

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS



សាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា

VANDA UNIVERSITY



សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ

**ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ
របស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង**

THE STRATEGIC PLAN MANAGEMENT PROCESS OF CHIP
MONG BANK

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៥

PHNOM PENH-2025



ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

សាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា

VANDA UNIVERSITY



សារណាមញ្ញប័ត្រាភ័យវិញ្ញាបក្រ

**ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ
របស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង**

THE STRATEGIC PLAN MANAGEMENT PROCESS OF CHIP
MONG BANK

គ្រូបណ្តុះបណ្តាល៖ អ៊ុក ជូន

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៥

PHNOM PENH-2025



**គណកម្មការត្រួតពិនិត្យសារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាន់ទី២២
ប្រធានបទ៖ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ូង**

គណកម្មការវាយតម្លៃទី១

បេក្ខបណ្ឌិត មាស សំណាង

ត្រូវណែនាំ

អ៊ុក ប៊ុន

គណកម្មការវាយតម្លៃទី៣

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ែម សុខហៀក

គណកម្មការវាយតម្លៃទី២

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក រុទ្ធី

ប្រធានគណកម្មការវាយតម្លៃ និងជានាយក
មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

បណ្ឌិត សេង សំអឿន

អនុប្រធានគណកម្មការវាយតម្លៃ និងជានាយករង
មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

បេក្ខបណ្ឌិត ស្រេង ផល្លា



សាកលវិទ្យាធិការ

បណ្ឌិត ហេង វ៉ាន់ដា

សាកលវិទ្យាធិការរងអចិន្ត្រៃយ៍

បណ្ឌិត ហ៊ុំ គុជគន្ធលីនណា

លេខកថា

ក្រោយពីបានសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាញ គណនេយ្យនៅសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា អស់រយៈពេល ៤ឆ្នាំសិក្សារួចមក ក្រុមយើងខ្ញុំបានទទួលនូវចំណេះដឹងជាច្រើនពាក់ព័ន្ធនឹងមុខវិជ្ជាគណនេយ្យ ជាពិសេស ក្រុមយើងខ្ញុំយល់ច្បាស់ថា ជំនាញគណនេយ្យគឺជាជំនាញមួយមានសារៈសំខាន់ ដែលសម្រាប់ទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន ក្នុងនោះស្ថាប័នរដ្ឋក្តី ឯកជនក្តី ឬអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្តី សុទ្ធតែត្រូវអនុវត្តកិច្ចការធនាគារដូចគ្នា។ ដោយ ឡែកដើម្បីឱ្យការសិក្សារបស់និស្សិតកាន់តែមានគុណភាពខ្ពស់ សាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា បានបញ្ចូលនូវមុខ ជំនាញសំខាន់ៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការងារ គណនេយ្យនិងហិរញ្ញវត្ថុនិងធនាគារ តាមកម្មវិធីសិក្សាក្នុងឆ្នាំសិក្សា ទីមួយ រហូតដល់ឆ្នាំសិក្សាទី៤។

គ្រប់មុខវិជ្ជាទាំងអស់ សុទ្ធតែមានសារៈសំខាន់ក្នុងការត្រួតត្រាយផ្លូវនិស្សិតឱ្យយល់ច្បាស់ពីការ អនុវត្តការងារធនាគារពីការចាប់ផ្តើមរៀបចំផែនការ ការអនុវត្ត ការបញ្ចប់ និងត្រួតពិនិត្យ វាយតម្លៃព្រមទាំង ផ្តល់ជាអនុសាសន៍នៅក្នុងការងារធនាគារ ដើម្បីពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រងនៅក្នុងស្ថាប័នខ្លួន ក្នុងន័យឆ្លើយ តបឱ្យបានល្អប្រសើរនឹងគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដែលបានដាក់ចេញ។ ដោយក្រុមយើងខ្ញុំសង្កេត ឃើញថា កិច្ចការងារមួយនេះមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងស្របពេលនៃការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់ បរិញ្ញាបត្របានមកដល់ ទើបក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសនូវប្រធានបទមួយស្តីពី **“ដំណើរការនៃការ គ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង ”** យកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងក្នុងគោល បំណងឱ្យអ្នកស្រាវជ្រាវទាំងអស់ឱ្យយល់កាន់តែស៊ីជម្រៅពីការរៀបចំសារណា និងប្រសិទ្ធភាពនៃការផ្តល់ ឥណទានរបស់ធនាគារ។ ក្រុមយើងខ្ញុំសង្ឃឹមថាការរៀបចំសារណានេះ នឹងបានចូលរួមចំណែកក្នុងការស្រាវ ជ្រាវរបស់និស្សិតជំនាន់ក្រោយៗ ព្រមទាំងអ្នកស្រាវជ្រាវដ៏ទៃទៀតដែលមានបំណងសិក្សាស្វែងយល់ពីកិច្ច ការនេះ។

ជាទីបញ្ចប់ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមមេត្តាខន្តី អភ័យទោស ពីសំណាក់លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ រៀបច្បង និងអ្នកអាន ទាំងអស់ នូវរាល់កំហុសឆ្គងដែលកើតមានដោយអចេតនា នៅក្នុងសារណានេះ ហើយក្រុមយើងខ្ញុំរីករាយនឹង ទទួលយករាល់ការរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនា ដើម្បីឱ្យការរៀបចំលើកក្រោយទៀតមានភាពកាន់តែល្អប្រសើរ។

បេតិកភណ្ឌក្រុម



ខុម សុខហេងមីនា

ID: B22/2470



គា យុណាង

ID: B22/1269



ផ្លែ លីហ្សា

ID: B22/832



ហ៊ុយ គីមស្រីសំ

ID: B22/410



ម៉ែម សីណាអេលីហ្សា

ID: B22/1000

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ក្រុមយើងខ្ញុំជានិស្សិតនៃសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២២ ជំនាញ គណនេយ្យ
សូមសម្តែងនូវការគោរពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ និងថ្លែងអំណរគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅចំពោះ

ក្រុមគ្រូសារដែលបានជួយឧបត្ថម្ភ គាំទ្រ ទាំងសម្ភារៈ ថវិកា និងស្មារតី ជំរុញលើកទឹកចិត្ត ដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ ក្នុងការសិក្សារៀនសូត្រដើម្បីទទួលបានចំណេះដឹងរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ ក្នុងនោះក្រុមយើងខ្ញុំសូមសម្តែងនូវការគោរព និងកត្តាព្រួយបារម្ភយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុត ដល់អ្នកមានគុណ ដែលបានផ្តល់កំណើតដល់នាងខ្ញុំគ្រប់រូប និងសូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ដល់បណ្ឌិតសាស្ត្រាចារ្យ លោកគ្រូ អ្នកគ្រូទាំងអស់ ដែលបានបណ្តុះបណ្តាលក្រុមយើងខ្ញុំនាពេលកន្លងមក។

ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមសម្តែងនូវការគោរពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ដ៏ជ្រាលជ្រៅដល់ឯកឧត្តមបណ្ឌិត **ហេង ទ័ព** នាយកនៃសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដាដែលបានផ្តល់ទីកន្លែងបណ្តុះបណ្តាល ព្រមទាំងផ្តល់បទពិសោធន៍យ៉ាងច្រើនដល់យើងខ្ញុំ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណចំពោះលោកគ្រូ **អ៊ុក ទូន** ជាគ្រូណែនាំ ដោយបានជួយជ្រោមជ្រែង បង្ហាត់បង្ហាញសព្វបែបយ៉ាង ដើម្បីជួយដល់ក្រុមយើងខ្ញុំបញ្ចប់កិច្ចការសារណានេះជាស្ថាពរ។ សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណដល់សាស្ត្រាចារ្យ និងលោកគ្រូ អ្នកគ្រូនៃសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដាទាំងអស់ដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបង្ហាត់បង្ហាញ លើកទឹកចិត្ត អនុគ្រោះដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ រហូតធ្វើឱ្យការសិក្សាបានបញ្ចប់ និងទទួលបានជោគជ័យគួរជាទីមោទនៈ។

ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះដែរ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមប្រសិទ្ធពរជ័យជូនដល់បុគ្គលទាំងអស់ខាងលើឱ្យជួបតែពុទ្ធពរឫសប្រការ គឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អំណះអំណាង

ក្រុមនាងខ្ញុំ ជានិស្សិតបរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យនៃសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា ជំនាន់ទី២២៖ សូមធានាអះអាងថា ខ្លឹមសារសារណាក្រោមប្រធានបទ “**ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង**” នេះគឺជាស្នាដៃរបស់ក្រុមនាងខ្ញុំ ដោយគ្មានការពាក់ព័ន្ធនឹងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកផ្សេងទៀត។ ទិន្នន័យ និងលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ ដែលលើកឡើងនេះ ជាអត្ថបទស្រាវជ្រាវថ្មីសុទ្ធសាធ ដែលពុំធ្លាប់មានជនណាម្នាក់យកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រាវជ្រាវពីមុនឡើយ។

ថ្ងៃពុធ.៨កើត. ខែភទ្រិភ. ឆ្នាំម្សាញ់ សប្តស័ក ព.ស.២៥៦៩

ថ្ងៃទី២៩... ខែតុលា... ឆ្នាំ២០២៥

ហត្ថលេខាអំណាចក្រុម



ឧម សុខហេងមិនា

សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ

ធនាគារ ដីប ម៉ុង គឺជាពាណិជ្ជកម្មមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន ដីប ម៉ុង ដែលប្រើប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល។ ធនាគារ ដីប ម៉ុងបានប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការបង្កើតភាពរីករាយពេលប្រើប្រាស់សេវាធនាគាររបស់ខ្លួនដោយផ្តល់នូវ ដំណើរការងាយស្រួលបំផុត ដើម្បីបម្រើសេចក្តីត្រូវការជូនអតិថិជនរួមទាំងផ្តល់សេវាកម្មនិងកម្មវិធីដែលល្អ បំផុត ធ្វើអោយការរស់នៅរបស់អតិថិជនយើងរស់នៅកាន់តែប្រសើរឡើង។ នៅថ្ងៃទី២១ ខែមករា ឆ្នាំ២០១៩ ធនាគារ ដីប ម៉ុង បានសម្តេចបើកបម្រើអតិថិជនជាផ្លូវការ។ បេសកកម្មរបស់ធនាគារនេះ គឺផ្តល់ដំណោះស្រាយខាងសេវាធនាគារល្អបំផុតលំដាប់ពិភពលោក ចំណាយតិច ប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ គេបានប្រើបច្ចេកវិទ្យា ដែលអាចវាស់វែងបាន តាមប្រព័ន្ធឌីជីថលដោយអនុញ្ញាតឲ្យអតិថិជនអាចភ្ជាប់តម្រូវការក្នុងជីវិតរស់នៅ ប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគេមកកាន់ធនាគារ ដីប ម៉ុង ដែលដើរតួនាទីស្នូលក្នុងការបំពេញតាមតម្រូវការប្រចាំថ្ងៃរបស់ ពួកគេ។ គោលដៅសំខាន់បំផុតនៃធនាគារ គឺសហគ្រាសខ្នាតតូច និងមធ្យម (SMEs) អាជីវកម្មលក់រាយ និង សម្រាប់ពលរដ្ឋកម្ពុជា។ ដោយមានទីស្នាក់ការកណ្តាលស្ថិតនៅលើមហាវិថីម៉ៅសេទុង, ធនាគារដីប ម៉ុងមាន សាខាជាច្រើនសាខាផងដែរ ។

ដោយបានឃើញពីការតស៊ូ និងភាពរីកចម្រើនរបស់ធនាគារ ដីប ម៉ុង បែបនេះហើយទើបក្រុមយើងខ្ញុំ បានលើកយកប្រធានបទមួយមកគឺ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ដីប ម៉ុង យកមកធ្វើការស្រាវជ្រាវ។ គោលបំណងក្នុងកាសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះគឺ ដើម្បីស្វែងយល់ពីការគ្រប់គ្រងផែនការ យុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ដីប ម៉ុង ដើម្បីពង្រឹងនូវភាពច្បាស់និងលម្អិតនៃការស្រាវជ្រាវអំពីការគ្រប់គ្រង ផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ដីប ម៉ុង ក្រុមយើងខ្ញុំបានផ្តោតសំខាន់លើចំណុចខ្លឹមសារទាំងអស់នៃការ សិក្សាមានដូចជា ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ដីប ម៉ុង មានសមាសធាតុ សំខាន់ៗដូចជា ការវិភាគបរិបទទីផ្សារ ការកំណត់ទិសដៅ ការរៀបចំផែនការ ការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ ការត្រួត ពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ។ ធនាគារ ដីប ម៉ុង មានចំណុចខ្លាំងជាច្រើន ដែលជួយឲ្យស្ថាប័ននេះអាចអភិវឌ្ឍបាន ក្នុងវិស័យធនាគារកម្ពុជា។ ចំណុចខ្លាំងទាំងនេះជាធាតុសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រដោយមានប្រសិទ្ធ ភាព។ ប៉ុន្តែធនាគារ ដីប ម៉ុង ក៏មានចំណុចខ្សោយក្នុងដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួនផងដែរ ដែលធនាគារគប្បីធ្វើការកែលម្អលើចំណុចខ្សោយដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាព និងជំរុញការរីកចម្រើនរបស់ខ្លួន។

តាមការស្រាវជ្រាវកន្លងមក ក្រុមនាងខ្ញុំអាចសន្និដ្ឋានបានថាធនាគារ ដីប ម៉ុង គឺជាធនាគារមួយដែល មានសក្តានុពលខ្លាំងក្នុងចំណោមធនាគារជាច្រើននៅក្នុងវិស័យហិរញ្ញវត្ថុដែលមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ប៉ុន្តែធនាគារ ដីប ម៉ុងនៅតែអាចដើរទៅមុននិងឈរជើងលើវិស័យនេះបាន។ ហើយធនាគារ ដីប ម៉ុង កំពុង ស្ថិតនៅក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍យុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួនបន្ថែមទៀត ដើម្បីក្លាយជាធនាគារដែលមានប្រសិទ្ធភាព និង ទាក់ទាញអតិថិជនច្រើន នឹងដើម្បីក្លាយជាធនាគារដែលអាចប្រកួតប្រជែងនិងមានស្ថេរភាពក្នុងទីផ្សារ។

មាតិកា

ទំព័រ

អារម្ភកថា	i
រចនាសម្ព័ន្ធ	ii
សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ	iii
អំណះអំណាង	vi
សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ	v
មាតិកា.....	vi

ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	១
១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ.....	១
១.តើដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ដឹប ម៉ុង មានលក្ខណៈដូចម្តេច ?	
២.តើអត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ដឹប ម៉ុង មានអ្វីខ្លះ ?	
១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៤ ទំហំដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៤.១ ទំហំដែនកំណត់.....	២
១.៤.២ វិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៥.១ ការប្រមូលទិន្នន័យដំបូង.....	២
១.៥.២ ការប្រមូលទិន្នន័យបន្ទាប់	២
១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ.....	៤

ជំពូកទី២

ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ	៥
២.១.១ និយមន័យយុទ្ធសាស្ត្រ	៥
២.១.២ ប្រវត្តិនៃយុទ្ធសាស្ត្រ.....	៥
២.១.៣ ទស្សនៈលោក Michael Porter	៥
២.២ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ	៦
២.២.១ និយមន័យការគ្រប់គ្រង.....	៦
២.២.២ ប្រវត្តិនៃនៃការគ្រប់គ្រង	៧

២.៣ អត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ៧

 ២.៣.១ និយមន័យអត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ..... ៧

 ២.៣.២ ប្រវត្តិអត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ..... ៨

 ២.៣.៣ ទស្សនៈ:Porter អំពីអត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ.... ៨

ជំពូកទី៣

ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃធនាគារ ជីប ម៉ុង ១៥

 ៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ធនាគារ និងអាសយដ្ឋាន ១៥

 ៣.១.២ ទស្សនៈវិស័យ និងបេសកកម្មរបស់ធនាគារ ១៦

 ក. ចក្ខុវិស័យ ១៦

 ខ. បេសកកម្ម..... ១៦

 គ. គុណតម្លៃ ១៦

 ៣.១.៣ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង គ្នានាទី និងការកិច្ច ១៦

៣.២ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង ១៧

 ៣.២.១ ការវិភាគបរិបទធនាគារ និងទីផ្សារ..... ១៧

 ៣.២.២ ការកំណត់ទិសដៅផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ២១

 ៣.២.៣ ការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ២៣

 ៣.២.៤ ការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ២៧

 ៣.២.៥ ការត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ៣១

៣.៣ អត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង..... ៣៥

ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំងក្នុងការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង ៣៧

 ៤.១.១ ការផ្តោតលើ Digital Banking និង FinTech Integration..... ៣៧

 ៤.១.២ ផលិតផលហិរញ្ញវត្ថុច្រើនប្រភេទ និងអាចប្រកួតប្រជែង ៣៧

 ៤.១.៣ ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ និង Compliance មានប្រសិទ្ធភាព ៣៧

 ៤.១.៤ ការបញ្ចូលយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់អតិថិជននិងក្រុមហ៊ុន ៣៨

៤.២ ការវិភាគអំពីគុណវិបត្តិក្នុងការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង ៣៨

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន ៣៩

៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍ ៣៩

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងសង្គមទំនើបបច្ចុប្បន្នការរស់នៅរបស់មនុស្សមិនត្រឹមតែត្រូវការសម្ភារៈប្រើប្រាស់ និងផលិតផល ធាតុរឹងប៉ុណ្ណោះទេ។ មនុស្សនៅក្នុងសង្គមសព្វថ្ងៃ ក៏មានតម្រូវការលើសេវាកម្មគ្រប់ប្រភេទ ដូចជាសេវាសុខាភិបាល ការបណ្តុះបណ្តាល សេវាបំរើការលំហែអាមេណ៍ និងសេវាផ្តល់ចំណេះដឹងផ្សេងៗទៀតក៏ដូចជា សេវាកម្មឥណទាន របស់ធនាគារទៀតផង។ ការរីកចម្រើននៃសេវាកម្មទាំងនេះ ជាកត្តាមានសារៈសំខាន់ សម្រាប់បំពេញតម្រូវការរបស់មនុស្សក្នុងសង្គម និងដើម្បីលើកកម្ពស់គុណភាពជីវិតរបស់ពួកគេ។ ធនាគារគឺ ជាអង្គការដែលមានឥទ្ធិពលមួយដែរ នៅក្នុងវិស័យហិរញ្ញវត្ថុរបស់កម្ពុជា។ ដើម្បីបន្តជោគជ័យក្នុងការប្រកួត ប្រជែង និងបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជនទូទាំងប្រទេស ធនាគារបានយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំងលើការគ្រប់ គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួន។

ដំណើរការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនៃធនាគារ ផ្តើមពីការវិភាគស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នរបស់ទីផ្សារ និង ការកំណត់ទិសដៅអនាគតជាក់ស្តែងសម្រាប់អង្គការ។ ធនាគារបានអភិវឌ្ឍផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ក្នុងការចូល មកសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីធ្វើឱ្យសេវាកម្មឥតខ្សែ និងឌីជីថលរបស់ខ្លួនកាន់តែរីកចម្រើន ស្របតាមលំនាំការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឆ្លាតវៃរបស់អតិថិជននៃ ដំណើរការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ ធនាគារ រួមមានការកំណត់ចក្ខុវិស័យយូរអង្វែងនិងបំណងបន្តការផ្លាស់ប្តូរដោយការរីកចម្រើនយ៉ាងពេញទំហឹង ក្នុងវិស័យឥតខ្សែ និងផ្នែកឌីជីថលដ៏សំខាន់ៗ។

ការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រមិនត្រឹមតែជាអ្នកគ្រប់គ្រងដំណើរការនានាទេ ប៉ុន្តែពួកគេត្រូវមាន ចំណេះដឹងពីទីផ្សារ និងទំនាក់ទំនងជាមួយក្រុមផ្សេងៗ ក្នុងអង្គការផងដែរ ដើម្បីធានានូវកម្រិតប្រសិទ្ធភាព ខ្ពស់។ ដើម្បីវាយតម្លៃនូវភាពជោគជ័យនៃយុទ្ធសាស្ត្រធនាគារបានចាប់យកទិន្នន័យពីស្ថានភាពទីផ្សារ។

១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាខ្លះៗក្នុងដំណើរការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួន។ ការប្រកួតប្រជែងតែងតែកើតមានក្នុងវិស័យធនាគារ។ ទីផ្សារធនាគារកម្ពុជាកំពុងមានការរីកដុះជាល ងិងការ ប្រកួតប្រជែងយ៉ាងខ្លាំង។ ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានកំណត់គោលដៅក្នុងរយៈពេល ៥ ឆ្នាំដើម្បីក្លាយជាធនាគារ ឈានមុខគេមួយនៅកម្ពុជា។ ការប្រឈមមុខនឹងស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោក រួមទាំងភាពតានតឹងនៃកូមិ សាស្ត្រនយោបាយ និងការធ្លាក់ចុះសេដ្ឋកិច្ច។ វិស័យធនាគារកម្ពុជាត្រូវតែសម្របខ្លួន និងនវានុវត្តន៍ ដើម្បីរក្សា ភាពរឹងមាំ។ ការបែងចែកធនធានមិនត្រឹមត្រូវ អាចបណ្តាលឱ្យមានបញ្ហាក្នុងការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រផង ដែរ។

- ១. តើដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង មានលក្ខណៈដូចម្តេច ?
- ២. តើអត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង មានអ្វីខ្លះ ?

