស្ថាប័នចំនួន ៥២ ដែលចូលរួមក្នុងប្រព័ន្ធនេះ រួមមាន ធនាគារពាណិជ្ជកម្មចំនួន ៤៥ ធនាគារឯកទេសចំនួន ១ និងស្ថាប័នទទួលប្រាក់កម្ចីមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុចំនួន ៦ (MDI) ។ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាលើកទឹកចិត្តឱ្យសមាជិកពង្រីកបណ្តាញប្រព័ន្ធទូទាត់រហ័សនៅក្នុងធនាគារចល័ត និងតាមអ៊ីនធឺណិតក៏ដូចជាបណ្តាញអេឡិចត្រូនិកផ្សេងៗទៀតដើម្បីបង្កើនភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់

សេវាទូទាត់រហ័ស។ បច្ចុប្បន្ននេះស្ថាប័នចំនួន ៧ ដែលបានដាក់បញ្ចូលប្រព័ន្ធនេះទៅក្នុងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត។

១.២) ប្រព័ន្ធទូទាត់តម្លៃធំៗ

ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានណែនាំនូវប្រព័ន្ធធនាគារតាមអ៊ីនធឺណិត (Online Banking System - OBS) ក្នុងឆ្នាំ២០១៦ ដើម្បីឱ្យស្ថាប័នធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុ និងនាយកដ្ឋានរតនាគារជាតិអាចអនុវត្តដោយផ្ទាល់នូវប្រតិបត្តិការផ្ទេរប្រាក់រវាងធនាគារ និងអន្តរធនាគារតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត។ ប្រព័ន្ធនេះអាចជួយកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់នូវក្រដាសស្នាម ដែលត្រូវការពេលវេលា និងមានភាពស្មុគស្មាញ។ ប្រព័ន្ធនេះមានការចូលរួមពីស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុចំនួន ៥១ រួមទាំងនាយកដ្ឋានរតនាគារជាតិ ដែលស្របតាមការខិតខំរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការធ្វើឌីជីថលក្នុងការប្រមូលចំណូល និងចំណាយថវិកា។ ការទូទាត់រវាងសមាជិកត្រូវបានធ្វើឡើងតាមពេលវេលាជាក់ស្តែងដោយប្រើគណនីចរន្តរបស់ខ្លួននៅឯធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា។

ដើម្បីលើកកម្ពស់ប្រតិបត្តិការទីផ្សារអន្តរធនាគារ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានណែនាំនូវប្រព័ន្ធ NBC-Platform ក្នុងឆ្នាំ២០១៧ ដែលគាំទ្រដល់កំណើននៃការធ្វើពាណិជ្ជកម្មសន្និសុខធនាគារកណ្តាល ការដោះដូររូបិយប័ណ្ណបរទេស និងឧបករណ៍បញ្ចុះតម្លៃ។ ប្រព័ន្ធនេះនឹងជួយឱ្យអ្នកចូលរួមអាចគ្រប់គ្រងស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ពួកគេបានប្រសើរជាងមុន និងសម្រួលដល់ការអនុវត្តគោលនយោបាយរូបិយវត្ថុ ខណៈពេលដែលការទូទាត់ប្រាក់រវាងអ្នកចូលរួមត្រូវបានអនុវត្តតាមពេលវេលាជាក់ស្តែង។

១.៣) ប្រព័ន្ធបាគង

ដោយមានគោលបំណងដើម្បីទទួលបាននូវការជឿនលឿននៃផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាថ្មី ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានស្វែងយល់ពីកម្រិតបច្ចេកវិទ្យា blockchain ប្រកបដោយភាពប្រុងប្រយ័ត្នខ្ពស់បំផុត តាមរយៈការស្រាវជ្រាវ និងការធ្វើពិសោធន៍។ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាមានបំណងទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីការច្នៃប្រឌិតផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា តាមរយៈការអនុវត្តគម្រោងបាគងដើម្បីក្រសោបយកបច្ចេកវិទ្យា blockchain ដើម្បីធ្វើទំនើបកម្មប្រព័ន្ធទូទាត់ជាតិដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាទាក់ទងនឹងអន្តរប្រតិបត្តិការនៃប្រតិបត្តិករទូទាត់ដើម្បីទទួលបានប្រសិទ្ធភាព (ការចំណាយទាប ល្បឿនលឿន និងសុវត្ថិភាពជាង) នៅក្នុងប្រព័ន្ធទូទាត់ ជំរុញបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុ និងការទូទាត់ជាសាច់ប្រាក់រៀល។

ប្រព័ន្ធបាគង គឺជាឆ្អឹងខ្នងដ៏សំខាន់សម្រាប់ប្រព័ន្ធទូទាត់ ដែលមានលក្ខណៈជាកាបូបលុយបែបរូបិយប័ណ្ណអេឡិចត្រូនិកនៅលើកម្មវិធីទូរស័ព្ទចល័ត (លុបបំបាត់នូវតម្រូវការសម្រាប់ធនាគារ និងស្ថាប័នសេវាកម្មបង់ប្រាក់ ដើម្បីអាចអភិវឌ្ឍខ្លួន ខណៈពេលដែល

អនុញ្ញាតឱ្យស្ថាប័នដែលមានស្រាប់អាចបញ្ចូលទៅប្រព័ន្ធ API)។ ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបាគងនឹងអនុញ្ញាតឱ្យសាធារណជនអាចទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍តម្លៃបន្ថែមដោយកាត់បន្ថយចំណាយ ព្រោះវាអនុញ្ញាតឱ្យមានការផ្ទេរមូលនិធិដោយប្រើប្រាស់ពេលវេលាជាក់ស្តែង និងប្រតិបត្តិការទូទាត់ភ្លាមៗដោយប្រើ QR កូដ ដោយឆ្លងកាត់អ្នកផ្តល់សេវាកម្មទូទាត់ផ្សេងៗគ្នា។ លើសពីនេះទៀត ដោយមានលទ្ធភាពភ្ជាប់គណនីធនាគារ អតិថិជនអាចធ្វើការផ្ទេរប្រាក់ពីគណនីបាគងទៅគណនីធនាគាររបស់ពួកគេ និងពីគណនីធនាគាររបស់ពួកគេទៅគណនីបាគង។ ប្រព័ន្ធបាគងត្រូវបានសាកល្បងនៅខែកក្កដាឆ្នាំ២០១៩ ដោយមានការចូលរួមពីធនាគារ និងស្ថាប័នសេវាកម្មទូទាត់ជាច្រើន។

មុខងារលម្អិត និងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបាគងត្រូវបានពិភាក្សានៅក្នុងគម្រោងសាកល្បង។ ដោយសារប្រព័ន្ធបាគងលើកកម្ពស់អន្តរប្រតិបត្តិការរវាងធនាគារ និងស្ថាប័នផ្តល់សេវាទូទាត់ ប្រព័ន្ធបាគងគឺមានសក្តានុពលដើម្បីក្លាយជាច្រកចេញចូលទូទៅ ដើម្បីគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ លើសពីនេះទៀត ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាកំពុងតែស្វែងយល់ពីលទ្ធភាពនៃការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបាគង ដើម្បីជួយសម្រួលដល់ប្រព័ន្ធទូទាត់តម្លៃធំៗ។

២) សេវាកម្មទូទាត់

ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំថ្មីៗចំនួនគ្រឹះស្ថានធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុ និងស្ថាប័នសេវាកម្មទូទាត់នៅក្នុងទីផ្សារទូទាត់បានកើនឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ នៅខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២០ គឺមានស្ថាប័នធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុចំនួន ៣ និងស្ថាប័នផ្តល់សេវាទូទាត់ប្រាក់ចំនួន ២៣ ដែលទទួលបានអាជ្ញាប័ណ្ណដើម្បីផ្តល់សេវាទូទាត់តាមទូរស័ព្ទដៃតាមអ៊ីនធឺណិត ដែលមានលក្ខណៈជាការផ្ទេរមូលនិធិ ការផ្ទេរសាច់ប្រាក់ចូល ឬចេញ ការលក់រាយ ការទូទាត់ថ្លៃទឹក/ភ្លើង ការផ្ទេរប្រាក់អន្តរជាតិ និងការបង់ប្រាក់តាមអនឡាញ (ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក)។ លើសពីនេះទៀត សេវាកម្មធនាគារអេឡិចត្រូនិក ដូចជា សេវាអ៊ីនធឺណិត និងសេវាធនាគារចល័ត ដែលផ្តល់ដោយធនាគារ និងស្ថាប័នទទួលប្រាក់បញ្ញើមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ (MDI) ក៏កំពុងកើនឡើងផងដែរ។ គិតត្រឹមខែមិថុនាឆ្នាំ២០២០ គឺមានគ្រឹះស្ថានធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុចំនួន ២៧ ដែលផ្តល់សេវាកម្មធនាគារតាមអ៊ីនធឺណិត និងស្ថាប័នធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុចំនួន ២៣ ផ្តល់សេវាធនាគារចល័ត។ ការទូទាត់តាមទូរស័ព្ទចល័ត និងសេវាកម្មធនាគារអេឡិចត្រូនិកដែលបានរៀបរាប់ខាងលើគឺជាកត្តាជំរុញដ៏សំខាន់មួយដើម្បីលើកកម្ពស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ យោងតាមទិន្នន័យដែលចងក្រងដោយធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា ការទូទាត់តាមទូរស័ព្ទដៃ និងផ្ទេរប្រាក់ដោយធនាគារ និងស្ថាប័នសេវាកម្មទូទាត់នៅឆមាសទី១ ឆ្នាំ២០២០ មានចំនួន ១១,៩៩% និង ១៤៣,៤០% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប។

៣) ស្តង់ដារភាវូបនីយកម្ម

ការប្រើប្រាស់ស្តង់ដាររួមមួយនឹងលើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាព និងសុវត្ថិភាពនៅក្នុងប្រព័ន្ធទូទាត់ទាក់ទងទៅនឹងការការពារអតិថិជន ដែលប្រឆាំងនឹងការក្លែងបន្លំផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងអន្តរប្រតិបត្តិការក្នុងចំណោមស្ថាប័នធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុ។ លើសពីនេះទៀត វាក៏ផ្តល់នូវលទ្ធភាពជាច្រើនសម្រាប់អនុញ្ញាតឱ្យប្រព័ន្ធទូទាត់អាចរួមបញ្ចូលជាមួយនឹងបណ្តាប្រទេសផ្សេងទៀតនៅក្នុងតំបន់។ រហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ននេះ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានចេញសេចក្តីប្រកាសស្តីពីស្តង់ដារមូលប្បទានប័ត្រ និងប្រកាសស្តីពីការណែនាំអំពីទម្រង់បែបបទទូទាត់សាច់ប្រាក់សម្រាប់ការផ្ទេរប្រាក់ ដែលកំណត់ទម្រង់ទូទៅនៃមូលប្បទានប័ត្រ និងសេវាផ្ទេរប្រាក់ឥណពន្ធ។ លើសពីនេះទៀត ស្តង់ដារដោយប្រើប្រាស់ឈីប (Chip) EMV សម្រាប់កាតឥណពន្ធក្នុងស្រុកត្រូវបានដំណើរការនៅក្នុងប្រព័ន្ធ Cambodian Shared Switch (CSS) ដែលកំពុងត្រូវបានអនុវត្តដោយឧស្សាហកម្មធនាគារក្នុងគោលបំណងបង្កើនសុវត្ថិភាព និងភាពអន្តរប្រតិបត្តិការនៅក្នុងឧបករណ៍ទូទាត់។ ដោយសារការកើនឡើងនៃការទូទាត់ QR កូដ នាពេលថ្មីៗនេះ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានណែនាំលេខកូដ KHQR ជា QR កូដដើម្បីគាំទ្រដល់អន្តរប្រតិបត្តិការនៃការទូទាត់ QR កូដ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

៤) ការផ្ទេរប្រាក់ និងការបង់ប្រាក់ឆ្លងកាត់ព្រំដែន

កិច្ចសហប្រតិបត្តិការក្នុងតំបន់នៅក្នុងប្រព័ន្ធទូទាត់គ្នាទៅវិញទៅមក ជាពិសេស នៅក្នុងតំបន់អាស៊ានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការគាំទ្រដល់ការទូទាត់ និងផ្ទេរប្រាក់ឆ្លងកាត់ព្រំដែន។ ក្នុងន័យនេះ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា និងធនាគារនៃប្រទេសថៃបានចុះហត្ថលេខាលើអនុស្សារណៈយោគយល់ (MoU) ដើម្បីអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទូទាត់ប្រាក់ដែលមានលក្ខណៈតភ្ជាប់គ្នា និងដើម្បីលើកកម្ពស់ការប្រើប្រាស់រូបិយប័ណ្ណក្នុងស្រុករវាងប្រទេសទាំងពីរស្របតាមគោលបំណងរបស់អាស៊ាន។ ក្រោមអនុស្សារណៈនៃការយោគយល់គ្នានេះ គម្រោងសម្រាប់ការទូទាត់ និងផ្ទេរប្រាក់ឆ្លងកាត់ព្រំដែនដោយប្រើ QR កូដរវាងប្រទេសទាំងពីរត្រូវបានផ្តួចផ្តើមឡើង។ ធនាគារពាណិជ្ជចំនួន ៣ ត្រូវបានជ្រើសរើសឱ្យចូលរួមក្នុងគម្រោងនេះក្នុងនាមជាធនាគារឧបត្ថម្ភ។ គេរំពឹងថា គម្រោងនេះនឹងចូលរួមចំណែកក្នុងការពង្រីកសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មរវាងប្រទេសទាំងពីរ។ ការទូទាត់ QR កូដឆ្លងដែន រវាងកម្ពុជា និងថៃត្រូវបានដាក់ឱ្យដំណើរការជាផ្លូវការនៅខែកុម្ភៈឆ្នាំ ២០២០។

ក្រៅពីនេះ ក៏មានអ្នកផ្តល់សេវាផ្ទេរប្រាក់មួយចំនួនទៀតដែលផ្តល់សេវាកម្មផ្ទេរប្រាក់ទាំងក្នុង និងក្រៅដោយសហការជាមួយស្ថាប័នធនាគារ និងសេវាបង់ប្រាក់។ គិតត្រឹមឆ្នាំ២០១៩ ចំនួនទឹកប្រាក់នៃការផ្ទេរប្រាក់ក្នុង និងក្រៅប្រទេសមានចំនួន ០.៩៧% និង ០.១៣% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប (GDP) រៀងៗខ្លួន។

៥) ការអភិវឌ្ឍវិស័យបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ (FinTech)

វិស័យបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ (FinTech) បានកំពុងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ការជំរុញបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុ និងប្រតិបត្តិការបែបឌីជីថល។ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា បាននឹងកំពុងផ្តោតការខិតខំរបស់ខ្លួនក្នុង

ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីរបស់វិស័យ FinTech ជាពិសេស ការទូទាត់ប្រាក់ក្នុងវិស័យ FinTech ។ ដោយមានកិច្ចសហការជាមួយដៃគូអភិវឌ្ឍន៍អន្តរជាតិ ដូចជា ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានវាយតម្លៃលើផែនទីបង្ហាញផ្លូវរបស់វិស័យ FinTech ក្នុងឆ្នាំ២០១៧ ដើម្បីឱ្យមានការយល់ដឹងកាន់តែច្បាស់អំពីប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុននានាក្នុងវិស័យ FinTech នៅកម្ពុជា។ ផែនទីបង្ហាញផ្លូវបានសន្និដ្ឋានថា FinTech ធ្វើប្រតិបត្តិការភាគច្រើននៅក្នុងដែននៃការទូទាត់តែប៉ុណ្ណោះ។ នៅក្នុងឆ្នាំដដែលនោះ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានចេញបទប្បញ្ញត្តិស្តីពីការគ្រប់គ្រងស្ថាប័នសេវាទូទាត់ ដើម្បីបង្កភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើប្រតិបត្តិការនៃការទូទាត់របស់ FinTech និងផ្តល់ក្របខ័ណ្ឌសម្រាប់ការកាត់បន្ថយហានិភ័យដែលបង្កឡើងដោយប្រតិបត្តិករនានា។ ទិវា FinTech ប្រចាំឆ្នាំលើកទី១ ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ២០១៧ ដើម្បីលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងក្នុងចំណោមអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ និងសាធារណជនអំពីសារៈសំខាន់នៃការអភិវឌ្ឍ FinTech និងដើម្បីផ្តល់នូវវេទិកាមួយសម្រាប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និងស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុក្នុង FinTech ធ្វើកិច្ចសហ-ប្រតិបត្តិការ។ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា ទទួលស្គាល់ពីតម្រូវការដើម្បីលើកកម្ពស់បរិយាកាសអំណោយផលបន្ថែមទៀតសម្រាប់ FinTech ទាំងទំហំ និងវិសាលភាព។ ដោយមានជំនួយបច្ចេកទេសពីធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាកំពុងធ្វើការណែនាំផែនទីបង្ហាញផ្លូវ FinTech ដែលផ្តោតលើសសរស្តម្ភសំខាន់ៗចំនួន ៣ គឺសកម្មភាព FinTech ជួយបច្ចេកវិទ្យាដែលអាចប្រើបាន និងការពង្រឹងគោលនយោបាយ។ បន្ថែមលើព័ត៌មានឥណទាន ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាមានគោលបំណងជំរុញកំណើនសកម្មភាព FinTech នៅក្នុងដែនរបស់ឥណទាន ដែលផលិតផល និងសេវាកម្មច្នៃប្រឌិតថ្មីអាចត្រូវបានផ្តល់ជូន។ ការធ្វើឱ្យគោលនយោបាយទាក់ទងទៅនឹងអ្នកសម្របសម្រួលការច្នៃប្រឌិត អត្តសញ្ញាណប័ណ្ណឌីជីថល ការបើកធនាគារ និងផ្សេងៗទៀតក៏អាចត្រូវបានពិចារណានៅក្នុងផែនទីបង្ហាញផ្លូវផងដែរ។

៣. បញ្ហាប្រឈម

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានកំណត់បរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុជាអាទិភាពចម្បង និងបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុនេះ ត្រូវបានឆ្លុះបញ្ចាំងនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យហិរញ្ញវត្ថុ (២០១៦-២០២៥)។ តាមទស្សនវិស័យនៃបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុ យុទ្ធសាស្ត្រនេះផ្តោតលើគំនិតផ្តួចផ្តើម ដើម្បីកាត់បន្ថយកម្រិតនៃការមិនរាប់បញ្ចូលហិរញ្ញវត្ថុ លើកកម្ពស់កំណើនប្រកបដោយចីរភាព និងរាប់បញ្ចូលការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ដើម្បីគាំទ្រដល់បរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុ និងអនុញ្ញាតឱ្យទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍នៃបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុ។

ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា ក៏បានចូលរួមជាមួយសម្ព័ន្ធបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុ (AFI) ជាសមាជិកគោលការណ៍នៅខែមករាឆ្នាំ២០១៥ ដើម្បីលើកកម្ពស់បរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុឱ្យកាន់តែច្រើននៅក្នុងប្រទេស។ ឈរលើគំនិតផ្តួចផ្តើមផ្ទាល់របស់ខ្លួន ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាដើរឆ្ពោះទៅរកការប្រើប្រាស់ផែនទីបង្ហាញផ្លូវសម្រាប់ប្រព័ន្ធបង់ប្រាក់ និងផែនទីបង្ហាញផ្លូវ FinTech បន្ថែមលើយុទ្ធសាស្ត្រខាងលើ។

ស្របតាមគោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រទាំងនេះ ការទូទាត់ និងវិស័យធនាគារដែលទាក់ទងនឹងក្រុមហ៊ុន FinTech បានទទួលជោគជ័យគួរឱ្យកត់សម្គាល់ជាមួយនឹងការដាក់បញ្ចូលនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធប្រព័ន្ធទូទាត់ទំនើបៗជាមួយនឹងប្រភេទផ្សេងគ្នានៃផលិតផល និងឧបករណ៍ទូទាត់ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងបរិយាកាសច្បាប់គ្រប់ជ្រុងជ្រោយ។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាទទួលស្គាល់ពីតម្រូវការដើម្បីពង្រឹងតួនាទីបន្ថែមទៀតទាំងប្រព័ន្ធទូទាត់ និង FinTech ដើម្បីចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា។

៤. គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ

១) លើកកម្ពស់ការចូលរួមក្នុងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធប្រព័ន្ធទូទាត់

ប្រព័ន្ធទូទាត់គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ក្នុងការជំរុញការទូទាត់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក កាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់សាច់ប្រាក់ក្នុងសេដ្ឋកិច្ច និងកែលម្អបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុ។ ដោយមើលឃើញពីសារៈសំខាន់នេះ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានដាក់ចេញនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្សេងៗ និងលើកទឹកចិត្តដល់ការរីកចម្រើននៃឧបករណ៍ទូទាត់ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតក៏ដូចជាសេវាកម្មបង់ប្រាក់។ ទោះយ៉ាងណាការចូលរួម និងការទទួលយកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធឧបករណ៍ និងសេវាកម្មទាំងនោះត្រូវបានរំពឹងថានឹងកើនឡើងបន្តិចម្តងៗ។ គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះគឺជំរុញការចូលរួមក្នុងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធកណ្តាល ដើម្បីបង្កើនអន្តរប្រតិបត្តិការរវាងអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗគ្នានៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូប្រព័ន្ធទូទាត់ដែលអាចជួយសម្រួលដល់ការបិទបញ្ជប់ និងទូទាត់សម្រាប់ប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ដើម្បីសម្រេចគោលដៅនេះ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជានឹងពិចារណាលើសកម្មភាពសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- អនុម័ត និងអនុវត្តផែនទីបង្ហាញផ្លូវប្រព័ន្ធទូទាត់
- ជំរុញបន្ថែមទៀតនូវអន្តរប្រតិបត្តិការនៅក្នុងប្រព័ន្ធទូទាត់ ការលក់រាយ ដើម្បីជួយសម្រួលដល់ដំណើរការពេលវេលាអន្តរធនាគារ
- លើកកម្ពស់ស្តង់ដារ និងកាត់បន្ថយថ្លៃដើមក្នុងឧស្សាហកម្មទូទាត់
- លើកកម្ពស់ការទទួលបាន ការប្រើប្រាស់ និងគុណភាពនៃប្រព័ន្ធទូទាត់ និងសេវាកម្ម។

២) ពង្រឹងក្របខ័ណ្ឌបទប្បញ្ញត្តិដើម្បីគាំទ្រដល់វិស័យ Fintech

វិស័យ FinTech បានបង្ហាញសក្តានុពលដ៏ធំធេងក្នុងការរីកចម្រើននៅក្នុងដំណាក់កាលនេះ។ អត្ថប្រយោជន៍នៃវិស័យ FinTech គឺមានលក្ខណៈច្បាស់លាស់ទាំងសេដ្ឋកិច្ចសង្គម និងអាជីវកម្ម។ គេរំពឹងថា បរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់ប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីរបស់ FinTech នឹងនាំមកនូវការវិនិយោគនៅក្នុង FinTech ពីក្នុងតំបន់ ខណៈពេលដែលសកម្មភាពនៅក្នុង FinTech នឹងមានការកើនឡើងនៅក្នុងប្រទេស។ ក្នុងចំណោមកត្តាទាំងនោះ ការកែលម្អបទប្បញ្ញត្តិទាក់ទងនឹង FinTech នឹងអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនក្នុង FinTech អាចបង្កើតផលិតផលថ្មីៗប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតបន្ថែមទៀតដើម្បីដោះស្រាយភាពខុសគ្នារួម

ទាំងប្រតិបត្តិការនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះ គឺពង្រឹងបទប្បញ្ញត្តិ និងបរិយាកាសធុរកិច្ចសម្រាប់ FinTech ឱ្យស៊ីជម្រៅ និងធ្វើពិពិធកម្មសកម្មភាពរបស់ FinTech បន្ថែមទៀត។ ដើម្បីឆ្ពោះទៅរកគោលដៅនេះ សកម្មភាពដែលអាចពិចារណាមានដូចខាងក្រោម ៖

- បញ្ចប់ និងអនុម័តផែនទីបង្ហាញផ្លូវ FinTech
- ពិនិត្យ និងបង្កើតបទប្បញ្ញត្តិចាំបាច់បន្ថែម ដើម្បីគាំទ្រដល់ផលិតផល និងសេវាកម្មប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត
- បង្កើតការអនុវត្តក្របខ័ណ្ឌសាកល្បងនិយតកម្ម (Regulatory Sandbox) ដើម្បីជួយសម្រួលដល់ការច្នៃប្រឌិតរបស់ FinTech

៣) ពង្រីកវិសាលភាព និងគុណភាពនៃអក្ខរកម្មហិរញ្ញវត្ថុជាមួយនឹងការខិតខំរួមគ្នា

អក្ខរកម្មផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ គឺជាបញ្ហាប្រឈមចម្បងមួយនៅក្នុងផ្នែកតម្រូវការ (Demand Side) ដែលផ្តោតជាសំខាន់លើគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។ យុទ្ធសាស្ត្របរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុជាតិ គឺមានគោលបំណងដោះស្រាយបញ្ហាអក្ខរកម្មហិរញ្ញវត្ថុដែលចូលរួមចំណែកដោយផ្ទាល់ដល់ភាពមិនមានបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុ និងកម្រិតជីវភាពទាបនៅក្នុងគ្រួសារនៅជនបទ។ សក្តានុពលនៃទីផ្សារឌីជីថល មិនទាន់ត្រូវបានទាញយកនៅឡើយដោយសារតែចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុឌីជីថលនៅមានកម្រិត។ គំនិតផ្តួចផ្តើម និងកម្មវិធីផ្សេងៗគ្នាសម្រាប់ការលើកកម្ពស់ចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានអនុវត្តរហូតមកដល់ពេលនេះ។ ជាឧទាហរណ៍ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានផ្តួចផ្តើមយុទ្ធនាការអក្ខរកម្មហិរញ្ញវត្ថុនៅកម្រិតស្ថាប័នដើម្បីលើកកម្ពស់ចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុក្នុងចំណោមកិច្ចសហប្រតិបត្តិការសាធារណៈ និងទ្វេភាគីជាមួយក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា រួមជាមួយ ក្រសួងកិច្ចការនារីដើម្បីបញ្ចូលចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុទៅក្នុងកម្មវិធីសិក្សាទូទៅរបស់សាលាជាតិ ក៏ដូចជា ផ្សព្វផ្សាយដល់សហគ្រិនស្ត្រី។ លើសពីនេះទៀត សមាគមធនាគារនៅកម្ពុជា (ABC) សមាគមមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុកម្ពុជា (CMA) គ្រោងការណ៍កាតអន្តរជាតិ (International Card Schemes) និងស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុបង្កើត និងដំណើរការកម្មវិធីចំណេះដឹងហិរញ្ញវត្ថុតាមរយៈមធ្យោបាយផ្សេងៗ ដូចជា ព្រឹត្តិការណ៍សាធារណៈ ទូរទស្សន៍ វិទ្យុ កាសែត និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម។

ដើម្បីធានាបាននូវប្រសិទ្ធិភាព និងលទ្ធផល កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរួមគ្នាគឺពិតជាចាំបាច់។ គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះគឺណែនាំឱ្យពង្រីកវិសាលភាព និងគុណភាពនៃគំនិតផ្តួចផ្តើមចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។ កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរួមគ្នានេះនឹងដោះស្រាយនូវទំនួលខុសត្រូវនិងការចូលរួមរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ឱ្យបានច្បាស់លាស់។ វានឹងកំណត់នូវបណ្តាញទំនាក់ទំនងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើង និងមានប្រធានបទជាច្រើនដែលត្រូវគ្របដណ្តប់ រួមមាន ការទូទាត់ឌីជីថល អក្ខរកម្មឌីជីថល និងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ដូច្នេះ សកម្មភាពសំខាន់ៗទាក់ទងនឹងគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះគួរតែផ្តោតលើចំណុចដូចខាងក្រោម៖

- ពង្រីកវិសាលភាពនៃចំណេះដឹងហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីបញ្ចូលអក្ខរកម្មឌីជីថល
- សម្របសម្រួលជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធដើម្បីលើកកម្ពស់កម្មវិធីចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុទាំងអស់។

៤) លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីភាពចម្រុះ និងភាពអាចរកបាននៃជម្រើសទូទាត់ប្រាក់ដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលមានទំហំតូចជាងមុនភាគច្រើនគឺកំពុងធ្វើប្រតិបត្តិការដោយទទួលជាសាច់ប្រាក់សុទ្ធផ្អែកលើការចែកចាយទោះបីជាមានជម្រើសបង់ប្រាក់ជាច្រើន ដើម្បីសម្រួលដល់ប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ការអនុវត្តបែបនេះគឺមិនមានប្រសិទ្ធិភាពចំពោះចំណាយ និងមិនមាននិរន្តរភាពនោះទេនៅពេលប្រតិបត្តិការចាប់ផ្តើមកើនឡើងនាពេលអនាគត។ ក្រុមហ៊ុនទាំងនេះទាមទារការប្រឹក្សាយោបល់ទាក់ទងនឹងជម្រើសនៃការទូទាត់ដើម្បីគាំទ្រដល់ប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ លើសពីនេះទៀត ការលើកកម្ពស់ការទទួលយកការទូទាត់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្រិតអតិថិជនគឺជាការកត្តាដ៏សំខាន់មួយទៀតសម្រាប់ការរីកចម្រើននៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកផងដែរ។ ដូច្នេះ វាចាំបាច់ណាស់ក្នុងការបង្កើនការយល់ដឹងជាសាធារណៈអំពីហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធប្រព័ន្ធទូទាត់ និងសេវាកម្មតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈដូចជា កាសែត ទូរទស្សន៍ ឬបណ្តាញសង្គម។ គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះ គឺផ្តោតលើការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីភាពចម្រុះ និងភាពអាចរកបាននៃជម្រើសទូទាត់ប្រាក់ដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលមានសកម្មភាពដូចខាងក្រោម៖

- ផ្តល់ការពិគ្រោះយោបល់លើជម្រើសទូទាត់ប្រាក់ដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍
- ផ្សព្វផ្សាយហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងសេវាកម្មប្រព័ន្ធបង់ប្រាក់តាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈ

៥. ទ្រឹស្តីនៃបម្រែបម្រួល

ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ
វិឌ្ឍនភាពគួរឱ្យកត់សម្គាល់ត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅក្នុងប្រព័ន្ធទូទាត់ និងសេវាកម្ម ប៉ុន្តែនៅតែមានភាពប្រសើរឡើងទាក់ទងនឹងការប្រើប្រាស់ លទ្ធភាព និងគុណភាព។	• ជំរុញការទទួល និងការជ្រៀតចូលនៃប្រព័ន្ធទូទាត់ និងសេវាកម្មបង់ប្រាក់។ • អនុវត្តផែនទីបង្ហាញផ្លូវប្រព័ន្ធទូទាត់ និងផែនទីបង្ហាញផ្លូវ FinTech រួមទាំងការពិចារណាលើវិធានការណ៍គោលនយោបាយសម្រាប់ការអនុវត្តក្របខ័ណ្ឌសាកល្បងនិយតកម្ម (Regulatory Sandbox)។ • ដោះស្រាយអក្ខរកម្មឌីជីថលតាមរយៈការខិតខំរួមគ្នាពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ។ • បង្កើនកិច្ចសហការរវាងភាគីពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗក្នុងប្រព័ន្ធទូទាត់ដើម្បីកំណត់បញ្ហាប្រឈម និងឆ្ពោះទៅមុខ។

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តន៍ភាព	គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ	សកម្មភាពនៅក្នុងផែនការសកម្មភាព
១.ការយល់ដឹងមានកម្រិតលើសារៈសំខាន់នៃការតភ្ជាប់ពហុភាគី។	១. លើកកម្ពស់ការចូលរួមក្នុងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធប្រព័ន្ធទូទាត់ដើម្បីជំរុញអន្តរប្រតិបត្តិការ។	6.1.1, 6.1.2, 6.1.3, 6.1.4
២.គុណភាពរវាងគម្លាតបទប្បញ្ញត្តិដើម្បីជំរុញការច្នៃប្រឌិត និងការពង្រីក FinTech ។	២. ការពង្រឹងក្របខ័ណ្ឌគតិយុត្តិដើម្បីគាំទ្រដល់ប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃ FinTech។	6.2.1, 6.2.2, 6.2.3
៣.ការបែកចែកនៃគំនិតផ្តួចផ្តើមចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។	៣. ពង្រីកវិសាលភាព និងគុណភាពអក្ខរកម្មហិរញ្ញវត្ថុជាមួយនឹងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរួមគ្នាដើម្បីបែងចែកការទទួលខុសត្រូវច្បាស់លាស់ និងបង្កើនការចូលរួម។	6.3.1, 6.3.2
៤.ភាពទាក់ទាញនៃក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងការប្រើប្រាស់ជម្រើសទូទាត់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	៤. លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីភាពចម្រុះ និងលទ្ធភាពនៃជម្រើសទូទាត់ប្រាក់ដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	6.4.1, 6.4.2

ភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ដែលចូលរួម
1. ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា 2. គ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុ (ធនាគារពាណិជ្ជ ធនាគារឯកជន គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ) 3. គ្រឹះស្ថានផ្តល់សេវាទូទាត់សងប្រាក់

ជំពូកទី៦៖ ប្រព័ន្ធទូទាត់

គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ

០១ លើកកម្ពស់ការចូលរួមក្នុងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធប្រព័ន្ធទូទាត់ដើម្បីជំរុញអន្តរប្រតិបត្តិការ

០២ ការពង្រឹងក្របខណ្ឌគតិយុត្តដើម្បីគាំទ្រដល់ប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃ FinTech

០៣ ពង្រីកវិសាលភាព និងគុណភាពអន្តរកម្មហិរញ្ញវត្ថុជាមួយនឹងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរួមគ្នាដើម្បីបែងចែកការទទួលខុសត្រូវច្បាស់លាស់ និងបង្កើនការចូលរួម

០៤ លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីភាពចម្រុះ និងលទ្ធភាពនៃជម្រើសទូទាត់ប្រាក់ដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព

ការយល់ដឹងមានកម្រិតលើសារៈសំខាន់នៃការតភ្ជាប់ពហុភាគី។

គុល្យភាពរវាងគម្លាតបទប្បញ្ញត្តិដើម្បីជំរុញការច្នៃប្រឌិតនិងការពង្រីក FinTech ។

ការបែកខ្ញែកនៃគំនិតផ្តួចផ្តើមចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។

លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ

- ជំរុញការទទួល និងការជ្រៀតចូលនៃប្រព័ន្ធទូទាត់ និងសេវាកម្មបង់ប្រាក់
- អនុវត្តផែនទីបង្ហាញផ្លូវប្រព័ន្ធទូទាត់ និងផែនទីបង្ហាញផ្លូវ FinTech រួមទាំងការពិចារណាលើវិធានការណ៍គោលនយោបាយសម្រាប់ការអនុវត្តក្របខ័ណ្ឌសាកល្បងនិយតកម្ម (Regulatory Sandbox)
- ដំណោះស្រាយអក្ខរកម្មឌីជីថលតាមរយៈការខិតខំរួមគ្នាពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ
- បង្កើនកិច្ចសហការរវាងភាគីពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗក្នុងប្រព័ន្ធទូទាត់ដើម្បីកំណត់បញ្ហាប្រឈមនិងឆ្ពោះទៅមុខ

ភាពទាក់ទាញនៃក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងការប្រើប្រាស់ជម្រើសទូទាត់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

វឌ្ឍនភាពគួរឱ្យកត់សម្គាល់ត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅក្នុងប្រព័ន្ធទូទាត់ និងសេវាកម្ម ប៉ុន្តែនៅតែមានភាពប្រសើរឡើងទាក់ទងនឹងការប្រើប្រាស់ លទ្ធភាព និងគុណភាព។

ជំពូកទី៧
ភស្តុភារកម្មពាណិជ្ជកម្មក្នុងស្រុក

១. សេចក្តីផ្តើម

ភស្តុភារកម្មពាណិជ្ជកម្មក្នុងស្រុក នៅតែត្រូវបានគ្របដណ្តប់ដោយការដឹកជញ្ជូនមួយដែលមានសភាពបែកខ្ញែកនៅឡើយ ហើយការយកចិត្តទុកដាក់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកគឺទើបតែចាប់ផ្តើមមានតែប៉ុណ្ណោះ។ ការវិវឌ្ឍន៍ថ្មីៗរួមមាន សកម្មភាពចាប់ផ្តើមមួយចំនួនទាក់ទងនឹងអ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនដែលជាភាគីទីបី (3PL) ប៉ុន្តែជារួម ការដឹកជញ្ជូនដល់ទិសដៅចុងក្រោយ (Last Mile Delivery) សមត្ថភាពក្នុងការតាមដានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព (Track and Trace Capability) ការពឹងផ្អែកលើអ្នកផ្គត់ផ្គង់ចែកចាយក្រៅផ្លូវការ អាសយដ្ឋានពិតប្រាកដ បណ្តាញប្រៃសណីយ៍ ក៏ដូចជាការអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពស្ថាប័ន ត្រូវបានចាត់ទុកជាបញ្ហាប្រឈម ដែលនឹងត្រូវមានការធ្វើកំណែទម្រង់។ នៅពេលទំហំ និងភាពស្មុគស្មាញនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមានការកើនឡើងសម្ពាធទៅលើហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូនដែលមានស្រាប់ (រាប់ចាប់ពីហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវ ដល់មូលដ្ឋានអ្នកផ្គត់ផ្គង់ភស្តុភារកម្ម រហូតដល់បរិស្ថានភស្តុភារកម្ម) ក៏នឹងមានការកើនឡើងផងដែរ។ ដូចនេះការអនុវត្តផែនការមេភស្តុភារកម្មជាតិ (NLM) គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់។ ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនឹងក្លាយទៅជាកត្តាជំរុញបន្ថែម ដើម្បីការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនៃភស្តុភារកម្ម និងដើម្បីទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីកំណែទម្រង់នេះ។

២. ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន

១) ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធភស្តុភារពាណិជ្ជកម្មក្នុងស្រុក

មុខងារភស្តុភារកម្មក្នុងស្រុក គឺត្រូវបានអនុវត្តជាចម្បងដោយអ្នកពាក់ព័ន្ធបួនក្រុមសំខាន់ៗ រួមមាន សេវាកម្មប្រៃសណីយ៍ (ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា) ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន ការបញ្ជូនបន្តទំនិញ និងឃ្លាំងស្តុកទំនិញ។ ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា គឺជាប្រតិបត្តិករដែលមានសិទ្ធិអំណាចតែមួយគត់សម្រាប់សេវាកម្មដឹកជញ្ជូននៅភ្នំពេញចំពោះសេវាប្រៃសណីយ៍វិញ។ រីឯសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនវិញ គឺមានក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនជាច្រើន រាប់ចាប់ពីប្រតិបត្តិករជាតិ និងអន្តរជាតិខ្នាតមធ្យម ក៏ដូចជាសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុកដែលមានការដឹកជញ្ជូន ដូចជា រ៉ឺម៉កកង់បី ម៉ូតូ ឡានក្រុង និងក្រៅផ្លូវការ ដូចជា ការដឹកជញ្ជូនដោយខ្លួនឯង។ នៅភ្នំពេញ កញ្ចប់ឥវ៉ាន់ភាគច្រើនត្រូវបានដឹកជញ្ជូនដោយម៉ូតូ ឬឡានតាក់ស៊ី។ កញ្ចប់ឥវ៉ាន់អាចផ្ញើទៅខេត្តបានតាមរយៈឡានក្រុងដោយចំណាយត្រឹមតែ ៥.០០០ រៀលប៉ុណ្ណោះ។ សម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនបែបនេះ អ្នកផ្ញើសរសេរឈ្មោះខេត្តដែលកញ្ចប់ឥវ៉ាន់នឹងត្រូវផ្ញើទៅ និងលេខទូរស័ព្ទរបស់អ្នកដែលត្រូវទទួលកញ្ចប់នោះ នៅលើកញ្ចប់ឥវ៉ាន់។ នៅពេលកញ្ចប់ទៅដល់បុគ្គលិកខាងឡានក្រុងនឹងទូរស័ព្ទហៅអ្នកទទួលឱ្យមកយក។ ជាធម្មតាអ្នកផ្ញើតែងតែថតរូបកញ្ចប់ឥវ៉ាន់ផ្ញើទៅអ្នកទទួលដើម្បីឱ្យពួកគេស្គាល់ឥវ៉ាន់នៅពេលពួកគេទៅយក។ ស្របតាមនិន្នាការដែលបានអង្កេតនៅតាមតំបន់ សេវាកម្មភស្តុភារកម្មត្រូវបានផ្តត់ផ្គង់ជាចម្បងដោយភាគីទីបីនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ហើយសមាមាត្រនៃការដឹកជញ្ជូនដោយភាគីទីបីអាចមានរហូតដល់ ៦៨%[១៤]។ នេះជាករណីសម្រាប់វិស័យឯកជនជាទូទៅ ប៉ុន្តែមិនទាន់ប្រើប្រាស់សម្រាប់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅឡើយទេ ដោយក្រុមហ៊ុនក្នុងវិស័យនេះភាគច្រើនមានទំហំតូច និងមានសមាហរណកម្មបន្ទាត់ឈរខ្ពស់ (Vertical Integration)[១៥]។ មូលហេតុចម្បងដែលលើកឡើងដោយក្រុមហ៊ុន គឺចង់ផ្តោតលើដំណើរការអាជីវកម្មស្នូលដោយផ្ទាល់ និងដាក់បន្ទុកលើការដោះស្រាយជាមួយនីតិវិធីរដ្ឋបាលដល់ប្រតិបត្តិករជំនាញ។

២) ផែនការមេភស្តុភារកម្មជាតិ

ផែនការមេភស្តុភារកម្មជាតិត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូនដោយមានជំនួយពី JICA។ ផែនការមេនេះគឺជាគំនិតផ្តួចផ្តើមអភិវឌ្ឍន៍ដ៏សំខាន់តែមួយគត់ សម្រាប់កែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធភស្តុភារកម្មពាណិជ្ជកម្មរបស់ប្រទេស ដោយរួមបញ្ចូលការផ្តោតលើវិស័យដូចខាងក្រោម[១៦]៖

- ស្តង់ដារនៃអាសយដ្ឋាន និងការកែលម្អប្រព័ន្ធលេខកូដប្រៃសណីយ៍៖
    - អភិវឌ្ឍអាសយដ្ឋានថ្មី និងប្រព័ន្ធលេខកូដប្រៃសណីយ៍
    - ធ្វើតេស្តសាកល្បងប្រព័ន្ធថ្មី
    - អនុម័តជាផ្លូវការលើប្រព័ន្ធថ្មី
    - ដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់លេខកូដប្រៃសណីយ៍ថ្មី

[១៤] ផែនការមេភស្តុភារកម្មជាតិ

[១៥] ការធ្វើសមាហរណកម្មបន្ទាត់ឈរគឺយោងលើមូលហេតុថា ក្របខ័ណ្ឌអាជីវកម្មនៅកម្ពុជា មិនអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់អ្នកដឹកជញ្ជូនដែលមិនមែនជាបុគ្គលិក (Freelance) (ឧទាហរណ៍ អ្នកដឹកជញ្ជូនម្ហូបរបស់ភោជនីយដ្ឋាន) ដោយអ្នកដឹកជញ្ជូនបែបនេះ គឺជាអ្នកផ្តល់សេវាក្រៅផ្លូវការ ហើយមិនអាចផ្តល់ជូននូវវិក័យបត្រ VAT។ ហេតុដូចនេះ សហគ្រាសមិនមានជម្រើស ហើយចាំបាច់ត្រូវតែជួលអ្នកផ្គត់ផ្គង់ជាបុគ្គលិក ដើម្បីគ្រប់គ្រងបញ្ហាទាក់ទងនឹង VAT និងពន្ធកាត់ទុក។

[១៦] ឧបសម្ព័ន្ធនៃផែនការមេភស្តុភារកម្មជាតិ

- ការធ្វើសេរីភាវូបនីយកម្មទីផ្សារដឹកជញ្ជូនកញ្ចប់ឥវ៉ាន់ក្នុងស្រុក និងការលើកកម្ពស់សេវាកម្មប្រៃសណីយ៍ក្នុងស្រុក៖
    - ធ្វើសន្និធិបទប្បញ្ញត្តិដែលមានស្រាប់ទាក់ទងនឹងសេវាកម្មក្នុងស្រុក
    - ធ្វើសន្និធិសេវាកម្មដែលមានសក្តានុពលសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុក (ឧទាហរណ៍ ការប្រើប្រាស់ស្ថានីយ៍ប្រេងឥន្ធនៈក្នុងស្រុកជាចំណុចបង្គោលដើម្បីទទួលយកកញ្ចប់ឥវ៉ាន់)
    - កែប្រែច្បាប់ដែលពាក់ព័ន្ធ
    - កែសម្រួលច្បាប់
- ការកែលម្អប្រព័ន្ធទូទាត់ហិរញ្ញវត្ថុ និងសភាផាត់ទាត់៖
    - ធ្វើសន្និធិបញ្ហារំពឹងទុក និងដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនោះ ដើម្បីជួយដល់ភស្តុភារកម្មដល់គោលដៅចុងក្រោយ
    - ពិចារណាលើយន្តការជានា និងយន្តការដោះស្រាយវិវាទដោយសភាផាត់ទាត់
    - ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុតាមរយៈកាតឥណទាន និងប្រតិបត្តិការអេឡិចត្រូនិក
    - ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនៃប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុតាមរយៈទូរស័ព្ទចល័ត
    - ការអនុវត្តច្បាប់ថ្មីរួមទាំងច្បាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលត្រូវបានអនុម័តថ្មីៗនេះ។
- ការពង្រឹងសមត្ថភាពអ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនដោយគាំទ្រការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ GPS និងលើកកម្ពស់ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធតាមដានដែលមានភាពងាយស្រួល។
- ការពង្រឹងសន្តិសុខ និងសុវត្ថិភាពចរាចរណ៍
- លើកកម្ពស់ភាពអាចទុកចិត្តបាននៃសេវាកម្មដឹកជញ្ជូន
- លើសពីនេះទៀតតំបន់ដែលមាននវានុវត្តន៍ខាងក្រោមនឹងត្រូវបានរកឃើញតាមរយៈផែនការមេ៖
    - បន្តដាក់មុខងារសំខាន់ៗតាមអ៊ីនធឺណិតដូចជា QR កូដ ផ្អែកលើព័ត៌មានចុះបញ្ជីយានយន្ត ប័ណ្ណបើកបរ ប័ណ្ណត្រួតពិនិត្យបច្ចេកទេសយានយន្ត ។ល។
    - ត្រៀមរៀបចំឱ្យមានគោលនយោបាយដឹកជញ្ជូនរួមគ្នាដូចជា Grab, PassApp
    - ការរៀបចំប្រព័ន្ធផ្លាស់ប្តូរទិន្នន័យអំពីព័ត៌មានកំពង់ផែ
    - ការដាក់ពង្រាយកម្មវិធីថែទាំផ្លូវសម្រាប់ទូរស័ព្ទចល័ត
    - សិក្សាលទ្ធភាពបង្កើតរថភ្លើងស្វ័យប្រវត្តិនៅភ្នំពេញ។

៣) ក្រុមប្រឹក្សាជាតិភស្តុភារកម្ម

ធម្មនុញ្ញនៃក្រុមប្រឹក្សាជាតិភស្តុភារកម្មមានគោលបំណងដោះស្រាយបញ្ហាផ្នែកភស្តុភារកម្ម ក៏ដូចជាការចំណាយខ្ពស់នៃវិស័យភស្តុភារកម្មនៅកម្ពុជា ដើម្បីជំរុញលំហូរដល់ការនាំចេញប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ការបង្កើតក្រុមប្រឹក្សាជាតិភស្តុភារកម្ម គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដើម្បីបញ្ចៀសភាពមិនច្បាស់លាស់នៃការបែងចែកទំនួលខុសត្រូវ ដែលមានពីមុនក្នុងចំណោមអន្តរក្រសួង និងទីភ្នាក់ងាររបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ទាក់ទងនឹងការអភិវឌ្ឍវិស័យភស្តុភារកម្មដោយសារតែភាពទូលំទូលាយ និងអន្តរវិស័យ។

យោងតាមផែនការមេភស្តុភារកម្ម ក្រុមប្រឹក្សាជាតិភស្តុភារកម្មនឹងដើរតួជាអង្គភាពសម្របសម្រួលថ្នាក់ជាតិ និងទទួលខុសត្រូវចំពោះការពិនិត្យចុងក្រោយនៃផែនការមេភស្តុភារកម្ម មុនពេលដាក់ជូនរាជរដ្ឋាភិបាលដើម្បីអនុម័ត។ ក្រុមប្រឹក្សាជាតិភស្តុភារកម្ម ដែលដឹកនាំដោយឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី និងមានសមាសភាពតំណាងក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ក្រសួងផែនការ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា ឧត្តមក្រុមប្រឹក្សាសេដ្ឋកិច្ចជាតិ។[១៧]

៣. បញ្ហាប្រឈម

១) ការដឹកជញ្ជូនដល់គោលដៅចុងក្រោយ

ការដឹកជញ្ជូនដល់គោលដៅចុងក្រោយ ត្រូវបានគេលើកឡើងថាជាបញ្ហាប្រឈមមួយសម្រាប់អ្នកផ្តល់សេវាភស្តុភារកម្ម និងក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកគ្រប់ទំហំទាំងអស់។ បញ្ហានេះកើតឡើងដោយសារបញ្ហាអាសយដ្ឋានមិនជាក់លាក់ និងការបែកខ្ញែកនៃអ្នកផ្តល់សេវាភស្តុភារកម្ម។ ការស្វែងរកអាសយដ្ឋាន និងការដឹកជញ្ជូនទំនិញឱ្យដល់គោលដៅចុងក្រោយ បានធ្វើឱ្យចំណាយកើនឡើង ដែលជាបញ្ហាប្រឈម សម្រាប់ពាណិជ្ជករខ្នាតតូច។ បញ្ហាទាំងនោះរួមមាន អាសយដ្ឋានមិនត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាទូទៅ លេខកូដប្រៃសណីយ៍គឺមាន ប៉ុន្តែមិនត្រូវបានគេស្គាល់ឬត្រូវបានប្រើប្រាស់ ដែលជាការរារាំងការរកឃើញ (Findability) ទាំងអ្នកប្រើប្រាស់ និងអាជីវកម្ម។ អាសយដ្ឋានប្រៃសណីយនៅកម្ពុជាមិនមានលក្ខណៈជាក់លាក់គ្រប់គ្រាន់ដើម្បីកំណត់ទីតាំងពិតប្រាកដនោះទេ។ បុគ្គលិកដឹកជញ្ជូនជារឿយៗត្រូវបញ្ជាក់ពីទីតាំងចែកចាយតាមទូរស័ព្ទមុនពេលបញ្ជូនទំនិញ ហើយនៅពេលកំពុងធ្វើការដឹកជញ្ជូនពួកគេត្រូវទូរស័ព្ទទៅអតិថិជនជាមុនដើម្បីទទួលបានទិសដៅជាក់លាក់ពីកន្លែងដែលពួកគេត្រូវទៅ។ ជាញឹកញាប់អតិថិជននឹងតម្រូវឱ្យផ្ញើកញ្ចប់ទំនិញទៅអាសយដ្ឋានរបស់សាច់ញាតិដែលងាយស្រួលរក។ ពួកគេប្រើចំណុចសម្គាល់ (ឧទាហរណ៍ វិមានឯករាជ្យ វត្តភ្នំ ផ្សារ ។ល។) ដើម្បីជាការណែនាំដល់ការដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំបន់នោះជាមុន បន្ទាប់មកផ្តល់ទិសដៅលម្អិតតាមរយៈការហៅទូរស័ព្ទមួយផ្សេងទៀត នៅពេលអ្នកដឹកជញ្ជូនបានទៅដល់ក្បែរនោះ។

ការផ្ទៀងផ្ទាត់អាជីវកម្មគឺជាដំណើរការអាជីវកម្មដ៏សំខាន់មួយទៀត ដែលរងផលប៉ះពាល់ដោយកង្វះអាសយដ្ឋានជាក់លាក់។ នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនព្យាយាមផ្ទៀងផ្ទាត់ទីតាំងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេជាមួយ Google ពួកគេប្រឈមនឹងការពន្យារពេលយ៉ាងខ្លាំងព្រោះដំណើរការផ្ទៀងផ្ទាត់គឺផ្អែកលើលេខកូដប្រៃសណីយ៍។

ក្រុមហ៊ុនត្រូវរង់ចាំរហូតដល់មួយខែសម្រាប់ការទទួលលេខកូដតាមរយៈប្រៃសណីយ៍[១៨] (ជាលិខិតធម្មតា)

ហើយបន្ទាប់មកបន្តដាក់ពាក្យស្នើសុំនៅក្នុងប្រព័ន្ធស្វែងរកក្នុងអ៊ីនធឺណិត (Search Engine) ដើម្បីឱ្យអាជីវកម្មនេះបានចុះបញ្ជី និងអាចរកឃើញក្នុងអ៊ីនធឺណិត។ ក្រុមហ៊ុនអាចតាមដានស្ថានភាពទំនិញដល់ចំណុចដែលទំនិញយកចេញពីឃ្លាំង ប៉ុន្តែបន្ទាប់ពីដំណាក់កាលនេះមិនមានមុខងារតាមដានថាទំនិញទៅដល់ណាទៀតទេ។

[១៧] ផែនការមេភស្តុភារកម្មជាតិ

[១៨] នៅពេលដែលពុំមានលេខកូដប្រៃសណីយ៍ អាជីវកម្មត្រូវផ្ញើអាសយដ្ឋានពេញលេញជាមួយនឹងការពន្យល់ទៅកាន់ google ដែលនឹងផ្ញើសារដែលមានលេខកូដ។ លេខកូដទាំងនេះត្រូវបញ្ជាក់ដោយ google តាមអនឡាញ ដើម្បីបញ្ជាក់ពីអាសយដ្ឋានដែលផ្តល់ដោយអាជីវកម្មថាតើត្រឹមត្រូវដែរឬទេ។

ការបែងចែកក្នុងចំណោមអ្នកផ្តល់សេវាភស្តុភារកម្មគឺជាកត្តារួមចំណែកមួយផ្សេងទៀត។ ក្នុងករណីពុំមានសេវាប្រៃសណីយ៍ក្នុងស្រុកដែលអាចជឿទុកចិត្តបាន ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវពឹងផ្អែកជាញឹកញាប់លើការដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុក ដូចជា ម៉ូតូកង់បីសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនទំនិញ សូម្បីតែក្រុមហ៊ុនភស្តុភារកម្មធំៗក៏ពឹងផ្អែកលើសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងស្រុកសម្រាប់ចែកចាយការដឹកជញ្ជូនដល់គោលដៅចុងក្រោយដែរ។ នេះបង្ហាញពីឧបសគ្គមួយចំនួនសម្រាប់ប្រព័ន្ធតាមដាន (Track and Trace) ដែលអាចទុកចិត្តបាន និងក៏ជាបញ្ហាសម្រាប់ធានាថាទំនិញនឹងទៅដល់អ្នកទទួល។

២) ពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា

ក្នុងទសវត្សរ៍កន្លងមក សមត្ថភាពរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជាបានកើនឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ហើយតួនាទីស្វយ័តបានអនុញ្ញាតឱ្យប្រៃសណីយ៍កម្ពុជាអាចសាកល្បង និងពង្រីកសេវាកម្មថ្មីៗ។ ចាប់តាំងពីពេលនោះមក ប្រាក់ចំណូលបានកើនឡើងពី ២ លានដុល្លារ ដល់ ១០ លានដុល្លារ។ ទោះបីជាមានកំណើនក៏ពិតមែន តែបញ្ហាប្រឈមដែលត្រូវដោះស្រាយក៏នៅតែមាន។ ជាទូទៅ សេវាផ្ញើសំបុត្រក្នុងករណីខ្លះអាចចំណាយពេលមួយខែទើបទៅដល់។ ការគាំទ្រផ្នែកថវិកា និងបច្ចេកទេសត្រូវបានវាយតម្លៃដោយថ្នាក់ដឹកនាំរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា ថាជាតម្រូវការដ៏សំខាន់មួយសម្រាប់ការពង្រីកសេវាកម្មទៅកាន់ខេត្ត និងជាពិសេសទៅតំបន់ជនបទ។ តម្រូវការហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ រួមមាន លទ្ធកម្មរថយន្តដឹកប្រៃសណីយ៍ និងការពង្រឹងបណ្តាញឃ្លាំងស្តុកទំនិញនៅទូទាំងប្រទេស។ ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកគឺជារឿងដ៏សំខាន់ផងដែរ ឧទាហរណ៍ដូចជានៅលើប្រព័ន្ធប្រៃសណីយ៍អន្តរជាតិ (International Postal System (IPS)) និងប្រព័ន្ធប្រតិវេទន៍គយ (Customs Declaration System (CDS))។ សហភាពប្រៃសណីយ៍សកល (Universal Postal Union (UPU)) កំពុងជួយដល់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជាក្នុងការអនុវត្តទៅលើប្រព័ន្ធ IPS ដែលជាកម្មវិធីបង្កើតឡើងដោយមជ្ឈមណ្ឌលបច្ចេកវិទ្យាប្រៃសណីយ៍ (Postal Technology Center) របស់ UPU សម្រាប់ការគ្រប់គ្រង និងត្រួតពិនិត្យដំណើរការប្រៃសណីយ៍។

៣) សេរីភាវូបនីយកម្មការដឹកជញ្ជូនកញ្ចប់តវ៉ាន់ក្នុងស្រុក

ការដឹកជញ្ជូនកញ្ចប់តវ៉ាន់មិនទាន់ត្រូវបានធ្វើសេរីភាវូបនីយកម្មនៅឡើយទេ ដោយត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយប្រៃសណីយ៍កម្ពុជាតាមអាណត្តិផ្លូវការ។ ទោះបីជាមានបណ្តាញដឹកជញ្ជូនក្រៅផ្លូវការក៏ពិតមែន ភាពអវត្តមាននៃការប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនបានកំពុងរារាំងការរីកលូតលាស់នៃការផ្គត់ផ្គង់ និងគុណភាពសេវាកម្មល្អសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ជាបុគ្គល និងអាជីវកម្ម។ ជាមួយនឹងការកើនឡើងនូវតម្រូវការដែលបានព្យាករណ៍តាមរយៈសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងកំណើនវិស័យឯកជនតាមបែបប្រពៃណី បច្ចុប្បន្ននេះគឺជាពេលវេលាមួយដ៏ល្អសម្រាប់ការពិចារណាលើការអនុញ្ញាតឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងតាមរយៈសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនផ្អែកលើវិស័យឯកជន។

៤) ភស្តុភារកម្មបៃតង (Green Logistics)

ការបំភាយឧស្ម័នទាក់ទងនឹងការដឹកជញ្ជូនគឺជាប្រភពធំទី២នៃការបំភាយឧស្ម័ន Greenhouse នៅកម្ពុជា ហើយការបំភាយនេះនឹងកើនឡើងនៅពេលសេដ្ឋកិច្ចរីកចម្រើនបន្តទៀត។ បញ្ហាដែលពាក់ព័ន្ធរួមមានការប្រើប្រាស់រថយន្តជជុះចាស់ៗដែលមានការបំភាយឧស្ម័នបំពុលបរិស្ថានខ្ពស់ ការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ដឹកជញ្ជូនមិនមានប្រសិទ្ធភាព និងការរៀបចំផ្លូវដឹកជញ្ជូន កង្វះខាតព័ត៌មាន/ទិន្នន្នានមិនគ្រប់គ្រាន់នៅក្នុងវិស័យសាធារណៈ ឬនៅកម្រិតក្រុមហ៊ុន ដែលទាក់ទងទៅនឹងប្រតិបត្តិការ និងព័ត៌មានរថយន្ត។ ជាមួយនឹង

គំនិតនេះ ការផ្តោតអារម្មណ៍លើកស្តុភារកម្មបែតងបានកើនឡើងនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌគោលនយោបាយ ហើយនឹងត្រូវបានរួមបញ្ចូលជាអាទិភាពចម្បងនៅក្នុងផែនការអភិវឌ្ឍជាតិ។

៤. ជម្រើសយុទ្ធសាស្ត្រ

១) ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវអាសយដ្ឋានជាក់លាក់ និងដាក់សាកល្បងដំណោះស្រាយផ្សេងសម្រាប់ជំនួស

ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនៃភាពអាចរកឃើញចំពោះបុគ្គល និងអាជីវកម្ម នឹងនាំឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពកាន់តែល្អសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនទាក់ទងនឹងការដឹកជញ្ជូនដល់គោលដៅចុងក្រោយ។ ដូច្នេះការកែលម្អអាសយដ្ឋានពិតប្រាកដនៅទូទាំងប្រទេសគឺជារឿងដ៏ចាំបាច់ណាស់។ ការងារនេះគឺពាក់ព័ន្ធជាមួយការពន្លឿនកិច្ចប្រឹងប្រែងកែទម្រង់នាពេលបច្ចុប្បន្នសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍអាសយដ្ឋានផ្លូវបន្ថែមលើប្រព័ន្ធកូដប្រៃសណីយ៍ និងបង្កើនការយល់ដឹងក្នុងចំណោមតម្រូវការផ្នែកខាងការប្រើប្រាស់។ នេះគឺជាគន្លឹះដែលបង្ហាញថា ការយល់ដឹងរបស់អតិថិជនត្រូវបានកំណត់ថាជាកត្តារួមចំណែកសម្រាប់ដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមខាងអាសយដ្ឋានពិតប្រាកដ។

គោលដៅជាយុទ្ធសាស្ត្រនេះក៏ជាការគាំទ្រដល់ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអាសយដ្ឋានផ្សេង ឬប្រព័ន្ធអាសយដ្ឋានសិប្បនិម្មិត (ឧទាហរណ៍ what3words ឬប្រព័ន្ធប្រហាក់ប្រហែលប្រើប្រាស់ភាសាខ្មែរ រួមទាំងពង្រីកមុខងារបន្ថែមដូចជាអាសយដ្ឋានសិប្បនិម្មិត (Dynamic Virtual Addressing) សម្រាប់បុគ្គលនីមួយៗ)។ ការអនុវត្តដូចឧទាហរណ៍ខាងលើ នឹងធានាថាប្រតិបត្តិករសេវាកម្មប្រៃសណីយ៍ និងដឹកជញ្ជូន ក៏ដូចជាបុគ្គល និងសហគ្រាសប្រើប្រាស់សេវាដឹកជញ្ជូន មិនចាំបាច់រង់ចាំការដោះស្រាយបញ្ហាអាសយដ្ឋាននោះទេ ព្រោះថាបញ្ហានេះជាបញ្ហាដែលត្រូវការរយៈពេលវែងក្នុងការដោះស្រាយ ។

២) ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវសមត្ថភាពរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា

គោលដៅជាយុទ្ធសាស្ត្រនេះផ្តោតលើការពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា ក៏ដូចជាស្វែងរកមធ្យោបាយសម្រាប់ធ្វើសេរីភាវូបនីយកម្មនៃផ្នែកដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុក។ ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជាមានតួនាទីសំខាន់គឺជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មប្រៃសណីយ៍តែម្នាក់គត់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ទោះយ៉ាងណាស្ថាប័ននេះប្រឈមនឹងឧបសគ្គបច្ចេកទេស និងហិរញ្ញវត្ថុដែលអាចរារាំងដល់ការបង្កើនប្រសិទ្ធភាព និងភាពជឿជាក់នៃប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន។ ជាមួយនឹងការធ្វើពិពិធកម្មដែលកំពុងបន្តនៅក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក (តាមរយៈ Tinh Tinh និងគំនិតផ្តួចផ្តើមផ្សេងទៀត) សមត្ថភាពរបស់អង្គភាពទាមទារឱ្យមានការកែលម្អ ដើម្បីអនុញ្ញាតឱ្យស្ថាប័ននេះអាចបំពេញបាននូវអាណត្តិរបស់ខ្លួនប្រកបដោយប្រសិទ្ធិភាពខ្ពស់ និងពង្រីកទៅក្នុងប្រតិបត្តិការសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ហើយក្នុងពេលតែមួយ រួមសហការគ្នាជាមួយអ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សេងទៀតក្នុងការផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់អ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ និងវិស័យឯកជន។ ជាចុងក្រោយ ការធ្វើសេរីភាវូបនីយកម្មនៃទីផ្សារដឹកជញ្ជូនកញ្ចប់ឥវ៉ាន់ក្នុងស្រុក ក៏ជាផ្នែកមួយផ្សេងទៀតដែលគួរពិចារណា។ ដូចទៅនឹងការកត់សម្គាល់នៅក្នុងផែនការមេភស្តុភារកម្មជាតិ សកម្មភាពទីផ្សារគឺមានការចាំបាច់ ដើម្បីទទួលបាននូវសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនថ្មីតាមរយៈការសម្រួលបទប្បញ្ញត្តិ និងទីផ្សារប្រកួតប្រជែងដោយយុត្តិធម៌ ដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់អ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនឯកជន។

៣) វិជ្ជាជីវៈនីយកម្មវិស័យសេវាដឹកជញ្ជូន និងផ្សារភ្ជាប់គម្លាតចំណេះដឹងរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកក្នុងការគ្រប់គ្រងភស្តុភារកម្ម

ការគ្រប់គ្រងភស្តុភារកម្ម គឺជាចំណុចថ្មីមួយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលបច្ចុប្បន្នមិនបានប្រើប្រាស់ឱ្យអស់លទ្ធភាពនូវបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់តាមដានដំណើរការដឹកជញ្ជូន។ ការតាមដានតាមប្រព័ន្ធ GPS និងការផ្តល់ព័ត៌មានទាន់ពេលវេលាគឺជាផ្នែកដែលត្រូវការវិនិយោគច្រើន ដែលនឹងបង្កើនកម្រិតប្រសិទ្ធភាពក៏ដូចជាការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន។ លទ្ធភាពក្នុងការតាមដានដំណើរការនេះនឹងក្លាយជាភាពមិនអាចខ្វះបាននៅពេលទំហំនៃប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុននីមួយៗមានការកើនឡើង ដែលទាមទារឱ្យពួកគេប្រើប្រាស់ផ្លូវដឹកជញ្ជូនឱ្យអស់ពីលទ្ធភាព និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ក៏ដូចជាសម្រាប់បង្កើនការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកដឹកជញ្ជូន ដើម្បីរក្សាការយល់ដឹងអំពីស្ថានភាពជាក់ស្តែង និងដោះស្រាយករណីប្រើប្រាស់ស្មុគស្មាញបន្ថែមទៀត ដូចជាការបញ្ជូនត្រឡប់មកវិញ ដែលមិនទាន់មាននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជានៅឡើយ។ ការគ្រប់គ្រងយានយន្តដឹកជញ្ជូនក៏ជាចំណុចផ្សេងមួយទៀត ដែលក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ភស្តុភារកម្មត្រូវធ្វើការវិនិយោគ និងបង្កើនកម្រិតជំនាញបន្ថែម។ ការបែងចែកនាពេលបច្ចុប្បន្នក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូននឹងចាំបាច់ត្រូវកាត់បន្ថយតាមរយៈការសម្របសម្រួលល្អប្រសើររវាងអ្នកម៉ៅការ និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងតាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាល។

៤) វិនិយោគលើភស្តុភារបៃតង

ប្រទេសកម្ពុជាកំពុងឆ្ពោះទៅរកភស្តុភារកម្មបៃតង និងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីភស្តុភារកម្ម ដូចដែលបានចង្អុលបង្ហាញនៅក្នុងផែនការមេភស្តុភារជាតិ ដែលកត់សម្គាល់ពីវិសាលភាពក្នុងការបញ្ចូល "ការដឹកជញ្ជូនទំនិញស្អាត និងសន្សំសំចៃថាមពលកាត់បន្ថយការបំភាយឧស្ម័ន Greenhouse តាមរយៈការលើកកម្ពស់បច្ចេកវិទ្យា បង្កើតគោលនយោបាយ និងការអនុវត្តដែលជួយកាត់បន្ថយតម្លៃ និងផលប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាន"។ ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍នានាគឺមានការចាប់អារម្មណ៍ខ្ពស់ក្នុងការគាំទ្រចំណុចនេះ ដែលកំពុងមានសភាពល្អប្រសើរ ហើយប្រទេសកម្ពុជានឹងទទួលបានតាមរយៈការលើកទឹកចិត្តដល់ការដឹកជញ្ជូនបៃតង និងដាក់ចេញនូវបទប្បញ្ញត្តិបៃតង ព្រមទាំងលើកកម្ពស់កម្រិតនៃការយល់ដឹងក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនស្តីពីការធ្វើសមាហរណកម្មភស្តុភារកម្មបៃតង រាប់ចាប់ពីការប្រើប្រាស់រថយន្តថ្មី ឬរថយន្តដែលប៉ះពាល់បរិស្ថានទាបបំផុតនៅក្នុងកងរថយន្ត ដើម្បីប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឱ្យទទួលបាននូវប្រសិទ្ធភាព និងអំណោយផលបរិស្ថាន តាមរយៈផែនការផ្លូវដឹកជញ្ជូនល្អបំផុត ។ល។

៥. ទ្រឹស្តីនៃបម្រែបម្រួល

ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ
ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុកគឺជាសមាសធាតុខ្សោយមួយនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា ដែលបង្កហានិភ័យយ៉ាងខ្លាំងសម្រាប់កំណើនបច្ចុប្បន្ន ក៏ដូចជាការពង្រីកទំហំអាជីវកម្មក្នុងវិស័យនេះ។	• មូលដ្ឋាន 3PL ដែលអាចបត់បែនបាន និងមានសមត្ថភាព ដែលអាចសម្របខ្លួនទៅនឹងតម្រូវការដឹកជញ្ជូននាពេលអនាគតរបស់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវសមត្ថភាពផ្ទៃក្នុងរបស់សហគ្រាសដើម្បីគ្រប់គ្រងការសម្របសម្រួលការបញ្ជាទិញ ការតាមដាន និងការដឹកជញ្ជូន • ជួយកាត់បន្ថយបញ្ហាអាសយដ្ឋានរូបវន្តតាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា/ដំណោះស្រាយអាសយដ្ឋានជំនួស

	• ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវបរិស្ថាន និងសហគ្រាសដែលបានតាមរយៈការអនុម័តការអនុវត្តកស្តុភារកម្មបៃតង • បង្កើនការប្រកួតប្រជែង និងសមត្ថភាពនៅក្នុងវិស័យដឹកជញ្ជូនកញ្ចប់ឥវ៉ាន់ក្នុងប្រទេស។	
បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តន៍ភាព	**គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ**	**សកម្មភាពនៅក្នុងផែនការសកម្មភាព**
១. ការដឹកជញ្ជូនដល់គោលដៅចុងក្រោយ គឺជាបញ្ហាប្រឈមមួយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនធំៗជាពិសេសទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ពីប្រជាជននៅតាមជនបទលើការដោះស្រាយផ្នែកអាសយដ្ឋានរូបវន្ត និងការបែកខ្ញែកក្នុងចំណោមអ្នកផ្គត់ផ្គង់កស្តុភារកម្ម។	១. ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការដោះស្រាយអាសយដ្ឋានរូបវន្ត និងដាក់សាកល្បងដំណោះស្រាយដោយឡែកផ្សេងៗ។ ២. ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូនរួមមានផ្លូវថ្នល់ ឃ្លាំង ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធយានយន្តដឹកជញ្ជូន (ជាពិសេសឡានដឹកទំនិញ) ដោយយកត់ត្រាទុកពីតម្រូវការដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុកដែលកើនឡើងនាពេលអនាគត។ ៣.បង្កើនសមត្ថភាពរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា។ ៤.ធ្វើឱ្យមានជំនាញដល់ផ្នែកអ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូន និងផ្សារភ្ជាប់គម្លាតចំណេះដឹងរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកក្នុងការគ្រប់គ្រងកស្តុភារ។ ៥. វិនិយោគលើកស្តុភារបៃតង។	7.1.1, 7.1.2
២. ការធ្វើសេរីភាវូបនីយកម្មនៃសេវាដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុក គឺចាំបាច់សម្រាប់ការបង្កើនបទពិសោធន៍ដល់អ្នកប្រើប្រាស់ និងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវកម្រិតសមត្ថភាពទាំងមូល ក្នុងចំណោមអ្នកផ្តល់សេវាកម្ម។		7.3.2
៣. ករណីប្រើប្រាស់កស្តុភារកម្មស្មុគស្មាញដូចជា "ការបញ្ជូនត្រឡប់មកវិញ" និងការតាមដានពេលវេលាជាក់ស្តែងនៃកញ្ចប់ មិនទាន់លេចចេញជារូបរាងនៅឡើយទេ។		7.5.3, 7.5.4
៤. បញ្ហាប្រឈមរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា អមដោយមូលដ្ឋានអ្នកដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុកដែលមិនមានការប្រកួតប្រជែង បង្កបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។		7.3.1, 7.3.3
៥. ការច្នៃប្រឌិតមានកម្រិតនៅឡើយនៅក្នុងវិស័យនេះ ទាំងនៅមូលដ្ឋានអ្នកផ្គត់ផ្គង់ 3PL ក៏ដូចជានៅក្នុងសហគ្រាស។		7.5.1, 7.5.2,
៦. ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់កស្តុភារកម្មគឺនៅមានសមត្ថភាពខ្សោយក្នុងការគ្រប់គ្រងកស្តុភារកម្ម ហើយជំនាញសម្រាប់គ្រប់គ្រងលើករណីស្មុគស្មាញដូចជាការបញ្ជូនត្រឡប់មកវិញមិនទាន់លេចចេញជារូបរាងនៅឡើយទេ។		7.4.1, 7.4.2, 7.4.3
៧. ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវថ្នល់នៅប្រទេសកម្ពុជាគឺជាចំណុចមួយដែលខ្សោយជាងគេនៅក្នុងតំបន់។		7.2.1
ភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗ ដែលចូលរួម		
MPWT, MPTC, MOC, CP, អ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មកស្តុភារកម្មក្នុងស្រុក		

