ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

ជំនាញ មេកានិច ឆ្នាំទី ៣

អាជីវកម្មខ្នាតតូច

អប់រំបច្ចេកទេស និងវិជ្ជាជីវៈ

រៀបរៀងចងក្រងលោកគ្រូ ទុន សុខុន ២០២១-២០២២

បុព្វកថា

ដំណើរអភិវឌ្ឍនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជានៅក្នុងយុគសម័យទំនើបនេះ ជាមេរៀនដ៏ជោគជ័យបំផុតមួយដែលចាប់ឫសគល់ចេញពីការបញ្ចប់របបប្រល័យពូជសាសន៍ ការបញ្ចប់សង្គ្រាម ការផ្សះផ្សារជាតិ ការកសាងមូលដ្ឋានរឹងមាំនៃសន្តិភាពនិងស្ថេរភាព និងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច។ នៅក្រោយពេលដែលសន្តិភាពត្រូវបានកើតឡើងដោយបរិបូរណ៍នៅឆ្នាំ១៩៩៨ កម្ពុជាទទួលកំណើនសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់ គឺប្រមាណ ៨% ក្នុងមួយឆ្នាំ។ លើសពីនេះទៀត អត្រានៃភាពក្រីក្រត្រូវបានកាត់បន្ថយពីប្រមាណ៥៣% នៅឆ្នាំ២០០៤ មកនៅទាបជាង១០% នៅឆ្នាំ២០១៩។ ដំណើរនៃការអភិវឌ្ឍជាតិជាសកម្មភាពដែលបន្តទៅមុខជាប់ជានិច្ច ហើយគោលនយោបាយថ្មីៗដែលមានលក្ខណៈអន្តរវិស័យគ្របដណ្តប់ ក៏កំពុងលេចរូបរាងឡើង ដើម្បីតម្រង់ទិសកម្ពុជាឆ្ពោះទៅកាន់ប្រទេសមានប្រាក់ចំណូលមធ្យមកម្រិតខ្ពស់នៅឆ្នាំ ២០៣០ និងឈានឡើងជាប្រទេសមានប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ នៅឆ្នាំ២០៥០។ ការប្រែប្រួលឆាប់រហ័សនៃនិម្មាបនកម្មពិភពលោកនិងតំបន់ រួមទាំងទំនាក់ទំនងភូមិសាស្ត្រនយោបាយ បានផ្តល់កាលានុវត្តភាពសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍឧស្សាហកម្មនៅកម្ពុជា ដែលត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលចាត់ទុកជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបាន និងកំពុងបន្តពង្រឹង និងអភិវឌ្ឍវិស័យអប់រំឆ្ពោះទៅរកការស្រាវជ្រាវ និងនវានុវត្តន៍ ដើម្បីពង្រឹងសមត្ថភាពនិងជំនាញរបស់ធនធានមនុស្សនៅកម្ពុជា ឱ្យស្របទៅនឹងបរិបទថ្មីនៃការអភិវឌ្ឍ ជាពិសេសការពង្រឹងសហគ្រិនភាពក្នុងការរៀបចំម៉ូដែលធុរកិច្ចថ្មីៗ។ ដើម្បីចាប់យកកាលានុវត្តភាពពីបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤ និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលដែលកំពុងផុសផុលឡើង ប្រព័ន្ធអេកូឡូហ្ស៊ីដែលបង្កលក្ខណៈអំណោយផលដល់ការបង្កើតថ្មី នវានុវត្តន៍ ការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍ត្រូវតែមានការកែលម្អ។

បណ្តាប្រទេសនៅទ្វីបអាស៊ីកំពុងនាំមុខក្នុងការវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍ ដោយមានភាគហ៊ុនប្រមាណ៤៤% នៃការវិនិយោគទាំងមូលរបស់ពិភពលោក។ ប្រទេសចិនកំពុងបន្តកសាងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនៃការវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍ ក៏ដូចជាសមត្ថភាពមនុស្ស។ ផ្ទុយទៅវិញប្រទេសនៅទ្វីបអាមេរិកខាងត្បូង និងអាហ្វ្រិក កំពុងស្ថិតនៅឆ្ងាយពីការវិនិយោគនេះ ហើយជាលទ្ធផលប្រទេសទាំងនោះក៏ពុំមានកំណើនសេដ្ឋកិច្ចគួរឱ្យកត់សម្គាល់ដែរ។ ទុនវិនិយោគសរុបលើការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍរបស់ប្រទេសនៅទ្វីបអាមេរិកខាងត្បូងនិងអាហ្វ្រិក មានប្រមាណ៥%នៃការវិនិយោគទាំងមូលរបស់ពិភពលោក ក្នុងពេលដែលតំបន់ទាំង២នេះមានប្រជាជនប្រមាណ២០%នៃប្រជាជនពិភពលោក។ ប្រទេសចំនួន៦ដែលមានលំដាប់ខ្ពស់ជាងគេនៅក្នុងការវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍ រួមមានសហរដ្ឋអាមេរិក ចិន ជប៉ុន អាល្លឺម៉ង់ ឥណ្ឌា និងកូរ៉េខាងត្បូង ដែលស្មើនឹងប្រមាណ៧០%នៃទុនវិនិយោគសរុបរបស់ពិភពលោក។

តើចំណេះដឹង ផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មីទាំងនេះកើតឡើងពីអ្វី? ហើយកើតឡើងដោយរបៀបណា? ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាកំពុងតែកសាងមូលដ្ឋានសម្រាប់ការត្រៀមខ្លួនទទួល និងប្រកួតប្រជែងក្នុងយុគសម័យបដិវត្តឧស្សាហកម្មទី៤ នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចដែលផ្អែកលើពុទ្ធិ ហើយដែលប្រការនេះ

ចាំបាច់តម្រូវឱ្យពលរដ្ឋកម្ពុជា ត្រូវក្លាយខ្លួនជាពលរដ្ឋឌីជីថល ពលរដ្ឋសកល និងពលរដ្ឋដែលប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ ដែលមានសមត្ថភាពក្នុងការផលិត ចែកចាយ និងប្រើប្រាស់ពុទ្ធិដើម្បីទទួលមនុញ្ញផល និងរួមចំណែកក្នុងកំណើន។ ធនាគារពិភពលោកបានធ្វើការកត់សម្គាល់តាំងពីឆ្នាំ ២០០២នូវបម្លាស់ប្តូរនៃមូលដ្ឋានសេដ្ឋកិច្ច ពីសេដ្ឋកិច្ចដែលពឹងផ្អែកលើកម្លាំងពលកម្ម និងធនធានអតិកម្ម (Labour and Resource Based Economy) ទៅកាន់សេដ្ឋកិច្ចដែលពឹងផ្អែកលើពុទ្ធិ (Knowledge Based-Economy) ដែលក្នុងន័យនេះ ពុទ្ធិគឺជាគន្លឹះនៃការអភិវឌ្ឍ។ អាស្រ័យហេតុនេះ នៅលើគន្លងដែលកម្ពុជាកំពុងធ្វើដំណើរឆ្ពោះទៅកាន់សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល សង្គមកម្ពុជាត្រូវតែមានសមត្ថភាពក្នុងការផលិត ជ្រើសរើស បន្សាំ បង្កើតមុខរបរ និងប្រើប្រាស់ពុទ្ធិ ដើម្បីរក្សានិរន្តរភាពនៃកំណើន និងកែលម្អជីវភាពរស់នៅ។ សមត្ថភាពទាំងនេះ អាចកើតឡើងនៅពេលពលរដ្ឋកម្ពុជាមានឱកាសក្នុងការទទួលបានបទពិសោធន៍ពីការស្រាវជ្រាវ ការបណ្តុះគំនិតច្នៃប្រឌិត និងការស្វែងរកនវានុវត្តន៍។

កំណែទម្រង់វិស័យអប់រំ គឺជាការត្រួសត្រាយមាគ៌ាសម្រាប់ដំណើរឆ្ពោះទៅកាន់សង្គមប្រកបដោយពុទ្ធិ និងប្រជាពលរដ្ឋប្រកបដោយភាពរស់រវើក។ តាមរយៈមូលដ្ឋានអប់រំ សង្គមប្រកបដោយពុទ្ធិនឹងប្រមូលផ្តុំ បង្កើត និងចែករំលែក ទៅកាន់សមាជិកក្នុងសង្គមនូវសម្បទាអប់រំ ពិសេសគឺពុទ្ធិសម្បទាក្នុងបុព្វហេតុនៃមនុស្សជាតិនិងឧត្តមប្រយោជន៍នៃប្រទេស។ សង្គមប្រកបដោយពុទ្ធិ គឺពុំគ្រាន់តែជាសង្គមដែលសម្បូរព័ត៌មានប៉ុណ្ណោះទេ តែជាសង្គមដែលប្រជាពលរដ្ឋអាចធ្វើបរិវត្តកម្មពីព័ត៌មានទៅជាមូលធនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ការរីកចម្រើនទៅមុខជាលំដាប់នៃបច្ចេកវិទ្យានិងតំណភ្ជាប់ បានពង្រីកព្រំដែននៃការចូលទៅកាន់ និងការទទួលបានព័ត៌មានជាសកល ហើយដែលក្នុងន័យនេះ ការអប់រំនឹងបន្តវិវត្តទៅមុខនិងមានការផ្លាស់ប្តូរ។ សង្គមមួយដែលមានអំណាន និងរបាប់ជាបុរេលក្ខខណ្ឌនៃជីវភាពប្រចាំថ្ងៃនៃប្រជាពលរដ្ឋ ពេលនោះបំណិននៃអំណាន និពន្ធ និងការគណនាលេខនព្វន្ត គឺជាចលករនៃការរៀនរបស់សិស្ស។ ជាតុដ៏ចម្បងមួយដែលស្ថិតនៅក្នុងការកសាងសង្គមដែលប្រកបដោយពុទ្ធិគឺសៀវភៅសិក្សា ហើយការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សាជាប្រចាំ គឺជានវានុវត្តន៍នៃវិស័យអប់រំដែលនាំទៅរកការសិក្សាពេញមួយជីវិត ការអភិវឌ្ឍសម្បទាអប់រំ និងការចែករំលែកចំណេះដឹង។ មូលដ្ឋានអប់រំ ជាពិសេសគឺគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សាត្រូវមានតួនាទីដែលប្រកបដោយការឆ្លើយតប ចំពោះតម្រូវការខាងលើនេះ។ សាស្ត្រាចារ្យ អ្នកស្រាវជ្រាវ និងបុគ្គលិកអប់រំត្រូវបន្តសិក្សាជាប់ជានិច្ច តាមរយៈការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សា ហើយដែលសៀវភៅសិក្សាទាំងនេះនឹងក្លាយជាស្ពាននៃទំនាក់ទំនងរវាងនវានុវត្តន៍នៃបច្ចេកវិទ្យា និងការរៀននិងបង្រៀននៅក្នុងថ្នាក់រៀន។

សង្គមដែលប្រកបពុទ្ធិ ក៏ជាសង្គមដែលបណ្តុះឱ្យមានរចនាសម្ព័ន្ធទន់នៃសេដ្ឋកិច្ចដែលពឹងផ្អែកលើពុទ្ធិដែរ។ ឧទាហរណ៍ជាក់ស្តែងនៃបែបផែននេះរួមមាន Silicon Valley នៃសហរដ្ឋអាមេរិក សួនឧស្សាហកម្មវិស្វកម្មអាកាសយានយន្តនិងយានយន្តនៅទីក្រុង Munich ប្រទេសអាល្លឺម៉ង់ តំបន់ជីវបច្ចេកវិទ្យានៅក្រុង Hyderabad ប្រទេសឥណ្ឌា តំបន់ផលិតគ្រឿងអេឡិចត្រូនិកនិងសារគមនាគមន៍ឌីជីថលនៅទីក្រុង Seoul ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង ក៏ដូចជាសួនឧស្សាហកម្មថាមពល និងឥន្ទនគីមីសាស្ត្រនៃប្រទេសប្រេស៊ីល ហើយក៏នៅមានទីក្រុងនៃប្រទេសជាច្រើនទៀតនៅលើពិភពលោក។ លក្ខណៈសម្បត្តិ

នៃទីក្រុងទាំងនេះគឺការប្រើប្រាស់និន្នាការនៃការអភិវឌ្ឍដែលជំរុញ និងតម្រង់ទិសដោយចំណេះដឹង ហើយដែលចំណេះដឹងទាំងនោះកើតចេញជាដំបូងពីការវិនិយោគទៅលើគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា ស្ថាប័នស្រាវជ្រាវ មជ្ឈមណ្ឌលឧត្តមភាពនៃជំនាញជាន់ខ្ពស់ ការប្រកួតប្រជែងដោយគុណាធិបតេយ្យ និងជាពិសេសគឺការបណ្ដុះវប្បធម៌អំណាននិងនិពន្ធសៀវភៅ។ ល្បឿននៃការរីកចម្រើនផ្នែកពុទ្ធិ និងបច្ចេកវិទ្យាកំពុងមានសន្ទុះលឿនជាងអ្វីដែលសិស្ស និងនិស្សិតអាចទទួលបានពីគ្រូនៅគ្រឹះស្ថានសិក្សា ដែលធ្វើឱ្យគោលដៅនៃការអប់រំនៅពេលបច្ចុប្បន្ននេះ មានការប្រឈមខ្លាំងជាងពេលណាទាំងអស់។ ឧទាហរណ៍ ក្នុងមួយឆ្នាំមានសៀវភៅជាង២,២លានចំណងជើង ត្រូវបានសរសេរនិងបោះពុម្ព ដែលក្នុងនោះប្រទេសចិនមាន ៤៤០ពាន់ ចំណែកឯសហរដ្ឋអាមេរិកមាន៣០៥ពាន់ និងប្រទេសរុស្ស៊ីមាន១២០ពាន់ចំណងជើង។

ខណៈពេលដែលបច្ចេកវិទ្យាកំពុងរីកចម្រើនជារៀងរាល់ថ្ងៃ មធ្យោបាយសម្រាប់អំណានក៏មានច្រើនជម្រើសសម្រាប់សិស្ស-និស្សិត និងសាធារណៈជន រួមមានការអានសៀវភៅ ការអានលើឧបករណ៍អេឡិចត្រូនិក ការអានដោយប្រើទូរសព្ទឆ្លាត និងការអានលើកុំព្យូទ័រ ដែលសុទ្ធសឹងជាមធ្យោបាយសំខាន់ៗដែលនាំអ្នកអានទាំងឡាយឱ្យសម្រេចគោលបំណងអានរបស់ខ្លួន។ ម្យ៉ាងវិញទៀត អំណានដោយប្រើមធ្យោបាយបច្ចេកវិទ្យាទំនើប ចំណាយពេលតិច ងាយស្រួលអាន និងជួយដល់បរិស្ថានមួយកម្រិតទៀត។ នាពេលបច្ចុប្បន្ន សិស្ស-និស្សិត និងសាធារណៈជនកម្ពុជាដែលស្រឡាញ់អំណានកំពុងតែប្រើប្រាស់មធ្យោបាយអំណានទាំងនេះ។ បើយើងក្រឡេកមើលទៅប្រទេសជឿនលឿន ទោះបីជាបច្ចេកវិទ្យារីកចម្រើនខ្លាំងយ៉ាងណា អំណានតាមរយៈសៀវភៅនៅតែមានសន្ទុះដដែល។ ម្យ៉ាងវិញទៀត បច្ចេកវិទ្យាអានបែបទំនើបតាមរយៈឧបករណ៍ទំនើប អាស្រ័យលើលទ្ធភាពនៃធនធានអប់រំឌីជីថល និងមាតិកាឌីជីថលគ្រប់គ្រាន់ដែលបានផលិត និងបង្ហោះចែកចាយសម្រាប់អំណាន។

ក្នុងបរិបទកម្ពុជា ជាពិសេសក្នុងបរិការណ៍នៃការផ្ទុះរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានជំរុញឱ្យមានបរិវត្តកម្មឌីជីថលនៅក្នុងអេកូស៊ីស្តែមនៃការអប់រំ ជាពិសេសការអប់រំតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការអប់រំពីចម្ងាយដើម្បីលើកកម្ពស់អំណាន តាមរយៈការផលិតមាតិកាឌីជីថលដែលមានភាពចំរុះ ការកសាងសមត្ថភាពផ្នែកតំណភ្ជាប់និងវេទិកាឌីជីថល ការពង្រីកវិសាលភាពនៃមជ្ឈមណ្ឌលទិន្នន័យ និងការលើកកម្ពស់គុណភាពនៃការផលិតធនធានអប់រំឌីជីថល គួបផ្សំជាមួយការចែកសន្លឹកកិច្ចការឱ្យសិស្សយកទៅរៀននៅផ្ទះ និងការចុះទៅជួបជាមួយសិស្សជាបណ្ដុំនៅតាមសហគមន៍។ ក្នុងន័យលើកកម្ពស់អំណាន និងភាពសម្បូរបែបនៃធនធានសៀវភៅសិក្សា ឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពនិងភាពសក្ដិសិទ្ធិ និងផ្ដល់ឱកាសអំណានកាន់តែច្រើនថែមទៀតដល់សិស្សានុសិស្ស និស្សិត និងសាធារណៈជន ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡាលើកទឹកចិត្តនូវចំណុចមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

1. សាស្ត្រាចារ្យ អ្នកស្រាវជ្រាវ និងបុគ្គលិកអប់រំ សូមបន្តនិងបង្កើនការបោះពុម្ពស្នាដៃបន្ថែមទៀត ដើម្បីធ្វើឱ្យធនធានសម្រាប់អំណានកាន់តែសម្បូរបែប ជាពិសេសធនធានអំណានជាខេមរភាសា

2. គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា សូមផ្តល់លទ្ធភាពគ្រប់បែបយ៉ាង ដើម្បីឱ្យបុគ្គលិកអប់រំគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ និងនិស្សិតគ្រប់កម្រិតសិក្សាអាចចូលរួមអាន និងសិក្សាស្រាវជ្រាវតាមគ្រប់លទ្ធភាពជាមួយធនធានអំណាន ជាពិសេសការរៀបចំឱ្យមានពេលវេលាសម្រាប់សហសិក្សា និងអំណានក្នុងបណ្ណាល័យ
3. សាស្ត្រាចារ្យតាមមុខវិជ្ជា និងអ្នកស្រាវជ្រាវតាមជំនាញឬវិស័យ ត្រូវរៀបចំដំណើរការរៀនបង្រៀន និងស្រាវជ្រាវដែលមានដាក់បញ្ចូលកិច្ចការស្វ័យសិក្សា សហសិក្សា ឬការស្រាវជ្រាវបណ្ណាល័យដែលតម្រូវឱ្យនិស្សិត ត្រូវអាននិងស្រាវជ្រាវជាមួយធនធានអំណាន
4. គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងមជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ ត្រូវខិតខំឱ្យអស់លទ្ធភាពក្នុងការបង្កើតបណ្ណាល័យ មជ្ឈមណ្ឌលរក្សាឯកសារ ឬមជ្ឈមណ្ឌលអប់រំឌីជីថលជាដើម ដើម្បីឱ្យបុគ្គលិកអប់រំគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់និងនិស្សិតគ្រប់កម្រិតសិក្សាអាចទទួលបាន និងស្វែងរកប្រភពសម្រាប់អំណានកាន់តែសម្បូរបែប និងមានភាពបត់បែន ឆ្លើយតបតាមតម្រូវការអ្នកអាន
5. និស្សិតគ្រប់កម្រិតសិក្សាត្រូវខិតខំនិងចំណាយពេលអាន និងចាត់ទុកវប្បធម៌ និងអកប្បកិរិយាអំណានជាផ្នែកមួយ នៃពេលវេលានិងភាពស៊ីវិល័យនៃជីវិតប្រចាំថ្ងៃ
6. បងប្អូនជនរួមជាតិ ដែលជាមាតាបិតា ឬអ្នកអាណាព្យាបាល សូមជួយជំរុញនិងបង្កលក្ខណៈកាន់តែច្រើនថែមទៀត ជាពិសេសការលៃលកចំណាយនៅក្នុងគ្រួសារសម្រាប់ការទិញសម្ភារៈសិក្សា សៀវភៅអាន និងឧបករណ៍សម្រាប់អំណានដល់កូនៗ ដែលចាត់ទុកជាការវិនិយោគមួយដ៏សំខាន់ សម្រាប់ បង្កើនចំណេះដឹង និងអនាគតរបស់ពួកគេ។

ដោយមានការគាំទ្រពីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ នៅឆ្នាំ២០២០ ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានបង្កើតមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ ដែលហៅកាត់ថា “មូលនិធិ ស.គ.ន.” និងហៅជាភាសាអង់គ្លេសថា The Research Creativity and Innovation Fund ដែលហៅកាត់ជាភាសាអង់គ្លេសថា “RCI Fund”។ គោលដៅចម្បងនៃមូលនិធិនេះ គឺរួមចំណែកលើកកម្ពស់វប្បធម៌នៃការស្រាវជ្រាវ បំផុសគំនិតច្នៃប្រឌិត និងជំរុញការធ្វើនវានុវត្ត ដើម្បីជាប្រយោជន៍ដល់វិស័យអប់រំ យុវជន និងកីឡា ដែលឆ្លើយតបទៅនឹងទីផ្សារពលកម្ម និងសាកលភាវូបនីយកម្ម។ មូលនិធិ ស.គ.ន. បានសម្រេចកំណត់ប្រធានបទ ជាអាទិភាពសម្រាប់ការគាំទ្រដោយមូលនិធិចំនួន៣ រួមមានឌីជីថលនីយកម្មសម្រាប់បដិវត្តឧស្សាហកម្ម៤.០ (Digitalization for IR.4.0) ការស្រាវជ្រាវអនុវត្តលើវិស័យកសិកម្ម (Applied Agricultural Research) និងការស្រាវជ្រាវគរុកោសល្យសតវត្សទី២១ (21st Century Pedagogy Research)។

ដោយមានការធ្វើអាទិភាពរូបនីយកម្មទៅលើទិសដៅ នៃការប្រើប្រាស់ថវិកាមូលនិធិសម្រាប់ឆ្នាំ២០២០ ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានផ្តល់ការគាំទ្រដល់ការ**រៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អ សៀវភៅសិក្សា (Text book) ដែលនឹងត្រូវប្រើប្រាស់នៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា**។ គោលបំណងនៃការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អ សៀវភៅសិក្សានៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា គឺដើម្បីបង្កើនបរិមាណ លើកកម្ពស់គុណភាព និងពង្រីកសមធម៌នៃធនធានសិក្សាជាខេមរភាសា ជូនដល់និស្សិត

ដែលកំពុងបន្តការសិក្សា និងត្រៀមខ្លួនធ្វើការស្រាវជ្រាវនៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។ លើសពីនេះទៀត ការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សានៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា មានគោលដៅដូចខាងក្រោម ៖

- ឆ្លើយតបជាបន្ទាន់ចំពោះការខ្វះខាតធនធានសិក្សា ដែលជាតម្រូវការសិក្សារបស់និស្សិតនៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា
- លើកកម្ពស់ទំនើបភាវូបនីយកម្ម និងឧត្តមានុវត្តន៍នៃការរៀននិងបង្រៀន និងការស្រាវជ្រាវនៅលើមុខវិជ្ជា កម្មវិធីសិក្សា ឬមុខជំនាញជាក់លាក់
- បង្កើនភាពស៊ីជម្រៅក្នុងការកសាងវិជ្ជាជីវៈនិងបទពិសោធន៍សម្រាប់ឋានៈសាស្ត្រាចារ្យ និងអ្នកស្រាវជ្រាវ
- រួមចំណែកដល់ការកសាងភាពជាសហគមន៍វិជ្ជាជីវៈ ការចែករំលែកបទពិសោធន៍ និងវប្បធម៌នៃការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សានៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានវាយតម្លៃខ្ពស់ចំពោះការបោះជំហានប្រកបដោយមនសិការវិជ្ជាជីវៈនៃគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងបុគ្គលិកអប់រំទាំងអស់ ក្នុងការរៀបចំ រៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សា ដើម្បីបង្កើនបរិមាណ លើកកម្ពស់គុណភាព និងពង្រឹងសមធម៌នៃធនធានសិក្សាជាខេមរភាសា ជូននិស្សិតដែលកំពុងបន្តការសិក្សា និងត្រៀមខ្លួនធ្វើការស្រាវជ្រាវនៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។ សៀវភៅសិក្សាជាផ្នែកមួយនៃការទទួលស្គាល់គុណភាពអប់រំនៃគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងជាធនធានសិក្សាដែលជាមូលដ្ឋានមួយដ៏សំខាន់ ក្នុងការគាំទ្រដល់ការបង្រៀន និងរៀន ហើយត្រូវមានបរិមាណគ្រប់គ្រាន់ ឆ្លើយតបទៅនឹងកម្មវិធីអប់រំ និងតម្រូវការសិក្សាស្រាវជ្រាវ។ ជាគោលការណ៍ គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សាទាំងអស់ ត្រូវមានសៀវភៅសិក្សាដែលប្រើជាគោលសម្រាប់មុខវិជ្ជានីមួយៗ។ ចំនួនសៀវភៅសិក្សាដែលគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ និងការសិក្សារបស់និស្សិត ត្រូវមានយ៉ាងតិចមួយចំណងជើងក្នុងមួយមុខវិជ្ជា ហើយត្រូវតម្កល់យ៉ាងតិច២ច្បាប់ នៅក្នុងបណ្ណាល័យ ឬអាចរកបានតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា លើកទឹកចិត្តបន្ថែមទៀតជូនដល់គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សារដ្ឋ និងឯកជនដែលបានស្នើសុំថវិកាមូលនិធិរួច សូមចូលរួមបន្ថែមទៀតដើម្បីបង្កើនចំនួនចំណងជើងសៀវភៅ។ ចំណែកគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សារដ្ឋ និងឯកជនដែលពុំទាន់បានដាក់ពាក្យស្នើសុំសូមចូលរួម ដើម្បីជាគុណប្រយោជន៍ដល់តម្រូវការដ៏ទទូច និងថ្លៃថ្លានៃនិស្សិតកម្ពុជាក្នុងការសិក្សា និងស្រាវជ្រាវនៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។

សេចក្តីបញ្ជាក់
នៃមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍

សៀវភៅសិក្សានេះជាលទ្ធផលនៃការស្នើសុំអនុវត្តថវិកាមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ ក្នុងគម្រោង**រៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សា ដែលនឹងត្រូវប្រើប្រាស់នៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។** សៀវភៅសិក្សានេះ ត្រូវបានរៀបរៀង និពន្ធ ឬកែលម្អដោយមានការធានាអះអាងថាជាស្នាដៃរបស់អ្នកនិពន្ធផ្ទាល់ និងបានឆ្លងកាត់ត្រួតពិនិត្យ ផ្តល់យោបល់ និងវាយតម្លៃដោយក្រុមប្រឹក្សាអប់រំ ក្រុមប្រឹក្សាស្រាវជ្រាវ ឬក្រុមប្រឹក្សាដែលមានតម្លៃស្មើនៃគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងតាមរយៈកិច្ចសន្យាដែលបានធ្វើឡើង និងដែលបានតម្កល់ទុកនៅមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍។ រាល់ខ្លឹមសារ ការបកស្រាយ និងរូបភាព គឺជាជំហរនិងទស្សនៈផ្ទាល់របស់អ្នកនិពន្ធ ហើយពុំឆ្លុះបញ្ចាំង ឬជាតំណាងដល់មូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ នៃក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡាឡើយ។

អារម្ភកថា

ដោយសារបរិមាណនៃការបង្កើតអាជីវកម្មខ្នាតតូចមានការកើនឡើងជាលំដាប់គួឱ្យកត់សម្គាល់ និងអត្រានៃការកើនឡើងនេះបានជួយពន្លឿនកំណើនសេដ្ឋកិច្ចក្នុងការធ្វើឱ្យ មានការលូតលាស់ ក៏ដូចជាបានបង្កើនការងារសម្រាប់ប្រជាជនក្នុងតំបន់បានយ៉ាងច្រើនផងដែរ។

យើងខ្ញុំមានសេចក្តីរីករាយ និងកិត្តិយសយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការរៀបចំនិងនិពន្ធសៀវភៅ អាជីវកម្មខ្នាតតូច ដើម្បីឱ្យត្រូវនឹងបរិបទសង្គមក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មនៃប្រទេសរបស់ខ្ញុំ និងដើម្បីជួយសម្រួលក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលសិស្សានុសិស្សផ្នែកអប់រំបច្ចេកទេស មេកានិច ក្នុងការពង្រឹងសមត្ថភាពជំនាញអប់រំបច្ចេកទេស និងវិជ្ជាជីវៈឱ្យកាន់តែរីកចម្រើនឡើង។

យើងខ្ញុំសង្ឃឹមថា សៀវភៅ អាជីវកម្មខ្នាតតូច អាចជួយជាពន្លឺនាំផ្លូវក្នុងការបញ្ចេញគំនិត និងការស្រមើស្រមៃរបស់អ្នកឱ្យក្លាយទៅជាចំណូល និងអភិវឌ្ឍគំនិតទៅជាប្រយោជន៍សម្រាប់ប្រទេសជាតិ សង្គមជាតិទាំងមូលតាមរយៈការបង្កើតនូវអាជីវកម្មខ្នាតតូចដោយជោគជ័យ។

ជាទីបញ្ចប់ យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណ ចំពោះការគាំទ្រ និងសូមអធ្យាស្រ័យទោសទុកជាមុនប្រសិនបើមានកំហុសឆ្គងកើតឡើងនៅក្នុងសៀវភៅមួយនេះ។ យើងខ្ញុំរង់ចាំដោយក្តីរីករាយ សម្រាប់មតិយោបល់របស់លោកអ្នក ហើយនិងបន្តពិនិត្យកែសម្រួលសម្រាប់បោះពុម្ពលើកក្រោយ៕

គណៈកម្មការនិពន្ធ

មាតិកា

ជំពូក ១ គំនិតអាជីវកម្ម ១

មេរៀនទី ១ ការស្វែងរកគំនិតអាជីវកម្ម ១

១. ការរកគំនិតអាជីវកម្ម ១

២. តើធ្វើដូចម្តេចទើបលេចចេញគំនិតរកស៊ី? ៣

៣. ស្រមើស្រមៃទៅរកសេចក្តីប្រាថ្នាក្នុងជីវិត ៤

៤. បង្កើតក្តីស្រមៃ មុនបង្កើតក្រុមហ៊ុន ៤

មេរៀនទី ២ កំណត់ភាពងាយស្រួលលើដំណើរការអាជីវកម្ម ៦

១. ការកំណត់ភាពងាយស្រួល ....