១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីដំណើរការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ នៅធនាគារ ជីប ម៉ុង យកចិត្តទុកដាក់ សិក្សាស្វែងយល់អំពីលក្ខណៈរបស់ដំណើរការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្របច្ចុប្បន្ននៅធនាគារ និងការវិភាគ ការអនុវត្តផែនការដោយផ្អែកលើគោលការណ៍របស់ធនាគារផ្តល់យោបល់កែលម្អ ដើម្បីធានាបាននូវការ អភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបីភាព។ ពិនិត្យអំពីអត្ថប្រយោជន៍របស់ធនាគារបានទទួលពីផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដែលបាន អនុវត្តន៍។ ការពិចារណាលើបញ្ហាប្រឈមដែលធនាគារបានជួបប្រទះក្នុងដំណើរការនេះដូចជា៖ ការប្រកួត ប្រជែងកាន់តែខ្លាំង ការផ្លាស់ប្តូរផែនការ និងបញ្ហាផែនការកាត់បន្ថយហានិភ័យ។ ផ្តល់ជាអនុសាសន៍ដល់ ថ្នាក់ដឹកនាំអំពីវិធានការកែលម្អដើម្បីបង្កើនសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែង។ ទទួលបាននូវចំណេះដឹងលើការរៀបចំ ផែនការដ៏មានប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់ការរីកចម្រើនអាជីវកម្មនាពេលអនាគត។

សរុបមកគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវជាមួយមាន៖

- ១. យល់ដឹងអំពីដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង
- ២. វាយតម្លៃអត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង ហើយលើកជាអនុសាសន៍ជូនដល់ថ្នាក់ដឹកនាំអំពីវិធានការកែលម្អដើម្បីបង្កើនសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែង។

១.៤ ផែនការណ៍ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

១.៤.១. ផែនការណ៍

អត្ថបទនៃកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះលើកយកមកសិក្សាតែលើដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ របស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង សាខាបាក់ទុក តែប៉ុណ្ណោះដែលមានទីតាំងនៅទីកន្លែងស្ថិតនៅ ផ្លូវ១៦៩ កែង១៦៤ ភូមិ១ សង្កាត់វាលវែង ខណ្ឌ៧មករា រាជធានីភ្នំពេញ។

១.៤.២. វិសាលភាព

ការស្រាវជ្រាវអំពីព័ត៌មានធនាគារ ជីប ម៉ុង ទិន្នន័យដែលយកមកប្រើប្រាស់គឺ យកចាប់ពីឆ្នាំ២០២៣ ដល់បច្ចុប្បន្ន។

១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

ការស្រាវជ្រាវត្រូវបានប្រើតាមវិធីសាស្ត្រគុណវិស័យ ដោយផ្តោតចម្បងលើការវិភាគទិន្នន័យ និង ឯកសារដែលបានមកពីធនាគារ ជីប ម៉ុង ទាក់ទងទៅនឹងប្រធានបទ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការ យុទ្ធសាស្ត្រ។

សម្រាប់សំណួរទី១ត្រូវបានប្រមូលតាមគុណវិស័យ តាមរយៈទិន្នន័យ និងឯកសារបានមកពីធនាគារ ជីប ម៉ុង ដើម្បីបកស្រាយទៅលើ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ។

សម្រាប់សំណួរទី២ត្រូវបានប្រមូលតាមគុណវិស័យតាមរយៈទិន្នន័យ និងឯកសារបានមកពីធនាគារ ជីប ម៉ុងដើម្បីបកស្រាយទៅលើអត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ។

១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវ អំពីប្រធានបទ «ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ របស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង» ផ្តល់សារៈសំខាន់ចំពោះភាគីផ្សេងៗដូចខាងក្រោម៖

ក. សារៈសំខាន់ចំពោះអ្នកស្រាវជ្រាវ

- បង្កើនចំណេះដឹង និងជំនាញ៖ ជួយឱ្យអ្នកស្រាវជ្រាវមានការយល់ដឹងអំពីគោលនយោបាយនិងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម។
- ពង្រឹងសមត្ថភាពវិភាគ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ៖ ជួយអ្នកស្រាវជ្រាវអភិវឌ្ឍជំនាញវិភាគ និងអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រចំពោះវិស័យហិរញ្ញវត្ថុ និងធនាគារ។
- មានឱកាសអាជីពល្អក្នុងវិស័យហិរញ្ញវត្ថុ៖ បង្កើនសក្តានុពលក្នុងការប្រកួតប្រជែង ក្នុងទីផ្សារការងារជាពិសេសនៅវិស័យធនាគារ។
- បង្កើតឯកសារយោងសម្រាប់អ្នកដទៃ៖ អាចប្រើជាឯកសារយោង សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវបន្ថែម ឬការអភិវឌ្ឍគំនិតថ្មី។

ខ. សារៈសំខាន់ចំពោះធនាគារ ជីប ម៉ុង

- ជួយធនាគារវិភាគអំពីបញ្ហា និងការប្រកួតប្រជែង៖ អាចជួយធនាគារច្បាស់លាស់ក្នុងការវិភាគអំពីផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួន។
- សម្រួលការអភិវឌ្ឍគោលនយោបាយថ្មី៖ ជាឯកសារជួយធនាគារក្នុងការគ្រប់គ្រង និងធ្វើឲ្យផែនការយុទ្ធសាស្ត្របច្ចុប្បន្នប្រសើរឡើង។
- បង្កើនសេវាកម្ម និងការប្រកួតប្រជែង៖ ជួយធនាគារស្វែងរកនិងអភិវឌ្ឍផែនការយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការទាក់ទាញអតិថិជន និងការប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារ។
- បង្កើនភាពទុកចិត្តពីអតិថិជន៖ អាចបង្ហាញបានថា ធនាគារមានផែនការយុទ្ធសាស្ត្រប្រសើរដើម្បីផ្តល់សេវាកម្មមានប្រសិទ្ធភាព។

គ. សារៈសំខាន់ចំពោះសង្គម

- ជួយអភិវឌ្ឍវិស័យហិរញ្ញវត្ថុ៖ ជួយបង្កើតការយល់ដឹងអំពីការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារដែលអាចជាការយោងសម្រាប់វិស័យហិរញ្ញវត្ថុទាំងមូល។
- បង្កើនភាពច្បាស់លាស់អំពីប្រតិបត្តិការធនាគារ៖ សង្គមអាចយល់អំពីវិធីដែលធនាគារប្រើផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីផ្តល់សេវាកម្ម ហើយអាចជួយបង្កើតភាពស្មោះត្រង់ និងការពឹងផ្អែកលើធនាគារ។
- ជួយដល់អ្នកសិក្សា និងអ្នកជំនាញ៖ ជួយនិស្សិត អ្នកស្រាវជ្រាវ និងអ្នកជំនាញមានឯកសារយោងដើម្បីសិក្សាដំណើរការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ។
- បង្កើនសេដ្ឋកិច្ច និងស្ថិរភាពហិរញ្ញវត្ថុ៖ ប្រសិនបើធនាគារអភិវឌ្ឍផែនការយុទ្ធសាស្ត្របានល្អនឹងធ្វើឲ្យសេដ្ឋកិច្ចរីកចម្រើន និងបង្កើតភាពជឿជាក់សម្រាប់អ្នកវិនិយោគ។

ជារួម ការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពី «ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង» មានសារៈសំខាន់ សម្រាប់អ្នកស្រាវជ្រាវទទួលបានចំណេះដឹង និងអាជីព ក៏ដូចជាជួយធនាគារអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្រ និងមានផលល្អចំពោះសង្គមទាំងមូល។

១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវត្រូវចែកចេញជា៥ជំពូកដូចខាងក្រោម:

ជំពូកទី១ ៖ សេចក្តីផ្តើម: ត្រូវបង្ហាញពីលំនាំនៃការស្រាវជ្រាវ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ និងវិធីសាស្ត្រ ស្រាវជ្រាវ។

ជំពូកទី២ ៖ រំលឹកទ្រឹស្តី: ត្រូវលើកឡើងពីទ្រឹស្តីដែលពាក់ព័ន្ធ ទស្សនទាន ឬសំដីរបស់អ្នកប្រាជ្ញ និងបទពិសោធន៍ផ្សេងៗទៀត។

ជំពូកទី៣ ៖ លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ: លើកឡើងពីស្ថានភាពទូទៅរបស់អង្គការដូចជា ប្រវត្តិរបស់អង្គការ បេសកកម្ម ទស្សនវិស័យ គោលនយោបាយ រចនាសម្ព័ន្ធចាត់តាំង (តួនាទី និងភារកិច្ច) និងបន្ទាប់មកត្រូវលើកឡើងអោយបានពី ឬបីចំណុចទៅលើការងារបច្ចេកទេសរបស់អង្គការ។

ជំពូកទី៤ ៖ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ: វិភាគទៅលើចំណុចទាំងអស់ ដែលបានអនុវត្តជាក់ស្តែង (គឺគ្រប់ចំណុចទាំងអស់ដែលមាននៅក្នុងជំពូកទី៣) គឺក្នុងគោលបំណង វិភាគអោយឃើញនូវចំណុចខ្លះខាតទាំងឡាយដើម្បីធ្វើការកែលម្អ។

ជំពូកទី៥ ៖ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍: ធ្វើការសន្និដ្ឋានទៅលើគ្រប់ចំណុចទាំងអស់ និងផ្តល់ជាយោបល់អនុសាសន៍ទៅលើចំណុចដែលត្រូវកែលម្អ។

ជំពូកទី២

ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ

២.១ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

២.១.១ និយមន័យយុទ្ធសាស្ត្រ

យុទ្ធសាស្ត្រមានន័យថា គោលនយោបាយរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ។ ប្រសិនបើអ្នកសម្លឹងមើលទៅលើគំនិតនេះព្យញ្ជនៈ នេះគឺពិតជាអ្វីដែលនាយកប្រតិបត្តិក្រុមហ៊ុននេះមានបំណងចង់ធ្វើការនៅក្នុងពេលអនាគត។

យុទ្ធសាស្ត្រ ជាទិសដៅជាមួយនឹងការអនុម័តនៃសហគ្រាសដំណោះស្រាយរយៈពេលវែង។ ជាដំបូងយុទ្ធសាស្ត្រទាំងអស់របស់ក្រុមហ៊ុននេះ ត្រូវតែបានកំណត់ពីទស្សនៈនៃការធ្វើសេចក្តីសម្រេចដោយ ចៃដន្យឬចេតនាកំណត់ទិសដៅរយៈពេលវែងនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចរបស់ខ្លួន។ ក្នុងករណីនេះ ក្រុមហ៊ុនមួយអាចមានន័យថាអាជីវកម្ម ឬអង្គការការបែកបាក់ ឬក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធរបស់ខ្លួន។ ទោះជាយ៉ាងណាបញ្ហានៅក្រោមអ្វី ដែលឈ្នះមិនមានអង្គការអាជីវកម្មនោះទេ គួរតែរួមបញ្ចូលយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ដែលបានកំណត់ទុកជាមុននូវដំណោះស្រាយនាពេលអនាគតរបស់ខ្លួនពីរចនាសម្ព័ន្ធចាត់តាំងនិងដាក់ចេញជាសកម្មភាព។

យុទ្ធសាស្ត្រ គឺសំដៅលើការរៀបចំផែនការក្នុងការធ្វើអ្វីមួយ។

យុទ្ធសាស្ត្រ ជាសំណុំនៃផែនការដើម្បីរៀបចំគម្រោងក្នុងគោលបំណងអ្វីមួយ ដើម្បីសម្រេចទិសដៅ។ ឧទាហរណ៍៖ បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រឡើង ក្នុងគោលបំណងដើម្បីអនុវត្តន៍ឱ្យទទួលបានភាពជោគជ័យ។

យុទ្ធសាស្ត្រ គឺមានន័យថាបង្ហាញនូវសកម្មភាពប្រកបទៅដោយឆន្ទៈដ៏មុះមុត ដើម្បីសម្រេចបាននូវភាពជោគជ័យ។

២.១.២ ប្រវត្តិយុទ្ធសាស្ត្រ

ពាក្យយុទ្ធសាស្ត្រក្លាយមកពីពាក្យក្រិច Strategos ដែលមានន័យថា “មេទ័ពឬមេបញ្ជាការកងទ័ព”។ ក្នុងភាសាខ្មែរ វាក្លាយមកពីពាក្យ “យុទ្ធសាស្ត្រ < យុទ្ធ+សាស្ត្រ”។ «យុទ្ធ» ជាពាក្យបាលីសំស្ក្រឹត មានន័យថា ចម្បាំង ឬសង្គ្រាម ចំណែក «សាស្ត្រ» ជាពាក្យបាលីសំស្ក្រឹតដូចគ្នា និងមានន័យថាក្បួន ឬគម្ពីរ។ សរុបមកយុទ្ធសាស្ត្រ មានន័យថាក្បួនចម្បាំងឬក្បួនសម្រាប់ចម្បាំង។ យុទ្ធសាស្ត្រ ត្រូវបានប្រើយ៉ាងទូលំទូលាយក្នុងវិស័យ នយោបាយ យោធា សេដ្ឋកិច្ច និងជំនួញ។ កន្លងមក មានអ្នកប្រាជ្ញជាច្រើនបានចងក្រងទ្រឹស្តីនៃយុទ្ធសាស្ត្រ ហើយខ្លះមានប្រវត្តិតាំងពីមុនគ្រិស្តសករាជមកម៉្លេះ²។

២.១.៣ ទស្សនៈលោក Michael Porter

យុទ្ធសាស្ត្រ Cost Leadership ត្រូវបានបង្កើតដោយ Michael Porter វាជាវិធីសាស្ត្រដែលក្រុមហ៊ុនអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពក្នុងការផលិត និងលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មនៅតម្លៃទាបជាងគូប្រជែង ខណៈពេលដែលនៅតែរក្សាបានអត្ថប្រយោជន៍នៃផលិតភាព និងគុណភាព³។

¹ រៀបរៀងដោយនិស្សិត ម៉ុក ជិញជិញ, ធី សុចាន់ធ្ម, មុត សៀម៉ី. (២០២៣). ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុនស៊ិនស៊ីមីចកូ. សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ. ជំនាញគណនេយ្យជំនាន់ទី២០. វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ភ្នំពេញ ទំព័រ ១៥. ៣៣ទំព័រ។

² អង្គរសុជាតិ. (២០២៥). ការយល់ដឹងអំពីពាក្យយុទ្ធសាស្ត្រ Retrieved March, 10 2025 from www.wellgrownhome.webpress.com

³ Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press, P.34

តើ Cost Leadership Strategy ជាអ្វី? Cost Leadership គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រដែលក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់ដើម្បីក្លាយជាអ្នកចំណាយថ្លៃដើមទាបបំផុតក្នុងឧស្សាហកម្មមួយ។ ដើម្បីសម្រេចបាននូវយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ត្រូវប្រតិបត្តិការដូចខាងក្រោម៖

- បន្ថយថ្លៃដើមផលិតកម្មដោយប្រើប្រាស់ Economies of Scale
- បង្កើនប្រសិទ្ធភាពផលិតកម្ម(Operational Efficiency)
- ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់(Supply Chain Optimization)
- បន្ថែមបច្ចេកវិទ្យា (Automation & AI)
- បន្ថយការចំណាយក្នុងសេវាកម្ម
- គុណសម្បត្តិរបស់ Cost Leadership Strategy
- យុទ្ធសាស្ត្រនេះមានអត្ថប្រយោជន៍សំខាន់ៗ៖
- ទាក់ទាញអតិថិជនដោយតម្លៃទាប ជួយបង្កើនការលក់ (Sales Volume)
- មានប្រាក់ចំណេញខ្ពស់ ទោះបីតម្លៃទាប ក៏ដោយក៏នៅតែរកបានប្រាក់ចំណេញច្រើន
- បង្កើតការប្រកួតប្រជែងរឹងមាំ បណ្តាលឱ្យគូប្រជែងពិបាកប្រតិបត្តិការក្នុងតម្លៃទាបដូចគ្នា
- ការប្រកួតប្រជែងតិច ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនថ្មីពិបាកចូលក្នុងទីផ្សារ។

❖ របៀបអនុវត្ត Cost Leadership Strategy ក្រុមហ៊ុនដែលប្រើយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ត្រូវមានវិធីដូចខាងក្រោម៖

- សេដ្ឋកិច្ចមាត្រដ្ឋាន (Economies of Scale) ផលិតច្រើនកាន់តែប្រសើរ ដោយបន្ថយថ្លៃដើមក្នុងការផលិតនីមួយៗ។ ឧទាហរណ៍៖ Walmart ប្រើប្រាស់ Economies of Scale ដើម្បីបញ្ជាទិញសំណង់ក្នុងបរិមាណច្រើន ដើម្បីទទួលបាននូវការបញ្ចុះតម្លៃ។
- ភាពជឿនលឿននៃបច្ចេកវិទ្យា (Technological Advancement) បច្ចេកវិទ្យាបានធ្វើឱ្យការផលិតមានប្រសិទ្ធភាពដោយប្រើ Robot, AI, និង Automation ដើម្បីកាត់បន្ថយការចំណាយបុគ្គលិក។ ឧទាហរណ៍ Amazon ប្រើ robotics ក្នុងឃ្លាំងរបស់ខ្លួន ដើម្បីកាត់បន្ថយការចំណាយការងារមនុស្ស។
- បង្កើនប្រសិទ្ធភាពច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ (Supply Chain Optimization) គឺកាត់បន្ថយចំណាយដោយជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់តម្លៃទាប។ ឧទាហរណ៍៖ IKEA ផលិតគ្រឿងសង្ហារឹមជាច្រើន ដោយជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់មានតម្លៃទាប។
- ស្តង់ដារនីយកម្ម (Standardization) សំដៅទៅលើការបង្កើតផលិតផលឱ្យមានលក្ខណៈស្តង់ដារ។ ឧទាហរណ៍៖ McDonald's មានមីនុយសាមញ្ញ ដែលអាចផលិតនឹងចែកចាយដោយមានចំណាយទាប។

ដូចនេះ Cost Leadership Strategy ជាយុទ្ធសាស្ត្រដែលក្រុមហ៊ុនអាចប្រើដើម្បីក្លាយជាក្រុមហ៊ុនមានថ្លៃទាបបំផុត។ វាត្រូវការរចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្មដើម្បីបន្ថយការចំណាយនិងបង្កើតផលិតភាពខ្ពស់។ បើបានអនុវត្តត្រឹមត្រូវ វាអាចបង្កើតសេរីភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងការប្រកួតប្រជែងរឹងមាំ។

២.២ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ

២.២.១ និយមន័យការគ្រប់គ្រង

ការគ្រប់គ្រង គឺជាដំណើរការនៃការសម្រេចបាននូវគោលដៅអង្គភាព ដោយចាប់យកមុខងារចម្បង បួន គឺការធ្វើផែនការ ការចាត់ចែង ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យឡើងវិញ។ និយមន័យនេះទទួលស្គាល់ថា ការគ្រប់គ្រង គឺជាសកម្មភាពបន្តឥតឈប់ នាំឆ្ពោះទៅរកគោលដៅសំខាន់ៗ ហើយទាក់ទងទៅនឹងការស្គាល់ អំពីរបៀបធ្វើសកម្មភាពការងារទៅតាមមុខងារចម្បងរបស់ការគ្រប់គ្រង។ ផ្ដើមចេញពីមុខងារចម្បងទាំងអស់ នេះ គឺពិចារណាធ្វើយ៉ាងណាឱ្យការគ្រប់គ្រងមានប្រសិទ្ធភាព⁴។