ជំពូកទី៧៖ ភស្តុភារកម្មពាណិជ្ជកម្មក្នុងស្រុក

គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ

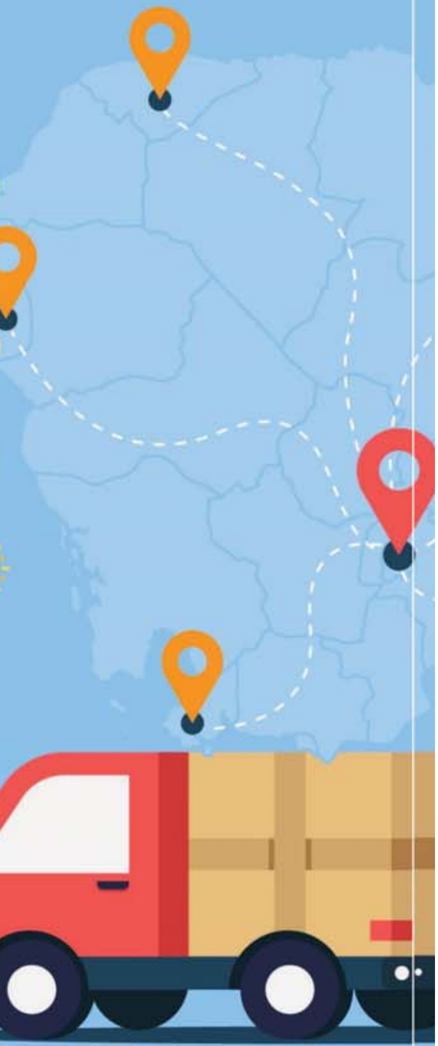
០១ ធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវការដោះស្រាយអាស័យដ្ឋានរូបវន្ត និងដាក់សាកល្បងដំណោះស្រាយដោយឡែកផ្សេងៗ

០២ ធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូនរួមមាន ផ្លូវ ថ្នល់ ឃ្លាំង ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធយានយន្តដឹកជញ្ជូន

០៣ បង្កើនសមត្ថភាពរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា

០៤ ធ្វើឲ្យមានជំនាញដល់ផ្នែកអ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូន និងផ្សារភ្ជាប់គម្លាតចំណេះដឹងរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងការគ្រប់គ្រងភស្តុភារកម្ម

០៥ វិនិយោគលើភស្តុភារបែកង



ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុកគឺជ
ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក
កំណើនបច្ចុប្បន្ន ក៏ដូចជាការពង្រីកទំហំអ

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព

ការដឹកជញ្ជូនដល់គោលដៅចុងក្រោយ គឺជាបញ្ហាប្រឈមមួយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកទាំងអស់ ជាពិសេសនៅតាមជនបទ។

ការធ្វើសេរីភាវូបនីយកម្មនៃសេវាដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុក គឺចាំបាច់សម្រាប់ការបង្កើនគុណភាពបទពិសោធន៍របស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវកម្រិតសមត្ថភាពទាំងមូល ក្នុងចំណោមអ្នកផ្តល់សេវាកម្ម។

ករណីប្រើប្រាស់ភស្តុភារកម្មស្មុគស្មាញ
ដូចជា«ការបញ្ជូនត្រឡប់វិញ» និងការ
តាមដានពេលវេលាជាក់ស្តែងនៃកញ្ច
មិនទាន់លេចចេញជារូបរាងនៅឡើយ

លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ

- មូលដ្ឋាន3PLដែលអាចបត់បែនបាន និងមានសមត្ថភាព ដែលអាចសម្របខ្លួនទៅនឹងតម្រូវការដឹកជញ្ជូននាពេលអនាគតរបស់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវសមត្ថភាពផ្ទៃក្នុងរបស់សហគ្រាសដើម្បីគ្រប់គ្រងការសម្របសម្រួលការបញ្ជាទិញ ការតាមដាន និងការដឹកជញ្ជូន
- ជួយកាត់បន្ថយបញ្ហាអាស័យដ្ឋានរូបវន្តតាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា/ដំណោះស្រាយអាស័យដ្ឋានជំនួស
- ធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវបរិស្ថាន និងសហគ្រាសដែលបានតាមរយៈការអនុម័តការអនុវត្តភស្តុភារកម្មបៃតង
- បង្កើនការប្រកួតប្រជែង និងសមត្ថភាពនៅក្នុងវិស័យដឹកជញ្ជូនកញ្ចប់ឥវ៉ាន់ក្នុងប្រទេស

គឺជាបញ្ហាប្រឈមមួយនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី
នៅកម្ពុជា ដែលបង្កហានិភ័យយ៉ាងខ្លាំងសម្រាប់
ហំអាជីវកម្មក្នុងវិស័យនេះ។

ការច្នៃប្រឌិតមានកម្រិតនៅឡើយនៅក្នុងវិស័យនេះ ទាំងនៅមូលដ្ឋានអ្នកផ្គត់ផ្គង់ 3PL ក៏ដូចជានៅក្នុងសហគ្រាស។

ស្មាញ
ងការ
កញ្ចប់
ឡើយទេ។

បញ្ហាប្រឈមរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា បង្កបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវថ្នល់នៅប្រទេសកម្ពុជានៅទន់ខ្សោយ។

ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនិងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ភស្តុភារកម្ម នៅមានកម្រិតសមត្ថភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងលើករណីស្មុគស្មាញ ដូចជាការបញ្ជូនត្រឡប់មកវិញមិនទាន់លេចចេញជារូបរាងនៅឡើយទេ។

ជំពូកទី៨
ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន

១. សេចក្តីផ្តើម

ដើម្បីឱ្យមានសង្គតិភាពទៅនឹងការសន្យានៅក្នុងសមាគមន៍ប្រជាជាតិអាស៊ីអាគ្នេយ៍ (អាស៊ាន) កម្ពុជាបានខិតខំប្រឹងប្រែងធ្វើឱ្យបរិយាកាសកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្មកាន់តែប្រសើរឡើង ហើយដំណើរវឌ្ឍនភាពនេះ បានបង្ហាញតាមរយៈចំណាត់ថ្នាក់ដែលមានលក្ខណៈកាន់តែប្រសើររបស់កម្ពុជា ក្នុងរបាយការណ៍អង្កេតជាសាកលរបស់អង្គការសហប្រជាជាតិស្តីពីកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្មឌីជីថល និងប្រកបដោយចីរភាព (UN Global Survey on Digital and Sustainable Trade Facilitation (UNGS) នាពេលថ្មីៗនេះ។ ប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិ (National Single Window) គឺជាគំនិតផ្តួចផ្តើមសំខាន់បំផុតដែលបង្កើនប្រសិទ្ធភាព បន្ថយចំណាយប្រតិបត្តិការ និងបង្កើនតម្លាភាពទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន នៅពេលគំនិតផ្តួចផ្តើមនេះបានអនុវត្តពេញលេញ។ ប៉ុន្តែមុនពេលសមិទ្ធផលទាំងនេះអាចទទួលបាន ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវប្រឈមនឹងបញ្ហាមួយចំនួន មុនពេលទំនិញទៅដល់ នៅពេលទៅដល់ និងក្រោយពេលទំនិញចេញពីព្រំដែន ដែលបញ្ហាទាំងនេះត្រូវមានការដោះស្រាយ និងតម្រូវឱ្យមានការយកចិត្តទុកដាក់ទាំងក្នុងកម្រិតស្ថាប័ន កិច្ចចរចាពាណិជ្ជកម្ម ព្រមទាំងកម្រិតក្រុមហ៊ុន។

២. ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន

១) វឌ្ឍនភាពក្នុងការអនុវត្តន៍វិធានការកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្ម

ដើម្បីជំរុញរបៀបវារៈពាណិជ្ជកម្មដោយមិនបាច់ប្រើក្រដាសស្នាម គំនិតផ្តួចផ្តើមប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិបាននិងកំពុងរៀបចំ ហើយគណៈកម្មាធិការជាតិស្តីពីកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្ម (National Trade Facilitation Committee (NTFC)) បានបង្កើតឡើង និងដឹកនាំដោយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ។ របាយការណ៍អង្កេតជាសាកលរបស់អង្គការសហប្រជាជាតិស្តីពីការកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្មឌីជីថល និងប្រកបដោយចីរភាពដែលត្រូវបានធ្វើឡើងដោយអង្គការ UNESCAP បានវាយតម្លៃថា កម្ពុជាជាប្រទេសមួយក្នុងចំណោមប្រទេសឈានមុខនៅក្នុងតំបន់ ដែលបានធ្វើកំណែទម្រង់ជាច្រើនទាក់ទងនឹងការអនុវត្តន៍វិធានការកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្ម។

- ក្នុងចំណោមកត្តាទាំងប្រាំដែលបានវាយតម្លៃដោយការស្ទង់មតិនេះ ការអនុវត្តន៍របស់ប្រទេសកម្ពុជាលើកត្តា "ការរៀបចំ និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងស្ថាប័ន" "តម្លាភាព" និង "បែបបទនីតិវិធី" មានលក្ខណៈខ្ពស់ជាងកម្រិតមធ្យមប្រចាំតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក។ កត្តាទាំងប្រាំដែលត្រូវបានវាយតម្លៃ មានការវិវត្តន៍គួរឱ្យកត់សម្គាល់។
- ការអនុវត្តន៍វិធានការសម្រាប់ "ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនដោយមិនបាច់ប្រើក្រដាសស្នាម" និង "ពាណិជ្ជកម្មដោយមិនបាច់ប្រើក្រដាសស្នាម" មានភាពរីកចម្រើនច្រើនជាងគេ។ កម្ពុជាសម្រេចបាននូវកិច្ចសម្រួលដល់ការដឹកជញ្ជូនឆ្លងកាត់ព្រំដែន លើសពីកម្រិតមធ្យមប្រចាំតំបន់។
- នៅក្នុងពាណិជ្ជកម្មដោយមិនបាច់ប្រើក្រដាសស្នាម កំណែទម្រង់ដែលបានអនុវត្តពេញលេញរួមមានប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តកម្មគយ ការតភ្ជាប់អ៊ីនធឺណិតដែលមានទៅដល់ទីភ្នាក់ងារគយ និងភ្នាក់ងារត្រួតពិនិត្យពាណិជ្ជកម្មផ្សេងទៀត ការដាក់ជូនប្រតិវេទន៍គយតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការស្នើសុំ និងការចេញវិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ដើមកំណើតទំនិញដែលទទួលបានការអនុគ្រោះ។
- កំណែទម្រង់ដែលពុំទាន់បានអនុវត្តពេញលេញរួមមាន ការស្នើសុំ និងការចេញលិខិតអនុញ្ញាតនាំចេញ និងនាំចូលតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការទូទាត់ពន្ធ និងថ្លៃសេវាគយនានាតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។
- វិធានការដូចជា ការដាក់ និវេទន៍ប័ណ្ណទំនិញតាមផ្លូវអាកាស (air cargo manifests) តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការស្នើសុំសងប្រាក់ពីគយវិញតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកពុំទាន់បានអនុវត្តន៍នៅកម្ពុជានៅឡើយនោះទេ។
- ប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកគឺជាគំនិតផ្តួចផ្តើមដែលកំពុងអនុវត្តនៅកម្ពុជា និងត្រូវបានវាយតម្លៃថាជាវិធានការដែលត្រូវបានអនុវត្តន៍បានខ្លះហើយ។

២) ភស្តុភារកម្មសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

ភាពជាដៃគូយុទ្ធសាស្ត្រមួយចំនួនក្នុងវិស័យឯកជនទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងភស្តុភារកម្ម ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនេះ រួមមាន៖

- កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍របស់អង្គការសហប្រជាជាតិ (UNDP) បានចុះហត្ថលេខាលើភាពជាដៃគូរវាងរដ្ឋាភិបាល និងវិស័យឯកជន (PPP) ជាមួយក្រុមហ៊ុន 4PX ដែលជាក្រុមហ៊ុនដៃគូផ្នែកភស្តុភារកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន Alibaba Group និងរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាដែលតំណាងដោយក្រសួងសាធារណការ និងដឹកជញ្ជូន។ កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីការរួមចំណែកលើចំណាយ (Cost-sharing Agreement) មានគោលបំណងដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក តាមរយៈធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវភស្តុភារកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន និងកសាងសមត្ថភាពរបស់ វិស័យសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅកម្ពុជា។ កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីភាពជាដៃគូ PPP ក៏មានសកម្មភាពសម្រាប់បង្កើតទីផ្សារពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកជាលក្ខណៈអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម (B2B) ដែលនឹងតភ្ជាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់នៅប្រទេសចិនទៅឱ្យអ្នកលក់រាយ និងអ្នកលក់ដុំនៅទីផ្សារប្រទេសកម្ពុជា និងសកម្មភាពបញ្ច្រាស់ទិសមកវិញផងដែរ។ នាពេលបច្ចុប្បន្ន ការលក់រាយនូវផលិតផលបរទេសនៅក្នុងទីផ្សារកម្ពុជានៅមានកម្រិតនៅឡើយ ដោយសារតែតម្លៃខ្ពស់ និងមានបញ្ហាប្រឈមក្នុងភស្តុភារកម្មនាំចូលទំនិញ។ ការរៀបចំ PPP ខាងលើ ត្រូវបានរំពឹងទុកថានឹងជួយសម្រួលដល់ការទទួលយកទំនិញ ការប្រគល់ទំនិញ និងការបញ្ជូនទំនិញត្រលប់ទៅវិញ សម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក តាមរយៈការប្រើសមត្ថភាពក្នុងការពិនិត្យ និងតាមដានទំនិញបានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ។ គោលដៅភូមិសាស្ត្រដំបូងគឺនៅប្រទេសកម្ពុជា និងតំបន់នៅតាមទន្លេមេគង្គ។ នៅក្នុងភាពជាដៃគូនេះ មជ្ឈមណ្ឌលផ្គត់ផ្គង់ (Fulfillment Center) និងឃ្លាំងរក្សាទុកទំនិញ នឹងត្រូវបង្កើតសម្រាប់អ្នកលក់ក្រៅប្រទេស និងក្នុងប្រទេស ដើម្បីរក្សាទុកផលិតផល និងដឹកជញ្ជូនទៅកាន់ទីផ្សារក្នុងតំបន់។
- ក្រុមហ៊ុន Kerry Logistics Network បានសហការជាមួយក្រុមហ៊ុន ESG ដើម្បីសម្រួលដល់ការផ្គត់ផ្គង់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅតំបន់អាស៊ី។ ភាពជាដៃគូនេះ នឹងផ្សារភ្ជាប់សមត្ថភាពគ្រប់គ្រងខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់សកលរបស់ក្រុមហ៊ុន Kerry Logistics ជាមួយកម្មវិធីបច្ចេកវិទ្យា បណ្តាញទីផ្សារសាកល និងចំណេះដឹងផ្នែកពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិករបស់ក្រុមហ៊ុន ESG ។

៣) ប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិ (NSW)

នៅថ្ងៃទី១១ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១៥ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា បានចេញអនុក្រឹត្យស្តីពីការបង្កើតគណៈកម្មាធិការបញ្ជរតែមួយជាតិ (NSWSC)[១៩] ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍ និងដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិ ដែលដឹកនាំដោយអគ្គនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករ (GDCE)។

គម្រោងបញ្ជរតែមួយជាតិដំណាក់កាលទី១ ត្រូវបានបញ្ចប់ជាស្ថាពរចំពោះការប្រកាសពន្ធគយសម្រាប់អគ្គនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករ និងការចេញវិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ដើមកំណើតទំនិញសម្រាប់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

[១៩] គណៈកម្មាធិការបញ្ជរតែមួយជាតិ រួមមានរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ (ប្រធាន) រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ (អនុប្រធាន) រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (អនុប្រធាន) និងអគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករ (អនុប្រធានអចិន្ត្រៃយ៍)។ អ្នកតំណាងរបស់ principal OGAs នៃប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិ ក៏ជាសមាជិកនៃគណៈកម្មាធិការបញ្ជរតែមួយជាតិផងដែរ។ ក៏មានអ្នកតំណាងរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធឯកជន ដូចជាមកពី សភាពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជា សមាគមក្រុមហ៊ុនភ្នាក់ងារជញ្ជូនទំនិញកម្ពុជា និងសមាគមជើងសារគយកម្ពុជា

គម្រោងបញ្ជរតែមួយជាតិដំណាក់កាលទី២ ក៏បានចាប់ផ្តើមដំណើរការនៅក្នុងខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១៩ ជាមួយក្រសួង/ស្ថាប័នដូចជា (១) ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (២) ក្រសួងសុខាភិបាល (៣) ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ (នៅក្នុងក្រសួងនេះ មាននាយកដ្ឋានចំនួន៤ ពាក់ព័ន្ធនឹងការចេញអាជ្ញាប័ណ្ណ/លិខិតអនុញ្ញាត) (៤) ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ និង(៥) ក្រុមប្រឹក្សាអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា។ ដំណាក់កាលទី៣ នឹងចាប់ផ្តើមដំណើរការដោយមានការចូលរួមពីក្រសួងស្ថាប័ន និងភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់។

៣. បញ្ហាប្រឈម

សម្រាប់ការនាំចូលតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក បញ្ហាប្រឈមមានដូចខាងក្រោម៖

- អត្រា De-Minimis សម្រាប់ទំនិញតម្លៃទាប ចាំបាច់ត្រូវអនុវត្តឱ្យបានតឹងរឹង និងមានសង្គតិភាពជាមួយប្រកាសដែលបានដាក់ចេញ។ បច្ចុប្បន្នតម្លៃ De-Minimis គឺ ៥០ ដុល្លារអាមេរិក (តម្លៃតាមវិក្កយបត្រ ដោយមិនគិតតម្លៃដឹកជញ្ជូន) មានន័យថាទំនិញដែលមានតម្លៃតិចជាងនេះ គឺមិនត្រូវជាប់អាករ និងពន្ធនោះទេ។ ការធ្វើបែបនេះ នឹងធានាថាកញ្ចប់ទំនិញដែលមានថ្លៃទាប ដែលបានទិញតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ចូលមកក្នុងទីផ្សារកម្ពុជា ត្រូវបានបញ្ចេញពីគយបានឆាប់រហ័ស និងមានចំណាយទាប។ សម្រាប់ការនាំចេញ De-Minimis ដែលមានកម្រិតខ្ពស់ និងមានការអនុវត្តន៍ក្នុងទីផ្សារប្រទេស ដែលត្រូវការផលិតផលកម្ពុជា នឹងជួយសម្រួលដល់លំហូរនៃទំនិញដែលមានតម្លៃទាប និងការដឹកជញ្ជូនដែលមានហានិភ័យទាប ដោយមូលហេតុថាទំនិញទាំងនេះមួយភាគធំត្រូវបានផលិតដោយសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។ បច្ចុប្បន្ននេះដោយសារពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឆ្លងកាត់ព្រំដែននៅមានមូលដ្ឋានតូច ក្រុមហ៊ុននៅមានផលពិបាកក្នុងការប៉ាន់ស្មានបរិមាណផលចំណេញ/ការខាតបង់ ប៉ុន្តែគេអាចសន្មត់បានថា នៅពេលដែល De-Minimis ត្រូវបានបង្កើនប្រហាក់ប្រហែលគ្នានៅតាមបណ្តាទីផ្សារគោលដៅសំខាន់ៗរបស់កម្ពុជា នោះវានឹងជួយបង្កើនឧត្តមភាពសម្រាប់កម្ពុជា។
- គោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់បញ្ចេញទំនិញភ្លាមៗជាមួយនឹងនីតិវិធីដែលមានលក្ខណៈសាមញ្ញ គួរត្រូវបានអនុវត្តសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនទំនិញមួយចំនួនដែលមានតម្លៃក្នុងចន្លោះមួយដែលខ្ពស់ជាង De-Minimis ជាពិសេសសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនទំនិញដែលមកតាមរយៈប្រៃសណីយ៍ ឬសេវារហ័ស។ ចំណុចនេះពាក់ព័ន្ធនឹងការបង្កើតក្រុមប្រភេទទំនិញមួយផ្សេង ដែលមានតម្លៃលើសពី De-Minimis ប៉ុន្តែនៅក្រោមកម្រិតតម្លៃមួយដែលសមស្រប ហើយប្រភេទទំនិញនោះ អាចបញ្ចេញបានតាមរយៈនីតិវិធីសម្រួលសាមញ្ញ។ ការអនុវត្តន៍នីតិវិធីបំពេញបែបបទគយបែបសាមញ្ញសម្រាប់ទំនិញទាំងនេះ អាចបង្កើនលទ្ធភាពសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន/សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក្នុងការទទួលបានទំនិញទាន់ពេល និងអាចប៉ាន់ស្មានបាននូវពន្ធគយ និងពន្ធផ្សេងៗបានត្រឹមត្រូវ។ អនុសាសន៍នេះ គឺមានលក្ខណៈស្របទៅនឹងគោលការណ៍ណែនាំរបស់អង្គការគយពិភពលោក (WCO) និងផ្អែកលើការតស៊ូមតិរបស់បណ្តាក្រុមហ៊ុនដែលផ្តើមចេញពីអាស៊ាន សហភាពអឺរ៉ុប និងសហរដ្ឋអាមេរិក។

- បញ្ហាប្រឈមមួយទៀតគឺទាក់ទងនឹង "ទំនិញត្រលប់មកវិញ (Returns)" ដែលចាំបាច់ត្រូវបង្កើត ដើម្បីផ្តល់ទំនុកចិត្ត និងមានភាពងាយស្រួលសម្រាប់អតិថិជន ជាពិសេសក្នុងករណីលំហូរទំនិញឆ្លងកាត់ព្រំដែន។ សព្វថ្ងៃនេះ ការទទួលទំនិញត្រលប់មកវិញពីការដឹកជញ្ជូនទំនិញតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកចូលប្រទេសកម្ពុជាជារឿងពិបាក ដោយតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវរបស់គយគឺចាត់ទុកទំនិញត្រលប់មកវិញ ដូចទៅទំនិញនាំចូល។ ក្នុងករណីមានការតម្រូវបែបនេះ ជាពិសេសក្នុងករណីប្រកាសពន្ធគយក្នុងទម្រង់ក្រដាសស្នាម នោះប្រហែលជាក្រុមហ៊ុនភាគច្រើន មិនអាចបំពេញបានទេ។ បន្ថែមពីលើមូលដ្ឋានគតិយុត្តិសម្រាប់ការប្រគល់ទំនិញត្រលប់មកវិញដែលត្រូវបានបញ្ជាក់នៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ការអនុវត្តន៍បច្ចេកទេសសម្រាប់ដាក់ឱ្យដំណើរការមុខងារប្រគល់ទំនិញត្រលប់ទៅវិញ ត្រូវបង្កើតជាចាំបាច់។ ការដឹកជញ្ជូនទំនិញត្រលប់ទៅវិញជាទូទៅគួរអនុញ្ញាតដោយពុំចាំបាច់មានការប្រកាសពន្ធគយផ្លូវការនោះទេ ដើម្បីធានាថាសំណងរបស់អតិថិជនអាចដំណើរការយ៉ាងឆាប់រហ័ស។

សម្រាប់ប្រតិបត្តិការនាំទំនិញចេញទៅក្រៅប្រទេស មានបញ្ហាមួយចំនួនដូចជា៖

- រាល់ការនាំចេញតម្រូវឱ្យមានការប្រកាសពន្ធគយមួយ។ ពុំមានប្រភេទតម្លៃទាបសម្រាប់ការនាំចេញដែលត្រូវការប្រកាសបែបសាមញ្ញនោះទេ។
- ដើម្បីទទួលបានការអនុម័តលើការប្រកាសពន្ធនាំចេញ ឯកសារយោងដែលត្រូវការប្រកាសពន្ធនាំចូល (សម្រាប់ផលិតផលមួយចំនួន) ដែលនេះអាចនឹងមិនអនុវត្តចំពោះការដឹកជញ្ជូនទំនិញទៅក្រៅតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក
- បញ្ហាទូទៅដែលសមត្ថកិច្ចភាគច្រើនទូទាំងពិភពលោកជួបប្រទះគឺទាក់ទងនឹងកត្តាពីរយ៉ាង៖ ការក្លែងព័ត៌មានអ្នកទទួលឬអ្នកផ្ញើ និងការដាក់តម្លៃទំនិញទាប។ ជាការឆ្លើយតប អង្គភាពគយមានទំនោរចាត់ទុកពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកជាប្រភេទដែលមានហានិភ័យខ្ពស់ ដូច្នេះពួកគេរឹតបន្តឹងការត្រួតពិនិត្យ ឬទាមទារទិន្នន័យបន្ថែមដូចជាលិខិតចុះបញ្ជីរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងនាមជាអ្នកនាំចូលមិនអនុញ្ញាតឱ្យបំពេញនីតិវិធីបែបបទពន្ធគយសាមញ្ញ ហើយតម្រូវឱ្យបំពេញបែបបទពន្ធគយផ្លូវការជាកំហិតសូម្បីសម្រាប់ទំនិញតម្លៃទាបក៏ដោយ និងបដិសេធដោយយោងលើលក្ខខណ្ឌអាជ្ញាប័ណ្ណ។

៤. គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ

១) អភិវឌ្ឍន៍ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងនិយ័តកម្មទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន

វាជាកិច្ចចាំបាច់ដែលត្រូវធានាឱ្យបាននូវការអនុវត្តន៍គោលការណ៍នៃផែនការមេភស្តុភារកម្មទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន។ អគ្គនាយកដ្ឋានភស្តុភារកម្ម ត្រូវបង្កើនសមត្ថភាពដើម្បីអាចរៀបចំគ្រប់គ្រងសម្របសម្រួល និងតាមដានការអនុវត្តន៍ផែនការមេភស្តុភារកម្ម។

ការធានាបាននូវសង្គតិភាពទៅនឹងកិច្ចព្រមព្រៀងអន្តរជាតិក៏ជាផ្នែកសំខាន់មួយផងដែរ។ ជាអនុសាសន៍គឺកម្ពុជាត្រូវពិចារណាផ្តល់សច្ចាប័នលើ "ក្របខ័ណ្ឌកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនដោយមិនប្រើក្រដាសស្នាមនៅតំបន់អាស៊ី និងប៉ាស៊ីហ្វិក (The Framework Agreement on Facilitation

of Cross-border Paperless Trade in Asia and the Pacific)"។ បន្ថែមពីនេះ ការពន្លឿនការអនុវត្តន៍កិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្ម និងកិច្ចព្រមព្រៀងឆ្លងកាត់ព្រំដែន និងការពង្រឹងក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ពាក់ព័ន្ធ គឺមានសារៈសំខាន់ក្នុងការបង្កើនវត្តមានរបស់កម្ពុជានៅក្នុងបណ្តាប្រទេសជាសមាជិកអាស៊ាន និងអនុតំបន់ទន្លេមេគង្គ និងជាពិសេស នៅពេលកម្ពុជាបាត់បង់ការអនុគ្រោះពន្ធដោយសារកម្ពុជានឹងចាកចេញពីឋានៈជាប្រទេសដែលមានការអភិវឌ្ឍតិចតួចនៅក្នុងរយៈពេលមធ្យម។ ជាកិច្ចប្រឹងប្រែង កម្ពុជាត្រូវផ្តោតលើការបន្តពិភាក្សាលើការធ្វើសុខដុមនីយកម្មនូវស្តង់ដារជាមួយប្រទេសជាដៃគូ និងដើម្បីកាត់បន្ថយរបាំងពន្ធគយ និងរបាំងមែនមែនពន្ធគយឆ្លងកាត់ព្រំដែន។

២) បន្តការអភិវឌ្ឍ និងដាក់ដំណើរការប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិ និងប្រព័ន្ធពាណិជ្ជកម្មដោយមិនប្រើក្រដាសស្នាមផ្សេងទៀត

ការអភិវឌ្ឍ និងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិដោយក្រសួង និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធទាំងអស់មានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនរបស់ប្រទេសកម្ពុជា។ ដោយសារហេតុផលនេះចាំបាច់ត្រូវដាក់ដំណើរការសាកល្បងនៃប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិដំណាក់កាលទី២ និងទី៣ តាមពេលវេលាកំណត់។ ប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិជាប្រព័ន្ធមួយមានភាពស្មុគស្មាញ ដែលមានលំហូរការងារពាក់ព័ន្ធនឹងអង្គភាពច្រើន ហើយក៏ជាប្រព័ន្ធដែលពាក់ព័ន្ធនឹងលំហូរការងារ និងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មច្រើន ហើយនឹងទាមទារឱ្យមានការធ្វើតេស្តសាកល្បងច្បាស់លាស់។ ការធ្វើឱ្យនីតិវិធីឆ្លងកាត់ព្រំដែនមានលក្ខណៈសាមញ្ញដូចជាការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបញ្ជរជាតិតែមួយ នឹងអាចកាត់បន្ថយរយៈពេលដឹកជញ្ជូនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ បន្ថែមពីលើប្រព័ន្ធបញ្ជរជាតិតែមួយ ក៏ចាំបាច់ត្រូវដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់នូវប្រព័ន្ធដោយមិនប្រើក្រដាសស្នាមផ្សេងទៀតដូចជា ប្រព័ន្ធផ្លាស់ប្តូរទិន្នន័យតាមរយៈប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកំពង់ផែ (Port Electronic Data Interchange System) និងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងកំពង់ផែ (Port Management System) ផងដែរ។

ក្រៅពីប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិនេះ យន្តការស្ថាប័នក្នុងការសម្របសម្រួលភាគីពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន ដោយមិនចាំប្រើក្រដាសស្នាម និងសមត្ថភាពបំពេញការងារពាក់ព័ន្ធនានា នឹងត្រូវពង្រឹងជាចាំបាច់ផងដែរ។ ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធក៏ចាំបាច់ត្រូវមានការបណ្តុះបណ្តាល និងពង្រឹងការយល់ដឹងពីលំហូរការងារទាំងអស់។ មួយវិញទៀត គណៈកម្មាធិការជាតិស្តីពីកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្ម និងអនុគណៈកម្មាធិការ និងក្រុមការងារ សុទ្ធតែមានសារៈសំខាន់ ដោយមូលហេតុថាគណៈកម្មាធិការនេះនឹងដើរតួជាអ្នកសម្របសម្រួលដល់កិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្ម។

៣) អភិវឌ្ឍន៍បណ្តាញហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរឹង និងសេវាដែលតម្រូវសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន

នៅពេលកម្រិត និងទំហំពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនកើនឡើង ក្រុមហ៊ុននឹងត្រូវប្រើប្រាស់ឃ្លាំង រួមទាំងឃ្លាំងគយ (Bonded Warehouses) ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅមាត់ច្រកយុទ្ធសាស្ត្រនៅតាមព្រំដែន។ វាជាកិច្ចចាំបាច់ដែលត្រូវពង្រឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅស្នូល ដែលបានរៀបរាប់ក្នុងកម្មវិធីទំនើបកម្មភស្តុភារកម្ម (LMP) ដូចជា ការដឹកជញ្ជូនទំនិញឆ្លងកាត់ព្រំដែនដោយចំណាយតិច និងឆាប់រហ័សជាងមុន ដើម្បីរក្សាបាននូវទំហំវិនិយោគរបស់ប្រទេសកម្ពុជា ផ្តល់ជម្រើសសេវាភស្តុភារកម្មកាន់តែច្រើន និងទំនើបជាជាងការអនុញ្ញាតឱ្យដាក់ទំនិញនៅក្នុងកុងទីន័រតែមួយ (Less than Container Load) និងការគ្រប់គ្រងសន្និធិដោយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ជំនួសឱ្យអតិថិជន (Vendor Managed Inventory) ។ល។

៤) បង្កើនសមត្ថភាព និងប្រសិទ្ធភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន/សហគ្រាសសម្រាប់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងដែន

ដើម្បីជំរុញកំណើនពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន ចាំបាច់ត្រូវតែមានការកែលម្អនៅកម្រិតសហគ្រាស។ កិច្ចការនេះពាក់ព័ន្ធនឹងការបង្កើនការយល់ដឹងរបស់សហគ្រាស/ពាណិជ្ជករ អ្នកផ្តល់សេវាភស្តុភារកម្ម ជើងសារគយ[២០] និងអង្គភាពផ្សេងទៀតទាក់ទងនឹងបទប្បញ្ញត្តិ ក៏ដូចជាឧត្តមានុវត្តន៍ដែលត្រូវប្រតិបត្តិតាមក្រដាសស្នាមរដ្ឋបាល និងដំណើរការបំពេញបែបបទគយ។ គំនិតផ្តួចផ្តើមកម្មវិធីលើកទឹកចិត្តជូនពាណិជ្ជករផ្តើម (The Best Traders Incentive Initiative) គួរបន្ត និងជំរុញបន្ថែមដើម្បីលើកទឹកចិត្តឱ្យមានឧត្តមានុវត្ត៍ ប៉ុន្តែត្រូវធ្វើការត្រួតពិនិត្យជាចាំបាច់ដើម្បីធានាថាសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម អាចបំពេញតាមលក្ខខណ្ឌវិនិច្ឆ័យ និងធានាថាកម្មវិធីលើកទឹកចិត្តដើរតួនាទីសំខាន់ក្នុងការលើកទឹកចិត្តសហគ្រាស។ ការបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេសភស្តុភារកម្ម (Logistics Technical Training Center) ក៏ដូចជាគំនិតផ្តួចផ្តើមកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលគ្រូបង្គោល (Training of Trainer) ដែលតាមរយៈគំនិតផ្តួចផ្តើមទាំងនេះ ទាំងវិស័យសាធារណៈ និងវិស័យឯកជន អាចមានឱកាសបន្ថែមក្នុងការទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាល។

គំនិតផ្តួចផ្តើមរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលអាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីធានានូវភាពជឿជាក់ និងទំនុកចិត្តលើប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឆ្លងកាត់ព្រំដែន ដែលសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅកម្ពុជា ដើរតួជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់។ គំនិតផ្តួចផ្តើមនេះ អាចមានទម្រង់ជាថ្នាលទីផ្សារពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកទម្រង់ជាអាជីកម្មទៅអាជីវកម្ម (B2B) ស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងដោយរដ្ឋាភិបាល និងធ្វើប្រតិបត្តិការក្នុងរូបភាពជាច្រកមួយសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមរបស់កម្ពុជា ធ្វើឱ្យមានការពង្រីកទីផ្សារផលិតផលរបស់ខ្លួនទៅកាន់ពិភពលោក និងអាចទៅដល់អតិថិជនកាន់តែច្រើន។

កត្តាមួយទៀតគឺពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនក្រៅផ្លូវការ គួរសិក្សាពិនិត្យថាតើ សហគ្រិនធុនមីក្រូដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន អាចបញ្ចូលទៅក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកទាក់ទងនឹងសកម្មភាពឆ្លងកាត់ព្រំដែន ដែលជាជំហានអន្តរកាលមួយឆ្ពោះទៅដល់ភាពជាផ្លូវការ។

៥. ទ្រឹស្តីនៃបម្រែបម្រួល

ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ
ការចូលរួមធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅមានកម្រិតដោយសារ វិស័យនេះពុំទាន់	• មានអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាភស្តុភារកម្មក្រោមរូបភាពជាការដឹកជញ្ជូនដោយភាគីទី៣ (3PL) ដែលមានសមត្ថភាពឆ្លើយតបនឹងការផ្តល់សេវាកម្មភស្តុភារកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន រួមផ្សំជាមួយនឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធព្រំដែនទាំងផ្នែកទន់ និងរឹង ដែលមានលក្ខណៈរឹងមាំ • អ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាភស្តុភារកម្មក្រោមរូបភាព 3PL ដែលមានសមត្ថភាពឆ្លើយតបនឹងការផ្តល់ សេវាកម្មភស្តុភារកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន ដោយអាចធ្វើក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកផ្តល់សេវាកម្មកាន់តែសម្បូរបែប

[២០] កម្មវិធីទំនើបកម្មភស្តុភារកម្ម លើកឡើង "សេវាកម្មជើងសារគយនៅពុំមានទាន់មានគុណភាពល្អទេ។ មានការត្អូញត្អែរជាច្រើនបានអះអាងថាសេវាកម្មរបស់ជើងសារគយពុំមានគុណភាពល្អដោយសារមានកំហុសជាច្រើនក្នុងឯកសារដែលចាំបាច់សម្រាប់បំពេញបែបបទបញ្ចេញទំនិញពីគយ។ ធុរជន និងផលិតករជារឿយៗរងការខាតបង់ពេលវេលា ដែលបណ្តាលឱ្យពួកគេត្រូវរងការចំណាយពុំចាំបាច់ផ្សេងៗ។ គួរត្រូវធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលបន្ថែមដល់ជើងសារគយដើម្បីឱ្យពួកគេអាចធ្វើការប្រកបវិជ្ជាជីវៈ និងធ្វើឱ្យជំនាញសេវាកម្មរបស់ពួកគេកាន់តែមានលក្ខណៈប្រសើរដើម្បីបម្រើដល់ច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ពាណិជ្ជកម្ម"

មានភាពចាស់ទុំ ហើយសេវាកម្មក៏ពុំទាន់មានគុណភាព	• ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរឹង (ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្តនៅមាត់ច្រកព្រំដែន) និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទន់ (ដែលមានការគាំទ្រពីស្ថាប័ន និងអនុលោមតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវនៃឯកសារ) សម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ដែន ដែលមានភាពរឹងមាំ

