រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម

អត្ថបទស្រាវជ្រាវ

បញ្ហាប្រឈមនិងឱកាសសម្រាប់សហគ្រាសតូចនិងមធ្យមនៅកម្ពុជា៖ ករណីសិក្សាហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកចំនួន៥ក្នុងក្រុងភ្នំពេញ

លី តុង ឈឿន សារេន និង ផុន កាសិកា

ឆ្នាំ២០២០

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
វិទ្យាស្ថានមនុស្សសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម

បញ្ហាប្រឈម និងឱកាសសម្រាប់សហគ្រាសតូចនិងមធ្យមនៅកម្ពុជា ៖ ករណីសិក្សាហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកចំនួន៥ ក្នុងក្រុងភ្នំពេញ

(Challenges and Opportunities of SME in Cambodia: A Case Study of Five Local Coffee Brands in Phnom Penh)

លី តុង
រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
Email: lytongcambodia2013@gmail.com

ឈឿន សាវន
រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
Email: savornui2018@gmail.com

បណ្ឌិត ផុន កសិកា
រាជបណ្ឌិត្យសភាកម្ពុជា
Email: kaseka1975@yahoo.com

មូលន័យសង្ខេប

ទំនោរនៃការទទួលទានកាហ្វេនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ជាពិសេសក្នុងទីក្រុងភ្នំពេញ មានការកើនឡើងគួរឱ្យកត់សំគាល់ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំនេះ នឹងបានជម្រុញឱ្យមានការវិនិយោគកាន់តែច្រើនឡើងនៃអាជីវកម្មកាហ្វេបែបទំនើប ដែលក្នុងនោះអាជីវកម្មទាំងនេះ ក៏បានបង្កើតនូវឱកាសការងារ និងការប្រកួតប្រជែងរវាងអាជីវកម្មហាងកាហ្វេម្ចាស់ស្រុក និងហាងកាហ្វេម៉ាកផលិតផលបរទេសផងដែរ។ ការសិក្សានេះមានវត្ថុបំណងចម្បងគឺ (១) សិក្សាពីបញ្ហាប្រឈមដែលហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកបាននឹងកំពុងជួបប្រទះ ក្នុងបរិបទនៃការប្រកួតប្រជែងជាមួយនឹងហាងកាហ្វេម៉ាកផលិតផលបរទេស និង (២) សិក្សាពីឱកាសអាជីវកម្មដែលហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកអាចបង្កើតបានក្នុងបរិបទនៃការប្រកួតប្រជែងនេះ។ ការសិក្សានេះប្រើវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវបែបចម្រុះ (Mixed Research Methodology) ទៅលើសំណាកគម្រូដែលជាស្ថាបនិក ឬអ្នកគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកចំនួន ៥រូប និងបុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងហាងកាហ្វេចំនួន ២៤រូប។ លទ្ធផល

បង្ហាញថា ឱកាសអាជីវកម្មហាងកាហ្វេនៅកម្ពុជា នៅតែមានការកើនឡើងជានិច្ច បើទោះបីជាអាជីវកម្មទាំងនោះ អាចនឹងជួបប្រទះនូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនដូចជា៖ ប្រភពដើមទុន ការពង្រឹងសេវាកម្ម សេដ្ឋកិច្ច និងគុណភាពកាហ្វេ។ អាជីវកម្មកាហ្វេនេះ បានចូលរួមបង្កើតការងារសម្រាប់យុវជនកម្ពុជាទាំងអ្នករស់នៅរាជធានីភ្នំពេញ ក៏ដូចជាអ្នកដែលមានប្រភពមកពីខេត្តនានាផ្សេងៗ។ ក្រៅពីឱកាសការងារ បុគ្គលិកទាំងនោះ ថែមទាំងអាចពង្រឹងសេដ្ឋកិច្ចគ្រួសារ និងពង្រីកឱកាសសម្រាប់ការសិក្សាបន្ថែមផងដែរ។

ពាក្យគន្លឹះ៖ បញ្ហាប្រឈម ឱកាសអាជីវកម្ម ឱកាសការងារ សហគ្រាសខ្នាតតូចនិងមធ្យម ហាងកាហ្វេក្នុងស្រុក និងហាងកាហ្វេម៉ាកផលិតផលបរទេស

១. សេចក្តីផ្តើម

កម្ពុជាក្នុងពេលបច្ចុប្បន្នបានប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារបើកចំហ ហើយគេសង្កេតឃើញថាក្នុងអំឡុងពេលមួយទសវត្សចុងក្រោយនេះ កំណើនសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាមានការកើនឡើងយ៉ាងខ្លាំង។ តាមទិន្នន័យរបស់រដ្ឋាភិបាល ក៏ដូចជាធនាគារពិភពលោក និងធនាគារអភិវឌ្ឍអាស៊ីបានបង្ហាញថាប្រទេសកម្ពុជាទទួលបានកំណើនសេដ្ឋកិច្ចប្រចាំឆ្នាំប្រមាណ ៧.៧% ក្នុងចន្លោះឆ្នាំ១៩៩៥ និងឆ្នាំ ២០១៨ ហើយអត្រានេះ បានធ្វើឱ្យកម្ពុជាក្លាយទៅជាប្រទេសមួយដែលមានកំណើនសេដ្ឋកិច្ចលឿនជាងគេក្នុងពិភពលោក។ ក្នុងឆ្នាំ២០១៩កន្លងទៅ កម្ពុជាមានផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប (GDP) ជាង 27.089 ប៊ីលានដុល្លា (The World Bank Data, 2020)។ បើទោះបីជាមានកំណើនខ្ពស់យ៉ាងណាក៏ដោយ ចំណូលសរុបរបស់ប្រជាពលរដ្ឋម្នាក់ៗក្នុងមួយឆ្នាំ នៅមានកម្រិតទាបនៅឡើយ បើប្រៀបធៀបជាមួយនឹងប្រទេសជិតខាង។

ជាមួយនឹងកិច្ចប្រឹងប្រែងដ៏សកម្មនេះ កម្ពុជាបានប្រែក្លាយខ្លួនទៅជាប្រទេសមានប្រាក់ចំណូលទាបកម្រិតមធ្យមក្នុងឆ្នាំ២០១៥ និងមានមហិច្ឆតាក្លាយខ្លួនទៅជាប្រទេសមានប្រាក់ចំណូលមធ្យមកម្រិតខ្ពស់នៅឆ្នាំ ២០៣០។ គេសង្កេតឃើញថា ឧស្សាហកម្មចម្បងចំនួនពីរ៖ (១) ឧស្សាហកម្មកាត់ដេរ និង (២) វិស័យទេសចរណ៍ បានដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជម្រុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចក្នុងប្រទេសនេះ ចំណែកឯកសិកម្មនៅតែដើរតួជាចម្បងសម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋដែលរស់នៅតាមទីជនបទ (Weggel & Oskar, 2006)។ ជាមួយនឹងវិស័យធំៗដែលជម្រុញសេដ្ឋកិច្ចជាតិទាំងនេះ សហគ្រាសតូចនិងមធ្យមបានដើរតួជាចម្បងក្នុងការអភិវឌ្ឍសង្គម និងសេដ្ឋកិច្ចជាតិទាំងមូល ដោយគ្រឹះស្ថានទាំងនេះបានរួមចំណែកក្នុងការបង្កើតការងារប្រមាណ ៤០%-៥០% នៃការងារសរុបក្នុងស្រុក (Samantha Fuentes, 2018)។ យើងសង្កេតឃើញថា មានកត្តាជាច្រើនបានរួមចំណែកក្នុងការថែរក្សាកំណើន

សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាមានដូចជា កត្តាសន្តិភាព ការវិនិយោគទុនបរទេស ព្រមទាំងការរីកចម្រើននៃវិស័យធំៗ ខាងលើជាដើម។