២.២.២ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រង

រាប់ពាន់ឆ្នាំកន្លងមកនេះ អ្នកគ្រប់គ្រងបានជួបបញ្ហាប្រឈមមុខដូចគ្នានឹងនាយកប្រតិបត្តិសព្វថ្ងៃនេះ។ ប្រហែលឆ្នាំ ១១០០មុនគ.ស ជនជាតិចិនបានអនុវត្តមុខងារគ្រប់គ្រងទាំងបួន ការធ្វើផែនការ ការរៀបចំ ដឹកនាំ និងការគ្រប់គ្រង។ នៅចន្លោះឆ្នាំ ៤០០ មុនគ.ស និង៣៥០ មុនគ.សជនជាតិក្រិចបានទទួលស្គាល់ ការគ្រប់គ្រងថាជាសិល្បៈដាច់ដោយឡែកមួយ ហើយគាំទ្រវិធីសាស្ត្រវិទ្យាសាស្ត្រដើម្បីធ្វើការ។ ជនជាតិរ៉ូម បានធ្វើវិមជ្ឈការ ការគ្រប់គ្រងនៃចក្រភពដ៏ធំរបស់ពួកគេ មុនពេលកំណើតរបស់ព្រះគ្រីស្ទ។ ក្នុងយុគសម័យ មជ្ឈិមសម័យ រោងភាពយន្តបានកំណត់ស្តង់ដារផលិតកម្មតាមរយៈ ការប្រើប្រាស់ខ្សែសង្វាក់ដំឡើង ការសាងសង់យួរាំងនិងប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធសារពើកំណើតដើម្បីត្រួតពិនិត្យខ្លឹមសារ។ ប៉ុន្តែក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រ អ្នកគ្រប់គ្រងភាគ ច្រើនបានដំណើរការយ៉ាងតឹងរឹងលើមូលដ្ឋានសាកល្បង និងកំហុស។ បញ្ហាប្រឈមនៃបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម បានផ្លាស់ប្តូរការងារទាំងអស់នោះ។ ការគ្រប់គ្រងបានលេចចេញជានិយមផ្លូវការនៅសតវត្សបន្ទាប់។ កម្មវិធី សាកលវិទ្យាល័យដំបូងគេ ដែលផ្តល់ការអប់រំផ្នែកគ្រប់គ្រង និងពាណិជ្ជកម្ម គឺសាលា Wharton នៅសាកល វិទ្យាល័យ Pennsylvanian និងសាលា Amos Tuck នៃ Dartmouthដែលបង្កើតឡើងនៅចុងសតវត្សទី១៩ ។ នៅឆ្នាំ១៩១៤មានសាលាពាណិជ្ជកម្មចំនួន២៥ ។ ដូច្នេះ វិជ្ជាជីវៈគ្រប់គ្រង ដូចដែលយើងដឹងសព្វថ្ងៃនេះគឺថ្មី ណាស់។

ការយល់ដឹងពីប្រភពដើមនៃការគ្រប់គ្រង នឹងជួយយើងឱ្យយល់នូវបរិបទមូលដ្ឋាននៃគំនិត ការគ្រប់ គ្រងដែលជាបញ្ហាប្រឈម ទាមទារឱ្យមានការសម្របខ្លួនជាប្រចាំទៅនឹងកាលៈទេសៈថ្មី។ ការវិវត្តនៃការគ្រប់ គ្រងអាចត្រូវបានគេហៅ " បដិវត្តន៍នៃការគ្រប់គ្រង " ហើយកាន់តែសមរម្យ ព្រោះវាកត់ត្រាការផ្លាស់ប្តូរ យ៉ាងទូលំទូលាយនៅក្នុងវិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងក្នុងរយៈពេល១០០ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។ ក្នុងចំណោមគំនិតដ៏ អស្ចារ្យជាច្រើនអំពីរបៀបកែលម្អការគ្រប់គ្រង ផ្នែកខ្លះនៃវិធីសាស្ត្រនីមួយៗបានសម្រេចយកនិងត្រូវបានដាក់ បញ្ចូលទៅក្នុងទស្សនៈទំនើបលើការគ្រប់គ្រង⁵។

២.៣ អត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

២.៣.១ និយមន័យអត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

អត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនៅក្នុងអង្គភាពមួយ មានន័យថាដំណើរ ការដែលធ្វើឱ្យអង្គភាពអាចរួមបញ្ចូល និងអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងៗជាដៃគូគ្នាបានយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។ ការរួមបញ្ចូលនេះនាំឱ្យមានការលែតម្រូវគោលបំណងការអភិវឌ្ឍ និងការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រដែលសមរម្យ ជា

⁴ KATHRY M. BARTOL & DAVID C. MARTIN. (1998). *Management*. 3rd edition. USA. Adam knepper. Karen Mellon, P.5
⁵ Ugo Chuks, OKOLIE, 2021 The Evolution of Management: A Historical Perspective (Journal of Public Administration, Finance and Law)

កត្តាដែលជួយកែលម្អប្រសិទ្ធភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ធនធាន និងការបង្កើនសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងរបស់អង្គការ^៦។

២.៣.២ ប្រវត្តិអត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

នៅដើមទសវត្សរ៍ទី ១៩៩០ និងដើមទសវត្សរ៍ទី ២០០០ ការអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្របានផ្លាស់ប្តូរពីការអនុវត្តតែមួយយុទ្ធសាស្ត្រ ទៅការរួមបញ្ចូលយុទ្ធសាស្ត្រជាច្រើនក្នុងការគ្រប់គ្រងអង្គការ។ នេះជាការឆ្លុះបញ្ចាំងពីតម្រូវការរបស់អង្គការក្នុងការប្រើប្រាស់ធនធានយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព និងការអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែង។

ការបញ្ជាក់ពីអត្ថប្រយោជន៍៖ ដំណើរការរួមបញ្ចូលយុទ្ធសាស្ត្រនេះធ្វើឲ្យអង្គការអាចធ្វើការប្រាស្រ័យទាក់ទង និងសហការរវាងផ្នែកនានា បានយ៉ាងសមរម្យ។ វាបង្កើតនូវសីលធម៌ក្នុងការគ្រប់គ្រង ដោយផ្ដោតលើការត្រួតពិនិត្យសកម្មភាព ការកំណត់គោលបំណង និងការសម្របសម្រួលយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងៗជាមួយគ្នា។

ការផ្លាស់ប្តូរនិងការអភិវឌ្ឍ៖ ក្រោយពីការរួមបញ្ចូលយុទ្ធសាស្ត្របានទទួលការសន្និដ្ឋានយ៉ាងសំខាន់ពីសហគមន៍គ្រប់គ្រង និងអ្នកវិភាគ អង្គការបានចាប់យកនិងអនុវត្តវិធីសាស្ត្រដែលអាចបង្កើនសមត្ថភាពក្នុងការគ្រប់គ្រង និងប្រកួតប្រជែង^៧។

២.៣.៣ ទស្សនៈ Porter អំពីអត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ នៅអង្គការសេវាកម្ម មានសារៈសំខាន់ខ្លាំងក្នុងការជំរុញអភិវឌ្ឍ និងការរីកចម្រើនរបស់អង្គការ ដោយផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ចម្បងៗដូចខាងក្រោម៖

ក. ការកំណត់ទិសដៅ និងគោលដៅច្បាស់លាស់តាមទស្សនៈ Porter

ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ជាដំណើរការដែលជួយអង្គការកំណត់ទិសដៅ និងគោលដៅយ៉ាងច្បាស់លាស់ ដោយផ្អែកលើការពិចារណាពីបរិស្ថានជុំវិញ និងបញ្ហាសំខាន់ៗដែលអង្គការប្រឈមមុខ។ វាផ្តល់ឱកាសឱ្យអង្គការធ្វើការវិភាគអំពីស្ថានភាពខាងក្នុង និងខាងក្រៅ ដើម្បីសម្គាល់ពីភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយឱកាស និងការគំរាមកំហែង នៅក្នុងទីផ្សារនិងបរិស្ថានសរុប។ នេះជាដំណើរការមួយដែលជួយបង្កើតផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដែលសមស្របនឹងបេសកកម្ម និងទស្សនៈរបស់អង្គការ។

អំពីការពិចារណាពីបរិស្ថាននិងបញ្ហាសំខាន់ៗ គឺដំបូងអង្គការត្រូវធ្វើការវិភាគបរិស្ថានផ្ទាល់ខ្លួនរួមទាំងបរិស្ថានខាងក្រៅដើម្បីយល់ដឹងពីបច្ចុប្បន្នភាពនៃទីផ្សារ ស្ថានភាពអាជីវកម្ម និងបញ្ហាដែលអាចមានផលប៉ះពាល់ដល់ការអភិវឌ្ឍ។ ការវិភាគនេះ អាចរួមបញ្ចូលទាំងការត្រួតពិនិត្យលើធនធានផ្ទាល់ខ្លួនភាពខ្លាំងភាពខ្សោយរួមទាំងឱកាសនិងការគំរាមកំហែងបរិស្ថានខាងក្រៅ។ លទ្ធផលនៃការវិភាគនេះជួយធានាថាការកំណត់គោលដៅ និងទិសដៅត្រូវបានកំណត់លើមូលដ្ឋាននៃការយល់ដឹងពិតប្រាកដអំពីបរិស្ថាននិងបញ្ហាសំខាន់ៗដែលអង្គការត្រូវជួបប្រទះ។

ការបង្កើនភាពច្បាស់លាស់ និងការសម្រួលរវាងគោលនយោបាយ និងការអនុវត្ត៖ ក្រោយពីបានពិចារ

^៦ លី ប៉ុស្ត. (២០១៨). *ការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រ និងការអភិវឌ្ឍអង្គការ*. បោះពុម្ពលើកទី១. ភ្នំពេញ. **អ្នកអនុញ្ញាតឱ្យបោះពុម្ព**៖ សហគមន៍ការគ្រប់គ្រងកម្ពុជា ទំព័រ៧៥-៨០

^៧ ដដែល-

ណាអំពីបរិស្ថាន និងបញ្ហាសំខាន់ៗអង្គការអាចកំណត់បានពីគោលបំណង និងលទ្ធផលដែលត្រូវសម្រេច។ ដំណើរការយុទ្ធសាស្ត្រនេះជួយឱ្យមានភាពច្បាស់លាស់ក្នុងការរចនាគោលនយោបាយ និងការរៀបចំផែនការអនុវត្ត ដែលសមស្របនឹងបេសកកម្ម និងទស្សនៈរបស់អង្គការ។

-ភាពច្បាស់លាស់៖ ការបែងចែកគោលបំណង និងលទ្ធផលដែលចង់ឱ្យអង្គការសម្រេច នឹងធ្វើឱ្យបុគ្គលិកម្នាក់ៗនៅក្នុងអង្គការដឹងពីតួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវរបស់ខ្លួន។ នេះជួយកាត់បន្ថយនូវភាពច្របូកច្របល់ និងធានាថាការអនុវត្តគោលនយោបាយបានសម្រេចតាមផែនការគ្រោងទុក។

-ភាពសម្រួល៖ ដោយការត្រួតពិនិត្យ និងបង្រៀនលើផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ អង្គការអាចធានាបានថាវិធានការនានាត្រូវបានប្រតិបត្តិយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព និងទំនាក់ទំនងគ្នាបានល្អរវាងនាយកដ្ឋាននានា។ ការសម្រួលនេះជួយបង្កើនសមត្ថភាពក្នុងការឆ្លើយតបទៅនឹងការផ្លាស់ប្តូរបរិស្ថាននៅក្នុងទីផ្សារ។

-ការចងក្រងយុទ្ធសាស្ត្រនិងការសម្រួលអង្គការ៖ នៅពេលដែលអង្គការបានកំណត់ទិសដៅ និងគោលដៅយ៉ាងច្បាស់លាស់វានឹងអាចរចនាយុទ្ធសាស្ត្រដែលសមស្របនឹងបេសកកម្ម និងទស្សនៈរបស់ខ្លួន។ ការចងក្រងនេះមិនត្រឹមតែជាឧបករណ៍ក្នុងការធានាថា អង្គការត្រូវបានគ្រប់គ្រងក្នុងការអនុវត្ត តាមផែនការ ប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាក៏ជួយឱ្យមានការត្រួតពិនិត្យ និងវាស់វែងលទ្ធផលយ៉ាងប្រសើរ ដោយធ្វើការបែងចែកធនធាននិងកំណត់តម្លៃដែលចង់ឱ្យសម្រេច។ នេះជាបុគ្គលិកសំខាន់ក្នុងការបង្កើតសមត្ថភាពអង្គការក្នុងការប្រកួតប្រជែងនិងការអភិវឌ្ឍន៍យ៉ាងបន្តបន្ទាប់។

សរុបមក វិញដំណើរការយុទ្ធសាស្ត្រជាឧបករណ៍សំខាន់ក្នុងការកំណត់ទិសដៅ និងគោលដៅរបស់អង្គការដោយផ្អែកលើការពិចារណាពីបរិស្ថាន និងបញ្ហាសំខាន់ៗ។ វាបង្កើនភាពច្បាស់លាស់ក្នុងការរចនាគោលនយោបាយ និងផែនការអនុវត្ត ដើម្បីធានាថាបេសកកម្ម និងទស្សនៈរបស់អង្គការត្រូវបានអនុវត្តយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។ ការយល់ដឹងដូចនេះជួយឱ្យមានការសម្រួលរវាងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងការប្រតិបត្តិការផ្ទាល់ ដើម្បីអង្គការអាចធ្វើការផ្លាស់ប្តូរបានយ៉ាងឆាប់រហ័ស និងបន្តការរីកចម្រើនក្នុងទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន។

ខ. ការគ្រប់គ្រងធនធានមានប្រសិទ្ធភាពតាមទស្សនៈ: Wheelen & Hunger

ដំណើរការយុទ្ធសាស្ត្រជាឧបករណ៍សំខាន់មួយក្នុងការវិភាគ និងកំណត់ថា តើធនធានណាដែលអង្គការ ត្រូវការបែងចែក និងចាត់ចែងយ៉ាងសមរម្យ ដើម្បីធានាថាការផ្តល់សេវាកម្មមានប្រសិទ្ធភាព និងទទួលបានលទ្ធផលល្អបំផុត។ វាអាចពន្យល់ការគ្រប់គ្រងធនធានមានប្រសិទ្ធភាពដូចខាងក្រោម៖

១.ការបែងចែកធនធានយ៉ាងសមរម្យ៖ បន្ទាប់ពីបានពិនិត្យនិងវិភាគធនធានរួច អង្គការនឹងកំណត់គោលដៅ និងលទ្ធផលដែលចង់ឱ្យសម្រេច។ វានាំឱ្យមានការបែងចែកធនធានដោយផ្អែកលើអាទិភាពនៃគោលបំណងនីមួយៗ៖

-**ធនធានមនុស្ស៖** អង្គការត្រូវចាត់ចែងបុគ្គលិកតាមតួនាទី និងជំនាញរបស់ពួកគេ។ ដោយធានាថាបុគ្គលិកទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាល និងអភិវឌ្ឍន៍ជំនាញគ្រប់គ្រាន់ នោះអង្គការអាចធ្វើការប្រតិបត្តិការបានយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។

-វិនិយោគនិងថវិកា: ការបែងចែកថវិកាត្រូវធានាថាមានការវិនិយោគលើផ្នែកដែលមានតម្លៃខ្ពស់ការអភិវឌ្ឍសេវាកម្មនិងការកែលម្អប្រព័ន្ធផ្សេងៗ ។ វាជួយធានាថាមានថវិកាគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់គម្រោងសំខាន់ៗ និងការអភិវឌ្ឍបច្ចេកទេស។

-បច្ចេកទេស: ការចំណាយលើបច្ចេកវិទ្យានិងប្រព័ន្ធព័ត៌មានត្រូវបានកំណត់យ៉ាងមានគុណភាពដើម្បីធានាថាគ្រឿងបរិក្ខារបច្ចេកទេសទាន់សម័យ និងអាចជួយបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងកិច្ចប្រតិបត្តិការនៅក្នុងអង្គការ។ ការបែងចែកធនធានដោយផ្អែកតាមគោលដៅ ធានាថារាល់ធនធាននីមួយៗ ត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងបរិបទដែលអាចឲ្យសម្រេចបានលទ្ធផលដែលឆ្លើយតបទៅនឹងបេសកកម្មនិងចក្ខុវិស័យរបស់អង្គការ។

២.ការចាត់ចែងធនធាននិងអនុវត្ត: ក្រោយពេលធនធានត្រូវបានបែងចែកអង្គការត្រូវបន្តទៅដល់ការចាត់ចែង និងអនុវត្តយ៉ាងត្រឹមត្រូវដោយផ្ដោតលើការធានាសមត្ថភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ធនធានទាំងនោះ៖

-ការផ្តល់តួនាទី និងការទំនួលខុសត្រូវ: ដើម្បីធានាថាការអនុវត្តក្លាយជាដំណើរការល្អ អង្គការត្រូវកំណត់តួនាទី និងចែងការទំនួលខុសត្រូវច្បាស់លាស់ក្នុងនាយកដ្ឋាននីមួយៗ។ វាជួយកាត់បន្ថយភាពច្របូកច្របល់ និងធានាថារាល់អ្នកមានតួនាទីដែលច្បាស់លាស់ក្នុងការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រនោះ។

-ការត្រួតពិនិត្យ និងវាស់វែងលទ្ធផល: ដើម្បីធានាថាធនធានត្រូវបានប្រើប្រាស់យ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាពអង្គការត្រូវបង្កើតប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យនិងវាស់វែងលទ្ធផល។ ប្រព័ន្ធនេះអាចជួយកំណត់ថាតើមានការប្រើប្រាស់ធនធានឆ្លើយតបនឹងគោលដៅដែរឬទេ និងផ្តល់ព័ត៌មានសំខាន់សម្រាប់ការកែលម្អជាពេលក្រោយ។

-ការបង្កើនសមត្ថភាពប្រតិបត្តិការ: ការចាត់ចែងធនធានដែលមានប្រសិទ្ធភាព នាំឲ្យអង្គការអាចប្រតិបត្តិការបានយ៉ាងល្អ និងឆាប់ឆ្លាតក្នុងការឆ្លើយតបនឹងបម្រែបម្រួលនានា។ នេះជួយធានាថាការផ្តល់សេវាកម្មត្រូវបានអនុវត្តដោយមានភាពសហការណ៍ និងចំណេញពីការប្រើប្រាស់ធនធានជាទីតាំងនីមួយៗ។

៣.អត្ថប្រយោជន៍នៃការចាត់ចែងធនធានយ៉ាងសមរម្យ: ការបែងចែក និងចាត់ចែងធនធានយ៉ាងសមរម្យនាំឲ្យមានអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនដល់អង្គការ៖

-ការកែលម្អប្រសិទ្ធភាព: ដោយប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្ស វិនិយោគ និងបច្ចេកទេសក្នុងបរិបទត្រឹមត្រូវអង្គការអាចធានាថាការប្រតិបត្តិការ និងការផ្តល់សេវាកម្មមានភាពលឿន និងទាន់សម័យ។

-ការចែករំលែកនៃភាពជាក់លាក់: ការចាត់ចែងធនធានជួយកំណត់តួនាទី និងការទំនួលខុសត្រូវឲ្យមានភាពច្បាស់លាស់រវាងនាយកដ្ឋាននានា។ នេះជួយធានាថា រាល់គម្រោង និងការអនុវត្តមានភាពសម្រួល និងការសហការដែលជួយបង្កើនលទ្ធផលសរុបរបស់អង្គការ។

-ការឆ្លើយតបនឹងបម្រែបម្រួល: ការត្រួតពិនិត្យ និងវាស់វែងលទ្ធផលជាប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងធនធានអាចឱ្យអង្គការធ្វើការកែសម្រួលយ៉ាងទាន់ពេលវេលា ប្រសិនបើមានការផ្លាស់ប្តូរក្នុងបរិស្ថានអាជីវកម្ម ឬក្នុងលក្ខខណ្ឌទីផ្សារ។

-ការជំរុញការច្នៃប្រឌិត: ការចាត់ចែងធនធានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព អាចបង្កើតឱកាសសម្រាប់ការច្នៃប្រឌិត និងការរីកចម្រើន។ ដោយចំណាយលើបច្ចេកទេសថ្មីៗ និងការអភិវឌ្ឍជំនាញបុគ្គលិក អង្គការអង្គការអាចស្ថាបនាប្រព័ន្ធសមរម្យក្នុងការប្រកួតប្រជែង និងការផ្តល់សេវាកម្មដែលមានគុណភាពខ្ពស់។

សរុបមក ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជួយអង្គការ ក្នុងការវិភាគធនធានដែលមាន និងកំណត់ផែនការបែងចែកធនធាន (មនុស្ស វិនិយោគ និងបច្ចេកទេស) ដោយផ្អែកលើគោលដៅ និង