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តន៍ភាព	គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ	សកម្មភាពនៅក្នុងផែនការសកម្មភាព
១. ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរឹងនៅកន្លែងឆ្លងកាត់ព្រំដែន/នៅព្រំដែន ដែលមានដូចជាផ្លូវថ្នល់ និងបណ្តាញគណ្ឋាគារ នៅមានកម្រិត។	១. ព្យាករណ៍កំណើននៃប្រតិបត្តិការឆ្លងកាត់ព្រំដែន ស្របតាមផែនការមេភស្តុភារកម្ម ២. អភិវឌ្ឍក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងបទបញ្ញត្តិទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន	8.3.1, 8.1.2,
២. នីតិវិធីពន្ធគយអាចត្រូវការពេលវេលាច្រើន និងតម្រូវឱ្យមានឯកសារចាំបាច់មួយចំនួនសម្រាប់អ្នកនាំចូល និងអ្នកនាំចេញ	៣. បន្តការអភិវឌ្ឍ និងដាក់ដំណើរការប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិ និងប្រព័ន្ធពាណិជ្ជកម្មដោយមិនប្រើក្រដាសស្នាមផ្សេងទៀត ដែលនឹងត្រូវធ្វើអន្តរប្រតិបត្តិការទាំងនៅក្នុងប្រទេសនិងឆ្លងកាត់ព្រំដែន ក៏ដូចជាធានាដល់ភាពស្របគ្នាជាមួយក្របខ័ណ្ឌច្បាប់នាពេលអនាគត ជាពិសេសច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	8.1.8, 8.1.9, 8.4.3, 8.1.4, 8.2.1, 8.2.2, 8.2.3, 8.2.4, 8.2.5
៣. ការដឹកជញ្ជូនគ្មានដែនកំណត់នៅមានកម្រិត ទោះបីជាមានការធ្វើកំណែទម្រង់ក៏ដោយ ។	៤. អភិវឌ្ឍន៍បណ្តាញហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរឹង និងសេវាកម្មដែលចាំបាច់ សម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន	8.1.1, 8.4.3
៤. ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនគឺជាប្រធានបទដែលកំពុងផុសផុលមួយនៃកិច្ចចរចារថ្នាក់អន្តរជាតិនានា។	៥. បង្កើនសមត្ថភាព និងប្រសិទ្ធភាពរបស់សហគ្រាសសម្រាប់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន	8.1.2, 8.1.4, 8.1.5, 8.1.6, 8.1.7
៥. ជម្រើសសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនទំនិញឆ្លងកាត់ព្រំដែន នៅមានកម្រិត ក្នុងន័យដែលអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មភស្តុភារកម្ម 3PL មានចំនួនតិច។	៦. ត្រូវគិតពន្ធសម្រាប់ប្រតិបត្តិពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្រៅផ្លូវការ	8.4.2
៦. មុខងារសំខាន់ៗផ្សេងៗទាក់ទងនឹងភស្តុភារកម្ម ដូចជា "ការបញ្ជូនទំនិញត្រលប់ទៅវិញ" មិនទាន់មាននៅឡើយ ដែលបណ្តាលឱ្យអតិថិជនអន្តរជាតិពុំមានទំនុកចិត្ត។		7.5.3, 7.5.4
៧. ចាំបាច់ត្រូវបង្កើនសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសសម្រាប់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន		8.4.1, 8.4.2, 8.4.3, 8.4.4, 8.4.5
ភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗដែលចូលរួម		
MPWT, MoC, Cambodia Post, GDCE		

ជំពូកទី៨៖ ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន

គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ

០១ ព្យាករណ៍កំណើននៃប្រតិបត្តិការឆ្លងកាត់ព្រំដែន ស្របតាមផែនការមេភស្តុភារកម្ម

០២ អភិវឌ្ឍក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងបទបញ្ញត្តិទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន

០៣ បន្តការអភិវឌ្ឍ និងដាក់ដំណើរការ ប្រព័ន្ធបញ្ជរតែមួយជាតិ និងប្រព័ន្ធពាណិជ្ជកម្មដោយមិនប្រើក្រដាសស្នាមផ្សេងទៀត ដែលនឹងត្រូវធ្វើអន្តរប្រតិបត្តិការទាំងនៅក្នុងប្រទេសនិងឆ្លងកាត់ព្រំដែន ក៏ដូចជាធានាដល់ភាពស្របគ្នាជាមួយក្របខ័ណ្ឌច្បាប់នាពេលអនាគត ជាពិសេសច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

០៤ អភិវឌ្ឍន៍បណ្តាញហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរឹង និងសេវាកម្មដែលចាំបាច់សម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន

០៥ បង្កើនសមត្ថភាព និងប្រសិទ្ធភាពរបស់សហគ្រាសសម្រាប់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន

០៦ ត្រូវគិតពន្ធសម្រាប់ប្រតិបត្តិពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្រៅផ្លូវការ

ការចូលរួមធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់
អេឡិចត្រូនិកនៅមានកម្រិតដោយ
ហើយសេវាកម្មក៏ពុំទាន់មានគុណ

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព

ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរឹងនៅមានភាពទន់ខ្សោយ។

ដំណើរការបំពេញបែបបទគយត្រូវប្រើពេលវេលាច្រើន។

ការដឹកជញ្ជូនគ្មានដែនកំណត់នៅមានកម្រិត។

ពាណិ
ជាប្រ
ផុល
អន្តរ

លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ

មានអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាភស្តុភារកម្មក្រោមរូមភាពជាការដឹកជញ្ជូន ដោយភាគីទី៣ (3PL) ដែលមានសមត្ថភាពឆ្លើយតបនឹងការផ្តល់សេវាកម្មភស្តុភារកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន

ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរឹង និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទន់ សម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ដែន ដែលមានភាពរឹងមាំ

ាត់ព្រំដែនតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធ
ឯយសារ វិស័យនេះពុំទាន់មានភាពចាស់ទុំ
ឃាភាព។

ណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនគឺ
ប្រធានបទដែលកំពុងផុស
បម្មុយនៃកិច្ចចរចារថ្នាក់
រជាតិនានា។

ជម្រើសសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនទំនិញឆ្លងកាត់ព្រំដែននៅមានកម្រិត។

កង្វះគោលនយោបាយការបញ្ជូនទំនិញត្រលប់ទៅវិញ។

សមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសសម្រាប់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែននៅមានកម្រិត។

ជំពូកទី៩
ការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន

១. សេចក្តីផ្តើម

ទោះបីជាវិស័យធនាគារនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានការរីកចំរើនយ៉ាងណាក្តី ក៏សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមពុំទាន់ទទួលបានយន្តការសមស្របដើម្បីទទួលបានទុនបង្វិល និងហិរញ្ញប្បទានវិនិយោគនៅឡើយ។ បញ្ហាប្រឈមទាក់ទងនឹង "The Missing Middle" ផ្តល់ផលប៉ះពាល់ជាពិសេសដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល រួមទាំងក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកផងដែរ។ ដោយសារសហគ្រាសធនតូច និងមធ្យមធ្វើពាណិជ្ជកម្ម តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមានការរីកចម្រើន នោះអត្រាការប្រាក់ខ្ពស់ ការពឹងផ្អែកលើទុនបង្វិល និងគំរូអាជីវកម្មដែលមានតម្លៃទាប ពុំមាននិរន្តន៍ភាពនោះទេ។ បន្ថែមពីលើនេះ អាជីវកម្មបង្កើតថ្មី និងក្រុមហ៊ុនតូចៗនឹងមិនអាចដោះស្រាយបញ្ហានានារបស់អាជីវកម្មបាន ប្រសិនបើគ្មានប្រាក់កម្ចី ជាពិសេសនៅពេលដែលមានកំណើនការប្រកួតប្រជែងពីសហគ្រាសអន្តរជាតិនៅកម្ពុជា។ ភាពទាក់ទាញនៃទីផ្សារ និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលរបស់កម្ពុជា បានជំរុញឱ្យមានវត្តមាននៃគំរូហិញ្ញប្បទាននានាដូចជា Venture Capital, Angel Investment និង Equity Funding ប៉ុន្តែស្ថិតនៅក្នុងដំណាក់កាលដំបូងនៅឡើយ។ ដើម្បីបង្កើនទំនុកចិត្តលើការសងត្រឡប់វិញរបស់សហគ្រាសបាន ចាំបាច់ត្រូវអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាស។ លើសពីនេះទៅទៀត យុទ្ធសាស្ត្រជាតិស្តីពីបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុឆ្នាំ២០១៩-២០២៥ ដែលបានអនុម័តដោយទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រីកាលពីថ្ងៃទី១២ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១៩ បានជំរុញស្ថាប័នធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុឱ្យបង្កើនការផ្តល់

ឥណទានដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងសហគមន៍អភិវឌ្ឍន៍កសិកម្ម និងទីជនបទ តាមរយៈការអភិវឌ្ឍផលិតផល និងមធ្យោបាយជាសកម្មភាពនានា។

២. ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន

ប្រព័ន្ធធនាគារនៅកម្ពុជាមានលក្ខណៈចំរុះ រួមមាន ធនាគារពាណិជ្ជ ធនាគារឯកទេស គ្រឹះស្ថាន មីក្រូហិរញ្ញវត្ថុទទួលប្រាក់បញ្ញើ (MDI) គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ (MFI) ឧបករណ៍មូលធនបម្រុងទុក(RCI) ក្រុមហ៊ុនភតិសន្យាហិរញ្ញវត្ថុ និងស្ថាប័នផ្តល់សេវាទូទាត់ (PSI) ដែលផ្តល់សេវាកម្មដល់អតិថិជន។ ស្ថាប័នធនាគារបានបង្កើនវិសាលភាពសេវាកម្ម និងបណ្តាញប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន ដោយពង្រីកសាខាទៅតាមបណ្តាខេត្ត និងក្រុងនានានៅក្នុងប្រទេស។

យោងទៅតាមរបាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំរបស់ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាឆ្នាំ២០១៩ ស្ថាប័នធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុនៅកម្ពុជា មានកំណើនរឹងមាំហើយទ្រព្យសកម្មសរុបកើនឡើងចំនួន ២០ភាគរយ ពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ ដែលឈានដល់ប្រមាណ ៥១ពាន់លានដុល្លារអាមេរិក។ នៅក្នុងវិស័យធនាគារអ្នកប្រើប្រាស់សេវាសំខាន់ៗមានដូចជា អ្នកប្រកបអាជីវកម្មលក់ដុំនិងរាយ (២៥.៤ភាគរយ) សំណង់និងអចលនទ្រព្យ (១៧.៩ភាគរយ) កសិកម្មរុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ (៧.៣ភាគរយ)។ នៅក្នុងវិស័យមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ អ្នកប្រើប្រាស់សេវាសំខាន់ៗតាមវិស័យ រួមមាន វិស័យកសិកម្ម (១៩.៤ភាគរយ) គ្រួសារ (៣៤.១ភាគរយ) ពាណិជ្ជកម្ម (១៨.៣ភាគរយ) និងសេវាកម្ម (១៤.៤ភាគរយ)។ កសិកម្មនៅតែជាវិស័យអាទិភាពរបស់រដ្ឋាភិបាល ដោយសារការគិតគូរពីបញ្ហាសន្តិសុខស្បៀង និងការងារនៅជនបទ។

ការិយាល័យឥណទាននៃកម្ពុជា (Credit Bureau Cambodia) បង្កើតលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដើម្បីពិនិត្យក្រុមហ៊ុនឱ្យបានល្អិតល្អន់ហើយវាជាឃ្លាំងពត៌មានឥណទានដ៏សំខាន់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ការិយាល័យឥណទាននេះ អនុញ្ញាតឱ្យស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុពិនិត្យមើលប្រវត្តិឥណទានរបស់បុគ្គល និងសហគ្រាស ព្រមទាំងបង្កើតឱ្យមានយន្តការកែសម្រួលសម្រាប់បុគ្គលណាដែលគិតថាព័ត៌មានរបស់ពួកគេត្រូវបានរាយការណ៍មិនត្រឹមត្រូវ។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ចាំបាច់ត្រូវពង្រឹងការយល់ដឹងរបស់អតិថិជន ដោយសារបុគ្គល និងសហគ្រាសភាគច្រើនពុំទាន់យល់ដឹងពីសារៈសំខាន់នៃទិន្នន័យឥណទាន។

ធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (SME Bank) បានចាប់ផ្តើមដំណើរការកាលពីដើមឆ្នាំ២០២០។ ធនាគារនេះត្រូវការឱ្យមានការចូលរួមពីរាជរដ្ឋាភិបាល ដើម្បីកសាងទំនុកចិត្តរបស់វិស័យធនាគារលើលទ្ធភាពជោគជ័យរបស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ក្នុងន័យនេះ ធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម នឹងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់។ ធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីជួយដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលមានបំណងចូលរួម ឬធ្វើពិពិធកម្មប្រតិបត្តិការនៅក្នុងទំនិញពាក់កណ្តាលសម្រេច និងទំនិញសម្រេច។ ធនាគារនេះត្រូវបានគាំទ្រដោយរដ្ឋាភិបាល ជាមួយនឹងដើមទុនដំបូងចំនួន១០០លានដុល្លារសហរដ្ឋអាមេរិក ដែលបានមកពីសហហិរញ្ញប្បទានស្មើគ្នារវាងក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងគ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុនានា។ ដោយផ្អែកលើសមិទ្ធិផល និងទំហំកម្ចីជាក់ស្តែងរបស់ធនាគារនេះ ដើមទុននៃធនាគារនេះ នឹងមានកំណើននាពេលខាងមុខ។ ទោះបីជាសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅគ្រប់វិស័យនានាអាចទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន ក៏អាទិភាពត្រូវបានផ្តល់ដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមណាដែលផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងដំណើរការកែច្នៃក្នុងស្រុក ការវិនិយោគផ្ទាល់ពីបរទេស វិស័យទេសចរណ៍ និងអាជីវកម្ម បង្កើតថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។ ធនាគារនេះ នឹងផ្តល់ប្រាក់កម្ចីដោយផ្ទាល់ដល់ក្រុមហ៊ុន ហើយក៏នឹងអាចផ្តល់សន្ទនីយភាព (Liquidity) ដល់ធនាគារ

ពាណិជ្ជ និងគ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុមួយចំនួន ដើម្បីជំរុញឱ្យមានការផ្តល់ប្រាក់កម្ចីទៅដល់អតិថិជនជាសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។

៣. បញ្ហាប្រឈម

ការផ្តល់ប្រាក់កម្ចី ជាពិសេសតាមរយៈធនាគារ និងគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុក្នុងស្រុក មានគោលបំណងបម្រើឱ្យតម្រូវការទុនបង្វិលរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដែលមានវត្ថុបញ្ចាំជាដីធ្លី ការប្រើប្រាស់ប្រាក់លើសកំណត់ (Overdraft) ការគ្រប់គ្រងលើប្រាក់ខែ ភតិសន្យាហិរញ្ញវត្ថុ និងសេវាប្តូរប្រាក់។ ទោះបីជាប្រព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុមាន សន្ទនីយភាព ហើយការផ្តល់ឥណទានជាប្រាក់ដុល្លាក៏ដោយ ក៏សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមពុំមានលទ្ធភាពក្នុងការទទួលបានប្រាក់កម្ចីដោយសារអត្រាការប្រាក់ខ្ពស់។ ទន្ទឹមនឹងនេះ សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម យល់ថាអត្រាការប្រាក់ខ្ពស់នេះពុំមានទាក់ទងជាមួយនឹងហានិភ័យនៃស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុទេ។ ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាបានកំណត់អត្រាការប្រាក់អប្បបរមាត្រឹម ១៨% សម្រាប់គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុទទួលប្រាក់បញ្ញើ គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ និងឧបករណ៍មូលធនបម្រុងទុក ដើម្បីការពារអ្នកប្រើប្រាស់ពីការគិតអត្រាការប្រាក់ខ្ពស់ពេក។

បច្ចុប្បន្ននេះ ពុំទាន់មានឧបករណ៍ផ្តល់ប្រាក់កម្ចីជាក់លាក់ណាមួយសម្រាប់អាជីវកម្មបង្កើតថ្មីក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យា និង/ឬ ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅឡើយទេ។ វិស័យឯកជនបានលើកឡើងថា ការផ្តល់ប្រាក់កម្ចីមានភាពលំអៀង និងមិនសមស្របសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដែលគ្មានទីតាំង គ្មានសាច់ប្រាក់ និងធ្វើការកែច្នៃ ដូចជាក្រុមហ៊ុនធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមដែលធ្វើការនាំចេញ និងអាជីវកម្មបង្កើតថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។ លក្ខខណ្ឌតម្រូវឱ្យមានទ្រព្យបញ្ចាំ ចំពោះសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមភាគច្រើន នៅតែជាបញ្ហាប្រឈម ហើយការយល់ដឹងរបស់ធនាគារលើការប្រតិបត្តិការរបស់វិស័យថ្មីៗដែលទើបលេចឡើង នៅមានកម្រិតទាប។

លើសពីនេះទៅទៀត ក៏មានបញ្ហាប្រឈមផ្នែកតម្រូវការ (Demand Side) ផងដែរ។ ជាក់ស្តែង ការសន្សំនៅកម្ពុជាមានអត្រាទាប ដែលធ្វើឱ្យគ្រឹះស្ថានផ្តល់ប្រាក់កម្ចីពិបាកក្នុងការពិនិត្យលទ្ធភាពសងត្រឡប់ (Credit Worthiness) របស់អ្នកស្វែងរកប្រាក់កម្ចីនីមួយៗ។

យើងឃើញថា មានការចាប់ផ្តើមកកើតឡើងនូវយន្តការហិរញ្ញប្បទានថ្មីៗ។ សហគ្រាសនៃសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលនៅដំណាក់កាលដំបូង អាចស្វែងរកគំរូហិរញ្ញប្បទាននានា ដូចជា កម្មវិធីបង្កើតគំនិត (Ideation Programs) កម្មវិធីពន្លាស់ (Incubators) ដែលត្រូវបានអនុវត្តច្រើន កម្មវិធីពន្លឿនការលូតលាស់ (Accelerator) កម្មវិធីប្រកួតប្រជែងពានរង្វាន់ និងការដាក់សំណើគម្រោងអាជីវកម្ម និងការបណ្តាក់ទុនតាមរយៈ Angel Investors ជាដើម។ ទំហំនៃការវិនិយោគដែលទទួលបានពីប្រភពទាំងនេះនៅមានកម្រិតទាបនៅឡើយ។ ក្រុមហ៊ុនដែលមិនស្ថិតនៅដំណាក់កាលដំបូង ពុំសូវមានជម្រើសយន្តការហិរញ្ញប្បទានច្រើនឡើយ ហើយជាទូទៅ ជម្រើសយន្តការហិរញ្ញប្បទាន មានដូចជា អ្នកបណ្តាក់ទុនតាមបែប Venture Capital និងភាគហ៊ុនឯកជន (Private Equity)។ អ្នកបណ្តាក់ទុនតាមបែប Venture Capital មានដូចជា មូលនិធិនវានុវត្តន៍ឌីជីថលរបស់ក្រុមហ៊ុនស្មាតអាស្យាតា (Smart Axiata Digital Innovation Fund (SADIF) មូលនិធិ Ooctane និងអាជីវកម្មបង្កើតថ្មីចំនួនប្រមាណ៥០០ ។

៤. គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ

លក្ខខណ្ឌតម្រូវដើម្បីទទួលបានហិរញ្ញប្បទាននៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ត្រូវបានបែងចែកជាបី រួមមាន៖ ១) ដើមទុនដំបូង (Seed Capital) សម្រាប់អាជីវកម្មបង្កើតថ្មីដែលស្ថិតនៅដំណាក់កាលដំបូង ២) លក្ខខណ្ឌតម្រូវឱ្យមានដើមទុនធ្វើការ (Working Capital) ស្រដៀងនឹងលក្ខខណ្ឌតម្រូវរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមផ្សេងទៀត ៣)ឧបករណ៍ហិរញ្ញប្បទានពាណិជ្ជកម្ម សម្រាប់សកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន។ ជាធម្មតា ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលធ្វើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មលើច្រើនផ្នែក ដូចជាផ្នែកពត៌មានវិទ្យា ខ្សែប្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ និងក្នុងករណីខ្លះជាពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន រួមចំណែកដល់ការបង្កើតឧបករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងជាគោលដៅដ៏ល្អសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដែលមានស្រាប់។ ស្របពេលជាមួយគ្នានេះដែរ ក៏ចាំបាច់ត្រូវអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសលើផ្នែកគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការ និងបញ្ជិកាគណនេយ្យ ព្រមទាំងលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងពីជម្រើសឧបករណ៍ហិរញ្ញប្បទាននានា។

គោលដៅនៃយុទ្ធសាស្ត្រខាងក្រោមនឹងផ្សារភ្ជាប់ការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន ទៅនឹងលក្ខខណ្ឌតម្រូវដើម្បីទទួលបានហិរញ្ញប្បទានរបស់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក៖

១) អភិវឌ្ឍន៍និងជំរុញការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះ គឺដើម្បីធានាថាក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមានជម្រើសហិរញ្ញប្បទាននានា ដែលផ្តល់ដោយធនាគារពាណិជ្ជ និងគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុនានា។ ដោយសារស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុនឹងនៅតែប្រឈមនឹងហានិភ័យរហូតដល់ទីបញ្ចប់នៃការផ្តល់ប្រាក់កម្ចី និងការសងបំណុល នោះសកម្មភាពនៃគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះ គឺដើម្បីតភ្ជាប់គម្លាត និងកសាងទំនុកចិត្តរវាងសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ ក៏ដូចជាដើម្បីជូនដំណឹងដល់ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុអំពីសក្តានុពលប្រាក់ចំណេញពីការគាំទ្រវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងដើម្បីកាត់បន្ថយហានិភ័យរបស់ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុតាមរយៈធនាគារ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។ ឧទាហរណ៍៖ សំណើតម្លៃសម្រាប់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវស្នើឱ្យច្បាស់លាស់ទៅកាន់ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ ហើយបញ្ហាប្រឈមជាក់លាក់ និងផ្នែកដែលត្រូវការហិរញ្ញប្បទានគួរបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់។ ស្របពេលជាមួយគ្នានេះដែរ ធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម អាចមានសក្តានុពលក្នុងការផ្តល់សន្ទនីយភាពដល់ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីជាការលើកទឹកចិត្តឱ្យស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុកបង្កើតបន្ទាត់ឥណទានជាក់លាក់ សម្រាប់ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ជាមួយនឹងការធានា និងការបែងចែកហានិភ័យក្នុងកម្រិតណាមួយ។

ដោយហេតុថាវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលចាប់ផ្តើម ដូចនេះដំណើរការនៃធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ជាលក្ខខណ្ឌចាំបាច់មួយដោយមានការចូលរួមគំនិតយោបល់ពីស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុទាក់ទងនឹងតួនាទីរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការកសាងទំនុកចិត្ត និងបែងចែកហានិភ័យ (តាមរយៈការធានា ឥណទាន)។ សម្រាប់ពេលអនាគត យើងអាចសិក្សាពីលទ្ធភាពពង្រីកតួនាទី

របស់ធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម រួមទាំងសកម្មភាពរបស់ធនាគារនាំចេញនាំចូល ដោយសារមានការរំពឹងទុកថាក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឆ្លងកាត់ព្រំដែន និងសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម នឹងមានកំណើនក្នុងពេលដ៏ខ្លីខាងមុខ។

លើសពីនេះទៅទៀត នឹងមានការសិក្សាវាយតម្លៃលើជម្រើសសម្រាប់បង្កើតភាពបត់បែននៃលក្ខខណ្ឌវត្ថុបញ្ចាំ (ចលនទ្រព្យ ដូចជាវិក័យបត្រ គណនីត្រូវទទួល និងសន្និធិ) ក៏ដូចជាឧបករណ៍ហិរញ្ញប្បទានពាណិជ្ជកម្ម រួមមាន លិខិតឥណទាន (Letter of Credit) ហិរញ្ញប្បទានលើខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ (Supply Chain Financing) ហិរញ្ញប្បទាន លើការលក់គណនីត្រូវទទួល (Factoring) និងការធានាឥណទាន (Credit Insurance)។

កិច្ចការទាំងអស់នេះគួរតែអនុវត្តនៅក្នុងវិធីសាស្រ្ត Sandbox ឬការធ្វើសាកល្បង ដើម្បីតេស្ត និងទទួលយកដំណោះស្រាយ។

២) លើកកម្ពស់យន្តការហិរញ្ញប្បទានផ្សេងទៀត និងកែលម្អការត្រៀមខ្លួនសម្រាប់ការវិនិយោគរបស់សហគ្រាស ដើម្បីធានា និងស្រូបយកការវិនិយោគ

ហិរញ្ញប្បទានផ្សេងៗទៀត រួមមាន ការវិនិយោគទុនបែប Venture Capital ភាគហ៊ុនឯកជន ការបណ្តាក់ទុនលក្ខណៈ Angel Investment ការវិនិយោគទុនពីបុគ្គលម្នាក់ទៅបុគ្គលម្នាក់ (Peer-to-Peer (P2P)) និងការប្រមូលថវិកាបែប Crowd Funding នឹងមានសារៈសំខាន់កាន់តែខ្លាំងសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនក្នុងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ដូចជាក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកជាដើម។ មូលហេតុចម្បងគឺថាសំណើតម្លៃវិនិយោគផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា នៅកម្ពុជាកំពុងតែមានភាពប្រសើរឡើង។ វិនិយោគិនបរទេស ជាពិសេសវិនិយោគិនក្នុងតំបន់កំពុងតែព្យាយាម ធ្វើពិពិធកម្មលើទំនិញ និងសេវារបស់ពួកគេ ហើយកម្ពុជាមានភាពទាក់ទាញនៅត្រង់ថា ទីផ្សារកម្ពុជាមានកម្លាំងពលកម្មដែលអាចបណ្តុះបណ្តាលបាន ចំនួនច្រើននៃកម្លាំងពលកម្មក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យា និងបរិយាកាសវិនិយោគសេរី។ បើផ្អែកលើកំណើនយ៉ាងខ្លាំងនៃវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា (ដែលបង្ហាញពីការត្រៀមខ្លួនរបស់អ្នកប្រើប្រាស់) និងសក្តានុពលនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា នោះករណីអាជីវកម្មសម្រាប់វិនិយោគនៅកម្ពុជាមានលក្ខណៈរឹងមាំ។ គោលដៅនៃយុទ្ធសាស្រ្តនេះគឺផ្តោតសំខាន់លើការអភិវឌ្ឍបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់វិនិយោគិន (ពិសេសសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក) និងផ្សារភ្ជាប់នូវគម្លាតព័ត៌មាន និងទំនុកចិត្តនាពេលបច្ចុប្បន្ន។ វិធីសាស្រ្តប្រមូលថវិកាតាមបែប P2P និង Crowd Funding គួរតែត្រូវបានសិក្សាយ៉ាងលម្អិត ដោយមូលហេតុថាវិធីសាស្រ្តបែបនេះនៅមានតិចតួចនៅឡើយ ហើយការយល់ដឹងពីសក្តានុពលនៃវិធីសាស្រ្តទាំងនេះនៅមានកម្រិតនៅឡើយ។ បន្ថែមពីលើនោះទៀត សកម្មភាពនៃគោលដៅយុទ្ធសាស្រ្តនេះ ក៏ផ្តោតទៅលើការជួយបង្កើនលទ្ធភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងទទួលបានការវិនិយោគ តាមរយៈគំនិតផ្តួចផ្តើមធ្វើការបណ្តុះបណ្តាល ការបង្វឹកបង្ហាត់ និងការណែនាំដើម្បីពួកគេបានត្រៀមខ្លួនយ៉ាងល្អក្នុងការជួយវិនិយោគិនដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ទាក់ទងនឹងការពិនិត្យអតិថិជន។

៣) ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវកម្រិតគួរឱ្យទុកចិត្តនៃឥណទានរបស់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

បញ្ហាប្រឈមរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា មិនអាចបណ្តាលមកពីព្រួយបារម្ភនឹងហានិភ័យ ឬកង្វះភាពបត់បែននៅផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ទាំងស្រុងនោះទេ។ មូលដ្ឋាននៃសហគ្រាសត្រូវមានកំណែទម្រង់ជាចាំបាច់ ប្រសិនបើពួកគេមានបំណងដាក់សំណើទៅកាន់ស្ថាប័នផ្តល់ប្រាក់កម្ចី។ ឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុនគួរតែត្រូវបានចុះបញ្ជី ហើយរាល់ឯកសាររដ្ឋបាលគួរតែរៀបចំឱ្យមានរបៀបរៀបរយ។ វិន័យប្រតិបត្តិការកម្រិតខ្ពស់ត្រូវតែអនុវត្តសម្រាប់គ្រប់គ្រងលំហូរហិរញ្ញវត្ថុ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ និងការរៀបចំរដ្ឋបាលនាដំណាច់ឆ្នាំ។ កិច្ចការមូលដ្ឋានសំខាន់ៗ ដូចជាផែនការអាជីវកម្មលម្អិតដែលជាលក្ខខណ្ឌមួយក្នុងចំណោមលក្ខខណ្ឌតម្រូវផ្សេងៗទៀតកំណត់ដោយស្ថាប័នផ្តល់ប្រាក់កម្ចី គឺជាធាតុដ៏សំខាន់សម្រាប់ធនាគារក្នុងការវាយតម្លៃអោយបានត្រឹមត្រូវនូវភាពទុកចិត្តបាននៃឥណទាន របស់ក្រុមហ៊ុនដែលកំពុងស្វែងរកឥណទាន។

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះ នឹងផ្តោតទៅលើកិច្ចប្រឹងប្រែងដើម្បីពង្រឹងការយល់ដឹង និងការបណ្តុះបណ្តាល ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ឱ្យអនុវត្តតាមគំរូឧត្តមានុវត្តន៍នៃប្រតិបត្តិការនិងការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ ដែលអាចជួយពួកគេអាចបង្ហាញនូវកំណត់ត្រាត្រឹមត្រូវនិងភាពគួរឱ្យទុកចិត្តបាននៃឥណទាន។ ចំពោះផ្នែកស្ថាប័ន ការពង្រឹងគុណភាពទិន្នន័យនៃការិយាល័យឥណទានកម្ពុជាទៅលើរបាយការណ៍សហគ្រាស និងបុគ្គលនឹងផ្តល់នូវចំណុចសម្រាប់ការពិនិត្យបឋម និងការពិនិត្យពិច័យច្បាស់លាស់ដោយស្ថាប័នផ្តល់ប្រាក់កម្ចី។ ក្នុងន័យនេះ ក៏ត្រូវពង្រីកការយល់ដឹងបន្ថែមទៀតរបស់ស្ថាប័នផ្តល់ប្រាក់កម្ចីផងដែរទៅលើក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ព្រោះថាក្រុមហ៊ុនខ្លះធ្វើប្រតិបត្តិការថ្មីៗដូចជាអាជីវកម្មបង្កើតថ្មីផ្នែកពត៌មានវិទ្យា អ្នកលក់រាយតាមអនឡាញ ហើយខ្លះទៀតធ្វើប្រតិបត្តិការឆ្លងកាត់ព្រំដែនក្នុងបរិមាណច្រើន។

៥. ទ្រឹស្តីនៃបម្រែបម្រួល

ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ
សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមជាទូទៅ និងក្រុមហ៊ុននៃសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ដែលរួមមាន ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកជាពិសេសប្រឈមនឹងបញ្ហាចម្បងក្នុងការទទួលបានទុនបង្វិល និងហិរញ្ញប្បទានវិនិយោគក្នុងលក្ខខណ្ឌ សមស្រប ដែលជាបញ្ហាប្រឈមផ្នែកចាប់ផ្តើម ថែរក្សា និងពង្រីកប្រតិបត្តិការទាំងនៅក្នុងស្រុក ក៏ដូចជាឆ្លងកាត់ព្រំដែនដែរ។	• បង្កើនទំនុកចិត្តជាមួយនឹងស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ការផ្តល់ប្រាក់កម្ចីដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក • បង្កើនលទ្ធភាពក្នុងការទទួលបានជម្រើសហិរញ្ញប្បទានតាមរយៈធនាគារ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងភាពដៃគូផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដើម្បីបែងចែកហានិភ័យដោយសហការជាមួយដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និងស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ • បង្កើនប្រភេទនៃប្រាក់កម្ចី និងជម្រើសសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក្នុងការជ្រើសរើស ដោយផ្អែកលើលក្ខខណ្ឌដាក់លាក់ និងលក្ខខណ្ឌវត្ថុបញ្ចាំដែលអាចបត់បែនបាន • ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវកម្រិតនៃភាពគួរឱ្យទុកចិត្តបាននៃសហគ្រាស និងវិធីរៀបចំកំណត់ត្រា (ការទូទាត់បំណុល) សម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៃសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ដែលស្ថិតនៅក្រៅបរិយាប័នហិរញ្ញវត្ថុកាលពីមុន។

	• បង្កើនការទទួលបាន និងការគាំពារសម្រាប់វិនិយោគិនក្នុងការធ្វើការពិនិត្យពិច័យទៅក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលជាបេក្ខភាពសម្រាប់ការវិនិយោគ។	
បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព	**គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ**	**សកម្មភាពនៅក្នុងផែនការសកម្មភាព**
១. កម្ចីទុនបង្វិលជាមួយអត្រាការប្រាក់ខ្ពស់ គឺជាគំរូកម្ចីដែលត្រូវបានអនុវត្តច្រើន ក៏ប៉ុន្តែមិនមានលក្ខណៈសមស្របសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	១. អភិវឌ្ឍន៍ និងជំរុញការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និង/ឬ ប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ដែលមាន ស្រាប់ដើម្បីបំពេញតម្រូវការជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ២. ជំរុញយន្តការហិរញ្ញប្បទានដ៏ទៃទៀត និងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវភាពរួចរាល់នៃការវិនិយោគរបស់សហគ្រាស ដើម្បីធានា និងទាក់ទាញការវិនិយោគ ៣. ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវភាពគួរឱ្យទុកចិត្តបានរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	9.1.1, 9.1.2
២. ឧបករណ៍ហិរញ្ញប្បទានពាណិជ្ជកម្ម ដូចជា លិខិតឥណទានហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ ហិរញ្ញប្បទានលើការលក់គណនី ត្រូវទទួលការធានាឥណទានកម្រនឹងទទួលបានការអនុម័តសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ហើយម្យ៉ាងទៀតក៏មានគម្លាតនៃការយល់ដឹងផងដែរនៅផ្នែកតម្រូវការ។		9.1.1, 9.1.2
៣. ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកភាគច្រើន មិនអាចបំពេញតាមលក្ខខណ្ឌទ្រព្យបញ្ចាំសម្រាប់ឧបករណ៍កម្ចីធម្មតា ហើយមិនមានប្រាក់កម្ចីជាក់លាក់ណាមួយសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ឬក្រុមហ៊ុននៃសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលនោះទេ។		9.2.3
៤. ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុមិនយល់ពីលក្ខណៈរបស់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ទាក់ទងនិងប្រតិបត្តិការក៏ដូចជាតម្រូវការហិរញ្ញប្បទាន។		9.2.1
៥. របាយការណ៍ឥណទានអាជីវកម្មទើបតែត្រូវបានរៀបចំ ហើយការិយាល័យឥណទានគួរពង្រឹងសមត្ថភាពក្នុងការកែលម្អគុណភាពទិន្នន័យនៅក្នុងរបាយការណ៍		9.3.1
៦. ឧបករណ៍ហិរញ្ញប្បទានផ្សេងទៀតដូចជា ការបណ្តាក់ទុនបែប Venture Capital និងភាគហ៊ុនឯកជន (Equity Financing) កំពុងមានកំណើនជាបន្តបន្ទាប់ ប៉ុន្តែនៅមានកម្រិតនៅឡើយ ខណៈពេលដែលឧបករណ៍ផ្សេងទៀតដូចជា Crowd		9.2.2

Funding, P2P Funding ពុំទាន់មានការអភិវឌ្ឍនៅឡើយ។		
៧. វដ្តមិនល្អនៃសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ពុំទទួលបានប្រាក់កម្ចី ដោយសារខ្វះនូវកំណត់ត្រានៃការសងបំណុលទៀតទាត់ ខណៈដែលជម្រើសនៃការរៀបចំកំណត់ត្រានៅមានកម្រិត។		
៨. បញ្ហាប្រឈមកម្រិតសហគ្រាសទាក់ទងនឹងការបង្ហាញភាពគួរឱ្យទុកចិត្តបាន ជាមួយបញ្ហាប្រឈមហិរញ្ញប្បទានរបស់ផ្នែកផ្គត់ផ្គង់		9.3.2
ភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗដែលចូលរួម		
MEF, NBC, ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ (ធនាគារពាណិជ្ជ គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ) CBC, Venture Capital and Private Equity Firmsç Innovation ecosystem builders involved with tech incubation, Techo Startup Center under MEF, innovation center under MPTC, Impact Hub		

ជំពូកទី៩៖ ការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន

គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ

០១ អភិវឌ្ឍ និងជំរុញការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធ អេឡិចត្រូនិក និង/ឬ ប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ដែលមាន ស្រាប់ដើម្បីបំពេញតម្រូវការជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