៦

២. ការជ្រើសរើសឈ្មោះអាជីវកម្ម ៨

៣. ការជ្រើសរើសទីតាំងអាជីវកម្ម ៩

៤. ការជ្រើសរើសទម្រង់នៃច្បាប់អាជីវកម្ម.......... ១១

ជំពូក ២ ប្រភេទអាជីវកម្ម ១៤

មេរៀនទី ១ បុគ្គលិកលក្ខណៈអាជីវកម្ម ១៤

១. ប្រភេទអាជីវកម្ម ១៤

២. ប្រភេទផលិតផល និងទីផ្សារ ២១

៣. ប្រភេទអតិថិជន ២២

ជំពូក ៣ សកម្មភាពអាជីវកម្ម ២៦

មេរៀនទី ១ សកម្មភាពអាជីវកម្មលើទីផ្សារ ២៦

១. ការដាក់បង្ហាញអាជីវកម្ម ២៦

២. អាជ្ញាបណ្ណអាជីវកម្ម ២៨

៣. ការរៀបចំហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្ម.......... ២៩

៤. សកម្មភាពអាជីវកម្ម ៣១

មេរៀនទី ២ ប្រព័ន្ធការពារអាជីវកម្ម ៣២

១. ការការពារអាជីវកម្ម ៣២

២. ការជ្រើសរើសធានារ៉ាប់រង ៣៤

៣. ការរក្សាទុកកំណត់ត្រាគណនេយ្យ ៣៥

៤. ការប្រើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត ៣៧

ជំពូក ៤ សកម្មភាពអាជីវកម្មក្នុងតំបន់ ៣៩

មេរៀនទី ១ ការរៀបចំគម្រោងទីផ្សារ ៣៩
១. ផលិតផល និងសេវាកម្ម ៣៩
២. ទីតាំងអាជីវកម្ម ៣៩
៣. ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ ៣៩
៤. ការវិភាគ និងនិន្នាការអាជីវកម្ម ៤០
ជំពូក ៥ អនុវត្តផែនការអាជីវកម្មសាកល្បង ៤៣
មេរៀនទី ១ យុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម ៤៣
១. ជំហរយុទ្ធសាស្ត្រ ៤៣
២. ការវាយតម្លៃហានិភ័យ.. ៤៥
៣. ផែនការទីផ្សារ ៤៦
៤. យុទ្ធសាស្ត្រលក់ ៤៧

ជំពូក ១ គំនិតអាជីវកម្ម

មេរៀនទី ១ ការស្វែងរកគំនិតអាជីវកម្ម

អាជីវកម្ម គឺជាជំនួញដែលកើតឡើងនៅពេលដែលមនុស្ស ទទួលបានប្រាក់ចំណេញដោយការផ្តល់ទំនិញ ឬសេវាកម្មជាថ្នូរនឹងប្រាក់។ ទីផ្សារ គឺជាវិស័យមួយដែលទាមទារនូវចំណេះដឹង សមត្ថភាព បទពិសោធន៍ដើម្បីរៀបចំផែនការណ៍ដោយកំណត់ឬសិក្សាអំពីតម្រូវការ និងស្វែងរកផលិតផលអ្វីមួយតាមរយៈការជ្រើសរើសផលិតផលត្រឹមត្រូវ សេវាកម្មល្អ គុណភាពខ្ពស់ អត្ថប្រយោជន៍ខ្ពស់ និងប្រាក់ចំណេញក្នុងការលើកកម្ពស់អាជីវកម្ម ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជន។

១-ការរកគំនិតអាជីវកម្ម

ដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្តទៅលើអាជីវកម្មដែលត្រូវបង្កើតឡើង អ្នកនឹងសិក្សាអំពីប្រភេទទាំង បីរបស់អាជីវកម្មដូចខាងក្រោម៖

- ការចាប់ផ្តើមគំនិតអាជីវកម្មថ្មីនៅលើទីផ្សារ
- ការទិញអាជីវកម្មដែលមានស្រាប់នៅលើទីផ្សារ
- ការទិញសិទ្ធិផ្តាច់មុខទៅលើមុខទំនិញឬសេវាណាមួយ។

ប្រភេទអាជីវកម្មទាំងបីខាងលើសុទ្ធតែមានគុណសម្បត្តិនិងគុណវិបត្តិផ្សេងៗគ្នាដូចជា ការចំណាយដើមទុន ឱកាសក្នុងការវាយលុកទីផ្សារ និងលទ្ធផលក្នុងការទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។ ដូច្នេះមុនពេលសម្រេចចិត្តចាប់យកប្រភេទអាជីវកម្មណាមួយ ត្រូវស្វែងយល់ឱ្យច្បាស់អំពីប្រភេទអាជីវកម្មនីមួយៗ។

១.១ ការចាប់ផ្តើមគំនិតអាជីវកម្មថ្មីនៅលើទីផ្សារ

ការចាប់ផ្តើមគំនិតអាជីវកម្មថ្មីពុំតម្រូវឱ្យអ្នកចំណាយដើមទុនច្រើនពីដំបូងនោះទេគឺ អ្នកអាចប្រើប្រាស់ទេពកោសល្យនិងភាពច្នៃប្រឌិតរបស់អ្នក ដើម្បីធ្វើឱ្យផលិតផលឬសេវាកម្មមានភាពលេចធ្លោនិងខុសប្លែកពីគេ ហើយអ្នកមានសិទ្ធិសម្រេចទៅលើទីផ្សារនិងរបៀបរបបក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មដោយផ្ទាល់។

សហគ្រិនដែលចាប់ផ្តើមបង្កើតអាជីវកម្មដោយខ្លួនឯង ភាគច្រើនគឺពួកគេប្រើប្រាស់ទេពកោសល្យនិងភាពច្នៃប្រឌិតផ្ទាល់ខ្លួនដើម្បីបង្កើតអ្វីដែលថ្មី ហើយសហគ្រិនដ៏ជោគជ័យគឺជាសហគ្រិនដែលអាចផ្តល់នូវផលិតផលឬសេវាកម្មល្អទៅកាន់អតិថិជននិងយល់ច្បាស់អំពីដំណើរការរបស់អាជីវកម្ម។

ការចាប់ផ្តើមគំនិតអាជីវកម្មថ្មីក៏ផ្តល់នូវគុណវិបត្តិមួយចំនួនផងដែរដូចជាអ្នកត្រូវដឹងពីច្បាប់ក្នុងការបើកអាជីវកម្ម សិក្សាអំពីទីផ្សារ រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រង គិតអំពីការទំនាក់ទំនងអតិថិជន ក៏ដូចជាការរៀបចំគម្រោងវាយលុកទីផ្សារ។

១.២ ការទិញអាជីវកម្មមានស្រាប់នៅលើទីផ្សារ

ចំពោះអាជីវកម្មប្រភេទនេះអ្នកគួរតែជ្រើសរើសទីតាំងដ៏សមស្របមួយសម្រាប់ធ្វើការដំណើរការ ហើយពុំចាប់បាច់ចំណាយពេលវេលា និងថវិកាច្រើនក្នុងការចាប់ផ្តើមរៀបចំ គម្រោងសម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្ម

នោះទេ ពោលគឺអ្វីៗត្រូវបានរៀបចំរួចជាស្រេចទាំងផ្នែកទីផ្សារ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងអតិថិជន និងឯកសារដែលពាក់ព័ន្ធនឹងផ្លូវច្បាប់នានា។

នៅពេលដែលអ្នកចាប់អារម្មណ៍ចង់ទិញបន្តអាជីវកម្មណាមួយ អ្នកគួរសើុបពីមូលហេតុថា ហេតុអ្វីបានជាគេចង់លក់អាជីវកម្មឱ្យអ្នក? ព្រោះវាមានហេតុផលជាច្រើនដែលទាក់ទងទៅនឹងបញ្ហាអាជីវកម្មមួយចំនួនដូចជា មានដៃគូប្រកួតប្រជែងច្រើន បម្រែបម្រួលអតិថិជន ផលិតផលឬសេវាកម្មដែលហួសសម័យកាល និងបញ្ហាប្រាក់ចំណូលជាដើម។ ដូច្នេះអ្នកគួរតែផ្តោតសំខាន់ទៅលើបញ្ហាអាជីវកម្ម ដៃគូប្រកួតប្រជែង និងបម្រែបម្រួលអតិថិជន។

ដើម្បីក្លាយជាសហគ្រិនឆ្លាតវៃក្នុងការទិញអាជីវកម្មបន្ត អ្នកគួរតែជួលអ្នកជំនាញផ្នែកគណនេយ្យករដើម្បីជួយក្នុងការវិភាគលើផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនិងកំណត់ត្រាបង់ពន្ធលើអាជីវកម្មថា តើអាចនឹងផ្តល់ផលចំណេញដែរឬទេ ប្រសិនបើអ្នកទិញវាយកមកធ្វើបន្ត? ហើយម្យ៉ាងទៀតអាចឱ្យអ្នកងាយស្រួលក្នុងការកំណត់តម្លៃទិញឱ្យបានសមស្របដែរឬទេ?

១.៣ ការទិញសិទ្ធិផ្តាច់មុខ

សហគ្រិនមួយចំនួនបានងាកមកអាជីវកម្មបែបការទិញសិទ្ធិផ្តាច់មុខ ពីព្រោះទីផ្សារជាមួយនឹងផលិតផលត្រូវបានរៀបចំរួចជាស្រេចដោយសហគ្រាសដើម រួមជាមួយនឹងកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់អាជីវកម្មនោះហើយធ្វើឱ្យអ្នកដំណើរការអាជីវកម្មបានយ៉ាងរលូន។ ផលិតផលត្រូវបានផ្តត់ផ្គង់ទៅតាមស្តង់ដាររបស់សហគ្រាសដើមហើយអ្នកក៏មានសិទ្ធិ ក្នុងការប្រើរបៀបរបប និងគម្រោងក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ម្ចាស់ដើម។ ចំពោះការទទួលគុណសម្បត្តិពីអាជីវកម្មប្រភេទនេះមានដូចជា ផលិតផលឬសេវាកម្មត្រូវបានទទួលស្គាល់ពិសាធារណៈរួចជាស្រេច អាចទទួលបានការបំប៉ននិងពង្រឹងអំពីការរៀបចំដូចជា ការគ្រប់គ្រងពីអ្នកជំនាញរបស់អាជីវកម្មដើម វត្ថុធាតុដើមផ្សេងៗ ត្រូវបានផ្គត់ផ្គង់ដោយសហគ្រាសដើម ពុំចាំបាច់ចំណាយដើមទុនទៅលើការរកទីផ្សារតាមរយៈការផ្សព្វផ្សាយជាដើម។

ប៉ុន្តែទោះជាយ៉ាងណា អ្នកគួរតែយល់ច្បាស់អំពីផលវិបាកមួយចំនួន ពីព្រោះការទិញសិទ្ធិផ្តាច់មុខតម្រូវឱ្យអ្នកគោរពទៅតាមស្តង់ដាររបស់សហគ្រាសដើម ពោលគឺអ្នកគ្មានសិទ្ធិក្នុងការកំណត់ច្បាប់ឬកែប្រែដំណើរការអាជីវកម្មឡើយ ហើយអ្នកក៏គ្មានសិទ្ធិក្នុងការកែប្រែឬកំណត់តម្លៃ
លើការលក់ចេញផងដែរ។

មុនពេលសម្រេចចិត្តចាប់យកអាជីវកម្មប្រភេទនេះ អ្នកត្រូវដឹងពីចំណុចមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- វិភាគលើចំណង់ចំណូលចិត្តនិងសមត្ថភាព
- ពិគ្រោះយោបល់ជាមួយនឹងអ្នកជំនាញផ្នែកអាជីវកម្មអំពីព័ត៌មានលម្អិត
- សម្រេចចិត្តនិងចាប់ផ្តើមផ្តោតលើសិទ្ធិផ្តាច់មុខឱ្យបានច្បាស់លាស់
- ពិភាក្សាជាមួយនឹងអ្នកដែលកំពុងដំណើរការសិទ្ធិផ្តាច់មុខដើម្បីទទួលបានបទពិសោធន៍និងព័ត៌មានផ្សេងៗដែលទាក់ទងនឹងដំណើរការទិញ
- អ្នកត្រូវយល់ឱ្យបានច្បាស់ពីច្បាប់ក្នុងការទិញសិទ្ធិផ្តាច់មុខនិងផលប៉ះពាល់មុនពេលសម្រេចចិត្តចុះកិច្ចសន្យាឬឯកសារច្បាប់ផ្សេងៗ។

២-តើធ្វើដូចម្តេចទើបលេចចេញគំនិតរកស៊ី?

មិនមែននៅសុខៗគំនិតរកស៊ីលេចចេញមកនោះទេ ឈ្លេចក្បាលក៏មិនចេញ ពុះបំបែកលលាដ៏ក្បាលក៏រកមិនឃើញ ប៉ុន្តែគំនិតរកស៊ីនឹងចេញមកនៅពេលមនុស្សមានសេចក្តីប្រាថ្នាថា ចង់រកស៊ីជាមួយនឹងការគិតទៅលើកិច្ចការរកស៊ី។ កាលណាមនុស្សមានសេចក្តិប្រាថ្នា គេមានថាមពលដួងចិត្តធក់ស្រូបទាញកិច្ចការរកស៊ី និងជម្រុញខួរក្បាលឱ្យគិតឃើញមុខរបររកស៊ី។ សូមយកដួងស្រឡាញ់ និងតាំងចិត្តរកស៊ីមានន័យថាប្រាថ្នាការរកស៊ី ហើយត្រូវប្រើខួរក្បាលគិតអំពីចំណុចសំខាន់ៗក្នុងសង្គមមនុស្ស ៣ យ៉ាងគឺ៖

- គិតអំពីបញ្ហាទាំងអស់ក្នុងសង្គម
- គិតអំពីសេចក្តីត្រូវការរបស់មនុស្ស
- គិតអំពីសេចក្តីប្រាថ្នារបស់មនុស្ស

អ្នកមិនត្រូវនៅមួយកន្លែងទេ អ្នកត្រូវដើរចេញទៅក្រៅគ្រប់កន្លែងដែលអាចទៅដល់ ទៅមើល និងសិក្សាអំពីចំណុចទាំងបីខាងលើនេះ ភ្នែកមើល ត្រចៀកស្តាប់ បេះដូងពាល់អារម្មណ៍ ខួរក្បាលគិតពិចារណា និងដៃកត់ត្រារាល់ព័ត៌មាន ចំណេះដឹងដែលទទួលបានយកមកវិភាគ វាយតម្លៃ សន្និដ្ឋាន។ល។ នៅពេលនោះអ្នកនឹងឃើញនៅលើលោកនេះ ក៏ដូចជាសង្គមនានាគឺមានមុខរបរជាច្រើនរាប់មិនអស់ ប៉ុន្តែថ្វីត្បិតតែនៅលើលោកនេះមានមុខរបរជាច្រើនហើយក៏ដោយ ក៏អ្នកនៅមើលឃើញមុខរបរកាន់តែច្រើនរាប់មិនអស់ថែមទៀតជាលំដាប់គ្មានថ្ងៃស្រកស្រុតឡើយ ពីព្រោះបញ្ហា សេចក្តីត្រូវការ និងបំណងប្រាថ្នារបស់មនុស្សនៅក្នុងសង្គមចេះតែកើនឡើងជារៀងរាល់ថ្ងៃ។

ទោះបីជាសំបូរយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏គំនិតអាជីវកម្មមិនមែនអង្គុយគិតភ្លាមចេញភ្លាមនោះទេដោយអ្នកត្រូវចំណាយពេលវេលាសិក្សាពិចារណាឱ្យបានច្រើនទូលំទូលាយទើបគំនិតអាជីវកម្មកើតឡើង ហើយឱកាសនៅគ្រប់ទីកន្លែង គ្រប់មនុស្ស គ្រប់ពេលវេលា ប៉ុន្តែអ្នកត្រូវមានចក្ខុវិញ្ញាណដែលប្រកបដោយប្រាជ្ញាទើបមើលទៅកាន់សង្គមមនុស្សឃើញឱកាសអាជីវកម្ម។

៣-ស្រមើស្រមៃទៅរកសេចក្តីប្រាថ្នាក្នុងជីវិត

ប្រសិនបើអ្នកមិនទាន់មានសេចក្តីប្រាថ្នា អ្នកក៏មិនអាចបង្កើតការស្រមើស្រមៃបានដែរ ពោលគឺអ្នកត្រូវបង្កើតក្តីប្រាថ្នាណាមួយឱ្យជាក់លាក់ បន្ទាប់មកចូរធ្វើការស្រមើស្រមៃទៅរកវា ដើម្បីឱ្យវាផុសរូបរាងកាន់តែច្បាស់លាស់នៅក្នុងគំនិត និងដើម្បីបញ្ឆេះចិត្តឱ្យកើតមានចំណង់ឆាបឆួល ពុះកញ្ជ្រោលហើយកើតថាមពលទៅសម្រេចសេចក្តីប្រាថ្នា។ ការស្រមើស្រមៃគឺជាការលោតត្រដាងពីវិសាលភាពនៃការគិតដ៏មានឥទ្ធិពលលើអំពើបង្កើតឱ្យមានការពុះពារយ៉ាងខ្លាំងទៅក្នុងអំណាចនៃសេចក្តីប្រាថ្នា ហើយគ្មានអំណាចណាខ្លាំងខ្លាជាងអំណាចដួងចិត្តដែលកើតឡើងពីក្តីស្រមៃនោះទេ។ ប្រសិនបើអ្នកស្រមៃថា " ខ្លួនក្លាយទៅជាអ្នកជំនួញដ៏ប៉ិនប្រសប់ម្នាក់ " នោះក្តីស្រមៃនឹងញាំងឱ្យកើតសក្តានុពលដ៏មហាអស្ចារ្យចេញពីបេះដូងទៅសម្តែងរិទ្ធិនៅក្នុងសកម្មភាពធ្វើឱ្យក្តីស្រមៃក្លាយជាការពិតបាន។ ចូររក្សាវិសាលភាពនៃគំនិតតាមរយៈការស្រមៃ គឺត្រូវស្រមៃជាប្រចាំ ស្រមៃរហូតដល់អ្នកទទួលបានជ័យលាភីពិតប្រាកដ។ កាន់តែស្រមៃ កាន់តែកើតចំណង់ កាន់តែរីកគំនិត កាន់តែកើនថាមពល កាន់តែអស្ចារ្យ គ្មានជញ្ជាំងអ្វីរាំងស្ទះការស្រមៃរបស់អ្នកបានឡើយ ហើយគ្មានអ្វី

ដែលថាអ្នកមិនអាចសម្រេចបាននោះទេ និងអ្វីដែលអ្នកស្រមៃវានឹងក្លាយជាការពិតឱ្យតែអ្នកប្រាកដជាជឿជាក់លើខ្លួនឯង។

៤-បង្កើតក្តីស្រមៃ មុនបង្កើតក្រុមហ៊ុន

ក្តីស្រមៃគឺជាដំណើរការគិតទៅរកអ្វីមួយ។ ប្រសិនបើអ្នកផ្តោតអារម្មណ៍ទៅលើអ្វីមួយច្បាស់លាស់ជាក់លាក់ អ្នកនឹងស្រមៃឃើញរូបភាពវាកាន់តែច្បាស់លាស់ ពីព្រោះកាលណាអ្នកអាចស្រមៃឃើញរូបភាពអ្វីមួយនៅក្នុងគំនិត អ្នកក៏អាចបង្កើតរូបភាពពិតប្រាកដនៅក្នុងជីវិតរបស់អ្នកផងដែរ។ ប្រសិនបើអ្នកចង់បង្កើតក្រុមហ៊ុនអ្វីមួយ ដំបូងអ្នកត្រូវស្រមៃឱ្យកើតរូបភាពក្រុមហ៊ុនមួយនោះច្បាស់លាស់ជាមុនសិន ពីព្រោះកាលណារូបភាពក្រុមហ៊ុនមាននៅក្នុងគំនិតហើយ នោះរូបភាពពិតចេញបានយ៉ាងងាយដោយកុំបាច់ខ្វល់ឡើយថា មានលុយឬអត់ មានសមត្ថភាពឬអត់។ កាគិតនិងផលិតការគិតឱ្យអ្នកតាមរយៈអំណាចនៃការគិត ហើយថាមពលដួងចិត្តនឹងផលិតចេញឱ្យអ្នកយ៉ាងពិតប្រាកដ។

ក្តីស្រឡាញ់ជម្រុញឱ្យកើតមានក្តីស្រមៃ កាលណាអ្នកដក់ជាប់ចិត្តទៅលើអ្វីមួយក្តីស្រមៃនឹងកើតឡើង កាលណាអ្នកស្រឡាញ់វាកាន់តែខ្លាំងអ្នកនឹងស្រមៃឃើញរូបភាពកាន់តែច្បាស់ឡើង កាលណាវាមានរូបភាពកាន់តែច្បាស់អ្នកអាចបង្កើតវាឡើងយ៉ាងងាយ គឺអ្នកគ្រាន់តែធ្វើតាមអ្វី ? ដែលស្រមៃឃើញនោះ។ ក្តីស្រមៃជម្រុញឱ្យកើតមានថាមពល ថាមពលជម្រុញឱ្យកើនល្បឿនសកម្មភាព សកម្មភាពគឺជាអ្នកបង្កើតលទ្ធផល។ ដូច្នេះប្រសិនបើអ្នកគ្មានក្តីស្រមៃទេ អ្នកមិនអាចបង្កើតរូបរាងនៃអាជីវកម្មបានឡើយ។

🕮🕮🕮🕮🕮

<u>**សំណួរ**</u>

១. ដូចម្តេចដែលហៅថាអាជីវកម្ម?
២. ដូចម្តេចដែលហៅថាទីផ្សារ?
៣. ដូចម្តេចដែលហៅថាគំនិតអាជីវកម្ម?
៤. តើអ្នកត្រូវសិក្សាលើចំណុចអ្វីខ្លះ ? ដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្តទៅលើអាជីវកម្មដែលត្រូវបង្កើតឡើង?
៥. មុនពេលចាប់យកអាជីវកម្មទិញសិទ្ធិផ្តាច់មុខ តើអ្នកត្រូវយល់ដឹងពីចំណុចអ្វីខ្លះ?
៦. ចូរពន្យល់ពីការចាប់ផ្តើមគំនិតថ្មីលើទីផ្សារ។
៧. ចូរពន្យល់ពីការទិញអាជីវកម្មដែលមានស្រាប់នៅលើទីផ្សារ?
៨. ចូរពន្យល់ពីការទិញសិទ្ធិផ្តាច់មុខលើអាជីវកម្ម?

ជំពូក ១ គំនិតអាជីវកម្ម

មេរៀនទី ២ កំណត់ភាពងាយស្រួលលើដំណើរការអាជីវកម្ម

១-ការកំណត់ភាពងាយស្រួល

មុនពេលសម្រេចចិត្តចាប់ផ្ដើមដំណើរការអាជីវកម្ម អ្នកចាំបាច់ត្រូវសិក្សានិងយល់ដឹងឱ្យច្បាស់អំពីអត្រាជោគជ័យទៅលើគម្រោងដំណើរការរបស់អ្នកជាមុនសិន។ អ្នកត្រូវដឹងថាបន្ទាប់ពីដំណើរការហើយ តើអាជីវកម្មនេះអាចផ្ដល់ប្រាក់ចំណូលលមកឱ្យអ្នកបានដល់កម្រិតណា? តើអាជីវកម្មនេះអាចមានលទ្ធភាពរ៉ាប់រងរាល់ការចំណាយផ្ទាល់ខ្លួនក៏ដូចជាការចំណាយលើដំណើរការអាជីវកម្មឱ្យរីកលូតលាស់ទៅមុខបានដែរឬទេ?

ការសិក្សាអំពីគម្រោងអាជីវកម្ម និងស្វែងយល់អំពីសេចក្ដីត្រូវការរបស់អតិថិជនគឺតម្រូវឱ្យអ្នកចំណាយពេលច្រើន ហើយចាំបាច់ណាស់សម្រាប់អ្នកដើម្បីបង្កើតអាជីវកម្មដ៏ជោគជ័យ។

១.១ បង្កើតគំនិតអាជីវកម្មជាក់លាក់

ប្រសិនបើអ្នកពុំទាន់គិតឃើញនូវគំនិតអាជីវកម្មល្អមួយនៅឡើយទេ អ្នកអាចយកពេលក្រឡេកទៅមើលបទពិសោធន៍ចាស់ៗដែលអ្នកធ្លាប់ធ្វើពីមុនដូចជា តើអ្នកចូលចិត្តធ្វើអ្វីនៅពេលទំនេរ? តើអ្នកចេះធ្វើអ្វីដែលប្លែកៗខុសពីគេដែរឬទេ? តើការធ្វើដំណើរកម្សាន្តឬលេងកីឡាផ្សេងៗអាចធ្វើឱ្យអ្នកមើលឃើញឬចាប់យកជំនាញណាមួយឬអត់? ចុះចំពោះការអាន បញ្ហាសង្គម? តើអ្នកធ្លាប់ចំណាយពេលច្រើនឆ្នាំលើមុខតំណែងណាមួយពីមុនមកដែរឬទេ? តើអ្នកមានជំនាញពិសេសឬទេពកោសល្យអ្វីឬអត?