សហគ្រាសតូចនិងមធ្យម (SMEs) ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាកម្លាំងចលករុញច្រានកំណើន និងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចជាតិដ៏សំខាន់ ជាពិសេសក្នុងប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍ (Keskġn, Hidayet et al, 2020)។ បើយើងក្រឡេកមើលក្នុងបរិបទសកល សហគ្រាសតូចនិងមធ្យមបានចូលរួមចំណែកបង្កើតនូវអាជីវកម្មប្រមាណ ៩០% នៃអាជីវកម្មទាំងអស់ និងបង្កើតការងារបានលើសពី ៥០% នៃការងារសកម្មទូទាំងពិភពលោក។ ដោយឡែកនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា សហគ្រាសតូចនិងមធ្យមបានរួមចំណែកយ៉ាងខ្លាំងទៅលើការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចនិងសង្គម ដោយបានដើរតួក្នុងការបង្កើតការងារ បង្កើនប្រាក់ចំណូលដល់ប្រជាពលរដ្ឋដែលមានជីវភាពក្រីក្រ និងងាយរងគ្រោះ ព្រមទាំងបានជម្រុញនូវកំណើនសេដ្ឋកិច្ច រក្សាស្ថេរភាពសង្គម និងរួមចំណែកក្នុងការលើកតម្កើងនូវវិស័យឯកជនផងដែរ។ លើសពីនេះទៅទៀត បើតាមស្ថិតិរបស់ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ កាលពីឆ្នាំ ២០១៨ បានបង្ហាញថា វិស័យនេះ បានរួមចំណែកបង្កើតការងារប្រមាណ ៧០% នៃការងារសកម្ម និងចូលរួមប្រមាណជិត ៦០% នៃផលទុនសរុបរបស់ជាតិ (Sok Chan, 2020)។

ឯកឧត្តម ហេង សុខគង់ រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ (អតីត ក្រសួងឧស្សាហកម្ម និងសិប្បកម្ម) បានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា មានក្រុមហ៊ុនប្រមាណជា ៥១០,០០០ ក្រុមហ៊ុនដែលបានចុះបញ្ជីការត្រឹមត្រូវ ហើយក្នុងចំណោមនោះ ៩០% គឺជាប្រភេទសហគ្រាសតូច និងមធ្យម (Hin Pisei, 2019)។ ក្នុងបរិបទនេះ គេសង្កេតឃើញថា សហគ្រាសនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាត្រូវបានបែងចែកជាបួនប្រភេទ ទៅតាមចំនួនបុគ្គលិកបម្រើការងារ និងទំហំនៃដើមទុនអាជីវកម្ម។ ក្នុងចំណោមសហគ្រាសទាំងនេះ សហគ្រាសប្រភេទមីក្រូ (Micro Enterprise) បង្កើតឡើង និងប្រកបអាជីវកម្មពុំមានលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធត្រឹមត្រូវនោះទេ ក៏ប៉ុន្តែវាបានរួមចំណែកច្រើនជាងគេក្នុងចំណោមប្រភេទសហគ្រាសទាំងអស់។ ការបែងចែកប្រភេទសហគ្រាសក្នុងប្រទេសកម្ពុជាត្រូវបានកំណត់ដូចក្នុងតារាងខាងក្រោម៖

តារាងទី 1៖ ការបែងចែកប្រភេទសហគ្រាសនៅកម្ពុជា

ចំណាត់ថ្នាក់សហគ្រាស	និយមន័យរបស់រដ្ឋាភិបាល	
	ចំនួនបុគ្គលិក/កម្មករ	ទ្រព្យសកម្ម
សហគ្រាសប្រភេទមីក្រូ (Micro)	១០នាក់	តិចជាង ៥០,០០០$
សហគ្រាសខ្នាតតូច	១១-៥០នាក់	៥០,០០០$-២៥០,០០០$

សហគ្រាសខ្នាតមធ្យម	៥១-១០០នាក់	២៥០,០០០$-៥០០,០០០$
សហគ្រាសខ្នាតធំ	លើសពី១០០នាក់	លើសពី ៥០០,០០០$

ប្រភព៖ SME Development Framework (29 July 2005)

នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា អាជីវកម្មខ្នាតតូចនិងមធ្យមនេះ ត្រូវបានបែងចែកជា៣ប្រភេទគឺ៖

- ប្រភេទផលិតកម្ម មានដូចជា អាជីវកម្មកែច្នៃផលិតផលកសិកម្មជាដើម
- ប្រភេទអាជីវកម្មផ្តល់សេវាកម្ម
- ប្រភេទអាជីវកម្មពាណិជ្ជកម្ម រាប់បញ្ចូលទាំងអាជីវកម្មលក់ដុំ និងរាយគ្រប់ប្រភេទ

ជាមួយនឹងការរីកចម្រើនក្នុងវិស័យអាជីវកម្ម និងឧស្សាហកម្មខ្នាតតូចនិងមធ្យមនេះ យើងសង្កេតឃើញថាអាជីវកម្មហាងកាហ្វេដែលជាផ្នែកមួយនៃសហគ្រាសតូចនិងមធ្យមដែរនោះ ក៏មានរីកលូតលាស់ខ្លាំងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។ ជាការពិត ទម្លាប់នៃការទទួលទានកាហ្វេ បានកើតមានក្នុងសង្គមកម្ពុជាជាយូរមកហើយ ជាពិសេសក្នុងចំណោមប្រជាពលរដ្ឋរស់នៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញនិងតាមទីរួមខេត្តនានា ក៏ប៉ុន្តែការទទួលទានកាហ្វេតាមបែបប្រពៃណី ច្រើនស្ថិតក្នុងទម្រង់តាមផ្ទះរៀងៗខ្លួន ឬតាមតូប និងហាងអាហារតូចៗតាមដងផ្លូវប៉ុណ្ណោះ។ ទើបតែឈានមកដល់រយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ទម្លាប់នៃការទទួលទានកាហ្វេកើតមានយ៉ាងខ្លាំង មិនត្រឹមតែក្នុងចំណោមមន្ត្រីរាជការ បុគ្គលិកក្រុមហ៊ុនឯកជន អ្នករត់តាក់ស៊ី ម៉ូតូឌុបនោះទេ តែទម្លាប់នេះក៏បានកើតមានក្នុងចំណោមយុវជនក្មេងៗដែលជាសិស្សសាលា ឬនិស្សិតផងដែរ។ ដោយសារតែទំនោរនៃការចូលចិត្តទទួលទានកាហ្វេបែបនេះ ទើបកាលពីដើមឆ្នាំ២០២០កន្លងទៅនេះ គេបានប្រសិទ្ធិនាមទីក្រុងភ្នំពេញថា "ទីក្រុងកាហ្វេ" ទៀតផង។

ទំនោរនៃការទទួលទានអាហារ បានជម្រុញឱ្យអាជីវកម្មកាហ្វេមានការអភិវឌ្ឍ និងប្រែមុខមាត់ថ្មីជាបន្តបន្ទាប់ ដោយការប្រែរូបរាងពីការលក់ដូរតាមតូបតូចៗតាមដងផ្លូវ មកជាហាងកាហ្វេធំៗដែលមានអនាម័យខ្ពស់ និងមានការរៀបចំបែបទំនើបៗជាដើម។ ហាងកាហ្វេទាំងនោះបានដើរតួមិនត្រឹមតែជាទីតាំងសម្រាប់ប្រកបអាជីវកម្មប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែមួយចំនួន ក៏បានក្លាយទៅជាការិយាល័យធ្វើការ ទីជំនួបពិភាក្សាការងារ កន្លែងរៀបចំកម្មវិធីខួបកំណើត ព្រមទាំងជាទីតាំងដើម្បីធ្វើការរៀនសូត្ររបស់យុវជនកម្ពុជាផងដែរ (Phoung Vantha, 2019)។ អាជីវកម្មកាហ្វេទាំងនោះ ដែលរួមមានទាំងម៉ាកកាហ្វេក្នុងស្រុក និងហាងកាហ្វេម៉ាកបរទេស ដែលបាននឹងកំពុងឈរជើងប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារកម្ពុជា បានធ្វើឱ្យឱកាសរសម្រាប់អាជីវកម្មកាហ្វេនេះកាន់តែមមាញឹកខ្លាំងជាងមុន (Sok Chan, 2020;