០២ ជំរុញយន្តការហិរញ្ញប្បទានដ៏ទៃទៀត និងធ្វើអោយប្រសើរឡើងនូវភាពរួចរាល់នៃការវិនិយោគរបស់សហគ្រាស ដើម្បីធានា និងទាក់ទាញការ វិនិយោគ

០៣ ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវភាពគួរឱ្យទុកចិត្តបាន របស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព

អាត្រាការប្រាក់ខ្ពស់។

ឧបករណ៍ហិរញ្ញប្បទានពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម នៅមានកម្រិតនៅឡើយ។

កង្វះព័ត៌មានអំពីឯកសារតម្រូវសម្រាប់ការបញ្ចាំ និងប្រភេទកម្ចីជាក់លាក់សម្រាប់សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមឬក្រុមហ៊ុននៃសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។

ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុមិន
ពិសេសរបស់វិស័យ
ប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ

- បង្កើនទំនុកចិត្តជាមួយនឹងស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ការផ្តល់ប្រាក់កម្ចីដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក
- បង្កើនលទ្ធភាពក្នុងការទទួលបានជម្រើសហិរញ្ញប្បទាន
- បង្កើនប្រភេទនៃប្រាក់កម្ចី និងជម្រើសសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក
- ធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវកម្រិតនៃភាពគួរឲ្យទុកចិត្តបាន និងចំណូលនៃសហគ្រាស ដើម្បីរៀបចំកំណត់ត្រា
- បង្កើនការទទួលបាន និងការគាំពារសម្រាប់វិនិយោគិនអាចអនុវត្តកិច្ចយកចិត្តទុកដាក់

បញ្ហាប្រឈមកម្រិតសហគ្រាសទាក់ទងនឹងការបង្ហាញភាពគួរឱ្យទុកចិត្តបាន។

បញ្ហាប្រឈមក្នុងការទទួលបានដើមទុនការងារនិងហិរញ្ញប្បទានវិនិយោគក្នុងលក្ខខណ្ឌសមហេតុផល។

...មិនយល់ពីលក្ខណៈ...ប័យពាណិជ្ជកម្មតាម...និក។

សមត្ថភាពរបស់ការិយាល័យឥណទានដើម្បីអាចអនុវត្តកិច្ចយកចិត្តទុកដាក់អតិថិជននៅមានការខ្វះខាត។

ឧបករណ៍ហិរញ្ញប្បទានដទៃទៀតនៅមានកម្រិតនៅឡើយ។

កង្វះកំណត់ត្រានៃការសងបំណុលទៀងទាត់។

ជំពូកទី១០
ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និងការគាំទ្រទីផ្សារ

១. សេចក្តីផ្តើម

សារៈសំខាន់នៃមុខងារព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និងការគាំទ្រទីផ្សារ មិនគួរត្រូវបានមើលរំលងបានទេ។ ទោះបីជាមានការកែលម្អនៅក្នុងខ្សែប្រវាក់តម្លៃនៃវិស័យនីមួយៗក៏ដោយ ប្រសិនបើសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម (ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ឬប្រតិបត្តិការក្នុងវិស័យផ្សេងទៀត) មិនអាចជ្រៀតចូលទីផ្សារផ្អែកលើកាលានុវត្តភាពក្នុងទីផ្សារ នោះពួកគេក៏នឹងមិនអាចទាញយកផលប្រយោជន៍បានពីការកែលម្អខ្សែចង្វាក់តម្លៃប្រកបដោយចីរភាព បានផងដែរ។ ទីផ្សារជាកំលាំងចលករជំរុញខ្សែប្រវាក់តម្លៃទាំងមូល ដូច្នេះការទទួលបានពត៌មានពាណិជ្ជកម្មដែលឆាប់រហ័ស និងពាក់ព័ន្ធ នឹងក្លាយជាផ្នែកដ៏សំខាន់មួយនៃភាពជោគជ័យសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា។

២. ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន

សមត្ថភាពសហគ្រាសក្នុងការជំរុញទីផ្សារនៅមានលក្ខណៈទន់ខ្សោយ លើកលែងតែក្រុមហ៊ុនឈានមុខមួយចំនួនប៉ុណ្ណោះ ហើយសមត្ថភាពផ្នែកទីផ្សារអន្តរជាតិក៏នៅកម្រិតទាបផងដែរ។ ការយល់ដឹងផ្នែកពត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និង

ព័ត៌មានទីផ្សារ ក៏ដូចជាការធ្វើម៉ាកយីហោ និងការធ្វើទីផ្សារតាមបែបឌីជីថល ទើបតែមានការចាប់ផ្តើម ហើយនៅមានកម្រិតនៅក្នុងទីផ្សារក្នុងស្រុក។ សម្រាប់កម្ពុជា ធនាគារពិភពលោកបានប៉ាន់ប្រមាណថានៅក្នុងឆ្នាំ២០១៧ តិចជាង២៥% នៃអាជីវកម្មផ្លូវការទាំងអស់មានគេហទំព័រផ្ទាល់ខ្លួន ដែលទាបជាងអត្រាជាមធ្យមក្នុងពិភពលោក គឺ៤៦ភាគរយ។

សន្ទស្សន៍នៃការប្រើប្រាស់ឌីជីថល (Digital Adoption Index) ដែលបង្កើតដោយធនាគារពិភពលោក បានវាយតម្លៃការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលរបស់អាជីវកម្មនៅក្នុងប្រទេស ថាស្ថិតនៅលំដាប់លេខរៀងទាប (នៅលើតែប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ានិងឡាវ) ក្នុងតំបន់អាស៊ីប៉ូស៊ីហ្វិក។ ចំពោះផ្នែកជំរុញពាណិជ្ជកម្មនិងគាំទ្រទីផ្សារដែលភាគច្រើនជាសមត្ថកិច្ចរបស់អង្គការជំរុញពាណិជ្ជកម្ម (Trade Promotion Organization (TPO)) ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកពុំត្រូវបានរួមបញ្ចូលនៅក្នុងវិសាលភាពការងារនោះទេ។ ទោះបីជាមានការគាំទ្រទីផ្សារក៏ដោយ ក៏ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក (លើកលែងតែក្រុមហ៊ុននាំមុខមួយចំនួន) មិនមានលទ្ធភាពស្រូបយកព័ត៌មានទាំងនោះបានដែរ។

ការត្រៀមខ្លួនជារួមរបស់សហគ្រាសក្នុងការចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ ម៉ាកយីហោ និងការធ្វើទីផ្សារបែបឌីជីថលសម្រាប់ទីផ្សារអន្តរជាតិ នៅមានកម្រិតទាបគួរឱ្យកត់សម្គាល់។

៣. បញ្ហាប្រឈម

គោលនយោបាយបែបប្រពៃណីផ្តោតសំខាន់ទៅលើក្រុមហ៊ុននៅតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេស មានន័យថានៅមានយកចិត្តទុកដាក់តិចតួចទៅលើការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមដែលមានបំណងឬចូលរួមក្នុងការធ្វើពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ ហើយជាពិសេសផងនោះគឺការលេចឡើងនៃវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ បច្ចុប្បន្នមិនមានអង្គការ TPO ផ្លូវការនៅកម្ពុជា ដែលផ្តោតលើការផ្តល់ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និងការគាំទ្រទីផ្សារសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមនៅឡើយទេ។ អគ្គនាយកដ្ឋានជំរុញពាណិជ្ជកម្មនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្មដើរតួនាទីជា TPO តែទោះយ៉ាងណា ក៏វិសាលភាពនៃសេវាកម្មផ្តោតសំខាន់ទៅលើតែក្រុមហ៊ុនដែលមានមូលដ្ឋាននៅតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេសតែប៉ុណ្ណោះ។ នេះប្រហែលជាដើម្បីបញ្ចៀសបញ្ហាត្រួតការងារជាមួយក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ ដែលទទួលខុសត្រូវលើការងារអភិវឌ្ឍសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម ក៏ប៉ុន្តែពុំមាននាយកដ្ឋានណាមួយនៅក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ ដែលធ្វើការទាក់ទងនឹងការជំរុញការនាំចេញនោះដែរ។ ការគាំទ្រ និងណែនាំត្រូវតែមានជាចាំបាច់ សម្រាប់សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម និងក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលមានបំណងជំរុញអាជីវកម្មរបស់ខ្លួននៅក្រៅប្រទេស និងស្វែងយល់បន្ថែមពីអតិថិជននិងលក្ខខណ្ឌតម្រូវដើម្បីចូលទីផ្សារអន្តរជាតិ ។

បញ្ហាប្រឈមមួយទៀតគឺការបង្កើនទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកទិញអន្តរជាតិ។ នៅពេលដែលប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកចាប់ផ្តើមរៀបចំជាបណ្តើរៗសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន អាជីវកម្មក៏អាច

បង្កើតវត្តមានតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ និងផ្តួចផ្តើមសកម្មភាពស្រាវជ្រាវទីផ្សារ ដើម្បីបង្កើនការយល់ដឹងឱ្យកាន់តែប្រសើរ អំពីលក្ខខណ្ឌតម្រូវនៃការចូលទីផ្សារនិងការអនុគ្រោះទីផ្សារ។ ទំនាក់ទំនងទាំងនេះអាចជួយជំរុញឱ្យអាជីវកម្មទទួលយកជម្រើសទូទាត់ប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ក៏ដូចជាការវិនិយោគលើសមត្ថភាព ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាផ្នែកភាសា និងវប្បធម៌ពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន។ ក្នុងន័យនេះ ការគាំទ្រតាមរយៈអាជីវកម្មទៅកាន់អាជីវកម្ម (B2B) និងការតាំងពិព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ មានសារៈសំខាន់ជាខ្លាំង។

វត្តមាននៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិក៏មានសារៈសំខាន់ផងដែរ។ នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកបង្កើននូវប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួននៅក្នុងរយៈពេលវែងកម្រិតមធ្យមនៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ នោះសមត្ថភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងទំហំតម្រូវការនៅក្នុងទីផ្សារសំខាន់ៗ ជាមួយនឹងការដឹកជញ្ជូនទាន់ពេលវេលា និងការគាំទ្រក្រោយការលក់ល្អប្រសើរ នឹងមានសារៈសំខាន់ជាខ្លាំង។ នៅក្នុងបរិបទនេះ ការបង្កើតវត្តមាននៅលើទីផ្សារដោយបង្កើតឃ្លាំងទំនិញនិងការិយាល័យរណប អាចជាការចាំបាច់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនធំៗ។ ដើម្បីជួយសម្រួលដល់បញ្ហានេះ ការជ្រើសរើសដៃគូភស្តុភារកម្មក្នុងស្រុក ក៏ដូចជាមជ្ឈមណ្ឌលផ្គត់ផ្គង់ (Fulfillment Facilities) ផ្សេងទៀត នឹងផ្តល់សារៈសំខាន់សម្រាប់ការកសាងសមត្ថភាពសហគ្រាសនិងការគាំទ្រទីផ្សារ ដើម្បីជួយក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងការអភិវឌ្ឍទំនាក់ទំនងទាំងនេះ។

៤. ជម្រើសយុទ្ធសាស្ត្រ

១) ធ្វើឱ្យមានលក្ខណៈផ្លូវការនូវមុខងារជំរុញពាណិជ្ជកម្មសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម តាមរយៈការពង្រីកវិសាលភាពការងាររបស់អគ្គនាយកដ្ឋានជំរុញពាណិជ្ជកម្មនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងធ្វើសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនិងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលទៅក្នុងវិសាលភាពការងារ

សហគ្រាសដែលមានបំណងចង់ទទួលបានពត៌មានពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវតែពឹងផ្អែកទៅលើភ្នាក់ងារ និងស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល មួយចំនួន។ ទោះបីជាពួកគេទទួលបានទិន្នន័យភាគច្រើនដែលពួកគេចង់បានក៏ដោយ ក៏ការទទួលបានទិន្នន័យទាំងនោះមានការលំបាក និងពុំមានបច្ចុប្បន្នភាព។ អគ្គនាយកដ្ឋានជំរុញពាណិជ្ជកម្មនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្មដែលមានភារកិច្ចជំរុញការនាំចេញ ពុំមានបេសកម្មក្នុងការជំរុញការនាំចេញរបស់សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមនោះទេ ខណៈពេលដែលក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ បច្ចុប្បន្នមិនមានមុខងារទាក់ទងនឹង TPO ។ កង្វះខាតនៃការផ្តល់សេវាកម្មទាំងនោះ បានផ្តល់ផលប៉ះពាល់ដល់សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមទាំងអស់ជាទូទៅ រួមទាំងក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ដើម្បីកាត់បន្ថយគម្លាតភារកិច្ចនិងសមត្ថភាពរបស់អគ្គនាយកដ្ឋានជំរុញពាណិជ្ជកម្មនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ចាំបាច់ត្រូវតែពង្រីកបន្ថែមយន្តការនិងរចនាសម្ព័ន្ធរដ្ឋបាលសម្រាប់ផ្តល់ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និងគាំទ្រសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម ជាពិសេសក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក តាមរយៈ

មធ្យោបាយនិងសមត្ថភាពក្នុងការប្រមូល វិភាគ និងផ្សព្វផ្សាយពត៌មានចំគោលដៅថ្មីៗ និងសេវាកម្មប្រឹក្សាយោបល់ដែលពាក់ព័ន្ធ។

លើសពីនេះទៅទៀត សមាសធាតុសំខាន់ៗរបស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ត្រូវចាំបាច់ដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងសេវាកម្មជំរុញពាណិជ្ជកម្ម អមដោយការគាំទ្រទីផ្សារដែលពាក់ព័ន្ធ តាមរយៈអនុព័ន្ធពាណិជ្ជកម្ម និងតំណាងពាណិជ្ជកម្មក្រៅប្រទេសរបស់កម្ពុជានៅក្នុងទីផ្សារសំខាន់ៗ។ ចំណុចចុងក្រោយនេះមានសារៈសំខាន់ ដោយសារមន្ត្រីដែលជាតំណាងពាណិជ្ជកម្មត្រូវទទួលបានការណែនាំបន្ថែមអំពីអំពីប្រភេទពត៌មាន និងសេវាកម្ម ដែលក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវការនិងអាចប្រើជាប្រយោជន៍។

២) **កែលម្អសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសផ្នែកព័ត៌មានទីផ្សារ និងការជំរុញពាណិជ្ជកម្ម ដូចជាការកសាងម៉ាកយីហោ និងការធ្វើទីផ្សារបែបឌីជីថល**

គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះមានគោលបំណងអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក៏ដូចជាវិស័យឯកជន សមាគមន៍ និងសភាពាណិជ្ជកម្ម ដើម្បីអនុវត្តការពិនិត្យពិច័យឱ្យបានជាក់លាក់ (due-diligence) ទាក់ទងនឹងទីផ្សារផលិតផលរបស់ពួកគេ និងបង្កើតទំនាក់ទំនងនៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ។ ការងារនេះក៏បានពង្រីកដល់ការពង្រឹងសមត្ថភាពស្ថាប័នឯកជន ឬស្ថាប័នសាធារណៈណាមួយ ក្នុងការផ្តល់ការណែនាំតាមការស្នើសុំ ទៅដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក៏ដូចជាធ្វើការស្រាវជ្រាវ នឹងដើរតួជាតំណាងរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការតស៊ូមតិ។ សកម្មភាពនៅក្នុងគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះនឹងផ្តោតផងដែរទៅលើការលើកទឹកចិត្ត និងជួយក្រុមហ៊ុនឱ្យអភិវឌ្ឍនូវវត្តមានតាមអនឡាញ (online presence) ទោះស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលដំបូងក៏ដោយ។ សកម្មភាពទាំងនេះនឹងនាំទៅរកការពង្រឹងសមត្ថភាពសហគ្រាស ដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការអនុវត្ត/ប្រតិបត្តិការ និងដំណើរការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តរបស់អាជីវកម្ម តាមរយៈភាពព័ត៌មានទីផ្សារដែលត្រឹមត្រូវ ទាន់ពេលវេលា និងចំគោលដៅ។

ការផ្តោតសំខាន់នៃគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រនេះ មិនត្រឹមតែផ្តោតលើទីផ្សារអន្តរជាតិប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏ជាជំនួយក្នុងការអភិវឌ្ឍការយល់ដឹង អំពីទីផ្សារក្នុងស្រុក ដែលនឹងក្លាយជាការយកចិត្តទុកដាក់ខ្លាំង ទោះបីជាក្នុងករណីណាក៏ដោយ សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកភាគច្រើននៅកម្ពុជា។

ជាចុងក្រោយ ដើម្បីពង្រីកអនុភាពនៃភាពអនុគ្រោះទីផ្សារដែលកម្ពុជាទទួលបាន សម្រាប់ជាជំនួយដល់កំណើនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក គួរតែធ្វើការផ្សព្វផ្សាយពត៌មានអំពីភាពអនុគ្រោះពាណិជ្ជកម្មដែលកម្ពុជាទទួលបានតាមរយៈកិច្ចព្រមព្រៀងទ្វេភាគីនិងពហុភាគីដែលកម្ពុជាជាហត្ថលេខី ទៅដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដូច្នេះពួកគេអាចទាញយកផលចំណេញពីការរួចពន្ធគយសម្រាប់

ផលិតផលមួយចំនួន និងយល់ពីវិធីពង្រីកអនុភាពនៃគោលនយោបាយពាណិជ្ជកម្មដើម្បីផលប្រយោជន៍របស់ពួកគេ។

៥. ទ្រឹស្តីនៃបម្រែបម្រួល

ស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន	លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ
សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមជារួម ពុំមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីភាពអនុគ្រោះ និងការចូលទៅក្នុងទីផ្សារនោះទេ។	• ពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម និងសមាគមន៍/សភាពាណិជ្ជកម្មតាមវិស័យ សម្រាប់កាត់បន្ថយ គម្លាតព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម • ពង្រឹងការគាំទ្រស្ថាប័នសម្រាប់ ក្រុមហ៊ុនធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលអាចឱ្យពួកគេចូលរួមនៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ

បញ្ហាប្រឈមនិងកាលានុវត្តភាព	គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ	សកម្មភាពនៅក្នុងផែនការសកម្មភាព
១. ត្រូវពង្រឹងបន្ថែមនូវសមត្ថភាពសហគ្រាសទាក់ទងនឹងមុខងារស្វែងរកព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និងការជំរុញពាណិជ្ជកម្ម ដើម្បីឱ្យសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម អាចទាញអត្ថប្រយោជន៍ពីកាលានុវត្តភាពពាណិជ្ជកម្មពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	១. ដាក់ឱ្យដំណើរការជាផ្លូវការនៃមុខងារជំរុញពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម ដោយពង្រីកភារកិច្ចរបស់នាយកដ្ឋានជំរុញពាណិជ្ជកម្ម និងធ្វើសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលទៅក្នុងវិសាលភាពការងារ	10.1.1
២. ការគាំទ្រស្ថាប័នចំពោះសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមក្នុងស្រុក រួមមានមុខងារទាក់ទងនឹង TPO (ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និងការគាំទ្រទីផ្សារ) អាចត្រូវបានកែលម្អបន្ថែមទៀត ជាពិសេសសម្រាប់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	២. កែលម្អសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសលើព័ត៌មានទីផ្សារ និងការជំរុញពាណិជ្ជកម្ម ក៏ដូចជាការធ្វើម៉ាកយីហោ និងការធ្វើទីផ្សារបែបឌីជីថល	10.2.2, 10.2.3
៣. ទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីវត្តមានរបស់តំណាងពាណិជ្ជកម្ម និងការទូតរបស់កម្ពុជានៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ ដោយកសាងសមត្ថភាពរបស់មន្ត្រីពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងតម្រូវការរបស់		10.1.2, 10.2.1

សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក		
ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗដែលចូលរួម		
MOC, MIH, CCC, MOFA		

ជំពូកទី១០៖ ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និងការគាំទ្រទី

គោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ

០១ ដាក់ឲ្យដំណើរការជាផ្លូវការនៃមុខងារជំរុញពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម

០២ កែលម្អសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសលើព័ត៌មានទីផ្សារ និងការជំរុញពាណិជ្ជកម្ម ក៏ដូចជាការធ្វើម៉ាកយីហោ និងការធ្វើទីផ្សារបែបឌីជីថល

បញ្ហាប្រឈម និងកាលានុវត្តភាព

សមត្ថភាពសហគ្រាសទាក់ទងនឹងមុខងារស្វែងរកព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និងការជំរុញពាណិជ្ជកម្មនៅមានកម្រិត។

ការគាំទ្រពីស្ថាប័នថ្នាក់ជាតិទៅកាន់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងស្រុកនៅមានកម្រិត។

សមត្ថភាពរបស់ម
តាមប្រព័ន្ធអេឡិច

ផ្ទៃ

លទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវការ

ពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម និង សមាគមន៍/សភាពាណិជ្ជកម្មតាមវិស័យ សម្រាប់កាត់បន្ថយគម្លាតព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម

ពង្រឹងការគាំទ្រស្ថាប័នសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលអាចឲ្យពួកគេចូលរួមនៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ

ស់មន្ត្រីពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម
ឡិចត្រូនិកនៅមានកម្រិត។

សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមជារួម ពុំមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីភាពអនុគ្រោះ និងការចូលទៅក្នុងទីផ្សារនោះទេ។

ផែនការសកម្មភាព

ជំពូក	គោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ	សកម្មភាព	លទ្ធផលរំពឹងទុក	អាទិភាព	កាលបរិច្ឆេទ	ស្ថាប័នដឹកនាំ	ស្ថាប័នគាំទ្រ
១. យុទ្ធសាស្ត្រគោលនយោបាយ និងផ្នែកសម្របសម្រួលស្ថាប័ន	1.1. បន្តធ្វើសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលនៅក្នុងរបៀបវារៈអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ	1.1.1. កំណត់យកក្រសួងពាណិជ្ជកម្មជាស្ថាប័នដឹកនាំសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា។ បង្កើតក្រុមការងារស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលដឹកនាំដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ព្រមទាំងមានការចូលរួមពីក្រសួងពាក់ព័ន្ធ និងភ្នាក់ងារបច្ចេកទេសនានា ដើម្បីធានាបាននូវការសម្របសម្រួល និងការអភិវឌ្ឍវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ធានាឱ្យមានការសម្របសម្រួលយ៉ាងជិតស្និទ្ធរវាងក្រុមការងារនេះជាមួយគណៈកម្មាធិការអន្តរក្រសួងស្តីពីសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។	ការធ្វើសមាហរណកម្មបានកាន់តែប្រសើរឡើងនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងរបៀបវារៈអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ និងធានាបានថា កំណើនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក្នុងទស្សនៈគោលនយោបាយ និងបច្ចេកទេស ត្រូវបានរួមបញ្ចូលគ្នាជាមួយនឹងការអភិវឌ្ឍន៍ទូទៅនៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលទាំងមូល។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MEF, MPTC, MISTI
		1.1.2. ធានាថារាល់យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍វិស័យមានការបញ្ចូលសមាសធាតុស្តីពីទីផ្សារ និងការអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក។ ធ្វើការសម្របសម្រួលជាមួយដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ដើម្បីលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងរបស់ពួកគេទៅលើតម្រូវការធ្វើសមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងគម្រោងជំនួយដែលពាក់ព័ន្ធ។	ការគាំទ្រពីស្ថាប័ន និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍មានគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ សកម្មភាពនៃការអភិវឌ្ឍន៍ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងវិស័យឯកជនគឺបានធ្វើឡើងត្រសងគ្នា។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MEF ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍

		1.1.3. បង្កើតទីផ្សារ និងថ្នាលពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក (B2B និង B2C) ដែលបម្រើការជាអ្នកប្រមូលផ្តុំអ្នកផ្គត់ផ្គង់ទំនិញ និងសេវា ដែលមានសមាហរណកម្មជាមួយសេវាទូទាត់ប្រាក់អេឡិចត្រូនិក និងភស្តុភារកម្មពេញលេញ។	បង្កើតច្រកតភ្ជាប់សម្រាប់សហគ្រាសដែលជាអ្នកលក់ដើម្បីចូលរួមក្នុងសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ព្រមទាំងកាត់បន្ថយឧបសគ្គនានាចំពោះការផ្តល់សេវាកម្មគាំទ្រ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MPTC, MEF
		1.1.4. យោងតាមគំនិតផ្តួចផ្តើមរបស់រដ្ឋាភិបាល ចាប់ផ្តើមអនុវត្តគម្រោងសាកល្បងក្នុងក្របខ័ណ្ឌភូមិមួយផលិតផលមួយនៅកម្ពុជា ដោយប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកជាមធ្យោបាយក្នុងការតភ្ជាប់មកទីផ្សារ។	បង្កើនបណ្តាញសម្រាប់ការលក់ផលិតផលប្រពៃណីរបស់កម្ពុជាទៅកាន់ទីផ្សារក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ។	ទាប	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MISTI
		1.1.5. ធ្វើការសិក្សាលម្អិតអំពីខ្សែច្រវាក់តម្លៃសម្រាប់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឱ្យបានទៀងទាត់ ដើម្បីវាយតម្លៃពីស្ថានភាពនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីទាំងមូល ក៏ដូចជាកំណត់បញ្ហាប្រឈម និងឱកាសសំខាន់ៗដែលវិស័យនេះជួបប្រទះ។	ការយល់ដឹងពីស្ថានភាពនៃវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក មានភាពប្រសើរឡើងដែលអនុញ្ញាតឱ្យមានការកែតម្រូវបច្ចេកទេស និងគោលនយោបាយតាមតម្រូវការ។	ទាប	រយៈពេលវែង	MOC	MPTC, MEF
		1.1.6. ក្រុមការងាររដ្ឋាភិបាលឌីជីថលដែលត្រូវបានបង្កើតឡើង គួរត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីធានាថាសេវាកម្មរបស់រដ្ឋាភិបាលឌីជីថលត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយមានការសម្របសម្រួលជាមួយអង្គភាពពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត និងផ្អែកលើក្របខ័ណ្ឌស្តង់ដារមួយដែលប្រើប្រាស់ដោយស្ថាប័នទាំងអស់។	ការផ្តល់សេវាកម្មឌីជីថលនឹងផ្តល់នូវសេវាសាធារណៈកាន់តែប្រសើរឡើងសម្រាប់ប្រជាជននិងអាជីវកម្ម។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPTC	សមាជិកទាំងអស់របស់ក្រុមការងារ

	1.2. ពង្រឹងយន្តការសម្របសម្រួលស្ថាប័នដែលគាំទ្រវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	1.2.1. ធានាឱ្យមានការសម្របសម្រួលយ៉ាងសកម្មរវាងអង្គភាពផ្សេងៗក្នុងវិស័យសាធារណៈដែលទទួលខុសត្រូវក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍យុទ្ធសាស្ត្រ និងគោលនយោបាយនានាក្នុងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល តាមរយៈក្រុមការងារសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ឬវេទិកាផ្សេងទៀត។	កាត់បន្ថយនូវសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ដែលមានភាពបែកខ្ញែកនៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្សីសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MEF	សមាជិកទាំងអស់របស់ក្រុមការងារ
		1.2.2. បង្កើតកម្មវិធីទូរស័ព្ទចល័តសម្រាប់បម្រើជាមគ្គុទេសន៍អនឡាញ ដែលមានភាពងាយស្រួលប្រើប្រាស់សម្រាប់អាជីវកម្មក្នុងការទទួលបានព័ត៌មានទាក់ទងនឹងការចុះបញ្ជីអាជីវកម្ម វិញ្ញាបនប័ត្របញ្ជាក់ដើមកំណើតទំនិញ ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធ ។ល។	ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការទទួលបានព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធនឹងគោលនយោបាយ ច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិ ឯកសាររដ្ឋបាល និងព័ត៌មានជាក់លាក់សម្រាប់សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម។	ទាប	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MEF
២. ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់និងបទប្បញ្ញត្តិ	2.1. បំពេញក្របខ័ណ្ឌច្បាប់អ៊ីនធឺណិត (Cyber Law) របស់កម្ពុជាដោយបញ្ចូលចំណុចពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកទៅក្នុងសេចក្តីព្រាងច្បាប់នេះ និងបំពេញចន្លោះប្រហោងចំណេះដឹង។	2.1.1. បន្ទាប់ពីការអនុម័តច្បាប់ពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក និងការពិនិត្យឡើងវិញនៃក្របខ័ណ្ឌច្បាប់និងបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ជំហានបន្ទាប់គឺត្រូវបំពេញចន្លោះប្រហោងនៃក្របខ័ណ្ឌច្បាប់និងបទប្បញ្ញត្តិ រួមទាំងការធ្វើបច្ចុប្បន្នកម្មលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តិផ្សេងៗតាមការចាំបាច់។	ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងបទបញ្ញត្តិមានលក្ខណៈពេញលេញត្រូវបានបង្កើតឡើង ដើម្បីជាជំនួយក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOC	MPTC, MEF, MOI, MOJ
		2.1.2. ពន្លឿនការអនុម័តសេចក្តីព្រាងច្បាប់ស្តីពីបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន។[២១]	ច្បាប់ស្តីពីបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានមានប្រសិទ្ធភាពការពារសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលរបស់កម្ពុជា។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MOI, MOJ	MOC

[២១] ច្បាប់កំពុងស្ថិតក្នុងការពិភាក្សាចុងក្រោយដើម្បីសិក្សាអំពីហានិភ័យនិងផលប៉ះពាល់ដល់ផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម មុនពេលដាក់ជូនរាជរដ្ឋាភិបាលពិនិត្យ និងអនុម័ត។

		2.1.3. បង្កើតក្រមសីលធម៌ និងអាកប្ប-កិរិយាល្អរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ដើម្បីជូនដំណឹងដល់អ្នកប្រើប្រាស់អំពីៈ (ក) លក្ខន្តិកៈនៃការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន (ខ) គ្រោះថ្នាក់នៃការឃោសនាតាមរយៈបណ្តាញសង្គម និងការទទួលយកព័ត៌មានមិនត្រឹមត្រូវតាមបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយដទៃទៀត និង (គ) វិធីស្គាល់ និងជៀសវាងព័ត៌មានមិនត្រឹមត្រូវនៅលើបណ្តាញសង្គមដែលអាចប៉ះពាល់ដល់ភាពសុខដុមរមនាសហគមន៍ និងសង្គម។[២២]	បង្កើនការយល់ដឹងដល់អ្នកប្រើប្រាស់ និងអាជីវកម្ម តាមរយៈការទទួលបាននូវឧត្តមានុវត្តល្អៗទាក់ទងនឹងកិច្ចការពារបទល្មើសបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងជានានូវការប្រកាន់ខ្ជាប់នូវច្បាប់របស់ប្រទេស។	រយៈពេលមធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MOI, MOJ	MOC
		2.1.4. ពិនិត្យឡើងវិញនូវច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់លើចំណុចពាក់ព័ន្ធនឹងប្រតិបត្តិការតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងបំពេញបន្លោះប្រហោងតាមរយៈអនុក្រឹត្យ ជាពិសេសការសំណងនៃទំនិញខូចឬមិនត្រឹមត្រូវ។	ការគ្របដណ្តប់ទូលំទូលាយនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកជាមួយនឹងច្បាប់កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ត្រូវបានបង្កើតឡើង។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MOJ
		2.1.5. រៀបចំច្បាប់ស្តីពីការការពារទិន្នន័យដែលមានប្រភពមកពីប្រតិបត្តិការតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីបំពេញកង្វះខាតនៅក្នុងផ្នែកនេះ។	មានបទប្បញ្ញត្តិពេញលេញស្តីពីការការពារទិន្នន័យសម្រាប់ពលរដ្ឋ និងក្រុមហ៊ុនដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រតិបត្តិការតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MPTC, MOI, MEF, NBC

[២២] នាពេលបច្ចុប្បន្ន ក្រៅពីសេចក្តីព្រាងច្បាប់និងវិសោធនកម្មច្បាប់ឱ្យទាន់យុគសម័យបច្ចេកវិទ្យា ក្រសួងកំពុងបំពេញបេសកកម្មយ៉ាងសកម្មលើការបញ្ជ្រាបចំណេះដឹងបង្ការទប់ស្កាត់និងប្រឆាំងបទល្មើសផ្សេងៗផងដែរ។

		2.1.6. ពិនិត្យឡើងវិញច្បាប់ស្តីពីសិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ និងសិទ្ធិប្រហាក់ប្រហែល (២០០៣) ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ (២០០២) ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ (២០១៤) ច្បាប់ស្តីពីអាថ៌កំបាំងពាណិជ្ជកម្ម និងព័ត៌មានដែលមិនបង្ហាញចេញ (កំពុងរៀបចំ) ក្នុងចំណោមឯកសារច្បាប់ដែលពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត ដើម្បីវាយតម្លៃភាពសមស្របទៅនឹងទិដ្ឋភាពទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ក្របខ័ណ្ឌច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាបានជំរុញឱ្យមាននវានុវត្តន៍ និងស្របទៅនឹងកំណើនវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MISTI, GDCE, MOI, MOJ
		2.1.7. ធ្វើការស្រាវជ្រាវដើម្បីឱ្យដឹងពីចំនួនសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើអាជីវកម្មតាមប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គម និងធ្វើការវាយតម្លៃសេដ្ឋកិច្ចទាក់ទងនឹងសកម្មភាពនេះ។	មានការយល់ដឹងកាន់តែច្បាស់អំពីវិសាលភាព និងការរួមចំណែករបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅក្នុងផ្នែកពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គម។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MOC	MPTC, MISTI
		2.1.8. ផ្អែកលើការយល់ដឹងដែលទទួលបានតាមរយៈការសិក្សាខាងលើ បង្កើតគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការធ្វើនិយ័តកម្មប្រតិបត្តិការដែលមានប្រភពចេញពីការធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គម ជាពិសេសផ្តោតលើតម្រូវការអាជ្ញាប័ណ្ណសម្រាប់សហគ្រាសធុនមីក្រូ។ រាល់បទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយដែលដាក់ចេញ ត្រូវគិតគូរពីផលប្រយោជន៍ដែលទទួលបានពីការធ្វើឱ្យអាជីវកម្មមានភាពជាផ្លូវការ និងផលប៉ះពាល់លើការបាត់បង់ការងារ។	ការបង្កើតគោលនយោបាយដែលមានប្រសិទ្ធភាពនឹងជំរុញឱ្យសហគ្រាសធុនមីក្រូធ្វើការចុះបញ្ជីជាផ្លូវការ និងតភ្ជាប់ខ្លួនជាមួយនឹងក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកខ្នាតធំ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOC, MPTC	MISTI, MEF

	2.2. ធ្វើការសិក្សាអំពីគោលនយោបាយទិន្នន័យសមស្របសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា ក្នុងបរិបទជាក់ស្តែងនៃគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងផលប្រយោជន៍ជាតិជាគោល។	2.2.1. បង្កើតសៀវភៅសដែលពិនិត្យ និងស្នើឡើងនូវគោលនយោបាយទិន្នន័យសមស្របសម្រាប់កម្ពុជា។ ឯកសារស្រាវជ្រាវនេះនឹងពិនិត្យឡើងវិញនូវករណីសកល និងមេរៀនពាក់ព័ន្ធនានាទាក់ទងនឹងផលប៉ះពាល់ដល់ កម្ពុជាក្នុងចំណុចដូចជាការធ្វើមូលដ្ឋានីយកម្មទិន្នន័យ លំហូរទិន្នន័យឆ្លងកាត់ព្រំដែនការធ្វើចំណាត់ថ្នាក់ទិន្នន័យឯកជន សន្តិសុខអ៊ិនធឺណិត និងតម្លៃអប្បរិមា។	គោលនយោបាយទិន្នន័យជាតិអាចត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយដោយរដ្ឋាភិបាល និងមានការទទួលស្គាល់ពីអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MOC, MPTC	NBC ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍
	2.3. ធ្វើឱ្យមជ្ឈដ្ឋានអ្នកប្រើប្រាស់និងវិស័យឯកជនរួមទាំងវិនិយោគិនយល់ដឹងពីច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធ អេឡិចត្រូនិក និងក្របខ័ណ្ឌច្បាប់និងនិយ័តកម្មពាក់ព័ន្ធ។	2.3.1. រៀបចំសិក្ខាសាលាដើម្បីផ្សព្វផ្សាយពីផលប្រយោជន៍ និងតម្រូវការអនុលោមភាពពាក់ព័ន្ធនឹងច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដល់អ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់។	អ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់មានការយល់ដឹងលើក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ ដែលធានាបាននូវអនុលោមភាពតាមក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOC	សភាពាណិជ្ជកម្ម សមាគម វិស័យឯកជន
		2.3.2. ធ្វើយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយដល់អ្នកពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗដើម្បីជូនដំណឹងដល់ពួកគេអំពីបទប្បញ្ញត្តិនិងកាតព្វកិច្ចដែលត្រូវធ្វើក្រោមច្បាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងច្បាប់ពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត។ បង្កើតឱ្យមានចំណុចទំនាក់ទំនងសម្រាប់ផ្តល់ព័ត៌មានដល់សហគ្រាស និងវិនិយោគិនទាក់ទងនឹងច្បាប់ និងដំណើរការចុះបញ្ជីអាជីវកម្មពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	អ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់មានការយល់ដឹងលើក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ ដែលធានាបាននូវអនុលោមភាពតាមក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOC	MISTI សភាពាណិជ្ជកម្ម សមាគម វិស័យឯកជន