បេសកកម្មរបស់អង្គការ។ ការវិភាគស្ថានភាពធនធានធ្វើឲ្យអង្គការទទួលបានចំណេះដឹងអំពីភាពខ្លាំង និង ភាពខ្សោយរួចនាំឲ្យការបែងចែក និងចាត់ចែងធនធានត្រូវបានអនុវត្តយ៉ាងត្រឹមត្រូវដើម្បីធានាថាការផ្តល់ សេវាកម្មមានប្រសិទ្ធភាពនិងទទួលបានលទ្ធផលល្អបំផុត។ វាក៏ជួយឱ្យមានការត្រួតពិនិត្យ និងវាស់វែង លទ្ធផលក្នុងការអនុវត្ត និងអនុវត្តកែសម្រួលដោយឡែក បើមានការផ្លាស់ប្តូរបរិស្ថានអាជីវកម្ម ដែលនាំឲ្យ អង្គការអាចប្រកួតប្រជែងបានយ៉ាងមានសក្តានុពលក្នុងរយៈពេលវែង។

៤. ការផ្តល់សេវាកម្មមានគុណភាពនិងភាពប្រកួតប្រជែង៖ ដំណើរការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ បានផ្តល់ឱកាសដល់អង្គការឲ្យអាចតាមដាន និងវាស់វែងគុណភាពសេវាកម្មបានយ៉ាងប្រសើរ ដោយធ្វើការ វិភាគលើលទ្ធផលនានា និងកំណត់គន្លងអនុវត្តដែលសមស្រប។ ខាងក្រោមនេះ ជាការពន្យល់លម្អិតអំពី កត្តានេះ៖

ក. ការតាមដាននិងវាស់វែងគុណភាពសេវាកម្ម

-ប្រព័ន្ធវាស់វែងមុខងារ៖ ដំណើរការផែនការយុទ្ធសាស្ត្រប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ដូចជា Balanced Scorecard ដែលជាឧបករណ៍វាស់លើមុខងារចំបាប់ជាច្រើន (ហិរញ្ញវត្ថុ អតិថិជន ប្រតិបត្តិការ ការសិក្សា និងការអភិវឌ្ឍ)។ វាផ្តល់នូវទិន្នន័យ និងព័ត៌មានសំខាន់ៗអំពីគុណភាពសេវាកម្ម ដែលអាចប្រើប្រាស់ដើម្បីកំណត់ស្ថានភាពនៃ ការផ្តល់សេវាកម្ម និងធានាថាវានៅតែស្របតាមគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្ររបស់អង្គការ។

-ការវាស់វែងតាមលទ្ធផល និងគោលបំណង៖ តាមរយៈការកំណត់ខ្លឹមសារអនុវត្ត និងគោលការណ៍ វាស់វែង (Key Performance Indicators-KPIs) អង្គការអាចទទួលបានមើលឃើញនូវភាពខុសគ្នានៃលទ្ធផល ជាក់ស្តែងទាក់ទង នឹងសេវាកម្មនិងសម្រួលការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ ដើម្បីកែលម្អគុណភាពជាបន្តបន្ទាប់។

ខ. ការសម្របសម្រួលក្នុងការផ្តល់សេវាកម្ម

-ការសម្របសម្រួលរវាងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងប្រតិបត្តិការ៖ ដោយមានប្រព័ន្ធតាមដាន និងវាស់វែង លទ្ធផលអង្គការ អាចធានាបានថាការអនុវត្តសេវាកម្មគ្រប់ជំហានមានភាពសម្រួលជាមួយគោលនយោបាយ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដែលបានកំណត់។ ការសម្របសម្រួលនេះនឹងជួយពង្រឹងការប្រតិបត្តិការ និងធានាថា រាល់ឧបករណ៍ និងធនធានត្រូវបានប្រើប្រាស់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពក្នុងការផ្តល់សេវាកម្ម។

-ការឆ្លើយតបយ៉ាងទាន់ពេលវេលា៖ ប្រព័ន្ធតាមដានលទ្ធផលអនុញ្ញាតឲ្យមានការប្រមូលព័ត៌មានជា បន្តបន្ទាប់។ ព័ត៌មាននេះអាចធ្វើឲ្យអង្គការអាចឆ្លើយតប និងកែសម្រួលវិធានការក្នុងពេលវេលាឆាប់រហ័ស ប្រសិនបើមានការប្រែប្រួលក្នុងតម្រូវការអតិថិជន ឬលក្ខខណ្ឌទីផ្សារ ដែលនាំឲ្យមានភាពប្រកួតប្រជែងខ្ពស់។

គ. ការបង្កើនភាពប្រកួតប្រជែងនៅលើទីផ្សារ

-កែលម្អគុណភាពសេវាកម្ម៖ ការវាស់វែងលទ្ធផលឲ្យមានភាពច្បាស់លាស់និងត្រឹមត្រូវជួយឲ្យអង្គការ អាចសម្គាល់ចំណុចខ្សោយនិងអនុវត្តវិធានការកែលម្អយ៉ាងទៀងទាត់។ ទាំងនេះនាំឲ្យគុណភាពសេវាកម្មកើន ឡើងនិងធានាថាអតិថិជនទទួលបានបទពិសោធន៍ល្អដែលជាគន្លងសំខាន់ក្នុងការរក្សាទុកនិងទាញយក អតិថិជនថ្មីៗ។

-ភាពប្រកួតប្រជែងជាមួយអ្នកប្រកួតផ្សេង៖ ដោយការតាមដានលទ្ធផល និងការសម្របសម្រួលសេវាកម្ម អង្គការអាចប្រើប្រាស់ព័ត៌មាននានា ដើម្បីទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែង។ ការអនុវត្តវិធានការដែល

ផ្អែកលើទិន្នន័យ និងការវាស់វែងជាក់ស្តែង អង្គការនឹងមានសមត្ថភាពក្នុងការបង្កើននូវអត្តសញ្ញាណ និង ភាពទំនើបថ្មី ដែលជួយឲ្យមានភាពខុសគ្នាពីគ្រូបក្កតនៅលើទីផ្សារ។

សរុបមក ការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជួយអង្គការក្នុងការតាមដាន និងវាស់វែងគុណភាពសេវាកម្ម ដោយការបង្កើតប្រព័ន្ធវាស់វែងលទ្ធផល (KPIs) និងការត្រួតពិនិត្យ ដើម្បីធានាថា ការអនុវត្តសេវាកម្មមាន ភាពសម្រួល និងល្អប្រសើរឡើង។ វាជួយឲ្យអង្គការអាចធ្វើការកែសម្រួលនិងអនុវត្តវិធានការកែលម្អបាន ទាន់ពេលវេលា ដែលនាំឲ្យមានភាពប្រកួតប្រជែងនៅលើទីផ្សារជាបន្តបន្ទាប់^{9 10}។

យ. ជំរុញការច្នៃប្រឌិត និងការបត់បែនតាមទស្សនៈ Robert S. Kaplan

ដំណើរការយុទ្ធសាស្ត្រមិនត្រឹមតែជួយកំណត់ទិសដៅនិងគោលដៅរបស់អង្គការទេ ប៉ុន្តែវាក៏ជំរុញឲ្យ មានវប្បធម៌នៃការច្នៃប្រឌិតនិងការបត់បែន ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងបរិស្ថានទីផ្សារដែលកំពុងផ្លាស់ប្តូរ។ ដំណើរ ការនេះផ្តល់នូវចំណេះដឹង និងឧបករណ៍ដែលជួយឲ្យបុគ្គលិក និងក្រុមការងារអាចស្វែងរកគំនិតថ្មីៗ បង្កើត នូវវិធានការកែលម្អ និងអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រដែលសមស្របជាមួយតម្រូវការថ្មីៗ មានជាអាទិ៍៖

-បង្កើតវប្បធម៌នៃការច្នៃប្រឌិត៖ ដំណើរការយុទ្ធសាស្ត្របង្កើតបរិយាកាស ដែលលើកស្ទួយការស្រាវជ្រាវ និងការច្នៃប្រឌិត។ នៅក្នុងបរិយាកាសនេះ អង្គការនឹងលើកទឹកចិត្តឲ្យបុគ្គលិកចូលរួមក្នុងការសម្រេចចិត្ត ដោយស្វែងរកនូវវិធានការថ្មីៗ និងគំនិតបង្កើតថ្មីៗ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានិងឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការថ្មីៗ របស់ទីផ្សារ។

-ការបត់បែនតាមបរិស្ថាន៖ ដោយការតាមដាន និងវាស់វែងលទ្ធផលដោយប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ដូចជា Balanced Scorecard (ដែលរួមបញ្ចូលទស្សនៈនៃការសិក្សា និងការអភិវឌ្ឍ) អង្គការអាចទទួលបានព័ត៌មាន ថ្មីៗពីទីផ្សារ និងបរិស្ថានខាងក្រៅ។ ទាំងអស់នេះជួយឲ្យអង្គការអាចកែសម្រួលយុទ្ធសាស្ត្រ និងវិធានការ ប្រតិបត្តិឲ្យឆ្លើយតបនឹងការផ្លាស់ប្តូរប្រសើរឡើង និងឆាប់ឆ្លាតជាងមុន។

-ការអភិវឌ្ឍន៍គំនិតថ្មីៗ និងវិធានការផ្សេងៗ៖ ដំណើរការយុទ្ធសាស្ត្របង្កើតស្ថានភាពឲ្យមានការប្រមូល ព័ត៌មានពីអតិថិជន និងទីផ្សារដែលជាធាតុចម្បងក្នុងការច្នៃប្រឌិត។ វាធ្វើឲ្យអង្គការអាចកំណត់ចំណុចខ្សោយ និងអត្ថប្រយោជន៍ថ្មីៗ ដើម្បីច្នៃប្រឌិតនូវផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលសមរម្យជាមួយតម្រូវការបច្ចុប្បន្ន និង អនាគត។

-ការចងក្រងយុទ្ធសាស្ត្រដែលឆ្លើយតបនឹងការផ្លាស់ប្តូរ៖ ប្រព័ន្ធវាស់វែង និងត្រួតពិនិត្យលទ្ធផលជួយ ឲ្យអង្គការសម្គាល់បានពីការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងបរិស្ថាននិងអតិថិជន។ ទាំងអស់នេះនាំឲ្យមានការបង្កើតនូវ វិធានការកែសម្រួលយ៉ាងទាន់ពេល និងអាចចាប់យកឱកាសថ្មីៗបានយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។

សរុបមក ដំណើរការផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជួយបង្កើតវប្បធម៌នៃការច្នៃប្រឌិត និងការបត់បែន ដោយ បង្កើតបរិយាកាសដែលលើកស្ទួយឱកាសច្នៃប្រឌិត កែលម្អប្រតិបត្តិការ និងអនុវត្តវិធានការថ្មីៗឲ្យឆ្លើយតប ទៅនឹងបរិស្ថានទីផ្សារដែលផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងលឿន¹¹។

⁹ Kaplan & Norton. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. 1st Edition. USA. Harvard Business Publishing, P.65
¹⁰ Wheelen & Hunger. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*, 13th Edition. USA, Pearson Education, P.112
¹¹ Robert S. Kaplan & David P. Norton. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. 1st Edition, Boston. Massachusetts. USA. Harvard Business School Press, P.65

ង. ការអភិវឌ្ឍកិច្ចសហការក្នុងអង្គការតាមទស្សនៈ Robert S. Kaplan

ការអភិវឌ្ឍកិច្ចសហការក្នុងអង្គការ គឺជាធាតុសំខាន់មួយក្នុងដំណើរការនៃគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ដែលជួយធានាថានាយកដ្ឋាន និងក្រុមការងារផ្សេងៗរបស់អង្គការទាំងមូលអាចធ្វើការងាររួមគ្នាបានយ៉ាង រលូន និងមានប្រសិទ្ធភាព។ ដោយការកំណត់ចំណុចប្រទាក់ក្រឡាច្បាស់លាស់ និងការកំណត់តួនាទីរវាង នាយកដ្ឋាន វាបង្កើតបរិយាកាសសហការ ដែលជួយឲ្យមានការចែករំលែកព័ត៌មាន ការបញ្ជូនទិន្នន័យនិងការ អនុវត្តវិធានការយុទ្ធសាស្ត្រ ដោយមានភាពរួមចំណែកពីមនុស្សគ្រប់ជាន់ថ្នាក់។ ការអភិវឌ្ឍកិច្ចសហការក្នុង អង្គការមានដូចខាងក្រោម៖

- កំណត់ចំណុចប្រទាក់ និងតួនាទីសហការដំណើរនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជួយកំណត់ ចំណុចប្រទាក់ (contact points) នៅក្នុងអង្គការដោយកំណត់តួនាទី និងភារកិច្ចរវាងនាយកដ្ឋាននីមួយៗ។ ការកំណត់នេះធានាថាប្រព័ន្ធការប្រាស្រ័យទំនាក់ទំនងមានភាពច្បាស់លាស់ និងអាចផ្តល់ព័ត៌មានរវាងក្រុម ការងារបានយ៉ាងទៀងទាត់។ ការចែករំលែកព័ត៌មានជាផ្នែកមួយនៃដំណើរការនេះនាំឲ្យមានការយល់ដឹងពី គោលបំណងសេវាកម្ម និងបេសកកម្មដែលជួយកែលម្អការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រនៅក្នុងអង្គការ។

- ជំរុញកិច្ចសហការ៖ ដំណើរការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រមានឥទ្ធិពលលើការបង្កើតវប្បធម៌ ដែលលើក ស្ទួយឱកាសសហការ។ នៅក្នុងបរិយាកាសនេះ នាយកដ្ឋាននានាត្រូវរៀបចំកិច្ចប្រជុំ សន្និសីទ និងសកម្មភាព ផ្នែកការប្រាស្រ័យទំនាក់ទំនងដើម្បីចែករំលែកគំនិត និងព័ត៌មានសំខាន់ៗ។ កិច្ចសហការនេះមិនត្រឹមតែជួយ បង្កើនភាពរួមចំណែកក្នុងការប្រតិបត្តិការប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាជំរុញឱ្យមានការច្នៃប្រឌិត និងការកែលម្អវិធាន ការថ្មីៗ ដែលអង្គការអាចប្រើប្រាស់ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងទីផ្សារនាពេលអនាគត។

- លទ្ធផលនៃកិច្ចសហការ៖ ការអភិវឌ្ឍកិច្ចសហការនាំឲ្យមានការរួមចំណែកក្នុងការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ ជាមួយគ្នា ដែលមានអត្ថប្រយោជន៍ដូចជា៖
 - ការប្រព្រឹត្តទៅរួមគ្នាជាដៃគូជាមួយគ្នានៅក្នុងការរៀបចំផែនការ និងដំណើរការអនុវត្ត
 - ចែករំលែកព័ត៌មាន និងទិន្នន័យជាប្រព័ន្ធធ្វើឲ្យមានការសម្រេចលទ្ធផលបានល្អប្រសើរ។
 - បង្កើនភាពរួមចំណែក និងសហការជាក្រុមដែលជួយបង្កើនប្រសិទ្ធភាពការផ្តល់សេវាកម្ម។

ដូច្នេះ កិច្ចសហការនេះ ជាកត្តាសំខាន់មួយក្នុងការបង្កើនសមត្ថភាពប្រតិបត្តិការ និងការអភិវឌ្ឍជា បន្តបន្ទាប់នៅក្នុងអង្គការសេវាកម្ម¹²។

¹² Robert S. Kaplan & David P. Norton. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. 1st Edition, Boston, Massachusetts, USA, Harvard Business School Press, P.65

ជំពូកទី៣

ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

៣.១. ស្ថានភាពទូទៅរបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ធនាគារ និងអាសយដ្ឋាន



ធនាគារ ជីប ម៉ុង គឺជាពាណិជ្ជកម្មមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន ជីប ម៉ុង ដែលប្រើប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល។ ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការបង្កើតភាពរីករាយពេលប្រើប្រាស់សេវាធនាគាររបស់ខ្លួនដោយផ្តល់នូវ ដំណើរការងាយស្រួលបំផុត ដើម្បីបម្រើសេចក្តីត្រូវការជូនអតិថិជនរួមទាំងផ្តល់សេវាកម្មនិងកម្មវិធីដែលល្អ បំផុត ធ្វើអោយការរស់នៅរបស់អតិថិជនយើងរស់នៅកាន់តែប្រសើរឡើង។ នៅថ្ងៃទី២១ ខែមករា ឆ្នាំ២០១៩ ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានសម្ពោធបើកបម្រើអតិថិជនជាផ្លូវការ ។ បេសកកម្មរបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង គឺផ្តល់ដំណោះស្រាយខាងសេវាធនាគារល្អបំផុតលំដាប់ពិភពលោក ចំណាយតិច ប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានប្រើបច្ចេកវិទ្យាដែលអាចវាស់វែងបាន តាមប្រព័ន្ធឌីជីថលដោយអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនអាចភ្ជាប់តម្រូវការក្នុង ជីវិតរស់នៅប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគេមកកាន់ធនាគារ ជីប ម៉ុង ដែលដើរតួនាទីស្នូលក្នុងការបំពេញតាមតម្រូវការ ប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគេ។ គោលដៅសំខាន់បំផុតរបស់ធនាគារគឺសហគ្រាសខ្នាតតូច និងមធ្យម (SMEs) អាជីវកម្មលក់រាយ និងសម្រាប់ពលរដ្ឋកម្ពុជា។ ដោយមានទីស្នាក់ការកណ្តាលស្ថិតនៅលើមហាវិថីម៉ៅសេទុង, ធនាគារ ជីប ម៉ុង មានសាខាជាច្រើនដូចជា ធនាគារ ជីប ម៉ុង សាខានពេត្តម លើមហាវិថីព្រះនរោត្តម, ធនាគារ ជីប ម៉ុង សាខាបឹងសាឡាង លើផ្លូវ២៧១ ក្នុងសង្កាត់បឹងសាឡាង, ធនាគារ ជីប ម៉ុង សាខាផ្សារដើម ថ្កូវ ក្នុងសង្កាត់បឹងទំពុន១, ធនាគារ ជីប ម៉ុង សាខាទួលគោក ក្នុងសង្កាត់ទួលសង្កែ២, និង ២សាខាទៀតក្នុង មជ្ឈមណ្ឌលពាណិជ្ជកម្ម ជីប ម៉ុង បាក់ទុក និងមជ្ឈមណ្ឌលផ្សារទំនើប ជីប ម៉ុង ណូវ៉ូម៉ែល ព្រមទាំងសាខាជា ច្រើនកន្លែងដែលគ្រោងនឹងបើកជាបន្តបន្ទាប់។

៣.១.២. ទស្សនវិស័យ និងបេសកកម្មរបស់ធនាគារ

ក. ចក្ខុវិស័យ

តាមគន្លងជោគជ័យរបស់ ដីប ម៉ុង តាំងពីឆ្នាំ១៩៨២ ចក្ខុវិស័យរបស់ធនាគារ ដីប ម៉ុង គឺក្លាយខ្លួន ជាធនាគារដែលទទួលបានការទុកចិត្តបំផុតនៅក្នុងប្រទេស ក្នុងការផ្តល់នូវសេវាកម្មធនាគារ និងដំណោះស្រាយហិរញ្ញវត្ថុថ្មីៗ តាមរយៈបច្ចេកវិទ្យាទំនើប សេវាកម្មឆាប់រហ័ស និងតែងតែនៅជិតអតិថិជនក៏ដូចជា អាជីវករនិងពាណិជ្ជករគ្រប់ៗរូប។

ខ. បេសកកម្ម

- ផ្តល់ជូនសេវាកម្ម និងដំណោះស្រាយស្របតាមតម្រូវការទាំងបុគ្គល និងគ្រប់អាជីវកម្មនៅកន្លែងតែមួយ។
- បម្រើសេវាកម្មឆាប់រហ័ស ទាន់ចិត្ត និងរៀបចំប្រព័ន្ធប្រតិបត្តិការល្អឥតខ្ចោះ។
- ចាប់ដៃគូដើម្បីធ្វើឲ្យអាជីវកម្មមាននិរន្តរភាព និងផ្តល់ប្រាក់ចំណេញឲ្យគ្នាទៅវិញទៅមក។
- ពង្រីកខ្លួននៅក្នុងប្រព័ន្ធដៃគូអាជីវកម្មដ៏ធំទូលាយជាងគេ។
- ផ្តោតទៅលើការលូតលាស់ និងការអភិវឌ្ឍរបស់និយោជិត។
- អនុវត្តការគ្រប់គ្រងដែលប្រតិបត្តិតាមបញ្ញត្តិ និងគិតគូរពីហានិភ័យគ្រប់ជ្រុងជ្រោយរយៈពេលវែង។

គ. គុណតម្លៃ

- ការប្តេជ្ញាចិត្តដើម្បីឧត្តមភាព និងវិន័យ
- ការបង្កើតបរិបទថ្មីតាមរយៈប្រព័ន្ធដៃគូអាជីវកម្ម
- កិច្ចការសហការ និងភាពស្មោះត្រង់
- ភាពមោះមុត និងរៀនរវៃ។

