



សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

Université Royale de Droit et des Sciences Économiques

Royal University of Law and Economics



របាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ

ករណីសិក្សា៖ នៅស្រុកគិរីវង់ ខេត្តតាកែវ

កម្មសិក្សាពីថ្ងៃទី០៣ ខែមេសា ឆ្នាំ២០២៣ ដល់ថ្ងៃទី៣១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣

ឈ្មោះសហគ្រាស៖ **លីហ្វ**

តាក់តែងឡើងដោយ

និស្សិតឈ្មោះ **ហ៊ុយ លីហេង**

ឡុក សុជាតីន

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ **សេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍**

ជំនាន់ទី ៧

ណែនាំដោយ

សាស្ត្រាចារ្យរងបណ្ឌិត **ឈុន ពហុ**

ឆ្នាំចូលសិក្សា ២០១៩

ឆ្នាំសរសេររបាយការណ៍ ២០២៣

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

យើងខ្ញុំឈ្មោះ ហ៊ឺប លីហេង និង ឡុក សុដាលីន ជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ សេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍ ជំនាន់ទី ៧ ផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។ ក្នុងការសរសេរ របាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សាលើប្រធានបទ **ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ** យើងខ្ញុំទាំង ពីរនាក់ សូមសម្តែងនូវសេចក្តីគោរពដ៏ខ្ពស់ខ្ពស់ ព្រមទាំងការដឹងគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅជូនចំពោះ៖

- លោកឪពុក អ្នកម្តាយ ដែលបានផ្តល់កំណើត ចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សា និងផ្តល់ជាកម្លាំងកាយ ចិត្ត ស្មារតី ធនធាន សម្ភារៈ ដល់រូបយើងខ្ញុំ ព្រមទាំងឧបត្ថម្ភសព្វគ្រប់បែបយ៉ាងទាំងអស់ ដោយមិនគិតពី សេចក្តីនឿយហត់ ក្នុងការអប់រំ ណែនាំ ប្រៀនប្រដៅ ទូន្មាន រៀបចំ តម្រង់ទិស ទំនុកបម្រុងការសិក្សាតាំងពី ថ្នាក់បឋមសិក្សា រហូត ដល់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រនេះ។

- ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ព្រមទាំង សាស្ត្រាចារ្យទាំងអស់ដែលបានយកចិត្តទុកដាក់បង្ហាត់បង្រៀន និងផ្តល់បទពិសោធន៍ល្អៗយ៉ាងច្រើន ដល់យើង ខ្ញុំទាំងពីរនាក់។

- សាស្ត្រាចារ្យរងបណ្ឌិត **ឈុន ពហុ** ដែលបានជួយជ្រោមជ្រែង ដឹកនាំ ដាស់តឿន ហើយ បានកែតម្រូវនូវ កំហុសខុសឆ្គងដែលមាននៅក្នុងការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សានេះ ចាប់តាំងពីចំណុច ចាប់ផ្តើមរហូត ដល់ចប់បញ្ចប់ការសរសេរសារណាទោះបីជាមានឧបសគ្គ ឬពេលវេលាតិចតួចស្តើងយ៉ាងណាក៏ដោយ។

- សាស្ត្រាចារ្យរងបណ្ឌិត **ង៉ាន់ ស៊ុនដេត** ដែលលោកបានខិតខំបង្រៀនវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ និងជួយ ណែនាំអំពីរបៀបសរសេរសារណា។

- លោក លោកស្រី ម្ចាស់អាជីវកម្ម (លីហ្វ) ដែលបានផ្តល់ជា បទបង្ហាញក្នុងការផ្តល់ជាឯកសារ ចំណេះ ដឹង ដំណោះស្រាយ និង បញ្ហាផ្សេងៗ ដែលជួបប្រទះក្នុងការបើក នឹងរៀបចំអាជីវកម្ម របស់លោក និងលោក ស្រី។

ជាចុងក្រោយយើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ សូមលើកហត្ថបូងសូងដល់អស់ទេវតា និងវត្ថុស័ក្តិសិទ្ធក្នុងលោក សូម ជួយថែរក្សាដល់លោកអ្នកមានគុណ រួមទាំងសាស្ត្រាចារ្យទាំងអស់ឱ្យជួបតែប្រសិទ្ធពរជ័យ សិរីមង្គល វិបុលសុខ ព្រមទាំងពុទ្ធពរ ទាំងបួនប្រការគឺ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លាងឃ្លាតឡើយ។

អារម្ភកថា

បន្ទាប់ពីបានសិក្សានៅសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច លើមុខ ជំនាញ សេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍រយៈពេល ៤ឆ្នាំកន្លងមក ចំពោះរបាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សានេះជា ការស្រាវជ្រាវ ក្នុងរយៈពេលកំណត់មួយ ហើយក៏ជាលទ្ធផលចុងក្រោយ និងជាចំណេះដឹងដែលបានសិក្សាអស់រយៈពេល ៤ ឆ្នាំនៃថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញសេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍។ នៅក្នុងឆមាសទី២ នៃឆ្នាំទី៤ យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់បាន សម្រេច ចិត្តចាប់ដៃគ្នាក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ដើម្បីចងក្រងជារបាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សាដែលមាន ប្រធានបទ **ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ**។

ការជ្រើសរើសយកប្រធានបទនេះ មកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវយើងខ្ញុំពិតជាបានជួបប្រទះនូវបញ្ហាមួយ ចំនួនផងដែរ ដោយសារតែក្រុមរបស់យើងខ្ញុំពុំសូវមានបទពិសោធន៍ទៅលើប្រធានបទមួយនេះនៅឡើយ ដែល ទាមទារឱ្យក្រុមរបស់យើងខ្ញុំមានការស្នើសុំឯកសារមួយចំនួនពីខាង ម្ចាស់អាជីវកម្ម ការស្រាវជ្រាវពីប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត ការចុះទៅដល់សហគ្រាសផ្ទាល់ រួមនឹងការតម្រេតម្រង់ទិសពីសំណាក់ សាស្ត្រាចារ្យរងបណ្ឌិត **ឈុន ពហុ** ដែលបានផ្តល់នូវគំនិត ដែលជាគន្លឹះល្អៗនៃការស្រាវជ្រាវ។ ទន្ទឹមនឹងនេះផងដែរ យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់សង្ឃឹមថា របាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សាមួយនេះនឹងអាចជួយដល់ប្អូនៗ សិស្ស និងស្រីគំនាន់ក្រោយឱ្យមានការ យល់ដឹងបន្ថែមទៀតទាក់ទង ទៅនឹងកត្តាជាច្រើនដែលជម្រុញឱ្យមានការបង្កើតអាជីវកម្មថ្មី និងការពង្រឹងអាជីវ កម្ម ក៏ដូចជាការអភិវឌ្ឍសហគមន៍ ព្រមទាំងយល់ឱ្យកាន់តែច្បាស់អំពីបញ្ហាប្រឈម និងដំណោះស្រាយល្អៗ ដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងការអភិវឌ្ឍ ក៏ដូចជាយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្មថ្មី និងពង្រឹងអាជីវកម្មផងដែ រ។

ជាចុងក្រោយនេះ ដោយការយល់ដឹងរបស់ពួកយើងនៅមានកម្រិត នៅក្នុងការចងក្រងរបាយការណ៍ កម្មសិក្សានេះ ប្រាកដជាមានកំហុសឆ្គង និងចំណុចខ្វះខាតជាក់ជាមិនខាន។ អាស្រ័យដូចនេះ ហើយ យើងខ្ញុំ ទាំងពីរនាក់រីករាយស្វាគមន៍ទទួលយករាល់មតិៈគន់ទាំងឡាយពីសំណាក់សាស្ត្រាចារ្យ លោកគ្រូអ្នកគ្រូ សិស្ស និងមិត្តៗអ្នកអានទាំងអស់ ដើម្បីស្ថាបនារបាយការណ៍កម្មសិក្សានេះឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរឡើង។

មាតិកា

បញ្ជីអក្សរកាត់ vi
បញ្ជីតារាង..... vii
បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ..... vii

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ ១
២. ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ ២
៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ៣
៤. ទំហំ និងជំនាញ ៣
៥. សារៈសំខាន់នៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ៣
៦. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ ៣
 ៦.១ ទិន្នន័យដំបូង (Primary data) ៤
 ៦.២ ទិន្នន័យទី២ (Secondary Data) ៤
៧. របបសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ ៤

ជំពូកទី១

រំលឹកទ្រឹស្តីដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ

១.១ និយមន័យនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ៦
១.២ គុណវិបស័រអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ៨
១.៣ លក្ខណៈនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ..... ៨
 ១.៣.១ ទស្សនៈវិស័យនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ..... ៩
 ១.៣.២ កំណើនប្រជាជន..... ១១
 ១.៣.៣ ស្ថិតិអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនៅកម្ពុជា ១២
១.៤ ប្រភេទនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ..... ១២
១.៥ គុណសម្បត្តិនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ១៣

១.៦ គុណវិបត្តិនៃលើវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ.....	១៤
១.៧ បញ្ហាប្រឈមផ្សេងៗនៃលើវកម្មខ្នាតតូច.....	១៥

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងលើវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ

២.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងលើវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ នៅស្រុកគិរីវង់.....	១៧
២.១.១ ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ.....	១៧
២.១.២ ទេសចរណ៍.....	១៨
២.១.៣ ការអភិវឌ្ឍ.....	១៨
២.១.៤ សេដ្ឋកិច្ច.....	១៨
២.១.៥ ការអប់រំ.....	១៨
២.១.៦ ផ្សារ.....	១៩
២.២ ទំហំនៃទីតាំងលើវកម្ម.....	១៩
២.២.១ សញ្ញាណនៃទីតាំង.....	១៩
២.២.២ ទំនាក់ទំនង.....	២០
២.៣ របបសម្ព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រងលើវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារគ្រួសារ.....	២០
២.៤ បរិមាណនៃការលក់.....	២១
២.៤.១ ផ្នែកបញ្ជាទិញ.....	២១
២.៤.២ ផ្នែកឃ្នាំងទំនិញ.....	២២
២.៤.៣ ផ្នែកគ្រប់គ្រងទំនិញ.....	២៣
២.៥ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស.....	២៦
២.៥.១ ជ្រើសរើសមនុស្សឱ្យត្រូវ.....	២៦
២.៥.២ បណ្តុះបណ្តាល និងអភិវឌ្ឍន៍.....	២៦
២.៥.៣ តិចនិកក្នុងការប្រើមនុស្ស.....	២៧
២.៥.៤ ការរំលែក.....	២៧

២.៥.៥. របៀបបញ្ឈប់	២៧
២.៦ វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗក្នុង ទីផ្សារប្រកួតប្រជែង	២៧
២.៦.១. បង្កើតបណ្តាញឱ្យបានច្រើនសម្រាប់ទំនាក់ទំនង.....	២៨
២.៦.២. ស្វែងរក និងកំណត់គោលដៅអតិថិជនរបស់យើង	២៨
២.៦.៣. ចាក់ដោតអាម្ពូណ៍របស់អតិថិជនរបស់យើង.....	២៨
២.៧ វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗ ក្នុងពេលដំណើរការអេស៊ីវកម្ម	២៩

ជំពូកទី៣

ការវិនិយោគ និងពិភាក្សាលើលទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

៣.១ ស្ថានភាពនៃការគ្រប់គ្រងអេស៊ីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនៅសហគ្រាសលីហ្គ	៣២
៣.១.១ ភេទ	៣២
៣.១.២ អាយុ	៣៣
៣.១.៣ កម្រិតវប្បធម៌	៣៣
៣.១.៤ ចំនួនបុគ្គលិកក្នុងអាជីវកម្មរបស់សហគ្រាសលីហ្គ.....	៣៤
៣.១.៥ ប្រាក់ចំណូលជាមធ្យមប្រចាំថ្ងៃ	៣៥
៣.១.៦ ប្រាក់ចំណាយរបស់អាជីវករទៅលើកត្តាចម្បងប្រចាំខែ	៣៦
៣.១.៧ មូលហេតុដែលជំរុញឱ្យគាត់នៅតែបន្តធ្វើអាជីវកម្ម	៣៦
៣.១.៨ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងការវាយតម្លៃរយៈពេល ៨ខែ ក្នុងឆ្នាំ២០២៣.....	៣៧
៣.១.៩ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការបន្តគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម.....	៤០
៣.២ ការវិនិយោគ STOW	៤១
៣.២.១ តារាងនៃការវិនិយោគ STOW	៤២
៣.២.២ ការបកស្រាយអំពីលទ្ធផលវិនិយោគ	៤២
៣.២.១.១ ចំណុចខ្លាំង	៤២
៣.២.១.២ ចំណុចខ្សោយ.....	៤៣
៣.២.១.៣ កាលានុវត្តភាព	៤៤

៣.២.១.៤ ភាពគំរាមកំហែង ៤៤

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន ៤៥

២. អនុសាសន៍..... ៤៦

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីអក្សរកាត់

SMEs	៖ (Small and medium-sized enterprises) សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម គឺជាក្រុមហ៊ុន មិនមែនបុត្រសម្ព័ន្ធដែលជាក្រុមហ៊ុនឯករាជ្យដែលមានបុគ្គលិកតិចជាងចំនួនដែលបានកំណត់ហើយចំនួននេះប្រែប្រួលតាមប្រទេស។
MSMEs	៖ (Ministry of Micro, small & Medium Enterprises) មីក្រូសហគ្រាស សហគ្រាសធុនតូច និង មធ្យម។
FIFO	៖ (First in first out) គឺជាការអនុវត្តគណនេយ្យស្តង់ដារដែលសន្មត់ថាទ្រព្យសកម្ម ត្រូវបានលក់ក្នុងលំដាប់ដូចគ្នាដែលគេត្រូវបានទិញ។
STOW	៖ វិធីសាស្ត្រវិភាគអំពីកត្តាខាងក្រៅ និងកត្តាខាងក្រៅ។

សញ្ញាសម្គាល់៖

- (%) ភាគរយ
- (.) កាត់ខ្ទង់ពាន់
- (,) ទសភាគ ឬក្បៀស

បញ្ជីតារាង

តារាងទី១៖ និយមន័យ MSMEs

តារាងទី២៖ អំពីចំនួនភេទបុរស និងស្ត្រីនៅអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនៅសហគ្រាសលីហ្សូ

តារាងទី៣៖ អំពីអាយុក្នុងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនៅសហគ្រាសលីហ្សូ

បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ

- ឧបសម្ព័ន្ធទី១៖ ទិន្នន័យបណ្តោះអាសន្ននៃជំរឿនទូទៅប្រជាជនឆ្នាំ២០១៩របស់វិទ្យាស្ថានជាតិស្ថិតិនៃក្រសួង
ផែនការ
- ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ កម្រងសំណួរ
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៣៖ កម្រងរូបភាពនៃសកម្មភាពខ្លះៗក្នុងការរៀបចំទុកដាក់អីវ៉ាន់ និងដឹកទំនិញចេញ-ចូល
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៤៖ ទិន្នន័យជាក្រាហ្វិក

ನೀತಿಗೈರು

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

ជាធម្មតា ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម រមែងតែចង់បានភាពជោគជ័យ ប៉ុន្តែវាមិនងាយស្រួលនោះទេដើម្បីសម្រេចគោលដៅជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ព្រោះបញ្ហាតែងតែកើតឡើងសម្រាប់អាជីវកម្មនីមួយៗ ជាពិសេស គឺការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុនេះតែម្តង ដែលទាមទារឲ្យភាពច្បាស់លាស់ក្នុងគ្រប់គ្រងចាំបាច់បំផុត។

លំហូរសាច់ប្រាក់ក្នុងអាជីវកម្ម ប្រៀបប្រដូចជាចរន្តឈាមនៃអាជីវកម្មទាំងមូលដូច្នោះដែរ ប្រសិនបើវាមានសញ្ញាវិជ្ជមាន នោះអាជីវកម្មមានការវិវឌ្ឍល្អ ប៉ុន្តែបើវាមានបញ្ហា ឬកកស្ទះសាច់ប្រាក់នោះអាជីវកម្មទាំងមូលក៏មានបញ្ហាដូចគ្នា។ បញ្ហាលំហូរសាច់ប្រាក់នេះ ភាគច្រើនកើតឡើងចំពោះអាជីវកម្មតូចៗ ដោយសារមិនទាន់មានរចនាសម្ព័ន្ធការងារ និងការរៀបចំច្បាស់លាស់។

ហេតុដូច្នោះទើបអាជីវកម្មយុទ្ធសាស្ត្រ បានលើកឡើង ៤ ចំណុច ខាងក្រោមនេះ ដែលអាចជាដើមចមរំដួលអាចបង្កឲ្យមានបញ្ហានេះឡើង៖