Phoung Vantha, 2019)។ ខាងក្រោមនេះជាទិន្នន័យហាងកាហ្វេល្បីៗមួយចំនួន រាប់បញ្ចូលទាំងម៉ាកកាហ្វេក្នុងស្រុក និងម៉ាកកាហ្វេបរទេសផងដែរ ដែលកំពុងមានវត្តមានព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

តារាងទី 2៖ ហាងកាហ្វេម្ចាស់ស្រុក និងបរទេសល្បីៗមួយចំនួនក្នុងប្រទេសកម្ពុជា

ហាងកាហ្វេម្ចាស់ស្រុក		ហាងកាហ្វេម៉ាកបរទេស	ប្រភព
កាហ្វេប្រោន		Amazon Coffee	ថៃ
ផាកកាហ្វេ		Starbuck Coffee	អាមេរិក
មីស្ទ័រប្រ៊ូវ		KOI Café	តៃវ៉ាន់
សារមន្ទីរកាហ្វេ			

២. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សានេះមានវត្ថុបំណងចម្បងចំនួនពីរគឺ (១) សិក្សាពីបញ្ហាប្រឈមដែលហាងកាហ្វេក្នុងស្រុក (Local Coffee Shop) បាននឹងកំពុងជួបប្រទះ ក្នុងបរិបទនៃការប្រកួតប្រជែងផ្នែកអាជីវកម្មជាមួយនឹងហាងកាហ្វេម៉ាកផលិតផលបរទេស (Foreign Coffee Shop) និង (២) សិក្សាពីឱកាសអាជីវកម្មដែលហាងកាហ្វេក្នុងស្រុក អាចបង្កើតបានក្នុងបរិបទនៃការប្រកួតប្រជែងជាមួយម៉ាកផលិតផលបរទេស (Foreign Coffee Brand)។ ការសិក្សានេះក៏នឹងផ្ដោតផងដែរ លើការរួមចំណែករបស់អាជីវកម្មកាហ្វេ ក្នុងការបង្កើតការងារដល់យុវជនកម្ពុជា ព្រមទាំងឱកាសរបស់ពួកគេក្នុងការបន្តការសិក្សាបន្ថែមទៀតជាដើម។ ការសិក្សានេះប្រើវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវបែបចម្រុះ (Mixed Research Methodology) ដែលក្នុងនោះ បញ្ជីសំណួរទម្រង់ពិភាក្សាត្រូវបានប្រើប្រាស់ ដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យពីក្រុមគោលដៅដែលជាម្ចាស់ ឬថ្នាក់ដឹកនាំហាងកាហ្វេក្នុងស្រុក ចំណែកឯកម្រងសំណួរបែបស្ទង់មតិ (Survey Questionnaire) ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យពីបុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងហាងកាហ្វេដែលចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ។ ក្រុមគោលដៅដែលចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះមាន ម្ចាស់និងអ្នកគ្រប់គ្រងហាងកាហ្វេចំនួន៥រូប ព្រមទាំងបុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងហាងកាហ្វេទាំងនោះចំនួន២៤រូប ដែលក្នុងនោះមាន ១៣នាក់ជាបុគ្គលិកភេទស្រី។ ទិន្នន័យដែលបានមកពីវិធីសាស្ត្របែបគុណភាព ត្រូវបានវិភាគតាមការវិភាគខ្លឹមសារ (Content Analysis) ដើម្បីកំណត់ទីសេចក្ដី សម្រាប់បន្សុីជាមួយនឹងវត្ថុបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ។ ម្យ៉ាងទៀត ទិន្នន័យដែលបានមកពីវិធីសាស្ត្របែបបរិមាណ ត្រូវបានវិភាគដោយប្រើប្រាស់កម្មវិធីវិភាគទិន្នន័យ SPSS Version 25 ដោយប្រើប្រាស់ស្ថិតិពណ៌នា (Descriptive Statistics) ដើម្បីពន្យល់បន្ថែមទៅលើលទ្ធផលដែលបានមកពីការវិភាគទិន្នន័យគុណភាព។

៣. លទ្ធផលនិងការពិភាក្សា

៣.១. ស្ថានភាពទូទៅនៃអាជីវកម្មកាហ្វេ

គេសង្កេតឃើញថា ស្ថានភាពទូទៅអាជីវកម្មកាហ្វេនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ជាពិសេសក្នុងទីក្រុងភ្នំពេញមានភាពរីកលូតលាស់ច្រើន មិនថាជាប្រភេទហាងកាហ្វេខ្នាតតូច ខ្នាតមធ្យម ឬហាងកាហ្វេខ្នាតធំ ដែលមានបុគ្គលិកច្រើននោះទេ។ ក៏ប៉ុន្តែអាជីវកម្មនេះ ក៏ប្រឈមនឹងការប្រកួតប្រជែងខ្ពស់ដូចគ្នា ដែលជាក់ស្តែង មានហាងកាហ្វេជាច្រើនចាប់ផ្តើមបើករកស៊ី ទាំងប្រភេទក្នុងស្រុក និងម៉ាកសញ្ញាក្រៅស្រុកជាដើម។ ផ្អែកលើទស្សនៈរបស់ថ្នាក់ដឹកនាំ និងម្ចាស់ហាងកាហ្វេដែលបានចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ បានបង្ហាញថា ស្ថិតក្នុងបរិបទនៃការប្រកួតប្រជែងកាន់តែខ្លាំង ការបើកអាជីវកម្មកាហ្វេដោយប្រើដើមទុនតិចតួច ឬក្នុងទម្រង់តូចៗ គឺមានការពិបាកក្នុងការឈរជើងនៅក្នុងទីផ្សារ ដោយសារតែចំណូលចិត្តអតិថិជន មានការប្រែប្រួល និងទំនោរទៅរកអ្វីដែលថ្មី និងទំនើប។ បើទោះបីជាមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងយ៉ាងណា ការចេះចាប់យកក្រុមគោលដៅ ក៏ជាយុទ្ធសាស្ត្រមួយដើម្បីឈានទៅរកភាពជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្មនេះផងដែរ។

ដោយសារការសិក្សានេះ មានលក្ខណៈតូច ក្នុងរបៀបជាករណីសិក្សា និងពុំបានផ្តោតលើគ្រប់ប្រភេទហាងកាហ្វេ យើងពុំអាចធ្វើការសន្និដ្ឋានបានច្បាស់លាស់ថា តើចំណូលចិត្តអតិថិជនកាហ្វេងាកទៅរកផលិតផលកាហ្វេក្នុងស្រុក ឬក្រៅស្រុកនោះទេ។ ទោះជាយ៉ាងណា តាមការស្ទង់មតិបុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងហាងកាហ្វេទាំងនោះ ប្រមាណ ៦៩.៥% នៃបុគ្គលិកទាំងនោះយល់ថា ប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជា គាំទ្រកាហ្វេក្នុងស្រុក ជាងកាហ្វេហាងម៉ាកផលិតផលបរទេស (មើលតារាងទី៣ខាងក្រោម)។

តារាងទី 3៖ ទស្សនៈបុគ្គលិកហាងកាហ្វេទៅលើដែលថា ប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជាចូលចិត្តកាហ្វេក្នុងស្រុកជាងកាហ្វេបរទេស