៣.២ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ (Strategic Management Process) របស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង មានសមាសធាតុសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- ការវិភាគបរិបទទីផ្សារ (Environmental Analysis)
- ការកំណត់ទិសដៅ (Strategic Goal Setting)
- ការរៀបចំផែនការ (Strategy Formulation)
- ការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ (Strategy Implementation)
- ការត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ (Monitoring & Evaluation) ។

៣.២.១ ការវិភាគបរិបទធនាគារ និងទីផ្សារ

ក.ការវិភាគទីផ្សាររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

ការវិភាគទីផ្សារ (Market Analysis) គឺជាដំណាក់កាលសំខាន់ក្នុងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ ធនាគារ ជីប ម៉ុង ដើម្បីយល់ដឹងអំពីស្ថានភាពទីផ្សារ ការប្រកួតប្រជែង និងឱកាសអភិវឌ្ឍន៍។ ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានអនុវត្តការវិភាគទីផ្សារតាមបួនសមាសធាតុសំខាន់ៗ ដូចខាងក្រោម៖

១.ការវិភាគបរិបទសេដ្ឋកិច្ច (Economic Environment Analysis)

-ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានសិក្សាអំពីស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដូចជាអត្រាកំណើន GDP ,អត្រាខ្ចីប្រាក់ និងការវិនិយោគបណ្តាធនាគារ។

-សិក្សាអំពីការប្រើប្រាស់សេវាហិរញ្ញវត្ថុរបស់ប្រជាជនកម្ពុជា ដើម្បីកំណត់ផែនការទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីៗ។

-វិភាគអំពីការប្រើប្រាស់រូបិយប័ណ្ណ ដុល្លារ vs រៀល ក្នុងប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃ។

២.ការវិភាគអតិថិជន (Customer Analysis)

-ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានកំណត់ Customer Segmentation ដើម្បីយល់ពីតម្រូវការអតិថិជន៖

- បុគ្គល (Retail Customers): អតិថិជនដែលប្រើប្រាស់សេវាដូចជា Online Banking, Mobile Payments, និង ATM Services ។
- អាជីវកម្ម (Business Customers): អាជីវកម្មដែលត្រូវការប្រើប្រាស់ឥណទាន និងសេវាការទូទាត់អន្តរជាតិ។
- SMEs & Startups: ក្រុមអាជីវកម្មតូចតាច ដែលអាចក្លាយជាអតិថិជនសំខាន់ៗសម្រាប់ការបង្កើតឥណទានអាជីវកម្ម។

- ពិចារណាអំពីការចូលរួមរបស់អតិថិជនក្នុង Digital Banking Services និងចំណង់ចំណូលចិត្តនៃការប្រើប្រាស់សេវាធនាគារជាស្វ័យប្រវត្តិ។

៣.ការវិភាគការប្រកួតប្រជែង (Competitive Analysis)

-ធនាគារ ជីប ម៉ុង ត្រូវប្រកួតប្រជែងជាមួយ ABA Bank, ACLEDA Bank, Sathapana Bank និងធនាគារចំណូលថ្មីៗ។

-ABA Bank និង ACLEDA Bank កំពុងបោះជំហានទៅមុខក្នុងវិស័យ Digital Banking ដោយមាន Mobile App និង FinTech Partnerships ដែលមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។

-ធនាគារ ជីប ម៉ុង ត្រូវរកយុទ្ធសាស្ត្រមានប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីប្រកួតប្រជែង ដោយផ្ដោតលើសេវាដែលមាន តម្លៃទាប និងការផ្តល់ឥណទានឆាប់រហ័ស។

-ការពង្រីកសាខា និង ATM នៅតាមតំបន់សំខាន់ៗ (ភ្នំពេញ សៀមរាប បាត់ដំបង និងក្រុងព្រះសីហនុ) ដើម្បីបង្កើនភាពងាយស្រួលសម្រាប់អតិថិជន។

៤. ការវិភាគបច្ចេកវិទ្យា និងឱកាសទីផ្សារ (Technology & Market Opportunities)

-ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានអភិវឌ្ឍ Mobile Banking App ដើម្បីបង្កើនភាពងាយស្រួល។

-មានការវិនិយោគក្នុង FinTech Partnerships ដើម្បីបង្កើត QR Payments, Swift Transfers និង Online Loan Applications។

-ពិចារណាអំពី Artificial Intelligence (AI) និង Data Analytics ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការចាត់ តាំងអតិថិជន និងការទស្សន៍ទាយឥរិយាបថអតិថិជន។

សរុបការវិភាគទីផ្សាររបស់ ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានផ្ដោតលើ ៤ ផ្នែកសំខាន់៖

១. បរិបទសេដ្ឋកិច្ច៖ វិភាគសេដ្ឋកិច្ច និងការវិនិយោគ។

២. អតិថិជន៖ កំណត់ក្រុមអតិថិជន (Customer Segmentation) និងតម្រូវការប្រើប្រាស់សេវាហិរញ្ញវត្ថុ។

៣. ការប្រកួតប្រជែង៖ ធ្វើការវិភាគនិងសិក្សាអំពីបច្ចេកវិទ្យារបស់គូប្រកួត។

៤. បច្ចេកវិទ្យានិងឱកាសទីផ្សារ៖ ផ្លាស់ប្តូរប្រព័ន្ធ Digital Banking និងការរៀបចំសេវាផ្តល់ឥណទានឆាប់ រហ័ស។

ការវិភាគនេះបានជួយធនាគារ ជីប ម៉ុង ក្នុងការបង្កើតផែនការយុទ្ធសាស្ត្រប្រកួតប្រជែងដោយផ្ដោត លើ Digital Transformation, Customer Experience, និង Market Expansion ។

ខ. ការវិភាគ SWOT របស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

ការវិភាគ SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) ជាបច្ចេកទេសសំខាន់ក្នុង ការវិភាគស្ថានភាពផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ។ ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានអនុវត្តការវិភាគ SWOT ដូចខាងក្រោម៖

១. ចំណុចខ្លាំង (Strengths)

-ឥទ្ធិពល និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះ៖ ជាប្រភេទធនាគារត្រកូល Chip Mong Group ដែលជាក្រុមហ៊ុនធំមួយនៅ កម្ពុជា។

-ការផ្ដោតលើបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល៖ មាន Chip Mong Bank App, QR Payment, និង Online Banking ដែលអាចប្រកួតប្រជែងក្នុងវិស័យ FinTech។

-អត្រាការប្រាក់ប្រកួតប្រជែង៖ ផ្តល់ឥណទានអត្រាការប្រាក់ទាប និងសេវាហិរញ្ញវត្ថុដែលអាចចូល ប្រើប្រាស់បានងាយស្រួល។

-ការចងសម្ព័ន្ធជាមួយអាជីវកម្មដទៃ៖ មានការសហការជាមួយ Visa, MasterCard, SWIFT, និង អាជីវកម្មក្នុងក្រុមហ៊ុន Chip Mong ដើម្បីបង្កើនការប្រើប្រាស់សេវាធនាគារ។

-ការទាក់ទាញអតិថិជនឱ្យមានភាពស្មោះត្រង់៖ ផ្តល់ប្រមូលនិស្សន្ទ និងការបញ្ចុះតម្លៃពិសេស សម្រាប់ អតិថិជនប្រើសេវាកម្មឥណទាន និងបណ្ណឥណទាន។

២. ចំណុចខ្សោយ (Weaknesses)

- ភាពថ្មីទាន់សម័យនៃទីផ្សារ៖ ធនាគារ ជីប ម៉ុង ជាធនាគារថ្មីប៉ុន្មានឆ្នាំ ទើបតែចាប់ផ្តើមមានការរំភើបនៅក្នុងវិស័យធនាគារ។

- ការមិនមានបណ្តាញ ATM និងសាខាច្រើនប៉ុន្មាន៖ បើប្រៀបធៀបទៅនឹង ABA Bank, ACLEDA Bank ដែលមានបណ្តាញ ATM និងសាខាធំទូលាយ។

- ការពឹងផ្អែកលើការវិនិយោគទូទៅ៖ ជាស្ថាប័នដែលនៅស្ថិតក្នុង Chip Mong Group ដូច្នេះអាចមានការពឹងផ្អែកលើការវិនិយោគរបស់ក្រុមហ៊ុនមេ។

- ការទាក់ទាញអតិថិជនថ្មី៖ ទោះបីសេវាកម្មឌីជីថលមានភាពងាយស្រួល ប៉ុន្តែអតិថិជនមួយចំនួននៅតែស្មោះត្រង់នឹងធនាគារដែលមានប្រវត្តិវែងជាង។

៣. ឱកាស (Opportunities)

- ការកើនឡើងនៃការប្រើប្រាស់ធនាគារឌីជីថល៖ កម្ពុជាកំពុងអភិវឌ្ឍទៅវិស័យ FinTech, QR Payments, និង Online Banking ដែលអាចជាឱកាសល្អសម្រាប់ធនាគារ ជីប ម៉ុង។

- ការពង្រីកទីផ្សារ៖ ធនាគារ ជីប ម៉ុង អាចបង្កើតសាខាថ្មីនៅតំបន់បណ្តាអាជីវកម្មដូចជាខេត្តសៀមរាប ក្រុងព្រះសីហនុ និងខេត្តបាត់ដំបង។

- ផ្តល់សេវាឥណទានសម្រាប់អាជីវកម្ម និង SME៖ SMEs នៅកម្ពុជាកាន់តែត្រូវការប្រាក់ឥណទានដូច្នេះអាចជាឱកាសល្អសម្រាប់ធនាគារចូលរួមក្នុងការផ្តល់ហិរញ្ញវត្ថុ។

- ការជំរុញទំនាក់ទំនងអន្តរជាតិ៖ ការចងសម្ព័ន្ធជាមួយធនាគារអន្តរជាតិសម្រាប់ការផ្តល់យុបបរទេស និងការប្រើប្រាស់សេវាការបង់ប្រាក់អន្តរជាតិ។

- ការរីកចម្រើននៃសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា៖ កំណើន GDP និងការវិនិយោគបរទេសកាន់តែធំអាចជាឱកាសដើម្បីបង្កើតផលិតផលថ្មី។

៤. ការគំរាមកំហែង (Threats)

- ការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង៖ ABA Bank, ACLEDA Bank, Sathapana Bank និងធនាគារថ្មីៗមានភាពខ្លាំងជាងបែបប្រពៃណី និង FinTech។

- FinTech និងបណ្តាញទូទាត់ឆ្លាតវៃ៖ ការកើនឡើងនៃ Pi Pay, Wing, True Money អាចធ្វើឱ្យប្រជាជនបាត់បង់តម្រូវការប្រើសេវាធនាគារ។

- ការបន្ថយការប្រើប្រាស់សាច់ប្រាក់៖ ប្រទេសកម្ពុជាកំពុងរីកចម្រើនទៅសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល អាចធ្វើឱ្យសេវាផ្ទាល់ខ្លួននៃធនាគារត្រូវកាត់បន្ថយ។

- វិស័យសេដ្ឋកិច្ចអាចមានភាពអប្បបរិបូរណ៍៖ ប្រសិនបើមានការធ្លាក់ចុះនៃសេដ្ឋកិច្ច អាចធ្វើឱ្យការទាក់ទាញការវិនិយោគកាន់តែពិបាក។

- ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ និងការអនុលោមភាព៖ ធនាគារត្រូវធ្វើតាមលក្ខខណ្ឌ NBC (National Bank of Cambodia) និងមានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រង AML/CFT (Anti-Money Laundering/Combating the Financing of Terrorism) ដែលអាចបង្កើនការចំណាយក្នុងការអនុវត្ត។

ហេតុនេះ ការវិភាគ SWOT បង្ហាញថា ធនាគារ ជីប ម៉ុង មានអត្ថប្រយោជន៍ក្នុងការផ្តោតលើ FinTech ការចងសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម និងការផ្តល់សេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុអន្តរជាតិ។ ប៉ុន្តែក៏ប្រឈមនឹងការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ការកើនឡើងនៃ FinTech និងការកំណត់លក្ខខណ្ឌ NBC។ ដូច្នេះ ការអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្រក្នុង អនាគតត្រូវផ្តោតលើការលើកស្ទួយ Digital Banking, Customer-Centric Service និង Risk Management ដើម្បីបង្កើនការប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារ។

គ. ការសិក្សាអំពីអតិថិជនរបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង (Customer Segmentation Analysis)

ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានអនុវត្តការវិភាគអតិថិជន (Customer Segmentation) ដើម្បីកំណត់ផែនការ យុទ្ធសាស្ត្រ និងការលើកកម្ពស់សេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុ។ ការសិក្សានេះផ្តោតលើ ការបែងចែកអតិថិជនទៅតាម ប្រភេទ និងលទ្ធភាពទាក់ទាញសេវាកម្មថ្មីៗ។

១. ការបែងចែកអតិថិជន (Customer Segmentation)

ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានបែងចែកអតិថិជនចេញជាប្រភេទធំៗដូចខាងក្រោម៖

- អតិថិជនបុគ្គល (Retail Customers)។
- អតិថិជនប្រើប្រាស់សេវា ប្រាក់បញ្ញើ, បណ្ណធនាគារ, និង Mobile Banking។
- ធនាគារច្នៃប្រឌិតសេវា QR Payment, Mobile Banking App, និង Loan Services ដើម្បីទាក់ទាញ អតិថិជនថ្មី។
- ផ្តល់ឱកាសឥណទានដូចជា Personal Loans, Car Loans, និង Housing Loans។
- អាជីវកម្មតូច និងមធ្យម (SME Customers)។
- អតិថិជនដែលមានអាជីវកម្មតូចតាចត្រូវការការប្រើប្រាស់ Business Loans, Working Capital Loans, និង Invoice Financing។
- ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានអភិវឌ្ឍសេវាកម្ម Corporate Banking និង Payroll Services ដើម្បីជួយដល់អាជីវកម្ម។
- ផ្តល់ Business Advisory Services ដើម្បីជួយអាជីវកម្មក្នុងការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ។
- អតិថិជនសាជីវកម្ម (Corporate Clients)។
- សាជីវកម្ម ដែលត្រូវការសេវា Corporate Loans, Trade Finance, និង Treasury Services។
- អភិវឌ្ឍសេវា Cash Management និង Investment Advisory ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រង ហិរញ្ញវត្ថុ។
- អតិថិជនអន្តរជាតិ (International Customers)។
- អតិថិជនដែលត្រូវការសេវាការប្រាក់អន្តរជាតិដូចជា SWIFT Transfers, Foreign Exchange និង Offshore Banking ។
- មានការសហការជាមួយ Visa, MasterCard, និង SWIFT ដើម្បីអភិវឌ្ឍសេវាការទូទាត់អន្តរជាតិ។

២. វិធីសាស្ត្រសិក្សាអំពីអតិថិជន (Customer Analysis Methods)

ធនាគារ ជីប ម៉ុង ប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រចម្បងខាងក្រោមក្នុងការសិក្សាអំពីអតិថិជន៖

- Data Analytics & AI:

- ប្រើប្រាស់ Big Data Analytics ដើម្បីវិភាគលក្ខណៈនៃអតិថិជន។
- អនុវត្ត AI-Based Customer Insights ដើម្បីយល់ពីការប្រើប្រាស់សេវា និងការចំណាយ។
- Customer Feedback & Surveys:
 - ប្រើប្រាស់ Online & Offline Surveys ដើម្បីប្រមូលព័ត៌មានអំពីអតិថិជន។
 - ធ្វើ Customer Interviews & Focus Groups ដើម្បីស្វែងយល់អំពីតម្រូវការ។
- Customer Transaction Analysis:
 - វិភាគទិន្នន័យប្រតិបត្តិការប្រាក់របស់អតិថិជនដើម្បីកំណត់នូវ Trends & Patterns ។
 - វិភាគប្រតិបត្តិការសំខាន់ ដូចជា Loan Repayments, Mobile Banking Usage, និង Spending Behavior ។
- Social Media & Digital Engagement:
 - វិភាគ Customer Engagement តាម Facebook, Telegram, និង LinkedIn ដើម្បីកំណត់តម្រូវការជាក់ស្តែង។
 - អនុវត្ត Digital Marketing Strategies ដើម្បីបង្កើនការទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីៗ។

៣. កិច្ចដំណើរការសេវាកម្មផ្អែកលើការវិភាគអតិថិជន

- ផ្តល់ប្រមូលសិទ្ធិសម្រាប់អតិថិជនថ្មី និងអតិថិជនចាស់ (Loyalty Programs, Cashback, Discounts)។
- បង្កើត Financial Advisory Services ដើម្បីជួយអតិថិជនអភិវឌ្ឍផែនការសេដ្ឋកិច្ចរបស់ខ្លួន។
- ពង្រីកសេវាធនាគារឌីជីថល (Mobile Banking, QR Payments, Online Loan Applications) ។

ជាមួយគ្នា ការវិភាគអតិថិជនរបស់ធនាគារ ដឹម ម៉ុង បានផ្តោតលើ Customer Segmentation, Data Analytics, Customer Feedback, និង Social Media Analysis ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសេវាកម្ម និងទាក់ទាញអតិថិជនថ្មី។

៣.២.២ ការកំណត់ទិសដៅនៃការយុទ្ធសាស្ត្រ

ក. ចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្ម របស់ធនាគារ ដឹម ម៉ុង

ធនាគារ ដឹម ម៉ុង បានកំណត់ចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្មយ៉ាងច្បាស់លាស់ ដើម្បីកំណត់ទិសដៅអាជីវកម្ម និងការរីកចម្រើនរបស់ស្ថាប័ន។

ខ. ការកំណត់អាទិភាពរបស់ធនាគារ ដឹម ម៉ុង

ធនាគារ ដឹម ម៉ុង បានកំណត់អាទិភាពចម្បងក្នុងការអភិវឌ្ឍផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួនដោយផ្តោតលើ Digital Banking, Customer Satisfaction, និង Risk Management ។ អាទិភាពទាំងនេះជាកត្តាសំខាន់ក្នុងការធានារីកចម្រើនរបស់ធនាគារ និងការទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីៗ។

១. សេវាធនាគារឌីជីថល (Digital Banking)

អត្ថប្រយោជន៍៖ ប្រទេសកម្ពុជាកំពុងរីកចម្រើនក្នុងវិស័យ FinTech ដូច្នេះធនាគារ ដឹម ម៉ុង បានកំណត់អាទិភាពលើការអភិវឌ្ឍសេវាឌីជីថលដូចជា៖

- Mobile Banking App ធនាគារបានបង្កើត Chip Mong Bank App ដើម្បីអនុវត្តប្រតិបត្តិការបង់ប្រាក់ និងការប្រើប្រាស់ឥណទានអនឡាញ។
- QR Payment & Contactless Payments - ផ្តល់សេវាបង់ប្រាក់ឆ្លាតវៃ (QR Code, NFC Payments) ដើម្បីផ្តល់ភាពងាយស្រួល។
- Integration with E-commerce & FinTech - សហការជាមួយ Wing, True Money, Pi Pay ដើម្បីបង្កើតបណ្តាញបង់ប្រាក់ជំរុញមុន។
- Blockchain & Cybersecurity - វិនិយោគលើ Blockchain Security, Two-Factor Authentication (2FA) ដើម្បីធានាសុវត្ថិភាពប្រព័ន្ធធនាគារ។

២. Customer Satisfaction (ភាពពេញចិត្តរបស់អតិថិជន)

អត្ថប្រយោជន៍៖ ធនាគារ ដឹម ម៉ុង បានផ្តោតលើការកែលម្អបទពិសោធន៍អតិថិជនដើម្បីធានាថាអតិថិជនអាចប្រើសេវាកម្មបានយ៉ាងងាយស្រួល និងមានភាពជឿជាក់។

- Personalized Banking Services-បង្កើតប្រព័ន្ធបញ្ជូនសេវាដោយផ្ទាល់ទៅអតិថិជន (Personalized Loan Offers, Account Recommendations)។
- 24/7 Customer Support - ធនាគារបានបង្កើត Call Center, Live Chat, និង Telegram Banking Services ដើម្បីផ្តល់ជំនួយអតិថិជន។
- Rewards & Loyalty Programs - ផ្តល់ការបញ្ចុះតម្លៃ និងអត្ថប្រយោជន៍ជូនអតិថិជនដែលប្រើសេវាកម្មធនាគារ។
- Financial Literacy & Advisory Services - មានការអប់រំហិរញ្ញវត្ថុដល់អតិថិជន និងផ្តល់ប្រឹក្សាពីការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ។

៣. ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ (Risk Management)