- ១. ការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ៖ ការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ធ្វើឲ្យម្ចាស់អាជីវកម្មមានភាពងាយស្រួលស្វែងយល់ពីលទ្ធភាពប្រើប្រាស់ហិរញ្ញវត្ថុក្នុងប្រតិបត្តិការ ឬគម្រោងនីមួយៗ ហើយវាក៏មានឥទ្ធិពលលើលំហូរសាច់ប្រាក់របស់អាជីវកម្មផងដែរ។ ក្នុងករណី ការព្យាករណ៍មានភាពខ្វះចន្លោះ នោះលំហូរសាច់ប្រាក់នៃអាជីវកម្មក៏មានបញ្ហា ដោយសារការប្រើប្រាស់ហិរញ្ញវត្ថុមិនចំគោលដៅ ឬប្រើលើសសមត្ថភាព។ បញ្ហាទាំងនោះ អាចបណ្តាលមកពីម្ចាស់អាជីវកម្មមិនបានជួលអ្នកជំនាញហិរញ្ញវត្ថុច្បាស់លាស់ឲ្យធ្វើការព្យាករណ៍ ឬធ្វើខ្លួនឯងដើម្បីកាត់បន្ថយការចំណាយ។
- ២. បញ្ហាផ្នែកគណនេយ្យ ៖ គណនេយ្យជាផ្នែកសំខាន់មួយសម្រាប់អាជីវកម្មគ្រប់ទម្រង់ ដោយវាកត់ត្រាទិន្នន័យនៃធនធានអាជីវកម្ម ទាំងបំណុល ធនធាន ការបង់ពន្ធ ចំណូល និងលំហូរសាច់ប្រាក់។ វាក៏បង្ហាញពីស្ថានភាពអាជីវកម្មក្នុងរយៈពេលជាក់លាក់ណាមួយ ដើម្បីជួយម្ចាស់អាជីវកម្មក្នុងការសម្រេចចិត្ត ជាពិសេសការប្រើប្រាស់លុយកាក់។ បើផ្នែកគណនេយ្យមានបញ្ហាណាមួយដូចជា ការបញ្ចូលទិន្នន័យមានភាពខ្វះចន្លោះមិនជាក់លាក់ នោះម្ចាស់អាជីវកម្មមិនដឹងថាគួរប្រើប្រាស់ប៉ុនណាឲ្យត្រឹមត្រូវដែលជាបញ្ហាចម្បងនៃបញ្ហាលំហូរសាច់ប្រាក់។
- ៣. ការគ្រប់គ្រងស្តុក ៖ ការគ្រប់គ្រងស្តុក ជាការធ្វើការបញ្ជាទិញទំនិញផ្សេងៗសម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ និងប្រើប្រាស់ក្នុងអាជីវកម្ម។ ប្រសិនបើអ្នកទិញច្រើនជាងតម្រូវការនោះ អ្នកនឹងអស់ប្រាក់ចំណាយលើផ្នែកផ្សេងទៀត ប៉ុន្តែបើអ្នកចំណាយតិចជាងតម្រូវការនោះអ្នកមិនអាចបំពេញតម្រូវការបានទាន់ពេល ដែលប៉ះពាល់ដល់អាជីវកម្មអតិថិជន។ ដូច្នោះការបញ្ជាទិញត្រូវតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន ជាផ្នែកសំខាន់មួយរបស់អាជីវកម្មតូចៗផងដែរ ដោយសារពួកគាត់មិនមានធនធានគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ស្តុកអីវ៉ាន់ច្រើន។ ក្នុងករណី

ការគ្រប់គ្រងស្តុកមានបញ្ហានោះ ច្បាស់ណាស់ថាលំហូរសាច់ប្រាក់នឹងមានបញ្ហាដូចគ្នា ដោយសារទំនិញ ក្នុងស្តុកមិនអាចប្រើប្រាស់បាន ហើយមិនមានប្រាក់ទិញទំនិញបន្ថែម។

៤. មិនមានកញ្ចប់ថវិកាបម្រុង ៖ ជាធម្មតា អាជីវកម្មតូចៗមិនសូវមានប្រាក់បម្រុងប្រើប្រាស់ពេលមានបញ្ហា បន្ទាន់នោះទេ ដោយសារដើមទុនតិច ហើយត្រូវប្រើលើសកម្មភាពជាអាទិភាពអស់។ ពេលមានបញ្ហា ណាមួយដូចជាមួយជំពាក់ថ្លៃទំនិញ ឬទំនិញចាស់លក់មិនចេញ ក៏បង្កើតជាបញ្ហាកកស្ទះ ដែលប៉ះពាល់ ដល់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មទាំងមូលឲ្យដំណើរការយឺត ឬមិនរីកចម្រើន។ សរុបជារួម បញ្ហាទាំង ៤ ខាងលើ ជាបញ្ហាដែលអាជីវកម្មខ្នាតតូចភាគច្រើនជួបប្រទះ តែមានបញ្ហាផ្សេងទៀតជាច្រើន ដែលអាចបង្កជា បញ្ហាដល់លំហូរសាច់ប្រាក់។¹

២. ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

ម្ចាស់អាជីវកម្មទាំងអស់ តែងតែវិនិយោគដើមទុន ដើម្បីទទួលបានផលមកវិញនៅពេលក្រោយ។ ពេល ខ្លះ វាត្រូវចំណាយពេលរាប់ខែ ឬ ឆ្នាំដើម្បីទទួលបានផលត្រឡប់មកវិញ។ ទីផ្សារ អាចនឹងផ្លាស់ប្តូរយ៉ាង ឆាប់ រហ័ស។ ដូច្នេះយើងត្រូវតែមានផែនការនៅនឹងកន្លែង ហើយអាចបត់បែនបានគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីជំរុញសហគ្រាស របស់យើង ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទីផ្សារ។ ក្នុងនាមជាម្ចាស់អាជីវកម្ម ពេលវេលារបស់យើង ត្រូវបាន ចំណាយទាំងស្រុងលើការរៀបចំគន្លឹះ គំនិតទីផ្សារ ការលក់ ការរំពឹងទុកនានា ជាដើម។ យើងត្រូវទទួលខុសត្រូវ រាល់ព័ត៌មានលម្អិតជុំវិញអាជីវកម្មរបស់យើង ដោយរាប់តាំងពីភាពស្របច្បាប់រហូតដល់ការដល់ការសម្រេចចិត្ត ចុងក្រោយ។ បើគ្មានពេលវេលាគ្រប់គ្រាន់ អាជីវកម្មអាចប្រឈមនឹងបញ្ហាច្រើន។ អាស្រ័យហេតុនេះហើយ ទើប មានចំណោទបញ្ហាមួយចំនួនដែលទាក់ទងជាមួយនឹងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមានដូចខាងក្រោម៖

- តើផែនការអាជីវកម្ម និងគោលនយោបាយគ្រប់គ្រងហានិភ័យមានសារៈសំខាន់ដូចម្តេចខ្លះចំពោះ អាជីវករ ?
- ហេតុអ្វីបានជាការព្យាករណ៍ខុស ផ្នែកលក់ អាចនាំឲ្យមានបញ្ហាលំហូរសាច់ប្រាក់?
- តើត្រូវធ្វើដូចម្តេចខ្លះ ដើម្បីកាត់បន្ថយការជំពាក់របស់អតិថិជន?

¹គេហទំព័រAMS.(២០២៣) <https://economy.ams.com.kh/finance/news/small-businesses-should-understand-cash-flow-management/> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៥ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣

៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

យើងសង្កេតឃើញថា ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ នៅប្រទេសកម្ពុជាមានការកើនឡើងជាលំដាប់ ដូច្នេះហើយទើបក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសប្រធានបទនេះយកមកសិក្សាស្វែងយល់ដូចក្នុងគោលបំណងដូចខាងក្រោម៖

- ស្វែងយល់ពីមូលហេតុនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មលក្ខណៈគ្រួសារ
- ស្វែងយល់ពីហានិភ័យនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មលក្ខណៈគ្រួសារ
- ស្វែងយល់ពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម ក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម
- ស្វែងរកដំណោះស្រាយក្នុងការកែប្រែស្ថានភាពរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម

៤. ទំហំ និងដែនកំណត់

នៅក្នុងប្រធានបទនេះ យើងនឹងសិក្សាអំពីការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ទៅលើអាជីវកម្មដែលពួកគាត់បានដំណើរការជាយូរមកដែរហើយ នៃសហគ្រាស លីហ្វ នៅចន្លោះឆ្នាំ ២០១៧-២០២២ ព្រមទាំងចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ ឱកាស ការរងគ្រោះ និងការគំរាមកំហែងផ្សេងៗទៀត ។

៥. សារៈសំខាន់នៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ

បន្ទាប់ពីបានសិក្សាអំពីប្រធានបទនេះ យើងនឹងស្វែងយល់កាន់តែច្បាស់អំពីការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ របស់អាជីវករនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ច ជាពិសេសគឺស្ថានភាពជីវភាពរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម។ ម៉្យាងវិញទៀត យើងនឹងយល់ដឹងអំពីផលប៉ះពាល់ទាំងឡាយទៅលើមុខរបរ និងឧបសគ្គទៅលើម្ចាស់អាជីវកម្ម ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ យើងក៏អាចស្វែងយល់អំពីរបៀបនៃការបង្ការ និងការពារខ្លួនពីខាតបង់ របស់អាជីវករ ស្របពេលចេញប្រកបរបររកស៊ី ហើយយើងនឹងបានយល់ដឹងខ្លះដោយយើងមិនបានធ្វើដោយពុំមានក្បួនខ្នាតច្បាស់លាស់ នោះវានឹងបណ្តាលឲ្យយើងខាតបង់ជាក់ជាពុំខាន។ មិនតែប៉ុណ្ណោះ យើងនឹងយល់ដឹងអំពីដំណោះស្រាយ និងវិធានការណ៍របស់រដ្ឋាភិបាលក្នុងការជួយអន្តរាគមន៍ដល់ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហារបស់ពួកគាត់ផងដែរ។ ក្រៅពីនេះ អ្វីដែលសំខាន់នោះគឺការសិក្សានេះនឹងក្លាយជាស្ថានមួយសម្រាប់អ្នកសិក្សាគ្រប់រូបដែលចង់យល់ដឹងពីការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម។

៦. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការស្រាវជ្រាវលើ “ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ” យើងប្រើវិធីសាស្ត្រពិពណ៌នាប្រៀបធៀប ដើម្បីប្រៀបធៀប ដើម្បីស្វែងរកចំណុចខ្លាំង និង ចំណុចខ្លះចន្លោះនៃ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈ

គ្រួសារ។ ដូចនេះដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម យើងបានធ្វើការចុះកម្មសិក្សានៅសហគ្រាស លីហ្វ ចាប់ពីថ្ងៃទី ០៣ ខែមេសា ឆ្នាំ ២០២៣ ដល់ថ្ងៃទី ៣១ ខែ ឧសភា ឆ្នាំ ២០២៣។

៦.១ ទិន្នន័យដំបូង (Primary data) : នៅទិន្នន័យដំបូង ឬបឋម គឺយើងត្រូវប្រើប្រាស់ទិន្នន័យបែបដែលបានតាមរយៈការសម្ភាសន៍ពីអ្នកគ្រប់គ្រង និងបុគ្គលិក។

- ការអង្កេតលើស្ថានភាពគ្រប់គ្រងជាក់ស្តែង ព្រមទាំងសាកសួរព័ត៌មានមួយចំនួនពីបុគ្គលិកដែលធ្វើការនៅក្នុងសហគ្រាសនេះ។
- ទិន្នន័យបានមកពីការសាកសួរម្ចាស់អាជីវកម្ម ដើម្បីទទួលបាននូវព័ត៌មានទាក់ទងនឹងសកម្មនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មនៅទីនេះ ដើម្បីយកមកសរសេរជារបាយការណ៍។

៦.២ ទិន្នន័យទី២ (Secondary Data) : ជាទិន្នន័យដែលបានរៀនចំរុចជាស្រេច រួមមានទិន្នន័យផ្ទៃក្នុង និងទិន្នន័យខាងក្រៅ។

- ការស្វែងរកឯកសារ ឬការដកយកប្រភេទទ្រឹស្តីនានាដែលទាក់ទងនឹងប្រធានបទ ដែលមានប្រភពដូចជា លំនាំឯកសារ និងរបាយការណ៍កម្មសិក្សានៅក្នុងបណ្ណាល័យ និងព័ត៌មានផ្សេងៗដែលបានមកពីអ៊ីនធឺណែត។

រាល់ទិន្នន័យដែលប្រមូលបាន ទាំងទិន្នន័យទី១ និងទិន្នន័យទី២ អាចឲ្យយើងស្វែងរកចំណុចខ្លាំងនិង ចំណុចខ្វះចន្លោះ ព្រមទាំងទទួលបានព័ត៌មានដែលមានផ្តល់ត្រឡប់ពីម្ចាស់អាជីវកម្ម និងបុគ្គលិកដែលនៅសហគ្រាស លីហ្វ ជាក់ស្តែង។ ចំណុចទាំងអស់នេះហើយជាគោលដៅនៃការស្រាវជ្រាវរបស់ក្រុមយើង។

៧. វេនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងរបាយការណ៍នៃការសិក្សាប្រធានបទខាងលើនេះបានបែងចែកជា ៥ ផ្នែកធំៗដូចតទៅ៖ ផ្នែកដំបូងនៃប្រធានបទគឺជា **សេចក្តីផ្តើម** ដែលនៅក្នុងផ្នែកនេះបានបង្ហាញពីគោលបំណង និងចំណាប់អារម្មណ៍នៃការជ្រើសរើសប្រធានបទដែលក្នុងនេះផងដែរមានបង្ហាញដូចជា លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ គោលបំណងនៃការស្រាវ ការសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ និងវេនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ។

រីឯផ្នែកបន្ទាប់គឺ **ជំពូកទី១** នៅក្នុងជំពូកនេះលើកឡើងដោយឆ្លុះបញ្ចាំងពីនិយមន័យ ដំណើរការ និង ទស្សនៈមួយចំនួនទៀត ដែលមានក្នុងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ។

ជំពូកទី២ គឺសិក្សាអំពីស្ថានភាពទូទៅនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ដែលនៅក្នុងជំពូកនេះបានលើក ឡើងឆ្លុះបញ្ចាំងពីស្ថានភាពទូទៅនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ជាមួយនឹងការបកស្រាយពាក់ព័ន្ធនឹងប្រភេទ នៃទីតាំង រចនាសម្ព័ន្ធការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម បរិមាណនៃការលក់ និងផែនការសម្រាប់ថ្ងៃអនាគតផងដែរ។

ចំណែកជំពូកចុងក្រោយគឺ **ជំពូកទី ៣** ការវិភាគទៅលើទិន្នន័យ ក្នុងនេះយើងបានធ្វើការវិភាគទៅលើ ទិន្នន័យ និងពិពណ៌នានូវទិន្នន័យដែលបានទទួលបានទៅការលើកស្រោចជ្រាវជាមួយនឹង ការធ្វើបទបង្ហាញ ពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ។

ផ្នែកចុងក្រោយនៃប្រធានបទគឺជាការធ្វើ **សេចក្តីសន្និដ្ឋាន** និង **ការផ្តល់អនុសាសន៍** យើងនឹងធ្វើបទ បង្ហាញពីការសំយោគរួមនៃគំនិតរបស់ប្រធានបទចុងក្រោយទៅប្រធានបទដែលបានសិក្សាជាមួយនឹងការផ្តល់ អនុសាសន៍ចុងក្រោយដែលកើតចេញពីចំណេះដឹងនៃការស្រាវជ្រាវដើម្បីផ្តល់ជាពុទ្ធិ វិធីសាស្ត្រ និងបទពិសោធន៍ សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ។

ជំពូកទី ១

**រំលឹកទ្រឹស្តីពាក់ព័ន្ធនឹងការ
គ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម**

ជំពូកទី ១

រចនាសម្ព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម

បើយោងទៅតាមប្រធានបទ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ គឺមានចម្ងល់ថាទៅលើប្រធានបទថាតើអ្វីទៅគឺជា អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ(អាជីវកម្មខ្នាតតូច)? ហើយថាតើអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារមានលក្ខណៈដូចម្តេច? ផ្អែកទៅតាមការសង្កេតរបស់យើងខ្ញុំឃើញថា អ្នកសិក្សាភាគច្រើនយកចិត្តទុកដាក់ និងសិក្សាតែទៅលើអាជីវកម្មដែលមានលក្ខណៈទ្រង់ទ្រាយធំប៉ុណ្ណោះ ដែលពុំសូវមានអ្នកលើកកមកសិក្សាទៅលើអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារប៉ុន្មាននោះទេ។ បើទោះបីជាពុំសូវមានការយកចិត្តទុកដាក់សិក្សា ចងក្រងនូវឯកសារពាក់ព័ន្ធជាមួយនិងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនេះក្តី ក៏អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារមួយនេះបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងដំណើរការនៃការលូតលាស់សេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសជាតិនីមួយៗ ជាពិសេសទៅលើប្រទេសដែលស្ថិតក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍តូចៗ។ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនេះបានជួយសម្រួលដល់និកម្មភាពរបស់ប្រជាជនយ៉ាងច្រើនផងដែរដែលជួយជំរុញដល់ការអភិវឌ្ឍកាន់តែលឿនផងដែរនៅកម្រិតមីក្រូ។

ដោយហេតុដែលបានរៀបរាប់ខាងលើនេះ ដើម្បីស្វែងយល់ឲ្យកាន់តែច្បាស់ យើងខ្ញុំនឹងធ្វើការពន្យល់និងបកស្រាយអំពីពាក្យគន្លឹះ និងលក្ខណៈផ្សេងៗនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារឲ្យបានក្លាយនៅក្នុងជំពូកនេះ។