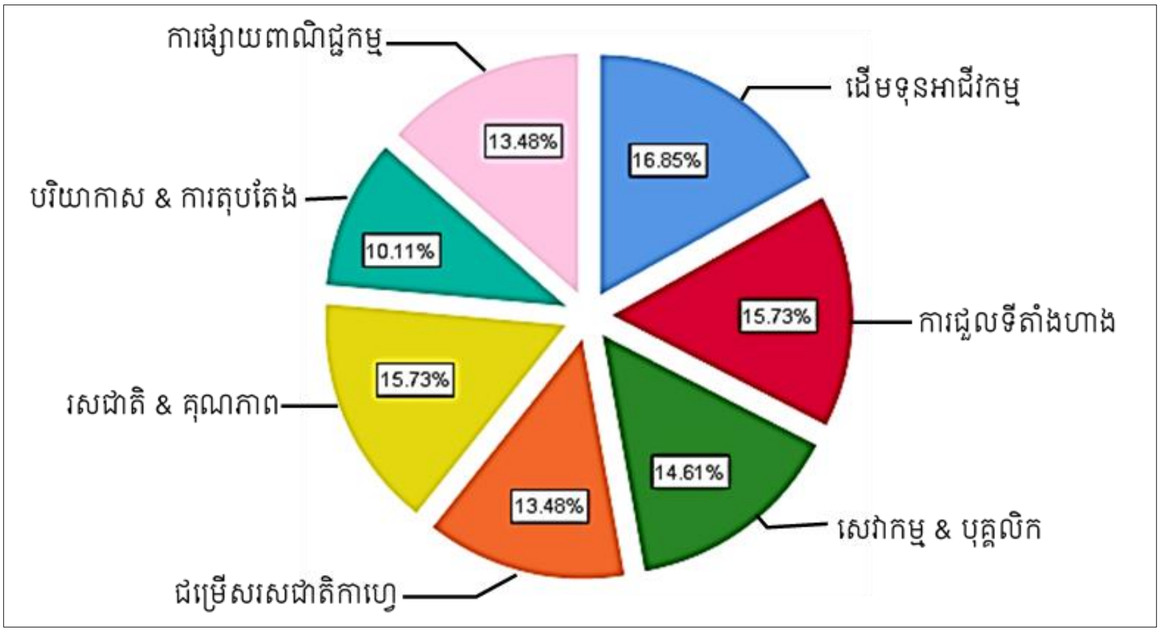
	ចំនួន	ភាគរយ
មិនយល់ស្រប	7	30.5
យល់ស្រប	16	69.5
សរុប	23	100.0

ពីព្រោះតាមបទពិសោធរបស់លោកដួង ដារា ដែលជាប្រធានក្រុមហ៊ុន មីស្ទ័រប្រ៊ូវកាហ្វេ បានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា បច្ចុប្បន្ន កាហ្វេម៉ាកយីហោបរទេសប្រទេសមានការធ្លាក់ចុះ ហើយផលិតផលកាហ្វេក្នុងស្រុកចាប់ផ្តើមងើបឡើង ដោយសារតែប្រជាជនឥឡូវគាំទ្រផលិតផលកាហ្វេយីហោក្នុងស្រុកច្រើនជាង។ លោកដួង ដារា ក៏បានបន្ថែមថា ពីមុនគឺហាងកាហ្វេម៉ាកផលិតផលបរទេសបានទាក់ទាញអតិថិ

ជនបានច្រើន ដោយសារអ្នកក្នុងស្រុកមិនសូវដឹងពីរបៀបធ្វើអាជីវកម្មប្រភេទនេះ ប៉ុន្តែឥឡូវអាជីវកម្មកាហ្វេក្នុងស្រុក មានការយល់ដឹងច្រើនជាងមុន ជាពិសេសការជ្រើសរើសវត្ថុធាតុកាហ្វេ។

៣.២. បញ្ហាប្រឈម

ក្នុងចំណោមហាងកាហ្វេដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ យើងសង្កេតឃើញថា មានហាងមួយចំនួនមានស្ថានភាពអាជីវកម្មរីកលូតលាស់ខ្លាំង ជាពិសេសហាងកាហ្វេប្រោនដែលមានសាខាអាជីវកម្មរហូតដល់២៥សាខា ទាំងនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ និងតាមបណ្ដាខេត្តសេដ្ឋកិច្ចនានាផងដែរ។ ស្ថិតក្នុងបរិបទនៃការប្រកួតប្រជែងនេះ ហាងកាហ្វេទាំងនោះក៏ជួបប្រទះនូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនផងដែរ។ លោកសុង ផេង ស្ថាបនិកស៊ីក្លូកាហ្វេបានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា បញ្ហាតម្លៃ និងគុណភាពកាហ្វេជាកត្តាប្រឈមចម្បងជាងគេសម្រាប់អាជីវកម្មកាហ្វេក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ គាត់បានបន្ថែមថា មានហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកមួយចំនួន ប្រកបអាជីវកម្មលក់កាហ្វេក្នុងតម្លៃថ្លៃជាងកាហ្វេម៉ាកផលិតផលបរទេសដែលកត្តានេះ បានធ្វើឱ្យពួកគេមានការពិបាកខ្លះៗក្នុងការឈរជើងប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន។ ជាមួយនឹងចំណុចនេះ ប្រមាណ១៥.៧% នៃបុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកទាំង៥ ក៏បានបញ្ចេញនូវទស្សនៈប្រហាក់ប្រហែលនេះដែរ។



រូបទី 1៖ បញ្ហាប្រឈមនៅក្នុងអាជីវកម្មកាហ្វេ (តាមទស្សនៈបុគ្គលិក)

បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងហាងកាហ្វេទាំងនេះដដែល បានធ្វើការកត់សម្គាល់ថាក្រៅពីកត្តាគុណភាពនិងរសជាតិកាហ្វេ (រូបទី១ខាងលើ) អាជីវកម្មកាហ្វេក្នុងស្រុកនៅជួបប្រទះបញ្ហាប្រឈមផ្សេងទៀតផងដែរ ដែលក្នុងនោះបញ្ហាចម្បងជាងគេ គឺបញ្ហាដើមទុនអាជីវកម្ម (១៦.៨៥%) តម្លៃ និង

ការជួលទីតាំងប្រកបអាជីវកម្ម (១៥.៧៣%) សេវាកម្មនិងបអាកប្បកិរិយាបុគ្គលិក (១៤.៦១%) និងជម្រើសរសជាតិកាហ្វេ (១៣.៤៨%) ជាដើម។ បុគ្គលិកទាំងអស់បានផ្តល់តម្លៃទាបជាងគេទៅលើបរិយាកាស និងការតុបតែងក្នុងហាងកាហ្វេ (ប្រមាណ១០%)។ ដោយឡែកលោកគីម ហុង ដែលជាអ្នកគ្រប់គ្រងមួយរូបនៃហាងកាហ្វេប្រោនសាខា IFL ក៏បានគាំទ្រថា សម្រាប់ការប្រកួតប្រជែងជាមួយហាងកាហ្វេបរទេសគឺពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងជម្រើសនៃរសជាតិកាហ្វេ ដោយសារតែប្រជាជនយើងតែងតែចង់សាកចង់ដឹងពេលដំបូង តែប្រសិនបើគេមិនមានអ្វីថ្មីដែលល្អជាងយើងទេ នោះគេនឹងចាញ់យើង។

៣.៣. ឱកាសអាជីវកម្ម

បើទោះបីជាអាជីវកម្មកាហ្វេនេះជួបប្រទះនូវការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង និងមានបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនក្តី ប៉ុន្តែឱកាសក្នុងការប្រកបអាជីវកម្មហាងកាហ្វេក្នុងប្រទេសកម្ពុជា នៅតែមានការលូតលាស់ជាបន្តទៅទៀត មិនថាជាហាងកាហ្វេម៉ាកផលិតផលបរទេស ឬក្នុងស្រុកនោះទេ ពីព្រោះអ្នកទទួលទានកាហ្វេក៏កើនឡើងកាន់តែច្រើន អ្នកបើកអាជីវកម្មហាងកាហ្វេថ្មីៗក៏មាន ហើយអ្នកបិទអាជីវកម្មទៅវិញក៏មានច្រើនដូចគ្នា។ ស្ថាបនិក និងអ្នកគ្រប់គ្រងហាងកាហ្វេទាំងនោះក៏បានគូសបញ្ជាក់ថា ឱកាសសម្រាប់អាជីវកម្មកាហ្វេគឺមាន ជាពិសេសអាជីវកម្មដែលមានផែនការច្បាស់លាស់ ហើយបានឈរជើងក្នុងវិស័យនេះចាប់ពី៣ឆ្នាំឡើងទៅ។