អត្ថប្រយោជន៍៖ ជាកត្តាសំខាន់ក្នុងការការពារធនាគារពីការបាត់បង់ហិរញ្ញវត្ថុ និងការបំពុលហិរញ្ញវត្ថុ (Financial Fraud & Cyber Attacks)។

- AML & Compliance (Anti-Money Laundering) - ធានាការអនុលោមតាមលក្ខខណ្ឌរបស់ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា (NBC) និង FATF Guidelines។
- Cybersecurity Infrastructure - ប្រើប្រាស់ AI-based Fraud Detection, End-to-End Encryption ដើម្បីការពារប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុ។
- Data Protection & Privacy Laws - គោរពលក្ខណៈស្តង់ដារអន្តរជាតិក្នុងការរក្សាទុកទិន្នន័យអតិថិជន។
- Stress Testing & Risk Assessment - ធនាគារធ្វើ Stress Testing និង Scenario Analysis ដើម្បីវាយតម្លៃហានិភ័យនានា។

សរុបមកធនាគារដឹម ម៉ុង បានកំណត់អាទិភាពក្នុងការអភិវឌ្ឍសេវាហិរញ្ញវត្ថុតាមបច្ចេកវិទ្យា (Digital Banking), ធានាការផ្តល់បទពិសោធន៍ល្អបំផុតដល់អតិថិជន (Customer Satisfaction), និងកិច្ចការពារហានិភ័យ (Risk Management)។ ការលើកអាទិភាពនេះបានជួយធានាថា ធនាគារ ដឹម ម៉ុង អាចប្រកួតប្រជែងបាននឹងធនាគារចាស់ និងបណ្តាស្ថាប័ន FinTech ដែលកំពុងរីកចម្រើន។

៣.២.៣ ការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

ក. ការគណនាប្រព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុ

ធនាគារត្រូវពិចារណានូវការបែងចែកធនធានដើម្បីបំពេញគោលដៅសេដ្ឋកិច្ច។ ធនាគារ ដឹប ម៉ុង បានអនុវត្តការគ្រប់គ្រងធនធានហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីបំពេញគោលដៅសេដ្ឋកិច្ចនៃស្ថាប័ន។ ការចែកចាយធនធាន (Resource Allocation) ត្រូវបានធ្វើឡើងតាមវិស័យសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

១. ការបែងចែកធនធានតាមផ្នែកសេវាកម្មធនាគារ

ធនាគារ ដឹប ម៉ុង បានកំណត់ការចែកចាយធនធានសំខាន់ៗនៅក្នុងវិស័យសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុដូចជា៖

- បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល (Digital Banking Investments)។
- វិនិយោគលើ Mobile Banking, QR Payments, និង Online Loan Applications ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសេវាកម្ម។
- បង្កើតប្រព័ន្ធ AI-based Fraud Detection & Risk Management ដើម្បីការពារហានិភ័យហិរញ្ញវត្ថុ។
- ការផ្តល់សេវាឥណទាន (Loan Portfolio Management)។
- ការចែកចាយថវិកាទៅកាន់ Housing Loans, Business Loans, និង Personal Loans។
- បង្កើតគោលនយោបាយសម្រាប់ការផ្តល់ឥណទាន ដើម្បីបង្ការការបាត់បង់លុយក្នុងករណីអតិថិជនខានបង់ប្រាក់។
- ការវិនិយោគក្នុងការពង្រីកទីផ្សារ (Market Expansion & Branch Network Development)
- បង្កើតសាខាថ្មី និងពង្រីកបណ្តាញ ATM ដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។
- ការវិនិយោគក្នុង Corporate Banking & SME Lending Services ដើម្បីលើកកម្ពស់សេដ្ឋកិច្ច។

២. ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ និងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ (Risk & Liquidity Management)

- ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ (Risk Assessment & Compliance)
- ការប្រើប្រព័ន្ធ Basel III Risk Management Framework ដើម្បីធានាថាវិនិយោគមានសុវត្ថិភាព។
- អនុវត្ត Anti-Money Laundering (AML) & Counter Terrorist Financing (CFT) Compliance ដើម្បីធានាភាពអនុលោមទៅតាមធនាគារជាតិ។
- ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ (Liquidity Management)
- ការរៀបចំ Capital Reserves ដើម្បីធានាការផ្គត់ផ្គង់សាច់ប្រាក់សម្រាប់អតិថិជន។
- ការប្រើប្រាស់ Asset & Liability Management (ALM) ដើម្បីតាមដានការប្រើប្រាស់ធនធាន។

៣. ការចងសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម និងការវិនិយោគអនាគត (Strategic Investments & Partnerships)

- ការសហការជាមួយបណ្តាធនាគារអន្តរជាតិ ដូចជា SWIFT, Visa, MasterCard ដើម្បីបង្កើនការចូលរួមដំណើរការប្រព័ន្ធទូទាត់អន្តរជាតិ។
- ការចូលរួមក្នុងវិស័យ FinTech ដើម្បីបង្កើតសេវាកម្មឆ្លាតវៃដូចជា Blockchain Payment Systems។
- ការវិនិយោគក្នុងក្រុមហ៊ុនបងប្អូនក្នុង Chip Mong Group ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ចអង្គភាព។

សរុបមក ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានគ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុតាម ៣ ធាតុសំខាន់៖

១. ការបែងចែកធនធានក្នុងសេវាធនាគារ៖ ផ្ដោតលើ Digital Banking, Loan Services, និង Market Expansion។

២. ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ និងសាច់ប្រាក់៖ ប្រើប្រព័ន្ធ AML, Basel III, និង Asset & Liability Management (ALM)។

៣. ការចងសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម៖ ធានាការវិនិយោគអនាគតក្នុង FinTech និង International Banking Partnerships។

ការគណនាប្រព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុនេះ បានធ្វើឱ្យធនាគារ ជីប ម៉ុង មានលទ្ធភាពដឹកនាំក្នុងទីផ្សារហិរញ្ញវត្ថុ នៅកម្ពុជា ដោយផ្ដោតលើការវិនិយោគចាំបាច់ និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។

ខ. ការបង្កើតផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មីរបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានអភិវឌ្ឍនូវផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មីៗ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងពង្រីកទីផ្សាររបស់ខ្លួន។

១. ការបង្កើតផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មី

ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានបង្កើត ផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មីចំនួនបីជាចម្បង៖

-សេវាឥណទាន (Loan Services)

- ផ្តល់ឥណទាន Housing Loan, Business Loan, Personal Loan ដោយអត្រាការប្រាក់ប្រកួតប្រជែង។
- មានប្រព័ន្ធបំពេញពាក្យឥណទានអនឡាញ (Online Loan Application System) ដែលអាចបំពេញឯកសារតាមអ៊ីនធឺណិត។
- ការរីកចម្រើនសេវាឥណទានសម្រាប់ SME ដើម្បីជំរុញអាជីវកម្មតូច និងមធ្យម។

-QR Payments & Digital Transactions

- បង្កើតប្រព័ន្ធបង់ប្រាក់ QR Code Payment System ដើម្បីជំរុញការទូទាត់ឥតប្រើសាច់ប្រាក់។
- សហការជាមួយ Visa, MasterCard និង UnionPay ដើម្បីពង្រីកបណ្តាញបង់ប្រាក់អន្តរជាតិ។
- អនុវត្ត Contactless Payment និងការប្រើប្រាស់ E-Wallet Integration ដើម្បីផ្តល់ភាពងាយស្រួល។

-Online Banking & Mobile Banking Services

- បង្កើត Chip Mong Bank App ដែលអាចប្រើប្រាស់សម្រាប់ Fund Transfer, Bill Payment, Loan Application, QR Payment។
- អភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធ Online Banking System ដែលអាចប្រើប្រាស់បាន 24/7 ដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។
- បង្កើត AI Chatbot & Virtual Assistance ដើម្បីជួយអតិថិជនក្នុងការទទួលព័ត៌មាននិងសេវាកម្មអនឡាញ។

២.មូលហេតុដែលធនាគារ ដឹប ម៉ុង បង្កើតផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មី

-ការរីកចម្រើននៃ FinTech និង Digital Banking

- កម្ពុជាកំពុងអភិវឌ្ឍទៅសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ហើយអតិថិជនច្រើនបង្វិលមកប្រើ E-Wallets, QR Payments, និង Online Banking។
- ធនាគារបានឃើញឱកាសក្នុងការផ្តល់សេវា ឆ្លើយតបនឹងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឆ្លាតវៃ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាព។

-ការប្រកួតប្រជែងនឹង ABA Bank និង ACLEDA Bank

- ធនាគារធំៗដូចជា ABA Bank និង ACLEDA Bank មានការនាំមុខក្នុងវិស័យ Digital Banking ដូច្នេះធនាគារ ដឹប ម៉ុង ត្រូវតែបង្កើត សេវាដែលមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែង។
- ការផ្តល់សេវាកម្ម QR Payment និង Mobile Banking ជាមធ្យោបាយដើម្បីបានចូលរួមប្រកួតក្នុងទីផ្សារធនាគារ។

-ការទាក់ទាញអតិថិជនឱ្យមានភាពស្មោះត្រង់

- Loan Services និង Digital Payment បានជួយបង្កើនភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រើសេវាធនាគារ។
- ការផ្តល់ Cashback, Discounts, និង Special Offers នៅលើ QR Payments និង Digital Transactions បានជួយទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីៗ។

-ការពង្រីកទីផ្សារអន្តរជាតិ

- ដោយសហការជាមួយ Visa, MasterCard, និង SWIFT ធនាគារ ដឹប ម៉ុង អាចផ្តល់សេវាការទូទាត់អន្តរជាតិ។
- ធនាគារបានផ្តោតលើការវិនិយោគក្នុង International Remittance Services ដើម្បីជួយអតិថិជនផ្ញើ និងទទួលប្រាក់ពីបរទេស។

សរុបមកធនាគារ ដឹប ម៉ុង បានបង្កើតផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មី ដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជនជំរុញការប្រើប្រាស់សេវាធនាគារដែលមានបច្ចេកវិទ្យាទំនើប, និងប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារ។

ផលិតផលសំខាន់ៗ៖ Loan Services, QR Payments, Online Banking & Mobile Banking. មូលហេតុបង្កើត៖ ការរីកចម្រើននៃ FinTech, ការប្រកួតប្រជែងជាមួយធនាគារចាស់, និងការពង្រីកទីផ្សារ។

ការអភិវឌ្ឍផលិតផលថ្មីទាំងនេះបានធ្វើឱ្យធនាគារ ដឹប ម៉ុង ក្លាយជាធនាគារដែលមានភាពច្នៃប្រឌិត និងឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទំនើបនៃទីផ្សារ។

គ. ការរៀបចំគម្រោងពង្រីកទីផ្សាររបស់ធនាគារ ដឹប ម៉ុង

ធនាគារ ដឹប ម៉ុង បានបង្កើតផែនការពង្រីកទីផ្សារ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជននិងក្លាយជាធនាគារដែលមានឥទ្ធិពលក្នុងវិស័យហិរញ្ញវត្ថុកម្ពុជា។ ការពង្រីកនេះផ្តោតលើ ការបន្ថែមសាខា, ATM, និងការទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីៗ។

១. ការពង្រីកសាខា និង ATM

ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានពង្រីកបណ្តាញ ATM និងសាខា ដើម្បីធ្វើអោយសេវាកម្មធនាគារមានភាពងាយស្រួលចំពោះអតិថិជន។

-ការបង្កើតសាខាថ្មី

- ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានបន្ថែមសាខាថ្មី នៅទីក្រុងភ្នំពេញ, ខេត្តសៀមរាប, ខេត្តបាត់ដំបង និងខេត្តកំពង់ស្ពឺដើម្បីផ្តល់សេវាកម្មធនាគារជិតស្និទ្ធនឹងអតិថិជន។
- ផែនការដាក់បញ្ចូល Automated Banking Branches ដើម្បីជួយអតិថិជន បំពេញប្រតិបត្តិការបានរហ័សដោយមិនចាំបាច់ចូលធនាគារ។
- បង្កើត Business Banking Centers សម្រាប់អាជីវកម្មធំ និង SME ដើម្បីផ្តល់ការប្រឹក្សា និងសេវាឥណទាន។

-ការពង្រីកបណ្តាញ ATM

- បន្ថែមម៉ាស៊ីន ATM 24/7 នៅតំបន់ទីប្រជុំជន និងផ្សារទំនើបដូចជា Aeon Mall, Chip Mong Mall, និង Super Duper Supermarket។
- ផ្តល់សេវា Cash Deposit Machines (CDM) ដើម្បីអោយអតិថិជនអាចដាក់ប្រាក់សន្សំ ឬបង់ប្រាក់បានដោយមិនចាំបាច់ចូលធនាគារ។

២.ការទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីៗ

ធនាគារជីប ម៉ុងបានអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងៗដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនថ្មី និងជំរុញអតិថិជនបច្ចុប្បន្នឱ្យប្រើប្រាស់សេវាកម្មធនាគារបន្ថែម។

-ផ្សព្វផ្សាយតាមបណ្តាញសង្គម និងការធ្វើ Digital Marketing

- ការប្រើប្រាស់ Facebook, Telegram, LinkedIn, និង YouTube Ads ដើម្បីលើកកម្ពស់សេវាកម្មធនាគារដែលមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែង។
- ផ្តល់ Referral Programs និង Cashback Promotions សម្រាប់អតិថិជនដែលបើកគណនីថ្មី។

-បង្កើតផលិតផលថ្មីដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន

- បង្កើត QR Payment, Mobile Banking App, និង Contactless Card Payment ដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជនថ្មី។
- ផ្តល់ Financial Literacy Programs ដើម្បីអប់រំអតិថិជនអំពីសេវាធនាគារ និងការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ។

៣.ផែនការអភិវឌ្ឍអនាគត

ធនាគារ ជីប ម៉ុង មានផែនការអភិវឌ្ឍក្នុងអនាគតដូចជា៖

- ការបន្ថែមសាខា និង ATM ទូទាំងប្រទេស ដើម្បីធានាបាននូវការប្រើប្រាស់ដំណើរការសេវាធនាគារបានកាន់តែប្រសើរ។
- ការចងសម្ព័ន្ធជាមួយ FinTech ដើម្បីបង្កើត Digital Lending Services និង Online Financial Advisory Services។

-ការវិនិយោគលើ AI & Data Analytics ដើម្បីផ្តល់បទពិសោធន៍ល្អប្រសើរសម្រាប់អតិថិជន។

សរុបការរៀបចំគម្រោងពង្រីកទីផ្សាររបស់ ធនាគារ ជីប ម៉ុង មានផែនការបន្ថែមសាខា ATM និងទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីៗតាមរយៈ Digital Marketing, Product Innovation, និង Financial Education។ យុទ្ធសាស្ត្រនេះនឹងជួយធនាគារបាននូវការរីកចម្រើននៃធនាគារនៅកម្ពុជាទាំងមូល។

៣.២.៤ ការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

ក. ការពង្រឹងសមត្ថភាពបុគ្គលិករបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

ធនាគារជីប ម៉ុងបានពង្រឹងសមត្ថភាពបុគ្គលិកតាមរយៈ ការបណ្តុះបណ្តាល(Training & Development) និងការរីកចម្រើនអាជីព (Career Growth Opportunities) ដើម្បីធនាគារបាននូវការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្របានប្រសើរ។

១.ការបណ្តុះបណ្តាល (Training & Development Programs)

ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានអនុវត្តកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលដូចជា៖

-ការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកបច្ចេកទេស (Technical Training)

- បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកអំពី Digital Banking, FinTech, និង Cybersecurity ដើម្បីធ្វើឱ្យការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឆ្លើយតបទៅនឹងអតិថិជន។
- វគ្គសិក្សាអំពី Mobile Banking & Online Banking Security ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការចងសម្ព័ន្ធអតិថិជន។

-ការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកសេវាកម្មអតិថិជន (Customer Service & Sales Training)

- បុគ្គលិកត្រូវបណ្តុះបណ្តាលអំពី Customer Relationship Management (CRM) ដើម្បីផ្តល់បទពិសោធន៍ល្អបំផុតដល់អតិថិជន។
- វគ្គសិក្សាអំពី Sales & Marketing Strategies ដើម្បីជួយបង្កើតអាជីវកម្មថ្មី។

-ការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ (Financial & Risk Management Training)

- បុគ្គលិកត្រូវសិក្សា Risk Management & Compliance Policies ដើម្បីធនាគារបានការអនុលោមទៅនឹងធនាគារជាតិ។
- មានវគ្គសិក្សាអំពី Anti-Money Laundering (AML) & Fraud Prevention ដើម្បីការពារបញ្ហាពាក់ព័ន្ធនឹងហិរញ្ញវត្ថុ។

២. ការអភិវឌ្ឍអាជីព (Career Growth & Leadership Development)

ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានបង្កើតឱកាសអភិវឌ្ឍសម្រាប់បុគ្គលិកដូចជា៖

-កម្មវិធី Leadership Development Program

- ផ្តល់ឱកាសឱ្យបុគ្គលិកឡើងតំណែងនៅក្នុងវិស័យគ្រប់គ្រង(Management Trainee Program)។
- បង្កើត Talent Development Program ដើម្បីស្វែងរកបុគ្គលិកដែលមានសមត្ថភាព។

-ការលើកទឹកចិត្តអតិថិជន (Employee Engagement & Motivation)

- ផ្តល់ Performance-Based Incentives & Bonuses ដើម្បីលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងល្អ។

- បង្កើត Employee Recognition Awards ដើម្បីផ្តល់ការលើកសរសើរ។

៣. ផែនការអភិវឌ្ឍន៍អនាគត (Future Training & Development Initiatives)

- បង្កើត E-Learning Platform ដើម្បីអោយបុគ្គលិកអាចរៀនតាមអនឡាញ។
- អភិវឌ្ឍ AI-Powered Training Systems ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការអនុវត្ត។

សរុបធនាគារ ជីប ម៉ុង បានពង្រឹងសមត្ថភាពបុគ្គលិកតាមរយៈ Training Programs, Leadership Development, និង Employee Engagement Initiatives ដើម្បីធានាបាននូវការអភិវឌ្ឍអាជីព និងការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្របានប្រសើរ។

ខ. ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលក្នុងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានអភិវឌ្ឍ Mobile Banking App, FinTech Integration, និង Cybersecurity ដើម្បីធានាការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដោយប្រសើរ។ ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលរបស់ធនាគារ អាចបែងចែកជាបីផ្នែកសំខាន់ៗ៖

១. សេវាធនាគារប្រើប្រាស់តាមទូរស័ព្ទ (Mobile Banking App)

អត្ថប្រយោជន៍៖ បង្កើនភាពងាយស្រួលសម្រាប់អតិថិជនក្នុងការប្រើប្រាស់សេវាធនាគារអនឡាញ។ វិធីសាស្ត្រដែលធនាគារ ជីប ម៉ុង អនុវត្ត៖

- Chip Mong Bank App គឺអាចប្រើប្រាស់សម្រាប់ Fund Transfers, Bill Payments, Loan Applications, និង QR Payments។
- E-KYC (Electronic Know Your Customer) គឺអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនបើកគណនីតាមអនឡាញដោយមិនចាំបាច់ទៅសាខារបស់ធនាគារ។
- Multi-Currency Wallet គឺអាចប្រើប្រាស់រូបិយបណ្ណផ្សេងៗក្នុងការប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ។

២. ការចងសម្ព័ន្ធជាមួយបណ្តាស្ថាប័ន FinTech (FinTech Integration)

អត្ថប្រយោជន៍៖ ការសហការជាមួយ FinTech អាចជួយធនាគារចូលរួមក្នុងទីផ្សារ Digital Banking។ វិធីសាស្ត្រដែលធនាគារ ជីប ម៉ុង អនុវត្ត៖

- QR Code Payments គឺអាចប្រើ QR Payments ដើម្បីទូទាត់តាម Supermarkets, Restaurants, និង Online Shopping Platforms។
- Integration with E-Wallets (Wing, TrueMoney, Pi Pay) គឺបង្កើនការចូលដំណើរការប្រព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុឥតប្រើសាច់ប្រាក់។
- Partnership with Visa & MasterCard គឺបង្កើនភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់ Credit Card & Debit Card Services។

៣. សុវត្ថិភាពបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ (Cybersecurity & Data Protection)

អត្ថប្រយោជន៍៖ ការពារប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុពីករណីលួចលាក់ និងការរំលោភទិន្នន័យ។ វិធីសាស្ត្រដែលធនាគារ ជីប ម៉ុង អនុវត្ត៖

- Multi-Factor Authentication (MFA) បង្កើនសុវត្ថិភាពសម្រាប់ការចូលប្រព័ន្ធ Mobile Banking។