៣. បទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម	3.1. ពង្រឹងក្របខ័ណ្ឌនិយ័តកម្ម និងបន្ថែមភាពច្បាស់លាស់សម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	3.1.1. ជានាការយល់ដឹងជារួមនៅក្នុងវិស័យឯកជនទាក់ទងនឹងវិសាលភាព និងការកំណត់ពេលវេលានៃការអនុវត្តដែលទាក់ទងនឹងវិធានការលើកទឹកចិត្តសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ក៏ដូចជាបញ្ជាក់អំពីអត្ថប្រយោជន៍អ្វីខ្លះដែលសហគ្រាសអាចទទួលបានពីវិធានការនេះ ឧទាហរណ៍ គោលការណ៍ណែនាំអំពីលក្ខខណ្ឌតម្រូវសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមអេឡិចត្រូនិក។ ក្នុងករណីដែលការលើកទឹកចិត្តត្រូវបានវាយតម្លៃថាមិនត្រូវបានអនុវត្តចំពោះសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនោះទេ ត្រូវពិចារណាលើគោលនយោបាយដើម្បីពិនិត្យមើលវិធានការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ការបង្កើនការយល់ដឹង និងការប្រើប្រាស់នូវវិធានការលើកទឹកចិត្តដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនឹងផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម រាប់បញ្ចូលទាំងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MEF	MOC, MISTI
		3.1.2. ធ្វើការសិក្សាលើលទ្ធភាពដែលអាចផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តដើម្បីលើកកម្ពស់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	កាត់បន្ថយបន្ទុកពន្ធ និងបង្កើនភាពបត់បែនសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MEF	MISTI, MOC
		3.1.3. កំណត់វិធានពន្ធច្បាស់លាស់សម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក (មិនថាការយកពន្ធក្នុងប្រតិបត្តិការ ឬប្រាក់ចំណូលសរុប) និងបង្កើតគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន។ បញ្ជាក់និយមន័យថាប្រតិបត្តិការប្រភេទអ្វីខ្លះ ត្រូវចាត់ទុកថាជាប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ភាពច្បាស់លាស់នៃវិធានពន្ធដារសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក នឹងនាំមកនូវអនុលោមភាពក្នុងការបង់ពន្ធ។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MEF/GDT	MISTI, MOC

		3.1.4. គោលនយោបាយអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម ដែលមាននៅក្នុងការអភិវឌ្ឍអស់រយៈពេលជាច្រើនឆ្នាំមកហើយ ត្រូវជានាថាបញ្ហាដែលទាក់ទងនឹងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ត្រូវបានគ្របដណ្តប់យ៉ាងពេញលេញ ដើម្បីកាត់បន្ថយភាពស្មុគស្មាញ។ សមាសធាតុខាងក្រោមត្រូវតែរួមបញ្ចូលៈ - កំណត់និយមន័យសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមទូទៅត្រូវតែកំណត់និងប្រកាន់ខ្ជាប់ដោយស្ថាប័នគោលនយោបាយទាំងអស់ - ពន្យល់អំពីកាតព្វកិច្ច និងវិធានការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដែលមានប្រកបអាជីវកម្មក្នុងលំហសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល - កត់សម្គាល់ថាការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនឹងត្រូវបានដឹកនាំដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ជាពិសេសប្រសិនបើក្រសួងពាណិជ្ជកម្មទទួលខុសត្រូវចំពោះការអភិវឌ្ឍពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា - ផ្តល់ព័ត៌មានអំពីដំណើរការទម្រង់ និងកម្រៃ និងកាតព្វកិច្ចដទៃទៀត ដែលសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមត្រូវអនុវត្តន៍ ក៏ដូចជាព័ត៌មានទំនាក់ទំនង	ភាពច្បាស់លាស់នៃកម្រិតគោលនយោបាយសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម (រួមទាំងក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក) បានផ្តល់ជូនការ គាំទ្រយ៉ាងខ្លាំងដល់សហគ្រាស និងកាត់បន្ថយភាពបែកខ្ញែកនៅផ្នែកស្ថាប័ន។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MISTI	MOC

		របស់របស់មន្ទីរ/មន្ត្រីសំខាន់ៗដែលអាចទាក់ទងបានក្នុងករណីមានសំណួរ - បង្កើត និងធ្វើឱ្យប្រសើរនូវវេទិកាប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដែលអាចផ្តល់ព័ត៌មានបច្ចុប្បន្នភាព ដើម្បីជាការបំភ្លឺសម្រាប់សំណួរណាមួយពីវិស័យឯកជន - រៀបចំក្របខ័ណ្ឌគំរូការផ្ទេរបច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីធានាបានថាបច្ចេកវិទ្យាដែលប្រើក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានផ្ទេរ សំដៅទទួលបាននីរន្តរភាពកំណើន។					
		3.1.5. កំណត់ជម្រើសសម្រាប់ពិនិត្យមើលបែបបទរដ្ឋបាល និងថ្លៃដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការបិទសហគ្រាស ដើម្បីកាត់បន្ថយបន្ទុកទូទៅលើសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ជាពិសេសការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។	ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវបរិយាកាសអាជីវកម្មសម្រាប់អាជីវកម្មថ្មីនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ជាពិសេសវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MEF	MOC, MISTI, MPTC
		3.1.6. ទាញយកផលប្រយោជន៍ពីក្រុមការងារដែលបង្កើតឡើងដោយរដ្ឋាភិបាល ដើម្បីពង្រីកបន្ថែមនូវថ្នាលចុះបញ្ជីអាជីវកម្មរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងកែប្រែទៅជាច្រកតែមួយសម្រាប់សម្រួលដល់ដំណើរការចុះបញ្ជីពេញលេញ។ ថ្នាលនេះ គួរតែសម្រួលដល់ការចុះបញ្ជីអាជីវកម្ម ការចុះបញ្ជីពន្ធដារ ការជូនដំណឹងស្តីពីអនុលោមភាពការងារ ការដាក់ពាក្យសុំអាជ្ញាប័ណ្ណ ជាពិសេសក្នុងករណីដែលសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ហើយមានកម្មវត្ថុអាជីវកម្ម	បង្កើនភាពច្បាស់លាស់លើលក្ខខណ្ឌតម្រូវនៃការចុះបញ្ជីសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ជាពិសេសអ្នកដែលមានវិស័យច្រើន។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MPTC, MEF, MISTI

		ក្នុងវិស័យច្រើន ដែលត្រូវការការស្នើសុំអាជ្ញាប័ណ្ណបន្ថែមទៀត។ ជានាបាននូវការចែករំលែកទិន្នន័យ និងអន្តរប្រតិបត្តិការជាមួយស្ថាប័ន ឬក្រសួងផ្សេងៗទៀត។ លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងរបស់មន្ត្រីក្រសួងពាក់ព័ន្ធ ឱ្យយល់ច្បាស់ពីភាពជាក់លាក់នៃវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីកាត់បន្ថយការរាំងស្ទះក្នុងដំណើរការចុះបញ្ជីក្រុមហ៊ុន។ ស្របគ្នានេះត្រូវបង្កើត Checklist សម្រាប់សហគ្រាសនានាដើម្បីឱ្យពួកគេអាចវាយតម្លៃខ្លួនឯងថាតើក្រសួង និងភ្នាក់ងារបច្ចេកទេសណាខ្លះដែលពួកគេត្រូវការទាក់ទងនៅពេលចាំបាច់។					
		3.1.7. យោងតាមយុទ្ធសាស្ត្រកៀរគរចំណូល ២០១៩-២០២៣ របស់រាជរដ្ឋាភិបាល បានតម្រូវឱ្យក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួងពាក់ព័ន្ធ សិក្សាលទ្ធភាពក្នុងការលើកទឹកចិត្តពន្ធ ដើម្បីលើកកម្ពស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	របាយការណ៍លទ្ធផលសិក្សាត្រូវបានរៀបចំ	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MEF	MoC, and related Line Ministries
	3.2. ពង្រឹងផ្នែកសម្របសម្រួលរវាងវិស័យឯកជន និងលើកកម្ពស់វិស័យនេះឱ្យរីកចម្រើន	3.2.1. បង្កើតបណ្តាញព័ត៌មានឆ្លើយតប (Feedback Loop) តាមរយៈការចូលរួមនៅក្នុងក្រុមការងារ ឬការពិភាក្សាជាទៀងទាត់រវាងសមាគមឧស្សាហកម្ម / សភាពាណិជ្ជកម្ម ជាមួយអ្នកបង្កើតគោលនយោបាយដើម្បីផ្តល់ការណែនាំ និងតស៊ូមតិសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ការតស៊ូមតិរបស់វិស័យឯកជនជាប្រចាំ នឹងផ្តល់ព័ត៌មានសម្រាប់ធ្វើការសម្រេចចិត្តរបស់រដ្ឋាភិបាលទាក់ទងនឹងគោលនយោបាយ និងការគាំទ្រស្ថាប័នសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MOC	MISTI សភាពាណិជ្ជកម្ម សមាគមវិស័យឯកជន

		3.2.2. ពង្រឹងតួនាទីរបស់សមាគម និងសភាពាណិជ្ជកម្មដើម្បីធ្វើជាយុថ្កាសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ព្រមទាំងការអភិវឌ្ឍជំហរតស៊ូមតិ ការប្រមូលព័ត៌មានតាមវិស័យ និងអភិវឌ្ឍន៍សេវាកម្មដែលអាចផ្តល់ដល់សមាជិករបស់ពួកគេ ជាមួយនឹងគោលដៅរួមក្នុងការលើកកម្ពស់កំណើនវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ពង្រឹងសមត្ថភាពសមាគម/សភាពាណិជ្ជកម្មដើម្បីធ្វើការលើបញ្ហាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនិងអភិវឌ្ឍសេវាកម្មគាំទ្រសមាជិករបស់ពួកគេ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOC	សភាពាណិជ្ជកម្ម
		3.2.3. តាមរយៈការរួមគ្នាដោយសភាពាណិជ្ជកម្មមួយចំនួន អភិវឌ្ឍន៍គេហទំព័រដែលបម្រើជាច្រកចេញចូលតែមួយ និងជាទិន្នន្នានព័ត៌មានដ៏ស៊ីជម្រៅ និងមានបច្ចុប្បន្នភាពស្តីពីប្រធានបទដូចជា នីតិវិធីចុះបញ្ជី (រាប់បញ្ចូលទាំងករណីនៅពេលអាជីវកម្មតម្រូវឱ្យមានអាជ្ញាប័ណ្ណពីក្រសួងជាច្រើន) ពន្ធ និងអាករលើតម្លៃបន្ថែម (រាប់បញ្ចូលទាំងទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ក្រៅផ្លូវការ) ព័ត៌មានថ្មីៗស្តីពីការលើកទឹកចិត្តសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងផ្នែកផ្សេងទៀត ដែលជាធម្មតាវិស័យឯកជនមិនអាចរកព័ត៌មានបានដោយងាយស្រួល។ ផ្នែកមួយដែលផ្តោតលើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក៏អាចអភិវឌ្ឍន៍បានដែរ។	ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការទទួលបានព័ត៌មានដែលមានប្រយោជន៍ និងពាក់ព័ន្ធសម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិច ត្រូនិក ពាក់ព័ន្ធនឹងបទប្បញ្ញត្តិពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនិន្នាការ និងឱកាសផ្សេងៗ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MISTI, MEF/GDT, សភាពាណិជ្ជកម្ម
		3.2.4 ជាផ្នែកមួយនៃគំនិតផ្តួចផ្តើម Go4eCAM បង្កើតសមាគមពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា។ នេះរួមបញ្ចូល ១) ការពិនិត្យ	បង្កើតបានសមាគមពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលមានការយកចិត្តទុកដាក់ និងជាតំណាងដើម្បីទាញយកផលប្រយោជន៍នៃវិស័យនេះ ព្រមទាំង	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOC	MEF

		ឡើងវិញនៃសមាគមសភាពាណិជ្ជកម្ម និង សមាគមអាជីវកម្មដែលមានស្រាប់ ២) ការបង្កើតសមាគមស្របច្បាប់ ដោយមានការសម្របសម្រួលដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ក្នុងអាយុកាលនៃគម្រោង ៣) កម្មវិធីប ណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់សមាជិក ៤) និង ការផ្ទេរការទទួលខុសត្រូវផ្នែកគ្រប់គ្រង ដល់វិស័យឯកជន។	អាចជំរុញឱ្យវិស័យឯកជនដឹកនាំការ អភិវឌ្ឍវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។				
	3.3. ពង្រឹងសមត្ថភាព របស់សហគ្រាស/ក្រុមហ៊ុន ឱ្យស្របតាមការប្រែប្រួល នៃគោលនយោបាយ និង និយតកម្មនានា	3.3.1. រៀបចំសិក្ខាសាលាជាមួយក្រុមហ៊ុន ចំនួន ៣០-៤០ ដែលត្រូវបានរចនាឡើង ជាវគ្គសិក្សាស្តីពី "មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មតាមអ៊ីនធឺណិត និងការធ្វើ អាជីវកម្មតាមអ៊ីនធឺណិត" ។	ដើរតួនាទីជាយន្តការដ៏មានប្រសិទ្ធិភាព ក្នុងការប្រមូលមតិយោបល់អំពីឱនភាព ចំណេះដឹងនៅខាងសហគ្រាស ខណៈ ពេលដែលការកសាងសមត្ថភាពរបស់ សហគ្រាសទាក់ទងនឹងការយល់ដឹងអំពី ការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពនៃបទប្បញ្ញត្តិ។	មធ្យម	រយៈពេល មធ្យម	MOC/MISTI	សភាពាណិជ្ជកម្ម
	3.4. អភិវឌ្ឍន៍ឧបករណ៍ ជំនួយ និងមានឯកទេស លើសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម	3.4.1. បង្កើតមគ្គុទេសសាមញ្ញមួយដែល អាចដើរតួជាប្រភពព័ត៌មានស្តីពីសំណួរ ដែលត្រូវបានសួរជាញឹកញាប់ដោយសហ គ្រាសធុនតូច និងមធ្យមធ្វើពាណិជ្ជកម្ម តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក (អាចពង្រីក ដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមទាំង អស់) និងអាចរកបានតាមអ៊ីនធឺណិត។ វិស័យជាក់លាក់ដែលគ្របដណ្តប់ នឹងមាន ដូចជាជំនួយការចុះឈ្មោះនិងក្រោយការ ចុះឈ្មោះ ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកសារពើពន្ធ និងការអភិវឌ្ឍសហគ្រិនភាព។ ជាការ ចាំបាច់ណាស់ក្នុងការធានាថាមគ្គុទេសក៍ ត្រូវបានរក្សាទុកឱ្យទាន់ពេលវេលា	ការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពទាន់សម័យសម្រាប់ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីជួយកាត់បន្ថយឱនភាពចំណេះដឹង ទាក់ទងនឹងគោលនយោបាយ និង បទប្បញ្ញត្តិ។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MOC	MISTI

		(ជាមួយពេលវេលាច្បាស់លាស់) ដូច្នេះ អ្នកដែលមានសមត្ថភាពអាចពឹងផ្អែកលើព័ត៌មានបាន។					
		3.4.2. អភិវឌ្ឍន៍ និងដំណើរការគំនិត "sandbox" សម្រាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីឱ្យពួកគេមានសេរីភាពក្នុងការអភិវឌ្ឍ និងនាំយកទីផ្សារសេវាកម្មថ្មីៗតាមអ៊ីនធឺណិតក្នុងបរិយាកាសបទប្បញ្ញត្តិដែលអាចបត់បែនបាន។ Sandbox នេះនឹងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដូចជាការលើកទឹកចិត្តផ្នែកសារពើពន្ធ (ការលើកលែងពន្ធ ឬការ ព្យួរការបង់ពន្ធ) ការសម្រួលពាណិជ្ជកម្មកាន់តែងាយស្រួលសម្រាប់ទាំងការនាំចេញ និងនាំចូល តាមរយៈប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកការចុះ និងការប្រើប្រាស់ហត្ថលេខាឌីជីថល។ ល។	ការបង្កើតបរិយាកាសពាណិជ្ជកម្មសេរី ដើម្បីជួយសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកបង្កើតថ្មី និងធ្វើពិពិធកម្មសេវាកម្មរបស់ពួកគេ។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MOC	Innovation-ecosystem builders such as incubation hubs
		3.4.3. ពិចារណាអភិវឌ្ឍន៍ព្រឹត្តិប័ត្រព័ត៌មានប្រចាំខែដែលចែកចាយតាមរយៈការជាវតាមអ៊ីមែល ដែលមានព័ត៌មានថ្មីៗទាក់ទងនឹងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងការផ្តល់ព័ត៌មានដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។	បង្កើតនូវយន្តការទំនាក់ទំនងជាទៀងទាត់រវាងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (ឬក្រសួងពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត) និងសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	ទាប	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MISTI and relevant ministries and technical agencies
		3.4.4. កំណត់ចំណុចបង្គោល (ចំណុចសម្រាប់សួរពត័ត៌មាន) នៅស្ថាប័នសាធារណៈសំខាន់ៗដែលសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកអាច	សហគ្រាសអាចទទួលបានព័ត៌មានសម្រាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយស្ថាប័នបង្គោលសម្រាប់សំណួរទាក់ទងនឹងការចុះឈ្មោះ និងសំណួរផ្សេងទៀត។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MOC	

		ស្នួរទាក់ទងនឹងការចុះឈ្មោះឬតម្រូវការផ្សេងទៀត។					
		3.4.5. បង្កើតគម្រោងជំនួយរបស់រដ្ឋាភិបាល (Government Grant Scheme) ដែលមានគោលបំណងជំរុញ និងគាំទ្រសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដើម្បីបង្កើនការប្រកួតប្រជែងរបស់ពួកគេ ដោយដោះស្រាយបញ្ហានេះតាមរយៈការចាប់យកប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការលក់តាមអ៊ីនធឺណិតក្នុងប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគេ។ ថ្លៃដើមដែលអាចសងត្រឡប់បានវិញអាចរាប់បញ្ចូល (ក្នុងចំណោមចំណាយផ្សេងទៀត)៖ - ចុះឈ្មោះ និងថ្លៃបង្ហោះគេហទំព័រ (Doman Name Registration and Hosting Fees) - កម្មវិធីប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងមាតិកា (CMS) - គេហទំព័រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និង ឬ/កម្មវិធីទូរស័ព្ទ - ការរួមបញ្ចូលកន្ត្រកទំនិញទិញឥវ៉ាន់ - ថ្លៃធ្វើទីផ្សារឌីជីថល - ថ្លៃឈ្នួលជំទើ្លងផ្សេងៗទៀត។	ការបង្កើតកន្លែងសម្រាប់ផ្តល់ជំនាញបច្ចេកទេស និងការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ រួមជាមួយការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់សហគ្រាស ដើម្បីឱ្យពួកគេអាចមានវត្តមាននៅលើអ៊ីនធឺណិត។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MPTC	MEF, MOC, MISTI
		3.4.6. ធ្វើការវិភាគលើបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីតាមដានការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាដែលប្រើប្រាស់ក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។		មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MISTI	MOC, MPTC

៤. ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា	4.1. ពន្លឿនការអនុវត្តរបៀបវារៈរដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិកជាតិ	4.1.1. ចាប់ផ្តើមដំណើរការពិនិត្យឡើងវិញនូវគោលនយោបាយរដ្ឋាភិបាលឌីជីថលដែលអាចអនុម័តបាន។ ជានាថាការសម្របសម្រួលត្រូវបានរក្សាតាមរយៈក្រុមការងារស្តីពីរដ្ឋាភិបាលឌីជីថល។ ផែនការមេគួតែរួមបញ្ចូលវិធីសាស្រ្តរយៈពេលវែងសម្រាប់ការធ្វើឌីជីថលនីយកម្មលំហូរការងាររវាងអន្តរក្រសួង / ទីភ្នាក់ងារបច្ចេកទេស។	គោលនយោបាយរដ្ឋាភិបាលឌីជីថលត្រូវបានអនុម័តនិងអនុវត្ត។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPTC	MEF, MOC, MISTI
		4.1.2. បង្កើតស្តង់ដារគំរូ ទម្រង់ និងក្របខ័ណ្ឌធំទូលាយមួយសម្រាប់ធានានូវឯកសណ្ឋានភាព អន្តរប្រតិបត្តិការ និងសុវត្ថិភាពសម្រាប់កម្មវិធីពាក់ព័ន្ធនឹងរដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា ដោយមិនគិតពីក្រសួង ឬទីភ្នាក់ងារដែលបង្កើតកម្មវិធីឡើយ។ សិក្សាពីក្របខ័ណ្ឌការងារនៅក្នុងប្រទេសដែលមានសេដ្ឋកិច្ចជឿនលឿនដូចជាប្រទេសសិង្ហបុរីសម្រាប់គំរូអនុវត្តន៍ល្អៗ។	ការអនុម័តស្តង់ដារ និងគំរូដែលមានភាពស៊ីគ្នា និងការដាក់បញ្ចូលក្របខ័ណ្ឌកម្មវិធីរដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិក សម្រាប់ក្រសួង និងទីភ្នាក់ងារបច្ចេកទេស។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MEF, MPTC	Line Ministries
		4.1.3. បង្កើតច្រកអេឡិចត្រូនិក (Portal) រដ្ឋាភិបាលរួមមួយដែលភ្ជាប់ទៅនឹងគេហទំព័ររបស់រដ្ឋជាង ៦០ ស្ថាប័ន ដែលកំពុងដំណើរការបច្ចុប្បន្ន និងធានាថាទាំងគេហទំព័របច្ចុប្បន្ន និងអនាគតអនុលោមជាមួយស្តង់ដារអេភិវឌ្ឍន៍ខាងលើ។	បង្កើតច្រកអេឡិចត្រូនិក (Portal) របស់រដ្ឋាភិបាលតែមួយ និងគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់សន្តិសុខ និងរូបរាងដែលមានឯកសណ្ឋានភាព។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPTC	Line Ministries

		បែងចែកយ៉ាងច្បាស់អំពីតួនាទីរវាង Innovation Lab របស់ក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ដែលត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងនាំទៅរកការអភិវឌ្ឍស្តង់ដារ និងរចនាគេហទំព័រ និងថែទាំគេហទំព័ររបស់វិស័យសាធារណៈ។					
		4.1.4. បង្កើតវិញ្ញាបនប័ត្រសិទ្ធិដែលទាក់ទងនឹង PKI ដើម្បីធ្វើប្រតិបត្តិការការប្រើប្រាស់ហត្ថលេខាឌីជីថលទាំងវិស័យសាធារណៈ និងប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ការប្រើប្រាស់ហត្ថលេខាឌីជីថលប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងសុវត្ថិភាព។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MPTC	MEF, MOC
		4.1.5. អនុវត្តសកម្មភាពសំខាន់ៗទាក់ទងនឹងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិសម្រាប់អត្តសញ្ញាណកម្ម (NSPI ២០១៧-២០២៦) ជាពិសេសប្រព័ន្ធចុះឈ្មោះអត្រានុកូលដ្ឋាន និងប្រព័ន្ធស្ថិតិសំខាន់ (CRVS) និងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងចំនួនប្រជាជនរួម (IPIS) ដែលនាំឱ្យមានក្របខ័ណ្ឌអេឡិចត្រូនិកសម្រាប់ការកត់ត្រាអត្រាកំណើត អត្រាមរណភាព អត្រានុកូលដ្ឋាន អត្តសញ្ញាណប័ណ្ណសញ្ជាតិខ្មែរ លិខិតឆ្លងដែន សៀវភៅស្នាក់នៅ និងសញ្ជាតិ។ លើសពីនេះទៀតបង្កើតច្បាប់ពេញលេញមួយសម្រាប់ការគ្រប់គ្រង CRVS ការគ្រប់គ្រងអត្តសញ្ញាណ និង	ក្របខ័ណ្ឌប្រព័ន្ធអត្តសញ្ញាណប័ណ្ណជាតិគ្រប់ជ្រុងជ្រោយមាន CRVS និង IPIS ជាមួយនឹងការផ្តល់លទ្ធភាពសម្រាប់យកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងគោលដៅផ្សេងៗគ្រប់វិស័យ។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MOI, MOJ	MOC, MEF, MPTC

		អនុក្រឹត្យសម្រាប់គ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធនេះ។ ទាំងនេះមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ពង្រឹងការចាប់យកសេវាធនាគារ និងការសន្សំ (ផ្តល់លទ្ធភាពក្នុងការធ្វើ KYC) ក៏ដូចជាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។					
		4.1.6. បច្ចុប្បន្ននេះមានការបែកខ្ញែកនៃមជ្ឈមណ្ឌលទិន្នន័យ។ ដូចនេះ ត្រូវបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្ររយៈពេលវែងដើម្បីរៀបចំប្រព័ន្ធផ្ទុកទិន្នន័យនៅក្នុងមជ្ឈមណ្ឌលទិន្នន័យថ្នាក់កណ្តាល (Centralize the date storage system)។	មជ្ឈមណ្ឌលទិន្នន័យដែលមានសុវត្ថិភាពសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ដ៏ទូលំទូលាយរបស់រដ្ឋាភិបាល។	មធ្យម	រយៈពេលវែង	MEF, MOC, MPTC	ក្រសួង-ស្ថាប័នទាំងអស់
	4.2. ពង្រីកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធមានខ្សែ ក៏ដូចជាបន្តពង្រីកបណ្តាញអ៊ីនធឺណិតតាមទូរស័ព្ទចល័ត ដើម្បីកាត់បន្ថយគម្លាតនៃការប្រើប្រាស់រវាងទីក្រុង និងជនបទ	4.2.1. បន្តពង្រីកការជ្រៀតចូលនៃបច្ចេកវិទ្យា 4G នៅក្នុងតំបន់ជនបទ ក៏ដូចជាធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការភ្ជាប់បណ្តាញមានខ្សែ ដែលនៅមានកម្រិតទាបបំផុត (ចាប់ផ្តើមពីតំបន់ទីក្រុង)។ ប្រើប្រាស់ថវិការបស់ USOF សម្រាប់លើកទឹកចិត្តដល់ប្រតិបត្តិករ និងជំរុញការចែករំលែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធអកម្មសម្រាប់ MNO ដើម្បីជួយដល់ការចែករំលែកថ្លៃដើមជាមួយនឹងគោលដៅរយៈពេលវែងដើម្បីសម្រេចបាននូវការតភ្ជាប់អ៊ីនធឺណិតល្បឿនលឿនថ្នាក់ជាតិសម្រាប់ភូមិចំនួន ១៤.០០០ នៅទូទាំងប្រទេស។	ពង្រីកវិសាលភាពបណ្តាញអ៊ីនធឺណិតជាមួយនឹងការប្រើប្រាស់កម្មវិធីដ៏រឹងមាំសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងទីក្រុងលំដាប់ទីពីរ (Second-Tired Cities) និងតំបន់ជនបទ។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MPTC	

		4.2.2. ដើម្បីជួយដល់ការចែកចាយរលកធាតុអាកាសចល័ត ត្រូវរៀបចំជាថ្មីនូវរលកធាតុអាកាស ៧០០ Mhz ដែលបច្ចុប្បន្នត្រូវបានប្រើសម្រាប់ការចាក់ផ្សាយ និងគ្រប់គ្រងការផ្លាស់ប្តូរវិសាលគមដែលបានកំណត់រួចហើយនៅលើមូលដ្ឋានអព្យាក្រឹតបច្ចេកវិទ្យា។	បណ្តាញដែលគ្របដណ្តប់ដោយវិសាលគមប្រេកង់ទាបហើយមានវិសាលភាពទូលំទូលាយជាងប្រេកង់ខ្ពស់ និងMNOs នឹងធ្វើឱ្យថ្លៃដើមនៃវិនិយោគទាប។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPTC	MEF, MOI
		4.2.3. ធ្វើការវាយតម្លៃជាប្រចាំលើស្ថានភាព IXPs និងតម្រូវការបន្ថែមសម្រាប់ដោះស្រាយជាមួយនឹងការកើនឡើងនៃតម្រូវការក្នុងស្រុក។	បង្កើនបរិមាណ និងគុណភាពនៃមាតិកាក្នុងស្រុក និងចរាចរណ៍មានភាពប្រសើរឡើងដែលគាំទ្រដោយប្រយោលដល់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MPTC	MOI, MOFA
		4.2.4. តាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ដាក់ពង្រាយខ្សែកាបអុបទិករួមគ្នាជាមួយនឹងបណ្តាញអគ្គិសនី ផ្លូវថ្នល់ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្សេងៗទៀត ដើម្បីជួយពង្រីកការប្រើប្រាស់ប្រាស់ប្រព័ន្ធដែលមានខ្សែស្របតាមកំណើនហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធកាន់។	ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការគ្របដណ្តប់សម្រាប់ការពង្រីកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធអ៊ិនធឺណិតតាមរយៈការចំណាយរួមគ្នាទៅការ វិនិយោគនៅក្នុងតំបន់ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្សេងទៀត។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MPTC, MPWT	MME
		4.2.5. ដោយកម្ពុជាជាប្រទេសប្រើទូរស័ព្ទចល័តជាឧបករណ៍ចម្បង តាមធ្វើការសិក្សាដោយសង្ខេបអំពីទីផ្សារបច្ចុប្បន្នសម្រាប់ស្មាតហ្វូននៅកម្ពុជា ឃើញថាការពិនិត្យទៅលើការរៀបចំផលិតផលជជុះ ឬផលិតផលជួសជុលរួច និងទីផ្សារជួលព្រមទាំងសិក្សាលើឥរិយាបទអ្នកប្រើប្រាស់សម្រាប់ការប្រើប្រាស់ផ្ទាល់ខ្លួន និងការ	បង្កើនលទ្ធភាពសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ពីការកើនឡើងនៃឧបករណ៍ដែលមានប្រើប្រាស់នៅក្នុងទីផ្សារ និងកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់លើបរិស្ថានពីឧបករណ៍ដែលបោះចោល។	ទាប	រយៈពេលមធ្យម	NGO such as Open Institutde, or a research institution	MPTC

		ប្រើប្រាស់របស់អាជីវកម្ម និងការពិចារណាពីបរិស្ថានដែលបណ្តាលមកពីការបោះចោលទូរស័ព្ទដែលមិនដំណើរការ។ ការសិក្សានឹងកំណត់កត្តាដូចជាឧបសគ្គដែលកើតមាន និងផ្តល់អនុសាសន៍សម្រាប់ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការប្រើស្មាតហ្វូន (ជាពិសេសពិចារណាលើការពង្រីកបណ្តាញប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 4G និងដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត 5G ដែលនឹងជិតមកដល់)។ ការសិក្សានឹងមាន លក្ខណៈប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងការសិក្សាឆ្នាំ ២០១៦ ដែលផ្តោតលើទូរស័ព្ទចល័ត និងការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិតនៅកម្ពុជា ប៉ុន្តែលើកនេះគឺផ្តោតសំខាន់លើស្មាតហ្វូន។					
		4.2.6. ពិចារណាលើការបង្កើតគោលនយោបាយជាផ្លូវការ ដែលមានរយៈពេលវែងរបស់ USO សម្រាប់ដឹកនាំការវិនិយោគដែលធ្វើឡើងតាមរយៈ USOF ដោយយោងលើតម្រូវការដែលកំពុងកើតមាន រួមបញ្ចូលទាំង វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ធនធានរបស់ USOF ត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាមួយនឹងការចំណេញផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច/សង្គម ដោយផ្អែកលើតម្រូវការអាទិភាពខ្ពស់។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPTC	

	4.3. រៀបចំបទប្បញ្ញត្តិ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ រូបវន្តក្នុងជំនួយនៃការបង្កើតប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G	4.3.1. ធ្វើការពិនិត្យទៅលើកម្មវិធី(លើការសម្រេចចិត្តការវិនិយោគរបស់ប្រតិបត្តិករ) នៃការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G ប្រៀបធៀបនឹងការពង្រីកបណ្តាញខ្សែអុបទិក និងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 4G និងវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់នៃប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G លើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 4G ដែលមានស្រាប់ និងការពង្រីកបណ្តាញមានខ្សែថេរ។	ការបន្តការរីកចម្រើនទៅលើការវិនិយោនៃប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 4G សម្រាប់ការដាក់ដំណើរការទូទាំងប្រទេស ហើយក្នុងពេលតែមួយនោះដែរបង្កើតចន្លោះសម្រាប់ការវិនិយោគប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MPTC	
		4.3.2. កំណត់ការផ្លាស់ប្តូរទាក់ទងនឹងក្របខ័ណ្ឌបទប្បញ្ញត្តិដែលមានស្រាប់ដែលត្រូវការសម្រាប់ធ្វើការសាកល្បង និងដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G នៅកម្ពុជា។	បរិយាកាសបទប្បញ្ញត្តិល្អប្រសើរសម្រាប់ប្រតិបត្តិការសេវាកម្មអ៊ីនធឺណិត 5G នៅកម្ពុជា។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MPTC	
		4.3.3. បង្កើតការវាយតម្លៃទៅលើតម្រូវការកម្មវិធី និងហានិភ័យទាក់ទងនឹងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G ក្នុងផ្នែកផ្សេងៗនៃសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល រួមមានពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក រដ្ឋាភិបាលអេឡិចត្រូនិក ក៏ដូចជា IOT និងការប្រែប្រួលឌីជីថល (Digital-Transformation)។	ពង្រឹងសមត្ថភាពពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដោយទាញយកផលប្រយោជន៍ពីការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត 5G។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	សភាពាណិជ្ជកម្ម	

៥. ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញឌីជីថល	5.1. ធ្វើវិសិដ្ឋកម្មហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងបរិបទថ្នាក់ជាតិ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាជំនាញមិនស៊ីគ្នាដែលមាននាពេលបច្ចុប្បន្ននិងអនាគត។	5.1.1. គាំទ្រ និងបង្កើនសមត្ថភាពអ្នកផ្ដល់ការបណ្ដុះបណ្ដាលកម្រិតវិញ្ញាបនប័ត្រក្នុងការផ្ដល់វគ្គសិក្សាជាន់ខ្ពស់ស្ដីពីសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងការកើនឡើងនៃតម្រូវការការងារនៅក្នុងទីផ្សារ។ ពង្រីកការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាក្នុងការផ្ដល់ការបណ្ដុះបណ្ដាលតាមរយៈការបណ្ដុះបណ្ដាលតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងពង្រឹងសមត្ថភាពអ្នកផ្ដល់ការបណ្ដុះបណ្ដាលតាមរយៈការបណ្ដុះបណ្ដាលគ្រូបង្គោល។	ពង្រីកមូលដ្ឋានអ្នកផ្ដល់ការបណ្ដុះបណ្ដាលកម្រិតវិញ្ញាបនប័ត្រនៅកម្ពុជាដើម្បីបំពេញតម្រូវការការងាររបស់វិស័យឯកជនសម្រាប់ជំនាញសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOEYS	MPTC, MLVT
		5.1.2. បង្កើតបណ្ដាញដែលអាចតភ្ជាប់គ្នា និងអាចពង្រីកបានរវាងសាកលវិទ្យាល័យ/វិទ្យាស្ថានបណ្ដុះបណ្ដាលបច្ចេកទេស ដើម្បីបង្កើនកិច្ចសហការ និងស្រាវជ្រាវនៅក្នុងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជំនាញជាន់ខ្ពស់។ បណ្ដាញនេះក៏នឹងជួយសម្រួលដល់ការចូលរួមជាទៀងទាត់ពីវិស័យឯកជនក្នុងដំណើរការអភិវឌ្ឍកម្មវិធីសិក្សានៅសាកលវិទ្យាល័យ។	ការពង្រឹងការសម្របសម្រួលអន្តរស្ថាប័នរវាងអ្នកផ្ដល់ជំនាញនឹងកាត់បន្ថយភាពមិនស៊ីគ្នារវាងជំនាញ និងទីផ្សារ។	ទាប	រយៈពេលមធ្យម	MOEYS	MPTC, MLVT
		5.1.3. ធ្វើការវាយតម្លៃជាលក្ខណៈប្រព័ន្ធនៃគម្លាតជំនាញឌីជីថល និងរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រត្រៀមខ្លួនជំនាញឌីជីថល។ ការវាយតម្លៃគួរតែពិចារណាលើកត្តាមួយចំនួនដូចជា យេនឌ័រ តំបន់ (ទីក្រុងនិងជនបទ) ការទាមទារយោងទៅតាមវិស័យ	ការវិភាគយ៉ាងទូលំទូលាយលើគម្លាតជំនាញឌីជីថលដែលអាចផ្ដល់នូវការវាយតម្លៃជាបរិមាណគ្រប់គ្រាន់នៃឱនភាពជំនាញឌីជីថលនៅក្នុងប្រទេស។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPTC	MOEYS, MOLVT, MISTI