ប្រសិនបើអ្នកអាចរកនរណាម្នាក់ដែលស្គាល់អ្នកច្បាស់ហើយសួរគេអំពីភាពខ្លាំង និងភាពខ្សោយរបស់អ្នក ពីព្រោះការធ្វើបែបនេះអាចជួយឱ្យអ្នកបង្កើតគំនិតអាជីវកម្មមួយដ៏សក្តិសមសម្រាប់អ្នក។

១.២ ការស្វែងយល់អំពីទីផ្សារ

ការសិក្សាអំពីទីផ្សារធ្វើឱ្យអ្នកយល់ច្បាស់អំពីសេចក្ដីត្រូវការនិងភាពចង់បានរបស់អតិថិជន ដែលធ្វើឱ្យអ្នកងាយស្រួលក្នុងការកំណត់ដំណើរការអាជីវកម្មដើម្បីបំពេញសេចក្ដីត្រូវការទាំងនោះ ហើយក៏ចាំបាច់ត្រូវដឹងអំពីដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកផងដែរថា តើគេមានចំណុចពិសេសអ្វីខ្លះដែលអាចធ្វើឱ្យគេឈរជើងនៅលើទីផ្សារបាន? បន្ទាប់ពីនោះអ្នកអាចដឹងអំពីការចំណាយលើដំណើរការអាជីវកម្មផងដែរ។ ប្រសិនបើអ្នកជាអតិថិជន តើអ្នកត្រូវគិតយ៉ាងណាចំពោះផលិតផលឬសេវាកម្មដែលអ្នកប្រុងនឹងបង្កើត? មានក្រុមហ៊ុនជាច្រើនដែលផ្ដល់សេវាកម្មពិគ្រោះយោបល់និងសិក្សាស្វែងយល់ពីទីផ្សារឱ្យអ្នក ប៉ុន្តែទាមទាឱ្យអ្នកចំណាយលុយច្រើនក្នុងការជួលពួកគេ។ ជម្រើសដ៏ល្អអ្នកគួរតែធ្វើវាដោយខ្លួនឯង ពីព្រោះអ្នកអាចទទួលបានបទពិសោធន៍ផ្ទាល់ចំពោះការស្វែងយល់អំពីទិន្នន័យនិងដឹងច្បាស់អំពីព័ត៌មានដែលជាប់ទាក់ទង។

១.៣ ការស្វែងរកគោលដៅទីផ្សារ

គោលបំណងមួយក្នុងការស្វែងយល់អំពីទីផ្សារ គឺដើម្បីស្វែងរកគោលដៅអតិថិជនដែលអ្នកគិតថាអតិថិជនអាចនឹងទិញផលិតផលឬសេវាកម្មអាជីវកម្មរបស់អ្នក ហើយអ្នកចាំបាច់ត្រូវប្រមូលទិន្នន័យរបស់អតិថិជននៅត្រង់ទម្រង់ពីរគឺ ទម្រង់ Demographics និងទម្រង់ Psychographics ។

ទម្រង់ Demographics អ្នកត្រូវដឹងអំពីអាយុ ភេទ ជាតិ សាសនា ការសិក្សា មុខរបរ ចំណូល ស្ថានភាពគ្រួសារនិងទីកន្លែងស្នាក់នៅ៖

- **ចំនួនប្រជាជននៅតាមតំបន់** ជាកត្តាចាំបាច់ក្នុងការកំណត់ទំហំនៃទីផ្សារ
- **អាយុ** ជាតួលេខមួយដែលអាចធ្វើការបែងចែកទំហំទីផ្សារ
- **ភេទ** ជាគោលដៅអតិថិជនដែលអាចបំពេញត្រូវការនិងភាពចាំបាច់របស់អតិថិជន
- **ជាតិ សាសនា** ជួយជម្រុញក្នុងការធ្វើទីផ្សារប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព
- **ស្ថានភាពគ្រួសារ** ជួយក្នុងការកំណត់ផលិតកម្មនិងតម្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជាន
- **កម្រិតសិក្សា មុខរបរ និងចំណូល** ជាកត្តាសំខាន់ក្នុងការផ្តល់ផលិតផល សេវាកម្ម និងតម្លៃសមស្របតាមអតិថិជននីមួយៗ។

ទម្រង់ Psychographics អ្នកត្រូវដឹងអំពីចរិតលក្ខណៈគោលដៅអតិថិជនរបស់អ្នកឱ្យបានច្បាស់លាស់ដូចជា៖

- **របៀបក្នុងការរស់នៅ** សំដៅទៅលើរបៀបរបបក្នុងការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃរបស់អតិថិជនដូចជាចំណង់ចំណូលចិត្ត ការគិត និងសកម្មភាពផ្សេងៗ
- **ចរិតលក្ខណ** តើអតិថិជនចូលចិត្តពាក់ព័ន្ធទៅលើអ្វីខ្លះដូចជា បញ្ហានយោបាយ បញ្ហាសង្គម បញ្ហាសិល្បៈ បញ្ហាបច្ចេកវិទ្យាជាដើម
- **ការតុបតែងខ្លួន** ការប្រើប្រាស់របស់របរប្រចាំកាយដែលអាចធ្វើឱ្យអ្នកកំណត់ពីស្ថានភាពគ្រួសាររបស់អតិថិជនបាន
- **ឥរិយាបថក្នុងការទិញ** តើអតិថិជនទិញផលិតផលឬសេវាកម្មខាងក្រៅ? មូលហេតុអ្វីខ្លះដែលនាំឱ្យអតិថិជនទិញផលិតផលឬសេវាកម្មខាងក្រៅ?

២-ការជ្រើសរើសឈ្មោះអាជីវកម្ម

បន្ទាប់ពីសម្រេចចិត្តលើប្រភេទអាជីវកម្មដែលអ្នកចង់បង្កើតរួចហើយ ដល់ពេលដែលអ្នកត្រូវជ្រើសរើសឈ្មោះដ៏សក្តិសមមួយសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ប្រសិនបើអ្នកជ្រើសរើសលើអាជីវកម្មប្រភេទការទិញសិទ្ធិផ្តាច់មុខ ឈ្មោះអាជីវកម្មរបស់អ្នកត្រូវតែដូចនឹងឈ្មោះរបស់អាជីវកម្មដើម។ ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសយកអាជីវកម្មដែលមានស្រាប់នៅលើទីផ្សារ អ្នកអាចរក្សាឈ្មោះដើមឬអាចផ្លាស់ប្តូរថ្មីទៅតាមការចង់បានរបស់អ្នក។ ដោយឡែកប្រសិនបើអ្នកចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មីដែលពុំទាន់មាននៅលើទីផ្សារ នោះអ្នកចាំបាច់ត្រូវបង្កើតឈ្មោះថ្មីមួយដោយខ្លួនឯង។

ការជ្រើសរើសឈ្មោះអាជីវកម្មគឺជារឿងសំខាន់ ពីព្រោះនៅពេលដែលអ្នកសម្រេចចិត្តដាក់ឈ្មោះជាសាធារណៈហើយមិនងាយស្រួលសម្រាប់អ្នកក្នុងការផ្លាស់ប្តូរឡើយ ហើយឈ្មោះអាជីវកម្មចាំបាច់ត្រូវតែបង្កប់អត្ថន័យនិងបង្ហាញអំពីគោលបំណងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

កត្តាមួយចំនួនដែលអាចជួយឱ្យអ្នកជ្រើសរើសឈ្មោះអាជីវកម្មដ៏សមស្របៈ

- **ជ្រើសរើសឈ្មោះដែលមានអត្ថន័យពេញលេញសម្រាប់គោលដៅទីផ្សារ** អាចធ្វើឱ្យអ្នកទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ខ្ពស់ពីគោលដៅអតិថិជន
- **ជៀសវាងការប្រើប្រាស់ពាក្យមិនមានន័យពេញលេញ** ពាក្យខ្លះស្តាប់មើលទៅគឺចាប់អារម្មណ៍និងមានលក្ខណៈប្លែកប៉ុន្តែមិនបានផ្តល់អត្ថន័យគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកឡើយ
- **ប្រើប្រាស់ឈ្មោះដែលបង្ហាញឱ្យងាយយល់ពីផលិតផលឬសេវាកម្ម** ដើម្បីឱ្យមានភាពងាយស្រួលដល់អតិថិជនក្នុងការដឹងអំពីគោលដៅនៃផលិតផលឬសេវាកម្មអាជីវកម្ម។
- **គិតអំពីរបៀបដាក់ឈ្មោះបង្ហាញដល់អតិថិជន** ដើម្បីផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់អតិថិជនក្នុងការចំណាំទៅលើផលិតផលឬសេវាកម្ម។
- **ការរៀបចំលើឈ្មោះដែលជ្រើសរើស** ពោលគឺអ្នកត្រូវដឹងថាឈ្មោះអាជីវកម្មមិនត្រូវវែងពេកទេ ប៉ុន្តែប្រសិនបើអាជីវកម្មរបស់អ្នកតម្រូវការដាក់ឈ្មោះវែង អ្នកអាចកំណត់អក្សរកាត់ដែលធ្វើឱ្យគ្រប់គ្នាងាយស្រួលយល់និងចំណាំបាន។

- **ប្រើឈ្មោះរបស់អ្នក** ប្រសិនបើអ្នកមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះនៅក្នុងសង្គមរួចជាស្រេច អ្នកអាចប្រើប្រាស់ឈ្មោះអ្នកផ្ទាល់ព្រោះមានភាពងាយស្រួលក្នុងការទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍។

អ្នកត្រូវគិតដល់ពេលអនាគត់ថាបើអ្នកចង់លក់អាជីវកម្មរបស់អ្នកបន្តទៅឱ្យអ្នកដទៃនោះការគ្រប់គ្រងនិងរបៀបរបបក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្មក៏មានភាពផ្លាស់ប្តូរដែរ ដូច្នេះអាចប៉ះពាល់ដល់កេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់អ្នក។

៣-ការជ្រើសរើសទីតាំងអាជីវកម្ម

ការជ្រើសរើសទីតាំងសម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្មគឺជារឿងដ៏ចាំបាច់មួយដែលអ្នកត្រូវសម្រេចចិត្តបន្ទាប់ពីការកំណត់ប្រភេទអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ចំណុចសំខាន់ក្នុងការធ្វើបែបនេះគឺអាចធ្វើឱ្យអ្នកបំពេញសេចក្តីត្រូវការនិងភាពងាយស្រួលដល់គោលដៅអតិថិជនបានយ៉ាងល្អ។ **ឧទាហរណ៍** ប្រសិនបើអ្នកបើកហាងលក់គ្រឿងបន្លាស់រថយន្តឬហាងផ្គត់ផ្គង់គ្រឿងសម្ភារៈសំណង់ អ្នកចាំបាច់ត្រូវរកកន្លែងណាដែលអតិថិជនមានភាពងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរក និងសុវត្ថិភាព។ ចំពោះក្រុមហ៊ុនឧស្សាហកម្មមួយចំនួនតែងតែជ្រើសរើសទីតាំងនៅធ្ងាយឬនៅតាមជនបទ ពីព្រោះមានភាពងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរកវត្ថុធាតុដើម កម្លាំងពលកម្ម និងតម្លៃជួលឬតម្លៃទីតាំងមានកម្រិតទាប។

៣.១ ការវាយតម្លៃលើទីតាំងអាជីវកម្ម

ចំណុចដែលធ្វើឱ្យអ្នកមានភាពងាយស្រួលក្នុងការវាយតម្លៃលើការជ្រើសរើសទីតាំងឱ្យបានសមស្របមានដូចជា៖

- **ទីផ្សារ** អ្នកគួរតែចាប់យកទីតាំងមួយដែលអាចផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់គោលដៅអតិថិជន។ ការគិតអំពីផ្លូវថ្នល់ ចរាចរណ៍ ចំនួនមនុស្ស និងភាពអ៊ូអរនៅក្នុងតំបន់រួមទាំងសុវត្ថិភាពក្នុងការធ្វើដំណើរអាចធ្វើឱ្យអ្នកជ្រើសរើសយកទីតាំងមួយដែលផ្តល់ទំនុកចិត្តនិងភាពងាយស្រួលដល់អតិថិជន។
- **ដៃគូប្រកួតប្រជែង** សហគ្រិនមួយចំនួនជំព្យាយាមជ្រើសរើសទីតាំងដែលឆ្ងាយពីដៃគូប្រកួតប្រជែងដោយសង្ឃឹមថានឹងអាចប្រមូលបានអតិថិជនច្រើន ប៉ុន្តែសម្រាប់ហាងលក់គ្រឿងបន្លាស់រថយន្ត ឬហាងផ្គត់ផ្គង់សម្ភារៈគ្រឿងសំណង់ទទួលបានអតិថិជនច្រើន នៅពេលដែលជ្រើសរើសយកទីតាំងកៀកៗគ្នាទៅវិញ រីឯខ្លះទៀតត្រូវសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសយកទីតាំងដែលនៅជិតតំបន់ធ្វើការធំៗ ដូចជា មន្ទីរពេទ្យ ក្លឹបមេធាវី តុលាកាជាដើមដែលអាចផ្តល់ភាពវិជ្ជមានដល់អាជីវកម្ម។
- **ប្រភពនៃការផ្គត់ផ្គង់** រោងចក្រឬសហគ្រាសមួយចំនួនត្រូវជ្រើសរើសទីតាំងដែលនៅជិតកន្លែងផ្គត់ផ្គង់វត្ថុធាតុដើមព្រោះអាចធ្វើឱ្យកាត់បន្ថយការចំណាយលើការដឹកជញ្ជូននិងពេលវេលា។
- **កម្លាំងពលកម្ម** ទីតាំងមួយចំនួនអាចធ្វើឱ្យអ្នកពិបាកក្នុងការស្វែងរកកម្លាំងពលកម្មសម្រាប់ដំណើរអាជីវកម្ម។
- **តម្លៃ** ការជួលទីតាំងដែលមានតម្លៃទាបមិនអាចធានាបានថាជាកន្លែងដែលល្អបានទេព្រោះអ្នកត្រូវដឹងថាហេតុអ្វីបានជាមានតម្លៃទាប? ហេតុអ្វីបានជាគ្មានអ្នកជួល?
តើកន្លែងនឹងទំនេរយូរប៉ុណ្ណាហើយ? ហេតុអ្វីបានជាម្ចាស់មុនសុខចិត្តផ្លាស់ប្តូរទីតាំង?
ម៉្យាងទៀតអ្នកត្រូវដឹងថាតើវាអាចឱ្យអ្នកពង្រីកអាជីវកម្មរបស់អ្នកនៅថ្ងៃអនាគតដែរឬទេ?
- **ផ្សារទំនើប** ការជួលស្តង់នៅក្នុងផ្សារទំនើបអាចជាគំនិតល្អ មួយដោយអ្នកមិនចាំបាច់គិតអំពីកន្លែងចតយានយន្តជាមួយនឹងភាពងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរកអតិថិជន។

៣.២ ច្បាប់ក្នុងការជួលទីតាំង

ការជួលត្រូវបាបធ្វើឡើងតាមផ្លូវច្បាប់រវាងម្ចាស់ទីតាំងនិងអ្នកជួល។ មុនពេលអ្នកសម្រេចចិត្តចុះកិច្ចសន្យា អ្នកត្រូវផ្ទៀងផ្ទាត់និងត្រួតពិនិត្យឱ្យបានត្រឹមត្រូវជាមួយនឹងមេធាវីរបស់អ្នកឬអ្នកច្បាប់ណាម្នាក់ដើម្បីឱ្យ

ប្រាកដថាឯកសារត្រូវបានរៀបចំត្រឹមត្រូវនិងមិនមានបញ្ហាទៅថ្ងៃខាងមុខ។ អ្នកត្រូវវិភាគថាតើតម្លៃនៃការជួលមានបូកបញ្ចូលជាមួយនឹងអ្វីខ្លះដូចជាពន្ធដារ ធានារ៉ាប់រង ការជួសជុល សន្តិសុខ ជាដើមថា តើតម្លៃក្នុងការជួលសក្តិសមទៅនឹងការផ្តល់ឱ្យរបស់ម្ចាស់ទីតាំងដែរឬទេ? ម្យ៉ាងទៀតដើម្បីជាប្រយោជន៍របស់អ្នក ត្រូវដឹងថាតើអ្នកអាចមានសិទ្ធិក្នុងការជួលកន្លែងដែលទំនេរទៅឱ្យក្រុមហ៊ុនដទៃទៀត ឬ អត់ក្នុងករណីដែលអ្នកមិនបានប្រើវា។

តារាងវិភាគលើទីតាំង

Location Analysis Worksheet

ទីតាំង	....
ឈ្មោះនិងលេខម្ចាស់ទីតាំង	....
តម្លៃក្នុង១ម៉ែត្រការ៉េ	....
ប្រវត្តិនៃទីតាំង	....
ទំនាក់ទំនងគោលដៅអតិថិជន	....
ចរាចរណ៍សម្រាប់អតិថិជន	....
ចរាចរណ៍សម្រាបអ្នកផ្គត់ផ្គង់	....
កន្លែងចតយានយន្ត	....
កម្រិតសុវត្ថិភាព	....
សេវាសាធារណៈនៅជិត	....
ភាពរកបានវត្ថុធាតុដើម	....
តម្លៃកម្លាំងពលកម្ម	....
តម្លៃពន្ធដារនៃទីតាំង	....
អាជីវកម្មនៅជិត	....
ប្រៀបធៀបដៃគូប្រកួតប្រជែង	....

៤-ការជ្រើសរើសទម្រង់នៃច្បាប់អាជីវកម្ម

ទម្រង់នៃច្បាប់អាជីវកម្មត្រូវបានបែងចែកជាច្រើនប្រភេទអាស្រ័យទៅតាមប្រទេស និងតំបន់ផ្សេងៗគ្នា ប៉ុន្តែនៅក្នុងទម្រង់នៃច្បាប់អាជីវកម្មយើងយកមកសិក្សាពីរចំណុចគឺ សហគ្រាសឯកជន និងដៃគូអាជីវកម្ម។

៤.១ សហគ្រាសឯកជន

សហគ្រាសឯកជនគឺជាទម្រង់អាជីវកម្មមួយប្រភេទដែល គ្រប់គ្រងដោយបុគ្គលិកម្នាក់ឬម្ចាស់សម្រេចដំណើរការអាជីវកម្មមានតែម្នាក់ដែលធ្វើឱ្យមានភាពងាយស្រួល ក្នុងដំណើរការប្រព្រឹត្តទៅនៃច្បាប់អាជីវកម្ម។

គុណសម្បត្តិ៖

- **ភាពងាយស្រួលក្នុងការចាប់ផ្តើម** ដោយអ្វីៗសម្រេចចេញពីមនុស្សតែម្នាក់។

- **ម្ចាស់លើប្រាក់ចំណេញទាំងមូល** ប្រាក់ចំណាយនិងចំណេញត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយមនុស្សតែម្នាក់។
- **ការចំណាយតិចបំផុត** ក្នុងការចុះឈ្មោះអាជីវកម្ម សិទ្ធិអាជ្ញាបណ្ណ និងថ្លៃពន្ធដារ ប៉ុន្តែអាស្រ័យទៅតាមទីតាំងនៃអាជីវកម្ម។
- **មានសិទ្ធិគ្រប់យ៉ាងក្នុងការសម្រេច** លើការសម្រេចចិត្តណាមួយនៃដំណើរការអាជីវកម្ម

គុណវិបត្តិ៖

- **អ្នកជាមនុស្សតែម្នាក់** ដែលត្រូវទទួលរ៉ាប់រងរាល់ការចំណាយនិងការខាតបង់របស់អាជិវកម្ម។
- **ការខ្វះខាតដើមទុន** ប្រសិនបើអាជីវកម្មត្រូវការចំណាយពេលយូរដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណូលលុះត្រាតែអ្នកមានដើមទុនគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ទំនុកបម្រុង។
- **សក្តានុពលក្នុងការលូតលាស់មានកំណត់** ដោយការគ្រប់គ្រងនិងការសម្រេចចិត្តគឺអ្នកតែម្នាក់ឯងដែលជាអ្នកសម្រេចនោះការលូតលាស់ក៏អាស្រ័យទៅលើសមត្ថភាពនិងចំណេះដឹងរបស់អ្នក។
- **ការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់** ម្ចាស់គ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ត្រូវរ៉ាប់រងរាល់ការសម្រេចចិត្តនានា ការរៀបចំគម្រោងទីផ្សារ ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក និងការទំនាក់ទំនង ជាមួយអតិថិជន។

៤.២ ដៃគូអាជីវកម្ម

ដៃគូអាជីវកម្ម គឺជាការសហការគ្នាតាមផ្លូវច្បាប់រវាងមនុស្សពីរនាក់ឬច្រើននាក់ ដើម្បីរួមគ្នាគ្រប់គ្រង់អាជីវកម្មមួយ។ ជាទូទៅការជ្រើសរើសដៃគូសហការគឺ ដើម្បីស្វែងរកមនុស្សមកបំពេញចន្លោះខ្វះខាតរបស់អ្នក ហើយការបែងចែកការគ្រប់គ្រងទៅលើអាជីវកម្មជាវិធីមួយ ក្នុងការប្រមូលដើមទុន ដើម្បីភាពលូតលាស់របស់អាជីវកម្ម។

គុណសម្បត្តិ៖

- **ងាយស្រួលក្នុងការចាប់ផ្តើម** ប្រសិនបើប្រៀបធៀបជាមួយសាជីវកម្ម ដំណើរការនៃប្រភេទអាជីវកម្មនេះមានភាពងាយស្រួលច្រើនជាង ព្រោះសហគ្រិនចូលរួមតិចដែលធ្វើឱ្យដំណើរការរៀបចំទៅតាមផ្លូវច្បាប់ក៏មានភាពងាយស្រួលផងដែរ។
- **ការរួមចំណែកក្នុងការទទួលខុសត្រូវ** ការគ្រប់គ្រងដោយមនុស្សពីរនាក់ប្រសើរជាងការគ្រប់គ្រងដោយមនុស្សតែម្នាក់ ពីព្រោះការងារត្រូវបានចែករំលែក អ្នកអាចពិគ្រោះយោបល់គ្នា ដែលជួយសម្រាលបន្ទុកបានយ៉ាងច្រើន។
- **កំណើននៃភាពលូតលាស់ខ្ពស់** ដៃគូសហការអាចជួយឱ្យអ្នកទទួលបានដើមទុន កាន់តែច្រើនសម្រាប់ពង្រីកអាជីវកម្មដូចជាទេពកោសល្យ ជំនាញ និងគំនិតល្អៗ របស់ដៃគូសហការដែលអាចផ្តល់ផលវិជ្ជមានដល់ការរីកលូតលាស់របស់អាជីវកម្ម។

គុណវិបត្តិ៖

- **អ្នកជាមនុស្សតែម្នាក់ដែលត្រូវទទួលរ៉ាប់រងការខាតបង់អាជីវកម្ម** ពីព្រោះដៃគូសហការគ្រាន់តែជាអ្នកវិនិយោគដោយគ្រាន់តែជួយគ្រប់គ្រងមួយផ្នែកតូច ប៉ុន្តែអ្នកវិញជាម្ចាស់អាជីវកម្មផ្ទាល់។
- **លំបាកក្នុងការទទួលដើមទុនធំ** ពោលគឺអាស្រ័យ ទៅលើទ្រព្យសម្បត្តិរបស់អ្នក និងដៃគូសហការផ្ទាល់។
- **មានការលំបាកក្នុងការលក់ភាគហ៊ុនរបស់ដៃគូសហការ** ពោលគឺអ្នកត្រូវគោរពទៅតាមកិច្ចព្រមព្រៀងដៃគូអាជីវកម្មឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។
- **ទទួលខុសត្រូវក្នុងពេលក្ស័យធន់** ពោលគឺដៃគូសហការណាឬម្ចាស់អាជីវកម្មណាដែលផ្គត់ផ្គង់ដើមទុនច្រើនក៏ត្រូវខាតបង់ច្រើន ដែរក្នុងករណីអាជីវកម្មមិនទទួលបានជោគជ័យ
- **ការទទួលខុសត្រូវរបស់ដៃគូសហការ** ត្រូវជ្រើសរើសដៃគូដែលអ្នកទុកចិត្តនិងជឿជាក់ថាអាចជួយឱ្យអាជីវកម្មរីកលូតលាស់បានព្រោះការសម្រេចចិត្តទាំងស្រុង របស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានផ្តល់សិទ្ធិឱ្យដៃគូក្នុងការសម្រេចចិត្ត។
- **ប្រាក់ចំណេញ** ចំនួនប្រាក់ចំណេញត្រូវបែងចែកឱ្យដៃគូសហការតាមកិច្ចព្រមព្រៀង។

សំណួរ

១. តើទម្រង់នៃច្បាប់អាជីវកម្មជាអ្វី?

២. តើសហគ្រាសឯកជនជាអ្វី?

៣. តើដៃគូអាជីវកម្មជាអ្វី?

៤. ហេតុអ្វីបានជាអ្នកត្រូវស្វែងយល់អំពីទីផ្សារ? តើអ្នកត្រូវប្រមូលទិន្នន័យពីអតិថិជនក្នុងទម្រង់អ្វីខ្លះ?

៥. តើទម្រង់ Demographics និងទម្រង់ Psychographics មានអ្វីខ្លះ?

៦. តើកត្តាអ្វីខ្លះដែលធ្វើឱ្យអ្នកជ្រើសរើសឈ្មោះអាជីវកម្មបានសមស្រប?

៧. ហេតុអ្វីបានជាអ្នកចាំបាច់ត្រូវជ្រើសរើសឈ្មោះអាជីវកម្ម?

៨. តើចំណុចណាខ្លះដែលធ្វើឱ្យអ្នកមានភាពងាយស្រួលវាយតម្លៃក្នុងការជ្រើសរើសទីតាំងប្រកបដោយភាពជោគជ័យ?

៩. ហេតុអ្វីបានជាចាំបាច់ត្រូវធ្វើការជ្រើសរើសទីតាំងសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក?