១.១ និយមន័យនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មលក្ខណៈគ្រួសារ

និយមន័យរបស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារប្រែប្រួលពីប្រទេសមួយទៅប្រទេសមួយទៀតអាស្រ័យលើវិស័យដែលពាក់ព័ន្ធនឹងមិនមានលក្ខណៈជាសកលទេ ប្រែប្រួលទៅតាមប្រទេសដែលគេសិក្សា។ ប្រទេសខ្លះបែងចែកតាមចំនួននិយោជិត ទ្រព្យរបស់ក្រុមហ៊ុន ហើយខ្លះទៀតផ្អែកទៅលើទំហំនៃផលចំណូលសរុបប្រចាំឆ្នាំ។ ទោះបីជាអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារមិនទាន់មានឯកសារការកំណត់ច្បាស់លាស់ទៅលើនិយមន័យ ប៉ុន្តែយើងក៏បានរកឃើញការផ្តល់ជានិយមន័យមួយចំនួនទៅលើវាផងដែរទៅតាមការកំណត់មួយចំនួន។ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ គឺជាអាជីវកម្មដែលត្រូវបានបង្កើតឡើង ដំណើរការ និងគ្រប់គ្រងដោយចំនួនដើមទុនតិចតួចនិងបុគ្គលិកមួយចំនួនតូច។ ការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមរបស់ប្រទេសមួយមានភាពធំធេងរួម ជាមួយអាជីវកម្ម សារៈសំខាន់នៃអាជីវកម្មខ្នាតតូចគឺធំធេងណាស់។ ចាប់ពីសម័យបុរាណរហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន លក្ខណៈផ្សេងៗនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ អាចត្រូវបានគេសង្កេតឃើញនៅទូទាំងពិភពលោក ជាមួយនឹងភាពជោគជ័យនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈនៅក្នុងតំបន់ផ្សេងៗគ្នា។ ទាំងនេះគឺជាដើមទុនទាប ការធ្វើផែនការរយៈពេលខ្លី ការគ្រប់គ្រងងាយស្រួល ការគ្រប់គ្រងឯករាជ្យ កម្លាំងពលកម្មតិច ការប្រើប្រាស់វត្ថុធាតុដើមក្នុងស្រុក។ល។

ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មលក្ខណៈគ្រួសារ គឺសំដៅលើអាជីវកម្មដែលមានខ្នាតតូច និងមធ្យមដែលមានដូចជា ប្តីប្រពន្ធបងប្អូន កូនក្មួយប៉ុណ្ណោះ។

បើយោងតាមអនុក្រឹត្យលេខ ១៧ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី១៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១៧ ស្តីអំពីពន្ធលើអាជីវកម្ម ខ្នាតតូច និងមធ្យម និងបានផ្តល់និយមន័យនៃអាជីវកម្មខ្នាតតូច និងមធ្យមដូចខាងក្រោម៖

មីក្រូអាជីវកម្ម គឺជាអាជីវកម្មដែលមានបុគ្គលិកតិចជាង ១០នាក់ និងមានប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំតិចជាង ២៥០លានរៀល។

អាជីវកម្មខ្នាតតូច គឺជាអាជីវកម្មដែលមានបុគ្គលិកចាប់ពី ១០នាក់ ទៅ៥០នាក់ ដែលមានចំណូលប្រចាំឆ្នាំចាប់ពី ២៥០លានរៀល តិចជាង ៧០០លានរៀល។

អាជីវកម្មខ្នាតមធ្យម គឺជាអាជីវកម្មដែលមានបុគ្គលិកចាប់ពី ៥០នាក់ ទៅ ១០០នាក់ ដែលមានប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំចាប់ពី ៧០០លានរៀល និងតិចជាង ២០០០លានរៀល។^២

តារាងទី១៖ និយមន័យ MSMEs

ចំណាត់ថ្នាក់	បុគ្គលិក (នាក់)	ទ្រព្យសកម្ម (មិនរាប់បញ្ចូលដីនិងប្រាក់លានរៀល)	ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ (លានរៀល)
មីក្រូសហគ្រាស	< ១០	< ២០០	< ២៥០
សហគ្រាសធុនតូច	១០-៥០	ចាប់ពី ២០០-តិចជាង ២៥០	ចាប់ពី ២៥០-តិចជាង៧០០
សហគ្រាសធុនមធ្យម	៥១-១០០	ចាប់ពី ២៥០-២០០០	ចាប់ពី ៧០០-តិចជាង២០០០
សហគ្រាសធុនធំ	> ១០០	> ២០០០	> ២០០០

ប្រភព៖ (ចងក្រងដោយអ្នកនិពន្ធ)

អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារបានកំណត់ថាជាអាជីវកម្មឯកជន ភាពជាដៃគូ ឬកម្មសិទ្ធិផ្តាច់មុខដែលមានបុគ្គលិកតិចជាង និងប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំតិចជាងសាជីវកម្ម ឬអាជីវកម្មដែលមានទំហំធម្មតា។ និយមន័យ នៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការដាក់ពាក្យសុំជំនួយពីរដ្ឋាភិបាល និងមានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់គោលនយោបាយពន្ធអនុគ្រោះប្រែប្រួលទៅតាមប្រទេស និងឧស្សាហកម្ម។^៣ ជាទូទៅ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈមានបុគ្គលិកតិច ឬមិនមានបុគ្គលិកតែម្តងដែលពួកគេអាចធ្វើអាជីវកម្មជាលក្ខណៈឯកកម្មសិទ្ធិ

^២ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា. (២០១៧) អនុក្រឹត្យលេខ១៧ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី២៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១៧ ស្តីពីការលើកទឹកចិត្តផ្នែកពន្ធដារចំពោះការចុះបញ្ជីដោយស្ម័គ្រចិត្តរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងសហគ្រាសធុនមធ្យម។

^៣ គេហទំព័រ ASQ. (២០២៣). What's a small business? <https://asq.org/quality-resources/small-business> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី៣០ ខែឧសភា ឆ្នាំ ២០២៣

ដែលបម្រើសេវាកម្ម ឬលក់ទំនិញដែលអាចមានដូចជា ហាងលក់ភេសជ្ជៈ ហាងលក់នំ បង្អែម បន្លែ ត្រីសាច់ ជាដើមដែលជាលក្ខណៈលក់រាយ។

១.២ តួនាទីរបស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ

អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារតួនាទីក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាមួយចំនួនដូចជា៖

- បង្កើនផលិតកម្មក្នុងស្រុក កាត់បន្ថយការនាំចូលមកពីបរទេស។
- ទំនិញ និងសេវាមានគុណភាព ទំនើប និងមានតម្លៃសមរម្យ។
- ជួយឲ្យជញ្ជីងពាណិជ្ជកម្មមានលំនឹង ព្រោះកាត់បន្ថយការនាំចូល រួចបង្កើនការនាំចេញ។
- កាត់បន្ថយហានិភ័យអតិផរណា ទំនិញ និងសេវាមិនងាយឡើងថ្លៃ។
- ផ្តល់ការងារដល់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងប្រទេសកាត់បន្ថយភាពគ្មានការងារធ្វើ។
- សេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសមានស្ថេរភាព និងរីកចម្រើនប្រកបដោយចីរភាព។
- ប្រទេសមានការអភិវឌ្ឍច្រើនជាងពីមុន។⁴

១.៣ លក្ខណៈនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ

លក្ខណៈអាជីវកម្មនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ៖

តាមនិយមន័យនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ មួយចំនួនអាចត្រូវបានរកឃើញ ដោយមានជំនួយពីអាជីវកម្មខ្នាតតូចអាចត្រូវបានសម្គាល់យ៉ាងងាយស្រួលពីសហគ្រាសមធ្យម និងធំណាមួយ។ ខាងក្រោមនេះជាលក្ខណៈមួយចំនួនរបស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ៖

- ដើមទុនទាប ៖ ដើមទុនទាប គឺជាលក្ខណៈពិសេសមួយ នៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ។ ដើមទុននៃអាជីវកម្មនេះមានកម្រិតជាជាងសហគ្រាសធុនមធ្យម និងធំ។
- ផែនការរយៈពេលខ្លី ៖ លក្ខណៈពិសេសប្លែកនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារអាចត្រូវបានគេសង្កេតឃើញនៅក្នុងការធ្វើផែនការ។ ផែនការអាជីវកម្មស្ទើរតែទាំងអស់គឺមានរយៈពេលខ្លី ដោយសារពួកគេជាសហគ្រាសខ្នាតតូច និងត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅរយៈពេលខ្លីតែប៉ុណ្ណោះ។
- ភាពងាយស្រួលនៃការគ្រប់គ្រង ៖ អាជីវកម្មនេះងាយស្រួលគ្រប់គ្រងជាងអាជីវកម្មផ្សេងទៀត។ ដោយសារចំនួនកម្មករត្រូវបានកំណត់ត្រឹមអតិបរមា ៥០ ហើយស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងផ្ទាល់របស់ម្ចាស់ គម្លាតណាមួយត្រូវបានរកឃើញយ៉ាងងាយស្រួល។ ជាលទ្ធផលការងារត្រួតពិនិត្យកាន់តែងាយស្រួល។

⁴ គេហទំព័រ Khsearch. (២០២៣) <https://www.khsearch.com/qna/27112> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី៣១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣

- ការគ្រប់គ្រងឯករាជ្យ ៖ វាជាលក្ខណៈមួយនៃអាជីវកម្មនេះ គឺថាវាទទួលបានសេរីភាពយ៉ាងច្រើនក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការគ្រប់គ្រង។ ក្នុងនាមជាម្ចាស់ខ្លួនគាត់ផ្ទាល់ពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មនេះ ឥទ្ធិពលនៃសេដ្ឋកិច្ច ចំណូលចិត្ត អាកប្បកិរិយា ជាដើម អាចត្រូវបានគេសង្កេតឃើញនៅក្នុងការគ្រប់គ្រង។
 - មុខងារផ្នែកលើតំបន់ ៖ សកម្មភាពអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារត្រូវបានប្រមូលផ្តុំជាចម្បងនៅក្នុងតំបន់ជាក់លាក់មួយ។ គោលបំណងសំខាន់នៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ គឺដើម្បីរក្សាខ្លួនពួកគេឲ្យចូលរួមក្នុងការបំពេញតម្រូវការ និងការចង់បានរបស់ប្រជាជនក្នុងតំបន់។
 - ចំនួនបុគ្គលិកតិចតួច ៖ លក្ខណៈមួយទៀតនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារគឺចំនួនកម្មករមានចំនួនតិចណាស់។ ចំនួនកម្មករដែលធ្វើអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារមានតិចជាង ៥០នាក់។
 - ការប្រើប្រាស់វត្ថុធាតុដើមក្នុងស្រុក ៖ វត្ថុធាតុដើមផលិតក្នុងស្រុកត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងអាជីវកម្មនេះ។ អាជីវកម្មខ្នាតតូចជាធម្មតាត្រូវបានបង្កើតឡើងអាស្រ័យលើវត្ថុធាតុដើមក្នុងស្រុក។ ប៉ុន្តែជួនកាលវត្ថុធាតុដើមក៏ត្រូវបាននាំចូលពីខាងក្រៅផងដែរ បើចាំបាច់ ទោះបីជាវាតិចក៏ដោយ។
 - កង្វះបច្ចេកវិទ្យាទំនើប ៖ ស្ទើរតែគ្រប់ទីកន្លែងក្នុងពិភពលោក អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារខ្វះបច្ចេកវិទ្យាទំនើប។ នាពេលបច្ចុប្បន្នការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើបអាចត្រូវបានគេសង្កេតឃើញនៅក្នុងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារមួយចំនួន ប៉ុន្តែក្នុងករណីភាគច្រើនមិនអាចប្រើប្រាស់វាបានយ៉ាងទូលំទូលាយដោយសារតែខ្វះដើមទុន។
 - ទម្រង់ច្បាប់ទាប ៖ រាល់ទម្រង់ច្បាប់ដែលត្រូវអនុវត្តតាមក្នុងការបង្កើត បទប្បញ្ញត្តិ ការគ្រប់គ្រង ការពង្រីកការគ្រប់គ្រង និងការរំលាយអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ គឺតិចជាងសហគ្រាសធំៗ។ ដូច្នេះអាចនិយាយបានថាមិនសូវមានទិដ្ឋភាពច្បាប់ដែលត្រូវអនុវត្តក្នុងករណីអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនោះទេ។
 - ទំហំអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ៖ ទំហំនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារមានទំហំតូចជាងអាជីវកម្មខ្នាតមធ្យម និងធំ។ កត្តាមួយចំនួនដូចជា ដើមទុនទាប បុគ្គលិកតិចតួច ការប្រើប្រាស់គ្រឿងចក្រខ្នាតតូច ដើម្បីសម្រួល នូវកាត់បន្ថយទំហំការចំណាយក្នុងអាជីវកម្ម។
- បន្ទាប់ពីការពិភាក្សាខាងលើអាចនិយាយបានថាមានលក្ខណៈមួយចំនួននៅក្នុងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារដែលមិនត្រូវបានគេមើលឃើញនៅក្នុងអាជីវកម្មផ្សេងទៀតទេ។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះ លក្ខណៈទាំងនេះបានបែងចែកអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារពីអាជីវកម្មខ្នាតមធ្យម និងខ្នាតធំ។⁵

១.៣.១ ទស្សនៈវិស័យនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ

ពេលខ្លះយើងនិយាយថា អាជីវកម្មអាជីវកម្មជាលក្ខណៈ គឺជាផ្កាយភ្លឺនៃសេដ្ឋកិច្ច ពោលគឺអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារបានរស់រានមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះក្នុងគ្រប់សេដ្ឋកិច្ចតាំងពីបុរាណកាលមក។

⁵ គេហទំព័រ Business Study Management (២០២៣). <https://businessmanagementstudy.com/characteristics-of-small-business.html> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី៣១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣

នៅទូទាំងពិភពលោក ជាពិសេសនៅក្នុងប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ អាជីវកម្មនេះមាន តួនាទីយ៉ាងធំធេង។ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារមានសក្តានុពលយ៉ាងធំធេងក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច របស់ប្រទេសណាមួយ។

ទិដ្ឋភាពផ្សេងៗនៃសក្តានុពលអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារត្រូវបានបង្ហាញដូចខាងក្រោម៖

- ការយល់ដឹងដើម្បីផ្លាស់ប្តូរ ៖ ការឡើងចុះនៃសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសណាមួយគឺជារឿងធម្មតា។ អាជីវកម្មខ្នាតតូចអាចឆ្លើយតបបានយ៉ាងលឿនជាងអាជីវកម្មខ្នាតធំ ។
- ឱកាសការងារ ៖ ដោយចងចាំរឿងនេះ មួយផ្នែកធំនៃចំនួនប្រជាជនដែលគ្មានការងារធ្វើបានជ្រើសរើស អាជីវកម្មខ្នាតតូច ជាឱកាសការងាររបស់ខ្លួន។ ការចូលរួមចំណែកនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារក្នុង ការដោះស្រាយបញ្ហាគ្មានការងារធ្វើនៃប្រទេសណាមួយ ពោលគឺបង្កើតឱកាសការងារមានសារៈ សំខាន់ណាស់។ ក្នុងនាមជាសហគ្រិននៃអាជីវកម្មនេះ បានផ្តល់ការងារដល់សមាជិកគ្រួសាររបស់គាត់ និងគាត់ក៏បង្កើតការងារសម្រាប់អ្នកអត់ការងារធ្វើដោយការជួលមនុស្សផ្សេងទៀត។
- ការប្រើប្រាស់ធនធានធម្មជាតិឱ្យបានត្រឹមត្រូវ ៖ ទិដ្ឋភាពមួយនៃការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសគឺ ការប្រើប្រាស់ធនធានធម្មជាតិបានត្រឹមត្រូវ។ ដោយសារអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ គឺផ្អែកលើវត្ថុ ធាតុដើមក្នុងស្រុក។ ដូច្នេះហើយ នៅក្នុងប្រទេសដែលមានធនធានធម្មជាតិកាន់តែច្រើន ឧស្សាហកម្ម តូចៗទំនងជានឹងអភិវឌ្ឍនៅទីនោះ។ ឧទាហរណ៍៖ អាជីវកម្មដែកបានអភិវឌ្ឍនៅប្រទេសចិន អាជីវកម្ម ចាហ្សូយនៅបង់ក្លាដែស។ល។
- ប្រាក់ចំណូលនៃការប្តូររូបិយប័ណ្ណបរទេស ៖ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារបន្តដើរតួនាទីក្នុងការកាត់ប្រាក់ ចំណូលពីការផ្លាស់ប្តូររូបិយប័ណ្ណបរទេស។ ជាឧទាហរណ៍ វិស័យដែលរកចំណូលបានពីការផ្លាស់ប្តូរ រូបិយប័ណ្ណបរទេសខ្ពស់បំផុតរបស់ប្រទេសបង់ក្លាដែសគឺឧស្សាហកម្មកាត់ដេរ ដែលភាគច្រើនជាអាជីវ កម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ។ ប្រទេសជាច្រើនជុំវិញពិភពលោក រួមទាំងប្រទេសចិនផងដែរ កំពុងពិចារណា អាជីវកម្មខ្នាតតូចជាវិស័យរកចំណូលប្តូរប្រាក់បរទេសដ៏សំខាន់។
- ការកើនឡើងនៃប្រាក់ចំណូលក្នុងមនុស្សម្នាក់ ៖ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ កំពុងដើរតួនាទីដ៏មាន ប្រយោជន៍ក្នុងការបង្កើនប្រាក់ចំណូលសម្រាប់មនុស្សម្នាក់ៗរបស់ប្រទេសនីមួយៗ។ តាមរយៈអង្គការ អាជីវកម្មប្រភេទនេះ ដោយសារសហគ្រិនកំពុងជួយសម្រួលដល់ប្រាក់ចំណូលផ្ទាល់ខ្លួន ឱកាស ការងារសម្រាប់អ្នកដទៃក៏ត្រូវបានបង្កើតឡើងផងដែរ។ ជាលទ្ធផល ចំណូលមនុស្សម្នាក់របស់ប្រទេស កំពុងកើនឡើង។
- ការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច ៖ អាជីវកម្មដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចនៃប្រទេសណាមួយ។ ក្នុងចំណោមអាជីវកម្មទាំងអស់ អត្រាប្រេវ៉ាឡង់នៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ គឺខ្ពស់បំផុត។ ដូច្នេះ អាចនិយាយបានថាការរួមចំណែកនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ គឺជាអតិបរមាក្នុងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋ កិច្ចរបស់ប្រទេសណាមួយ។