		ផ្សេងៗគ្នា។ ការសិក្សាគួររួមបញ្ចូលក្រុមហ៊ុនស្រាវជ្រាវឯកជនក៏ដូចជាស្ថាប័នស្រាវជ្រាវ/វិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវនៅកម្ពុជាដើម្បីជួយក្នុងការរចនាការវាយតម្លៃ។					
		5.1.4. ធ្វើការវាយតម្លៃអំពីជំនាញបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានដែលមាននៅក្នុងវិស័យមិនមែនបច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីព្យាករណ៍លើតម្រូវការនិងឱកាសពីវិស័យផ្សេងៗក្រៅវិស័យព័ត៌មានវិទ្យាដែលជាវិស័យស្នូល និងពង្រឹងសមត្ថភាពស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាលជំនាញដើម្បីឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទីផ្សារទូទៅ។ ការវាយតម្លៃនេះនឹងផ្តល់ការវិភាគជាផ្នែក ផ្អែកលើប្រភេទផ្សេងៗគ្នានៅក្នុងវិស័យមិនមែនព័ត៌មានវិទ្យានីមួយៗ។ ហេតុផលនៃសកម្មភាពនេះគឺថាក្រុមហ៊ុនក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីការបង្កើនកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងការចែករំលែកថ្លៃដើមសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងការអភិវឌ្ឍជំនាញ។ ចំបាច់ធ្វើសវនកម្មកម្លាំងពលកម្មព័ត៌មានវិទ្យារយៈពេលខ្លី និងរយៈពេលមធ្យមនៅក្នុងវិស័យមិនមែនបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន។	ការអភិវឌ្ឍវិស័យព័ត៌មានវិទ្យាដែលស្របតាមតម្រូវការទូលំទូលាយនៃវិស័យផលិតភាពដទៃទៀតនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ច នឹងនាំមកនូវការពង្រីកទីផ្សារសម្រាប់វិស័យព័ត៌មានវិទ្យា ក៏ដូចជាបង្កើនស័ក្តិសិទ្ធិភាពសម្រាប់វិស័យមិនមែនបច្ចេកវិទ្យា។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOEYS	MPTC, MOLVT, MISTI

		5.1.5. ផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដែលវិនិយោគលើការបណ្តុះបណ្តាលតាមរយៈការអនុវត្ត (On-Job-Training) និងការបណ្តុះបណ្តាលផ្អែកលើកម្មសិក្សា ហើយនៅក្នុងដំណើរការនេះត្រូវអភិវឌ្ឍន៍ទំលាប់លើកកម្ពស់ការធ្វើកម្មសិក្សា។ មូលនិធិអភិវឌ្ឍន៍ជំនាញជាតិ (NSDF) អាចជាយន្តការដើម្បីផ្តល់ជំនួយដល់គំនិតផ្តួចផ្តើមនេះ។	ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានលើកទឹកចិត្តក្នុងការវិនិយោគទៅលើមូលដ្ឋានបុគ្គលិកមានទេពកោសល្យរបស់ពួកគេ ហើយជាលទ្ធផលនឹងចូលរួមចំណែកក្នុងការអភិវឌ្ឍផែនការសម្រាប់អ្នកដែលមានទេពកោសល្យសម្រាប់ជំនាញឌីជីថល។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MLVT	MPTC, MOEYS
		5.1.6. បង្កើតក្រុមប្រឹក្សាជំនាញតាមវិស័យបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍/ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក/សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ដើម្បីផ្តល់នូវវេទិកាសម្រាប់អ្នកបង្កើតគោលនយោបាយ អ្នកផ្តល់ជំនាញ និងវិស័យឯកជន ពិភាក្សាគ្នាក្នុងន័យស្ថាបនាលើតម្រូវការវិស័យឯកជនសម្រាប់ពេលបច្ចុប្បន្ន និងអនាគត។	បង្កើតបាននូវវេទិកាជាក់លាក់សម្រាប់អ្នកបង្កើតគោលនយោបាយ អ្នកផ្តល់ជំនាញ និងវិស័យឯកជន ពិភាក្សាប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតលើជំនាញដែលវិស័យឯកជនត្រូវការ រួមមានពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។ កាត់បន្ថយបញ្ហាភាពមិនស៊ីគ្នារវាងជំនាញនិងទីផ្សារ។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MLVT	MPTC, MOEYS
		5.1.7. ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការដាក់ឱ្យដំណើរការនូវផែនការស្ថាប័ន និងការធានាគុណភាព (IPQA) នៅក្នុងស្ថាប័នជំនាញរបស់កម្ពុជា។	ពង្រឹងសមត្ថភាពស្ថាប័នអប់រំដែលផ្តល់វគ្គសិក្សាព័ត៌មានវិទ្យា ដើម្បីធានាថាពួកគេបានអនុលោមតាមស្តង់ដារគុណភាពអប់រំថ្នាក់ជាតិ។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOEYS	
		5.1.8. ធ្វើកិច្ចសហការឱ្យបានឆាប់រហ័សរវាង ក្រសួងការងារ និងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ និងក្រសួង-ស្ថាប័នដទៃទៀត ដើម្បីបញ្ចូលផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិង	ការកែលម្អការផ្តល់ការអប់រំបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងគមនាគមន៍ តាមរយៈបណ្តាញអ្នកបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ ដែល	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MOLVT	MPTC, MOEYS

		គមនាគមន៍ទៅក្នុងតំបន់អប់រំបណ្ដុះបណ្ដាលវិជ្ជាជីវៈ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវផ្នែកទីផ្សារ និងបង្កើនការយល់ដឹងលើការអប់រំបណ្ដុះបណ្ដាលវិជ្ជាជីវៈក្នុងចំណោមអ្នកស្វែងរកការងារ ដោយយោងថា មុខងារអ្នកបច្ចេកទេស និងមុខងារវិជ្ជាជីវៈពាក់ព័ន្ធ ត្រូវបានកំណត់ថាជាតំបន់ដែលមានតម្រូវការខ្ពស់បំផុតសម្រាប់វិស័យឯកជន។ ជាមួយនោះដែរ កែលម្អការបណ្ដុះបណ្ដាលវិជ្ជាជីវៈសម្រាប់សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល តាមរយៈការពង្រីកចំណាប់អារម្មណ៍លើមុខវិជ្ជានេះ នៅក្រៅការងារដែលមានជំនាញទាប និងមធ្យម។	នាំឱ្យមានការកើនឡើងនូវអ្នកជំនាញដែលមានសមត្ថភាពនៅក្នុងវិស័យ។				

	5.2. បង្កើនការគាំទ្រដល់វិស័យសហគ្រិនភាពផ្នែកឌីជីថលសម្រាប់សហគ្រាសថ្មីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ជាពិសេសដោយយុវជន និងស្ត្រី។	5.2.1. រៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលជា Bootcamp ដើម្បីបង្កើនភាពត្រៀមខ្លួនសម្រាប់សហគ្រាសថ្មីឌីជីថល និងសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមមួយចំនួន ដែលមានលទ្ធភាពខ្ពស់ក្នុងការស្រូបយក និងពង្រីកសកម្មភាពទៅលើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។[២៣]	ការអភិវឌ្ឍចំនួនចាំបាច់ (Critical Mass) នៃសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមដែលធ្វើការក្រៅប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត និងមិនមែនជាសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក មានសមត្ថភាពដើម្បីពង្រីកចូលទៅក្នុងការធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ នាពេលខាងមុខនេះ ការងារនេះនឹងនាំឱ្យមានការកើនឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់នៅក្នុងសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមដែលដំណើរការតាមឌីជីថល។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MPTC	MISTI, MOC, TSC
		5.2.2. គាំទ្រកម្មវិធីលើកទឹកចិត្តជាអន្តរវិស័យ ដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មបច្ចេកវិទ្យាបង្កើតថ្មីកម្ពុជានៅតាមវេទិកាក្នុងតំបន់ ក៏ដូចជាការតាំងពិព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្ម និងព្រឹត្តិការណ៍នានា។ នេះរួមបញ្ចូលទាំងការបង្កើតការលើកទឹកចិត្ត គំនិតផ្តួចផ្តើម និងយុទ្ធនាការដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់ការវិនិយោគអន្តរជាតិនិងការវិនិយោគក្នុងតំបន់ជាលក្ខណៈយុទ្ធសាស្ត្រ ក៏ដូចជា	ពង្រឹងសមត្ថភាពសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមដើម្បីលើកកម្ពស់ពួកគេនៅក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ក្នុងតំបន់និងអន្តរជាតិ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPTC	MEF, MOC, TSC

[២៣] គោលការណ៍ដែលអាចយកទៅប្រើប្រាស់ មានដូចជា៖ (១) Bootcamp ជាលំហាត់រយៈពេលមួយសប្តាហ៍ដែលបង្ហាញពីសកម្មភាពស្មុគស្មាញជាលំដាប់បន្តិចម្តងៗហើយក្រុមហ៊ុននឹងបង្កើនការយល់ដឹងជាមូលដ្ឋានអំពីគោលការណ៍ពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកនៅថ្ងៃទី១ រហូតដល់ការប្រើប្រាស់គេហទំព័រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅចុងបញ្ចប់នៃ Bootcamp (២) ឧស្សាហកម្មមួយចំនួនដែលជាគោលដៅសម្រាប់ចូលរួមក្នុង Bootcamp រួមមាន៖ វិស័យទេសចរណ៍ កសិ-ឧស្សាហកម្ម និងវិស័យអាទិភាពនៅក្នុង CTIS ២០១៩-២០២៣ ផ្សេងទៀត (៣) សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនឹងត្រូវបានជ្រើសរើសតាមរយៈការប្រកួតប្រជែង (៤) នៅចុងបញ្ចប់នៃសិក្ខាសាលា សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យមដែលទទួលបានជោគជ័យនឹងមានការយល់ដឹងលម្អិតអំពីប្រតិបត្តិការផ្សេងទៀតដែលត្រូវការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង ឬរួមបញ្ចូលបន្ថែមដូចជាការធ្វើសមាហរណកម្មជាមួយច្រកទូទាត់ និង PSP API ភស្តុភារកម្ម ការធ្វើទីផ្សារឌីជីថល ឃ្លាំងទំនិញ ការប្រគល់ទំនិញត្រលប់មកវិញ និងការថែទាំតាមក្រោយ។ សម្រាប់ប្រតិបត្តិការទាំងនេះ យ៉ាងហោចណាស់ការយល់ដឹងល្អគួរតែត្រូវបានបង្កើតឡើង (៥) ការគាំទ្របន្តអាចត្រូវបានផ្តល់ជូនក្រុមហ៊ុនបន្ទាប់ពីរយៈពេល ៦ ខែដើម្បីជាការរំលឹក និង (៦) កម្មវិធីនេះអាចត្រូវបានដាក់នៅក្នុងមជ្ឈមណ្ឌលភ្ញាស់គំនិតអាជីវកម្មតាមរបៀបដែលស្ថាប័នទាំងនេះអាចអនុវត្តន៍ការសម្របសម្រួលសម្រាប់កម្មវិធីនេះនាពេលអនាគត។

		បង្កើតម៉ាកមួយសម្រាប់វិស័យបច្ចេកវិទ្យានៅកម្ពុជា។					
		5.2.3. ពង្រឹងសមត្ថភាពសាកលវិទ្យាល័យ និងវិទ្យាស្ថានបណ្តុះបណ្តាល ដើម្បីអភិវឌ្ឍកម្មវិធីសិក្សា «សហគ្រិនភាពឌីជីថល» ដោយផ្តោតលើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក រួមមានមុខវិជ្ជាចម្រុះដូចជា សហគ្រិនភាព ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ ជំនាញទីផ្សារឌីជីថល រួមបញ្ចូលគ្នាជាមួយជំនាញបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍។ វគ្គសិក្សាទាំងនេះគួរតែត្រូវបានបញ្ចូលទៅក្នុងកម្មវិធីសញ្ញាបត្រ និងកម្រិតវិញ្ញាបនបត្រ។	កម្មវិធីសិក្សាសហគ្រិនភាពឌីជីថលរឹងមាំកម្រិតសញ្ញាបត្រ ត្រូវបានផ្តល់ដោយស្ថាប័នផ្តល់ជំនាញផ្សេងៗនៅក្នុងប្រទេស។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MPTC	MOEYS, MISTI
		5.2.4. ក្នុងគោលបំណងដើម្បីលើកកម្ពស់សហគ្រិនភាព (រួមទាំងសហគ្រិនភាពឌីជីថល) នៅក្នុងតំបន់ក្រៅពីរាជធានី ការពង្រីកការភ្ញាស់អាជីវកម្ម/កន្លែងធ្វើការរួម/ព្រឹត្តិការណ៍ដែលផ្តោតលើសហគ្រិនភាព គឺមានភាពចាំបាច់ដូចទៅនឹងអ្វីដែលបានធ្វើឡើងនៅរាជធានី។ ទោះយ៉ាងណា បញ្ហាប្រឈមគឺកង្វះព័ត៌មាននៅតាមខេត្ត និងកង្វះកិច្ចសហការរវាងមជ្ឈមណ្ឌលនវានុវត្តន៍ដើម្បីពង្រីកវិសាលភាពសកម្មភាព។ គម្រោងមួយអាចយកទៅអនុវត្តដោយមានកិច្ចសហការតាមរយៈសកម្មភាពរបស់តួអង្គដែលមានស្រាប់នៅ	ការពង្រឹងសហគ្រិនភាពឌីជីថល និងមជ្ឈមណ្ឌលភ្ញាស់អាជីវកម្មនៅទីក្រុងលំដាប់ទីពីរ និងតំបន់ជនបទ ធ្វើឱ្យសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក មានការចាក់ឫសនៅតំបន់ក្រៅពីរាជធានី។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	តួអង្គកសាងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនវានុវត្តន៍ (Innovation -ecosystem builders)	MPTC, MOEYS

		ក្នុងតំបន់នេះ ដើម្បីបង្កើនវិសាលភាពនៃសកម្មភាព។ អាចសាកល្បងសកម្មភាពទាំងនេះនៅខេត្តសៀមរាប ដោយបង្កើត និងសាកល្បងមជ្ឈមណ្ឌលភ្ញាស់អាជីវកម្មមួយដែលមានការចូលរួមពីសហគមន៍ យុវជន និងស្ត្រី។ គម្រោងប្រហាក់ប្រហែលមួយទៀត គឺបង្កើតវេទិកាអនឡាញសម្រាប់ភ្ជាប់ បណ្តាញរវាងប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីដែលគាំទ្រការច្នៃប្រឌិតថ្មី និងសហគ្រិនភាព ដែលនឹងជួយក្នុងការពង្រីកនៅខាងក្រៅភ្នំពេញ។					
		5.2.5. រៀបចំផែនការគ្រប់ជ្រុងជ្រោយនៃនិស្សិតបញ្ចប់មធ្យមសិក្សាចូលកម្មវិធីសិក្សាវិទ្យាសាស្ត្រកុំព្យូទ័រ និងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា។ ការសិក្សានេះរួមបញ្ចូលទាំងការវាយតម្លៃនៃកម្រិតជំនាញទន់ និងហេតុផលរបស់ពួកគេ ក៏ដូចជាការលើកទឹកចិត្ត/កត្តាជំរុញរបស់ពួកគេសម្រាប់ការជ្រើសរើសអាជីពក្នុងវិស័យព័ត៌មានវិទ្យា។	ការចាប់អារម្មណ៍កាន់តែខ្លាំងឡើងក្នុងចំណោមនិស្សិតបញ្ចប់ការសិក្សានៅអនុវិទ្យាល័យក្នុងការចាប់យកអាជីពក្នុងវិស័យព័ត៌មានវិទ្យា និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលកាន់តែទូលំទូលាយ។	ទាប	រយៈពេលមធ្យម	MOEYS	MPTC

	5.3. លើកកម្ពស់ចំណេះដឹងផ្នែកឌីជីថលក្នុងចំណោមភាគីពាក់ព័ន្ធ និងពង្រីកទំហំភូមិសាស្ត្រនៃការគាំទ្រ។	5.3.1. បង្កើតយុទ្ធនាការទូទាំងប្រទេសដើម្បីលើកកម្ពស់អក្ខរកម្មឌីជីថលនៅតាមតំបន់ជនបទតាមរយៈមជ្ឈមណ្ឌលតាមសហគមន៍ដើម្បីលើកកម្ពស់កម្រិតអក្ខរកម្មព័ត៌មានវិទ្យានៅក្នុងសហគមន៍។	ការបង្កើនអក្ខរកម្មឌីជីថលនៅក្នុងសហគមន៍នៅតាមតំបន់ជនបទដែលនឹងនាំឱ្យមានការកើនឡើងនៃមាតិកាឌីជីថល។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOEYS	MISTI, MPTC
		5.3.2. ពិចារណាក្នុងការនាំយកកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលថ្មីមួយចំនួនដូចជាកម្មវិធី dotLearn ដែលគាំទ្រដោយសាលា MIT ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិតល្បឿនទាបអាចមើលវីដេអូ និងប្រើប្រាស់សម្ភារៈបង្រៀន។ កម្មវិធីនេះអាចយកទៅប្រើនៅក្នុងតំបន់ភូមិសាស្ត្រដែលមានល្បឿនអ៊ីនធឺណិតទាប (ទាំងបណ្តាញមានខ្សែនិងបណ្តាញចល័ត)។ ផលប័ត្រនៃផលិតផលបែបនេះអាចត្រូវបានរៀបចំនឹងដាក់ពង្រាយនៅតាមសហគមន៍។	ការប្រើប្រាស់សម្ភារៈបង្រៀនផ្អែកលើប្រព័ន្ធវីដេអូ ដែលមានសក្តានុពលរៀនតាមអេឡិចត្រូនិកខ្លាំង នៅតាមតំបន់ជនបទដែលល្បឿនអ៊ីនធឺណិត និងការគ្រប់ដណ្តប់មិនមានលក្ខណៈល្អប្រសើរ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPTC	MOEYS

		5.3.3. អនុសាសន៍របស់ JICA៖ (១) ការបណ្តុះបណ្តាលអ្នកអប់រំដែលមានសមត្ថភាពដើម្បីផ្តល់ការអប់រំបន្តដើម្បីសម្រេចបានគំនិត «ការអប់រំអំពីបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យាសម្រាប់ប្រជាជនកម្ពុជាដោយប្រជាជនកម្ពុជា» (២) ផ្តល់មធ្យោបាយនានាដើម្បីពង្រីក និងអភិវឌ្ឍន៍ការបង្រៀនបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍នៅគ្រប់កម្រិតនៃការអប់រំនិងបណ្តុះបណ្តាលផ្លូវការនិងក្រៅផ្លូវការនៅក្នុងប្រព័ន្ធជាតិ (៣) ជំរុញ និងគាំទ្រការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍ សម្រាប់អ្នករៀបចំគោលនយោបាយ អ្នកដឹកនាំសហគមន៍ និងសង្គមស៊ីវិល ក៏ដូចជាមន្ត្រីក្នុងវិស័យឯកជននិងសាធារណៈ និង (៤) ផ្តល់ការយកចិត្តទុកដាក់ពិសេសដើម្បីសម្រួលដល់ប្រព័ន្ធសិក្សាថ្មី និងឱកាសទទួលបានព័ត៌មានសម្រាប់ស្ត្រីនិងយុវជន ជនពិការ និងជនមិនចេះអក្សរ ដើម្បីដោះស្រាយអតុល្យភាពសង្គម។	បង្កើនសមត្ថភាពស្ថាប័នបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍ អ្នកអប់រំ និងគ្រឿងបរិក្ខារ។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MTPC	MOEYS
		5.3.4. ការផ្តល់អន្តរាគមន៍ដើម្បីកែលម្អអក្ខរកម្មឌីជីថលនៅតំបន់ជនបទ ត្រូវបានផ្សារភ្ជាប់ជាមួយមជ្ឈមណ្ឌលអភិវឌ្ឍន៍សហគមន៍តាមរយៈថ្នាក់អក្ខរកម្មឌីជីថលរួមមានមុខវិជ្ជាមូលដ្ឋាននៃការប្រើប្រាស់	បង្កើនអក្ខរកម្មឌីជីថលនៅក្នុងសហគមន៍នៅតាមតំបន់ជនបទដែលនឹងនាំឱ្យមានការកើនឡើងនៃមាតិកាឌីជីថល។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOEYS	MPTC

		អ៊ីនធឺណិត ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធទូទាត់ដែលមានស្រាប់ ការប្រើប្រាស់ប្រាក់តាមទូរស័ព្ទ ។ល។ នេះគឺជាគំនិតផ្តួចផ្តើមសាកល្បងដើម្បីមើលថាតើគំនិតផ្តួចផ្តើមទាំងនេះអាចដំណើរការបានដែរឬទេ។					
		5.3.5. ពង្រីកការផ្តល់ចំណេះដឹង/ការយល់ដឹងអំពីឌីជីថលដែលចាំបាច់សម្រាប់ជាការបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់បុគ្គលិកក្នុងវិស័យសាធារណៈ។	ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវអក្ខរកម្មឌីជីថលនៅក្នុងវិស័យសាធារណៈជាកត្តាល្អសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងការអភិវឌ្ឍសេវាកម្មឌីជីថលរបស់រដ្ឋាភិបាល។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOEYS	MPTC
		5.3.6. ជំរុញការអភិវឌ្ឍមាតិកាក្នុងស្រុក (ជាភាសាខ្មែរ និង/ឬផ្តោតលើព័ត៌មានក្នុងស្រុកឬប្រភេទមាតិកាផ្សេងទៀត) ដើម្បីជាមធ្យោបាយលើកកម្ពស់តម្រូវការសម្រាប់ព័ត៌មានដែលមានជាឌីជីថលក្នុងចំណោមអ្នកប្រើប្រាស់ (ជាពិសេសនៅតំបន់ជនបទ) ។	បង្កើនភាពអាចរកបាន និងការទទួលយកមាតិកាជាភាសាខ្មែរក្នុងស្រុកដែលអាចជំរុញទំនុកចិត្តអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រូបយកមាតិកាតាមអ៊ីនធឺណិត។	ទាប	រយៈពេលមធ្យម	MPTC	Ministry of Information
		5.3.7. លើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍជំនាញវិជ្ជាជីវៈអាជីពបន្ត តាមរយៈការអប់រំក្រៅផ្លូវការ និងឱកាសសិក្សាពេញមួយជីវិតក្នុងវិស័យព័ត៌មានវិទ្យា។ ដោយសារតែការរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃឧស្សាហកម្ម ប៉ុន្តែការទទួលបានការអប់រំទាប និងកម្រិតជំនាញទាបនៃកម្លាំងពលកម្មបច្ចុប្បន្ន អ្វីដែលជាការងារសំខាន់គឺការ	បង្កើនឱកាសសម្រាប់ការរៀនសូត្របន្ត និងពេញមួយជីវិតសម្រាប់មនុស្សពេញវ័យ និងមនុស្សចាស់។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOEYS	

		ផ្តល់ឱកាសសម្រាប់ការអប់រំបន្តដល់អ្នកដែលកំពុងធ្វើការនៅក្នុងឧស្សាហកម្មនេះ។					
៦. ប្រព័ន្ធទូទាត់	6.1.លើកកម្ពស់ការចូលរួមក្នុងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធប្រព័ន្ធទូទាត់ដើម្បីលើកកម្ពស់អន្តរប្រតិបត្តិការ	6.1.2. ជំរុញបន្ថែមទៀតនូវអន្តរប្រតិបត្តិការនៅក្នុងប្រព័ន្ធទូទាត់ ការលក់រាយ ដើម្បីជួយសម្រួលដល់ដំណើរការពេលវេលាអន្តរធនាគារ	យន្តការកណ្តាលតាមរយៈធនាគារ គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ (MFIs) អ្នកផ្តល់សេវាកម្មបង់ប្រាក់ (PSPs) បណ្តាញបរិក្ខារកុំព្យូទ័រ ដូចជា ម៉ាស៊ីនបើកប្រាក់ស្វ័យប្រវត្តិ ម៉ាស៊ីនឆូតកាតកាបូបលុយចល័ត និងដំណោះស្រាយប្រាក់តាមទូរស័ព្ទផ្សេងៗទៀតអាចធ្វើប្រតិបត្តិការ និងទូទាត់គ្នាទៅវិញទៅមកតាមពេលវេលាជាក់ស្តែង	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	NBC	
		6.1.3. លើកកម្ពស់ស្តង់ដារ និងកាត់បន្ថយថ្លៃដើមក្នុងឧស្សាហកម្មទូទាត់	សម្រេចឱ្យបាននូវប្រសិទ្ធភាព និងអន្តរប្រតិបត្តិការតាមរយៈវេទិកា និងប្រតិបត្តិករផ្សេងៗគ្នានៅក្នុងឧស្សាហកម្មទូទាត់	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	NBC	
		6.1.4. លើកកម្ពស់ការទទួលបាន ការប្រើប្រាស់ និងគុណភាពនៃប្រព័ន្ធទូទាត់ និងសេវាកម្ម	ធ្វើឱ្យមានជម្រើសនៃការទូទាត់ចម្រុះសម្រាប់អតិថិជនក្នុងការជំរុញប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក៏ដូចជាប្រតិបត្តិការទូទាត់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	NBC	

	6.2. ការពង្រឹងក្របខ័ណ្ឌគតិយុត្តិដើម្បីគាំទ្រដល់ប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីនៃ FinTech	6.2.1. បញ្ចប់ និងអនុម័តផែនទីបង្ហាញផ្លូវ FinTech	ផែនទីបង្ហាញផ្លូវគោលនយោបាយរយៈពេលវែងបានបង្កើតទិសដៅអភិវឌ្ឍន៍នៅក្នុងវិស័យ FinTech	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	NBC	
		6.2.2. ពិនិត្យ និងបង្កើតបទប្បញ្ញត្តិចាំបាច់ដើម្បីគាំទ្រផលិតផល និងសេវាកម្មប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត ដូចជា សេវាកម្មធនាគារតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ សេវាធនាគារតាមទូរស័ព្ទចល័ត កម្មវិធីសន្សំប្រាក់ស្វ័យប្រវត្តិកម្មវិធីចំណាយ និងថវិកា ការផ្តល់ប្រាក់កម្ចីពីមិត្តដូចគ្នា ហិរញ្ញប្បទានវិក្កយបត្រ ឧបករណ៍សម្រេចចិត្តឥណទានឆ្លាតវៃ ការគ្រប់គ្រងឥណទានគណនេយ្យ និងរក្សាការទូទាត់តាមអ៊ីនធឺណិត និងការចេញវិក្កយបត្រតាមអ៊ីនធឺណិត	ការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការទទួលបានផលិតផលហិរញ្ញវត្ថុដែលផ្តោតលើតម្រូវការជាក់លាក់សម្រាប់បុគ្គល និងក្រុមហ៊ុន	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	NBC	
		6.2.3. ពិចារណារៀបចំបង្កើតការអនុវត្តក្របខ័ណ្ឌសាកល្បង និយតកម្ម (Regulatory Sandbox) ដែលមានបទប្បញ្ញត្តិដើម្បីជួយសម្រួលដល់ការបង្កើតថ្មីៗលើ FinTech	ការបង្កើនការច្នៃប្រឌិតនៅក្នុងដែន FinTech ដែលជាលទ្ធផលជួយគាំទ្រដល់វិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	NBC	

	6.3. ពង្រីកវិសាលភាព និងគុណភាពអក្ខរកម្មហិរញ្ញវត្ថុជាមួយនឹងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរួមគ្នាដើម្បីបែងចែកការទទួលខុសត្រូវច្បាស់លាស់ និងបង្កើនការចូលរួម	6.3.1. ពង្រីកវិសាលភាពនៃចំណេះដឹងហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីបញ្ចូលអក្ខរកម្ម ឌីជីថលដោយផ្តោតលើមូលដ្ឋានសមូហភាពរបស់អ្នកពាក់ព័ន្ធ។	បង្កើនការយល់ដឹងអំពីអក្ខរកម្មឌីជីថលក្នុងចំណោមក្រុមគោលដៅ	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	NBC	
		6.3.2. សម្របសម្រួលជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធដើម្បីលើកកម្ពស់កម្មវិធីចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុទាំងអស់	លើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាពនៃចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដោយមានទិសដៅនិងផែនការច្បាស់លាស់ដែលត្រូវអនុវត្ត	ខ្ពស់	រយៈពេលវែង	NBC	
	6.4. លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីភាពចម្រុះ និងលទ្ធភាពនៃជម្រើសទូទាត់ប្រាក់ដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	6.4.1. ផ្តល់ការពិគ្រោះយោបល់លើជម្រើសទូទាត់ប្រាក់ដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍	ជំរុញការទទួលយកសេវាកម្មទូទាត់ផ្សេងៗដែលជាផ្នែកមួយនៃប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	NBC	
		6.4.2. ផ្សព្វផ្សាយហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងសេវាកម្មប្រព័ន្ធបង់ប្រាក់តាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈផ្សេងៗ	ពង្រឹងការយល់ដឹងកាន់តែស៊ីជម្រៅលើសារៈសំខាន់នៃប្រព័ន្ធទូទាត់និងសេវាកម្មនិងកាទទួលយកការទូទាត់តាមអេឡិចត្រូនិកក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	NBC	

៧. កសុកាកម្ម ពាណិជ្ជម្មក្នុងស្រុក	7.1. ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការដោះស្រាយរូបវន្ត និងទម្រង់ជំនួសនៃការដោះស្រាយជំណោះស្រាយ។	7.1.1. ស្វែងរកលទ្ធភាពសម្រាប់កម្មវិធីសាកល្បងជាមួយ What-3-Words និងខេមបូឌាប៉ុស្តិ៍ (និង DHL) សម្រាប់ការបញ្ជូនសំបុត្រ / បញ្ញាទិញក្នុងស្រុកនៅតំបន់ PP និងតំបន់ជនបទមួយ។ គោលដៅសំខាន់របស់គម្រោង Pilot ទាំងនេះ គឺដើម្បីបញ្ជាក់ពីប្រសិទ្ធភាពនៃការទទួលបាននូវពេលវេលាសម្រាប់ការចែកចាយកញ្ចប់ឥវ៉ាន់ ហើយនឹងជួយបង្កើតគំរូសម្រាប់ជំនួញ និងគម្រោងធំនៅពេលក្រោយ។ ជាបញ្ហាប្រឈមបន្ថែមទៀត ផ្តល់ជូន W3W នូវឱកាសដើម្បីប្រើប្រាស់ប្រទេសកម្ពុជាជាកន្លែងសាកល្បងសម្រាប់អត្តសញ្ញាណផ្ទាល់ខ្លួន (ឧទាហរណ៍ មនុស្សម្នាក់ៗមានអាសយដ្ឋាន ដែលអាចមានទីតាំងភូមិសាស្ត្រជាជាងគំរូបច្ចុប្បន្ន)	យន្តការជំនួសសម្រាប់ដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមខាងអាស័យដ្ឋានជាក់ស្តែងរយៈពេលវែងដែលនាំឱ្យមានសក្តានុពលក្នុងការចែកចាយទាន់ពេលវេលា និងបង្កើនការសម្របសម្រួលសណ្តាប់ធ្នាប់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MEF	CP, MPWT, MLMUPC

		7.1.2. បន្តកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងដើម្បីអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធអាស័យដ្ឋានជាតិបន្ថែមទៀត (លេខកូដប្រៃសណីយ + អាសយដ្ឋានផ្លូវ) ។ ពិចារណាអំពីការប្រើប្រាស់អាស័យដ្ឋាននិម្មិត / អាសយដ្ឋានឌីជីថល ដោយផ្អែកលើផ្លាយរណបជាបណ្តោះអាសន្ន ឬជំនួសសម្រាប់ស្វែងរកអាស័យដ្ឋាន។	ការកែលម្អអាសយដ្ឋានរូបវន្ត និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជាតិ។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MEF	CP, MPWT, MLMUPC
	7.2. ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូន រួមមាន ផ្លូវថ្នល់ ឃ្លាំង ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធយានយន្តដឹកជញ្ជូន (ជាពិសេសឡានដឹកទំនិញ) ដោយចងចាំពីតម្រូវការផ្នែកដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុកកើនឡើងនាពេលអនាគត។	7.2.1. ផ្តល់អាទិភាពដល់ការអនុម័ត និងអនុវត្តផែនការមេរបស់ភស្តុភារកម្មក្នុងការជួយអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូន។ ជានាថាសមត្ថភាពរបស់អគ្គនាយកដ្ឋានភស្តុភារកម្មនឹងមានការកើនឡើង ដើម្បីអាចគ្រប់គ្រង ចាត់ចែងសម្របសម្រួល និងឃ្លាំមើលការអនុវត្ត LMP ។	ការអនុវត្ត LMP ដែលឈានទៅរកការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូនរឹង និងទន់ដែលផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងស្រុក និងពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MPWT	
	7.3. ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវសមត្ថភាពរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា	7.3.1. បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីលើកកម្ពស់សមត្ថភាពរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា។ បន្តកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងដើម្បីកសាងសមត្ថភាពរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជាក្នុងការកែលម្អការផ្តល់សេវា ជាពិសេស នៅតាមតំបន់ជនបទ។ វាយតំលៃតម្រូវការបច្ចេកទេស ដូចជា ឡានដឹកជញ្ជូន និងបណ្តាញឃ្លាំងនៅទូទាំងប្រទេស	ពង្រឹងសមត្ថភាពប្រៃសណីយ៍កម្ពុជាដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការក្នុងវិស័យនេះ។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	CP	

		ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ឬឧទាហរណ៍នៅលើប្រព័ន្ធ IPS និង CDS ដែលមានស្រាប់។					
		7.3.2. ស្វែងរកជម្រើសសម្រាប់ការធ្វើសេរីភាវូបនីយកម្មទីផ្សារចែកចាយទំនិញក្នុងស្រុក និងការពង្រឹងសេវាប្រៃសណីយ៍ក្នុងស្រុកដោយវាយតម្លៃបទប្បញ្ញត្តិដែលមានស្រាប់ទាក់ទងនឹងសេវាកម្មក្នុងស្រុកដោយមានគោលដៅថាការធ្វើសេរីភាវូបនីយកម្មក្នុងវិស័យនេះនឹងជួយបង្កើនកម្រិតសមត្ថភាពបង្កើនក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសម្រាប់ទាំងប្រៃសណីយ៍កម្ពុជានិងឯកជន។	ផ្នែកផ្តល់សេវាកម្មក្នុងស្រុកមានលក្ខណៈសេរីភាវូបនីយកម្មជាមួយនឹងសេវាកម្មផ្សេងៗគ្នាដែលផ្តល់ជូនអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងតម្លៃសមរម្យ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	CP	
		7.3.3. វាយតំលៃលទ្ធផលនៃគំនិតផ្តួចផ្តើមរបស់ Tinh-Tinh នៅចន្លោះពេលវេលាទៀងទាត់ និងចាប់យកបញ្ហាប្រឈម និងមេរៀនដែលបានរៀនដែលអាចត្រូវបានដោះស្រាយតាមរយៈជំនួយ ។ លើសពីនេះទៀតវាយតម្លៃជម្រើសបន្ថែមទៀតសម្រាប់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជា ដើម្បីចូលរួមជាមួយសេវាកម្មទាក់ទងនឹងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។	ការចូលរួមដ៏រឹងមាំរបស់ប្រៃសណីយ៍កម្ពុជានៅក្នុងតំបន់សេវាឌីជីថល។	មធ្យម	រយៈពេលវែង	CP	

	7.4. ធ្វើឱ្យមានភាពវិជ្ជាជីវៈដល់អ្នកផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូននិងផ្សារភ្ជាប់គម្លាតចំណេះដឹងរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកក្នុងការគ្រប់គ្រងភស្តុភារកម្ម	7.4.1. ដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវសមត្ថភាពនិងវិជ្ជាជីវៈនៅក្នុងផ្នែកនៃការចែកចាយនេះត្រូវមាននិងការបណ្តុះបណ្តាលដល់ក្រុមហ៊ុន MSMEs ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការដឹកជញ្ជូនលើការអនុវត្តល្អទាក់ទងទៅនឹងភស្តុភារនិងការដោះស្រាយកញ្ចប់ឥវ៉ាន់។	ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវវិជ្ជាជីវៈ MSMEs ទាក់ទងនឹងសកម្មភាពសម្របសម្រួលលំដាប់ចាប់ពីការវេចខ្ចប់រហូតដល់ការដឹកជញ្ជូន	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MPWT	
		7.4.2. ជួយសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកក្នុងការអភិវឌ្ឍ ឬទទួលបានសិទ្ធិប្រើប្រាស់ Software គ្រប់គ្រងភស្តុភារដែលអាចប្រើប្រាស់ដើម្បីតាមដានការដឹកជញ្ជូនរបស់ពួកគេរាប់ចាប់ពីការគ្រប់គ្រងឃ្លាំងរហូតដល់សេវាកម្មតាមដានផ្អែកលើ GPS និងការផ្តល់ព័ត៌មានទាន់ពេលវេលា។	ការបង្កើនវិជ្ជាជីវៈនៅក្នុងមូលដ្ឋានសហគ្រាសទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងភស្តុភារ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPWT	សភាពាណិជ្ជកម្ម
		7.4.3. ជាផ្នែកមួយនៃក្រុមហ៊ុនបណ្តុះបណ្តាលពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ឬផ្តល់ការគាំទ្រដល់ប្រតិបត្តិការ រួមមានការអនុវត្តល្អៗ ទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងភស្តុភារពីទស្សនវិស័យរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដូច្នេះក្រុមហ៊ុនមានចំណេះដឹងមូលដ្ឋាន និងទទួលបានជំនាញទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងតម្រូវការដឹកជញ្ជូនរបស់ក្រុមហ៊ុន។	ការបង្កើនវិជ្ជាជីវៈនៅក្នុងមូលដ្ឋានសហគ្រាសទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងភស្តុភារ។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MPWT	