១០. តើសហគ្រាសឯកជនមានគុណសម្បត្តិនិងគុណវិបត្តិអ្វីខ្លះ? ចូររៀបរាប់ពីចំណុចនីមួយៗ

១១. តើដៃគូអាជីវកម្មមានគុណសម្បត្តិនិងគុណវិបត្តិអ្វីខ្លះ? ចូររៀបរាប់ពីចំណុចនីមួយៗ។

ជំពូក ២ ប្រភេទអាជីវកម្ម

មេរៀនទី ១ បុគ្គលិកលក្ខណៈអាជីវកម្ម

គោលការណ៍ការបែកចែកទំហំនៃអាជីវកម្មត្រូវបានកំណត់យកអាជីវកម្មមាន ៣ កម្រិតគឺៈ

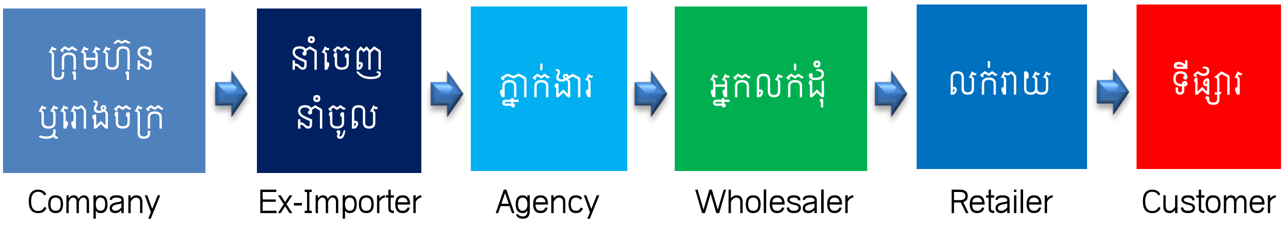
- អាជីវកម្មធនតូច ឬអាជីវកម្មខ្នាតតូច ជាប្រភេទអាជីវកម្មដែលកើតឡើងដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋានពីរយ៉ាងរួមមានចំនួនបុគ្គលិកចាប់ពី ១០-៥០ នាក់ និងទុនអចល័តចាប់ពី ៥-២៥ ម៉ឺនដុល្លាសហរដ្ឋអាមេរិក។
- អាជីវកម្មធនមធ្យម ឬអាជីវកម្មខ្នាតមធ្យម ជាប្រភេទអាជីវកម្មដែលកើតឡើងដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋានពីរយ៉ាងរួមមានចំនួនបុគ្គលិកចាប់ពី ៥០-១០០ នាក់ និងទុនអចល័តចាប់ពី ២៥-៥០ ម៉ឺនដុល្លាសហរដ្ឋអាមេរិក។
- អាជីវកម្មធនធំ ឬអាជីវកម្មខ្នាតធំ ជាប្រភេទអាជីវកម្មដែលកើតឡើងដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋានពីរយ៉ាងរួមមានចំនួនបុគ្គលិកចាប់ពី ១០០ នាក់ឡើងទៅ និងទុនទ្រព្យលើសពី ៥០ ម៉ឺនដុល្លាសហរដ្ឋអាមេរិក។

១-ប្រភេទអាជីវកម្ម

អាជីវកម្មមានច្រើនប្រភេទ ហើយអ្នកត្រូវស្វែងយល់អំពីប្រភេទអាជីវកម្មនីមួយៗឱ្យបានត្រឹមត្រូវ មុននឹងចាប់ផ្ដើមធ្វើអាជីវកម្មណាមួយ និងមានការជ្រើសរើសឱ្យបានត្រឹមត្រូវ ទើបដំណើរការអាជីវកម្មប្រកបដោយភាពជោគជ័យ។ នៅក្នុងអត្ថបទនៃមេរៀននេះអ្នកនឹងយល់អំពីប្រភេទអាជីវកម្មដែលធ្វើឱ្យអ្នកមានការយល់ឃើញ និងមានគំនិតដ៏ត្រឹមត្រូវក្នុងការចាប់ផ្ដើមធ្វើអាជីវកម្ម។ ប៉ុន្តែប្រភេទអាជីវកម្មមិនមែនជួយឱ្យអ្នកបានជោគជ័យទេដោយគ្រាន់តែជួយឱ្យអ្នកជ្រើសរើសបានត្រឹមត្រូវ ហើយប្រសិនបើអ្នកចង់ជោគជ័យអ្នកត្រូវខិតខំអភិវឌ្ឍសមត្ថភាព និងធ្វើអាជីវកម្មឱ្យកាន់តែខ្លាំងខ្លា។

១.១ អាជីវកម្មបែបពាណិជ្ជកម្ម

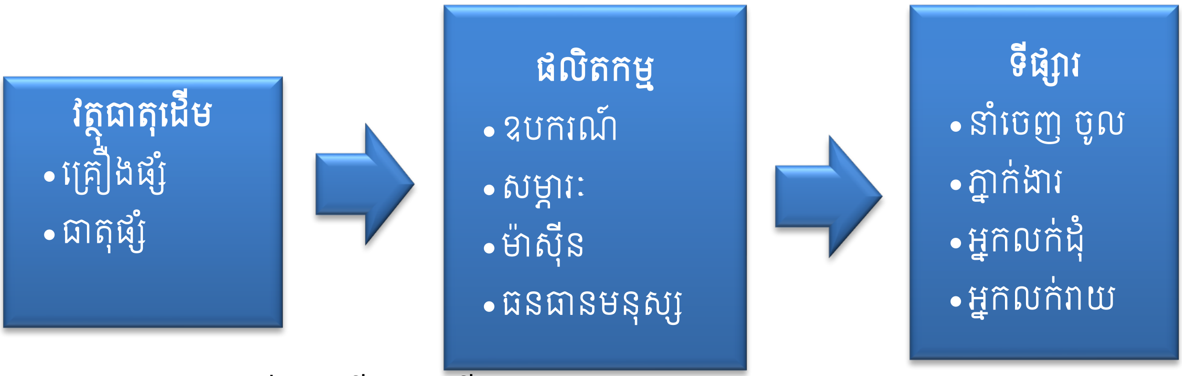
អាជីវកម្មបែបពាណិជ្ជកម្ម គឺជាអាជីវកម្មទិញ លក់ដោយអ្នកអាចទិញទំនិញពីរោងចក្រ ឬក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់ ហើយយកមកលក់ ឬលក់រាយទៅឱ្យអតិថិជន។ អ្នកមិនចាំបាច់ផលិតទំនិញទេ ដោយគ្រាន់តែចាំមើលរោងចក្រផលិតរួចទិញយកមកលក់តែម្ដង ឬយកប៉ាន់ ឬគំរូទៅកម្ម៉ង់ឱ្យរោងចក្រផលិតដើម្បីទទួលយកមកលក់។



- **អ្នកនាំចេញ នាំចូល (Importer-Exporter)** ជាអ្នកនាំទំនិញចេញពីរោងចក្រឬក្រុមហ៊ុនចូលទៅប្រទេសណាមួយ ហើយអ្នកត្រូវធ្វើជាអ្នកនាំចេញ នាំចូលត្រូវចំណាយដើមទុនធំជាពិសេសចំណាយទៅលើការទិញស្តុក និងការដឹកជញ្ជូន។
- **ភ្នាក់ងារ (Agency)** ជាភ្នាក់ងារដែលទទួលការកម្ម៉ង់ពីអតិថិជន ហើយភ្នាក់ត្រូវបានធ្វើការកម្ម៉ង់បន្ត (ជាអ្នកលក់ដុំឬអ្នកលក់រាយ)។
- **អ្នកលក់ដុំ (Wholesaler)** អ្នកលក់ដុំអាចទិញទំនិញផ្ទាល់ពីរោងចក្រឬក្រុមហ៊ុន ហើយទើបយករកម៉ូយលក់ដុំឬចាត់ចែងលក់រាយ។
- **អ្នកលក់រាយ (Retailer)** ជាអ្នកទិញទំនិញបន្តពីអ្នកលក់ដុំ ហើយយកទៅចាត់ចែងលក់បន្តទៅឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ឬអតិថិជន។ ជាទូទៅអ្នកលក់ដែលមានដើមទុនតិចតួចហើយត្រូវការចំណេញត្រឡប់មកវិញដោយការចាប់ផ្តើមពីអាជីពលក់រាយ។

១.២ អាជីវកម្មបែបផលិតកម្ម

អាជីវកម្មបែបផលិតកម្ម គឺជាប្រភេទអាជីវកម្មដែលអ្នកត្រូវស្វែករកវត្ថុធាតុដើមឱ្យបានគ្រប់ចំនួន (គ្រឿងផ្សំឬធាតុផ្សំ) ហើយយកមកចូលក្នុងផលិតកម្ម (រោងចក្រ ក្រុមហ៊ុន សិប្បកម្ម ឬរោងផលិត) ដើម្បីឱ្យបានចេញជាផលិតផលក្នុងការផ្គត់ផ្គង់លើទីផ្សារ (ទីផ្សារសំដៅលើអ្នកនាំចេញ នាំចូល ភ្នាក់ងារ អ្នកលក់ដុំ អ្នកលក់រាយ)។



នៅពេលដែលអ្នកចង់ចាប់ផ្តើមធ្វើអាជីវកម្មបែបផលិតកម្មអ្នកត្រូវគិតអំពីៈ

- **ទីផ្សារ (Marketing)** តើនៅលើទីផ្សារកំពុងមានត្រូវការអ្វី? ប្រហែលជាមានទំនិញច្រើនប្រភេទប៉ុន្តែនៅក្នុងចំណោមទំនិញទាំងនោះ តើមានទំនិញអ្វីដែលត្រូវការជាងគេ? ប្រសិនបើអ្នកកំណត់បានថាទំនិញណាត្រូវការខ្លាំងជាងគេ នោះអ្នកត្រូវរិះរកវិធីដើម្បីផលិតទំនិញទាំងនោះ។ ថ្វីត្បិតតែនៅលើទីផ្សារមានទំនិញច្រើនប្រភេទក៏ពិតមែន ប៉ុន្តែទំនិញដែលអ្នកចេះផលិត ឬផលិតបាននោះអត់ទាន់មាននៅលើទីផ្សារនៅឡើយទេ
  ដូច្នេះអ្នកត្រូវចាប់ផ្តើមផលិតភ្លាមដើម្បីបំពេញតម្រូវការនៅលើទីផ្សារ។
- **វត្ថុធាតុដើម** ស្វែងយល់ ឬស្វែងរកវត្ថុធាតុដើមដែលអ្នកត្រូវយកមកផលិត តើវាគ្រប់គ្រាន់ទៅតាមតម្រូវការនៅលើទីផ្សារឬទេ? ប្រយ័ត្នខ្វះ! ឬផ្គត់ផ្គង់មិនគ្រប់នៅរដូវកាលមួយដែលធ្វើឱ្យអ្នកមានការខកខានក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម ឬធ្វើឱ្យរាំងស្ទះដំណើរការទំនាក់ទំនងអតិថិជន ឬអតិថិជនខកចិត្តដែលជាហេតុនាំឱ្យរាំងស្ទះដំណើរការអាជីវកម្ម

- **ផលិតកម្ម** គឺជាដំណើរការផលិតទំនិញដើម្បីលក់នៅលើទីផ្សារនៅពេលដែលអ្នកនិយាយដល់ផលិតកម្មគឺនិយាយអំពីកត្តាចូលរួមទាំងឡាយដែលអាចធ្វើឱ្យដំណើរការផលិតចេញជាផលិតផលបាន ហើយកត្តាផលិតកម្មមានដូចជាឧបករណ៍ សម្ភារៈ ទីកន្លែង រោងចក្រ គ្រឿងម៉ាស៊ីន។ល។ ផលិតកម្មមានទ្រង់ទ្រាយជា រោងចក្រ រោងសិប្បកម្ម រោងពុម្ព ហើយមានដូចជារោងចក្រផលិតគ្រឿងសង្ហារិម ផលិតឥដ្ឋ រោងបោះពុម្ពក្រដាសឬសៀវភៅ។ល។

១.៣ អាជីវកម្មបែបសេវាកម្ម

ផលិតផល គឺជាទំនិញដែលមានរូបរាងច្បាស់លាស់ ទំហំពិតប្រាកដ បរិមាណជាក់លាក់ ហើយសេវាកម្មគឺគ្មានរូបរាង ពណ៌ ក្លិន សម្បុរអ្វីទេ ហើយអាជីវកម្មបែបសេវកម្មមានដូចជា ការបង្រៀន ការដឹកជញ្ជូន ការជួសជុល ការរៀបចំគេហដ្ឋាន អនាម័យបោសសម្អាត ឬការផ្តល់ប្រឹក្សាពិគ្រោះយោបល់ផ្សេងៗ។

- **ធនធានចាប់ផ្តើម:** ថ្វីត្បិតតែអ្នកចាប់ផ្តើមធ្វើអាជីវកម្មបែបសេវាកម្មក៏ពិតមែន ប៉ុន្តែអ្នកត្រូវមានធនធានចាប់ផ្តើមសម្រាប់ផលិតសេវាកម្មឱ្យបានត្រឹមត្រូវមុននឹងចាប់ផ្តើមបម្រើសេវាកម្មដូចជា ការបើកហ្គារ៉ាស់ជួសជុលរថយន្តត្រូវត្រៀមសម្ភារៈនិងគ្រឿងបន្លាស់រថយន្ត ការបើកសាលារៀនត្រូវត្រៀមតុកៅអីក្តាខៀន ការបើកសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនត្រូវត្រៀមទីកន្លែងសម្រាប់ចតនិងទទួលឡានដឹកអ្នកដំណើរ។ល។
- **ទីផ្សារនៃសេវាកម្ម** បន្ទប់ពីរៀបចំសម្ភារៈសម្រាប់បម្រើការសេវាកម្មទៅដល់អតិថិជនរួច អ្នកត្រូវរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីស្វែងរកអតិថិជនពីព្រោះប្រសិនបើគ្មានអតិថិជន អ្នកមិនអាចបម្រើសេវាកម្មបានឡើយ ហើយអាជីវកម្មបែបសេវាកម្មមានលក្ខណៈខុសពីអាជីវកម្មបែបផលិតកម្មត្រង់អ្នកត្រូវស្វែងរកអតិថិជនមកទិញសេវាកម្ម របស់អ្នកឱ្យបានមុនពេល ដែលសេវាកម្មរបស់អ្នកត្រូវបានចាប់ផ្តើម។
- **សេវាកម្ម** អាជីវកម្មបែបសេវាកម្ម គឺជាការប្រើប្រាស់ធនធានផ្ទាល់ខ្លួនជាមួយឧបករណ៍ ឬសម្ភារៈដែលចាំបាច់ប្រើប្រាស់ក្នុងអាជីវកម្មដោយអ្នកត្រូវចំណាយកម្លាំងកាយ កម្លាំងចិត្ត និងគំនិតជាច្រើនដើម្បីបម្រើអតិថិជនតាមតម្រូវការ និងដើម្បីធ្វើឱ្យអតិថិជនពេញចិត្តសេវាកម្មក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ សេវាកម្មត្រូវបានចាត់ទុកថាល្អប្រសើរត្រូវមានលក្ខណៈដូចជា លឿនរហ័សទាន់ចិត្ត ស្រួល សុវត្ថិភាព ច្បាស់លាស់ ទំនាក់ទំនងល្អ ស្អាតទាន់សម័យ ដែលអាចបំពេញតាមការកម្ម៉ង់របស់អតិថិជនបាន។

១.៤ អាជីវកម្មបែបអេឡិចត្រូនិច (E-Commerce)

អាជីវកម្មបែបអេឡិចត្រូនិច គឺជាការធ្វើអាជីវកម្មតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេតដោយប្រើប្រាស់ឧបករណ៍អេឡិចត្រូនិចនិងបង្កើតគេហទំព័រណាមួយដើម្បីបញ្ជូនទិន្នន័យនៃផលិតផល ឬសេវាកម្ម ហើយធ្វើការផ្សព្វផ្សាយអំពីគេហទំព័រដើម្បីឱ្យមនុស្សបានដឹងស្គាល់ និងចូលទស្សនាបានច្រើន។ ប្រសិនបើអ្នកទស្សនាមានការពេញចិត្ត នោះនាំឱ្យមានការបញ្ជាទិញតាមប្រព័ន្ធអនឡាញនិងទូទាត់សាច់ប្រាក់តាមគណនីធនាគាររបស់អតិថិជន។

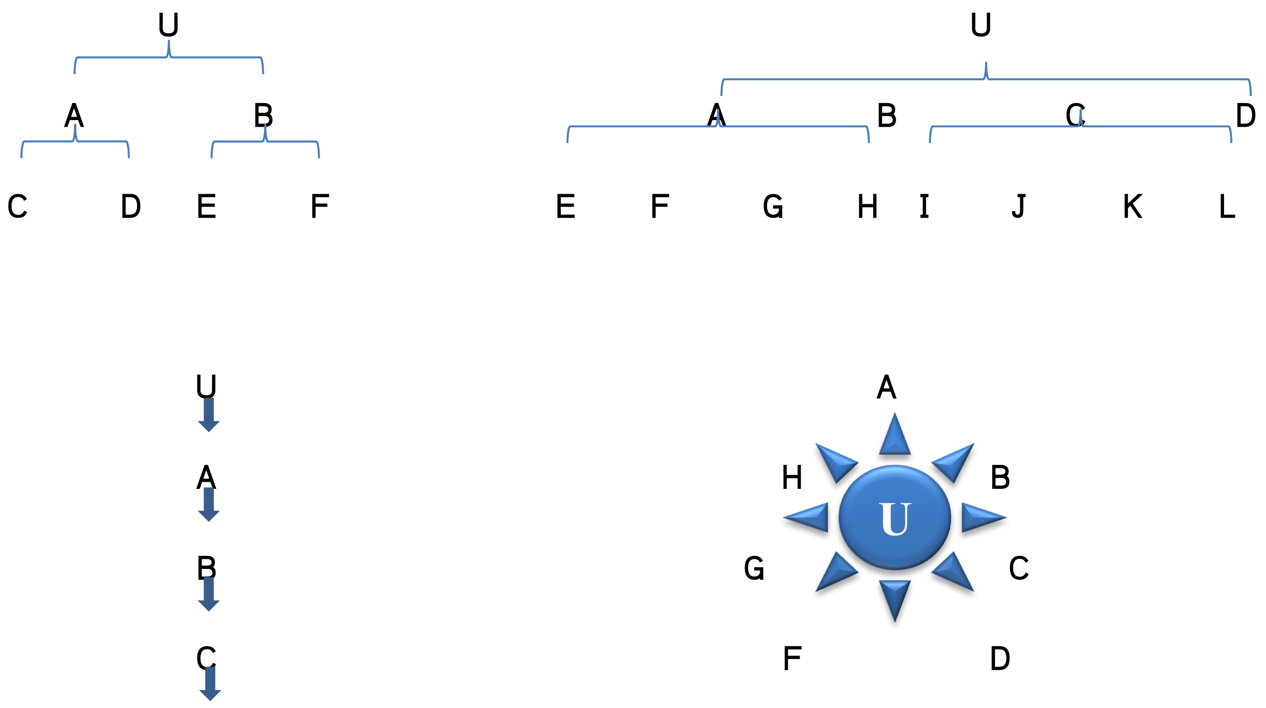
- **ធនធានចាប់ផ្តើម** ធនធានចាប់ផ្តើមនៃអាជីវកម្មបែបអេឡិចត្រូនិចអាស្រ័យលើជម្រើសរបស់អ្នកដែលមានពីរជម្រើសរួមមាន ជម្រើសទី១ អ្នកបង្កើតគេហទំព័រដើម្បីលក់ផលិតផលឱ្យក្រុមហ៊ុនដទៃ និងជម្រើសទី២ អ្នកបង្កើតគេហទំព័រដើម្បីលក់ផលិតផលផ្ទាល់ខ្លួន។ ប្រសិនបើអ្នកលក់ផលិតផលឱ្យក្រុមហ៊ុនដទៃអ្នកត្រូវចំណាយដើមទុនតិច ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកលក់ផលិតផលផ្ទាល់ខ្លួនអ្នកត្រូវចំណាយដើមទុនច្រើន។
- **គេហទំព័រ** អ្នកត្រូវបង្កើតគេហទំព័រឱ្យល្អត្រឹមត្រូវនិងមានសុវត្ថិភាពធំទូលាយដែលមានល្បឿនលឿនងាយស្រួលដំណើរការអាជីវកម្មនិងមិនឱ្យទាស់ចិត្តដល់អតិថិជន។ អ្នកត្រូវជួលមនុស្សដែលមានជំនាញបច្ចេកវិទ្យា ព័ត៌មានវិទ្យាច្បាស់លាស់ដែលអាចបញ្ចូលរូបភាពទៅក្នុងគេហទំព័រឱ្យបានត្រឹមត្រូវនិងទាន់សម័យកាល ហើយត្រូវមានបុគ្គលិកផ្នែកផ្សេងៗទៀត។
- **ទីផ្សារ** អ្នកត្រូវផ្សព្វផ្សាយគេហទំព័ររបស់អ្នកឱ្យបានទូលំទូលាយ គ្រប់វិធីគ្រប់មធ្យោបាយ ពីព្រោះកាលណាមនុស្សស្គាល់កាន់តែច្រើន អត្រានៃភាពជោគជ័យរបស់អ្នកក៏កើតមានកាន់តែច្រើនផងដែរ។ អ្នកត្រូវបង្កើតកម្មវិធីសម្បូរបែបដើម្បីទាក់ទាញមនុស្សចូលមកទស្សនានូវគេហទំព័ររបស់អ្នក ព្រោះថាទោះជាមានមនុស្សចូលមកទស្សនាច្រើនក៏ពិតមែន អ្នកចូលទិញមិនច្រើនទេ ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកគិតអំពីអត្រានៃភាពជោគជ័យ មានច្រើនពីព្រោះអ្នកអាចទាក់ទាញមនុស្សចូលទស្សនាបានច្រើនក្នុងពេលតែមួយ។

១.៥ អាជីវកម្មបែបទីផ្សារបណ្ដាញ (Network Marketing)

នៅសតវត្សរ៍ទី២១ អាជីវកម្មបែបទីផ្សារបណ្ដាញបានវាយលុក និងពេញនិយមយ៉ាងខ្លាំងដោយសារតែមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយឬចែកចែកផលិតផលទៅលើទីផ្សារ ហើយអ្នកដែលមានបំណងចង់ចូលរួមធ្វើអាជីវកម្មប្រភេទនេះដោយមិនចាំបាច់ចំណាយដើមទុនធំ និងមិនចាំបាច់ទិញផលិតផលស្តុកទុកក្នុងឃ្លាំងនោះទេ គឺគ្រាន់តែបង់ប្រាក់ចុះឈ្មោះចូលរួមជាសមាជិក ទិញផលិតផលយកមកប្រើប្រាស់ឱ្យមានការជឿជាក់ខ្លួនឯង ហើយណែនាំសាច់ញ្ញាតិ មិត្តភក្តិមកធ្វើជាដៃគូអាជីវកម្មនោះពួកគេនឹងទទួលបានប្រាក់ចំណេញ ពីព្រោះកាលណាពួកគេមានដៃគូច្រើន និងអតិថិជនទិញផលិតផលតាមក្រោយកាន់ច្រើន ការទទួលបានប្រាក់ចំណេញក៏កាន់តែច្រើន។

- **ក្រុមហ៊ុន** គឺជាអ្នកមានផលិតផលផ្ទាល់ខ្លួន ឬជារបស់ដៃគូសហការ ហើយក្រុមហ៊ុនត្រូវបានបង្កើតប្រព័ន្ធមួយដែលអាចធ្វើឱ្យអតិថិជនទាំងអស់ក្លាយជាដៃគូ ឬគ្រាន់តែជាសមាជិកទិញផលិតផលប៉ុណ្ណោះ ប៉ុន្តែប្រព័ន្ធនេះអាចផ្តល់ប្រាក់ចំណេញដ៏ច្រើនសន្ធឹកសន្ធាប់ដល់ដៃគូ ឬអតិថិជន។
- **ប្រព័ន្ធ** អ្នកដែលចង់ធ្វើទីផ្សារបណ្ដាញត្រូវទិញសិទ្ធិចុះឈ្មោះជាសមាជិកសិន និងទិញផលិតផលប្រើប្រាស់ខ្លួនឯងសិន រួចធ្វើការណែនាំបន្តដល់ដៃគូ ឬអតិថិជន ហើយដៃគូ ឬអតិថិជននឹងធ្វើការណែនាំបន្តដូចរូបអ្នកដែរដោយអ្នកចូលជាសមាជិកមុនចំណេញលុយមុន អ្នកចូលក្រោយចំណេញលុយក្រោយជាបន្តបន្ទាប់។

<u>**រូបភាពនៃប្រព័ន្ធទីផ្សារបណ្ដាញ**</u>



D E

- **អតិថិជន** ចំពោះអាជីវកម្មប្រភេទនេះមានភាពងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរកអតិថិជន ពីព្រោះអាចណែនាំគ្រួសារបងប្អូន ញាតិមិត្តឬអ្នកដែលស្គាល់ជាបន្តបន្ទាប់ដោយអ្នកត្រូវចំណាយពេលរៀនអំពីក្រុមហ៊ុនឱ្យចេះច្បាស់លាស់គ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ហើយអ្នកត្រូវបង្រៀនដល់ដៃគូឬអតិថិជនជាបន្តបន្ទាប់ ហើយកាលណាអ្នកមានដៃគូឬអតិថិជនកាន់តែច្រើនទីផ្សាររបស់អ្នកកាន់តែរីកចម្រើនធំនោះអ្នកនឹងទទួលបានប្រាក់ចំណេញកាន់តែច្រើន។

១.៦ អាជីវកម្មបែបទិញសិទ្ធិ (Franchise)

អាជីវកម្មប្រភេទនេះធ្វើឱ្យអ្នកចំណេញពេលវេលាក្នុងការកសាងកេរ្តិ៍ឈ្មោះព្រោះក្រុមហ៊ុនដែលអ្នកទិញសិទ្ធិនោះមានភាពល្បីល្បាយនិងភាពជោគជ័យជាយូរឆ្នាំកន្លងមកហើយ ហើយការធ្វើអាជីវកម្មប្រភេទនេះមានអត្រានៃភាពជោគជ័យច្រើនដោយសារមានការត្រួសត្រាយផ្លូវ និងទទួលបានជោគជ័យរួចហើយ។

- **ក្រុមហ៊ុនដើម** អ្នកត្រូវស្វែងរកក្រុមហ៊ុនណាដែលមានភាពល្បីល្បាយនិងជោគជ័យស្រាប់ដើម្បីទិញសិទ្ធិបើកអាជីវកម្មនៅលើទីផ្សារថ្មី។ ក្រុមហ៊ុនដើមមានលក្ខណៈជាច្រើនដែលត្រូវពិនិត្យវិនិច្ឆ័យជាពិសេសលក្ខខណ្ឌដែលមានការទាមទាឱ្យធ្វើឱ្យដូចក្រុមហ៊ុនដើមរួមមានការជ្រើសរើសទីតាំងល្អផលិតផលមានគុណភាពល្អ និងតម្លៃស័ក្តិសមដើម្បីកុំឱ្យប៉ះពាល់ឬខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះក្រុមហ៊ុន និងធានាឱ្យបាននូវភាពជោគជ័យ។ ក្រុមហ៊ុនដែលមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីល្បាយ និងលក់សិទ្ធិមានដូចជា Mitsubishi, Honda, Toyota, Samsung, Apple ។ល។
- **ក្រុមហ៊ុនថ្មី (Franchise)** ក្រោយពីជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនល្អ ល្បីល្បាយ និងជោគជ័យដើម្បីទិញសិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មរួចហើយ អ្នកត្រូវគោរពតាមលក្ខខណ្ឌដែលធានាថាធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនដំណើរការដូចនឹងក្រុមហ៊ុនដើមទើបធានាបានជោគជ័យ។
- **ទីផ្សារ** គ្មានអ្វីជាការលំបាកក្នុងការធ្វើទីផ្សារនោះទេព្រោះក្រុមហ៊ុនមានភាពល្បីល្បាញតែងតែមានទីផ្សារធំទូលំទូលាយ ហើយការដែលសំខាន់នោះគឺអ្នកត្រូវដំណើរការអាជីវកម្មឱ្យបានល្អ បម្រើសេវាកម្មឱ្យបានប្រសើរ គ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និងប្រើប្រាស់ហិរញ្ញវត្ថុឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។

១.៧ អាជីវកម្មបែបទិញភាគហ៊ុន

នៅលើពិភពលោក ត្រូវបានបង្កើតប្រព័ន្ធរកស៊ីដ៏ល្អដែលអាចអនុញ្ញាតិឱ្យអ្នកមានលុយតិច ឬពុំសូវមានចំណេះដឹងអាចរកស៊ីបានគឺការចូលទិញភាគហ៊ុនពីក្រុមហ៊ុន ដែលបានចុះបញ្ជីត្រឹមត្រូវក្នុងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងទីផ្សារមូលប្បទានបត្រ។ កាលណាអ្នកទិញភាគហ៊ុនពីក្រុមហ៊ុនច្រើនធ្វើឱ្យហិរញ្ញវត្ថុក្នុងក្រុមហ៊ុនកើនឡើងច្រើន នោះក្រុមហ៊ុនអាចកើនលទ្ធភាពក្នុងការពង្រីកអាជីវកម្មឱ្យដំណើរការកាន់តែប្រសើរ និងអាចពង្រីកភាពជោគជ័យកាន់តែធំឡើង។

ចំពោះអ្នកមានលុយតិចត្រូវរកមើលក្រុមហ៊ុនណាស្រប់ច្បាប់និងចុះបញ្ជីការត្រឹមត្រូវ ហើយធ្វើការទិញភាគហ៊ុនពីក្រុមហ៊ុនដើម្បីដំណើរការអាជីវកម្មខ្លួនឯង។ ការទិញភាគហ៊ុនដើម្បីលក់ មានន័យថាទិញភាគហ៊ុននៅចុះថ្លៃ ហើយលក់ភាគហ៊ុននៅពេលឡើងថ្លៃនោះនឹងចំណេញ។

១.៨ អាជីវកម្មបែបសហកម្មសិទ្ធិ

ក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិ គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលមានការចូលរួមពីម្ចាស់ភាគហ៊ុនជាច្រើនដោយបានចូលរួមហ៊ុនតាមលទ្ធភាព ១ហ៊ុន ២ហ៊ុន ៣ហ៊ុន ហើយម្ចាស់ភាគហ៊ុននីមួយៗហៅថាភាគទុនិកដែលទទួលបានប្រាក់ចំណេញទៅតាមភាគហ៊ុនដែលបានដាក់។

ក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិ គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលបានកើតឡើងពីមនុស្សជាច្រើនដោយមានលក្ខណៈចូលរួមការងារជាក្រុមនិងការដាក់ទុនដោយចាត់តាំងឬជ្រើសរើសឱ្យមានក្រុមប្រឹក្សាភិបាលម្នាក់ គណៈអភិបាល ឬគណៈកម្មាធិការគ្រប់គ្រងនិងវាយតម្លៃ។ ភាគទុនិកណាដែលបានចូលរួមធ្វើអាជីវកម្មត្រូវបានគិតប្រាក់ខែជូននិងប្រាក់ភាគលាភផង ប៉ុន្តែភាគទុនិកណាដែលគ្មានចំណេះដឹង ឬគ្មានចំណង់ចំណូលចិត្ត ឬជាប់រវល់ការងារផ្ទាល់ខ្លួនមិនបាច់ចូលរួមធ្វើអាជីវកម្មក៏បាន។

អាជីវកម្មប្រភេទនេះបានបង្កលក្ខណៈងាយស្រួល និងអាចអនុញ្ញាតិឱ្យអ្នកដែលមានដើមទុនតិចចូលរួមធ្វើអាជីវកម្មបានទៅតាមលទ្ធភាព។ **ឧទាហរណ៍** អ្នកចង់បើកហាងលក់រថយន្តមួយដែលមានតម្លៃ ៥០០,០០០.០០ ដុល្លាសហរដ្ឋអាមេរិច អ្នកត្រូវបែងចែកភាគហ៊ុនជា ៥០០ ភាគហ៊ុនដោយ ១ភាគហ៊ុនមានតម្លៃ ១,០០០.០០ ដុល្លាសហរដ្ឋាអាមេរិច ប្រសិនបើមនុស្សម្នាក់អាចរកដើមទុនបានតែ ១,០០០.០០ ដុល្លាសហរដ្ឋអាមេរិច នោះអ្នកត្រូវរកមនុស្សចូលទុន ៥០០ នាក់ ឬ ៥០០ ភាគហ៊ុន។

ដើម្បីធ្វើអាជីវកម្មប្រភេទនេះតម្រូវឱ្យអ្នកទាំងអស់គ្នាឧស្សាហ៍ជួបជុំគ្នាធ្វើការងារជាក្រុម មកសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងបង្កើតគម្រោងអាជីវកម្មឱ្យមានភាពច្បាស់លាស់ ហើយគម្រោងអាជីវកម្មនឹងលេចចេញជារូបរាងជាក់លាក់ នោះអ្នកត្រូវធ្វើការផ្សព្វផ្សាយអំពីគម្រោងអាជីវកម្មឱ្យបានទូលំទូលាយដើម្បីស្វែងរកអ្នកចូលរួមដាក់ទុនក្នុងករណីក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកមិនទាន់មានភាគហ៊ុនគ្រប់គ្រាន់។ ការផ្សព្វផ្សាយដែលមានប្រសិទ្ធភាពគឺការបើកវគ្គសិក្ខាសាលាដោយជ្រើសរើសបុគ្គលដែលមានសក្តានុពល និងភាពស័ក្តិសម។

២-ប្រភេទផលិតផល និងទីផ្សារ

ការសិក្សាអំពីប្រភេទផលិតផល និងប្រភេទទីផ្សារដើម្បីយកមកផ្គូរផ្គងក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មមួយឱ្យបានត្រឹមត្រូវពីព្រោះអ្នកអាចវាយតម្លៃ និងគោលការណ៍ភាពជោគជ័យប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ ការផ្គូរផ្គងផលិតផល និងទីផ្សារក៏មានសារៈសំខាន់ដល់ដង្ហើមនៃជីវិតអាជីវកម្មជានិច្ច។

ផលិតផល និងទីផ្សារមានច្រើនប្រភេទ ប៉ុន្តែយកមកសិក្សាតែ ៤ ប្រភេទ ចូរស្វែងយល់ថាតើប្រភេទណាមួយដែលស័ក្តិសមជាងគេដែលគួពិចារណា ឬគួរជ្រើសរើសមកធ្វើអាជីវកម្ម?