- វិស័យច្នៃប្រឌិត ៖ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការច្នៃប្រឌិត។ ម្ចាស់អាជីវកម្ម តែងតែចូលរួមក្នុងការផលិតផលិតផល និងសេវាកម្ម ដូច្នេះហើយពួកគេតែងតែព្យាយាមផ្តល់ផលិតផល ឬសេវាកម្មថ្មីៗដល់សាធារណជនទូទៅ។
- ការប្រើប្រាស់ដើមទុនល្អបំផុត ៖ តួនាទីរបស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ក្នុងការប្រើប្រាស់ដើមទុនដែលចង់បានគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់។ សហគ្រិននៃអាជីវកម្មនេះប្រមូលផ្តុំធនធានតូចៗរបស់ពួកគេ និងបង្កើតអាជីវកម្ម។ ជាលទ្ធផល ភាពចល័តនៃដើមទុនវិនិយោគ របស់ពួកគេក៏កើនឡើង។
- វិមជ្ឈការនៃឧស្សាហកម្ម ៖ វិមជ្ឈការនៃឧស្សាហកម្មគឺមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចដ៏ត្រឹមត្រូវនៃប្រទេសណាមួយ។ ការរួមចំណែករបស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ចំពោះវិមជ្ឈការបែបនេះគឺធំធេងណាស់។ នេះដោយសារតែអាជីវកម្មនេះ ភាគច្រើនពឹងផ្អែកលើវត្ថុធាតុដើមក្នុងស្រុក ឬដើរតួនាទីជាម្ចាស់គាំទ្រសម្រាប់សហគ្រាសធំៗ។ ជាលទ្ធផលវិមជ្ឈការនៃឧស្សាហកម្មត្រូវបានធានា។
- កាត់បន្ថយការផ្តាច់មុខ ៖ ដោយសារគុណសម្បត្តិនៃផលិតកម្មធំ ដើមទុនកាន់តែច្រើន។ល។ អាជីវកម្មខ្នាតធំស្ថិតក្នុងទីតាំងមានគុណសម្បត្តិច្រើន ដូច្នេះវាមានឥទ្ធិពលផ្តាច់មុខក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម។ ក្នុងករណីនេះ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារអាចកាត់បន្ថយឥទ្ធិពលផ្តាច់មុខនៃអាជីវកម្មធំៗពីទីផ្សារក្នុងស្រុកដោយផលិត និងចែកចាយផលិតផលក្នុងស្រុក។⁶

១.៣.២ កំណើនប្រជាជន

គណៈកម្មាធិការជាតិជំរឿនប្រជាជនបានបង្ហាញលទ្ធផលចុងក្រោយនៃការជំរឿនប្រជាជនកម្ពុជា ឆ្នាំ២០១៩ តាមវិធីសាស្ត្រឃើញរាប់តាមពេលវេលាម៉ោងសូន្យ កាលថ្ងៃទី០៣ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១៩ ប្រជាជនសរុបមានចំនួន ១៥.៥៥២.២១១ នាក់ បានកើនឡើង ១៣.៣៩៥.៦៨២ នាក់ នៅឆ្នាំ២០០៨ ។ បើប្រៀបធៀបតួលេខជំរឿនឆ្នាំ ២០០៨ ទៅឆ្នាំឆ្នាំ២០១៩ ប្រជាជនសរុបកើនឡើង ២.១៥៦.៥២៩ នាក់ ដែលត្រូវជា ១៦.១ ភាគរយ អំឡុងរយៈពេល ១១ឆ្នាំកន្លងមកនេះ។ តាមរបាយការណ៍បានបង្ហាញថា ចំនួនមនុស្សប្រុសមាន ចំនួន ៧.៥៧១.៨៣៧នាក់ ត្រូវជា ៤៨,៧ភាគរយនៃចំនួនប្រជាជនប្រទេសកម្ពុជាសរុប ខណៈពេលដែលស្ត្រីមានចំនួន ៧.៩៨០.៣៧៤ នាក់ ស្មើនឹង ៥១,៣ ភាគរយ នៃប្រជាជនសរុប (មើលឧបសម្ព័ន្ធទី១)។

ភាគរយនៃប្រជាជនរស់នៅទីប្រជុំជនមានចំនួន ៣៩.៤ ភាគរយ និង ជនបទមានចំនួន ៦០.៦ ភាគរយ។ យោងទៅតាមលទ្ធផលចុងក្រោយ តាមវិធីសាស្ត្រឃើញរាប់ ដង់ស៊ីតេប្រជាជនគឺកម្ពុជាមានប្រជាជនចំនួន ៨៧នាក់ ក្នុងផ្ទៃដីមួយគីឡូម៉ែត្រការ៉េ កើនឡើង ១២នាក់ ក្នុងមួយគីឡូម៉ែត្រការ៉េ ពី ៧៥នាក់ នៅឆ្នាំ២០០៨។ ជំរឿនកំរក ឃើញជនអន្តោប្រវេសន៍រស់នៅកម្ពុជាប្រមាណ ៩ម៉ឺន ៨ពាន់នាក់។⁷

⁶ គេហទំព័រ Business Study Management (២០២៣). <https://businessmanagementstudy.com/characteristics-of-small-business.html> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី៣១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣

⁷ វិទ្យាស្ថានជាតិស្ថិតិក្រសួងផែនការ៖ ជំរឿនទូទៅប្រជាជននៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឆ្នាំ ២០១៩ (ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៩)

តាមតារាងឧបសម្ព័ន្ធទី១ បានបង្ហាញថា ប្រជាជនតាមរាជធានីខេត្តក្នុងឆ្នាំ២០០៨ និងឆ្នាំ២០១៩ តាម លទ្ធផលប្រជាជនក្នុងចំណោមរាជធានីខេត្តទាំង២៥ ក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា រាជធានីភ្នំពេញ មានប្រជា ជនខ្ពស់ជាងគេចំនួន ២.២៨១.៩៥១ នាក់ (១៤,៧ ភាគរយ) បន្ទាប់មកគឺខេត្តកណ្តាលដែល មានប្រជាជនចំនួន ១.២០១.៥៨១ នាក់ (៧,៧ ភាគរយ) ។ ប្រៀបធៀបទៅនឹងឆ្នាំ២០០៨ របាយប្រជាជន មានទម្រង់ដូចគ្នាទៅនឹង ឆ្នាំ២០១៩ គឺរាជធានីភ្នំពេញ មានប្រជាជនខ្ពស់ជាងគេ បន្ទាប់មកគឺខេត្តកណ្តាល ព្រៃវែង សៀមរាប បាត់ដំបង តាកែវ កំពង់ចាម។ ប៉ុន្តែរបាយប្រជាជននៅខេត្តកណ្តាល ព្រៃវែង សៀមរាប បាត់ដំបង តាកែវ កំពង់ចាមបាន ថយចុះ បើធៀបនឹងឆ្នាំ២០០៨ លើកលែងតែរាជធានីភ្នំពេញមានរបាយ ប្រជាជនកើនឡើង។

១.៣.៣ ស្ថិតិលទ្ធផលវិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចស្របច្បាប់

យោងតាមរបាយការណ៍របស់ក្រសួងឧស្សាហកម្ម វិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ បាន បង្ហាញថា គិតត្រឹមឆ្នាំ២០១៩ ចំនួនសហគ្រាសធុនតូច មធ្យម និងសិប្បកម្ម ផ្នែកកម្មន្តសាល សរុបចំនួន ៥២,១៥៥មូល ដ្ឋាន និងផ្តល់ការងារចំនួន ៨២៤,២៤៥នាក់។ កាលពីឆ្នាំ២០២០ រដ្ឋាភិបាល និងធនាគារ ឯកជនមួយចំនួន បានទម្លាក់ឥណទានប្រមាណ ១៥០លានដុល្លារសម្រាប់ផ្តល់កម្ចីក្នុងអត្រាការប្រាក់ ៧ ភាគរយ ដល់សហគ្រាស SMEs ថវិកានោះបានអស់ចាប់ពីដើមឆ្នាំ២០២១។ ស្របពេលកូរ៉េដ-១៩ បាន អូសបន្លាយជាងមួយឆ្នាំមកនេះ ពិសេសការផ្ទះព្រឹត្តិការណ៍សហគមន៍ គេមិនទាន់ដឹងថា មានសហគ្រាស ខ្នាតតូចនិងមធ្យមប៉ុន្មានអាចឆ្លងផុត គ្រោះអាសន្ននេះទេ។ ប្រធានសម្ព័ន្ធសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមកម្ពុ ជា បានត្រឹមលើកឡើងថា សហគ្រាសធុន តូចនិងមធ្យមនៅកម្ពុជាមានការប្រឈមមុខនិងការបិទអាជីវ កម្មរបស់ខ្លួន ប្រសិនបើស្ថានភាពនៅពេលខាងមុខ វានៅតែមិនទាន់ប្រសើរឡើង ដោយសារ SMEs ស្ទើរ តែទាំងអស់ដែលជំពាក់បំណុលធនាគារ។

១.៤ ប្រភេទនៃអាជីវកម្មស្របច្បាប់

ផ្អែកតាមសៀវភៅបំណិតជីវិត អាជីវកម្មខ្នាតតូចបំផុតរបស់អង្គការស៊ីប៉ាដែលបោះពុម្ពជាលើកទី២ ប្រភេទនៃអាជីវកម្មខ្នាតតូចទាំង៤ រួមមាន ផលិតកម្ម សេវាកម្ម អាជីវកម្មលក់រាយ និងអាជីវកម្មលក់ ផលិតផលកសិកម្ម ហើយអាជីវកម្មខ្នាតតូចគ្រប់គ្រងដោយគ្រួសារដូចជាការលក់ដូរចល័ត តាមផ្ទះ តាមផ្សារ និងនៅតាមបណ្តោយផ្លូវក្នុងតំបន់នីមួយៗ។

- ផលិតកម្ម** ៖ គឺមានដូចជាការលក់សម្លៀកបំពាក់ ធ្វើនំ និងលក់បាយជាដើម។
- សេវាកម្ម** ៖ សំដៅលើរបរផ្តល់សេវាកម្មដូចជា ជាងកាត់សក់ ម៉ូតូខុប និងជាង ជួសជុលម៉ូតូជាដើម។
- អាជីវកម្មលក់រាយ** ៖ គឺមានដូចជាការលក់ចាហួយ លក់ផ្លែឈើ និងលក់បន្លែបង្ការផ្សេងៗ។

**អាជីវកម្មលក់ផលិតផលកសិកម្ម ៖ ប្រភេទផលិតផលកសិកម្ម គឺការដាំដុះដំណាំ និងចិញ្ចឹមសត្វ
សម្រាប់លក់។**

គួរបញ្ជាក់ថា អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ បានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងវិស័យសេដ្ឋកិច្ច តាមរយៈការជួយសម្រួលដល់ជីវភាពរស់នៅប្រចាំរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ ដែលមិនសូវមានប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ឲ្យចាក ផុតពីភាពក្រីក្រ។ លើសពីនេះ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនៅកម្ពុជាបានផ្តល់ឱកាសការងារដល់អ្នកមិនសូវ មានជំនាញ ឬសិក្សាបានតិចតួច អាចក្លាយខ្លួនជាម្ចាស់អាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួនដែលមានប្រភពចំណូលផ្គត់ផ្គង់ គ្រួសារបានដែរ។^១

១.៥ គុណសម្បត្តិនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ

គ្រប់អាជីវកម្មទាំងអស់សុទ្ធសឹងតែមានគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិ ប៉ុន្តែគុណសម្បត្តិ ឬគុណវិបត្តិ តិច ឬច្រើន គឺអាស្រ័យលើអ្នកដឹកនាំផ្ទាល់ ថាតើអ្នកអាចដឹកនាំគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់បានល្អ និងមានប្រសិទ្ធិ ភាព កម្រិតណា។ ជាការពិតណាស់ អាជីវកម្មខ្នាតតូចអាចចាប់ផ្តើមបានដោយងាយស្រួល ព្រោះថាអាជីវកម្មជា លក្ខណៈគ្រួសារ អាចចាប់ផ្តើមបានដោយអ្នកត្រូវប្រើពេលវេលា ដើមទុន ធនធាន និងបុគ្គលិកមិនច្រើនទេ គឺ អាចដំណើរការបាន។

បន្ថែមពីនេះទៀតនោះ អាជីវកម្មកាន់តែតូចបញ្ហាកាន់តែតិច អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ បញ្ហាក៏ មិនសូវមានច្រើន ព្រោះអ្នកដែលធ្វើការជាមួយគ្នាភាគច្រើនជាមនុស្សក្នុងគ្រួសារ ឬអ្នកដែលអាចទុកចិត្តបាន ងាយស្រួលគ្រប់គ្រង ធ្វើការបានឆាប់រហ័ស និងពេលមានបញ្ហាអាចដោះស្រាយបញ្ហាបានទាន់ពេល។ បន្ថែមពី នេះ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ មានហានិភ័យទាប ដោយសារតែការវិនិយោគលើអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ប្រើដើមទុនតិច ប្រើធនធានតិច សមនឹងតម្លៃ ទើបមានការខូចខាតតិចជាងអាជីវកម្មខ្នាតធំ និងខ្នាតធំ។ បើ សិនអ្នកបរាជ័យ ក៏មិនមានការខាត បង់អ្វីច្រើនដែរ ប៉ុន្តែវាជាបទពិសោធន៍មួយឲ្យអ្នកសិក្សា យល់ពីភាពជាក់ ស្តែងនៃការធ្វើអាជីវកម្ម និងជាមេរៀន ល្អមួយក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មម្តងទៀតនៅថ្ងៃខាងមុខឱ្យបានជោគជ័យ។

អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារប្រើពេលវេលាតិចក្នុងការប្រមូលដើមទុនត្រឡប់វិញ អាជីវកម្មជា លក្ខណៈគ្រួសារប្រើដើមទុនតិច ឆាប់លក់ចេញ និងឆាប់បានប្រាក់ចំណេញ។ ប្រភេទអាជីវកម្មនេះគឺពុំសូវមាន ភាពស្មុគស្មាញដូចអាជីវកម្មខ្នាតធំនោះទេ ដោយចាំបាច់ត្រូវឆ្លងកាត់ថ្ងៃចាយវាយច្រើនដំណាក់កាលទាំងថ្ងៃ ប្រាក់ខែបុគ្គលិក ថ្លៃវិនិយោគលើគ្រឿងបរិក្ខារ ឬឧបករណ៍ផ្សេងៗក្នុងការធ្វើការងារជាច្រើននោះទេ។

ចំណុចពិសេសចុងក្រោយគឺ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារមានភាពបត់បែនបានលឿនជាង អាជីវ កម្មធំៗនៅ ព្រោះពេលមានកំហុស ឬមានប្រព័ន្ធការងារណាមួយមានបញ្ហា គឺត្រូវការប្រើពេលយូរ។ ឧទាហរណ៍ គម្រោងទីផ្សារជាដើម នៅក្នុងអាជីវកម្មខ្នាតធំ បើដាក់គម្រោងទីផ្សារទៅហើយ គឺដឹងតែដាក់លុយដើម្បីចំណាយ

^១ គេហទំព័រ BYJU'S. (២០២៣). What's small business? Type of business. <https://byjus.com/commerce/meaning-nature-and-types-of-small-business/> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៧ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣។

ដូចគ្នា ទោះបីវា មិនមានប្រសិទ្ធភាព ឬមិនបានលទ្ធផលតាមការគ្រោងទុកក៏ដោយ ហើយពិបាកក្នុងការកែប្រែ និងបង្កើតគម្រោងថ្មី។ ប៉ុន្តែអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារអាចបត់បែនបានលឿនណាស់ បើយុទ្ធសាស្ត្រមួយមិនទទួលបានលទ្ធផលល្អ គេអាចកែប្រែ ឬប្តូរថ្មីភ្លាមៗ និងមិនស្មុគស្មាញច្រើនដំណាក់កាល។^១

១.៦ គុណវិបត្តិនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ

ទោះបីជា អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារមានគុណសម្បត្តិច្រើនយ៉ាងណាក្តីយើងសង្កេតឃើញមានចំណុចដែលជាគុណវិបត្តិនៃអាជីវកម្មខ្នាតតូចផងដែរ ដែលអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ អាចកើតមានអស្ថិរភាពនៃប្រាក់ចំណូលដែលអាចកើតមាន អ្នកនឹងត្រូវប្រឈមមុខនឹងអស្ថិរភាពនៃប្រាក់ចំណូលក្នុងនាមជាម្ចាស់អាជីវកម្ម។ នេះប្រហែលជា ការពិតនៅពេលអ្នកចាប់ផ្តើមដំណើររបស់អ្នកក្នុងនាមជាម្ចាស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ពីព្រោះការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មី ប្រហែលជាមិនបង្កើតការចាប់អារម្មណ៍ និងប្រាក់ចំណូលច្រើនដូចអាជីវកម្ម ឬក្រុមហ៊ុននោះទេ។ ដោយសារ ម្ចាស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារបង់ប្រាក់ដោយខ្លួនឯងដោយផ្អែកលើចំណូលដែលពួកគេអាចបង្កើតបាន អ្នកអាចជួបប្រទះ នឹងការប្រែប្រួលនៃប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នក។ ដូច្នោះក្នុងការរៀបចំសម្រាប់អស្ថិរភាពនៃប្រាក់ចំណូលដែលអាចកើតមាន អ្នកអាចមានគម្រោងរស់នៅក្រៅការសន្សំ ឬកម្ចីពីធនាគារ។