-AI-Powered Fraud Detection គឺប្រព័ន្ធ Machine Learning & AI ធ្វើការទស្សន៍ទាយនិងទប់ស្កាត់ការបោកបញ្ឆោតហិរញ្ញវត្ថុ។

-Data Encryption & Blockchain Security គឺអនុវត្តបច្ចេកវិទ្យា End-to-End Encryption ដើម្បីការពារទិន្នន័យអតិថិជន។

សរុបធនាគារ ដឹម ម៉ុង បានប្រើ បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល ដើម្បីអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួនតាមរយៈ៖

-Mobile Banking App គឺកែលម្អបទពិសោធន៍អតិថិជន។

-FinTech Integration គឺចងសម្ព័ន្ធជាមួយ FinTech ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសេវាធនាគារ។

-Cybersecurity គឺការពារព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុ និងទិន្នន័យអតិថិជន។

ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យានេះបានធ្វើឱ្យ ធនាគារ ដឹម ម៉ុង អាចប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារហិរញ្ញវត្ថុនៅកម្ពុជា និងបង្កើនភាពច្នៃប្រឌិតក្នុងសេវាកម្មឌីជីថល។

គ.ការជំរុញសេវាកម្មអតិថិជនរបស់ធនាគារ ដឹម ម៉ុង

ធនាគារ ដឹម ម៉ុង បានផ្តោតលើការរៀបចំ Customer Relationship Management (CRM) ដើម្បីបង្កើនបទពិសោធន៍សេវាកម្មអតិថិជន។ CRM ជាវិធីសាស្ត្រដែលធនាគារប្រើក្នុងការគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន ដើម្បីរក្សាភាពស្មោះត្រង់ និងទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីៗ។

១. ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធ Customer Relationship Management (CRM)

ធនាគារ ដឹម ម៉ុង បានអនុវត្តប្រព័ន្ធ CRM ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការចងសម្ព័ន្ធអតិថិជន៖

-ប្រើប្រាស់ AI និង Data Analytics ក្នុង CRM

- ប្រព័ន្ធ CRM របស់ធនាគារដឹមម៉ុងអាចវិភាគទិន្នន័យអតិថិជន ដើម្បីផ្តល់សេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួន។
- ប្រើ Machine Learning ដើម្បីអាចទស្សន៍ទាយនូវតម្រូវការរបស់អតិថិជន។
- Personalized Banking Experience
- ធនាគារ ដឹម ម៉ុង ផ្តល់ អាជីវកម្មហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួន (Tailored Financial Products) ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់អតិថិជន។
- អាចផ្តល់ Loan Offers, Investment Plans, និង Banking Packages តាមលក្ខណៈប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុរបស់អតិថិជន។

-Multichannel Customer Support

- បង្កើត Call Center 24/7, Live Chat, និង Telegram Banking ដើម្បីអាចឆ្លើយសំណួរអតិថិជនបានបន្ទាន់។
- សហការជាមួយ Facebook Messenger, Telegram Bots, និង Online Chatbotsដើម្បីជួយអតិថិជនក្នុងការទទួលព័ត៌មានរហ័ស។

២.ការផ្តល់សេវាកម្មបន្ថែមដើម្បីជំរុញភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន

-រង្វាន់ និងកម្មវិធីស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន (Loyalty Programs & Rewards)

- ផ្តល់ការបញ្ចុះតម្លៃ និងពិន្ទុ (Loyalty Points) សម្រាប់អតិថិជនដែលប្រើប្រាស់សេវាកម្មធនាគារ។
- បង្កើតកម្មវិធី Cashback Rewards & Referral Programs ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនថ្មី។

-Customer Satisfaction Surveys & Feedback Collection

- អ្នកគ្រប់គ្រងសេវាអតិថិជនធ្វើការ Survey & Feedback Collection ដើម្បីសិក្សាបទពិសោធន៍របស់អតិថិជន។
- ប្រើ NPS (Net Promoter Score) ដើម្បីវាយតម្លៃអតិថិជនដែលពេញចិត្តនឹងសេវាកម្ម។

-VIP Banking Services

- ផ្តល់ Premium Banking Services សម្រាប់អតិថិជនដែលមានគណនីធំ (High-Net-Worth Individuals - HNWI)។
- បង្កើត Priority Banking & Dedicated Relationship Managers ដើម្បីផ្តល់សេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួន។

៣. ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដើម្បីកែលម្អ CRM

-Mobile Banking Integration

- CRM របស់ធនាគារ ដឹប ម៉ុង ត្រូវបានបញ្ចូលជាមួយ Chip Mong Bank Mobile App ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងការប្រើប្រាស់អនឡាញ។
- អតិថិជនអាចប្រើ Push Notifications, Real-Time Alerts, និង Transaction History Tracking ដើម្បីតាមដានប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន។

-Big Data Analytics for Customer Insights

- ប្រើ Big Data ដើម្បីកំណត់ Customer Spending Behavior និងបង្កើតសេវាធនាគារតាមតម្រូវការ។
- វិភាគការប្រើប្រាស់សេវា Loan Repayments, Mobile Banking Usage, និង Spending Patterns ដើម្បីផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍បន្ថែម។

-Cybersecurity & Data Protection in CRM

- ធានាបាននូវ Customer Data Protection & Privacy Compliance ដើម្បីរក្សាទំនុកចិត្តរបស់អតិថិជន។
- ប្រព័ន្ធ CRM មានការអនុវត្ត End-to-End Encryption, Multi-Factor Authentication (MFA) និង AI-Based Fraud Detection ដើម្បីការពារគ្រោះថ្នាក់ប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុ។

សរុបមក ធនាគារ ដឹប ម៉ុង បានអភិវឌ្ឍផែនការយុទ្ធសាស្ត្រខ្លួនដើម្បីជំរុញសេវាកម្មអតិថិជនតាម

វិធី: Customer Relationship Management (CRM), Data Analytics, និង Digital Banking Integration ។

-ប្រើ AI & Big Data ដើម្បីផ្តល់បទពិសោធន៍បុគ្គលកម្ម (Personalized Experience)។

-បង្កើត Loyalty Programs ដើម្បីជំរុញអតិថិជនអោយប្រើសេវាធនាគារ។

-ការប្រើប្រាស់ Mobile Banking & Multichannel Support ដើម្បីធ្វើឱ្យសេវាកម្មធនាគារងាយស្រួលប្រើប្រាស់។

យុទ្ធសាស្ត្រទាំងនេះ បានជួយធានាថា ធនាគារ ដឹប ម៉ុង អាចបង្កើនសេវាកម្មអតិថិជន និងទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីៗ។

៣.២.៥ ការត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

ក. ការត្រួតពិនិត្យលទ្ធផលផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជ័ប ម៉ុង

ធនាគារ ជ័ប ម៉ុង បានអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រតាមរយៈ ការត្រួតពិនិត្យលទ្ធផលផែនការ ដោយប្រើ Key Performance Indicators (KPIs) ដើម្បីវាយតម្លៃប្រសិទ្ធភាពសេវាកម្ម និងអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្ម។

១. ការប្រើប្រាស់ Key Performance Indicators (KPIs) ក្នុងការវាយតម្លៃ

ធនាគារ ជ័ប ម៉ុង ប្រើ KPIs ដើម្បីវាយតម្លៃសមិទ្ធផលយុទ្ធសាស្ត្រតាមផ្នែកចម្បង៖

-KPIs សម្រាប់ការលើកកម្ពស់ Digital Banking

- ចំនួនអតិថិជនប្រើ Mobile Banking (Active Users)
- Transaction Volume – ចំនួនប្រតិបត្តិការទូទាត់តាម Mobile Banking
- Customer Satisfaction Score – កម្រិតពេញចិត្តអតិថិជនចំពោះប្រព័ន្ធដីជីបល

-KPIs សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ (Risk Management)

- Non-Performing Loan (NPL) Ratio – អត្រាបំណុលដែលអតិថិជនមិនអាចបង់បាន
- Loan-to-Deposit Ratio (LDR) – ភាពសមស្របរវាងប្រាក់បញ្ញើ និងឥណទាន
- Fraud Detection Rate – ប្រសិទ្ធភាពក្នុងការបញ្ចប់ការបោកបញ្ឆោតហិរញ្ញវត្ថុ

-KPIs សម្រាប់ការលើកកម្ពស់ភាពពេញចិត្តអតិថិជន (Customer Experience)

- Net Promoter Score (NPS) – លទ្ធផលតាមការស្ទង់មតិអតិថិជនអំពីភាពស្មោះត្រង់នឹងធនាគារ
- Average Resolution Time for Customer Queries – ពេលវេលាឆ្លើយតបទៅអតិថិជន
- Customer Retention Rate – ភាគរយអតិថិជនដែលបន្តប្រើសេវាកម្មធនាគារ

២. វិធីសាស្ត្រត្រួតពិនិត្យលទ្ធផលផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

ធនាគារ ជ័ប ម៉ុង បានអនុវត្តវិធីសាស្ត្រមានប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីត្រួតពិនិត្យលទ្ធផលផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

-ការវិភាគទិន្នន័យហិរញ្ញវត្ថុ

- ប្រើ Big Data & AI ដើម្បីវិភាគការរីកចម្រើននៃប្រតិបត្តិការប្រាក់។
- ប្រើ Automated Reporting Systems ដើម្បីចងចំណាំលទ្ធផលអាជីវកម្មប្រចាំខែ។

-ការត្រួតពិនិត្យដោយ Internal Audits

- មាន Internal Audit Committees ដើម្បីធានាបាននូវភាពអនុលោមទៅនឹងយុទ្ធសាស្ត្រ។
- បង្កើត Compliance Monitoring Systems ដើម្បីធ្វើតេស្តប្រតិបត្តិការបានច្បាស់លាស់។

-ការប្រមូលមតិយោបល់អតិថិជន

- ប្រព័ន្ធ Customer Feedback Collection តាម Mobile Banking, Call Centers, និង Social Media
- បង្កើត Annual Customer Satisfaction Surveys ដើម្បីសិក្សាបទពិសោធន៍អតិថិជន។

-ការវាយតម្លៃប្រតិបត្តិការរបស់បុគ្គលិក

- ប្រើ Employee Performance Scorecards ដើម្បីវាយតម្លៃការងារបុគ្គលិកក្នុងការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ។

- បង្កើត Training & Development Plans ដើម្បីកែលម្អសមត្ថភាពបុគ្គលិកសម្រាប់ការងារឱ្យបានល្អប្រសើរ។

សរុបមក ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានប្រើ KPIs, Data Analytics, Internal Audits, និង Customer Feedback ដើម្បីវាយតម្លៃលទ្ធផលផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ។

- Digital Banking KPIs – វិភាគការប្រើប្រាស់សេវាធនាគារអនឡាញ
- Risk Management KPIs – ត្រួតពិនិត្យអត្រាបំណុល និងការប្រើប្រាស់ធនធាន
- Customer Satisfaction KPIs – វាយតម្លៃបទពិសោធន៍អតិថិជន

ការត្រួតពិនិត្យលទ្ធផលផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទាំងនេះ បានជួយធានាថា ធនាគារ ជីប ម៉ុង អាចបន្តអភិវឌ្ឍតាមផែនការយុទ្ធសាស្ត្រយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។

ខ. ការកែសម្រួលផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានអនុវត្តការកែសម្រួលផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួន ដើម្បីបំពេញតម្រូវការទីផ្សារ និងឆ្លើយតបទៅនឹងបញ្ហាប្រឈម។ ការកែសម្រួលនេះអនុវត្តតាមវិធីសាស្ត្រចម្បងដូចខាងក្រោម៖

១. ការវិភាគលទ្ធផល និងសមិទ្ធផលផែនការគ្រប់គ្រង

ធនាគារ ជីប ម៉ុង ធ្វើការវិភាគលទ្ធផលផែនការគ្រប់គ្រងតាមវិធីខាងក្រោម៖

- Key Performance Indicators (KPIs) Analysis
 - ការតាមដានសមិទ្ធផលអាជីវកម្មតាមរយៈ KPIs ដូចជា Loan Performance, Customer Satisfaction, និង Digital Banking Adoption ។
 - ប្រើ Data Analytics & Machine Learning ដើម្បីកំណត់អំពីអតិថិជនដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍លើសេវាថ្មី។
- Financial Risk & Market Trend Evaluation
 - វិភាគអំពី Risk Management Frameworks ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងហានិភ័យអាជីវកម្ម។
 - ការសិក្សា Market Trends & Customer Behavior ដើម្បីកែសម្រួលយុទ្ធសាស្ត្រ។

២. ការកែសម្រួលផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទៅតាមលក្ខណៈទីផ្សារ

ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានកែសម្រួលយុទ្ធសាស្ត្រតាមផ្នែកដូចខាងក្រោម៖

- ការលើកកម្ពស់ Digital Banking
 - បង្កើនការវិនិយោគលើ Mobile Banking App & FinTech Integration ដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជនបច្ចុប្បន្ន។
 - អភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធ AI-Based Customer Service Chatbots ដើម្បីបង្កើនភាពងាយស្រួល។
- ការកែសម្រួលផលិតផលហិរញ្ញវត្ថុ
 - កែសម្រួលអត្រាការប្រាក់ Loan Services ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងការប្រែប្រួលនៃតម្រូវការ។
 - បង្កើតផលិតផលហិរញ្ញវត្ថុ SME Loan Programs & Business Financing ដើម្បីទាក់ទាញអាជីវកម្មថ្មី។
- ការកែសម្រួលសេវាកម្មអតិថិជន

- ការពង្រឹង Customer Relationship Management (CRM) System ដើម្បីកែសម្រួលបទពិសោធន៍អតិថិជន។
- បង្កើត Loyalty & Rewards Programs ដើម្បីជំរុញភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន។

-ការកែសម្រួលផែនការប្រកួតប្រជែង

- វិភាគ Competitor Strategies ដើម្បីធ្វើការកែសម្រួលគំនូសផែនការអាជីវកម្ម។
- បង្កើតផែនការរយៈពេលវែង (5-Year Business Growth Plan) ដើម្បីធានាការរីកចម្រើនអនាគត។

៣. ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ការកែសម្រួលផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

- Big Data Analytics - ដើម្បីសិក្សាការប្រើប្រាស់សេវាធានារបស់អតិថិជន។
- AI-Powered Predictive Analysis - ដើម្បីទស្សន៍ទាយការកែសម្រួលលទ្ធផលអាជីវកម្ម។
- Cybersecurity Enhancements - ដើម្បីធានាបាននូវកិច្ចការពារនៃការបាត់បង់ទិន្នន័យ។

សរុបមក ធនាគារ ដឹប ម៉ុង បានធ្វើការកែសម្រួលយុទ្ធសាស្ត្រតាមរយៈ KPIs Monitoring, Market Trend Analysis និង Strategic Adjustments ដើម្បីបំពេញតម្រូវការទីផ្សារ។

- ការលើកកម្ពស់ Digital Banking ដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។
- ការកែសម្រួលផលិតផលហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទីផ្សារ។
- ការកែសម្រួលសេវាកម្មអតិថិជន ដើម្បីបង្កើនភាពពេញចិត្តរបស់អតិថិជន។

ការកែសម្រួលផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទាំងនេះ បានជួយធានាថាធនាគារ ដឹប ម៉ុង អាចប្រកួតប្រជែងក្នុងវិស័យហិរញ្ញវត្ថុនៅកម្ពុជា។

គ. ការពង្រឹងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យរបស់ធនាគារ ដឹប ម៉ុង

ធនាគារ ដឹប ម៉ុង បានអនុវត្ត Compliance & Risk Management Policies ដើម្បីបង្កើនសុវត្ថិភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងធានាបាននូវការគ្រប់គ្រងហានិភ័យយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។

១.គោលនយោបាយគ្រប់គ្រងហានិភ័យ (Risk Management Policies)

ធនាគារ ដឹប ម៉ុង បានអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីគ្រប់គ្រងហានិភ័យដូចជា៖

- ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យឥណទាន (Credit Risk Management)
 - ធានាបានថាប្រព័ន្ធ Loan Origination & Approval Process មានការសម្រេចចិត្តលើឥណទានដោយផ្អែកលើប្រវត្តិហិរញ្ញវត្ថុអតិថិជន។
 - ប្រើប្រាស់ AI-Powered Credit Scoring Models ដើម្បីវាយតម្លៃសមត្ថភាពបង់ត្រឡប់ឥណទាន។
- ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យអតិថិជន (Customer Risk Management)
 - ប្រើ Know Your Customer (KYC) & Customer Due Diligence (CDD) ដើម្បីធានាបានថាការផ្តល់សេវាដល់អតិថិជនមានភាពសុវត្ថិភាព។
 - អនុវត្ត Transaction Monitoring Systems ដើម្បីរកឃើញសកម្មភាពហិរញ្ញវត្ថុដែលអាចជាប់ពាក់ព័ន្ធនឹងការលាងលុយកខ្វក់ (Money Laundering)។
- ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យទីផ្សារ (Market Risk Management)

- វិភាគការប្រែប្រួល Exchange Rate, Interest Rate, និង Inflation Rate ដើម្បីចងសម្ព័ន្ធការគ្រប់គ្រងហានិភ័យក្នុងទីផ្សារ។
- ការវិនិយោគលើ យុទ្ធសាស្ត្រការពារហានិភ័យ (Hedging Strategies)ដើម្បីកិច្ចការពារស្ថេរភាពហិរញ្ញវត្ថុ។
- ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យប្រតិបត្តិការ (Operational Risk Management)
- អនុវត្ត Cybersecurity Frameworks ដើម្បីការពារការលួចព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុ។
- ប្រើ Business Continuity Plans (BCP) ដើម្បីបង្កើនសុវត្ថិភាពក្នុងករណីមានការរំខានលើប្រព័ន្ធធនាគារ។

២. ការអនុវត្តគោលនយោបាយអនុលោម (Compliance Policies)

ធនាគារ ដឹម ម៉ុង បានគោរពតាម National Bank of Cambodia (NBC) Regulations និង International Compliance Standards ដូចជា៖

- ការទប់ស្កាត់លាងប្រាក់ (Anti-Money Laundering - AML)
 - ប្រព័ន្ធ AML & Counter-Terrorist Financing (CTF) ត្រូវបានអនុវត្តតាមស្តង់ដាររបស់ Financial Action Task Force (FATF)។
 - មានប្រព័ន្ធ Automated Suspicious Transaction Reporting ដើម្បីស្វែងរកប្រតិបត្តិការគួរឱ្យសង្ស័យ។
- ការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ និងសុវត្ថិភាព (Data Privacy & Cybersecurity Compliance)
 - ធានាបានថា Data Encryption & Multi-Factor Authentication (MFA) ត្រូវបានប្រើសម្រាប់កិច្ចការពារទិន្នន័យអតិថិជន។
 - អនុវត្តការធ្វើតេស្ត Penetration Testing ដើម្បីរកបញ្ហាសុវត្ថិភាព។
- ការសិក្សា និងអប់រំបុគ្គលិកអំពីការអនុលោម
 - មានកម្មវិធី Staff Training on Risk & Compliance ដើម្បីធានាបាននូវភាពឆ្លើយតបទៅនឹងគោលការណ៍អនុលោម។
 - បង្កើត Internal Audit & Compliance Committees ដើម្បីត្រួតពិនិត្យនិងធានាការប្រើប្រាស់គោលនយោបាយបានត្រឹមត្រូវ។

៣. ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ

- Big Data & AI for Risk Monitoring – ដើម្បីទស្សន៍ទាយហានិភ័យនិងធ្វើការសម្រេចចិត្តលើឥណទាន។
- Blockchain for Secure Transactions – ប្រើ Blockchain ដើម្បីធ្វើឱ្យប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុមានសុវត្ថិភាព។
- Automated Regulatory Reporting Systems – ដើម្បីធានាការដាក់ពាក្យអនុវត្តតាម NBC និង FATF ដោយស្វ័យប្រវត្តិ។

សរុបមក ធនាគារ ដឹម ម៉ុង បានពង្រឹងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យតាមរយៈ Risk Management & Compliance Policies ដូចជា៖

- ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យឥណទាន និងទីផ្សារ ដើម្បីបង្ការការបាត់បង់ហិរញ្ញវត្ថុ។
- ការប្រើប្រាស់ AI & Data Analytics ដើម្បីទស្សន៍ទាយហានិភ័យ។
- ការពង្រឹង Cybersecurity & AML Policies ដើម្បីការពារប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុពីការបោកបញ្ឆោត។

ការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទាំងនេះ បានធានាថា ធនាគារ ជីប ម៉ុង អាចបង្កើនសុវត្ថិភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងអនុលោមតាមស្តង់ដារអន្តរជាតិ។