២.១ ផលិតផលចាស់ទីផ្សារចាស់

សំដៅដល់ផលិតផលដែលធ្លាប់មានលក់នៅលើទីផ្សារ ហើយមានអតិថិជនច្រើនធ្លាប់ស្គាល់ និងប្រើប្រាស់ ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកចង់លក់ផលិផលដែលមានគេលក់នៅលើទីផ្សារ អ្នកមិនសូវទទួលបានចំណែកទីផ្សារទេពីព្រោះទីផ្សារមានភាពតូចចង្អៀត ហើយតម្រូវឱ្យមានសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងខ្ពស់ និងការចូលដណ្តើមយកចំណែកទីផ្សារធ្វើឱ្យអ្នកត្រូវចំណាយទុន ពេលវេលាច្រើន។ អ្នកអាចនាំផលិផលលក់នៅលើទីផ្សារបានដោយការសុំទិញសិទ្ធិផ្តាច់មុខ ឬរងចាំម្ចាស់អាជីវកម្មផ្អាកដំណើរការអាជីវកម្ម ហើយអ្នកត្រូវចូលទៅជំនួសអាជីវកម្មនោះ។ ការធ្វើអាជីវកម្មផលិផលចាស់លើទីផ្សារចាស់ មានភាពលំបាកនិងមានឱកាសជោគជ័យតិចតួច។

២.២ ផលិតផលថ្មីទីផ្សារចាស់

សំដៅដល់ការជម្រុញផលិផលថ្មីដោយការវាយលុកនៅលើទីផ្សារចាស់ ហើយផលិផលថ្មី គឺជាផលិផលដែលមិនទាន់មានលក់នៅលើទីផ្សារ។ ផលិតផលថ្មីត្រូវបានផលិតជាលើដំបូងដោយសង្ឃឹមថាអាចលក់នៅលើទីផ្សារចាស់បាន។ ទីផ្សារចាស់ គឺជាទីផ្សារដែលបាននឹងកំពុងមានតម្រូវការស្រាប់នៅលើទីផ្សារ ប្រសិនបើចង់ជម្រុញផលិផលថ្មីឱ្យជ្រួតជ្រាបនៅលើទីផ្សារចាស់បានត្រូវឱ្យអ្នកចែកចាយប្រើប្រាស់សាកល្បង ឬ ឱ្យអតិថិជនជំពាក់ដើម ប៉ុន្តែការធ្វើអាជីវកម្មផលិតផលថ្មីមកលើទីផ្សារចាស់មានប្រសិទ្ធភាព ប្រសិនបើអ្នកអាចបង្កើតផលិតផលថ្មីដែលមានគុណភាពខុសប្លែកដោយឡែក ឬមានគុណភាពប្រសើរជាងផលិតផលចាស់ទើបអាចផ្លាស់ប្តូរចិត្តគំនិតអតិថិជនឱ្យងាកមកប្រើប្រាស់ផលិតផលថ្មីនិងទម្លាប់ជាប្រចាំថ្ងៃ។

២.៣ ផលិតផលចាស់ទីផ្សារថ្មី

ផលិតផលចាស់សំដៅដល់ផលិតផលដែលមានភាពល្បីល្បាញ ឬជោគជ័យនៅលើទីផ្សារបរទេស ឬ ទីផ្សារណាមួយ។ ប្រសិនបើយកផលិតផលដែលល្បីឈ្មោះស្រាប់ទៅលក់នៅលើទីផ្សារថ្មីណាមួយ នោះនឹងមានភាពងាយស្រួលវាយលុកសម្រុកទៅមុខបានលឿន ពីព្រោះមានគំរូបទពិសោធន៍ និងឥទ្ធិពលនៅលើទីផ្សារ ហើយក៏ជាឱកាសមួយដ៏ល្អប្រពៃបំផុតក្នុងការសម្រេចចិត្តធ្វើអាជីវកម្មផលិតផលចាស់លើទីផ្សារថ្មីដោយចំណេញពេលវេលាកសាងកេរ្តិ៍ឈ្មោះ និងចំណេញថវិកាក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយមិនមែនជាក់ច្បាស់ឬប្រាកដប្រជាគ្រប់កាលៈទេសៈទាំងអស់នោះទេ ពីព្រោះជួនកាលមានទីផ្សារថ្មីខ្លះមិនអាចទទួលយកផលិតផលចាស់មកធ្វើឱ្យជោគជ័យបានទេ។ ឧទាហរណ៍ៈ សាលាបង្រៀនភាសាបរទេសដែល

មានភាពល្បីល្បាញនិងជោគជ័យនៅរាជធានីភ្នំពេញខ្លះមិនអាចយកទៅបើករបរអាជីវកម្មជាសាលាឱ្យល្បីនៅខេត្តកំពង់ធំបាននោះទេ។ អ្នកត្រូវប្រើយុទ្ធនាការសិក្សាស្រាវជ្រាវទីផ្សារដើម្បីដឹងឱ្យច្បាស់អំពីចរិកនិស្ស័យនិងទម្លាប់ប្រពៃណីនៃការប្រើប្រាស់របស់អតិថិជន។

២.៤ ផលិតផលថ្មីទីផ្សារថ្មី

ការធ្វើអាជីវកម្មផលិតផលថ្មីនៅលើទីផ្សារថ្មីមានការលំបាកជាងគេដោយសារអ្វីៗក៏ថ្មី ជួនកាលមួយចានទឹកមួយចានគោក ពីព្រោះប្រសិនបើជោគជ័យគឺជោគជ័យធំ ហើយបរាជ័យគឺបរាជ័យធំដែរ ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកចាប់ផ្តើមស្ទាបស្ទង់មតិយោបល់ ចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន និងចាប់ផ្តើមមួយជំហានម្តងៗបន្តិចម្តងៗដោយប្រុងប្រយ័ត្នទើបអាចការពារមិនឱ្យមានគ្រោះថ្នាក់កើតឡើង ជាពិសេសអ្នកជំនួញភាគច្រើនតែងតែចំណាយពេលវេលា និងថវិការច្រើនបន្តិចដើម្បីសិក្សាអំពីផលិតផលថ្មី និងទីផ្សារថ្មី ពីព្រោះការធ្វើរបៀបនេះដើម្បីជៀសវាងការប្រថុយប្រថានខ្លាំង និងខាតបង់ច្រើនហើយអ្វីដែលថ្មី ត្រូវបានគេចាប់អារម្មណ៍ ប៉ុន្តែការចាប់អារម្មណ៍មិនប្រាកដទេជួនកាលការចាប់អារម្មណ៍គឺជាការសង្ស័យ ជាមន្ទិល ជាការភ័យខ្លាច ជាការប្រុងប្រយ័ត្ន ឬជាការដកខ្លួនឱ្យឆ្ងាយទៅវិញ ប្រសិនបើជាផលិតផលល្អមានប្រយោជន៍សន្សំសំចៃ ឬចំណេញដល់អតិថិជនច្បាស់ជាចាប់អារម្មណ៍ជាប់ចិត្តនិងជឿជាក់ជាពុំខាន។

៣-ប្រភេទអតិថិជន

អតិថិជនមានច្រើនប្រភេទ អ្នកធ្វើអាជីវកម្មត្រូវស្វែងយល់ ឬមានការយល់ដឹងអំពីប្រភេទនៃអតិថិជនទាំងអស់ដើម្បីជាប្រយោជន៍ក្នុងការរៀបចំលក់ឱ្យបានត្រឹមត្រូវក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម។

ជីវិតឬដង្ហើមអាជីវកម្មស្ថិតនៅលើអតិថិជន ពីព្រោះកាលណាមានអតិថិជនច្រើនអាជីវកម្មក៏ទទួលបានចំណូលច្រើននាំឱ្យលូតលាស់រីកចម្រើនលឿន និងបានគង់វង្សយូរអង្វែង ប៉ុន្តែដើម្បីឱ្យមានអតិថិជនច្រើនម្ចាស់អាជីវកម្មត្រូវយល់ដឹងអំពីប្រភេទអ្នកទិញដែលហៅថាអតិថិជន។

តើអតិថិជនមានប៉ុន្មានប្រភេទ? អ្វីខ្លះ? តើអតិថិជនមានភាពខុសគ្នាដូចម្តេចខ្លះ? តើម្ចាស់អាជីវកម្មធ្វើដូចម្តេចដើម្បីរៀបចំការលក់ឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងទៅតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន?

៣.១ អតិថិជនរំពឹងទុក (Prospect)

អ្នកដែលរំពឹងថានឹងក្លាយជាអតិថិជនរបស់អ្នកហៅថាអតិថិជនរំពឹងទុក ប៉ុន្តែអតិថិជនរំពឹងទុកមិនទាន់ក្លាយជាអតិថិជននៅឡើយទេដោយអតិថិជនរំពឹងទុកគឺជាមុខសញ្ញាដែលសង្ឃឹមថា
អាចនឹងទិញផលិតផលរបស់អ្នកប្រសិនបើអ្នកបានបង្ហាញ ពន្យល់ ណែនាំពីផលិតផល។

នៅពេលដែលអ្នកបើកអាជីវកម្មណាមួយអ្នកត្រូវសរសេរបញ្ជីឈ្មោះដែលអ្នករំពឹងថា ជាអតិថិជនដោយមានការបែងចែកអតិថិជនជាបីប្រភេទគឺប្រភេទដែលមានសក្តានុពលស្ថិតនៅកម្រិត A មិនសូវមានសក្តានុពលស្ថិតនៅកម្រិត B និងប្រភេទធម្មតាស្ថិតនៅកម្រិត C ។ អ្នកត្រូវបង្ហាញគម្រោងឬផលិតផលតាមលំដាប់លំដោយនៃកម្រិតអតិថិជនរំពឹងទុក។

អ្នកត្រូវបង្កើតបញ្ជីឈ្មោះឱ្យបានច្រើនដើម្បីបញ្ចូលឈ្មោះអតិថិជនក្នុងបញ្ជីឱ្យកាន់តែច្រើនជាប្រចាំថ្ងៃ ពីព្រោះកាលណាអ្នកមានបញ្ជីឈ្មោះអតិថិជនរឹតែងទុកកាន់តែច្រើនអត្រានៃភាពជោគជ័យរបស់អ្នកកើនឡើងកាន់តែច្រើន។

៣.២ អតិថិជនទូទៅ (Client)

អតិថិជនទូទៅ គឺជាអតិថិជនដែលធ្លាប់ទិញផលិតផល ឬសេវាកម្មយូរៗម្តង ហើយតែងតែឃ្លាំមើលក្រុមហ៊ុន ឬទូរស័ព្ទទាក់ទងសួររកផលិតផលណាថ្មីដែលអាចបំពេញនឹងតម្រូវការរបស់គាត់បាន ប៉ុន្តែអតិថិជនទូទៅមិនមែនជាអតិថិជនដែលតែងតែទិញផលិតផលជាប្រចាំនោះទេ គឺទិញផលិតផលម្តងម្កាល។ អតិថិជនប្រភេទនេះនឹងអាចក្លាយជាអតិថិជនរបស់អ្នកនៅពេលដែលគាត់ពេញចិត្តនិងផ្លាស់ប្តូរទម្លាប់មកប្រើប្រាស់ផលិតផលដោយអ្នកត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ទៅជួបឬផ្តល់ព័ត៌មានស្តីអំពីផលិតផលដើម្បីឱ្យមានការទាក់ទាញទឹកចិត្តគាត់ឱ្យមកប្រើប្រាស់ផលិត
ផលរបស់អ្នក។

អតិថិជនទូទៅ ចែកចេញជាបីប្រភេទគឺ អតិថិជនក្តៅ (Hot Client) អតិថិជនកក់ក្តៅ (Warm Client) និងអតិថិជនត្រជាក់ (Cool Client) ។ អតិថិជនក្តៅ គឺជាអតិថិជនដែលមានតម្រូវការផលិតផលជាប្រចាំ។ អតិថិជនកក់ក្តៅ គឺជាអតិថិជនដែលមានបំណង់ចង់ប្រើប្រាស់ផលិតផល។ អតិថិជនត្រជាក់ គឺជាអតិថិជនដែលមិនទាន់មានបំណងចង់ប្រើប្រាស់ផលិតផលនៅឡើយ។

៣.៣ អតិថិជនប្រចាំ (Customer)

អតិថិជនប្រចាំ គឺជាអតិថិជនដែលធ្លាប់មកទិញផលិតផលជាប្រចាំឬអាចនិយាយបានថា ជាអតិថិជនមានសក្តានុពល ជាអតិថិជនក្តៅ ឬអតិថិជនដ៏សំខាន់ ដែលតែងតែមានតម្រូវការចាំបាច់នឹងប្រើប្រាស់ផលិតផល។ អតិថិជនប្រភេទនេះគឺជាផ្ទាំងបាយរបស់អ្នកដោយអតិថិជនមិនងាយនឹងផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិតនិស្ស័យឬសេចក្តីស្រឡាញ់ចូលចិត្តផលិតផលរបស់អ្នកឡើយ។

អ្នកត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះអតិថិជនប្រភេទនេះឱ្យបានច្រើនដែលហៅថាការរក្សាអតិថិជន ឬចងចិត្តអតិថិជនដោយត្រូវមានការបញ្ចុះតម្លៃផលិតផល មានភាពស្មោះត្រង់ មិនគេងចំណេញលើអតិថិជនប្រភេទនេះ។

៣.៤ អ្នកប្រើប្រាស់ ឬអតិថិជនប្រើប្រាស់ (Consumer)

ជួនកាលអ្នកទិញមិនមែនជាអ្នកប្រើប្រាស់ ហើយអ្នកប្រើប្រាស់មិនមែនជាអ្នកទិញ ពីព្រោះអ្នកប្រើប្រាស់ខ្លះអត់ដែលទៅទិញទេគឺឱ្យអ្នកដទៃទិញឱ្យប្រើប្រាស់ ហើយអ្នកទៅទិញខ្លះបានត្រឹមតែទិញ ប៉ុន្តែមិនបានប្រើប្រាស់ឡើយ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយនៅមានអតិថិជនខ្លះទិញផលិតផលផង និងប្រើប្រាស់ផង។ អតិថិជនប្រើប្រាស់ គឺជាអតិថិជនដែលបានប្រើប្រាស់ផលិតផលអ្នកផ្ទាល់ ហើយអតិថិជនប្រើប្រាស់ជាអ្នកដឹងពីគុណភាពផលិតផលនិងមានឥរិយាបថក្នុងការឆ្លើយតបលើផលិតផលមកក្រុមហ៊ុនវិញ។

ដូច្នេះអ្នកត្រូវសិក្សាស្វែងយល់ពី ឥរិយាបថនៃការប្រើប្រាស់ផលិតផលតរបស់អតិថិជនដើម្បីដឹងអំពីគុណភាពពិត និងការប្រតិកម្មរបស់អតិថិជនមកវិញ ពីព្រោះផលិតផលមួយដែលបានបង្កើតឡើងត្រូវតែស្វែងយល់ពីឥរិយាបថនៃអ្នកប្រើប្រាស់ដោយធ្វើទៅតាមអ្វីដែលអ្នកប្រើប្រាស់ចង់បាន ប៉ុន្តែត្រូវការអតិថិជនផ្តល់ការគាំទ្រតាមរយៈការនិយាយសរសើរ និងផ្សព្វផ្សាយបន្តដល់អតិថិជនថ្មី។

៣.៥ អ្នកគាំទ្រ (Advocate)

អ្នកគាំទ្រ គឺជាអតិថិជនដែលបានប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្ម ហើយមានការស្រឡាញ់ពេញចិត្តយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការប្រើប្រាស់ដោយមានការសរសើរ ការពារ និងផ្សព្វផ្សាយអំពីគុណភាពផលិតផលឬសេវាកម្មដល់អតិថិជនផ្សេងៗទៀត។

ក្នុងអាជីវកម្មមួយ ប្រសិនបើមានអ្នកគាំទ្រផលិតផលជាច្រើនប្រៀបដូចជាបុគ្គលិកលក់ និងជួយផ្សព្វផ្សាយលក់បន្តដោយការនិយាយមានឥទ្ធិពលខ្លាំងក្នុងការអួតពីផលិតផល។

៣.៦ អ្នកដើរទិញផលិតផល (Shopper)

អ្នកដើរទិញផលិតផល គឺជាអតិថិជនប្រើប្រាស់ដែលមានភាពចាំបាច់ទិញផលិតផល។ អ្នកត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការណែនាំផលិតផលឬសេវាកម្មទៅកាន់អ្នកដើរទិញផលិតផល ហើយនៅពេលដែលអ្នកមានផលិតផលល្អត្រូវតែផ្តល់ព័ត៌មានឱ្យដល់អតិថិជនប្រភេទនេះឱ្យបានឆាប់រហ័សនិងមានភាពស្មោះត្រង់ក្នុងការទំនាក់ទំនង ពីព្រោះអតិថិជនប្រភេទនេះមានជំនាញក្នុងការទិញ។

៣.៧ អ្នកទិញសម្រាប់ស្តុក (Buyer)

អ្នកទិញសម្រាប់ស្តុកឬផ្គត់ផ្គង់គឺជាអតិថិជនដែលមានតួនាទីសំខាន់ក្នុងការសម្រេចចិត្តទិញផលិតផលចំនួនច្រើនដើម្បីស្តុកយកទៅកែច្នៃឬតាំងលក់បន្តដល់អតិថិជនឬអ្នកប្រើប្រាស់។ អ្នកត្រូវចេះបន្ទន់ឥរិយាបថ និងយកចិត្តយកថ្លើមចំពោះអ្នកទិញប្រភេទនេះ ពីព្រោះប្រសិនបើត្រូវចិត្តនឹងទិញភ្លាម ប៉ុន្តែប្រសិនបើមិនត្រូវចិត្តគឺមិនទិញឡើយ។

៣.៨ អ្នកទិញផលិតផលជឿ (Purchaser)

អ្នកទិញផលិតផលជឿ គឺជាអ្នកដែលបញ្ជាទិញផលិតផលជាមុនដើម្បីឱ្យអ្នកលក់រៀបចំផលិតផលឱ្យ ឬដឹកជញ្ជូនមកដល់កន្លែង ដោយអ្នកទិញប្រភេទនេះភាគច្រើនទិញដោយប្រើកិច្ចសន្យា ឬកាតឥណទាន ឬប ណ្ណដែលមានតម្លៃស្មើទឹកប្រាក់ទើបទូទាត់សាច់ប្រាក់តាមក្រោយ។ អតិថិជនប្រភេទនេះមិនសំដៅលើការទិញ ផលិតផលច្រើនទេ ប៉ុន្តែអាចទិញផលិតផលដែលមានបរិមាណច្រើនព្រោះដើម្បីយកមកប្រើប្រាស់ឬយកទៅ លក់រាយបន្ត ហើយចំពោះរយៈពេលដែលជំពាក់ប្រាក់ក្នុងការទិញក៏មិនកំណត់ថារយៈពេលប៉ុន្មានដែរ ប៉ុន្តែ អតិថិជនប្រភេទនេះត្រូវមានការចរចារជាមួយនឹងអ្នកលក់ហើយរយៈពេលនៃការសងប្រាក់ត្រូវអាស្រ័យលើ កិច្ចសន្យា។

📖📖📖📖

<u>**សំណួរ**</u>

១. អ្វីទៅជាអាជីវកម្មបែបពាណិជ្ជកម្ម?

២. អ្វីទៅជាអាជីវកម្មបែបផលិតកម្ម?

៣. អ្វីទៅជាអាជីវកម្មបែបសេវាកម្ម?

៤. អ្វីទៅជាអាជីវកម្មបែបទិញភាគហ៊ុន?

៥. តើប្រភេទផលិតផលនិងទីផ្សារមានប៉ុន្មានប្រភេទ? អ្វីខ្លះ?

៦. តើប្រភេទអតិថិជនមានប៉ុន្មានប្រភេទ? អ្វីខ្លះ?

៧. តើគោលការណ៍បែងចែកទំហំនៃអាជីវកម្មមានប៉ុន្មានកម្រិត? អ្វីខ្លះ? ចូរពន្យល់ពីកម្រិត អាជីវកម្មនីមួយៗឱ្យបានច្បាស់លាស់ត្រឹមត្រូវ។

៨. ចូរពន្យល់ពីអាជីវកម្មបែបអេឡិចត្រូនិចឱ្យបានច្បាស់លាស់ត្រឹមត្រូវ។

៩. ចូរពន្យល់ពីអាជីវកម្មបែបទីផ្សារបណ្ដាញឱ្យបានច្បាស់លាស់ត្រឹមត្រូវ។

១០. ចូរពន្យល់ពីអាជីវកម្មបែបទិញសិទ្ធិឱ្យបានច្បាស់លាស់ត្រឹមត្រូវ។

១១. ចូរពន្យល់ពីអាជីវកម្មបែបសហកម្មសិទ្ធិឱ្យបានច្បាស់លាស់ត្រឹមត្រូវ។

១២. ហេតុអ្វីបានជាអ្នកចាំបាច់ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះអតិថិជន?

១៣. ហេតុអ្វីបានជាអ្នកត្រូវសិក្សាពីផលិផល និងទីផ្សារ?

ជំពូក ៣ សកម្មភាពអាជីវកម្ម

មេរៀនទី ១ សកម្មភាពអាជីវកម្មលើទីផ្សារ

១-ការដាក់បង្ហាញអាជីវកម្ម

នៅក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នារវាងក្រុមហ៊ុនទៅក្រុមហ៊ុន ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់អតិថិជន ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ត្រូវការអត្តសញ្ញាណមួយដែលមានភាពច្បាស់លាស់សម្រាប់តំណាងឱ្យក្រុមហ៊ុនដូចជារូបសញ្ញា សញ្ញាសម្គាល់ផ្សេងៗទៀត។ ដូច្នេះការរចនាសញ្ញាតម្រូវឱ្យអ្នកមានភាពច្នៃប្រឌិតក៏ដូចជាគំនិតបង្កើតថ្មីដែលអាចទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍និងផ្តល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការចំណាំដល់អតិថិជន។

១.១ និមិត្តសញ្ញាតំណាង

ការរចនានិមិត្តសញ្ញាតំណាងឱ្យក្រុមហ៊ុនគឺជាចំណុចសំខាន់ក្នុងការធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ពីអតិថិជនក៏ដូចជាដៃគូសហការបានឆាប់រហ័ស ដោយអាស្រ័យទៅលើរូបតំណាងនិងទម្រង់ផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗ។ ដូច្នេះអ្នកអាចជួលអ្នកជំនាញផ្នែករចនាម៉ូដជាមួយនឹងនិស្សិតរៀនផ្នែករចនាម៉ូដឱ្យធ្វើការរួមគ្នាលើការរចនាម៉ូដរូបតំណាងរបស់ក្រុមហ៊ុន ពីព្រោះពួកគេអាចចែករំលែកគំនិតដែលធ្វើឱ្យអ្នកទទួលបានរូបសញ្ញាល្អប្រសើរ។

១.២ នាមបណ្ណ

នាមបណ្ណគឺជាអ្វីដែលអ្នកត្រូវតែមាននៅពេលដែលអ្នកចាប់ផ្តើមដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ នាមបណ្ណដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការទទួលបានភាពជឿជាក់និងជាបណ្ណតំណាងឱ្យរូបអ្នកឬក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក។

ក្នុងការរចនានាមបណ្ណអ្នកអាចចាប់ផ្តើមដោយការប្រមូលយកនាមបណ្ណពីអាជីវកម្មដទៃ ពីសហគ្រិននានា ឬដៃគូប្រកួតប្រជែង រួចយកផ្ទៀងផ្ទាត់និងវាយតម្លៃដើម្បីទាញយកគ្រប់ចំណុចពិសេសនិងភាពទាក់ទាញមកដាក់ធ្វើជានាមបណ្ណរបស់អ្នកដោយអ្នកត្រូវឆ្លើយនឹងសំណួរៈ

- តើមានចំណុចពិសេសអ្វីខ្លះពីបណ្ណនេះដែលអាចទាក់ទាញអ្នកបាន ?
- តើនិមិត្តសញ្ញាសម្គាល់ដាក់បានត្រឹមត្រូវនិងងាយស្រួលយល់ដែរឬទេ ?
- តើឈ្មោះក្រុមហ៊ុនងាយស្រួលក្នុងការអានដែរឬទេ ?
- តើមានឈ្មោះនិងលេខទំនាក់ទំនងរបស់ម្ចាស់បណ្ណដែរឬទេ ?
- តើអ៊ីម៉ែលនិងគេហៈទំព័រមានសរសេរនៅលើបណ្ណដែរឬទេ ?
- តើនៅលើបណ្ណមានបញ្ជាក់អំពីផលិតផលឬសេវាកម្មដែលផ្តល់ឱ្យដែរឬទេ ?
- តើទីតាំងសម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្មត្រូវបានសរសេរនៅលើបណ្ណដែរឬទេ ?
- តើទម្រង់នៃការរចនាអាចទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកបានដែរឬទេ ?
- តើនាមបណ្ណជាបណ្ណដែលអាចធ្វើឱ្យអ្នកងាយស្រួលក្នុងចងចាំបានដែរឬទេ ?