លើសពីនេះ សក្តានុពលនៃហានិភ័យហិរញ្ញវត្ថុពាក់ព័ន្ធនឹងការកាន់កាប់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារដែលមានន័យថា ការបាត់បង់លុយគឺជាអ្វីដែលអ្នកអាចប្រឈមមុខក្នុងនាមជាម្ចាស់អាជីវកម្ម។ ក្នុងករណីជាច្រើនអ្នក ដកប្រាក់កម្ចីអាជីវកម្មដើម្បីបើកអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ដែលមានន័យថាអ្នកដំណាក់កាលអ្នកឱ្យខ្ចី។ នេះអាចបង្ហាញ ថាជាហានិភ័យដែលអ្នកប្រឈមមុខរហូតដល់អ្នកសងប្រាក់កម្ចី ខណៈពេលដែលព្យាយាមបង្កើតប្រាក់ចំណូល។ បន្ថែមពីនេះទៀត វាអាចកើតមានភាពមិនប្រាកដប្រជារបស់អ្នកដឹកនាំ ដែលអ្នកក៏អាចប្រឈមមុខនឹងកម្រិតនៃ ភាពមិនប្រាកដប្រជាក្នុងនាមម្ចាស់អាជីវកម្ម។ ការពឹងផ្អែកទាំងស្រុងលើសមត្ថភាព និងហិរញ្ញវត្ថុ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ អាចនឹងមិនផ្តល់នូវភាពប្រាកដប្រជានៃសម្រាប់អនាគតទាក់ទងនឹងភាពជោគជ័យនោះទេ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការមានផែនការដែលបានគូសបញ្ជាក់យ៉ាងច្បាស់សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក អាចជួយអ្នករៀបចំបានប្រសើរជាងមុនសម្រាប់អនាគត។

ម្ចាស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ អាចត្រូវមានម៉ោងធ្វើការកាន់តែច្រើន ឬធ្វើការលើសម៉ោង អ្នកអាចធ្វើការច្រើន ម៉ោងក្នុងនាមជាម្ចាស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ។ ក្នុងនាមជាមនុស្សម្នាក់ដែលទទួលខុសត្រូវទាំងស្រុងក្នុងការគ្រប់គ្រង និងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ម្ចាស់អាជីវកម្មទំនងជាមួយថ្ងៃធ្វើការយូរជាងរាល់ថ្ងៃ។ នៅពេលដែលបទពិសោធន៍របស់អ្នកក្នុងនាមជាម្ចាស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសាររីកចម្រើន នៅពេលនោះមានបុគ្គលិកកាន់តែច្រើន នោះអ្នកប្រហែលជាមានសមត្ថភាពក្នុងការកាត់បន្ថយពេលវេលាធ្វើការរបស់អ្នក និងថ្ងៃធ្វើ

^១ ដកស្រង់ចេញពី ៖ សៀវភៅអាជីវកម្មខ្នាតតូចបំផុតរបស់អង្គការ ស៊ីប៉ា បាន

ការរបស់អ្នក អាចផ្ទេរការទទួលខុសត្រូវមួយ ចំនួនទៅមនុស្សផ្សេងទៀត។ ជាចុងក្រោយ ម្ចាស់អាជីវកម្មអាចមាន កង្វះការណែនាំដែលអាចកើតមាន ក្នុងនាម ជាម្ចាស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ អ្នកប្រហែលជាអាចកង្វះការណែនាំអាជីវកម្ម និងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរកប្រភពហិរញ្ញវត្ថុ ដែលជាបញ្ហាប្រឈមនាំទៅរកភាពមិនច្បាស់លាស់ទាក់ទងនឹងការសម្រេចចិត្តអាជីវកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ។¹⁰ ការស្វែងរកជំនួយតាមរយៈអ្នកណែនាំ ឬអ្នកប្រឹក្សាអាជីវកម្មអាចជួយអ្នកស្វែងរក ការណែនាំសម្រាប់ការសម្រេចចិត្តអាជីវកម្ម និងស្វែងយល់ពីរបៀបដែលពួកគេអាចមានឥទ្ធិពលលើអ្នក។

១.៧ បញ្ហាប្រឈមផ្សេងៗនៃអាជីវកម្មខ្នាតតូច

យើងមិនអាចសន្និដ្ឋានបានថា រាល់អាជីវកម្មទាំងអស់គឺសុទ្ធតែនឹងប្រឈមមុខនឹងភាពបរាជ័យនោះទេ ប៉ុន្តែយើងអាចនិយាយបានថា ភាគច្រើន ឬជាទូទៅនឹងជួបបញ្ហាប្រឈមលំបាកហើយដោយសារកត្តាខ្វះខាតទាំងជំនាញ បទពិសោធន៍ ខ្វះការអត់ធ្មត់ និងផ្នែកគាំទ្រក្នុងហិរញ្ញវត្ថុដែលនឹងធ្វើឱ្យមានភាគរយច្រើនក្នុងការបរាជ័យជាមិនខាន។ ការប្រមូលយកចំណុចខ្វះខាតដែលជាទូទៅសហគ្រិនភាពគាត់តែងតែមានមកដាក់ចូលជាក្រុមជាមួយ គ្នាដើម្បីអាចធ្វើឱ្យអ្នកងាយស្រួលក្នុងការយល់ឃើញថា អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ គឺតែងតែប្រឈមមុខទៅនឹងបរាជ័យ ច្រើនជាងជោគជ័យដោយសារ ៤ ចំណុចខាងក្រោមនេះ៖

ក. ឧបសគ្គនៃផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ៖ គ្រប់គ្នាសុទ្ធតែបានគិតដល់បញ្ហាហិរញ្ញវត្ថុ ប៉ុន្តែម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចនឹងធ្វេសប្រហែសចំណុចសំខាន់ៗ។ **ទីមួយ** ការគណនាប្រាក់ចំណូលមិនបានច្បាស់លាស់រៀបរយទៅនឹងប្រាក់ចំណាយ ប្រចាំខែ និង**ទីពីរ** គឺការគណនាទៅលើការចំណាយលើសង្វាក់ផលិតកម្មមិនបានលម្អិត ហើយជាលទ្ធផលវានឹង ធ្វើឱ្យប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងទៅដល់ផែនការហិរញ្ញវត្ថុប្រចាំឆ្នាំរបស់គេ។

ខ. កង្វះខាតផ្នែកជំនាញគ្រប់គ្រង ៖ ម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចនឹងត្រូវដើរតួជាបុគ្គលិកផង ជាអ្នកគណនេយ្យ និងជាអ្នកគ្រប់គ្រងផងស្ទើរតែគ្រប់តំណែងនៃការងារទាំងអស់។ ដូច្នេះបើមិនអាចគ្រប់គ្រងឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពនោះទេ ប្រាក់ដដែលៗសេវាកម្ម ឬផលិតផលរបស់អ្នកនឹងប្រែប្រួលទៅតាមពេលវេលា ម្តងល្អម្តងអាក្រក់ ម្តងឆ្ងាញ់ម្តងមិនឆ្ងាញ់ ពីព្រោះថាបុគ្គលិកនឹងមានការដោះដូរច្រើនដងក្នុងមួយឆ្នាំ។

គ. ផែនការអាជីវកម្មដែលមិនមានប្រសិទ្ធភាព ៖ ម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចជាក្រុមមនុស្ស ដែលមានវ័យក្មេង និងមានភាពតក់ក្រហល់ខ្លាំងទៅលើចំណង់ និងបំណងចង់បានរបស់ខ្លួន ប៉ុន្តែនៅពេលដែលពួកគេបានរៀបចំ ផែនការអាជីវកម្មក្នុងរយៈពេលដ៏ខ្លីណាមួយនោះវានឹងធ្វើឱ្យវាមានចន្លោះប្រហោង។ ជាក់ស្តែងនៅពេលដែលពួកគេចាប់ផ្តើមធ្វើប្រតិបត្តិការពួកគេនឹងជួបបញ្ហាភ្លាមផងដែរ។ ផែនការអាជីវកម្មត្រូវតែលម្អិតតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន យើងអាចលើកជាឧទាហរណ៍ថាសូម្បីតែបញ្ហាបុគ្គលិកសន្តិសុខម្នាក់ក៏អាចបង្កទៅជាបញ្ហាដែលពិបាកដោះស្រាយបានដែរ។

¹⁰ គេហទំព័រ Indeed. (២០២៣) <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-cons-of-being-small-business-owner> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី០១ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣

ប.គ្មានជំនាញទីផ្សារ៖ តើអ្នកបានយល់ទេថាអ្វីជាការកំណត់គោលដៅទីផ្សារ? តើវិធីណាខ្លះដែលអាចយកផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នកបង្ហាញទៅអតិថិជនគោលដៅឲ្យបានយល់ពីគុណភាព? តើត្រូវចំណាយប៉ុន្មានដើម្បីធ្វើវា? តើអ្នកយល់ដឹងពីជំនាញបណ្តាញសង្គម ឬការកសាងប្រព័ន្ធទំនាក់ទំនងដែរឬទេ? បើអ្នកមិនច្បាស់នោះទេ វាមិនខុសពីស្ថានភាពដែលអ្នកមានផលិតផលដោយមិនដឹងយកទៅលក់នៅទីណា។ មានន័យថា ការទំនាក់ទំនងគឺជាបណ្តាញទីផ្សារដ៏សំខាន់បំផុតសម្រាប់អាជីវកម្ម។¹¹

¹¹ ស៊ុន លី. (២០២៣) ហេតុអ្វីបានជាអាជីវកម្មខ្នាតតូចតែងតែជួបភាពហាជ័យ? តើចំណុចខ្លះខាតណាខ្លះជាមូលហេតុ? [12/04/2021](#)
ចូលទស្សនាថ្ងៃទី០២ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅនៃអាជីវកម្មជា

លក្ខណៈគ្រួសារ

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ

២.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ នៅស្រុកគីរីវង់

ស្រុកគីរីវង់ ជាស្រុកមួយ ដែលស្ថិតនៅប៉ែកខាងត្បូងឆៀងខាងជើងនៃទីរួមខេត្តតាកែវ។ ប្រជាជនក្នុងស្រុកប្រកបមុខរបរចិញ្ចឹមជីវិតដូចជាការព្យាបាល ដាំបន្លែ ចិញ្ចឹមសត្វ ធ្វើស្រែប្រាំង ធ្វើការរោងចក្រ ហើយខ្លះទៀតចំណាកស្រុកដើម្បីទៅធ្វើការងារនៅក្នុងខេត្តនានាជាពិសេសទៅធ្វើការនៅភ្នំពេញឬក៏ប្រទេសថៃ។ ស្រុកគីរីវង់សំបូរទៅដោយផ្សារជាច្រើនសំរាប់អោយភ្ញៀវទេសចរណ៍ចូលមកទិញសម្ភារៈគ្រប់ប្រភេទបាន។ ហើយនៅស្រុកនេះមានបង្កើតជាសាលារៀន ជាច្រើនសំរាប់ក្មេងៗដែលរស់នៅទីនោះ ។ ដោយឡែកនៅក្នុងចំណោមឃុំទាំងនោះមានភូមិមួយគឺមានសាលាសំណាក់សំរាប់ធ្វើជាពិធីបុណ្យផ្សេងៗ និងមានការប្រជុំ ដោះស្រាយរាល់ចំណោទបញ្ហារបស់ប្រជាពលរដ្ឋ និងមានការបង្រៀនអក្សរ ចំរៀងដល់កុមារនៅទីនោះទៀតផង។ ដោយសារមនុស្សគ្រប់ៗរូបចេះរួមសាមគ្គីជាឆ្លងមួយដូចជានៅក្នុងភូមិដែលរៀបរាប់ខាងលើបង្កើតជាកន្លែងជាច្រើនសំរាប់មនុស្សជំនាន់ក្រោយ។ យ៉ាងណាវិញប្រទេសយើងទើបតែបានរួចផុតពីសង្គ្រាម ដូចនេះហើយនៅគ្រប់កន្លែងទាំងអស់នៅប្រទេសកម្ពុជាសុទ្ធតែត្រូវការកែប្រែ បង្កើតជាសាលារៀន មន្ទីរពេទ្យ ស្ពាន ថ្នល់ គ្រប់កន្លែង ដើម្បីអោយមនុស្សជំនាន់ក្រោយ និង មនុស្សរស់នៅបច្ចុប្បន្នមានភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រកបរបរចិញ្ចឹមជីវិត។

២.១.១ ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ

ស្រុកគីរីវង់មានព្រំប្រទល់ជាប់នឹង៖

- ខាងលិចមានព្រំប្រទល់ជាប់និងខេត្តកំពត
- ខាងកើតមានព្រំប្រទល់ជាប់និងស្រុកកោះអណ្តែត
- ខាងជើងមានព្រំប្រទល់ជាប់និងស្រុកទ្រាំង
- ខាងត្បូងមានព្រំប្រទល់ជាប់និងប្រទេសវៀតណាម។

២.១.២ ទេសចរណ៍

បើនិយាយពីទេសចរណ៍វិញស្រុកគីរីវង់ក៏មានការអភិវឌ្ឍន៍មួយចំនួនដែរ ដែលភ្ញៀវទេសចរណ៍អាចទស្សនា វត្តអារាមនៅខែរដូវបុណ្យទានផ្សេងៗបានយ៉ាងសប្បាយរីករាយ ហើយភ្ញៀវក៏អាចទស្សនាភ្នំបាយង់កោរដែលជាភ្នំមួយដែលមានវត្តអារាមដែលជាទីគោរពរបស់ប្រជាជននៃ កាលពីដើម រហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន។

២.១.៣ ការអភិវឌ្ឍ

ចំពោះការអភិវឌ្ឍវិញមានភាពរីកចម្រើននិងងាយស្រួលជាងមុន ដោយមានផ្លូវជាតិ ផ្លូវលំ សាលារៀន មន្ទីរពេទ្យ ដើម្បីអោយមនុស្សជំនាន់ក្រោយ និង មនុស្សរស់នៅបច្ចុប្បន្នមានភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រកបរបរ ចិញ្ចឹមជីវិត ។ ចំពោះផ្នែកសន្តិសុខវិញមានសណ្តាប់ធ្នាប់ល្អ គ្មានអំពើលួចឆក់ប្លន់ ដែលប៉ះពាល់ដល់ការប្រកប របររបស់ប្រជាជនឡើយ ។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះប្រព័ន្ធអគ្គិសនីវិញមានស្ទើរគ្រប់ផ្ទះ និង មានទឹកគ្រប់គ្រាន់ សម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងជីវភាពប្រចាំថ្ងៃ ។ បើនិយាយពីស្ថានភាពរស់នៅក្នុងឆ្នាំ២០០០ ប្រជាជននៅទីនោះគឺមិន សូវជាជឿនលឿនប៉ុន្មានទេ ពីព្រោះមានអ្នកចេះដឹងតិចតួច។ សព្វថ្ងៃនេះបើប្រៀបធៀបទៅនឹងឆ្នាំ២០០០ គឺវា មានភាពផ្ទុយស្រលះពីមុន ព្រោះពេលនេះមាន អ្នកដឹកនាំជាច្រើនមានភាពវៃឆ្លាតដែលបានសាងសង់សាលា រៀនគឺ សាលាបឋមសិក្សា អនុវិទ្យាល័យ និងវិទ្យាល័យជាច្រើនដែលអាចអោយកុមារកុមារីបានចូលរៀនបាន ស្ទើរទូទាំងស្រុកដែលអាចកាត់បន្ថយអត្រាការមិនចេះអក្សរបានមួយភាគធំរបស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងស្រុកគឺវិវង់នឹង បានកាត់បន្ថយការចំណាយផ្សេងៗក្នុងការធ្វើដំណើរទៅរៀននៅសាលាឆ្ងាយពីផ្ទះ។ នេះគឺជាសមិទ្ធផលល្អ សម្រាប់ប្រទេសជាតិក្នុងការជួយអភិវឌ្ឍន៍ប្រទេសលើគ្រប់វិស័យ ។

២.១.៤ សេដ្ឋកិច្ច

សេដ្ឋកិច្ចស្រុកគឺវិវង់តាំងពីដើមប្រជាជនស្រុកនេះប្រកបរបរធ្វើស្រែចំការ និងត្បាញហូលជាដើម ។ល។ បច្ចុប្បន្ននេះប្រជាជនភូមិនេះមានការបង្កើនមុខរបរបន្ថែមដូចជាត្បាញហូល ធ្វើនំតាមរដូវ និងមានការលក់ដូរ ។ បើប្រៀបធៀបប្រជាជនតាំងពីមុនមកបច្ចុប្បន្ននេះមានជីវភាពធូរធារច្រើនណាស់ ។ កាលពីឆ្នាំ២០១៤ ការ ប្រមូលផលដំណាំផ្សេងៗគឺមានការមានការកើនឡើងខ្ពស់ជាលំដាប់ រហូតដល់ឆ្នាំ២០១៦ មានការធ្លាក់ជា លំដាប់ពីព្រោះអាកាសធាតុមិនអំណោយផល ហើយកសិករធ្វើស្រែដោយពឹងផ្អែកលើទឹកភ្លៀង ហើយប្រជាជន មួយចំនួនធ្វើស្រែដោយការដឹកអណ្តូងដើម្បីយកទឹកមកធ្វើស្រែអោយបានគ្រប់គ្រាន់ ។