		7.5.1. អភិវឌ្ឍន៍គោលនយោបាយដឹកជញ្ជូនបៃតងដែលនឹងពិចារណាអំពីការកើនឡើងនៃតម្រូវការកស្តុភារកម្មពីវិស័យសេដ្ឋកិច្ចដោយមានតុល្យភាពនឹងការគិតគូរទៅលើបរិស្ថាន។	ផលប៉ះពាល់បរិស្ថានវិជ្ជមានប្រែទៅជាការកាត់បន្ថយចំណាយនិងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់វិស័យដឹកជញ្ជូនទាំងមូល។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MPWT	ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍
	7.5. វិនិយោគលើកស្តុភារបៃតង	7.5.2. បង្កើតសកម្មភាពគោលនយោបាយឬផែនការឱ្យបានទូលំទូលាយដើម្បីលើកកម្ពស់ការដឹកជញ្ជូនបៃតង និងគាំទ្រដល់ការយល់ដឹងជាសាធារណៈ (ឧទាហរណ៍ការដាក់ស្លាកបទបញ្ជានិងការលើកទឹកចិត្ត) នៅក្នុងតំបន់នេះដូចខាងក្រោម ៖ - ការបណ្តុះបណ្តាលបើកបរដោយអេកូឡូហ្ស៊ី - ការកែលំអរប្រព័ន្ធ IT - យុទ្ធនាការព័ត៌មាន - គោលនយោបាយដឹកទំនិញតាមទីក្រុងប្រកបដោយនិរន្តរភាព - កម្មវិធីវិញ្ញាបនបត្ររបស់ប្រតិបត្តិករដឹកជញ្ជូន ឬការត្រួតពិនិត្យនិងថែទាំបានប្រសើរឡើង - ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដល់យានយន្តស្អាត។	ផលប៉ះពាល់បរិស្ថានវិជ្ជមានប្រែទៅជាការកាត់បន្ថយចំណាយ និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់វិស័យដឹកជញ្ជូនទាំងមូល។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MPWT	
		7.5.3. បង្កើតស្តង់ដារវេចខ្ចប់សម្រាប់ការវេចខ្ចប់ដែលមិនប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាន និងវាយតម្លៃជម្រើសសម្រាប់ការលើកទឹកចិត្តក្រុមហ៊ុនអេឡិចត្រូនិក ឬក្រុមហ៊ុន	បង្កើនភាពអាចរកបាន និងការទទួលយកការវេចខ្ចប់ដែលមិនប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថានដោយក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធ	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MISTI	

		កស្តុការកម្មដើម្បីទាញយកប្រភព និងប្រើប្រាស់ការវេចខ្ចប់ឱ្យត្រូវនឹងស្តង់ដារទាំងនេះនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។	អេឡិចត្រូនិក។				
		7.5.4. អភិវឌ្ឍន៍មូលដ្ឋានទិន្នន័យថេយន្តដឹកទំនិញនៅកម្ពុជាដើម្បីបម្រើជាមូលដ្ឋានសម្រាប់វាយតម្លៃការសោយកាយអាយុនិងគុណភាពនៃហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកទំនិញនៅក្នុងប្រទេស។	ការយល់ដឹងកាន់តែប្រសើរឡើងនៃហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកទំនិញនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាជួយអភិវឌ្ឍន៍គោលនយោបាយនាពេលអនាគតសមស្រប។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPWT	
៨. ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន	8.1. បង្កើតក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន	8.1.1. ធ្វើការវិភាគលើវិសាលភាពនៃការកើតឡើងនៃពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនរវាងប្រទេសកម្ពុជា និងប្រទេសជិតខាង។ ការវិភាគនេះនឹងពិនិត្យមើលឡើងវិញនូវប្រភេទបរិមាណដុល្លារតម្លៃប្រភេទ និងកត្តាជំរុញរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធព្រមទាំងឧបសគ្គ និងឱកាសនានា (សម្រាប់ភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយតំបន់ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនផ្លូវការ)	មូលដ្ឋានគ្រឹះត្រូវបានបង្កើតឡើងសម្រាប់ប្រភេទនិងបរិមាណនៃពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនរវាងប្រទេសកម្ពុជា និងប្រទេសជិតខាង។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MOC	
		8.1.2. រក្សាការពិនិត្យឡើងវិញឱ្យបានល្អិតល្អន់នូវការពិភាក្សាពហុភាគីទាក់ទងនឹងការផ្អាកបណ្តោះអាសន្នលើពន្ធគយសម្រាប់ការបញ្ជូនអេឡិចត្រូនិក។		មធ្យម	រយៈពេលវែង	GDCE	

		8.1.3. ពន្លឿនការអនុម័តផែនការមេ កស្តុការដឹកជញ្ជូនជាពិសេសការកាន់កាប់ ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន។ ជានាថា ជំពូកទាក់ទងនឹងការដឹកជញ្ជូនទំនិញតាម អាកាសត្រូវបញ្ចូលតម្រូវការពាណិជ្ជកម្ម តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកតាមរយៈការ ពិគ្រោះយោបល់ពីឧស្សាហកម្ម។	មុខងារពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនត្រូវ បានពង្រឹង / កែលម្អជាលទ្ធផលនៃការ អនុវត្តន៍ LMP ។	ខ្ពស់	រយៈពេល មធ្យម	MOC	MPWT
		8.1.4. ពិនិត្យលទ្ធភាពដើម្បីផ្តល់សច្ចាប័ន លើកិច្ចព្រមព្រៀងក្របខ័ណ្ឌស្តីពីការ សម្របសម្រួលពាណិជ្ជកម្មតាមព្រំដែន ដែលគ្មានលិខិត ឆ្លងកាត់តំបន់អាស៊ី-ប៉ាស៊ីហ្វិកត្រូវបានអនុម័តជាសន្ធិសញ្ញា UN	ការធ្វើសុខដុមនីយកម្មនៃក្របខ័ណ្ឌក្នុង ប្រទេសកម្ពុជាជាមួយនឹងគោលការណ៍ ដែលបានព្រមព្រៀងជាអន្តរជាតិ។	មធ្យម	រយៈពេល មធ្យម	MOC	
		8.1.5. ពិនិត្យឡើងវិញនូវក្របខ័ណ្ឌ WCO នៃស្តង់ដារស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធ អេឡិចត្រូនិកឆ្លងកាត់ព្រំដែនដែលបាន អនុម័តកាលពីខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៨ ព្រម ទាំងឧបករណ៍និងសម្ភារៈដែលជាប់ ទាក់ទងនឹងក្របខ័ណ្ឌនេះនិងរួមបញ្ចូល ក្របខ័ណ្ឌក្នុងដំណើរការនៅក្នុងប្រទេស កម្ពុជា។ ប្រធានបទពាក់ព័ន្ធរួមមាន៖ - ទិន្នន័យអេឡិចត្រូនិកជាមុន និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ - ការសម្របសម្រួល និងភាពសាមញ្ញនៃនីតិវិធី - សុវត្ថិភាព និងសន្តិសុខ	ពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់អាជ្ញាធរគយរបស់ ប្រទេសកម្ពុជាដោយមានឥទ្ធិពលផ្ទាល់ទៅ លើកំណើនពាណិជ្ជកម្មតាមអ៊ីធឺណិតឆ្លង កាត់ព្រំដែន។	មធ្យម	រយៈពេលវែង	MOC	GDCE

		- ការប្រមូលចំណូល - ការវាស់វែងនិងការវិភាគ - ភាពជាដៃគូ - ការយល់ដឹងជាសាធារណៈការផ្សព្វផ្សាយ និងការកសាងសមត្ថភាព និង - ក្របខ័ណ្ឌនីតិប្បញ្ញត្តិ។					
		8.1.6. បន្តការពិភាក្សាដើម្បីបង្រួបបង្រួមស្តង់ដារក្នុងចំណោមបណ្តាប្រទេសជាដៃគូ និងដើម្បីកាត់បន្ថយរបាំងពន្ធគយ និងពន្ធគយសំខាន់ៗនៅតាមព្រំដែនកម្ពុជា។	ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង និងសម្រួលរដ្ឋបាលពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់តំបន់។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOC	
		8.1.7. តស៊ូមតិឱ្យមានការផ្តល់ De Minimis ខ្ពស់ក្នុងថ្នាក់តំបន់ និងពហុភាគីសម្រាប់ទំនិញដែលមានប្រភពចេញពី LDC តាមរយៈអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិករួមទាំងប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។		ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MOC	
		8.1.8. ដើម្បីសម្រួលដល់ការយកទំនិញនាំចេញពីគយរបស់អាជីវកម្មប្រភេទអាជីវកម្មទៅកាន់អតិថិជន(B2C) ចាំបាច់ត្រូវកំណត់អតិបរិមានៃការយកទំនិញនាំចេញពីគយដោយផ្អែកលើនីតិវិធីយកទំនិញចេញពីគយដែលមានភាពសាមញ្ញ ឧទាហរណ៍ដូចជា ទិន្នន័យច្បាស់លាស់ ការប្រកាសរួម ជាដើម ដើម្បីលើកទឹកចិត្ត	ការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនិងភាពអាចព្យាករណ៍បាននៃការទូទាត់សម្រាប់ការនាំចេញទំនិញតាមអ៊ីធីណិត។				

		ឱ្យមានការនាំចេញ និងកាត់បន្ថយថ្លៃដើមនៃដំណើរការដឹកជញ្ជូន រួមទាំងការដឹកជញ្ជូនរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។					
		8.1.9. ដើម្បីកែលម្អការយកទំនិញនាំចូលពីគយរបស់អាជីវកម្មប្រភេទអាជីវកម្មទៅកាន់អតិថិជន(B2C) ចាំបាច់ត្រូវបង្កើតប្រភេទប្រកាសតម្លៃទាប (Low Value Declaration) បន្ថែមលើទំនិញតម្លៃទាបនៃប្រភេទតម្លៃទាបដែលមិនប្រកាស(low value non-declared category)។ អាស៊ានកំពុងពិចារណាធ្វើកិច្ចការនេះសម្រាប់ទូទាំងតំបន់ ហើយវាអាចមានផលចំណេញដល់ប្រទេសកម្ពុជា។	ការទូទាត់សាមញ្ញសម្រាប់ការនាំចេញសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MEF/GDCE	
	8.2. បន្តការអភិវឌ្ឍ និងដាក់ចេញនូវច្រកតែមួយ និងប្រព័ន្ធពាណិជ្ជកម្មគ្មានក្រដាសផ្សេងទៀតដែលអាចធ្វើអន្តរប្រតិបត្តិការបានទាំងក្នុង និងក្រៅព្រំដែននិងធានានូវភាពស្របគ្នានឹងក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ដែលកំពុងកើតមាន	8.2.1. ដោយសារជាអាទិភាពខ្ពស់ ត្រូវបន្តវឌ្ឍនភាពរបស់បញ្ជរតែមួយជាតិ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងការដាក់ឱ្យដំណើរការដោយជោគជ័យសម្រាប់ដំណាក់កាលទី២ និងដំណាក់កាលទី៣។ ធានានូវការសម្របសម្រួលរវាងអន្តរស្ថាប័នទាក់ទងនឹងលំហូរការងាររបស់បញ្ជរតែមួយជាតិ	ការបង្កើតចំណុចចូលតែមួយដើម្បីបំពេញរាល់បទប្បញ្ញត្តិទាក់ទងនឹងការនាំចេញនាំចូល និងឆ្លងកាត់។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MEF/GDCE	MOC, MISTI
		8.2.2. កំណត់ឱ្យច្បាស់នូវវិសាលភាពការងារនិងការបែងចែកការទទួលខុសត្រូវរវាងក្រសួងស្ថាប័នដែលចូលរួមទាំងអស់	ការសម្របសម្រួលស្ថាប័នមានភាពល្អប្រសើរដែលអាចទទួលបាននូវប្រសិទ្ធិភាពនៅទូទាំងដំណើរការនាំចេញនិងនាំចូល។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	Cabinet	MEF, MOC, MISTI

	ជាពិសេសច្បាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ដើម្បីពង្រឹងបន្ថែមនូវភាពរួចរាល់និងតម្លាភាពនៃការអនុវត្តន៍បញ្ជរតែមួយជាតិ					
		8.2.3. ជានានូវការដាក់ឱ្យដំណើរការនៃ NTFC និងអនុគណៈកម្មាធិការ និងក្រុមការងារ ក្នុងការគាំទ្រកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្ម។	ការគាំទ្រស្ថាប័នសម្របសម្រួលសម្រាប់កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងសម្រួលក្នុងការធ្វើពាណិជ្ជកម្មមាននៅក្នុងប្រទេស។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MEF	
		8.2.4. ជានាថាការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធសម្រួលពាណិជ្ជកម្មដូចជាបញ្ជរតែមួយជាតិ និងប្រព័ន្ធពាណិជ្ជកម្មដែលពុំប្រើក្រដាសស្នាមដទៃទៀត ត្រូវផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងការសន្យាក្នុងតំបន់ ឧទាហរណ៍តាមរយៈបញ្ជរតែមួយអាស៊ាន និងកិច្ចព្រមព្រៀងអាស៊ានស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ចូលរួមក្នុងបញ្ជរផ្លាស់ប្តូរទិន្នន័យតែមួយរបស់អាស៊ានសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែនដោយពុំប្រើក្រដាសស្នាមជាពិសេសនៅក្នុង ATIGA-Form D ។	ការធ្វើសុខដុមនីយកម្មនៃប្រព័ន្ធសម្របសម្រួលពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជាជាមួយនឹងស្តង់ដារក្នុងតំបន់ដែលនឹងជួយសម្រួលដល់ការលូតលាស់យ៉ាងឆាប់រហ័ស។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOC	GDCE, MISTI
		8.2.5. បន្តវឌ្ឍនភាពលើគំនិតផ្តួចផ្តើម QR កូដឆ្លងដែនក្នុងគោលបំណងជួយសម្រួលដល់ការទូទាត់តាមព្រំដែនឆ្លងកាត់ការទូទាត់រូបិយប័ណ្ណក្នុងស្រុករវាងកម្ពុជានិងថៃ។ ពង្រីកការសាកល្បងទៅប្រទេសផ្សេងទៀតតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន។	បង្កើនអន្តរប្រតិបត្តិការនិងភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មសម្រាប់ពាណិជ្ជករឆ្លងកាត់ព្រំដែន។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	NBC	

	8.3. បង្កើតបណ្ដាញហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរឹង និងសេវាកម្មដែលត្រូវការសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន	8.3.1. បង្កើតបណ្ដាញឃ្លាំងផ្ទុកទំនិញ (រួមទាំងឃ្លាំងផ្ទុកទំនិញគយ) ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅចំណុចយុទ្ធសាស្ត្រតាមបណ្ដោយព្រំដែនដែលប្រតិបត្តិការដោយផ្នែកឯកជនឬសាធារណៈ។ លើសពីនេះទៀតជួយសម្រួលដល់ការកើនឡើងនូវប្រភេទសេវាកម្មដឹកទំនិញ ជាជាងការប្រើប្រាស់LCL និងសន្និធិគ្រប់គ្រងទំនិញរបស់អ្នកលក់ (VMI) តែមួយ។ ល។	ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការគាំទ្រហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPWT	
		8.3.2 ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវកន្លែងដឹកទំនិញតាមអាកាសនៅអាកាសយានដ្ឋានរួមទាំងលទ្ធភាពដើម្បីភ្ជាប់កន្លែងជុំវិញនិងនៅអាកាសយានដ្ឋានសម្រាប់អ្នកបញ្ជូនបន្តដោយមាននីតិវិធីនិងសេវាកម្មគយមានតម្លាភាព។ ក្នុងន័យនេះប្រកាស ១៦០៨ គួរតែអនុវត្តយ៉ាងឆាប់រហ័សនិងប្រកបដោយតម្លាភាព។	ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការសម្របសម្រួលសណ្ដាប់ធ្នាប់ និងសមត្ថភាពដឹកជញ្ជូនទាន់ពេលវេលាសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកតាមរយៈការដឹកជញ្ជូនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពដែលជាមធ្យោបាយចម្បងនៃការដឹកជញ្ជូនតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MPWT	
	8.4. បង្កើនសមត្ថភាពនិងកម្រិតប្រសិទ្ធភាពនៅខាងសហគ្រាសសម្រាប់ធ្វើពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន	8.4.1. បង្កើនកម្រិតចំណេះដឹងក្នុងចំណោមសហគ្រាស / អាជីវករ អ្នកផ្ដល់សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន អន្តរការីគយ និងអង្គភាពដទៃទៀតលើបទប្បញ្ញត្តិក៏ដូចជាការអនុវត្តន៍ឱ្យល្អបំផុតពាក់ព័ន្ធនឹងឯកសាររដ្ឋបាលនិងដំណើរការទូទាត់ពន្ធគយ។	បង្កើនសមត្ថភាពសហគ្រាសក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃដំណើរការទូទាត់ពន្ធគយដែលនាំឱ្យមានភាពប្រសើរឡើងនូវការអនុម័តរដ្ឋបាលសម្រាប់ការនាំចូលនិងនាំចេញ។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MOC	MPWT, GDCE សភាពាណិជ្ជកម្ម

		8.4.2. ពន្លឿនការកែលម្អភស្តុភារពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែន និងផ្តល់អាទិភាពដល់គំនិតផ្តួចផ្តើមដែលបានគ្រោងទុកដូចជា UNDP-RGC PPP ។	ការណែនាំកាន់តែប្រសើរឡើងនៃសេវាកម្មស្តុកស្មាញដូចជាការបញ្ជូនត្រឡប់មកវិញ។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MPWT	
		8.4.3. ពិនិត្យនិងកែសម្រួលសៀវភៅណែនាំស្តីពីការទូទាត់ពន្ធគយសម្រាប់សហគមន៍ធុរកិច្ច (ឆ្នាំ ២០១៥) ចេញផ្សាយដោយ GDCE នៅកម្ពុជា ដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងពីជំហានបច្ចុប្បន្ន និងធានាថាព័ត៌មានមូលដ្ឋានស្តីពីការទូទាត់ពន្ធគយអាចទៅដល់មនុស្សគ្រប់គ្នា។ GDCE អាចដើរតួនាទីកាន់តែសកម្មថែមទៀតតាមរយៈការរៀបចំវគ្គសិក្សាពង្រឹងសមត្ថភាព និងពិនិត្យមើលអន្តរការីគយកាន់តែតឹងរឹង។	លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងក្នុងចំណោមសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមអេឡិចត្រូនិកស្តីពីដំណើរការនិងបទប្បញ្ញត្តិស្តីពីការទូទាត់ពន្ធគយ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	GDCE	
		8.4.4. ផ្តល់វគ្គសិក្សាប្រចាំឆ្នាំបន្ថែមទៀតដែលធ្វើឡើងដោយ GDCE ដោយពង្រីកវិសាលភាពនៅរាជធានីសម្រាប់ការណែនាំឧស្សាហកម្មភស្តុភារលើច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិថ្មីៗ។	បង្កើនការទទួលបាននិងការគ្រប់ដណ្តប់សម្រាប់ភាគីពាក់ព័ន្ធខាងភស្តុភារលើក្របខ័ណ្ឌបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	GDCE	
		8.4.5. ពង្រីកការលើកទឹកចិត្តដល់ពាណិជ្ជករល្អបំផុតបន្ទាប់ពីពិនិត្យមើលលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសិទ្ធិទទួលបានដើម្បីធានាថាផ្នែកសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមអាចចូលរួមជាមួយនឹងគំនិតផ្តួចផ្តើមនេះ។	ការចូលរួមកាន់តែច្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងគំនិតផ្តួចផ្តើមពាណិជ្ជករល្អបំផុត។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOC	

៩. ការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន	9.1. អភិវឌ្ឍនិងលើកកម្ពស់ការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ហិរញ្ញប្បទានជាក់លាក់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និង/ឬប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ដែលមានស្រាប់ទៅតាមតម្រូវការជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	9.1.1. ដាក់ឱ្យប្រតិបត្តិការនូវធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងផ្តល់គំរូផ្តល់ ឥណទានច្បាស់លាស់ ថាតើធនាគារនឹងគាំទ្រដោយផ្ទាល់ដល់កម្ចីរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ឬក្នុងរូបភាពជាយន្តការសន្ទនីយភាពឬ បែងចែកហានិភ័យរបស់ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ។ បន្ថែមលើនេះ ដោយសារជាផ្នែកមួយនៃយុទ្ធនាការលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងត្រូវបញ្ជាក់ឱ្យច្បាស់ពីលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសិទ្ធិសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងការទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីជម្រើសឥណទាន តាមរយៈប្រតិបត្តិការរបស់ធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និ មធ្យម។	ការទទួលបានហិរញ្ញប្បទានកាន់តែល្អប្រសើរសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក តាមរយៈមធ្យោបាយផ្តល់ទុនជាក់លាក់សម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MEF	
		9.1.2. ពិចារណាបញ្ចូលមុខងារបន្ថែមដែលប្រហាក់ ប្រហែលនឹងធនាគារនាំចេញ-នាំចូល ទៅក្នុងផ្នែកមួយនៃវិសាលភាពការងារជារួម របស់ធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (ក្នុងរយៈពេលមធ្យម/វែង) ដោយពិចារណាឃើញពី (a)ការកើនឡើងនៃពាណិជ្ជកម្មឆ្លងកាត់ព្រំដែននាពេលអនាគត ដែលរំពឹងទុកដោយសហគ្រាសនៅកម្ពុជា ហើយដូច្នេះធ្វើឱ្យមានតម្រូវសេវាកម្មរបស់ធនាគារនាំចេញ-នាំចូល និង (b) ភាព	មានមធ្យោបាយផ្តល់ទុនជាក់លាក់សម្រាប់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដើម្បីពង្រីកប្រតិបត្តិការនៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ។	ទាប	រយៈពេលវែង	MEF	NBC

		មានកម្រិតនៃអត្រានៃការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្ម (ដូចជាហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់, លិខិតឥណទាន) នៅកម្ពុជា។					
	9.2. ជំរុញយន្តការហិរញ្ញប្បទានផ្សេងៗនិងកែលម្អការត្រៀមខ្លួនវិនិយោគរបស់សហគ្រាសដើម្បីធានានិងស្រូបយកការវិនិយោគ។	9.2.1. ដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់ធនាគារពាណិជ្ជឱ្យចូលរួមក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលកំពុងរីកចម្រើន(ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាវិស័យដែលមានហានិភ័យខ្ពស់) ត្រូវអភិវឌ្ឍន៍យន្តការផ្តល់ទុនរួមគ្នា (ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ជាធនាគារ វិនិយោគិនក្នុងវិស័យឯកជនជាធនាគារ)។ ពង្រីកយន្តការបែងចែកហានិភ័យ ដូចជាគំរូហិរញ្ញប្បទានបណ្តាក់ទុនបែប venture រវាងធនាគារ PPC និងអង្គការ IFC ក្នុងជំនួយហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម។	លទ្ធភាពទទួលបានហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកកាន់តែល្អប្រសើរ	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	NBC	NBC
		9.2.2. បង្កើតបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់វិនិយោគិន (ជាពិសេសសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក) និងកាត់បន្ថយគម្លាតព័ត៌មាន និងភាពជឿទុកចិត្ត។ ផ្តល់ការគាំទ្រផ្នែកគោលនយោបាយនិងបទប្បញ្ញត្តិដើម្បីបង្កើនលទ្ធភាពទទួលបានការបណ្តាក់ទុនបែប venture capital ភាគហ៊ុនឯកជន ការវិនិយោគបែប angel investing ការវិនិយោគបែបpeer-to-peer investing, ការប្រមូលទុនបែប	មានវត្តមានកាន់តែច្រើននៃយន្តការហិរញ្ញប្បទានថ្មីៗនៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	ខ្ពស់	រយៈពេលមធ្យម	MOC	NBC

		crowdfunding និងទម្រង់វិនិយោគផ្សេងៗទៀត។					
		9.2.3.បញ្ចុះបញ្ចូលធនាគារឱ្យផ្តល់ភាពបត់បែនអំពីលក្ខខណ្ឌតម្រូវវត្ថុបញ្ចាំ (ចលនវត្ថុ ដូចជា វិក័យប័ត្រ គណនីត្រូវទទួល សន្និធិ) ក៏ដូចជាឧបករណ៍ហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្ម ដូចជាលិខិតឥណទាន, ហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ខ្សែចង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់, និងធានាប៉ាវឥណទានជាដើម។	លទ្ធភាពទទួលបានហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកកាន់តែល្អប្រសើរ	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	NBC	MOC, MEF/GDT
	9.3. ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវទំនុកចិត្តនៃការបង្វិលសងរបស់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក	9.3.1.បង្កើនគុណភាពទិន្នន័យនៅក្នុងរបាយការណ៍សហគ្រាស ក្រៅពីរបាយការណ៍បុគ្គល ដែលនឹងផ្តល់នូវចំណុចសំខាន់នៃការត្រួតពិនិត្យក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ស្ថាប័នផ្តល់ប្រាក់កម្ចី។	ការត្រួតពិនិត្យឥណទានសម្រាប់សហគ្រាស ដែលជួយពង្រឹងសមត្ថភាពនៃស្ថាប័នផ្តល់ឥណទាន លើទំនុកចិត្តនៃការសងត្រឡប់របស់ក្រុមហ៊ុន។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	NBC	
		9.3.2.បង្កើតគំនិតផ្តួចផ្តើមកសាងសមត្ថភាពសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (រួមទាំងអាជីវកម្មបង្កើតថ្មីនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល) ដើម្បីកាត់បន្ថយគម្លាតនៃការយល់ដឹង ក៏ដូចជាធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងតម្លាភាព។ ជំរុញនិងបង្រៀនក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកលើវិធីនៃការប្រើប្រាស់គំរូឧត្តមានុវត្តន៍នៃប្រតិបត្តិនិងការ	សមត្ថភាពកាន់តែប្រសើររបស់សហគ្រាសក្នុងការបង្ហាញពីទំនុកចិត្តនៃការសងត្រឡប់ ទៅកាន់ស្ថាប័នផ្តល់ឥណទាន ។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MEF	សភាពាណិជ្ជកម្ម

		គ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ (ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម គ្រប់គ្រងលំហូរហិរញ្ញវត្ថុ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ និងការងាររដ្ឋបាលនាដំណាច់ឆ្នាំ ក្នុងចំណោមការងារផ្សេងៗទៀត) ដែលអាចជួយពួកគេបង្ហាញកំណត់ត្រាប្រតិបត្តិការដ៏រឹងមាំ និងទំនុកចិត្តសងត្រឡប់ទៅវិញ។					
១០. ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្មនិងការគាំទ្រទីផ្សារ	10.1. ដាក់ឱ្យដំណើរការជាផ្លូវការនៃមុខងារជំរុញពាណិជ្ជកម្មរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដោយពង្រីកវិសាលភាពការងាររបស់អគ្គនាយកដ្ឋានជំរុញពាណិជ្ជកម្មរបស់ MOC និងរួមបញ្ចូលពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនិងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលទៅក្នុងវិសាលភាពការងារ។	10.1.1. វិសាលភាពការងារ និងសមត្ថភាពរបស់អគ្គនាយកដ្ឋានជំរុញពាណិជ្ជកម្មរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មត្រូវការពង្រីកបន្ថែម និង/ឬសហការជាមួយ MISTI (ដើម្បីបង្កើតច្រកចេញចូលតែមួយសម្រាប់ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម) ដែលចាំបាច់ក្នុងការដឹកនាំការិយាល័យគាំទ្រសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដោយមានមធ្យោបាយ និងសមត្ថភាពក្នុងការប្រមូលវិភាគ និងផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានថ្មីៗ និងចំគោលដៅ និងសេវាប្រឹក្សាពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត។	ការគាំទ្រដ៏រឹងមាំ - ជាធម្មតាត្រូវបានផ្តល់ដោយស្ថាប័នដូចជា អង្គការ TPO - ដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOC	
		10.1.2. ធ្វើឱ្យអនុព័ន្ធពាណិជ្ជកម្ម និងតំណាងពាណិជ្ជកម្មនៅទីផ្សារសំខាន់ៗអាចផ្តល់ព័ត៌មានទាក់ទងនឹងទីផ្សារ (តម្រូវការរបស់អ្នកទិញ និងតម្រូវការទីផ្សារ) ទាក់ទងនឹងក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក៏ដូចជាជួយក្រុមហ៊ុនតាមវិស័យក្នុងការភ្ជាប់បណ្តាញនិង	ការគាំទ្រទីផ្សារកាន់តែប្រសើរសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOFA, MOC	

		ទំនាក់ទំនង, បង្កើតបណ្តាញចែកចាយ ឬវត្តមានរូបវ័ន្ត និងជំនួយផ្នែកផ្សេងៗទៀត។					
	10.2. បង្កើនសមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសលើផ្នែកព័ត៌មានទីផ្សារនិង ការជំរុញពាណិជ្ជកម្មក៏ដូចជាការបង្កើតម៉ាកយីហោ និងការធ្វើទីផ្សារបែបឌីជីថល។	10.2.1. ពង្រឹងសមត្ថភាពសភាពាណិជ្ជកម្មក្នុងការផ្តល់ការណែនាំតាមតម្រូវការជាក់ស្តែងដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ធ្វើការស្រាវជ្រាវ និងតំណាងឱ្យក្រុមហ៊ុនក្នុងការតស៊ូមតិជាមួយរដ្ឋាភិបាល។	កម្រិតចំណេះដឹងនិងការយល់ដឹងរបស់សមាគមន៍នៅក្នុងវិស័យត្រូវបានពង្រឹង និងពង្រីកទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងសេវាដឹកជញ្ជូនកាន់តែប្រសើរសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	សភាពាណិជ្ជកម្ម and sector associations	
		10.2.2. កំណត់ផលិតផលដែលមានតម្រូវការខ្ពស់នៅក្នុងទីផ្សារគោលដៅ និងកន្លែងដែលប្រទេសកម្ពុជាមានការអនុគ្រោះទីផ្សារល្អ។ ចំពោះផលិតផលទាំងនេះ ត្រូវភ្ជាប់តម្រូវការទីផ្សារទៅនឹងអ្នកផ្គត់ផ្គង់នៅកម្ពុជា រួមមានក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងជួយពួកគេភ្ជាប់ទៅនឹងតម្រូវការផ្នែក B2C និង B2B ។	ការចាប់យកឱកាសនៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិកាន់តែប្រសើរសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOC	សភាពាណិជ្ជកម្ម
		10.2.3. ផ្តល់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដល់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ (តាមរយៈគ្រូបណ្តុះបណ្តាលដែលមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈលើការពិគ្រោះយោបល់ជាគោល) លើប្រធានបទផ្សេងៗទាក់ទងនឹងការទទួលបានព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្មពាក់ព័ន្ធ និងថ្មីៗ រួមមាន ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ និងបំណែង	សមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសមានភាពប្រសើរឡើងក្នុងការប្រមូល វិភាគ និងប្រើប្រាស់ព័ត៌មានពាណិជ្ជកម្ម និងព័ត៌មានទីផ្សារ។	មធ្យម	រយៈពេលមធ្យម	MOC	សភាពាណិជ្ជកម្ម

		ចែកទីផ្សារ ឧត្តមានុវត្តន៍នៃយន្តការចែកចាយ ការដឹកជញ្ជូនតាមព្រំដែន និងការបំពេញតាមការបញ្ជាទិញ។					
១១.ការអនុវត្ត	11.1.យុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានអនុវត្តប្រកបដោយប្រសិទ្ធិភាពដោយមានការចូលរួមយ៉ាងផុសផុលពីក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ វិស័យឯកជន និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍។	ក) ទាញអត្ថប្រយោជន៍ពីគំនិតផ្តួចផ្តើមពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក Tier 2 ក្នុងការគាំទ្រដល់ការអនុវត្តសម្រាប់សកម្មភាពមួយចំនួន។ រៀបចំសំណើគម្រោងសាកល្បងចំនួន ៥-១០ ដោយផ្អែកលើសកម្មភាពដែលត្រូវបានបញ្ជាក់នៅក្នុងផែនការសកម្មភាពរបស់យុទ្ធសាស្ត្រនេះ។ ខ) រៀបចំ "Pitchbook" ដែលអាចចែករំលែកជាមួយក្រុមការងារ Tier 2 និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍សំខាន់ៗដែលផ្តល់នូវមូលដ្ឋានអំពីអាជីវកម្មសម្រាប់សំណើគម្រោងនីមួយៗ និងព័ត៌មានលម្អិត រួមមានថវិកាប៉ាន់ស្មាន និងគម្រូអនុវត្ត។	ការរីកចំចម្រើននៃវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមាននិរន្តរភាពទៅបានតាមរយៈកិច្ចសម្របសម្រួលប្រកបដោយប្រសិទ្ធិភាពនៃវិស័យសាធារណៈក្នុងគោលបំណងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនៃបរិយាកាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងតាមរយៈការអនុវត្តផែនការសកម្មភាពដែលឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការជាក់ស្តែងរបស់វិស័យនេះនៅកម្ពុជា។	ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOC	ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ
		១១.១.១.សហការជាមួយក្រុមហ៊ុនឯកជន ដើម្បីសិក្សាពីការដែលពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកអាចត្រូវបានរួមបញ្ចូលទៅក្នុងគម្រោងចង្កោមកសិ-ឧស្សាហកម្ម។ នេះគឺជាឱកាសដ៏ល្អបំផុត ដោយសារហេតុផលបីយ៉ាងគឺៈ ក) ការគាំទ្រពីក្រុមហ៊ុនឯកជនរឹងមាំមួយ ខ) គម្រោងមានគោលបំណងសំខាន់ផ្តោត		មធ្យម	រយៈពេលខ្លី	MOC	MIH, MAFF, MOC

		លើនាំចេញ ដូច្នេះពួកគេនឹងស្វាគមន៍ការរួមបញ្ចូលពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកទៅក្នុងផ្នែកទីផ្សាររបស់គម្រោង ដែលអាចជួយជំរុញការនាំចេញបន្ថែមទៀត។ គ) ការធ្វើបែបនេះក៏អាចជាករណីសាកល្បងមួយសម្រាប់ការរួមបញ្ចូលពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិដោយជោគជ័យទៅក្នុងវិស័យឈានមុខ ដែលអាចត្រូវបានពង្រីកបន្ថែមទៅដល់វិស័យផ្សេងៗទៀត។					
		១១.១.២.តាមដានការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកជាប្រចាំដើម្បីស្វែងយល់ពីវឌ្ឍនភាព ប្រសិទ្ធភាព និងផលប៉ះពាល់របស់យុទ្ធសាស្ត្រនេះទៅលើការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងទៅលើដំណើរការអាជីវកម្មរបស់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។		ខ្ពស់	រយៈពេលខ្លី	MOC	ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ

បញ្ជីឈ្មោះវិស័យឯកជន និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ដែលបានចូលរួមក្នុងការពិភាក្សាជាក្រុម (FGDs)

វិស័យឯកជន

- ABA Bank
- AEON MALL (Cambodia) Co., LTD
- AngkorHUB
- Belt Road Capital
- BongLuy
- BritCham Cambodia
- Cambodia Freight Forwarders Association (CAMFFA)
- CAMFRA
- Canadia Bank
- Confluences
- Dara Pay
- Development Innovation
- European Chamber of Commerce in Cambodia (EuroCham)
- Geekho Cambodia
- HBS Law
- Impact Hub Phnom Penh
- Instinct Institute
- Kerry Express
- Kokopon
- Last2Ticket
- Little Fashion
- MyPhsar
- National Technical Training Institute
- PassApp
- Paygo
- PPC Bank
- Prince Bank
- Royal University of Phnom Penh
- Senteurs Angkor
- ShopRunBack
- American Chamber of Commerce in Cambodia (AmCham)
- Wing Specialized Bank
- Aceleda Bank
- AMK Microfinance Institution
- Artisans Angkor
- Bodia Spa
- Bookmebus
- Cambodia Chamber of Commerce (CCC)
- Cambodian Public Bank
- CamboTicket
- Campu Bank
- Codinggate
- DAI
- Decathlon Cambodia
- DHL Cambodia
- Federation of Associations for SMEs of Cambodia (FASMEC)
- Getluy
- Hope Association
- IT Step Academy
- KAF
- Khmer24
- La Rue
- Linex
- Meal Temple Cambodia
- Nham24
- National University of Management
- Passerelles Numériques Cambodia (PNC)
- PiPay
- PRASAC Microfinance Institution
- Raintree
- R&T Sok & Heng
- SHE Investments
- Smartluy
- TrueMoney

ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍

- Asian Development Bank in Cambodia (ADB)
- Australian Agency for International Development (AusAID)
- Cambodia Agricultural Value Chain Program (CAVAC)
- Japan International Cooperation Agency (JICA)
- Korea International Cooperation Agency (KOICA)
- United Nation Development Program (UNDP) Cambodia
- United States Agency for International Development (USAID)

រៀបរៀងដោយ៖

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

គាំទ្រដោយ៖

កម្មវិធីពង្រឹងក្របខ័ណ្ឌ
សមាហរណកម្មពាណិជ្ជកម្ម

EIF Enhanced Integrated Framework