បន្ទាប់ពីសម្រេចចិត្តរួចហើយ អ្នកត្រូវចាំថាមិនត្រូវបោះពុម្ពនាមបណ្ណច្រើនពេកទេនៅក្នុងដំណាក់កាលដំបូង ពីព្រោះនៅក្នុងករណីខ្លះទាមទាឱ្យអ្នកផ្លាស់ប្តូរទីតាំង ការកែប្រែលើនិមិត្តសញ្ញាសម្គាល់ ការផ្លាស់ប្តូរគេហៈទំព័រជាដើម ហើយជាគន្លឹះមួយក្នុងការកាត់បន្ថយការចំណាយនៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

១.៣ ទម្រង់ផ្សព្វផ្សាយ

នាមបណ្ណ ខិត្តបណ្ណ បណ្ណផ្សព្វផ្សាយ បណ្ណប្រកាសឬទម្រង់សំណេរឯកសារសុទ្ធតែជាទម្រង់ផ្សព្វផ្សាយដែលអាចជួយឱ្យអាជីវកម្មភាពដឹងឮទូលំទូលាយ។ ទម្រង់នៃការផ្សព្វផ្សាយមួយចំនួនដែលអ្នកអាចប្រើសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយអំពីអាជីវកម្មមានដូចជាខិត្តបណ្ណ នាមបណ្ណ ទម្រង់ស្រោមសំបុត្រ ទម្រង់វិក័យបត្រ ទម្រង់សំណេរឯកសារ ទម្រង់ឯកសារបទបង្ហាញ បណ្ណប្រកាស ទម្រង់កិច្ចសន្យា សញ្ញាសម្គាល់យានយន្ត ទម្រង់ឯកសារការទិញ និងឯកសណ្ឋានជាដើម។

- **ទម្រង់សំណេរឯកសារ** គឺជាទម្រង់សំខាន់ដែលអាចប្រើសម្រាប់ធ្វើការទំនាក់ទំនងអាជីវកម្ម ហើយជាចំណុចមួយដែលអាចឱ្យអ្នកទទួលបានភាពជឿជាក់ពីអតិថិជន។ ដូច្នេះការជ្រើសរើសពណ៌និងទម្រង់រចនាចាំបាច់ត្រូវបង្ហាញពីសក្តានុពលអាជីវកម្ម។
- **ខិត្តបណ្ណ** ជាទម្រង់ផ្សព្វផ្សាយមួយប្រភេទដែលធ្វើឱ្យអ្នកដាក់បង្ហាញព័ត៌មាន (មានទម្រង់ជាបីសន្លឹក) លម្អិតទាក់ទងអំពីផលិតផលឬសេវាកម្មទៅកាន់អតិថិជន ហើយដើម្បីធ្វើខិត្តបណ្ណដ៏ល្អមួយត្រូវសរសេរបង្ហាញចំពោះអត្ថបទណាដែលអាចទាក់ទាញអតិថិជនដូចជាប្រូម៉ូសិន ការផ្តល់ឱកាសពិសេសជាដើមចៀសជាងការសរសេររៀបរាប់ពីអ្វីដែលមានលក្ខណៈវែងពេកដែលជាហេតុធ្វើឱ្យអតិថិជនមានការធុញក្នុងការអានខិត្តបណ្ណរបស់អ្នក។
- **បណ្ណផ្សព្វផ្សាយ** ដោយសារទម្រង់បណ្ណផ្សព្វផ្សាយមានទំហំតូចល្មម ហើយមានតែមួយសន្លឹកធ្វើឱ្យមានការចាប់អារម្មណ៍ខ្ពស់ពីអតិថិជនដោយមានភាពងាយស្រួលក្នុងការមើលនិងទទួលបានព័ត៌មានសំខាន់ៗ។
- **បណ្តាញសង្គម** បានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់និងមានប្រសិទ្ធភាពបំផុតក្នុងបរិបទថ្មីនេះ។ បណ្តាញសង្គមមានដូចជា Facebook, Telegram, YouTube ជាដើមបានក្លាយជាភ្នាក់ងារតភ្ជាប់រវាងអាជីវកម្មរបស់អ្នកទៅកាន់គោលដៅអតិថិជន ហើយការប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមត្រូវការបច្ចេកទេស ភាពវៃឆ្លាត និងការច្នៃប្រឌិតខ្ពស់។

២-អាជ្ញាបណ្ណអាជីវកម្ម

ហេតុអ្វីបានជាអ្នកចាំបាច់ត្រូវការអាជ្ញាបណ្ណក្នុងការបើកអាជីវកម្ម? ហេតុអ្វីបានជាអ្នកមិនអាចដំណើរការអាជីវកម្មបានដោយគ្មានអាជ្ញាបណ្ណ?

អាជ្ញាបណ្ណអាជីវកម្មសំដៅទៅលើការស្នើសុំឯកសារផ្លូវច្បាប់ពីអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធដែលអាចឱ្យអ្នកដំណើរការអាជីវកម្មបានទៅតាមផ្លូវច្បាប់ ពោលគឺអ្នកមានសិទ្ធិគ្រប់គ្រងនិងសម្រេចដំណើរការអាជីវកម្មទៅតាមយុត្តាធិការ (ការសម្រេចចិត្តជាផ្លូវការតាមផ្លូវច្បាប់)។

អាជីវកម្មមួយចំនួនដែលមិនមានអាជ្ញាបណ្ណត្រឹមត្រូវនឹងត្រូវប្រឈមមុខខ្ពស់ទៅនឹងការផាកពិន័យឬក៏អាចហាមមិនឱ្យធ្វើអាជីវកម្មបន្តទៀតទៅថ្ងៃមុខ។

២.១ ការពិចារណាលើទីតាំង

ដើម្បីស្នើសុំអាជ្ញាបណ្ណធ្វើអាជីវកម្មបាន អ្នកត្រូវមានទីតាំងសម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្មជាមុនសិន។ ប្រសិនបើអ្នកសម្រេចចិត្តក្នុងការជួលទីតាំងនៅក្នុងតំបន់ពាណិជ្ជកម្មឬផ្សារទំនើបផ្សេងៗ អ្នកអាចទំនាក់ទំនងទៅកាន់កន្លែងអាជីវកម្មនោះដោយផ្ទាល់ រួចសាកសួរព័ត៌មានលម្អិតអំពីការចុះបញ្ជីអាជីវកម្ម ការស្នើសុំអាជ្ញាបណ្ណជាដើម។

២.២ ការស្នើសុំអាជ្ញាបណ្ណ

នៅពេលដែលមានទំនុកចិត្តថាអាជីវកម្មមានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការស្នើសុំអាជ្ញាបណ្ណ អ្នកត្រូវទំនាក់ទំនងទៅកាន់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មដើម្បីទទួលបានសិទ្ធិស្របច្បាប់ក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្ម។

ឯកសារដែលតម្រូវឱ្យអ្នកភ្ជាប់មកជាមួយដើម្បីធ្វើការស្នើសុំអាជ្ញាបណ្ណមានដូចជា៖

- ឈ្មោះអាជីវកម្មនិងទីតាំងដំណើរការអាជីវកម្ម
- ឈ្មោះម្ចាស់អាជីវកម្មនិងព័ត៌មានសម្រាប់ទាក់ទង លេខទូរស័ព្ទ សារអេឡិចត្រូនិច
- ព័ត៌មានអាជីវកម្មអំពីការផលិត ការលក់ និងសេវាកម្ម
- ប្រភេទនៃទម្រង់អាជីវកម្ម
- ចំនួនបុគ្គលិកដែលរំពឹងទុក
- ចំនួនចំណូលដែលរពឹងទុកនិងឯកសារដែលទាក់ទងផ្សេងៗទៀត។

២.៣ ការដាក់បង្ហាញអាជ្ញាបណ្ណ

ការមានអាជ្ញាបណ្ណអាជីវកម្មគឺជាចំណុចសំខាន់មួយដែលអាចធ្វើឱ្យអ្នកទទួលបានទំនុកចិត្តខ្ពស់ពីអតិថិជន ដូច្នេះអ្នកត្រូវតែដាក់បង្ហាញអាជ្ញាបណ្ណនៅត្រង់ទីតាំងណាមួយដែលអាចធ្វើឱ្យអតិថិជនងាយស្រួលក្នុងការមើលឃើញដូចជាការដាក់នៅកន្លែងធ្វើអាជីវកម្មផ្ទាល់ ឬបង្ហោះ
នៅក្នុងគេហៈទំព័ររបស់ក្រុមហ៊ុន។

៣-ការរៀបចំហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្ម

នៅពេលដែលចាប់ផ្ដើមបង្កើតអាជីវកម្ម ឬបង្កើតសាខាបន្ថែម អ្នកត្រូវសួរខ្លួនឯងនូវសំណួរដូចខាងក្រោម៖

- តើអ្នកត្រូវការខ្ចីលុយបន្ថែមពីខាងក្រៅដែរឬទេ?
- ប្រសិនបើត្រូវការលុយបន្ថែម តើអ្នកត្រូវការលុយប៉ុន្មាន?
- តើមានក្រុមហ៊ុនកម្ចីផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុណាដែលអាចផ្គត់ផ្គង់តម្រូវការអ្នកបានដែរឬទេ?
- តើតម្លៃការប្រាក់និងសេវាកម្មត្រូវបានគិតយ៉ាងដូចម្ដេច?

ដើម្បីទទួលបានអត្រាជោគជ័យខ្ពស់លើផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្ម អ្នកត្រូវចំណាយពេលឱ្យបានល្អិតល្អន់និងវិភាគឱ្យបានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ។

៣.១ ការខ្ចីលុយបន្ថែម

ជំហានដំបូងក្នុងការសម្រេចចិត្តបានត្រឹមត្រូវនិងចៀសផុតពីភាពក្ស័យធន់ អ្នកត្រូវរៀបចំចំណុចមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- តើអ្នកបានសរសេរពីគម្រោងនិងយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មហើយឬនៅ? ក្នុងការសម្រេចចិត្តលើការចំណាយផ្សេងៗដើម្បីការរីកលូតលាស់របស់អាជីវកម្ម។
- តើអ្នកគួរសម្រេចចិត្តក្នុងការបណ្ដាក់ទុនដែរឬទេ? តើមានបញ្ហាឬហានិភ័យអ្វីខ្លះ ប្រសិនបើអ្នកសម្រេចចិត្តក្នុងការបណ្ដាក់ទុន? តើមានហិរញ្ញវត្ថុគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ការបណ្ដាក់ទុនដែរឬទេ? ភាពជោគជ័យកើតចេញពីការប្រឈមនឹងបញ្ហា។
- តើអ្នកពិតជាត្រូវកម្ចីផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីបណ្ដាក់ទុនមែនទេ ឬអ្នកគ្រាន់តែចង់ឱ្យលំហូរសាច់ប្រាក់អាជីវកម្មមានភាពប្រសើរ?
- តើចំនួនកម្ចីសាច់ប្រាក់អ្នកយកមកធ្វើអ្វីដែរ? តើអ្នកអាចយកកម្ចីបង្កើតបានជាប្រាក់ចំណេញឬអត់? តើអ្នកត្រូវចំណាយពេលយូរប៉ុណ្ណាក្នុងការសងបំណុល?

៣.២ កម្ចីចំនួនសាច់ប្រាក់

សហគ្រិនត្រូវការដឹងច្បាស់អំពីពេលវេលាក្នុងការប្រើលុយកម្ចីព្រោះអាចធ្វើឱ្យអាជីវកម្មរីកលូតលាស់និងក្ស័យធន់បានយ៉ាងងាយ។

អ្វីដែលត្រូវការគឺគម្រោងអាជីវកម្មច្បាស់លាស់ដែលអ្នកបានសរសេរវាឡើងអំពីដំណើរការ ឬជាការចំណាយផ្សេងៗលើដំណើរការអាជីវកម្ម ហើយនៅពេលបញ្ចប់ការសរសេរគម្រោង អ្នកនឹងអាចដឹងថា តើអ្នកត្រូវការបម្រុងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុប៉ុន្មានក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្ម? ចំពោះការធ្វើទីផ្សារ តើអ្នកធ្វើយ៉ាងដូចម្ដេចដើម្បីទទួលបានអតិថិជនលឿន? តើអ្នកត្រូវការចំណាយប្រហែលប៉ុន្មានដើម្បីអាចមើលឃើញលទ្ធផល? តើអ្នកគួរបម្រុងលុយទុកចំនួនប៉ុន្មានក្នុងលក្ខខណ្ឌដែលអ្នកត្រូវចំណាយបន្ទាន់លើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម?

៣.៣ ប្រភពនៃកម្ចីសាច់ប្រាក់

ការទទួលសេវាកម្មកម្ចីសាច់ប្រាក់ដើម្បីដំណើរការអាជីវកម្មមាន ៣ វិធីដែលជ្រើសរើស៖

- **កម្ចីសាច់ប្រាក់ពីក្រុមគ្រួសារនិងមិត្តភក្តិ** អាចមានភាពងាយស្រួលនិងមិនស្មុគស្មាញក្នុងដំណើរការកម្ចីទ្រង់ទ្រាយតូច ហើយចំនួនការប្រាក់មានកម្រិតទាប និងពេលវេលាសម្រាប់ការសងអាចបត់បែនបានទៅតាមការរីកលូតលាស់របស់អាជីវកម្ម ប៉ុន្តែអាចប៉ះពាល់ដល់ទំនាក់ទំនងរបស់អ្នក។
- **កម្ចីសាច់ប្រាក់ពីធនាគារឬគ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុ** ក្នុងករណីដែលអ្នកត្រូវការផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុច្រើនដែលក្រុមគ្រួសារឬមិត្តភក្តិមិនអាចផ្គត់ផ្គង់បាន ប៉ុន្តែក្នុងដំណើរការនេះមានភាពស្មុគស្មាញនិងទាមទាឱ្យ

មានឯកសារបញ្ចាំដែលអាចមានតម្លៃស្មើឬប្រហាក់ប្រហែលនឹងសាច់ប្រាក់ដែលបានខ្ចី ហើយដើម្បីទទួលបានសេវាកម្មដ៏ល្អនិងការប្រាក់ទាប អ្នកត្រូវសិស្សាអំពីធនាគារឬគ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុឱ្យបានច្បាស់លាស់ជាមុនសិន។

- **ការស្វែងរកអ្នកវិនិយោគទុន** ជាគំនិតដែលទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំងពីសហគ្រិនដែលមានបំណងចង់ចាប់ផ្ដើមអាជីវកម្មខ្នាតតូចឬមធ្យម។ ដូច្នេះការធ្វើបទបង្ហាញទៅកាន់អ្នកវិនិយោគទុន ប្រសិនបើទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍នោះអ្នកវិនិយោគទុននឹងត្រូវបានផ្ដត់ផ្ដង់ទាំងស្រុងលើការចំណាយនិងដំណើរការអាជីវកម្ម។ ការធ្វើបែបនេះមានភាពងាយស្រួលនិងមិនតម្រូវឱ្យអ្នកស្វែងរកដើមទុនផ្ទាល់ខ្លួនដើម្បីធ្វើឡើយ ប៉ុន្តែអ្នកត្រូវចែកភាគរយឬប្រាក់ចំណេញទៅឱ្យអ្នកវិនិយោគទុនដោយគោរពតាមកិច្ចព្រមព្រៀងក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

ការជ្រើសរើសយកប្រភេទកម្ចីអាស្រ័យលើសេចក្ដីត្រូវការនិងកាលៈទេសៈផ្ទាល់ក្នុងការសម្រេចចិត្តជ្រើសយកប្រភេទកម្ចីណាមួយ ហើយអ្នកត្រូវដឹងពីច្បាប់និងការប្រតិបត្តិការសេវាកម្មកម្ចីឱ្យបានច្បាស់និងប្រៀបធៀបលើចំនួនការប្រាក់ ចំនួនពេលវេលាកំណត់ក្នុងការសង និងចំនួនទឹកប្រាក់ដែលអ្នកត្រូវបង់ជាប្រចាំជារៀងរាល់ខែ។

សរុបសេចក្ដីមកអ្នកត្រូវមានគម្រោងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុឱ្យបានត្រឹមត្រូវនិងច្បាស់លាស់ ហើយចំពោះការប្រើសេវាកម្មកម្ចីមិនមែនមានន័យថាអាជីវកម្មរបស់អ្នកមានដំណើរការមិនល្អនោះទេ ប៉ុន្តែអាចជាសញ្ញានៃការលូតលាស់និងបង្ហាញពីភាពរឹងមាំក្នុងការដឹកនាំអាជីវកម្មឆ្ពោះទៅរកភាពជោគជ័យ។

៤-សកម្មភាពអាជីវកម្ម

៤.១ សកម្មភាពហិរញ្ញវត្ថុ (Financial Activities)

សកម្មភាពហិរញ្ញវត្ថុ (Financial Activities): សកម្មភាពដែលទាក់ទងទៅនឹងធនធាន និងឥណទាន (ធនធាន និងសម្ភារៈ)។ ជាទូទៅសកម្មភាពហិរញ្ញប្បទានមានឥទ្ធិពលលើសាច់ប្រាក់ និងបណ្តាប្រតិបត្តិការផ្សេងៗដែលតម្រូវការប្រាក់បម្រុងមានដូចជា សាច់ប្រាក់ដែលបានមកពីការលក់ភាគហ៊ុន សាច់ប្រាក់ដែលបានមកពីកម្ចីក្នុងរយៈពេលវែង សាច់ប្រាក់ទូទាត់សម្រាប់ការខ្ចីនៅពេលដល់កំណត់ និងសាច់ប្រាក់ចំណាយឬការទូទាត់ភាគហ៊ុន។

៤.២ សកម្មភាពវិនិយោគ (Investment Activities)

សកម្មភាពវិនិយោគ (Investment Activities): សកម្មភាពដែលទាក់ទងទៅនឹងការទិញដី អគារ គ្រឿងបរិក្ខា និងធនធានផ្សេងៗទៀតសម្រាប់តម្រូវការប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ ការវិនិយោគពីសាជីវកម្មដទៃទៀតមានដូចជា សាច់ប្រាក់ទទួលបានពីការលក់ សាច់ប្រាក់ចំណាយទៅលើការទិញ សាច់ប្រាក់ចំណាយទៅលើការផ្តល់កម្ចី និងសាច់ប្រាក់ទទួលបានត្រឡប់មកវិញនូវការផ្តល់កម្ចី។

៤.៣ សកម្មភាពប្រតិបត្តិការ (Operating Activities)

សកម្មភាពប្រតិបត្តិការ (Operating Activities) សកម្មភាពដែលទាក់ទងទៅនឹងការលក់ទំនិញ និងការផ្តល់សេវាកម្មដល់អតិថិជន។ ជាទូទៅសកម្មភាពប្រតិបត្តិការមានលំហូរសាច់ប្រាក់ចូល និងលំហូរសាច់ប្រាកចេញក្នុងការប្រតិបត្តិការផ្សេងៗដែលយកមកពីការកំណត់សាច់ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ ហើយសមកម្មភាពប្រតិបត្តិការជាប្រភពចំណូលសំខាន់ដែលបានមកពីការធ្វើអាជីវកម្មដូចជា សាច់ប្រាក់ទទួលបានពីការលក់ទំនិញ និងសេវាកម្ម សាច់ប្រាក់ចំណាយលើសម្ភារៈ សាច់ប្រាក់សម្រាប់ចំណាយលើប្រាក់បៀវត្ស និងពន្ធដារ សាច់ប្រាក់ទទួលពីក្រុមហ៊ុនជានាវ៉ាប់រង និងសាច់ប្រាក់បង់ឱ្យក្រុមហ៊ុនជានាវ៉ាប់រង សាច់ប្រាក់ទទួលការទូទាត់ និងកាតព្វកិច្ចបង្វិលវិញនៃពន្ធប្រាក់ចំណូល និងសាច់ប្រាក់ទទួលបានពីការប្រាក់។

សំណួរ

១. ដូចម្តេចដែលហៅថានាមបណ្ណ?

២. តើទម្រង់នៃការផ្សព្វផ្សាយមានអ្វីខ្លះ?

៣. តើអ្នកត្រូវមានឯកសារអ្វីខ្លះដើម្បីធ្វើការស្នើសុំអាជ្ញាបណ្ណសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក?

៤. ហេតុអ្វីបានជាអ្នកចាំបាច់ត្រូវមានអាជ្ញាបណ្ណអាជីវកម្ម?

៥. តើសកម្មភាពអាជីវកម្មមានប៉ុន្មាន? អ្វីខ្លះ? ចូរពន្យល់ពីសកម្មភាពអាជីវកម្មនីមួយៗ។

មេរៀនទី ២ ប្រព័ន្ធការពារអាជីវកម្ម

១-ការការពារអាជីវកម្ម

មនុស្សគ្រប់រូបតែងតែមានគំនិតថ្មីៗប្លែកៗចំពោះការបង្កើតអាជីវកម្ម ប៉ុន្តែមិនព្រមបង្ហាញចេញដោយគិតថាជាគំនិតប្លែកៗគ្មានបានការឬគ្រាន់តែជាការស្រមើស្រមៃតែប៉ុណ្ណោះ និងមានភាពភ័យខ្លាចក្នុងការបង្ហាញគំនិតដោយខ្លាចមានអ្នកលួចយកគំនិតទៅអនុវត្តន៍។

១.១ លិខិតបង្ហាញ

គោលបំណងក្នុងការធ្វើលិខិតបង្ហាញគឺជាការសរសេរអំពិគំនិតអាជីវកម្ម ការសិក្សាលើទម្រង់អាជីវកម្ម ហើយអ្នកដែលពាក់ព័ន្ធនឹងថ្ងៃខែធ្វើលិខិតបង្ហាញដើម្បីបញ្ជាក់ថាជាគំនិតរបស់អ្នក។ ដូច្នេះអ្នកត្រូវរក្សាទុកលិខិតបង្ហាញឱ្យបានត្រឹមត្រូវនិងច្បាស់លាស់។

១.២ ការសរសេរកំណត់ហេតុ

ត្រឹមលិខិតបង្ហាញតែមួយគឺមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់ដែលអាចបញ្ជាក់ភាពជាកម្មសិទ្ធិរបស់អ្នកបានឡើយ ហើយអ្នកចាំបាច់ត្រូវមានឯកសារលម្អិតដែលបញ្ជាក់ថាអ្នកបានស្រាវជ្រាវលើគំនិតអាជីវកម្មនោះពិតមែន។ ការសរសេរកំណត់ហេតុប្រចាំថ្ងៃនៅលើសៀវភៅ គឺជាវិធីដ៏ល្អមួយក្នុងការបង្ហាញអំពីដំណើរការនៃការរៀបចំ និងការរៀបចំស្រាវជ្រាវលើគំនិតនៃគម្រោងអាជីវកម្មដែលជាកម្មសិទ្ធិផ្ទាល់។

១.៣ ការរក្សាសិទ្ធិ

ការរក្សាសិទ្ធិ គឺជាការការពារតាមផ្លូវច្បាប់លើម្ចាស់ដើមចំពោះឯកសារសំណេរឬប្រភេទស្នាដៃផ្សេងៗ ដូចជា៖

- ការងារផ្នែកអក្សរសាស្ត្រ
- ផ្នែកតន្ត្រី
- ផ្នែកភាពយន្ត
- ផ្នែកសិល្បៈក្បាច់រាំ
- ផ្នែករូបភាពនិងសម្លេង
- ស្នាដៃផ្នែកស្ថាបត្យកម្មជាដើម។

ការចុះបញ្ជីរក្សាសិទ្ធិត្រូវរៀបចំឯកសារអាជីវកម្មយកទៅកាន់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មដើម្បីស្នើសុំការរក្សាសិទ្ធិ។ សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែមអាចចូលទៅកាន់គេហៈទំព័ររបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដោយផ្ទាល់ដើម្បីទទួលបានសេចក្តីលម្អិតតាមរយៈ www.moc.gov.kh/en-us ។

១.៤ ពាណិជ្ជសញ្ញា

ពាណិជ្ជសញ្ញា គឺជាពាក្យសម្គាល់ ឃ្លា រូបសញ្ញា ពាក្យស្លោក ឬសញ្ញាសម្គាល់ណាមួយដែលអាចបញ្ជាក់ពីភាពប្លែកខុសពីគេលើផលិតផលឬសេវាកម្មដូចជា MicrosoftTM Software, ColumbiaTM Sportsware, Double RainbowTM Ice cream ជាដើម។

១.៥ បណ្ណប៉ាតង់

បណ្ណប៉ាតង់ គឺបង្កើតឡើងសម្រាប់បញ្ជាក់ពីសិទ្ធិប្រើប្រាស់គំនិតអាជីវកម្មទៅលើបុគ្គលិកអ្នកបង្កើត ហើយសិទ្ធិត្រូវបានផ្តល់ឱ្យដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

មុនពេលសម្រេចចិត្តធ្វើការស្នើសុំបណ្ណប៉ាតង់ ត្រូវគិតពីចំណុចមួយចំនួនដូចជា៖

- គំនិតដែលបង្កើតឡើងត្រូវថ្មីនិងមានភាពខុសប្លែកពីគំនិតនៅលើទីផ្សារ
- ជាផលិតផលឬសេវាកម្មដែលអាចជួយសម្រួលភាពលំបាកនិងមានប្រយោជន៍សម្រាប់អតិថិជន
- ប្រសិនបើគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នកត្រូវបានវិនិច្ឆ័យឃើញថាដំណើរការប្រព្រឹត្តទៅមានភាពមិនប្រក្រតី នោះចាត់ទុកថាជាគំនិតអាជីវកម្មដែលមិនមានភាពច្បាស់លាស់។

ដើម្បីបំពេញលក្ខខណ្ឌគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការស្នើសុំបណ្ណប៉ាតង់ គឺត្រូវសិក្សាស្រាវជ្រាវពីការទាមទានិងឯកសារពាក់ព័ន្ធដែលមានលម្អិតនៅលើគេហៈទំព័ររបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

១.៦ កិច្ចសន្យា

វិធីដែលជួយឱ្យអ្នកការពារផលប្រយោជន៍អាជីវកម្មបានគឺការចុះកិច្ចសន្យា។ កិច្ចសន្យា គឺជាកិច្ចព្រមព្រៀងមួយប្រភេទដែលធ្វើឡើងរវាងមនុស្សពីរនាក់ឬច្រើននាក់ក្នុងការបំពេញកាតព្វកិច្ចអ្វីមួយដោយការផ្តោះប្តូរសំណងជាទឹកប្រាក់ឬវត្ថុមានតម្លៃផ្សេងៗតាមការព្រមព្រៀង។

ប៉ុន្តែចំពោះផ្លូវច្បាប់រាល់ក្រដាស់ដែលបានប្រើសម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្មត្រូវបានចាត់ទុកជាកិច្ចសន្យា។ ឧទាហរណ៍ ឯកសារបញ្ជាការទិញជាកិច្ចសន្យា ហើយជាទូទៅដែលអ្នកគ្រប់គ្នាដឹងថាជាកិច្ចសន្យានោះគឺកិច្ចព្រមព្រៀងក្នុងការជួលទីតាំងដែលធ្វើឡើងរវាងម្ចាស់អាជីវកម្មនិងម្ចាស់ទីតាំងផ្ទាល់។

ដំណើរការមួយចំនួនដែលចាំបាច់ត្រូវចុះកិច្ចសន្យាមានដូចជា៖

- កម្ចីធនាគារឬកម្ចីឯកជន
- ការលក់ឬការទិញទំនិញ
- ការលក់ឬការទិញអចលនៈទ្រព្យ
- ការលក់ឬការទិញអាជីវកម្ម
- ការទិញធានារ៉ាប់រង
- កិច្ចព្រមព្រៀងក្នុងការធ្វើដៃគូទិញរយៈពេលយូរ
- កិច្ចព្រមព្រៀងក្នុងការធ្វើដៃគូលក់រយៈពេលយូរ
- កិច្ចព្រមព្រៀងក្នុងការធ្វើដៃគូអាជីវកម្ម
- ការជួលសម្ភារៈឬទ្រព្យសម្បត្តិផ្សេងៗ
- កិច្ចសន្យាការងារ។