២.១.៥ ការអប់រំ

សព្វថ្ងៃនេះបើប្រៀបធៀបទៅនឹងឆ្នាំ២០០០ គឺវាមានភាពផ្ទុយស្រលះពីមុន ព្រោះពេលនេះមាន អ្នកដឹកនាំ ជាច្រើនមានភាពវៃឆ្លាតបានធ្វើអោយអាចបង្កើតសាលារៀនគឺសាលាបឋមសិក្សា អនុវិទ្យាល័យ និងវិទ្យាល័យ ជាច្រើនដែលអាចអោយកុមារចូលរៀនបានស្ទើរទូទាំងស្រុកដែលអាចកាត់បន្ថយអត្រាការមិនចេះអក្សរបានមួយ ភាគធំរបស់ប្រជាពលរដ្ឋក្នុងស្រុកគឺវិវង់នឹងបានកាត់បន្ថយការចំណាយផ្សេងៗ ក្នុងការធ្វើដំណើរទៅរៀននៅ សាលាឆ្ងាយពីផ្ទះនេះគឺជាសមិទ្ធផលល្អសម្រាប់ស្រុកគឺវិវង់។ នៅស្រុកគឺវិវង់នេះពុំមានការអប់រំព្រោះគ្រួសារខ្លះ

មានជីវភាពរីកចម្រើននិងគ្រួសារខ្លះខ្លះខាត់ពុំសូវអោយកូនទៅរៀននោះទេ ខ្លះបានរៀនត្រឹមថ្នាក់ទី៩ ទី១០ប៉ុណ្ណោះ ហើយត្រូវទៅជួយរកប្រាក់ឪពុកម្តាយដោយធ្វើការងារផ្សេងៗ ខ្លះទៀតគ្រួសារមានជីវភាពមធ្យមអាចឲ្យកូនរបស់ គាត់ទៅរៀននៅវិទ្យាល័យខ្លះទៀតបន្តនៅសាកលវិទ្យាល័យ។

២.១.៦ ផ្សារ

នៅស្រុកគិរីវង់មានផ្សារចំនួនតិចណាស់ដែលនៅពេលដែលមនុស្សសម្រាកពីការងារពួកគេនាំក្រុម គ្រួសារទៅដើរទិញអីវ៉ាន់នៅផ្សារ ហើយក៏ការលំហែរកាយផងដែរ។ នៅក្នុងស្រុកគិរីវង់មានផ្សារចំនួនតិចណាស់ តែគួរសមដែរដែលប្រជាពលរដ្ឋអាច ធ្វើការទិញអីវ៉ាន់តាមតម្រូវការ ។ ហើយនៅក្នុងស្រុកគិរីវង់មានផ្សារចំនួនតែ ២ ដែលមានដូចជា ៖

- ផ្សារគិរីវង់
- ផ្សារទន្លាប់¹²

២.២ ទំហំនៃទីតាំងអាជីវកម្ម

ចំពោះទំហំនៃទីតាំង មានឃ្លាំងចំនួន២ ដែលស្ថិតនៅស្រុកគិរីវង់ ខេត្តតាកែវ ដែលជាឃ្លាំងសម្រាប់ផ្ទុក ទំនិញ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជន សម្រាប់ឃ្លាំងទី១ បានបង្កើតឡើងនៅឆ្នាំ២០០៧ ដែលមានទទឹង ៨m × បណ្តោយ ២៨m ហើយចំពោះឃ្លាំងទី២ វិញ ត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅឆ្នាំ២០១៣ ដែលមានទទឹង ១៥m × ២៨m ផងដែរ ហើយទំហំនៃឃ្លាំងទី២ សរុប មានចំនួន ទទឹង២៣m × ២៨m។

២.២.១ សញ្ញាណនៃទីតាំង

សញ្ញាណ គឺជាគ្រឿងសម្គាល់ អ្វីៗដែលប្រើជាគ្រឿងសម្គាល់កិច្ចការនីមួយៗ ឬយីហោ អាចធ្វើពីបន្ទះ ស្ពាន់ ដែលធ្លាក់ឬសរសេរអក្សរជាគ្រឿងសម្គាល់។¹³

ហើយនេះជាសញ្ញាណនៃសហគ្រាសលីហ្សូ ដែលស្ថិតក្នុងស្រុកគិរីវង់ ខេត្តតាកែវ។

¹² គេហទំព័រ Wikipedia (២០២៣).

<https://km.m.wikipedia.org/wiki/%E1%9E%81%E1%9F%81%E1%9E%8F%E1%9F%92%E1%9E%8F%E1%9E%8F%E1%9E%B6%E1%9E%80%E1%9F%82%E1%9E%9C> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១២ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣

¹³ គេហទំព័រWiktionary (២០២៣).

<https://km.m.wiktionary.org/wiki/%E1%9E%9F%E1%9E%89%E1%9F%92%E1%9E%89%E1%9E%B6%E1%9E%8E> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១៣ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣

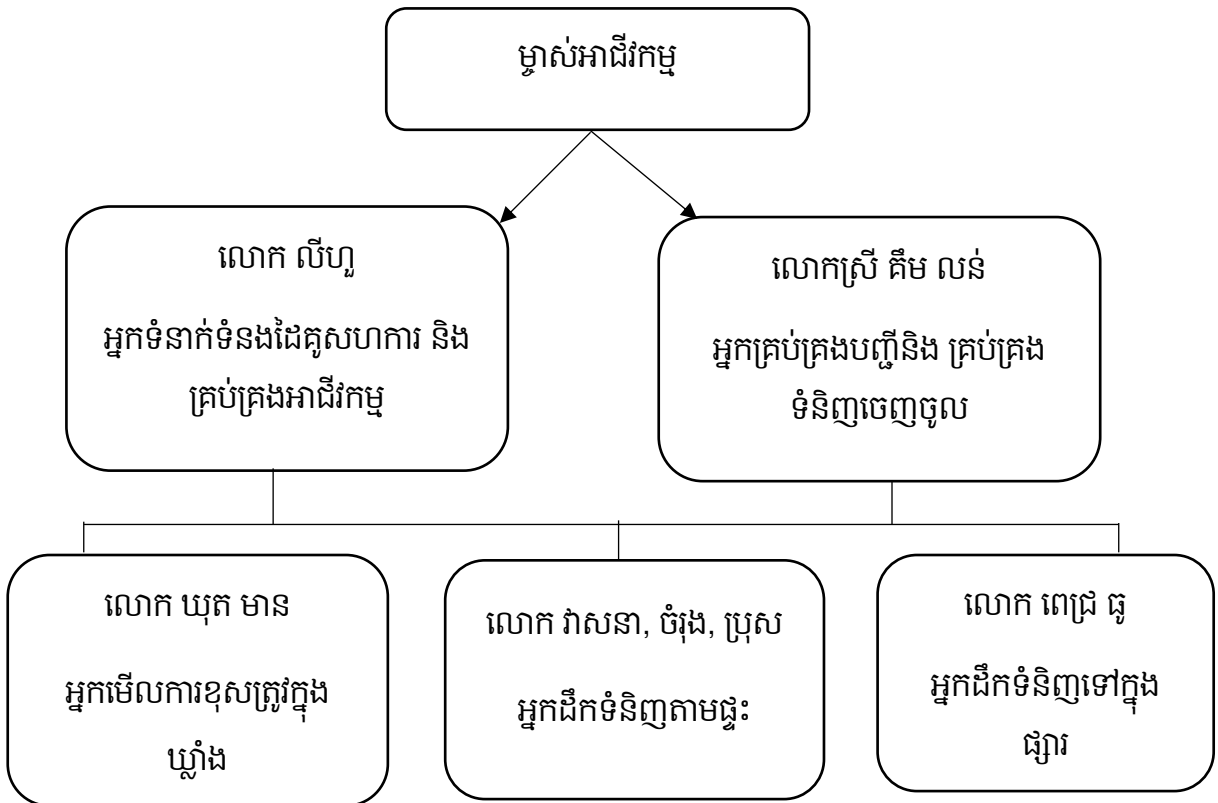


២.២.២ ទំនាក់ទំនង

- ទីតាំងរបស់សហគ្រាសលីហ្សូ ៖ ភូមិកំពង់ ឃុំព្រះបាទជាន់ជុំ ស្រុកគិរីវង់ ខេត្តតាកែវ នៅខាងជើង ផ្សារទន្លាប់។
- លេខទូរស័ព្ទ ៖ ០៩៧ ៨៦២ ៨៣៣ / ០៩៧ ៨៧៣ ៦៣៣

២.៣ វេនសម្ព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារគ្រួសារ

នេះគឺជាវេនសម្ព័ន្ធរបស់សហគ្រាស លីហ្សូ សមាជិក ៧ នាក់ ដែល៥ នាក់ជាបុគ្គលិកធ្វើការនៅទីនោះ។



២.៤ បរិមាណនៃការលក់

ខាងក្រោមនេះជាតារាងដែលបង្ហាញពីបរិមាណនៃការលក់ចេញនូវមុខទំនិញមួយចំនួនដែលជាទំនិញដែលលក់ដាច់ជាងគេ នៅក្នុងសហគ្រាសលីហ្វូ ចន្លោះឆ្នាំ ២០១៧-២០២១៖

មុខទំនិញ	២០១៧	២០១៨	២០១៩	២០២០	២០២១	២០២២
ខាវ៉ាបាវ៉ា (កេស)	១៨,២៥០	១៩,០០០	១២,៧៧៥	១២,៧៧៥	១២,៧៧៥	១៨,២៥០
បាកាស (កេស)	២១,៩០០	២១,៩០០	១៤,៦០០	១៤,៦០០	១៤,៦០០	២១,៩០០
ស្ទឹង (កេស)	១៤,៦០០	១៤,៦០០	១០,៨០០	១០,៨០០	១០,៨០០	១៤,៦០០
ឆាមពាន (កេស)	១៤,៦០០	១៤,៦០០	១០,៨០០	១០,៨០០	១០,៨០០	១៤,៦០០
គោជល់ (កេស)	១៤,៦០០	១៤,៦០០	១០,០៩៥	១០,០៩៥	១០,០៩៥	១០,០៩៥
ទឹកដោះគោជូរ (កេស)	១៨,២៥០	១៨,២៥០	១២,៧៧៥	១២,៧៧៥	១២,៧៧៥	១០,៩៥០
ទឹកដោះគោឆៅ (កេស)	៧,៣០០	៧,៣០០	៥,៤៧៥	៥,៤៧៥	៥,៤៧៥	៥,៤៧៥
ទឹកដោះគោខាប់ (កេស)	៥,៤៧៥	៥,៤៧៥	៣,៦៥០	៣,៦៤០	៣,៦៤០	៥,៤៧៥
សាប៊ូដុសខ្លួន (កេស)	១៤,៦០០	១៤,៦០០	៩,១២៥	៩,១២៥	៩,១២៥	៩,១២៥
សាប៊ូបោកខោអាវ (កេស)	១៤,៦០០	១៤,៦០០	៩,១២៥	៩,១២៥	៩,១២៥	៩,១២៥
ស្ករ (បាវ៉ា)	១៨,២៥០	១៤,៦០០	១០,៩៥០	១០,៩៥០	១០,៩៥០	១០,៩៥០

២.៤.១ ផ្នែកបញ្ជាទិញ

ផ្នែកបញ្ជាទិញ ជាផ្នែកមួយ ដែលដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការ គ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម។ តួនាទីយ៉ាងសំខាន់បំផុតរបស់ផ្នែកបញ្ជាទិញ គឺត្រូវតែស្វែងរកទិញនូវមុខទំនិញណា ដែលល្អនិងមានគុណភាព តម្លៃសមរម្យ ហើយស្របតាមតម្រូវរបស់ប្រតិបត្តិការ តម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងតម្រូវរបស់អតិថិជន។

ចំពោះដំណើរប្រតិបត្តិការបញ្ជាទិញត្រូវបានបែងចែកជា៦ដំណាក់កាលដូចខាងក្រោម៖

ការស្នើសុំ ៖ នៅពេលដែលមានតម្រូវការទំនិញណាមួយ គេត្រូវតែធ្វើការទំនាក់ទំនង ទៅកាន់ក្រុមហ៊ុន ឬទៅអ្នកលក់ណាមួយដោយផ្ទាល់ តាមរយៈបុគ្គល ឬក៏ម្ចាស់ដេប៉ូដោយផ្ទាល់ និងយើងត្រូវចាំ រន្ធមុខដែលទំនិញដែលយើងចង់ដោយមានការឯកភាពពី ម្ចាស់ដេប៉ូ ឬម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន ។

សិក្សាពីទីផ្សារ ៖ នៅពេលដែលទិញទំនិញចូលមកលក់ យើងត្រូវតែធ្វើការសិក្សាពីទីផ្សារនូវប្រភេទ ទំនិញ ដែលចង់ទិញដោយយកទំនិញ៤ ឬ ៥មុខ នៃក្រុមហ៊ុនផ្សេងៗគ្នាធ្វើការប្រៀបធៀបគ្នាលើថ្លៃ គុណភាព និងលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗ ។

ការសម្រេចចិត្តបញ្ជាទិញ ៖ បន្ទាប់ពីបានធ្វើការប្រៀបធៀបពីគុណតម្លៃនៃផលិតផល នៃក្រុមហ៊ុន ផ្សេងៗគ្នាហើយ យើងនឹងធ្វើការសម្រេចចិត្តថានឹងយកប្រភេទទំនិញដែលល្អបំផុតមកធ្វើការ ផ្គត់ផ្គង់លើ ប្រតិបត្តិការរបស់អាជីវកម្ម ។

ការកំណត់កន្លែងដឹកជញ្ជូន ៖ នៅពេលដែលផ្នែកបញ្ជាទិញបានសម្រេចចិត្តទិញនូវទំនិញនោះ ហើយ គេនឹងធ្វើការចរចាគ្នាទៅលើកាលបរិច្ឆេទនៃការដឹកជញ្ជូន វិធីសាស្ត្រនៃការដឹកជញ្ជូន និងកន្លែងដែលត្រូវដឹក ទំនិញទៅឲ្យ។

ការទទួលទំនិញ ៖ នៅពេលការដឹកទំនិញរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្មមកដល់ផ្នែកបញ្ជាទិញមានតួនាទី ត្រូវ ពិនិត្យទំនិញបានដឹកមកទាំងលើបរិមាណ និងគុណភាព បន្ទាប់មកត្រូវចុះហត្ថលេខាទទួលទំនិញ។

ទទួលរឹកយប់ត្រ និងធ្វើការទូទាត់ ៖ នៅពេលដែលផ្នែកបញ្ជាទិញបានពិនិត្យ ទំនិញក្រុមហ៊ុនដែលដឹក មក បានរួចរាល់ហើយ គេត្រូវតែបញ្ជូនរឹកយប់ត្រទាំងនោះទៅកាន់ផ្នែកគណនេយ្យ ដើម្បីធ្វើការទូទាត់ចំណាយ ទៅអោយអ្នកផ្គត់ផ្គង់តាមលក្ខខណ្ឌដែលបានចរចា ហើយអ្នកផ្គត់ផ្គង់វិញ ត្រូវតែចុះហត្ថលេខាថាបានទទួល លុយរួចរាល់ហើយ។

ផ្នែកបញ្ជាទិញត្រូវតែមានផែនការសម្រាប់ខ្លួនឯងអោយបានច្បាស់លាស់ ដើម្បីធានាថាការទិញទំនិញ ចូលមកលក់បានត្រឹមត្រូវ នឹងធ្វើការបញ្ជាទិញឲ្យបានទាន់ពេលវេលា។ ផែនការ ដែលធ្វើឲ្យអាជីវកម្មជាគជ័យ មួយចំនួនធំបានប្រើប្រាស់មានសកម្មភាពបួនដែលរួមមាន៖

- រៀបចំផែនការបញ្ជាទិញ
- តាមដានការបញ្ជាទិញ (ផែនការ)
- របាយការណ៍នៃការបញ្ជាទិញ
- ការចរចា ។

២.៤.២. ផ្នែកឃ្លាំងទំនិញ

នៅពេលដែលផ្នែកបញ្ជាទិញបានបញ្ចប់ភារៈកិច្ចរបស់ខ្លួនរួចរាល់ហើយ ផ្នែកឃ្លាំងទំនិញ មានភារៈកិច្ច ក្នុងការទទួលថែរក្សា និងបែងចែកទំនិញ ។ ចំពោះវិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងឃ្លាំង ទំនិញមានច្រើន ក៏ប៉ុន្តែវិធី សាស្ត្រ ដែលសហគ្រាសផលិតឃ្លីវមួយចំនួនធំបានប្រើប្រាស់នោះត្រូវ បានបែងចែកជា ៥ដំណាក់កាលដូច ខាងក្រោម៖