៣.៣ អត្ថប្រយោជន៍នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

ការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង មានអត្ថប្រយោជន៍ចម្បងជាច្រើនដែលជួយដល់ការរីកចម្រើននៃធនាគារ និងអតិថិជន រួមមាន៖

១. ការផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធឌីជីថល

- ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានអភិវឌ្ឍនូវ សេវាឌីជីថល ដូចជា Mobile Banking, QR Payment, Swift International Transfer ដែលជួយឱ្យអតិថិជនអាចប្រើប្រាស់សេវាហិរញ្ញវត្ថុបានងាយស្រួល និងមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។
- ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលផងដែរ ជួយកាត់បន្ថយឱកាសកំហុស និងបង្កើនសុវត្ថិភាពនៃប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុ។

២. ការពង្រីកបណ្តាញសាខា និង ATM

- ការពង្រីកបណ្តាញសាខា និង ATM បានជួយឱ្យអតិថិជនមានភាពងាយស្រួលក្នុងការចូលប្រើប្រាស់សេវាកម្មរបស់ធនាគារ។
- ជួយបង្កើនភាពជឿជាក់ និងភាពចូលរួមរបស់អតិថិជនដោយការផ្តល់សេវាកម្មជិតស្និទ្ធ និងទាន់សម័យ។

៣. ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យដោយប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើប

- ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធ Risk Management System ដែលអាចកំណត់ហានិភ័យ និងប្រតិបត្តិការបង្ការបានល្អ។
- មានគោលការណ៍ Compliance & AML / CFT ដើម្បីកុំឱ្យមានការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ការក្លែងបន្លំ ឬលួចលាងប្រាក់។

៤. ការផ្តល់សេវាកម្មថ្មី និងការចូលរួមក្នុងទីផ្សារ

- ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានបង្កើតផលិតផលហិរញ្ញវត្ថុថ្មីៗដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។
- មានផែនការបង្កើតឱកាសឥណទានសម្រាប់ អាជីវកម្មធំៗ, SME និងអតិថិជនបុគ្គល ដើម្បីលើកកម្ពស់វិស័យសេដ្ឋកិច្ច។

៥. ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស និងវប្បធម៌អង្គការ

- ធនាគារ ជីប ម៉ុង បានវិនិយោគក្នុងការអប់រំ និងការអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពបុគ្គលិក។
- មានវប្បធម៌អង្គការដែលផ្តោតលើការបំផុស ភាពច្នៃប្រឌិត ជាក្រុម និងការងារដើម្បីធានាបាននូវសេវាកម្មដែលមានគុណភាពខ្ពស់។

៦. ការបង្កើតភាពជឿជាក់ និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះក្នុងទីផ្សារ

• ដឹប ម៉ុង បានទទួលពានរង្វាន់ និងការទទួលស្គាល់អន្តរជាតិ ដែលបង្ហាញពីភាពជឿជាក់ និងការរីកចម្រើននៃធនាគារ។

• ធនាគារបន្តធ្វើអន្តរាគមន៍ជាសហគមន៍ និងរួមចំណែកក្នុងការអភិវឌ្ឍសង្គម ដោយជួយផ្តល់ឧបត្ថម្ភសង្គម និងសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់សហគមន៍។

សរុបមក ការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ដឹប ម៉ុង បាននាំមកនូវប្រយោជន៍ចម្បងដូចជាការអភិវឌ្ឍឌីជីថល ការពង្រីកទីផ្សារ ការរៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងហានិភ័យ ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស និងការបង្កើតភាពជឿជាក់ក្នុងទីផ្សារ។ ធនាគារ ដឹប ម៉ុង មានទិសដៅច្បាស់លាស់ក្នុងការលើកកម្ពស់ការប្រើប្រាស់ FinTech និងការលើកស្ទួយអាជីវកម្មក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ វិភាគអំពីចំណុចខ្លាំងក្នុងការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង

ធនាគារ ជីប ម៉ុង មានចំណុចខ្លាំងជាច្រើនដែលជួយឱ្យស្ថាប័ននេះអាចអភិវឌ្ឍបានក្នុងវិស័យធនាគារកម្ពុជា។ ចំណុចខ្លាំងទាំងនេះជាធាតុសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដោយមានប្រសិទ្ធភាព។

៤.១.១ ការផ្តោតលើ Digital Banking និង FinTech Integration

ក. Mobile Banking System ដែលកំពុងអភិវឌ្ឍជាបន្តបន្ទាប់

- ធនាគារ ជីប ម៉ុង មាន Mobile Banking App ដែលអាចធ្វើប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុបានងាយស្រួល។
- ផ្តល់សេវា Fund Transfers, Loan Payments, Bill Payments, និង QR Payments ។

ខ. ការចងសម្ព័ន្ធជាមួយ FinTech & E-Wallets

- ធនាគារមានការសហការជាមួយ Wing, TrueMoney, Pi Pay ដើម្បីផ្តល់សេវា Cashless Payments & Digital Lending ។

- មាន QR Code Payment & Contactless Transactions ដើម្បីផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់អតិថិជន។

គ. ការប្រើប្រាស់ AI & Big Data Analytics ក្នុងការវិភាគអតិថិជន

- ប្រព័ន្ធ AI-Powered Customer Insights អាចកំណត់តម្រូវការអតិថិជន និងផ្តល់សេវាផ្ទាល់ខ្លួន។

- ABA Bank និង ACLEDA Bank ប្រើ Big Data ហើយធនាគារ ជីប ម៉ុង ក៏កំពុងអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យានេះ។

៤.១.២ ផលិតផលហិរញ្ញវត្ថុច្រើនប្រភេទ និងអេចប្រកួតប្រជែង

ក. Loan Products មានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែង

- ផ្តល់ Housing Loans, Business Loans, Personal Loans, Car Loans ដែលមានអត្រាការប្រាក់ប្រកួតប្រជែង។

- ផ្តល់លក្ខខណ្ឌបង់ត្រឡប់ឥណទានដែលបត់បែនទៅតាមស្ថានភាពអតិថិជន។

ខ. សេវាការបង់ប្រាក់ និងគណនីសន្សំ

- មាន Savings Account, Current Account, និង Fixed Deposit ដែលផ្តល់អត្រាការប្រាក់ល្អសម្រាប់អតិថិជន។

- ផ្តល់ Payroll Services និង Corporate Banking Solutions ដើម្បីជួយអាជីវកម្ម។

គ. International Banking & Remittance Services

- ផ្តល់សេវាផ្ញើប្រាក់ទៅក្រៅប្រទេសតាម SWIFT, Visa Direct, និង MoneyGram ។

- អាចផ្តល់អត្រាប្តូរប្រាក់ប្រកួតប្រជែងជាមួយធនាគារចំណូលខាងលើ។

៤.១.៣ ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ និង Compliance មានប្រសិទ្ធភាព

ក. គោលការណ៍ Anti-Money Laundering (AML) និង Risk Management

- ធនាគារ ជីប ម៉ុង មានប្រព័ន្ធ Fraud Detection & Compliance Systems ដើម្បីការពារការបោកបញ្ឆោតហិរញ្ញវត្ថុ។

- ធ្វើការតាមដានប្រតិបត្តិការទូទាត់ និងពិនិត្យអំពីសកម្មភាពគួរសង្ស័យ។
 - ខ. Interest Rate Hedging & Currency Risk Management
- ធនាគារប្រើ Hedging Strategies ដើម្បីគ្រប់គ្រងហានិភ័យអត្រាការប្រាក់ និងអត្រាប្តូរប្រាក់។
 - គ. Internal Audit & Governance Systems
- មានការត្រួតពិនិត្យដោយ Internal Audit Committees ដើម្បីធានាបាននូវការគ្រប់គ្រងសេវាធនាគារ ដោយមានភាពប្រសើរ។
- ធានាបាននូវ Financial Transparency & Risk Mitigation Strategies ដើម្បីការពារហានិភ័យ។

៤.១.៤ ការបញ្ជូនយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់អតិថិជន និងក្រុមហ៊ុន

- ក. Corporate & SME Banking Services
 - ធនាគារចង់សម្ព័ន្ធជាមួយអាជីវកម្ម SME ដើម្បីផ្តល់ Business Loans, Trade Finance, និង Payroll Management ។
 - ផ្តល់ Business Advisory Services ដើម្បីជួយអាជីវកម្មកើនឡើង។
 - ខ. ការលើកទឹកចិត្តអតិថិជនតាម Loyalty Programs
 - ផ្តល់ Cashback, Rewards Points, និង Promotional Offers ដើម្បីលើកកម្ពស់អតិថិជន។
 - ABA Bank និង ACLEDA Bank មាន Referral Programs, ហើយធនាគារ ដឹម ម៉ុង ក៏កំពុងអភិវឌ្ឍផ្នែកនេះ។

ធនាគារ ដឹម ម៉ុង មានសក្តានុពលខ្លាំងក្នុងការលើកកម្ពស់ Digital Banking និង Loan Services ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន និងក្លាយជាធនាគារដែលអាចប្រកួតប្រជែងបាន។

៤.២ វិភាគអំពីគុណវិបត្តិក្នុងការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ដឹម ម៉ុង

ទោះបីជាធនាគារ ដឹម ម៉ុង មានចំណុចខ្លាំងជាច្រើនក៏ដោយ ក៏នៅតែមានបញ្ហាប្រឈម និងគុណវិបត្តិមួយចំនួន ដែលអាចធ្វើឱ្យធនាគារមិនអាចសម្រេចបានគោលដៅដែលបានកំណត់។ ខាងក្រោមនេះជាបញ្ហាសំខាន់ៗក្នុងដំណើរការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ។

- ABA Bank, ACLEDA Bank, និង Sathapana Bank មានតួនាទីដ៏ខ្លាំង
- Customer Retention Programs នៅខ្សោយជាង ABA និង ACLEDA
- Digital Banking System នៅតាមពីក្រោយ ABA និង ACLEDA
- ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យឥណទាននៅតម្រូវការកែលម្អ។

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្នុងវិស័យហិរញ្ញវត្ថុដែលមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងធនាគារ ដឹប ម៉ុង កំពុងអភិវឌ្ឍផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួន ដើម្បីក្លាយជាធនាគារដែលមានប្រសិទ្ធភាព និងទាក់ទាញអតិថិជនច្រើន។ ធនាគារ ដឹប ម៉ុង បានផ្តោតសំខាន់លើការអភិវឌ្ឍសេវាឌីជីថល (Digital Banking) ផលិតផលហិរញ្ញវត្ថុប្រកួតប្រជែង និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យដែលប្រសើរ។ ទោះបីជាមានចំណុចខ្លាំងជាច្រើនក៏ដោយ ធនាគារនេះនៅតែជួបប្រទះបញ្ហាប្រឈមជាច្រើន ដែលអាចប៉ះពាល់ដល់ដំណើរការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួន និងការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងពីសំណាក់ធនាគារដទៃ។ ដើម្បីអភិវឌ្ឍឱ្យកាន់តែរីកចម្រើនធនាគារបានអនុវត្ត និងកែលម្អការទាក់ទាញអតិថិជន, Digital Transformation, Risk Management និងបានវិនិយោគលើ Mobile Banking App, QR Payment, និង AI-Powered Customer Insights ដើម្បីផ្តល់បទពិសោធន៍ល្អដល់អតិថិជន។

៥.២. ការផ្តល់អនុសាសន៍

ដើម្បីកែលម្អចំណុចខ្សោយក្នុងដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ធនាគារ ដឹប ម៉ុង សម្រាប់បង្កើនប្រសិទ្ធភាព និងជំរុញការរីកចម្រើនធនាគារ ដឹប ម៉ុង គប្បីធ្វើការកែលម្អលើចំណុចខ្សោយដែលអាចប៉ះពាល់ដល់ដំណើរការអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ។ ខាងក្រោមនេះជាអនុសាសន៍សំខាន់ៗ៖

- បង្កើនបណ្តាញសាខា និង ATM ជាពិសេសក្រៅទីក្រុង
- អភិវឌ្ឍ Cybersecurity និង Fraud Detection ដើម្បីធានាថាអតិថិជនមានទំនុកចិត្ត
- ចូលរួមជាមួយ FinTech និងកែច្នៃបច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីបង្កើនភាពបត់បែន និងប្រតិបត្តិការលឿន
- បង្កើត App ជាស៊ីមទ្រព្យ (Super App) ដោយប្រើប្រាស់ជា Banking + Lifestyle App ដើម្បីទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍អតិថិជន
- Loyalty Program និង AI Chatbots ធ្វើការបង្កើនបទពិសោធន៍សេវាអតិថិជន និងការផ្តល់សេវាហ្វឹស។

ឯកសារយោង

1. រៀបរៀងដោយនិស្សិត ម៉ក ជិត្យជិត្យ, ជី សុចាន់ធួ, មុត សៀវម៉ី. (២០២៣). *ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុនស៊ីម៉ង់ត៍កម្ពុជា*. សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ. ជំនាញគណនេយ្យជំនាន់ទី២០. វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ភ្នំពេញ ទំព័រ ១៥. ៣៣ទំព័រ។
2. លី ប៉ុស្ត. (២០១៨). *ការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រ និងការអភិវឌ្ឍអង្គភាព*. បោះពុម្ពលើកទី១ ភ្នំពេញ. **អ្នកអនុញ្ញាតឱ្យបោះពុម្ព៖ សហគមន៍ការគ្រប់គ្រងកម្ពុជា**. ទំព័រ៧៥-៨០
3. Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press, P.34
4. KATHRY M. BARTOL & DAVID C. MARTIN. (1998). *Management*. 3rd Edition, USA, Adam knepper, Karen Mellon, P.5
5. Ugo Chuks, OKOLIE, (2021). *The Evolution of Management: A Historical Perspective* (Journal of Public Administration, Finance and Law)
6. Porter, M. E., (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. 1st Edition, New York, Free Press, P.45
7. Kaplan & Norton, (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. 1st Edition, USA. Harvard Business Publishing, P.65
8. Wheelen & Hunger. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*. 13th Edition. USA, Pearson Education, P.112
9. Robert S. Kaplan & David P. Norton, (1996), *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*, 1st Edition. Boston. Massachusetts, USA, Harvard Business School Press, P.65
10. Robert S. Kaplan & David P. Norton. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. 1st Edition. Boston, Massachusetts, USA, Harvard Business School Press, P.65
11. អង្គារសុជាតិ. (២០២៥). *ការយល់ដឹងអំពីពាក្យយុទ្ធសាស្ត្រ*. Retrieved February, 12 2025 from www.wellgrownhome.webpress.com
12. គេហទំព័ររបស់ធនាគារ ជីប ម៉ុង <https://www.chipmongbank.com>

ឧបសម្ព័ន្ធ



ធនាគារ
ជីប ម៉ុង
បន្តអភិវឌ្ឍខ្លួនឥតឈប់ឈរ
ដើម្បីសម្រេចមហិច្ឆតា
ឈរជើងរឹងមាំបានរាប់រយឆ្នាំនៅកម្ពុជា





CHIP MONG BANK

CHIP MONG BANK

Creates Benefits for Clients
Designed for Current Situation



CHIP MONG BANK APP



ទូទាត់កិច្ចបត្រ
និងផ្ទេរប្រាក់ភ្លាមៗ

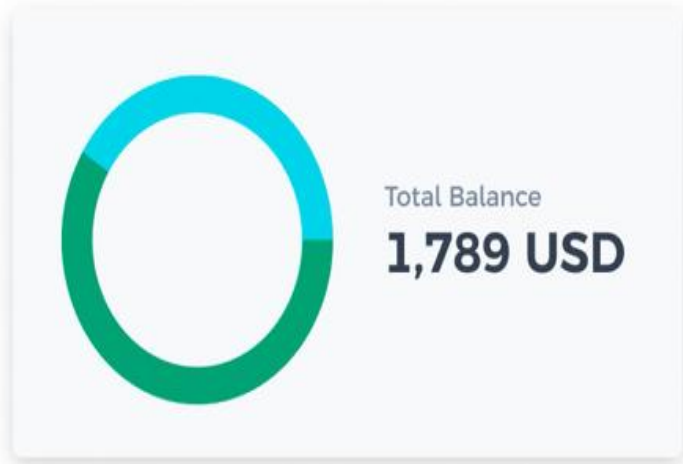
ស្នើសុំកម្ចី
និងដាក់ប្រាក់បញ្ញើ

ស្កែន ហើយទូទាត់
នៅហាងនានា

ដកប្រាក់តាមម៉ាស៊ីន
អេធីអឹមមិនចាំបាច់ប្រើកាត



Download Now!



PREMIER 115677XX
USD 500,00

PAYDAY 115688XX
USD 1.200,00

BAKONG 012345678
USD 86,00



CHIP MONG BANK APP

ទូទាត់វិក្កយបត្រ
និងផ្ទេរប្រាក់ភ្លាមៗ

ស្នើសុំកម្ចី
និងដាក់ប្រាក់បញ្ញើ

ស្កែន ហើយទូទាត់
នៅហាងនានា

ដកប្រាក់តាមម៉ាស៊ីន
អេធីអឹមមិនចាំបាច់ប្រើកាត



Download Now!

ការសន្សំប្រាក់ ផ្ទេរប្រាក់ និងបង់វិក្កយបត្រ
កាន់តែរហ័ស និងងាយស្រួល

ជាមួយ **CHIP MONG BANK APP**



ទីតាំងសាខា ធនាគារ ជីប ម៉ុង



០១០ ៨៨៨ ៨០១

ស្នាក់ការកណ្តាល

អគារលេខ១៣៧២ មហាវិថីម៉ៅសេទុង
សង្កាត់បឹងកេងកង៣ ខណ្ឌចំការមន
រាជធានីភ្នំពេញ



០១២ ៨៣៣ ៦៦៩

សាខាផ្សារដើមធុរ

អគារលេខ៣៧ ផ្លូវ២៧១ សង្កាត់បឹងទំពុនទី១
ខណ្ឌមានជ័យ រាជធានីភ្នំពេញ



០១២ ៨៨០ ៣២៣

សាខាព្រះនរោត្តម

អគារលេខ៩៩៩ មហាវិថីព្រះនរោត្តម កែងរុក្ខវិថី
សម្តេចប៉ាន (ផ្លូវលេខ២១៤) សង្កាត់បឹងកែង
ខណ្ឌដូនពេញ រាជធានីភ្នំពេញ



០៩២ ៧៩៩ ៩០៥

សាខាទួលគោក

អគារលេខ១១៦ និង១១៨ ផ្លូវ១៩២៨
សង្កាត់ទួលសង្កែទី២ ខណ្ឌឫស្សីកែវ
រាជធានីភ្នំពេញ



០៧៦ ៦០០០ ០៤៧

សាខាបឹងសាឡាង

អគារលេខ១១៩៥ ផ្លូវ២៧១ សង្កាត់បឹងសាឡាង
ខណ្ឌទួលគោក រាជធានីភ្នំពេញ



០១២ ២៩៣ ២៩៧

សាខាបាក់ទុក

ជាន់ទី១ អគារ CHIP MONG BAK TOUK
CENTER ផ្លូវលេខ១៧៤ មហាវិថីសាធារណរដ្ឋឆេក
សង្កាត់វាលវែង ខណ្ឌ៧មករា រាជធានីភ្នំពេញ



០៩២ ៨២៦ ១៦៨

សាខាណូរ៉ូម៉ែល

អគារ NORO MALL ផ្លូវព្រះនរោត្តមកែងផ្លូវ៣៦០
សង្កាត់បឹងកេងកងទី១ ខណ្ឌបឹងកេងកង
រាជធានីភ្នំពេញ



០១២ ៨៧២ ៨៩៦

សាខាខេត្តសៀមរាប

ផ្លូវលេខ៦៦៣ ភូមិបន្ទាយចាស់ សង្កាត់ស្នួក
ក្រុងសៀមរាប ខេត្តសៀមរាប



០៧៨ ៧៧៨ ៧៩៩

សាខាខេត្តបាត់ដំបង

ផ្លូវលេខ៣ ភូមិកម្មករ សង្កាត់ស្វាយប៉ោ
ក្រុងបាត់ដំបង ខេត្តបាត់ដំបង



០១១ ៧៤៦ ៨៦២

សាខាលេន ម៉ាក ២៧១

អគារលេខ២០៨ និង២១០ ផ្លូវម៉េសសល
ភូមិព្រែកកានុ សង្កាត់ចាក់អង្រែលើ
ខណ្ឌមានជ័យ រាជធានីភ្នំពេញ



០៩៣ ៣៥៣ ៥៦៥

សាខាកំពង់ចាម

ផ្លូវលេខ៧ ភូមិបឹងស្វាយ
សង្កាត់សំបូរមាស ក្រុងកំពង់ចាម
ខេត្តកំពង់ចាម