ទម្លាប់ក្នុងការកត់ត្រារាល់ពាក្យសម្តីដែលដៃគូសហការរបស់អ្នកនិយាយនៅពេលមានការជួបប្រជុំ ពីព្រោះប្រសិនបើមានភាពមិនប្រក្រតីកើតឡើងអ្នកអាចយកកំណត់ហេតុនោះធ្វើជាអំណះអំណាងបាន។

១.៧ ការជួលមេធាវី

ការជួលមេធាវីមកប្រចាំការនៅក្នុងអាជីវកម្ម សហគ្រិនគ្រប់រូបតែងតែមិនប្រាថ្នាចង់បានទេ ពីព្រោះជាការចំណាយដ៏ធំមួយរបស់អាជីវកម្ម ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកសម្លឹងមើលឱ្យវែងឆ្ងាយ ការជួលមេធាវីផ្ទាល់ខ្លួន គឺអាចជួយសម្រួលកិច្ចការងារផ្នែកផ្លូវច្បាប់បានយ៉ាងច្រើនហើយជួយអ្នកពិភាក្សាអំពីបញ្ហាទូទៅទាក់ទងនឹងផ្លូវច្បាប់ដែលអាចធ្វើឱ្យអ្នកដំណើរការអាជីវកម្មបានយ៉ាងរលូន ។

២-ការជ្រើសរើសធានារ៉ាប់រង

ក្នុងកំឡុងពេលសរសេរគម្រោងអាជីវកម្ម ធានារ៉ាប់រងត្រូវបានលើកឡើងនិងគិតគូយ៉ាងល្អិតល្អន់ពីព្រោះជាប់ទាក់ទងនឹងការចំនាយ និងផលប៉ះពាល់លើអាជីវកម្មទាំងមូល។ អាជីវកម្មជាច្រើនរងការគំរាមកំហែងពីហានិភ័យមួយចំនួនដូចជាសុខភាព និងគ្រោះថ្នាក់ដោយយថាហេតុរបស់បុគ្គលិកនិងម្ចាស់អាជីវកម្មផ្ទាល់ អគ្គិភ័យ ទឹកជំនន់ ការរញ្ជួយដី និងបញ្ហាផ្សេងៗទៀត។ តើមានផលប៉ះពាល់អ្វីខ្លះកើតឡើងក្នុងករណីម្ចាស់អាជីវកម្មឬបុគ្គលិកបាត់បង់ជីវិតដោយប្រការណាមួយ? ដូច្នេះការទិញធានារ៉ាប់រងអាយុជីវិតគឺអាចផ្តល់ផលល្អសម្រាប់អាជីវកម្មទាំងមូល។

២.១ ការជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រង

ការជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រង គឺដូចទៅនឹងការជ្រើសរើសធនាគារផងដែរ ពោលគឺត្រូវស្រាវជ្រាវអត្ថប្រយោជន៍ឬសេវាកម្មដែលបានផ្តល់ឱ្យពីក្រុមហ៊ុនថា តើអាចផ្គត់ផ្គង់និងបំពេញសេចក្តីត្រូវការរបស់អ្នកបានដែរឬទេ? ចូរធ្វើការទំនាក់ទំនងទៅកាន់ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រង ដោយផ្ទាល់ដើម្បីទទួលបានព័ត៌មានច្បាស់លាស់ទាក់ទងនឹងកញ្ចប់សេវាកម្មដែលអាជីវកម្មត្រូវការ ហើយសួរនាំទៅកាន់បុគ្គលិកកឬក្រុមអាជីវកវដែលអ្នកស្គាល់ទុកចិត្តអំពីបទពិសោធន៍ក្នុងការជ្រើសរើសប្រភេទក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងដែលសក្តិសមនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

២.២ ធានារ៉ាប់រងលើទ្រព្យសម្បត្តិនិងសុវត្ថិភាព

ធានារ៉ាប់រងលើទ្រព្យសម្បត្តិទទួលរ៉ាប់រងលើការខាតបង់ដោយគ្រោះធម្មជាតិនិងគ្រោះថ្នាក់ដាយថាហេតុមួយចំនួនដូចជា អគ្គិភ័យ ទឹកជំនន់ ខ្យល់ព្យុះ រញ្ជួញដី ចោរប្លន់ជាដើម។ រីឯធានារ៉ាប់រងលើសុវត្ថិភាព ទទួលរ៉ាប់រងរាល់គ្រោះថ្នាក់ដោយអចេតនាឬការប្តឹងផ្តល់គ្នាតាមផ្លូវច្បាប់ដែលអាចកើតមានឡើងក្នុងកំឡុងពេលប្រើប្រាស់ផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក។

២.៣ ធានារ៉ាប់រងអាយុជីវិត

តើមានអ្វីកើតឡើងនៅពេលដែលម្ចាស់អាជីវកម្មឬដៃគូសហការបាត់បង់អាយុជីវិតក្នុងកំឡុងពេលដំណើរការអាជីវកម្ម? តើអាជីវកម្មនឹងត្រូវបាត់មុខនៅលើទីផ្សារឬយ៉ាងណា? ចំពោះការចំណាយនឹងភាគហ៊ុនរបស់ដៃគូសហការដែលនៅរស់នឹងត្រូវបាត់បង់តាមហ្នឹងដែរឬយ៉ាងណា? ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងអាយុជីវិតបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការទទួលរ៉ាប់រងរាល់ការទទួលខុសត្រូវទាំងអស់បន្ទាប់ពីម្ចាស់អាជីវកម្មដៃគូសហការឬអ្នកដែលពាក់ព័ន្ធបានបាត់បង់ជីវិតជាមួយនឹងកិច្ចព្រមព្រៀងទិញលក់ ការបង់ជាសាច់ប្រាក់ ឬការផ្ទេរសិទ្ធិគ្រប់គ្រងទៅឱ្យនរណាម្នាក់ដោយអាស្រ័យលើការកំណត់របស់បុគ្គលិកផ្ទាល់។

២.៤ ធានារ៉ាប់រងសុខភាព

ជាអត្ថប្រយោជន៍មួយដែលបុគ្គលិកគ្រប់រូបត្រូវតែទទួលបានក្នុងការបំពេញការងារឱ្យអាជីវកម្ម ហើយអាចជួយឱ្យបុគ្គលិកមានភាពស្វាហាប់និងពេញចិត្តក្នុងការបម្រើការឱ្យអាជីវកម្មដោយទទួលបានទំនុកបម្រុងលើសុខភាពនៅពេលដែលមានបញ្ហាសុខភាពណាមួយកើតឡើង។

ដូច្នេះចាំបាច់ត្រូវជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងដែលអាចផ្តល់ទំនុកចិត្តនិងភាពងាយស្រួលដល់បុគ្គលិករបស់អ្នក។

៣-ការរក្សាទុកកំណត់ត្រាគណនេយ្យ

ការបង្ហាញនិងប្រាប់ពីរបៀបទូទៅមួយចំនួនក្នុងការរក្សាទុកកំណត់ត្រាគណនេយ្យដែលជាចំណេះដឹងនិងផលប្រយោជន៍សម្រាប់អាជីវកម្ម។

៣.១ ចំណុចសំខាន់ក្នុងការរក្សាទុកកំណត់ត្រា

ការកត់ត្រាមានមុខងារសំខាន់ពីរ៖

- ផ្តល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរកព័ត៌មាននានាអំពីការបង់ពន្ធ។ កំណត់ត្រាមិនច្បាស់លាស់អាចធ្វើឱ្យពិបាកក្នុងការធ្វើសវនកម្ម ហើយអាចធ្វើឱ្យមានផលប៉ះពាល់រហូតដល់ត្រូវផ្អាកដំណើរការអាជីវកម្ម។
- ផ្តល់ឱ្យនូវទិន្នន័យដែលអាចយកទៅវិភាគលើបម្រែបម្រួលរបស់អាជីវកម្មឬស្វែងរកចន្លោះខ្វះខាតដែលអាចកែប្រែដើម្បីឱ្យអាជីវកម្មមានភាពរីកលូតលាស់ល្អ។

ការរក្សាទុកកំណត់ត្រាគណនេយ្យឱ្យបានត្រឹមត្រូវ គឺជារឿងចាំបាច់ក្នុងភាពជោគជ័យរបស់អាជីវកម្ម។ ការរក្សាទុកលើប្រព័ន្ធកម្មវិធីកុំព្យូទ័រត្រូវមានភាពជឿជាក់ហើយជាជម្រើសដ៏ប្រសើរ និងមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ ចំពោះបច្ចេកវិទ្យា អ្នកត្រូវការអ្នកជំនាញពិភាក្សាយោបល់ ដើម្បីទទួលបានប្រព័ន្ធកម្មវិធីមួយដែលសមស្របនឹងអាជីវកម្មលើគុណភាពនិងតម្លៃក្នុងការចំណាយ។

៣.២ ជំនាញផ្នែកគណនេយ្យ

ប្រសិនបើអាជីវកម្មមានទំហំតូចល្មមដែលអាចចំណាយពេលលើការទុកដាក់កំណត់ត្រាជាការប្រសើរពីព្រោះការដឹងច្បាស់អំពីលំហូរនៃការចំណាយ ឬចំណូលរបស់អាជីវកម្មបានច្បាស់ដែលអាចដោះស្រាយរាល់បញ្ហាបានភ្លាមៗនៅពេលដែលមានបញ្ហានីមួយៗកើតឡើង។ ប៉ុន្តែអាជីវកម្មមានទំហំល្មមដែលទាក់ទងលើការបង់ពន្ធដារផ្សេងៗតម្រូវឱ្យចំណាយពេលច្រើនក្នុងការដោះស្រាយ នោះត្រូវការអ្នកជំនាញផ្នែកគណនេយ្យដើម្បីជួយសម្រួលការងារ ហើយអ្នកមានពេលច្រើនក្នុងការគិតគូអំពីយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារផងដែរ។

៣.៣ កំណត់ត្រាសំខាន់ៗ

តើកំណត់ត្រាអ្វីខ្លះដែលអ្នកគួរតែរក្សាទុក?

អាស្រ័យលើទំហំនិងសេចក្តីត្រូវការទិន្នន័យជាក់ស្តែងនៃអាជីវកម្មមានដូចជា៖

- **កំណត់ត្រាទូទៅ** គ្រប់អាជីវកម្មទាំងអស់សុទ្ធតែតម្រូវឱ្យរក្សាទុកនូវកំណត់ត្រាចរន្តសាច់ប្រាក់ព្រោះជាកម្រិតនៃការចំណាយប្រចាំខែឬចំណូលដែលអាចរកបាន។

- **ចំណូលនិងចំណាយ** គឺជាប្រភេទកំណត់ត្រាមួយដែលសរសេរឡើងរាល់ការចំណាយនិងចំនួនសាច់ប្រាក់នៃចំណូលដើម្បីទូទាត់ការចំណោញឬខាតនៃអាជីវកម្មដែលធ្វើឡើងជារៀងចុងខែពេលបិទបញ្ជីគណនេយ្យ។
- **កំណត់ត្រាលើការចំណាយបន្តិចបន្តួច** ជាប្រភេទនៃការកត់ត្រាលើការចំណាយម្យ៉ាង ដែលតម្រូវឱ្យអ្នកប្រើលុយផ្ទាល់ខ្លួនលើដំណើរការអាជីវកម្មក្នុងលក្ខខណ្ឌមួយដែលមានភាពបន្ទាន់ឬពិបាកក្នុងការប្រើគណនេយ្យអាជីវកម្មដើម្បីបង់ប្រាក់។
- **កំណត់ត្រាលើបញ្ជីសារពើភណ្ឌ** ជាប្រភេទកំណត់ត្រាមួយដែលអនុញ្ញាតិឱ្យអ្នកតាមដានលើការចាយវាយក្នុងដំណើរការផលិត។

នៅមានចំណុចច្រើនទៀតដែលទាមទាឱ្យមានការកត់ត្រានិងរក្សាទុកឱ្យបានត្រឹមត្រូវដោយអាស្រ័យលើទំហំនិងសេចក្តីត្រូវការរបស់អាជីវកម្ម។ អាជីវកម្មមួយអាចទទួលបានភាពជោគជ័យនិងឈរជើងនៅលើទីផ្សារបានយូរអាស្រ័យលើឯកសារកំណត់ត្រាដែលបានរក្សាទុក ពីព្រោះឯកសារនោះជាទិន្នន័យយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការវិភាគឬសម្រេចចិត្តលើភាពរីកចម្រើនលូតលាស់របស់អាជីវកម្ម។

៤-ការប្រើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត

ការប្រើកុំព្យូទ័របានក្លាយជាចំណេះដឹងដ៏សំខាន់និងទូលំទូលាយសម្រាប់ការទាញយកព័ត៌មានឬចំណេះដឹងនានាចេញពីបណ្តាញអ៊ីនធឺណេតនិងគេហៈទំព័រផ្សេងៗ។

អ៊ីនធឺណេត បានក្លាយជាប្រភពដ៏សំខាន់ក្នុងការប្រមូលយកទិន្នន័យសម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្មៈ

- ទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន ឬជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់វត្ថុធាតុដើម
- ស្វែងរកព័ត៌មានអំពីផលិតផលឬសេវាកម្មដែលអ្នកត្រូវការ
- បង្កើតគេហៈទំព័រដើម្បីចែករំលែកនិងចែកចាយព័ត៌មានអំពីផលិតផលឬសេវាកម្មទៅកាន់អតិថិជនតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត។

៤.១ ការបង្កើតគណនីអ៊ីម៉ែល

ការបង្កើតគណនី សារអេឡិចត្រូនិច ឬអ៊ីម៉ែល ដើម្បីធ្វើការទំនាក់ទំនងក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មបានដោយជ្រើសរើសបង្កើតចេញពីក្រុមហ៊ុនដូចជា Yahoo, E-mail, Hotmail និង Google ។ អ៊ីម៉ែល ជាបណ្តាញទំនាក់ទំនងដែលមានលក្ខណៈជាផ្លូវការដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការទំនាក់ទំនង
ជាមួយអតិថិជន ឬអ្នកផ្គត់ផ្គង់វត្ថុធាតុដើម។

ទិន្នន័យសំខាន់ៗរបស់អាជីវកម្មផ្ទាល់ត្រូវបានរក្សាទុកក្នុងអ៊ីម៉ែល ដូច្នេះម្ចាស់អាជីវកម្មត្រូវមានការប្រុងប្រយ័ត្នខ្ពស់លើផ្នែកសន្តិសុខបណ្តាញដើម្បីការពារទិន្នន័យកុំឱ្យលេចចេញក្រៅ។

៤.២ ការស្វែងរកព័ត៌មានលើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត

អ៊ីនធឺណេត គឺជាប្រភពដ៏សំបូរបែបដែលអាចផ្តល់ព័ត៌មានបានគ្រប់បែបយ៉ាង មិនថាព័ត៌មានទាក់ទងទៅនឹងផលិតផល សេវាកម្ម ទិន្នន័យទីផ្សារ បុគ្គលិក ឬព័ត៌មានអ្វីក៏ដោយ ហើយអាចពិភាក្សាជាមួយនឹងអ្នកប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណេតបានទូទាំងពិភពលោកទៅលើប្រធានបទណាមួយដែលហៅថា Forms ។

៤.៣ ការទិញផលិផលឬសេវាកម្ម

ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត ជាបណ្តាញទីផ្សារមួយយ៉ាងទូលំទូលាយសម្រាប់ដាក់លក់អនឡាញបានផ្តល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរកទំនិញឬសេវាកម្មសម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្ម ហើយអាចប្រៀបធៀបតម្លៃទៅនឹងកម្រិតគុណភាពបានក្នុងរយៈពេលដ៏ខ្លី។

ការជាវផលិតផលតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេតអាចទទួលបានផលិតផលដែលមានតម្លៃទាបជាងការជាវនៅលើទីផ្សារដោយផ្ទាល់និងមានគុណភាពដូចគ្នា។ ដូច្នេះការប្រើអ៊ីនធឺណេតគឺមានប្រយោជន៍ខ្លាំងណាស់សម្រាប់អាជីវកម្ម ចំណេញពេលវេលានិងការចំណាយ។

៤.៤ គេហៈទំព័រអាជីវកម្ម

ដោយសារការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេតអាចធ្វើការទំនាក់ទំនងទៅកាន់អតិថិជនបានយ៉ាងងាយស្រួល ដូច្នេះការមានគេហៈទំព័រផ្ទាល់ខ្លួនសម្រាប់ដាក់បង្ហាញព័ត៌មានផលិតផលឬសេវាកម្មក្នុងការពង្រីកអាជីវកម្មនៅលើទីផ្សារ។

គេហៈទំព័រ គឺជាកន្លែងដែលអ្នកអាចដាក់បង្ហាញព័ត៌មានអាជីវកម្ម និងផលិតផលឬសេវាកម្មសម្រាប់ផ្តល់ឱ្យដល់គោលដៅអតិថិជន។ គេហៈទំព័រមានពីរគឺ ការដាក់បង្ហាញព័ត៌មាន និងការលក់អនឡាញ។

🕮🕮🕮🕮

សំណួរ

១. ដូចម្តេចដែលហៅថាការរក្សាសិទ្ធិ?

២. ដូចម្តេចដែលហៅថាពាណិជ្ជសញ្ញា?

៣. ដូចម្តេចដែលហៅថាបណ្ណប៉ាតង់?

៤. អ្វីទៅជាប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត? អ្វីទៅជាគេហៈទំព័រ?

៥. តើអ្នកត្រូវគិតពីអ្វីខ្លះមុនពេលសម្រេចចិត្តធ្វើការស្នើសុំបណ្ណប៉ាតង់សម្រាប់អាជីវកម្ម?

៦. ហេតុអ្វីបានជាអ្នកចាំបាច់ត្រូវចុះកិច្ចសន្យា?តើដំណើរការនៃការចុះកិច្ចសន្យាមានអ្វីខ្លះ?

៧. ហេតុអ្វីបានជាអ្នកត្រូវមានមេធាវីប្រចាំការនៅក្នុងអាជីវកម្ម?

៨. ហេតុអ្វីបានជាអាជីវកម្មរបស់អ្នកត្រូវមានក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រង?

៩. ហេតុអ្វីបានជាអាជីវកម្មរបស់អ្នកត្រូវការរក្សាទុកកំណត់ត្រាគណនេយ្យ?

១០. តើការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេតមានសារៈប្រយោជន៍អ្វីខ្លះ?

ជំពូក ៤ សកម្មភាពអាជីវកម្មក្នុងតំបន់

មេរៀនទី ១ ការរៀបចំគម្រោងទីផ្សារ

១-ផលិតផល និងសេវាកម្ម

នៅត្រង់ផ្នែកនេះ ប្រសិនបើផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នកពិតជាមានបច្ចេកវិទ្យា មានភាពស្មុគស្មាញ និងការឆ្នៃប្រឌិតថ្មី អ្នកនឹងត្រូវចំណាយពេលវេលាច្រើនដើម្បីពិចារណាក្នុងការពិពណ៌នា។ នេះជាលក្ខខណ្ឌពិសេសមួយ ប្រសិនបើអ្នកកំពុងស្វែងរកការផ្តល់មូលធនសម្រាប់ផលិតផល ឬសេវាកម្ម ហើយអ្នកត្រូវកំណត់ ឬពណ៌នាឱ្យបានច្បាស់ពីផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលអ្នកត្រូវផ្តល់ ប៉ុន្តែបើអ្នកមានជួរផលិតផល ឬសេវាកម្មច្រើន អ្នកមិនត្រូវចុះពីផលិតផលនីមួយៗឱ្យដូចគ្នានឹងផលិតផល ឬសេវាកម្មទូទៅនោះទេ។

អ្នកក៏ត្រូវចង្អុលបង្ហាញនូវអនាគតផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលធ្វើផែនការដោយក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក និងពេលដែលអ្នកត្រូវណែនាំវា។

២-ទីតាំងអាជីវកម្ម

ត្រូវចុះទីតាំងកណ្តាលនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក ទីតាំងសំខាន់ៗដទៃទៀតនៃអាជីវកម្ម និងសាខានៃអាជីវកម្មទាំងឡាយរបស់អ្នក ប្រសិនបើអ្នកមានសាខាលើសពីពីរ ឬបី អ្នកអាចចុះសរុបទៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធនៃផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ប្រសិនបើមិនទាន់ប្រាកដលើទីតាំងក៏អ្នកត្រូវបង្ហាញពីនិន្នាការដែលអ្នកត្រូវបោះទីតាំងផងដែរ។

មុនពេលអាជីវកម្មមួយបានដឹងច្បាស់ពីកំឡុងពេលចាប់ផ្តើម បន្ទាប់មកគឺអ្នកត្រូវបង្ហាញពីដំណាក់កាលបង្កើតដូចជា ទស្សនៈជំនួញ ការចាប់ផ្តើមបង្កើតមុនឈានដល់ដំណាក់កាលប្រតិបត្តិការ ការពង្រីកជំនួញ ការប្រមូលផ្តុំ ឬការរៀបចំជួរផលិតផល និងការធ្វើចំណែកទីផ្សារ ឬការកំណត់ជួរផលិតផល។

ក្នុងការចង្អុលបង្ហាញពីផែនការដែលអាចដំណើរការវែងឆ្ងាយចំពោះការរីកចម្រើនដូចជា ការបង្កើតនិងការធ្វើតេស្តផលិតផល ការបញ្ជាទិញ ឬការដឹកជញ្ជូន ចម្ងាយផ្លូវនិងជោគជ័យប្រតិបត្តិការបច្ចុប្បន្ន។ ប្រសិនបើអ្នកមិនទាន់កំណត់គោលដៅឱ្យបានជាក់លាក់ជាមួយនឹងពេលវេលា អ្នកអាចចង្អុលបង្ហាញពីលក្ខខណ្ឌដែលអ្នកត្រូវបំពេញពីទិសដៅទាំងនោះ។

៣-ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ

អ្នកក៏ត្រូវផ្តល់ផងដែរនូវគំនិតខ្លីៗស្តីអំពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន និងលក្ខខណ្ឌផ្ទាល់ខ្លួន។ ឧទាហរណ៍ៈ អ្នកអាននឹងចង់ដឹងពីវិធីដែលស្វែងរកទុនតាមកាលបរិច្ឆេទនិងកាតព្វកិច្ចហិរញ្ញវត្ថុចម្បងៗមួយចំនួន។

អ្នកគួរតែបង្ហាញនូវប្រាក់កម្ចី ឬការវិនិយោគទាំងឡាយដែលអ្នកបានទទួលនិងលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗទៀត។ប្រសិនបើអ្នកកំពុងស្វែងរកទុនសូមសង្ខេបពីចំនួនសាច់ប្រាក់និងគោលបំណងអ្វី។

៤-ការវិភាគ និងនិន្នាការអាជីវកម្ម

៤.១ កត្តាសេដ្ឋកិច្ច

កត្តាសេដ្ឋកិច្ច គឺជាប្រភពទូលំទូលាយណាស់ដែលអាជីវកម្មអាចនឹងជុនជាប។ កត្តាសេដ្ឋកិច្ច គឺជាកត្តាពិសោធន៍ និងមានសារៈសំខាន់ចំពោះការកំណត់សម្គាល់ពីគំរូតាមផ្នែកនីមួយៗពីព្រោះកត្តាសេដ្ឋកិច្ចមានលក្ខណៈទូលំទូលាយ និងប្លែកៗគ្នា។ ដូច្នេះហើយអ្នកត្រូវតែដឹងនូវស្ថានភាពពីមុន និងការធ្វើគម្រោងរីកចម្រើននាពេលអនាគត។

៤.២ ទំហំ និងការរីកលូតលាស់អាជីវកម្ម

ការយកចិត្តទុកដាក់ជាពិសេសលើកម្រិតនៃការរីកលូតលាស់អាជីវកម្ម នឹងអាចផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវការយល់ច្បាស់ពីអថេរនៃកាលានុវត្តភាពចំពោះជំនួញ។ តើយ៉ាងដូចម្តេចដែរចំពោះកម្រិតលូតលាស់អាជីវកម្មរបស់អ្នកបើប្រៀបធៀបជាមួយនឹងផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប ដោយវាស់វែងទៅនឹងសេដ្ឋកិច្ចជាតិ។

ឧទាហរណ៍៖ ប្រសិនបើអាជីវកម្មកើនឡើងបាន ២% ក្នុងមួយឆ្នាំ និងផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបកើនឡើងបាន ៥% នោះអាជីវកម្មរបស់អ្នកកំពុងអន់ថយ និងមានកាលានុវត្តភាពតិចតួច។ ប៉ុន្តែប្រសិនបើអាជីវកម្មកើនឡើងបាន ១៥% ក្នុងមួយឆ្នាំ និងផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបកើនឡើងបាន ៥% នោះអាជីវកម្មរបស់អ្នកកំពុងតែមានសក្តានុពលដ៏អស្ចារ្យ។

៤.៣ ការដឹងច្បាស់ពីខួបសេដ្ឋកិច្ច

អាជីវកម្មមួយចំនួនត្រូវពឹងផ្អែកលើសេដ្ឋកិច្ចខ្លាំងទាំងជាតិ និងអន្តរជាតិ ហើយវាក៏ជាបញ្ហាចាំបាច់មួយត្រូវយល់ដឹងច្បាស់ពីសេដ្ឋកិច្ច។ ការពិចារណាសេដ្ឋកិច្ច ឬខួបដែលជះឥទ្ធិពលដល់អាជីវកម្ម វាអាចជួយអ្នកក្នុងការប្រមើមើល និងចាត់ផែនការដើម្បីការរីកលូតលាស់ក្នុងពេលវេលាមួយសមស្របហើយអាចទប់ទល់ទៅនឹងស្ថានភាពអាក្រក់។

ប្រសិទ្ធិភាពលើលក្ខខ័ណ្ឌសេដ្ឋកិច្ចនៃអាជីវកម្ម
កម្រិតខ្ពស់នៃការពង្រីក/ការបង្កើតជំនួញ ....
....
កម្រិតទាបនៃការពង្រីក/ការបង្កើតជំនួញ ....
....
និកម្មភាពកម្រិតទាប/និកម្មភាពកម្រិតខ្ពស់ ....
....

៤.៤ ការប្រែប្រួលតាមរដូវ

ចំពោះអាជីវកម្មមួយចំនួនមានរដូវកាលផលិតផលក្នុងមួយឆ្នាំ មានចំណូលខ្ពស់ជាងពេលដទៃទៀត។ ឧទាហរណ៍៖ ក្រុមហ៊ុនលក់តុក្កតាមានការលក់ខ្ពស់នូវរដូវកាលបុណ្យគ្រីសស្មើស ចំណែកឯនៅរដូវក្តៅវិញជារដូវធំជាងគេ ប៉ុន្តែការលក់មានការថយចុះយ៉ាងខ្លាំង។

មូលហេតុនៃរដូវដែលជាកត្តាជះឥទ្ធិពលដល់អាជីវកម្ម
បុណ្យគ្រីស្មើស/ថ្ងៃឈប់សម្រាក ....

....
..
រដូវក្ដៅ ....
....
..
រដូវរំហើយ ....
....
..