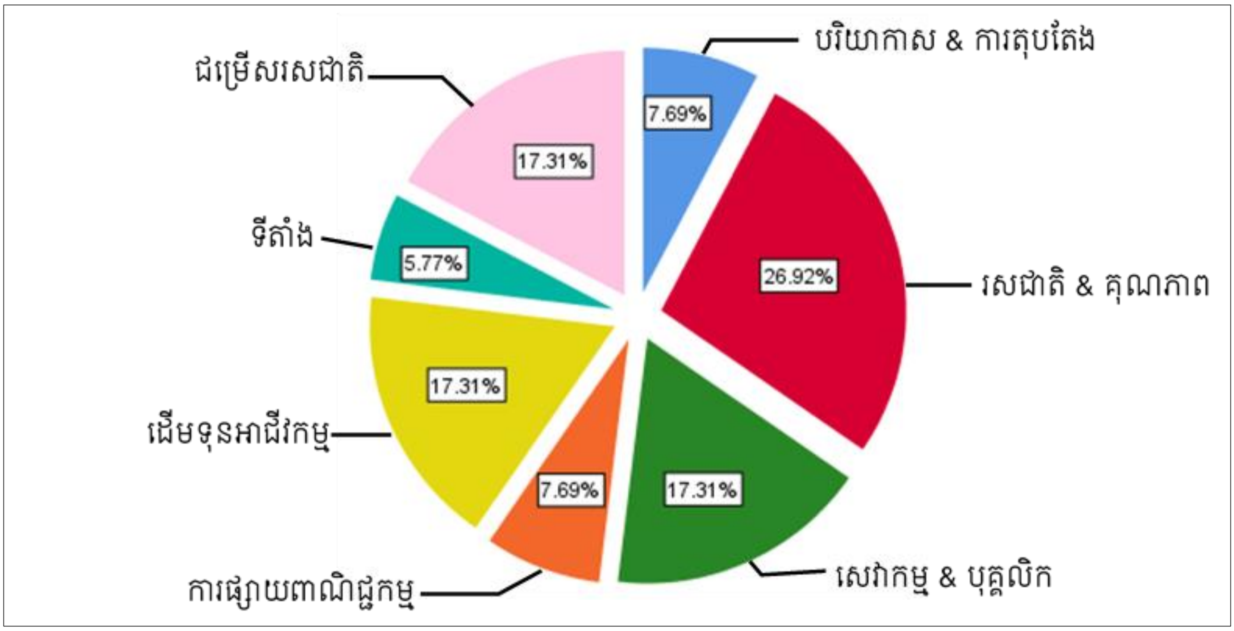
ដូចគ្នាដែរ បុគ្គលិកដែលបម្រើការងារក្នុងហាងកាហ្វេទាំងនេះ ក៏មានទស្សនៈប្រហាក់ប្រហែលនេះដោយ៨២.៦% នៃបុគ្គលិកទាំងនេះ យល់ថាទំនោរនិងនិន្នាការនៃការទទួលទានកាហ្វេក្នុងប្រទេសកម្ពុជានៅតែមានការកើនឡើង។ ម្យ៉ាងទៀត ប្រមាណ៧៤% នៃពួកគេ យល់ស្របដូចគ្នាថាឱកាសនៃអាជីវកម្មកាហ្វេក្នុងប្រទេសកម្ពុជានៅតែមានភាពល្អប្រសើរ (តារាងទី៤)។

តារាងទី 4៖ ទស្សនៈបុគ្គលិកហាងកាហ្វេទៅលើទំនោរនៃការទទួលទានកាហ្វេរបស់ប្រជាជនកម្ពុជា និងឱកាសសម្រាប់អាជីវកម្មកាហ្វេ

ឱកាសសម្រាប់អាជីវកម្មកាហ្វេក្នុងប្រទេសកម្ពុជានៅមានភាពល្អប្រសើរ			ទំនោរនៃការទទួលទានកាហ្វេរបស់ប្រជាជនកម្ពុជានឹងបន្តកើនឡើង		
	ចំនួន	ភាគរយ		ចំនួន	ភាគរយ
មិនយល់ស្រប	6	26.1	មិនយល់ស្រប	4	17.4
យល់ស្រប	17	73.9	យល់ស្រប	19	82.6
សរុប	23	100.0	សរុប	23	100.0

បន្ថែមពីលើការយល់ឃើញខាងលើ លទ្ធផលនៃការស្ទង់មតិបានបង្ហាញថា ដើម្បីបង្កើនឱកាសសម្រាប់អាជីវកម្មកាហ្វេរបស់ខ្លួន ហាងកាហ្វេទាំងនោះត្រូវផ្តោតលើចំណុចខ្លាំង ឬចំណុចដែលអាច

ទាក់ទាញអតិថិជន ដែលមាន កត្តាគុណភាពនិងរសជាតិកាហ្វេ តម្លៃ ការតុបតែងហាង សេវាកម្ម និង អាកប្បកិរិយាបុគ្គលិកជាដើម។ ប្រមាណ២៧% នៃបុគ្គលិកទាំងនោះយល់ថា ដើម្បីពង្រឹងឱកាសអាជីវកម្មកាហ្វេ យើងត្រូវផ្ដោតលើរសជាតិនិងគុណភាពជាចម្បង។ ម្យ៉ាងទៀត កត្តាគុណភាពនេះ អាចជាកត្តាចម្បងជាងគេបំផុត ដើម្បីពង្រឹងឱកាសក្នុងអាជីវកម្មកាហ្វេ។ ក្រៅពីកត្តាគុណភាព និងរសជាតិ ជម្រើសរសជាតិកាហ្វេ សេវាកម្មនិងអាកប្បកិរិយារបស់បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងហាងកាហ្វេ ក៏ត្រូវបានពួកគេមើលឃើញថាជាចំណុចបង្កើតឱកាសសម្រាប់អាជីវកម្មនេះដូចគ្នា។ ដោយឡែក ប្រមាណ ៦% នៃបុគ្គលិកទាំងនោះយល់ថា ទីតាំងហាងកាហ្វេជាកត្តាដែលអាចបង្កើតឱកាសសម្រាប់អាជីវកម្មនេះបានទាបជាងគេ និង ប្រមាណ ៧.៦៩% យល់ថា បរិយាកាស និងការតុបតែងក្នុងហាង មិនមែនជាកត្តាកំណត់នូវឱកាសអាជីវកម្មទាំងស្រុងទេ (សូមមើលរូបទី២ខាងក្រោម)។



រូបទី 2៖ ទស្សនៈរបស់បុគ្គលិកហាងកាហ្វេអំពីចំណុចខ្លាំងនានាក្នុងអាជីវកម្មកាហ្វេ

ដោយឡែក បើផ្អែកលើទស្សនៈរបស់ស្ថាបនិក និងអ្នកគ្រប់គ្រងហាងកាហ្វេទាំង៥ខាងលើវិញ កត្តាចម្បង ដែលអាចធ្វើឱ្យអាជីវកម្មកាហ្វេអាចឈរជើងបានយ៉ាងរឹងមាំក្នុងបរិបទដែលមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងបែបនេះគឺសេវាកម្ម។ ទាក់ទងនឹងចំណុចនេះ លោកសា ធុកា ដែលជាអ្នកគ្រប់គ្រងមួយរូបនៃសារមន្ទីរកាហ្វេ បានបញ្ជាក់ថា ទោះបីរសជាតិរបស់យើងមិនសូវជាឆ្ងាញ់ក៏ដោយ ប៉ុន្តែប្រសិនបើសេវាកម្មរបស់យើងល្អ បុគ្គលិករបស់យើងរស់រាយរាក់ទាក់ជាមួយភ្ញៀវ នោះភ្ញៀវមិនភ្លេចយើងនោះទេ គឺគេនឹងមកទទួលទានម្ដងហើយម្ដងទៀត។ ដូចនេះ ដើម្បីក្ដាប់យកឱកាសឱ្យបានកាន់តែច្រើន ហាងកាហ្វេទាំងឡាយត្រូវពង្រឹងសេវាកម្មមុនគេ ដោយចាំបាច់ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យបុគ្គលិករបស់ខ្លួនយល់ដឹងអំពីសេវាកម្មរបស់ហាង និងផ្ដល់សេវាកម្មដ៏ល្អដល់អតិថិជន។