១. ការរៀបចំកន្លែងទុកទំនិញនៅកន្លែងសុវត្ថិភាព

- ត្រូវរៀបចំឃ្នាំងអោយខ្ពស់ជាងផ្លូវ ដើម្បីជៀសវាងការលិចទឹក
- ត្រូវសម្អាតឃ្នាំងឲ្យបានស្អាតជានិច្ច ដើម្បីជៀសវាងសត្វល្អិតផ្សេងៗ
- មិនត្រូវមានទីតាំងនៅជិតកន្លែងដែល នាំឲ្យងាយនឹងបង្កអគ្គិភ័យ ត្រូវមានប្រព័ន្ធពន្លត់អគ្គិភ័យ ឬ ឧបករណ៍ពន្លត់អគ្គិភ័យ
- ត្រូវរៀបចំទីកន្លែងឃ្នាំងឲ្យមានទំហំនៃការចេញចូលងាយស្រួល ដើម្បីបង្កភាពងាយស្រួលដល់ការដឹកជញ្ជូន ទំនិញចេញចូល ត្រូវរក្សាសីតុណ្ហភាពស្របតាមប្រភេទទំនិញ ដើម្បីបានរក្សាឲ្យបាននូវការរក្សាគុណភាពទំនិញ។

២. រៀបចំការគ្រប់គ្រងឃ្នាំងដោយកម្មវិធីសុវត្ថិភាព

- រៀបចំប្រព័ន្ធកាមេរ៉ា ដើម្បីមើលសកម្មភាព ដែលកើតមានឡើងក្នុងឃ្នាំង។
- រៀបចំប្រព័ន្ធប្រកាសអាសន្នស្វ័យប្រវត្តិ ពេលមានបញ្ហាកើតឡើង ។

៣. រៀបចំលក្ខណៈសម្គាល់ប្រភេទទំនិញ

- ត្រូវរៀបចំប្រភេទទំនិញនីមួយៗជាក្រុម
- ត្រូវមានឈ្មោះ និងកូដលើទំនិញ ដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការសម្គាល់
- ត្រូវរៀបចំសៀវភៅឈ្មោះ កូដ និងរូបភាពសម្គាល់ទំនិញ ។

៤. ការរៀបចំ និងការត្រួតពិនិត្យទំនិញ

- ត្រូវរៀបចំទំនិញទៅតាមវិធីសាស្ត្រ ដែលក្រុមហ៊ុនបានកំណត់ (FIFO ឬ LIFO) ត្រូវធ្វើការត្រួតពិនិត្យនូវបរិមាណទំនិញដែលមានក្នុងស្តុក និងតម្រូវការនាពេលអនាគត។
- ត្រូវផ្តល់ដំណឹងទៅផ្នែកបញ្ជាទិញ នៅពេលដែលបរិមាណទំនិញឈានដល់ចំណុច ប្រកាសអាសន្ន ។

៥. ត្រួតពិនិត្យកាលវិភាគទំនិញចេញចូល

- ត្រូវត្រួតពិនិត្យរាល់ព្រឹកថាមានទំនិញអ្វីខ្លះត្រូវចូល ហើយទំនិញអ្វីខ្លះទៀតត្រូវចេញ?
- ត្រូវធ្វើការផ្តល់ដំណឹងដល់ផ្នែកបញ្ជាទិញ ប្រសិនបើមានការយឺតយ៉ាវនៃការដឹកទំនិញ។

២.៤.៣ ផ្នែកគ្រប់គ្រងទំនិញ

ការគ្រប់គ្រងទំនិញ គឺជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់ក្នុងដំណើរគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ប្រសិនបើការគ្រប់គ្រងទំនិញមិនមានប្រសិទ្ធភាពទេ នោះវាជាហេតុនាំឲ្យការលក់របស់យើងក៏ពុំមានប្រសិទ្ធភាពផងដែរ។ ដូចនេះដើម្បីឲ្យការគ្រប់គ្រងទំនិញមានប្រសិទ្ធភាពនោះ សហគ្រាសត្រូវតែធ្វើតាមតួនាទីរបស់ខ្លួនឲ្យបានត្រឹមត្រូវ ដែលគេបានបែងចែកតួនាទីសំខាន់ៗមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

១. ការជ្រើសរើសប្រភេទទំនិញដែលត្រូវលក់យកមកលក់

ការជ្រើសរើសដំបូងបង្អស់ យើងត្រូវតែជ្រើសរើសនូវទំនិញដ៏ត្រឹមត្រូវមួយសម្រាប់លក់ ព្រោះយើងមិនអាចលក់នូវអ្វីមួយមិនមានគោលដៅច្បាស់លាស់បានឡើយ។ បន្ទាប់មកយើងត្រូវជ្រើសរើសម៉ាកផលិតផលដែលយើងចង់បាន ហើយសម្របតាមតម្រូវការទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន។ ដូច្នោះការជ្រើសរើសប្រភេទទំនិញវាពិតជាសំខាន់ណាស់ដែលសហគ្រាសទាំងអស់ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ពីព្រោះការជោគជ័យ ឬបរាជ័យរបស់សហគ្រាសគឺពឹងផ្អែកលើវា។ ហើយដើម្បីឱ្យការជ្រើសរើសនូវមុខទំនិញមួយយ៉ាងត្រឹមត្រូវ យើងត្រូវតែបង្កើតនូវជម្រើសនៃផលិតផលឱ្យបានច្រើនប្រភេទ បន្ទាប់មកយើងធ្វើការវាយតម្លៃយ៉ាងលម្អិតនៃផលិតផលនីមួយៗ បន្ទាប់ពីការជ្រើសរើសផលិតផលដែលល្អ។ បន្ទាប់ពីនោះក៏មានកត្តាមួយចំនួនដែលយើងត្រូវគិតពិចារណាក្នុងការកំណត់ម៉ាកផលិតផលនីមួយៗយកលក់ដូចជា៖

- តម្រូវការអតិថិជន
- អតិថិជនគោលដៅចូលចិត្តបែបណា
- ភាពទាក់ទាញ និងតម្លៃ។

២. ការជ្រើសរើសដំណើរការនៃការទិញទំនិញ

ការជ្រើសរើសដំណើរការប្រតិបត្តិការនៃការទិញទំនិញ គឺយើងត្រូវគិតគូរបានឱ្យច្បាស់លាស់ថា តើមានអតិថិជនប្រហែលចំនួនប៉ុន្មានដែលមកទិញជាទំនិញប្រភេទអ្វី? តើតម្រូវការទំនិញមានបរិមាណចំនួនប៉ុន្មាន? តើប្រភេទទំនិញអ្វីដែលយើងត្រូវយកមកលក់ឱ្យអតិថិជន?

៣. ផែនការគ្រប់គ្រងទំនិញ

ការគ្រប់គ្រងទំនិញ គឺត្រូវតែមានការរៀបចំផែនការសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងឱ្យបានច្បាស់លាស់ ពីព្រោះយើងមិនអាចធ្វើអ្វីតាមចិត្តរបស់យើងនោះទេ។ យើងរៀបចំផែនការទើបយើងអាចឈានទៅរកភាពជោគជ័យបាន។ ចំពោះផែនការត្រូវមានកត្តា ២ ដែលយើងត្រូវតែយកមកអនុវត្តក្នុងការរៀបចំផែនការមានដូចជា៖

- កំណត់វិធីសាស្ត្រ និងដំណាក់កាលនៃប្រតិបត្តិការនីមួយៗ គឺដើម្បីស្វែងរកផ្លូវដើរមួយដែលល្អបំផុត និងមានការចំណេញសម្រាប់ការធ្វើអាជីវកម្មរបស់យើង ទៅដោយរលូនទៀតផង។
- កាលវិភាគនៃការលក់ទំនិញ វាប្រៀបដូចជាអ្នកដឹកនាំមួយរូប ដែលដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងអាជីវកម្ម ដើម្បីឱ្យដឹងថាការលក់របស់យើងមិនមានភាពយឺតយ៉ាវ។

៤. ការត្រួតពិនិត្យទំនិញ

នេះជាអ្វី ដែលម្ចាស់អាជីវកម្មគ្រប់រូបត្រូវតែគិតគូរមិនអាចខានបានឡើយ។ ការត្រួតពិនិត្យទំនិញ គឺជា ការចុះត្រួតពិនិត្យនៃដំណើរនៃការលក់ ដែលយើងបានគ្រោងទុកទៅនឹងការលក់ជាក់ស្តែងថា តើវាបានទៅតាមអ្វី ដែលយើងគ្រោងទុកឬអត់? ប្រសិនបើវាមិនបានដើរទៅតាមអ្វីដែលយើងគ្រោងទុកទេ យើងនឹងសិក្សាមើល ថា តើមានកត្តាអ្វីខ្លះ ដែលនាំឲ្យការលក់ជាក់ស្តែងមិនបានដូចការគ្រោងទុក? ហើយយើងត្រូវរកវិធីណាដើម្បី ដោះស្រាយវាឲ្យបាន។

៥. ការត្រួតពិនិត្យគុណភាពនិង ថ្លៃ

ការត្រួតពិនិត្យគុណភាព និងថ្លៃបានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ច្រើនណាស់ក្នុងការយកឈ្នះដៃគូប្រកួតប្រជែង និងធ្វើឲ្យអតិថិជនមានភាពជឿជាក់មកលើផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ចំពោះគុណភាពយើងត្រូវ ដែលធ្វើការ ត្រួតពិនិត្យរាល់មុខទំនិញ មួយវិញទៀតត្រូវធានាថាមិនប៉ះពាល់អ្វីដល់អ្នកប្រើប្រាស់ និងផ្តល់គុណតម្លៃដល់អ្នក ប្រើប្រាស់។ ចំពោះការកំណត់ថ្លៃយើងដឹងស្រាប់ហើយថា គ្រប់អ្នកប្រើប្រាស់តែងតែរមែងចង់បានរបស់ ដែល មានគុណភាពហើយមានតម្លៃសមរម្យ ដូច្នេះយើងមិនអាចធ្វើការកំណត់ថ្លៃតាមតែចិត្តនោះទេ គឺការកំណត់ថ្លៃ ផលិតត្រូវអាស្រ័យលើកត្តាមួយចំនួនដូចជា៖

- **តម្លៃទីផ្សារ** ៖ យើងត្រូវសិក្សាមើលថាទំនិញ ដែលមានគុណភាព និងបរិមាណប្រហាក់ប្រហែលនឹង ទំនិញរបស់សហគ្រាសរបស់ខ្លួន នៅក្នុងតម្រូវការទីផ្សារតើគេលក់ក្នុងតម្លៃប៉ុន្មាន? ហើយថាតើមានតម្រូវ ការទំនិញប្រភេទនេះចំនួនប៉ុន្មានត្រង់កម្រិតថ្លៃមួយនេះទេ? ចំពោះកំណត់ថ្លៃទំនិញមាន ៣ ជម្រើស គឺ ស្មើទីផ្សារ ក្រោមទីផ្សារ និងលើទីផ្សារ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយយើងមិនគួរកំណត់ថ្លៃទៅតាមការ ប្រកួតប្រជែងពេកនោះទេ ដែលជាហេតុមួយនាំឲ្យក្រុមហ៊ុនបាត់បង់ប្រាក់ចំណេញ ប៉ុន្តែយើងគួរស្វែងរក តែស្វែងរកទំនិញណា ដែលថ្មីវិញទើបប្រសើរជាង។
- **គុណភាពទំនិញ** ៖ គុណភាពជំនាញសំខាន់មួយ ដែលអ្នកប្រើប្រាស់តែងតែប្រាថ្នាចង់បានដូច្នោះការ កំណត់ថ្លៃក៏មានការពឹងផ្អែកទៅលើគុណភាពនៃទំនិញនោះដែរ ព្រោះថ្លៃដើមនៃទំនិញពឹងផ្អែកទៅលើ គុណភាពនៃទំនិញ។
- **តម្រូវការទំនិញ** ៖ តម្រូវការកត្តាមួយដែលរួមចំណែកធ្វើឲ្យទំនិញចុះថ្លៃ ឬក៏ឡើងថ្លៃដែលអត្ថន័យចំណុច នេះ ដូចទៅនឹងទ្រឹស្តីតម្រូវការមួយថា “ពេលណាតម្រូវការកើនឡើងធ្វើឲ្យថ្លៃកើនឡើង ហើយពេលថា តម្រូវការធ្លាក់ចុះធ្វើឲ្យថ្លៃធ្លាក់ចុះដែរ។

២.៥ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស

ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស គឺជាដំណើរការនៃការជ្រើសរើស (Recruitment) ការជ្រើសយកបុគ្គលិក (Selection) ការរក្សាទុក (Maintenance) ការអភិវឌ្ឍ (Development) ការប្រើប្រាស់ (Utilization) និងការ

សម្របសម្រួល (Accommodation) នៃធនធានមនុស្សរបស់អង្គការមួយ។ អ្នកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស គឺជា បុគ្គលដែលមានតួនាទី ជាអ្នកផ្តល់យោបល់ ឬជាបុគ្គលិកដែលធ្វើការជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រងដទៃទៀត ដើម្បីជួយ ពួកគេឲ្យអាចដោះស្រាយបញ្ហាដែលទាក់ទងនឹងធនធានមនុស្ស។ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស មានមុខងារ ផ្សេងៗដែលសំខាន់បំផុត គឺការទទួលយកការអភិវឌ្ឍមនុស្ស ធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីសម្រេចគោលដៅរបស់អង្គការ មួយ។

ការរៀបចំផែនការធនធានមនុស្ស ការប្រកាសជ្រើសរើស និងការជ្រើសរើសយក ការបណ្តុះបណ្តាល និងអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្ស ការវាយតម្លៃការអនុវត្តការងាររបស់បុគ្គលិក ការទូទាត់ប្រាក់ខែ ឬសំណង និង អត្ថប្រយោជន៍បុគ្គលិក ទំនាក់ទំនងការងារ និងបុគ្គលិក សុវត្ថិភាព និងសុខភាពការងារ ការស្រាវជ្រាវធនធាន មនុស្ស ។ នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ក្នុងដំណើរ ការអាជីវកម្មឱ្យមានភាពរីកចម្រើនទៅមុខ ។ ប៉ុន្តែក៏មានក្រុមហ៊ុនជាច្រើនកំពុងតែមានបញ្ហាប្រឈមយ៉ាងខ្លាំង ជាមួយនឹងការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិកផងដែរ ព្រោះការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សមិនមែនជារឿងងាយស្រួលនោះទេ។ មនុស្សម្នាក់មានគំនិត តម្រូវការ និងចូលចិត្តធ្វើសកម្មភាពផ្សេងៗគ្នា ដែលពេលណាដែលយើងទាញឱ្យមនុស្ស ជាច្រើនធ្វើការជាមួយគ្នា រមែងតែងតែមានភាពទាស់ទែងគ្នា ឬមិនសូវចុះសម្រុងនឹងគ្នានៅពេលខ្លះជាក់ជាមិនខា ន។

ខាងក្រោមនេះ ជាយុទ្ធសាស្ត្រ ៥ យ៉ាង ក្នុងការគ្រប់គ្រងមនុស្សឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពបំផុត៖

២.៥.១ ជ្រើសរើសមនុស្សឱ្យត្រូវ

ប្រសិនបើអ្នកអាចជ្រើសមនុស្សដែលត្រូវចូលមកក្នុងក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកបានហើយ នោះក្នុងនាមជាអ្នក គ្រប់គ្រងដឹកនាំ ក៏មិនសូវឈឺក្បាលខ្លាំងពេកនោះដែរ។ ដូច្នេះអ្នកត្រូវតែដឹងពីវិធីក្នុងការជ្រើសមនុស្សប្រភេទណា មួយឱ្យត្រូវជាមួយនឹងអាជីវកម្មរបស់យើង។

២.៥.២ បណ្តុះបណ្តាល និងអភិវឌ្ឍន៍

នៅពេលដែលយើងជ្រើសរើសនរណាម្នាក់ឱ្យចូលមកធ្វើការក្នុងក្រុមហ៊ុនយើង ដំបូងត្រូវធ្វើការណែនាំឲ្យគេ ស្គាល់ច្បាស់អំពីអាជីវកម្ម របៀបរបបធ្វើការងារ ច្បាប់ទម្លាប់ផ្សេងៗ វប្បធម៌ការងារនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនជាដើម។ បន្ទាប់មកយើងត្រូវធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលចំណេះដឹង ជំនាញដល់គេជាមុនសិន មុននឹងឲ្យគេចាប់ផ្តើមបំពេញ ការងារ។

២.៥.៣ តិចនិកក្នុងការប្រើមនុស្ស

យើងត្រូវចេះដាក់មនុស្សឱ្យត្រូវទៅតាមចំណេះដឹង ជំនាញ ទេពកោសល្យ ឬសក្តានុពលរបស់មនុស្ស។ នៅពេលដែលអ្នកអាចប្រើមនុស្សឱ្យត្រូវជាមួយនឹងសក្តានុពលរបស់គេ យើងនឹងទទួលបាន នូវលទ្ធផលដ៏អស្ចារ្យជាច្រើន។ ផ្ទុយទៅវិញ អ្នកនឹងខ្លះខ្លាយធនធានយ៉ាងច្រើន ប្រសិនបើអ្នកប្រើមនុស្សខុសសក្តានុពល។

២.៥.៤ ការថែទាំ

ត្រឹមតែចេះប្រើមនុស្សតែមួយមុខ គឺមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់នោះទេ ប៉ុន្តែអ្នកត្រូវចេះពីវិធីថែរក្សាពួកគេផងដែរ។ ដើម្បីអាចថែរក្សាពួកគេបាន ត្រូវតែមានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងល្អ បរិយាកាសការងារល្អ តម្លាភាពក្នុងក្រុមហ៊ុន ផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ស័ក្តិសមជាមួយនឹងចំណេះដឹង ជំនាញ និងសមត្ថភាពគេជាដើម។ ប៉ុន្តែសម្រាប់បុគ្គលិកដែលមានគំនិតសហគ្រិន គឺពិបាកនឹងថែរក្សាឱ្យគេនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនបានយូរណាស់ ព្រោះគេមានមហិច្ឆតាធំ ត្រូវការលុយធំដែលយើងមិនអាចផ្តល់ឱ្យ តែយើងក៏អាចប្រើវិធីសាស្ត្រមួយចំនួន ដូចជាចែកជាភាគហ៊ុន ឬក៏អាចអនុញ្ញាតឱ្យគេឈប់បាន ប៉ុន្តែអាចទាញគេមកធ្វើជាដៃគូសហការក្នុងអាជីវកម្មវិញក៏បាន។