៤.៥ ការប្រែប្រួលបច្ចេកវិទ្យា

ការប្រែប្រួលបច្ចេកវិទ្យាតែងប៉ះពាលគ្រប់អាជីវកម្មទាំងអស់ពីព្រោះ បម្រែបម្រួលនេះជាមធ្យោបាយក្នុងការបង្កើតផលិតផល និងលក់ផលិតផលតាមទីផ្សារ វិធីគ្រប់គ្រងព័ត៌មាន ការទំនាក់ទំនង និងការកាត់បន្ថយថ្លៃដើម។ ប្រព័ន្ធអិនធើណេតដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់លើទិដ្ឋភាពមួយចំនួនសូម្បីតែអាជីវកម្មដូចជា ការលក់ និងបណ្ដាញចែកចាយ សេវាអតិថិជន និងការទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់។

លក្ខណៈផលិតផល/សេវាកម្ម	ខ្ពស់	មធ្យម	ទាប	គ្មាន
រោងចក្រ/ផលិតផល	☐	☐	☐	☐
ការទូទាត់/ការងាររដ្ឋបាល	☐	☐	☐	☐
ការគ្រប់គ្រងព័ត៌មាន	☐	☐	☐	☐
ការត្រួតពិនិត្យសន្និធិ	☐	☐	☐	☐
ពេលវេលា/វិធីសាស្ត្រដឹកជញ្ជូន	☐	☐	☐	☐
បណ្ដាញលក់	☐	☐	☐	☐
សេវាអតិថិជន	☐	☐	☐	☐

៤.៦ និតិបញ្ញត្តិ និងវិញ្ញាបនបត្រ

អាជីវកម្មជាក់លាក់តែងទទួលរងឥទ្ធិពលពី សកម្មភាពអាជ្ញាធររបស់រដ្ឋាភិបាលដូចជា បទបញ្ញត្តិ ការដាក់កំរិត អាជ្ញាបណ្ណ វិញ្ញាបនបត្រដែលចង្អុលបង្ហាញពីរបៀបដែលអាជីវកម្មត្រូវប្រតិបត្តិតាមក្នុងការដឹកនាំជំនួញ។

កត្តាយល់ដឹង	ខ្ពស់	មធ្យម	ទាប	គ្មាន
មជ្ឈដ្ឋាន	☐	☐	☐	☐
សុខភាព/សុវត្ថិភាព	☐	☐	☐	☐

ជំនួយអន្តរជាតិ	☐
ស្តង់ដារអនុវត្ត	☐
អាជ្ញាបណ្ណ/វិញ្ញាបនបត្រ	☐
ជំនួញត្រឹមត្រូវ/គ្មានបទបញ្ញតិ	☐
បរិយាកាស/ផលិតផល	☐

៤.៧ បណ្តាញផ្គត់ផ្គង់ និងចែកចាយ

បណ្តាញផ្គត់ផ្គង់ និងចែកចាយមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដើម្បីពិចារណាពីជោគជ័យ។ នៅក្នុងអាជីវកម្មមួយចំនួនមានភាពលំបាកក្នុងការនាំផលិតផលចូល និងបែងចែក ក៏ដូចជាប្រភពផ្គត់ផ្គង់ផងដែរ។

កម្រិតបណ្តាញ	ខ្ពស់	មធ្យម	ទាប	ត្រួតពិនិត្យខ្លួនឯង
ការផ្គត់ផ្គង់	☐	☐	☐	☐
ការចែកចាយ	☐	☐	☐	☐

📖📖📖📖

<u>សំណួរ</u>

១. តើអ្នកត្រូវមានសកម្មភាពដូចម្តេចដើម្បីបង្ហាញពីផលិតផលដល់អតិថិជន?

២. តើអ្នកត្រូវជ្រើសរើសទីតាំងដូចម្តេចដើម្បីឱ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នកដំណើរការបាន?

៣. ក្នុងការវិភាគ និងនិន្នាការអាជីវកម្ម តើអ្នកត្រូវពិចារណាលើចំណុចណាខ្លះ? ចូរអ្នករៀបរាប់ពីចំណុចនីមួយៗឱ្យបានច្បាស់លាស់។

ជំពូក ៥ អនុវត្តផែនការអាជីវកម្មសាកល្បង

មេរៀនទី ១ យុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម

១-ជំហរយុទ្ធសាស្ត្រ

១.១ ជំហរយុទ្ធសាស្ត្រដែលបានកំណត់

ដើម្បីស្វែងរកយុទ្ធសាស្ត្រដែលស្ថិតនៅក្នុងលំដាប់ប្រសើរបំផុត លុះត្រាតែមានចំណុចខ្លាំង និងអត្ថប្រយោជន៍ដែលកើតមានពិតជាកាលានុវត្តភាពនៅក្នុងមជ្ឈដ្ឋានប្រកួតប្រជែង។

ការកំណត់ជំហរជាយុទ្ធសាស្ត្រកើតមានឡើងនៅពេលដែលរកឃើញរួមគ្នារវាង៖

- ចំណុចខ្លាំង និងអត្ថប្រយោជន៍
- និន្នាការអាជីវកម្ម និងការអភិវឌ្ឍ
- ការផ្លាស់ប្តូរទីផ្សារ និងកាលានុវត្តន៍ភាព
- ការផ្លាស់ប្តូរ និងកាលានុវត្តន៍ភាពដោយឆ្លងកាត់បច្ចេកវិទ្យាថ្មី។

ការកំណត់អត្ថន័យ ជាយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងជំហរមួយគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់អាជីវកម្មដែលគួរតែអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រដាច់ដោយឡែកពីគូប្រកួតប្រជែង ហើយត្រូវកំណត់ព្រំដែននៃការប្រើប្រាស់ធនធាន។

១.២ ជំហរយុទ្ធសាស្ត្រជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការធ្វើទីផ្សារគឺជាមធ្យោបាយដើម្បីសម្រេចបាននូវជំហរយុទ្ធសាស្ត្រ ជួយបង្កើតឱ្យមានរូបអារម្មណ៍ដោយគ្មានការផ្លាស់ប្តូរជាជំហរ និងការទទួលសារពីអតិថិជនដែលមានសក្តានុពល ហើយការកំណត់ជំហរយុទ្ធសាស្ត្រគឺជាការបង្កើតទីកន្លែងដែលមានន័យពេញលេញចំពោះខ្លួនឯង ស្ថានភាពមួយ និងនៅក្នុងទីផ្សារមួយ។

កម្រិតខុសគ្នានៃផលិតផលគឺផ្អែកលើគុណភាពផលិតផល ឬការកាត់ចំណែកទីផ្សារទៅតាមគោលដៅ។ ក្រុមហ៊ុនពីរអាចមានសហប្រតិបត្តិការរួមគ្នាលើប្រតិបត្តិការផ្សេងៗមួយចំនួនបាន ប៉ុន្តែនៅតែខុសគ្នាលើមូលដ្ឋានផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលមិនមែនជាការកំណត់ជំហរយុទ្ធសាស្ត្រ។

១.៣ ប្រភេទជំហរយុទ្ធសាស្ត្រ

តើអ្វីអាចធ្វើឱ្យអាជីវកម្មមានភាពខុសប្លែកគ្នា? តើជាផលិតផល ឬសេវាកម្ម? តើសម្តៅលើគុណភាព ឬតម្លៃ? តើសម្តៅលើទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ឬអតិថិជន?

យុទ្ធសាស្ត្រដែលអាចធ្វើឱ្យអ្នកស្គាល់ច្បាស់ពីគូប្រកួតប្រជែងរួមមាន៖

- **កត្តាយល់ដឹងពីអតិថិជន** ប្រសើរជាង លឿនជាង ថោកជាង ជាមូលដ្ឋានដោះស្រាយដោយផ្អែកលើការយល់ដឹងពីអតិថិជន និងផលិតផលរបស់អតិថិជនដែលស្ថិតនៅក្នុងស្ថានភាពប្រកួតប្រជែង ហើយកត្តាយល់ដឹងពីអតិថិជនសំខាន់ៗរួមមាន តម្លៃ គុណភាព លក្ខណៈ សេវាកម្ម ឥទ្ធិពលសង្គម និងភាពងាយស្រួល។
- **ការកាត់ចំណែកទីផ្សារ** យុទ្ធសាស្ត្រគឺពឹងផ្អែកលើការកំណត់គោលដៅជាក់លាក់។

- **ការកាត់ចំណែកទីផ្សារ** លទ្ធភាពនៃការកាត់ចំណែកទីផ្សារគឺ ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ អាជីវកម្មទៅអ្នកប្រើប្រាស់ (អាយុ ចំណូល ប្រយោជន៍ និងទំហំ) អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម(អាយុ ទំហំ និងជំនួញ) និងតម្រូវការឯកទេសកម្មរបស់អតិថិជន។។
- **ចំណែកទីផ្សារ** យុទ្ធសាស្ត្រនេះគឺផ្អែកលើការបង្កើត និងតាមបញ្ហាដូចជាតំបន់ត្រួតត្រានៃអតិថិជនដែលជាការលំបាកដល់អាជីវកម្មក្នុងការប្រកួតប្រជែង ហើយនៅពេលដែលកត្តាទាំងនេះចូលទៅកាន់ទីផ្សារថ្មីដោយបើកចំហរដូចជាការកើតមានឡើងតាមរយៈអិនធឺណេត ឬការទំលុះនាំងពាណិជ្ជកម្មមកពីបរទេសចូលមកទីផ្សារជាតិ។ បន្ទាប់ត្រូវយល់ដឹងពីអតិថិជន ឬការរួមចំណែកទស្សនៈដោយទទួលបានមកវិញនូវចំណែកទីផ្សារ
- **គុណសម្បត្តិប្រតិបត្តិការ បច្ចេកវិទ្យា** យុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីទទួលគុណសម្បត្តិប្រកួតប្រជែងគឺត្រូវឆ្លងកាត់ការបង្កើតទម្រង់ការផ្ទៃក្នុង ប្រតិបត្តិការ ឬបច្ចេកវិទ្យា និងការទទួលបាននូវអត្ថប្រយោជន៍កម្រិតចំណេញខ្ពស់លើការប្រកួតប្រជែង ប៉ុន្តែអាជីវកម្មមួយចំនួនទទួលបានជ័យជំនះដោយសារអាជីវកម្មនោះមានភាពប្រសើរស្រាប់ជាងគូប្រកួតប្រជែង។
- **ផលិតផល សមត្ថភាព ទំនាក់ទំនង** យុទ្ធសាស្ត្រគឺការអភិវឌ្ឍ ឬការធានាបាននូវទ្រព្យសម្បត្តិដែលដៃគូប្រជែងមានភាពលំបាកឬអសមត្ថភាពក្នុងការចាប់យកឱកាស់ ជាពិសេសចំពោះរោងចក្រ បច្ចេកវិទ្យា ប៉ាតង់ ដំណើរការ ឬការរក្សាសិទ្ធិថតចម្លង កិច្ចព្រមព្រៀងចែកចាយ អាជ្ញាបណ្ណ ភាពជាដៃគូយុទ្ធសាស្ត្រ និងធនធានមនុស្សដែលពោរពេញដោយសមត្ថភាព។
- **បណ្តាញលក់** ក្នុងបទពិសោធន៍មួយចំនួនអាចនឹងមានលទ្ធភាពធ្វើឱ្យអាជីវកម្មមានលក្ខណៈពិសេសតាមរយៈឥរិយាបថ និងការលក់ឱ្យអតិថិជន។ អាជីវកម្មមួយចំនួនបានលក់ដោយផ្ទាល់ដល់ដៃអតិថិជន ជាជាងការលក់រាយដោយធ្វើការទាក់ទងជាមួយអតិថិជនតាមប្រព័ន្ធអិនធឺណេត
- **ការដាក់យីហោ** ជាកត្តាយុទ្ធសាស្ត្រមួយដ៏សំខាន់ដែលធ្វើឱ្យអាជីវកម្មស្វែងរក និងកសាងយីហោដែលមានលក្ខណៈអន្តរជាតិ។ តាមរយៈពាណិជ្ជសញ្ញានេះ អាចធ្វើឱ្យអតិថិជនកាន់តែមានភាពងាយស្រួល ហើយកាន់តែជិតជិតជាមួយផលិផល និងសេវាកម្មរបស់អ្នក។

២-ការវាយតម្លៃហានិភ័យ

២.១ ប្រភេទហានិភ័យ

- **ហានិភ័យទីផ្សារ** មានន័យថាទីផ្សារមួយមិនឆ្លើយតបនឹងផលិតផល ឬសេវាកម្មដោយសារតែទីផ្សារគ្មានតម្រូវការ ឬទីផ្សារមិនទាន់កើតមាន។
- **ហានិភ័យប្រកួតប្រជែង** មានន័យថាស្ថានភាពប្រកួតប្រជែងមានការធ្លាក់ដុនដាប និងគូប្រកួតប្រជែងថ្មីលេចឡើងនៅលើទីផ្សារ ឬដាក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មប្រសើរជាង។
- **ហានិភ័យបច្ចេកវិទ្យា** មានន័យថាបច្ចេកវិទ្យា ឬការកែច្នៃ ឬការរៀបចំបង្កើតផលិតផលឡើងវិញមិនដំណើរការស្របទៅតាមទស្សនៈវិស័យដែលបានគ្រោងទុក។
- **ហានិភ័យផលិតផល** មានន័យថាផលិតផលមិនមានវត្ថុធាតុដើមគ្រប់គ្រាន់នាំឱ្យការសន្យារមានលក្ខណៈអវិជ្ជមាន ឬផលិតផល និងសេវាកម្មនោះមិនប្រកបដោយបច្ចេកវិទ្យា។
- **ហានិភ័យប្រតិបត្តិ** មានន័យថាការគ្រប់គ្រងគ្មានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការដឹកនាំការរីកចម្រើនរបស់អាជីវកម្ម ពេលវេលាមិនអំណោយផល និងទីកន្លែងប្រតិបត្តិការមិនសមស្រប។
- **ហានិភ័យលើមូលធន** មានន័យថាអ្នកប៉ាន់ស្មានស្ទើរលើថ្លៃដើម ឬកំណត់ចំណូលជ្រុលធ្វើឱ្យបាត់បង់ប្រាក់ចំណេញ។

២.២ ការថ្លឹងថ្លែងហានិភ័យ (Risk) និងកាលានុវត្តន៍ភាព (Opportunity)

វិធីសាស្ត្រដើម្បីបង្ហាញពីតុល្យភាពរវាងហានិភ័យ និងកាលានុវត្តន៍ភាពគឺការបង្កើតស្វតគំនូសតាង (SWOT) ដោយពណ៌នាពីចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ កាលានុវត្តន៍ភាព និងការគំរាមកំហែងជារូបភាពដែលអាចឱ្យយើងដឹងច្បាស់ពីស្ថានភាពអាជីវកម្ម។

ចំណុចខ្លាំង/ខ្សោយ/កាលានុវត្តន៍ភាព/ការគំរាមកំហែង	
ចំណុចខ្លាំង	ចំណុចខ្សោយ ....
ចំណុចខ្លាំង/ខ្សោយ/កាលានុវត្តន៍ភាព/ការគំរាមកំហែង	
កាលានុវត្តន៍ភាព	ការគំរាមកំហែង ....

៣-ផែនការទីផ្សារ

៣.១ ការឈាន និងការដណ្ដើមយកអតិថិជន

ការទទួលយកអតិថិជនក្នុងដៃត្រូវមានភាពជឿជាក់ ដើម្បីឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពទីផ្សារក្នុងការដាក់ផែនការ ទំនាក់ទំនង ជំរុញ និងការធានាបាននូវភាពជោគជ័យអាជីវកម្ម។ ដើម្បីទទួលបានប្រាក់ពីអតិថិជនត្រូវដៅពី ចំនួនកំណត់ណាមួយដែលអ្នកត្រូវការ ហើយត្រូវប្រើប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារដោយប្រុងប្រយ័ត្ន និងគិតគូរឱ្យ បានវែងឆ្ងាយពីព្រោះជាចំណុចសំខាន់ដែលអ្នកវិនិយោគត្រូវមានយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការកំណត់តម្លៃទំនិញ និង សេវាកម្ម។ ផែនការទីផ្សាត្រូវបានកំណត់ពីវិធីធ្វើឱ្យអតិថិជនយល់ពីផលិតផល និងសេវាកម្ម វិធីផ្ទេរទៅអតិថិ ជនពីផលិតផល និងសេវាកម្ម វិធីសាស្ត្រដែលអ្នកប្រើប្រាស់ដើម្បីដឹកនាំ និងរបៀបដែលធានាលើការលក់។

៣.២ សាររបស់អាជីវកម្ម

សារបង្កើតឡើងដោយផ្អែកលើជំហរជាយុទ្ធសាស្ត្រដែលអាជីវកម្មបានត្រួតពិនិត្យរួច ដូចជាភាពនាំមុខ លើតម្លៃទាប ការផ្តល់សេវាកម្ម ២៤ ម៉ោង។ល។ អ្នកជំនាញទីផ្សារបានសង្កត់លើសមាសធាតុ៤ឬហៅថា ភីហ្វ័ រ (P4) ដែលមានឥទ្ធិពលដល់ការទិញរបស់អតិថិជនរួមមាន៖

- **ផលិតផល** (Product) គឺជាទ្រង់ទ្រាយជាក់ស្តែងនៃផលិតផល និងសេវាកម្ម
- **តម្លៃ** (Price) គុណសម្បត្តិនៃតម្លៃដើម
- **ទីកន្លែ** (Place) ភាពងាយស្រួល និងការតុបតែងទីកន្លែងលក់
- **ការផ្សព្វផ្សាយ** (Promotion) ទាំងចំនួននិងលក្ខណៈនៃសកម្មភាពទីផ្សារ។

អេហ្វហ្វាយ (F5) ជាវិធីដែលងាយស្រួលក្នុងការបំពេញលើតម្រូវការរបស់អតិថិជនចង់បានរួមមាន៖

- **មុខងារ** (Function) តើផលិតផល ឬសេវាកម្មបំពេញតម្រូវការជាក់ស្តែងបានដោយរបៀបណា?
- **ហិរញ្ញវត្ថុ** (Financial) តើការទិញជះឥទ្ធិពលយ៉ាងដូចម្តេចដល់ហិរញ្ញវត្ថុទាំងមូល? តើតម្លៃផលិតផល និងសេវាកម្មជាការសន្សំសំចៃ និងបង្កើនផលិតភាពដែរឬទេ?
- **សេរីភាព** (Freedom) តើវាមានភាពងាយស្រួលយ៉ាងដូចម្តេចខ្លះ នៅពេលទិញផលិតផល ឬសេវាកម្មយកទៅប្រើប្រាស់? តើពួកគេនឹងទទួលបាននូវការសន្សំសំចៃពេលវេលា និងកាត់បន្ថយការបារម្ភក្នុងការរស់នៅយ៉ាងដូចម្តេច?
- **អារម្មណ៍** (Feeling) តើផលិតផល ឬសេវកម្មបណ្តាលអតិថិជនមានអារម្មណ៍យ៉ាងណា? តើពួកគេទទួលបានតាមការរំពឹងទុកតាមរយៈអ្នកលក់ និងក្រុមហ៊ុនដែរឬទេ?
- **អនាគត** (Future) តើអតិថិជននឹង បន្តទាក់ទងជាមួយនឹងផលិតផល សេវាកម្ម ឬក្រុមហ៊ុន ដោយរបៀបណា? តើការផ្គត់ផ្គង់ ឬផ្តល់សេវាកម្មមានលទ្ធភាពបន្តទៀតដែរឬទេ? តើផលិតផល ឬសេវាកម្មមានឥទ្ធិពលកាន់តែប្រសើរឡើងនិងធានាបានប៉ុន្មានឆ្នាំខាងមុខទៀត?

៣.៣ យន្តការទីផ្សារ

ខណៈពេលដែលបានកំណត់ជាក់លាក់នូវអ្វីដែលអ្នកចង់ប្រាប់អតិថិជនអំពីអាជីវកម្មគឺត្រូវពណ៌នាពីវិធី ផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន។ តើអ្នកឈានទៅដល់អតិថិជនដោយរបៀបណា? តើអ្នកផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែរឬទេ? តើអ្នកបានប្រើប្រាស់ម៉ែលដោយផ្ទាល់ដែរឬទេ? តើអ្នកបានចូលរួមតាំងពិពណ៌ពាណិជ្ជកម្មដែរឬទេ? តើការ តាំងពិពណ៌មួយណា? តើញឹកញាប់ដែរឬទេ?

ការបញ្ជូនផលិតផល/សេវាកម្មទៅកាន់អតិថិជន

មុខងារ ....
ហិរញ្ញវត្ថុ ....
សេរីភាព ....
អារម្មណ៍ ....
អនាគត ....
....
....

៤-យុទ្ធសាស្ត្រលក់

៤.១ ការទទួលខុសត្រូវនៃកម្លាំងលក់

អាជីវកម្មប្រៀបបានទៅនឹងមណ្ឌលសកម្មភាពដែលបង្កើតនូវប្រភពចំណូល ដោយសម្តៅលើចំនួនបុគ្គលិកដែលមានការទទួលខុសត្រូវក្នុងការលក់យ៉ាងពិតប្រាកដ។ គន្លឹះសំខាន់គឺក្រុមអ្នកលក់ត្រូវប្រុងប្រយ័ត្នចំពោះផែនការប្រើប្រាស់ជំនាញនិងពេលវេលា។ តើត្រូវផ្តល់ទំនួលខុសត្រូវអ្វីខ្លះដល់អ្នកលក់? តើផ្តល់កម្រៃជើងសារ និងគ្រឿងលើកទឹកចិត្តអ្វីខ្លះដល់អ្នកលក់? តើមានវិធីសាស្ត្រអ្វីខ្លះដើម្បីបណ្តុះបណ្តាលដល់អ្នកលក់?

៤.២ សកម្មភាពលក់

បុគ្គលិកលក់ខាងក្នុង បុគ្គលិកលក់រាយ បុគ្គលិកចាំទទួលយកការបញ្ជាទិញតាមទូរស័ព្ទ និងតាមប្រព័ន្ធទីផ្សារអេឡិចត្រូនិច។

បុគ្គលិកលក់ខាងក្រៅ ជានិយោជិតដែលចេញទៅកាន់ទីតាំងរបស់អតិថិជន ដើម្បីប្រមូលការបញ្ជាទិញ។

៤.៣ តម្លៃតបស្នង និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត

តើអ្នកទូទាត់ប្រាក់ខែនិយោជិតយ៉ាងដូចម្តេច? តើអ្នកកំណត់កម្រៃជើងសារប៉ុន្មានភាគរយ? តើអ្នកផ្តល់ប្រាក់បន្ថែមប៉ុន្មានពេលដែលនិយោជិតសម្រេចគោលដៅ? តើអ្នកប្រើប្រាស់គ្រឿងលើកទឹកចិត្តអ្វីខ្លះដល់និយោជិត? តើអ្នកគ្រប់គ្រងលក់នឹងទទួលបានកម្រៃជើងសារយ៉ាងដូចម្តេច ពីការលក់របស់បុគ្គលិក? ដើម្បីបន្តការបណ្តុះបណ្តាល ការលើកទឹកចិត្ត ការមើលការខុសត្រូវលើកម្លាំងលក់ តើនរណាឆ្លើយតបចំពោះបញ្ហានេះប្រសិនបើក្រុមអ្នកលក់ជួបការលំបាក?

៤.៤ ដំណើរការលក់

ក្នុងការកំណត់សម្គាល់ពីនីតិវិធីដែលអ្នកប្រើប្រាស់ដើម្បីបង្កើតសកម្មភាពលក់ ហើយត្រូវកម្រិតនៃលទ្ធផលដែលបានរំពឹងទុកពីកម្លាំងលក់ព្រោះទិន្នន័យលើសកម្មភាពលក់មានសារៈសំខាន់ក្នុងការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មខ្លាំង។

សំណួរ

១. តើការកំណត់ជំហរយុទ្ធសាស្ត្រកើតមានឡើងនៅពេលណា?

២. តើជំហរយុទ្ធសាស្ត្រមានប៉ុន្មានប្រភេទ? អ្វីខ្លះ?

៣. តើហានិភ័យអាជីវកម្មមានប៉ុន្មានប្រភេទ? អ្វីខ្លះ?

៤. តើអ្នកជំនាញទីផ្សារត្រូវផ្អែកលើសមាសធាតុអ្វី ដើម្បីឱ្យមានឥទ្ធិពលដល់ការបញ្ជាទិញរបស់អតិថិជន? តើសមាសធាតុមានអ្វីខ្លះ? ចូររៀបរាប់ពីសមាសធាតុនីមួយៗ។

៥. ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជន តើអ្នកត្រូវធ្វើដូចម្តេច?

៦. តើអ្នកត្រូវមានយុទ្ធសាស្ត្រលក់ដូចម្តេច ដើម្បីឱ្យមានការបញ្ជាទិញផលិតផល ឬសេវាកម្មពីអតិថិជន?

គណៈកម្មការ

I. គណៈកម្មការគ្រប់គ្រង និងដឹកនាំ

១. ឯកឧត្តមបណ្ឌិត	អ៊ឹុម	កុច	រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
២. លោកជំទាវ	ទន់	សាអ៊ីម	អនុរដ្ឋលេខាធិការក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
២. ឯកឧត្តម	កុលផេង វឌ្ឍនា		អនុរដ្ឋលេខាធិការក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
៣. ឯកឧត្តមបណ្ឌិត	ឱម	សិទ្ធី	អគ្គនាយករងនៃអគ្គនាយកដ្ឋានអប់រំ

II. គណៈកម្មការគ្រប់គ្រង និងត្រួតពិនិត្យបច្ចេកទេស

១. លោក	រ័ត្ន	សារ៉ា	ប្រធាននាយកដ្ឋានតម្រង់ទិសវិជ្ជាជីវៈ
២. លោកបណ្ឌិត	មាយ	ចាន់ថេង	អនុប្រធាននាយកដ្ឋានតម្រង់ទិសវិជ្ជាជីវៈ
៣. កញ្ញា	ឃឹម	ចរិយា	ប្រ.ការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី.អប់រំបច្ចេកទេស
៤. លោក	ហួត	ស៊ីណន	អនុការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី.អប់រំបច្ចេកទេស
៥. ល.ស	ឆេង	សិរីនាង	អនុការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី.អប់រំបច្ចេកទេស
៦. ល.ស	វ៉េង	ម្ជូលីដា	អនុការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី.អប់រំបច្ចេកទេស
៧. លោក	ប៊ុត	សុភាព	មន្ត្រីការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី.អប់រំបច្ចេកទេស
៨. លោក	កែវ	វុទ្ធី	មន្ត្រីការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី.អប់រំបច្ចេកទេស
៩. លោក	អែម	សុជាត	មន្ត្រីការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី.អប់រំបច្ចេកទេស

III. គណៈកម្មការកែលម្អមេរៀន

១. លោកបណ្ឌិត	មាយ	ចាន់ថេង	អនុប្រធាននាយកដ្ឋានតម្រង់ទិសវិជ្ជាជីវៈ
២. កញ្ញា	ឃឹម	ចរិយា	ប្រការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី. អប់រំបច្ចេកទេស
៣. លោក	ហួត	ស៊ីណន	អនុការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី. អប់រំបច្ចេកទេស
៤. ល.ស	ឆេង	សិរីនាង	អនុការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី. អប់រំបច្ចេកទេស
៥. ល.ស	វ៉េង	ម្ជូលីដា	អនុការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី. អប់រំបច្ចេកទេស
៦. លោក	ប៊ុត	សុភាព	មន្ត្រីការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី. អប់រំបច្ចេកទេស
៧. លោក	កែវ	វុទ្ធី	មន្ត្រីការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី. អប់រំបច្ចេកទេស

៨. លោក **អែម សុផាត** មន្ត្រីការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី. អប់រំបច្ចេកទេស

៩. លោក **សេង លីម** មន្ត្រីការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី. អប់រំបច្ចេកទេស

១០.លោក **យ៉ាន់ ផាន់និត** មន្ត្រីការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី. អប់រំបច្ចេកទេស

១១.ល.ស **នួន វិទ្យាធិការ** មន្ត្រីការិ.ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍកម្មវិធី. អប់រំបច្ចេកទេស

IV. គណៈកម្មការនិពន្ធ និងរៀបរៀង

១. លោក **ទុន សុខុន** គ្រូបច្ចេកទេសមហាវិទ្យាល័យ.ចប.ជម្ពូវ័ន រាជធានីភ្នំពេញ

២. លោក **ង៉ាន់ វង្សា** គ្រូបច្ចេកទេសមហាវិទ្យាល័យ.ចប.ជម្ពូវ័ន រាជធានីភ្នំពេញ

V. លេខាធិការ

១. លោកស្រី **ឆេង ស៊ីរីនាង** អនុប្រធានការិ.នៃនា.តទវ

២. លោក **ហួត សុរីណន** អនុប្រធានការិ.នៃនា.តទវ

៣. កញ្ញា **ហេង ពៅជីវ័ន្ត** ឡូមអនុប្រធានការិ.នៃនា.តទវ