៣.៤. ការបង្កើតការងារ

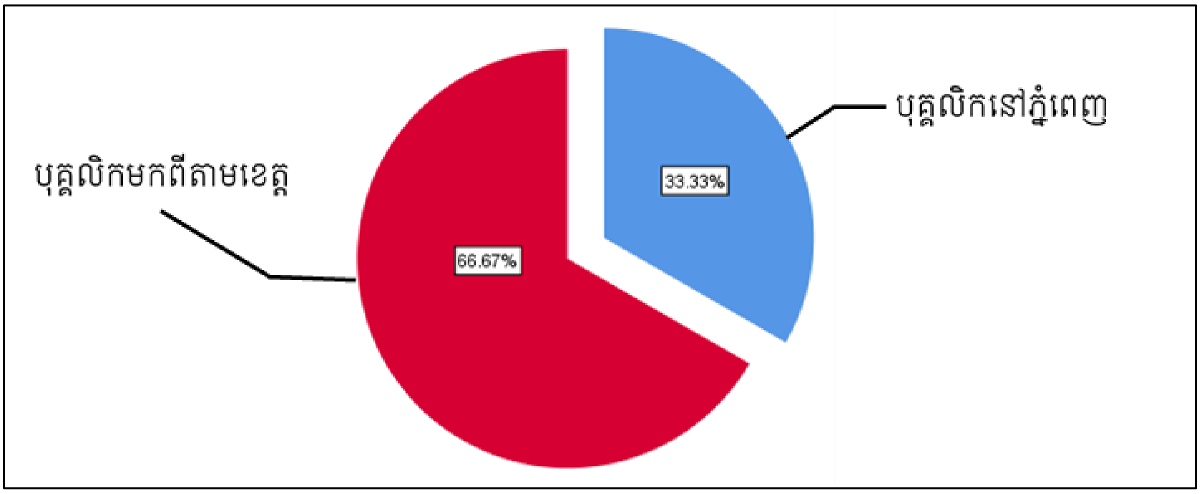
យើងសង្កេតឃើញថា ហាងកាហ្វេទាំង៥ដែលបានជ្រើសរើសក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ អាចបង្កើតការងារដល់យុវជនកម្ពុជាប្រមាណ១៤២កន្លែង ដែលក្នុងនោះមានបុគ្គលិកភេទស្រីចំនួន ៧២នាក់ ឬប្រមាណ ៥០.៧% ដោយមិនគិតលើសាខាផ្សេងទៀតរបស់ហាងកាហ្វេមួយចំនួននោះទេ។

តារាងទី 5៖ ឱកាសការងាររបស់អាជីវកម្មហាងកាហ្វេទាំង៥

ឈ្មោះហាងកាហ្វេ	ចំនួនបុគ្គលិកសរុប (ស្រី)	ចំនួនសាខា
ស៊ីក្លូកាហ្វេ	៣០ (១៥)	៤
កាហ្វេប្រោនសាខា IFL (Brown Coffee IFL)	៣៥ (១២)	២៥
មីស្ទ័រប្រ៊ូវ កាហ្វេ (MisterBrew Coffee)	៦០ (៣៦)	៦
សារមន្ទីរកាហ្វេ (The Museum Cafe)	១២ (៦)	-
Neak Rady Café	៥ (៣)	-
សរុប	១៤២ (៧២)	

លទ្ធផលនេះបង្ហាញថា អាជីវកម្មកាហ្វេបានផ្តល់ឱកាសការងារដល់បុគ្គលិកភេទស្រី ច្រើនជាងបុគ្គលិកភេទប្រុស ដោយឡែករបាយការណ៍ឆ្នាំ២០១៧ របស់ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យានិងនវានុវត្តន៍ក៏បានបង្ហាញផងដែរថា គ្រប់ប្រភេទអាជីវកម្មខ្នាតតូចនិងមធ្យមនៅកម្ពុជា បានផ្តល់ឱកាសការងារដល់ស្ត្រីច្រើនជាងបុរស ក៏ប៉ុន្តែស្ត្រីដែលជាម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចនិងមធ្យមនេះវិញ មានចំនួនតិចតួចខ្លាំង បើធៀបជាមួយបុរសដែលជាម្ចាស់អាជីវកម្ម (OpenDevelopment Cambodia, 2020)។

លទ្ធផលនេះក៏បានបង្ហាញផងដែរថា ឱកាសការងារដែលផ្តល់ដោយហាងកាហ្វេទាំងនេះ មិនត្រឹមតែសម្រាប់យុវជនកម្ពុជាដែលរស់នៅក្នុងទីក្រុងភ្នំពេញប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏សម្រាប់យុវជនដែលមានដើមកំណើតពីខេត្តនានាផងដែរ។ លទ្ធផលបង្ហាញថា ៦៦.៦៧% នៃបុគ្គលិកដែលបម្រើការងារក្នុងហាងកាហ្វេទាំងប្រាំនេះ មានដើមកំណើតមកពីខេត្តនានាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងជាង ៣៣% ទៀតជាអ្នកភ្នំពេញសុទ្ធសាធ (រូបទី៣ខាងក្រោម)។



រូបភាពទី 3៖ ទិន្នន័យបញ្ជាក់ពីប្រភពនៃបុគ្គលិកបម្រើការងារនៅក្នុងហាងកាហ្វេទាំង៥

ការដែលទទួលបានឱកាសការងារនេះ ក៏បានធ្វើឱ្យបុគ្គលិកស្ទើរតែទាំងអស់ (៩៥.៧%) អាចមានលទ្ធភាពក្នុងការបន្តការសិក្សាបន្ថែមទៀត បើទោះជាពួកគាត់ភាគច្រើន (៧០.៨%) ទទួលបានប្រាក់ចំណូលទាបជាង ២៥០ដុល្លាក៏ដោយចុះ (តារាងទី៦)។

តារាងទី 6៖ របាយប្រាក់បៀវត្សបុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងហាងកាហ្វេ

ប្រាក់បៀវត្សប្រចាំខែ	ចំនួន	ភាគរយ
$150-$250	17	70.8
$250-$300	4	16.7
ច្រើនជាង $400	3	12.5
សរុប	24	100.0

ក្រៅពីឱកាសបន្តការសិក្សា ការងារជាបុគ្គលិកក្នុងហាងកាហ្វេទាំងនេះ ក៏បានចូលរួមចំណែកផងដែរក្នុងការពង្រឹងសេដ្ឋកិច្ចគ្រួសាររបស់ពួកគាត់។ ជាលទ្ធផល ៧៩.២% នៃបុគ្គលិកទាំងនោះបានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចគ្រួសាររបស់ពួកគាត់មានភាពល្អប្រសើរជាងមុន។

តារាងទី 7៖ ស្ថានភាពគ្រួសារបន្ទាប់ពីធ្វើការងារក្នុងហាងកាហ្វេ

ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចគ្រួសារ	ចំនួន	ភាគរយ
ធ្លាក់ចុះបន្តិច	1	4.2
ពុំមានភាពប្រសើរឡើងទេ	4	16.7
ប្រសើរឡើងបន្តិចបន្តួច	18	75.0

ប្រសើរឡើងច្រើន	1	4.2
សរុប	24	100.0

តាមរយៈលទ្ធផលនេះ យើងអាចធ្វើការសន្និដ្ឋានបានថា អាជីវកម្មហាងកាហ្វេបានចូលរួមចំណែកយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការបង្កើតការងារ ក៏ដូចជាពង្រឹងសេដ្ឋកិច្ចគ្រួសាររបស់និយោជិក និងបានចូលរួមក្នុងការជម្រុញនូវកំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាតិផងដែរ។

៤. ការសន្និដ្ឋាន

យើងសង្កេតឃើញថា បើទោះបីជាស្ថិតក្នុងបរិបទនៃការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងក្តី ឱកាសអាជីវកម្មសម្រាប់ហាងកាហ្វេម៉ាកក្នុងស្រុក នៅតែមានខ្ពស់នៅឡើយ។ ក្នុងបរិបទនេះ ហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកក៏ជួបប្រទះនឹងបញ្ហាប្រឈមសំខាន់ៗដូចជា បញ្ហាកង្វះដើមទុនក្នុងការពង្រីកអាជីវកម្ម តម្លៃឈ្នួលទីតាំងហាង និងកិច្ចសន្យាជួល គុណភាពកាហ្វេ ជាដើម។ ជាមួយនឹងអាជីវកម្មនេះ យើងឃើញថា វាបានចូលរួមចំណែកកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងហាងបានមួយចំណែកធំ និងថែមទាំងជួយពង្រឹងកម្រិតជីវភាពគ្រួសាររបស់ពួកគេបានទៀតផងដែរ។ បន្ថែមពីលើនេះ វិស័យមួយនេះ ក៏បានចូលរួមផ្តល់ឱកាសក្នុងការបន្តការសិក្សាដល់បុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងហាងបានជាច្រើន ដែលនេះក៏ជាការរួមចំណែកមួយទៀតក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្សសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។

៥. យុទ្ធសាស្ត្រនិងអនុសាសន៍

ក្នុងបរិបទនៃការប្រកួតប្រជែងបែបនេះ ហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកត្រូវមានយុទ្ធសាស្ត្រសមស្របដើម្បីអាចឈរជើងឱ្យបានរឹងមាំក្នុងអាជីវកម្មកាហ្វេ ទាំងការប្រកួតប្រជែងជាមួយនឹងម៉ាកកាហ្វេបរទេស ក៏ដូចជាហាងកាហ្វេម៉ាកក្នុងស្រុក។ តាមរយៈការសម្ភាសក្រុមគោលដៅដែលជាស្ថាបនិក អ្នកគ្រប់គ្រងហាងកាហ្វេទាំង៥ខាងលើ ក៏ដូចជាសិក្សាទៅលើយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មមួយចំនួន យើងទទួលបាននូវអនុសាសន៍ ក៏ដូចជាសំណូមពរសំខាន់ៗមួយចំនួនទាំងសម្រាប់រាជរដ្ឋាភិបាល ក៏ដូចជាម្ចាស់អាជីវកម្មហាងកាហ្វេក្នុងស្រុក ក្នុងការបង្កើនឱកាសអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនក្នុងបរិបទនៃការប្រកួតប្រជែងមួយនេះ។

ក) អនុសាសន៍សម្រាប់រដ្ឋាភិបាល

○ ការផ្តល់ទុនសម្រាប់អាជីវកម្ម

យើងដឹងថា បញ្ហាប្រឈមដ៏ចម្បងមួយរបស់អាជីវកម្មកាហ្វេ ក៏ដូចជាអាជីវកម្មខ្នាតតូចនិងមធ្យមដ៏ទៃទៀតគឺថវិកាសម្រាប់ពង្រីក ឬជម្រុញភាពរីកចម្រើនក្នុងអាជីវកម្ម។ ជាមួយនឹងចំណុចនេះ

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា គួរពិចារណាផ្តល់នូវប្រាក់កម្ចីក្នុងអត្រាការប្រាក់ទាបសមរម្យជាងមុន ដើម្បីអ្នកប្រកបអាជីវកម្មហាងកាហ្វេនានា អាចមានលទ្ធភាពខ្ចី ទាំងសម្រាប់ការបើកអាជីវកម្មថ្មីថ្មោង ការពង្រឹង ក៏ដូចជាការពង្រីកអាជីវកម្មផងដែរ។

○ ពង្រឹងការលើកកម្ពស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចនិងមធ្យម

ជាក់ស្តែង រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានដាក់ចេញនូវយន្តការជាច្រើនរួចមកហើយក្នុងការជម្រុញការវិនិយោគលើវិស័យឧស្សាហកម្មខ្នាតតូចនិងមធ្យមនេះ។ ជាលទ្ធផល យើងសង្កេតឃើញថា ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា មានការរីកចម្រើនខ្លាំងលើវិស័យមួយនេះ។ ដើម្បីជាការចូលរួមចំណែកបន្ថែមទៀត រាជរដ្ឋាភិបាលត្រូវគួរបង្កើតឱ្យមានយន្តការបន្ថែមទៀតដើម្បីគាំទ្រដល់អាជីវកម្មកាហ្វេ ក៏ដូចជាអាជីវកម្មខ្នាតតូច និងមធ្យម។ តាមបទពិសោធន៍របស់ប្រទេសនានា រាជរដ្ឋាភិបាលអាចផ្តល់ការគាំទ្រតាមរយៈការបង្កើតឱ្យមានកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនភាព ការជួយជាដើមទុនសម្រាប់អាជីវកម្មបើកដំបូង (Start-Up Business) លើកទឹកចិត្តសហគ្រិនភាពក្នុងចំណោមនារីៗ ឬផ្តល់សេវាប្រឹក្សាកអាជីវកម្មជាដើម។ លើសពីនេះ ការសម្រួលបែបបទនីតិវិធីក្នុងការបើកអាជីវកម្ម ក៏អាចជាកត្តាជួយជម្រុញនូវការវិនិយោគបន្ថែមក្នុងវិស័យនេះផងដែរ។

ខ) ចំពោះអាជីវកម្មហាងកាហ្វេក្នុងស្រុក

○ គុណភាពនិងរសជាតិ

តាមលទ្ធផលខាងលើ ចំណុចជោគជ័យធំបំផុតនៃអាជីវកម្មកាហ្វេគឺរសជាតិ និងគុណភាពកាហ្វេ ហើយចំពោះកាហ្វេម៉ាកផលិតផលបរទេស គឺគេមានចំណុចខ្លាំងមួយនេះ ដែលហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកចាំបាច់ត្រូវរៀនតាម។ ជាទូទៅ អតិថិជនចូលចិត្តសាកល្បង និងស្វែងរករសជាតិកាហ្វេដែលបំពេញតាមតម្រូវការរបស់គេ ដូចនេះ ហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកទាំងអស់ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាពង្រឹង និងរក្សាគុណភាព និងរសជាតិកាហ្វេឱ្យបានជាប្រចាំ។ យើងដឹងថា ដើម្បីបានកាហ្វេដែលមានរសជាតិល្អឈ្ងុយឆ្ងាញ់ ចាំបាច់ត្រូវចេះជ្រើសរើសគ្រាប់កាហ្វេដែលមានគុណភាព និងមានបច្ចេកទេសក្នុងការឆុងឱ្យបានសមស្រប។

○ សេវាកម្មនិងបុគ្គលិក

សេវាកម្ម និងអាកប្បកិរិយារស់រាយរាក់ទាក់របស់បុគ្គលិកជាចំណុចសំខាន់មួយផងដែរក្នុងការទាក់ទាញចិត្តអតិថិជនឱ្យមកទទួលទានម្តងហើយម្តងទៀត។ ចំពោះហាងកាហ្វេបរទេស បុគ្គលិកត្រូវឆ្លងកាត់ការហ្វឹកហាត់ មានការណែនាំពីវិធីសាស្ត្រទំនាក់ទំនង និងបំពេញតម្រូវការអតិថិជន មុននឹង

អាចចាប់ផ្ដើមបំពេញការងារ។ នេះជាចំណុចខ្លាំងមួយរបស់គេ ក្នុងបរិបទនៃការប្រកួតប្រជែងក្នុងអាជីវកម្ម ដូចនេះ ម្ចាស់ហាងកាហ្វេក្នុងស្រុក ចាំបាច់ត្រូវផ្ដោតការយកចិត្តទុកដាក់លើសេវាកម្មរបស់ខ្លួន។

○ **ផ្ដោតលើតម្លៃ**

យើងដឹងហើយថា កម្ពុជាមានកម្រិតប្រាក់ចំណូលជាមធ្យមស្ថិតក្នុងកម្រិតទាបនៅឡើយបើធៀបជាមួយប្រទេសនានាក្នុងតំបន់។ ដូចនេះ ដើម្បីអាចប្រកួតប្រជែងបាននៅក្នុងទីផ្សារអាជីវកម្មកាហ្វេ ជាពិសេសជាមួយនឹងកាហ្វេបរទេស តម្លៃជាកត្តាកំណត់មួយផងដែរ។ ជាក់ស្ដែង តម្លៃនេះអាចនឹងក្លាយជាកត្តាកាន់តែសំខាន់ អាស្រ័យទៅលើទីតាំងហាងកាហ្វេ និងក្រុមអតិថិជនគោលដៅចម្បង។ ចំពោះអតិថិជនគោលដៅដែលជាសិស្សសាលា ឬនិស្សិត ពួកគេច្រើនជ្រើសរើសផលិតផលណាដែលមានតម្លៃសមរម្យបន្តិច ប៉ុន្តែបើអតិថិជនគោលដៅជាមន្ត្រីរាជការ ឬបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុន តម្លៃមិនសូវជាបញ្ហាចោទសម្រាប់ពួកគេទេ។

○ **ជម្រើសផលិតផល**

តាមបទពិសោធន៍នានារបស់ស្ថាបនិក និងអ្នកគ្រប់គ្រងហាងកាហ្វេដែលបានចូលរួមក្នុងការសិក្សានេះ ពួកគេបានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ថា អតិថិជនជាទូទៅចូលចិត្តអ្វីដែលថ្មី និងចង់ឱ្យយើងមានអ្វីដែលថ្មីសម្រាប់ពួកគេ ដូចនេះ ដើម្បីជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្មនេះ ហាងកាហ្វេទាំងឡាយត្រូវរិះរកបង្កើតនូវជម្រើសផលិតផលឱ្យបានច្រើនបន្តិច ប៉ុន្តែពុំមានន័យថា ច្រើនខ្លាំងពេកនោះទេ។ ម្យ៉ាងទៀត មុននឹងបង្កើតនូវផលិតផលថ្មី ឬរសជាតិថ្មី ហាងកាហ្វេទាំងឡាយត្រូវមានការសិក្សាឱ្យបានច្បាស់ពីតម្រូវការ ប្រភេទរសជាតិ របស់អតិថិជនទៅតាមវ័យ និងការងារជាដើម។ ត្រង់ចំណុចនេះផងដែរ អ្នកគ្រប់គ្រងហាងកាហ្វេប្រោនសាខាIFL ក៏បានធ្វើការគូសបញ្ជាក់ដែរថា ចំណុចជោគជ័យមួយនៃហាងកាហ្វេរបស់គាត់គឺ គំនិតបង្កើតអ្វីៗដែលថ្មីជានិច្ច។

○ **ការតុបតែងលម្អ**

ការរៀបចំ និងការតុបតែងលម្អហាងដើម្បីឱ្យមានភាពទាក់ទាញ ក៏ជាកត្តាជោគជ័យមួយផងដែរ។ យើងសង្កេតឃើញថា យុវជនកម្ពុជាភាគច្រើនទទួលទានកាហ្វេក្នុងទីតាំងដែលមានផាសុកភាព មានម៉ាស៊ីនត្រជាក់ និងមានបរិយាកាសរ៉ូមែនទិកបន្ថែមទៀតកាន់តែប្រសើរ។ ចំណូលចិត្តនេះក៏អាស្រ័យទៅលើក្រុមមនុស្ស និងការងាររបស់អតិថិជនផងដែរ។ ការរៀបចំហាងកាហ្វេ អាចអាស្រ័យលើតម្រូវការអតិថិជនផងដែរដូចជា មានកន្លែងប្រជុំខ្នាតតូច និងតុពិសាកាហ្វេដែលមានឯកជនភាពជាដើម។ ការមានទីតាំងធំទូលាយ ងាយស្រួលក្នុងការចតយានយន្តរបស់អតិថិជន ជាចំណុចខ្លាំងបំផុតមួយផងដែរ ដោយសារទីក្រុងភ្នំពេញ តាមទីរួមខេត្ត ឬតំបន់ប្រជុំជនមួយចំនួន កំពុងជួបប្រទះនឹងបញ្ហាចរាចរណ៍។

០ ស្វែងយល់ពីទីផ្សារនិងចំណូលចិត្តអតិថិជនជាប្រចាំ

ហាងកាហ្វេទាំងឡាយត្រូវបង្កើតទម្លាប់ក្នុងការសិក្សា និងស្វែងយល់ពីការប្រែប្រួលនៃទីផ្សារ តម្រូវការ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជនជាប្រចាំ។ ពេលវេលាប្រែប្រួល ស្ថានភាពសង្គមប្រែប្រួល ឬបរិស្ថានជុំវិញប្រែប្រួល ក៏អាចធ្វើឱ្យអតិថិជនផ្លាស់ប្តូរចំណូលចិត្តផងដែរ។ ការប្រែប្រួលចំណូលចិត្តនេះ អាចទៅលើរសជាតិកាហ្វេ គុណភាព ឬបរិយាកាសក្នុងហាងកាហ្វេផ្ទាល់តែម្តង។ ឧទាហរណ៍ កាលពីប៉ុន្មានឆ្នាំមុន ការទទួលទានកាហ្វេច្រើនតែហាងតូចៗតាមផ្លូវ និងមានចាក់រ៉ឺឌីអូកំដរផងដែរ ប៉ុន្តែបច្ចុប្បន្ន ចំណូលចិត្តនេះបានប្រែប្រួលមកជាបរិយាកាសសមស្របសម្រាប់ការជជែកកំសាន្ត ឬបរិយាកាសដែលមានផ្តល់នូវសេវាអ៊ីនធើណេតមិនគិតថ្លៃ ឬមានបន្ទប់ជាលក្ខណៈឯកជនជាដើម។

ឯកសារយោង

Allen Dodgson Tan. (2019, January 5). The Importance of SME Growth for Cambodia. Retrieved on September 02, 2020 from: https://www.khmertimeskh.com/50621102/the-importance-of-sme-growth-for-cambodia

Baily, P. (2008). 'Cambodian Small and Medium Sized: Enterprises: Constraints, Policies and Proposals for Their Development', in Lim, H. (ed.), SME in Asia and Globalization, ERIA Research Project Report 2007-5, pp.1-36.

Hin Pisei (2019, August 25). Ministry: SMEs vital to economy, but 95% not registered. Retrieved from: https://www.phnompenhpost.com/business/ministry-smes-vital-economy-95-not-registered.

Keskġn, Hidayet & Ġentürk, Canan & Sungur, Onur & Kġrġġ, Hakan. (2020). The Importance of SMEs in Developing Economies.

Khmertimeskh. (2020, 18 July). Cambodia announces new measures to support SMEs. Retrieved from: https://www.khmertimeskh.com/50746104/cambodia-announces-new-measures-to-support-smes/

OpenDevelopment Cambodia. (2020, June 3). Small and medium enterprises (SME). Retrieved from: https://opendevelopmentcambodia.net/topics/small-and-medium-enterprises-sme/#return-note-136409-14

Phnompenhpost. (2019, 5 March). Beyond coffee in Cambodia. Retrieved from: https://www.phnompenhpost.com/post-focus/beyond-coffee-cambodia

Phoung Vantha. (2019, July 28). Foreign brands dominate the coffee market in Cambodia. Retrieved from: https://cambodianess.com/article/foreign-brands-dominate-the-coffee-market-in-cambodia.

Samantha Fuentes. (2018, January 26). SMES AND FUNDING IN CAMBODIA: AN OVERVIEW. Retrieved on September 02, 2020 from: http://geeksincambodia.com/smes-and-funding-in-cambodia-an-overview/

Sok Chan. (2020, July 20). Coffee business finds a new way to survive. Retrieved from: https://www.khmertimeskh.com/50746429/coffee-business-finds-a-new-way-to-survive/.

Sok Chan. (2020, April 24). 'SME Development Policy' drafted for approval. Retrieved from: https://www.khmertimeskh.com/716393/sme-development-policy-drafted-for-approval/

The Nation. (2020, 20 August). Cambodia offers great opportunities for Thai bubble tea, coffee business. Retrieved from: https://english.cambodiadaily.com/business/cambodia-offers-great-opportunities-for-thai-bubble-tea-coffee-business-168168/

The World Bank Data. (2020). "GDP (current US$)-Cambodia". Retrieved 02th September 2020 from: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=KH

Weggel & Oskar. (2006). "Cambodia in 2005: Year of Reassurance". Asian Survey. 46 (1): 158. doi:10.1525/as.2006.46.1.155.