២.៥.៥. របៀបបញ្ឈប់

ពេលខ្លះ បើទោះបីជាយើងព្យាយាមជ្រើសរើសបុគ្គលិកដែលមានសក្តានុពលយ៉ាងហ្មត់ចត់យ៉ាងណាក៏ដោយ ប៉ុន្តែមិនប្រាកដថាយើងអាចរើសមនុស្សបានត្រូវ ១០០ភាគរយនោះទេ។ ដូច្នោះ អ្នកក៏ត្រូវដឹងពីវិធីក្នុងការបញ្ឈប់មនុស្សដែលខុសចេញពីអាជីវកម្មផងដែរ។ ប្រសិនបើអ្នកមិនចេះពីរបៀបដកមនុស្សខុសចេញពីអាជីវកម្មទេ វាអាចនឹងធ្វើឱ្យមានបញ្ហាដល់អាជីវកម្មផងដែរ។

ជាមួយគ្នា ក្នុងនាមជាមេដឹកនាំល្អ ដែលអាចដឹកនាំអាជីវកម្មឱ្យទទួលបានជោគជ័យ គឺទាមទារឱ្យពួកគេជាមនុស្សដែលពូកែមើលមនុស្ស និងពូកែបំពេញតម្រូវការផ្លូវចិត្តរបស់មនុស្សក្រោមបង្គាប់ទើបអាចទាញយកនូវសក្តានុពលរបស់មនុស្សបានច្រើនបំផុត។¹⁴

២.៦ វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗក្នុង ទិដ្ឋភាពប្រកួតប្រជែង

អាជីវកម្មទាំងអស់ គឺចាប់ផ្តើមដោយស្រដៀងគ្នា ជាមួយនឹងតម្រូវការនៃការបង្កើនចរាចរណ៍វេបសាយ ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនអោយកាន់តែច្រើន។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ដើម្បីបង្កើនចំនួនអតិថិជនទាំងនៅលើអ៊ីនធឺណិត និងដោយផ្ទាល់ អ្នកចាំបាច់ត្រូវការអភិវឌ្ឍប្រើនិងផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នក ដើម្បីបង្កភាពងាយស្រួលដល់អតិថិជនក្នុងការស្វែងរកអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងចង់បន្តត្រឡប់មកវិញម្តងទៀត។

¹⁴ គេហទំព័រ The HRDaily (២០២៣). <https://www.thehrdaily.com/hrm/> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១៤ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣

ពេលខ្លះ មនុស្សទូទៅ មិនមែនគ្រាន់តែចូលទៅកាន់សហគ្រាសសម្រាប់ជាវផលិតផលនោះទេ ប៉ុន្តែពួកគេក៏កំពុងស្វែងយល់ពីបទពិសោធន៍ក្នុងការទិញផងដែរ។ អាជីវកម្មដែលអាចកំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជនរបស់ខ្លួន និងតម្រូវការដែលពួកគេចង់បាននោះ នឹងអាចធ្វើឱ្យប្រើប្រាស់របស់ពួកគេមានការប្រកួតប្រជែងបានកាន់តែទូលំទូលាយ ព្រមទាំងទទួលបានអតិថិជនកាន់តែច្រើន និងការលក់ក្នុងរយៈពេលវែង។

២.៦.១. បង្កើតបណ្តាញឱ្យបានច្រើនសម្រាប់ទំនាក់ទំនង

ទោះបីជាអតិថិជនរបស់អ្នក គ្រាន់តែតាមដានអាជីវកម្មរបស់អ្នកនៅលើ ហ្វេសប៊ុក (Facebook) ក៏ដោយ តែវាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដើម្បីឱ្យមានផ្លូវបើកចំហជាច្រើនដល់ក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកតាមដែលអាចធ្វើទៅបាននៅពេលអ្នកបើកទូលាយនៃទំនាក់ទំនង អ្នកចាំបាច់ត្រូវតែឆ្លើយតបទៅនឹងសារដែលអ្នកទទួលបាន។ អ្នកគួរតែខិតខំស្វែងរកព័ត៌មានអំពីអ្នកប្រើប្រាស់ និងហ្វេសប៊ុករបស់ក្រុមហ៊ុនយ៉ាងហោចណាស់មួយដងក្នុងមួយថ្ងៃ ឬប្រាកដប្រជាជាងនេះទៀត។ ប្រសិនបើអ្នកមិនអាចឆ្លើយសំណួររបស់អតិថិជនបានភ្លាមៗ ឬរហ័ស អ្នកគួរតែប្រាប់ដំណឹងដល់ពួកគេថាអ្នកកំពុងព្យាយាមឆ្លើយតប ។ អតិថិជនមានអារម្មណ៍ថា ពួកគេសំខាន់នៅពេលពួកគេទទួលបានការឆ្លើយតបពីក្រុមហ៊ុន ហើយពួកគេនឹងបង្ហាញភាពស្មោះត្រង់ចំពោះក្រុមហ៊ុនណាដែលឆ្លើយតបឆាប់រហ័សចំពោះតម្រូវការតែមួយគត់របស់ពួកគេ។

២.៦.២. ស្វែងរក និងកំណត់គោលដៅអតិថិជនរបស់យើង

មុនពេលដែលយើងអាចប្រមូលបានអតិថិជនដែលចាប់អារម្មណ៍ចង់ចូលទៅកាន់វេបសាយ ឬហាងរបស់យើង អ្នកត្រូវស្វែងយល់ជាមុនសិនថាមនុស្សបែបណាដែលអ្នកចង់ទាក់ទាញ? ហេតុអ្វីបានជាពួកគេជ្រើសយកអាជីវកម្មរបស់អ្នកជាងអ្នកដទៃ? វិធីល្អបំផុតដើម្បីធ្វើបែបនេះ គឺចងក្រងសំណួរសួរទៅកាន់ពួកគេ។

កត់ត្រាទុកការឆ្លើយតបរបស់អតិថិជនអ្នកនីមួយៗ ហើយប្រៀបធៀបភាពស្រដៀងគ្នា និងភាពខុសគ្នារវាងអ្វីដែលនាំពួកគេចាប់អារម្មណ៍លើអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ នៅពេលចាប់ផ្តើម អ្នកត្រូវកត់សំគាល់ប្រជាសាស្ត្រដែលគួរចែករំលែក ដូចជាមនុស្សចាស់ ក្មេង និស្សិត ជនបរទេស ។ល។ នោះអ្នកអាចរកវិធីដើម្បីអំពាវនាវដោយផ្ទាល់ទៅក្រុមមនុស្សទាំងនោះ។ ឧទាហរណ៍៖ អតិថិជនវ័យចាស់ អាចចូលហាងរបស់អ្នកដោយសារតែពួកគេឃើញសញ្ញាតាមចិញ្ចើមថ្នល់ ហើយបានឮការនិយាយតគ្នា ខណៈដែលអតិថិជនវ័យក្មេង រកឃើញអ្នកតាមរយៈ អ៊ិនស្តាក្រាម (Instagram) ។ ការយល់ដឹងពីគោលដៅ និងប្រភេទអតិថិជន ក៏ជួយអ្នកក្នុងការកំណត់ ថាតើអ្នកគួរតែផ្តល់សេវាកម្មទូទៅជាភាសាខ្មែរ ឬអង់គ្លេស ឬទាំងពីរជម្រើសតែម្តង។

២.៦.៣. ចាត់ដោតអារម្មណ៍របស់អតិថិជនរបស់យើង

វិធីដ៏ល្អមួយដើម្បីទទួលបានចំណាប់អារម្មណ៍ និងការគោរពពីអតិថិជនរបស់អ្នក គឺការទាញយកចំណាប់អារម្មណ៍របស់ពួកគេ ហើយភ្ជាប់ពួកគេទៅសហគ្រាសរបស់យើង។ វាត្រូវការពេលវេលាខ្លះ ដើម្បីភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងទាំងនេះ ប៉ុន្តែសហគ្រាសតូចមួយអាចចាប់ផ្តើមដោយអំពាវនាវដោយប្រើចំណាប់អារម្មណ៍ផ្សេងៗនៅក្នុង

បណ្តាញសង្គមរបស់ខ្លួន។ ការសរសេររឿងរ៉ាវវិជ្ជមាន និងរឿងសប្បាយអាចមានអំណោយផលច្រើនទៅលើ Facebook និង Instagram Newsfeed។ អ្នកគួរតែចំណាយពេលខ្លះដើម្បីបង្ហាញរឿងដែលឡូយៗ និងរឿងដែលជួយបំផុសគំនិតអំពីជំនួញរបស់អ្នក នោះបុគ្គលិក ឬអតិថិជន ព្រមនឹងអ្នកអានមួយចំនួននឹងចែករំលែកបន្ត ។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម គឺជាវិធីមួយផ្សេងទៀត ដើម្បីភ្ជាប់ជាមួយអតិថិជនថ្មីរបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍៖ ហាងសត្វចិញ្ចឹមមួយ បង្ហាញរូបថតរបស់កូនឆ្កែដែលពួកគេចិញ្ចឹមម្តងទៀត ហើយម្ចាស់ឆ្កែថ្មីដែលទិញទៅនឹងមានភាពរំភើបរីករាយចំពោះភាពល្បីល្បាញរបស់ឆ្កែគេ ។ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអតិថិជន អាចជាការផ្តល់ព័ត៌មាន និងការផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងៗ អំពីដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នក ឬការចូលរួមជាមួយអតិថិជនដោយការចែករំលែកការកំសាន្តផ្សេងៗ ។¹⁵

២.៧ វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗ ក្នុងពេលដំណើរការអាជីវកម្ម

វិធីសាស្ត្រក្នុងការធ្វើផែនការមាន ២ គឺ៖

វិធីសាស្ត្រពីលើទៅក្រោម ៖ អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់កំពូល កំណត់គោលដៅរួមនិងបន្ទាប់មកអនុញ្ញាតអ្នកថ្នាក់ទាបបង្កើតផែនការនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌទាំងនោះ។

វិធីសាស្ត្រពីក្រោមឡើងលើ ៖ ផែនការត្រូវបានគ្រោងបង្កើតអ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ទាបដោយគ្មានលក្ខខណ្ឌច្រើន ហើយបន្ទាប់មកបញ្ជូនជាបន្តបន្ទាប់ ដាក់ឆ្លងតាមបំណងក្រុម ទៅកាន់អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ខ្ពស់ ។

ផែនការត្រៀមបម្រុង គឺជាការរំលែកដោះស្រាយជាមួយការផ្លាស់ប្តូរបរិយាកាសយ៉ាងឆាប់រហ័ស អ្នកគ្រប់គ្រងអាចដំណើរការ នៅក្នុងផែនការត្រៀមបំរុង ។¹⁶

មធ្យោបាយក្នុងការធ្វើផែនការមាន ៥គឺ៖

- ថវិការ Budgets
- តារាងសកម្មភាព Action plan
- គំរូ Standard
- គោលនយោបាយ Policy
- ទម្រង់បែបបទ Procedure

¹⁵ គេហទំព័រ The HRDaily. (២០២៣) <https://www.thehrdaily.com/business/3-ways-to-get-your-small-business-into-a-competitive-market/> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១៥ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣

ការជះឥទ្ធិពលផ្ទាល់ គឺដែលកើតឡើងនៅ៖

(ខាងក្នុងអង្គភាព)

- ម្ចាស់អង្គភាព ឬ ម្ចាស់ភាគហ៊ុន
- លទ្ធភាពរបស់ធនធានមនុស្ស
- ធនបំរុង ឬ មូលធនបំរុងរបស់អង្គភាព
- របៀបរបបនៃការគ្រប់គ្រង-វប្បធម៌របស់អង្គភាព
- ជំនាញបច្ចេកទេស, គំនិតផ្តួចផ្តើម, ការជំរុញលើកទឹកចិត្ត

(ខាងក្រៅអង្គភាព)

- អតិថិជន និង ចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អ្នកទិញ
- អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និង អ្នករកស៊ីជាមួយគ្នា
- គូប្រគូតប្រជែង

ការជះឥទ្ធិពលប្រយោលគឺជាការជះឥទ្ធិពលដែលបណ្តាលមកពីកត្តា៖

- កត្តាសង្គម(មនុស្សជាតិ សាសនា ទំនៀមទម្លាប់ ប្រពៃណី...)
- កត្តាសេដ្ឋកិច្ច
- កត្តានយោបាយ
- កត្តាវិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកទេស...។

អ្នកដែលត្រូវជាអ្នកទទួលខុសត្រូវលើការធ្វើផែនការ៖

- និយោជិតធ្វើផែនការ
- ក្រុមការងារ(អ្នកដែលមានកាតព្វកិច្ចពិសេសធ្វើផែនការ)
- គណៈកម្មាធិការនាយក
- ប្រធានប្រតិបត្តិ
- គណៈកម្មាធិការប្រតិបត្តិ
- លំដាប់ថ្នាក់គ្រប់គ្រង

រយៈពេលក្នុងការធ្វើផែនការមាន៣គឺ៖

- ផែនការរយៈពេលខ្លី Short-Term Planning (S.T.P)
- ផែនការរយៈពេលមធ្យម Medium-Term Planning (M.T.P)
- ផែនការរយៈពេលវែង Long-Term Planning (L.T.P)

ដំណាក់កាលនៃការកសាងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រមាន៖

- ការរៀបចំគោលដៅ
- កំណត់ច្បាស់នូវទិសដៅ និងយុទ្ធសាស្ត្របច្ចុប្បន្ន
- ការវិភាគមជ្ឈដ្ឋាន
- វិភាគធនធានមនុស្ស
- ការកំណត់ឱកាស និងការគំរាមកំហែង
- កំណត់នៃទំហំប្រែប្រួលជាយុទ្ធសាស្ត្រ
- ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចជាយុទ្ធសាស្ត្រ
- ការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ
- ការត្រួតពិនិត្យមើលដំណើរការ

ការរៀបចំផែនការប្រតិបត្តិគេត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើបញ្ហាការងារជំនួសដូចជា៖

ផែនការគម្រោង Project Plans

- គម្រោងមួយមានរយៈពេលខ្លី ឬ មធ្យមហើយកំណត់ច្បាស់ពីរយៈពេលអនុវត្ត
- ជាគេប្រើវាសំរាប់ធ្វើជាបទពិសោធន៍ឲ្យគម្រោងដ៏ទៃទៀត

ផែនការយថាភាពឬផែនការត្រៀមបំរុង Contingency Plans

- ជាគម្រោងមួយសម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរសេដ្ឋកិច្ច
- វិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច និងអតិផរណា(Inflation) ។

ជំពូកទី៣

ការវិនិច្ឆ័យ និងពិភាក្សាលើលទ្ធផល

ផលស្រាវជ្រាវ

ជំពូកទី៣

ការវិភាគ និងពិភាក្សាលើលទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

ការវិភាគនៅក្នុងជំពូកទី ៣ នេះ គឺផ្អែកលើវិធីសាស្ត្រគុណវិស័យ (Qualitative Method) ដើម្បីត្រួតពិនិត្យទៅលើស្ថានភាពទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ដែលភ្ជាប់នូវចំណុចសំខាន់ៗដូចជា អាយុ ភេទ កម្រិតវប្បធម៌ ស្ថានភាពនៃអាជីវកម្ម ចំនួនបុគ្គលិក ប្រាក់ជាចំណូលមធ្យមរបស់អាជីវករ ប្រាក់ចំណាយរបស់អាជីវករទៅលើកត្តាចម្បង មូលហេតុដែលនាំឲ្យគាត់នៅតែបន្តធ្វើអាជីវកម្ម និងយុទ្ធសាស្ត្រនៃការបន្តគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម។ អត្ថបទនេះនឹងពិភាក្សា និងវិភាគឲ្យកាន់តែស៊ីជម្រៅទៅលើប្រធានបទដោយប្រើប្រាស់ទិន្នន័យ និងវិធីសាស្ត្រ STOW វិភាគអំពីចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ ការគំរាមកំហែង និងឱកាស ដែលម្ចាស់អាជីវកម្មបានជួបប្រទះ។

៣. ការវិភាគបែបពិពណ៌នា

យោងទៅតាមការប្រមូលទិន្នន័យសម្រាប់វិភាគនេះ យើងខ្ញុំបានជ្រើសរើសការប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលទិន្នន័យបែបទិន្នន័យបឋម ឬប្រភពដើម(Primary Data) ដែលយើងខ្ញុំបានចុះទៅសម្ភាសន៍ដោយផ្ទាល់ជាមួយម្ចាស់អាជីវកម្ម និងបុគ្គលិកនៅសហគ្រាសលីហ្វ ក្នុងការទទួលយកព័ត៌មាន និងទិន្នន័យដែលត្រូវការដោយប្រើប្រាស់នូវកម្រងសំណួរដែលបានរៀបចំ (មើលឧបសម្ព័ន្ធទី២)។

៣.១ ស្ថានភាពនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនៅសហគ្រាសលីហ្វ

៣.១.១ ភេទ

យោងតាមការអង្កេត សម្ភាសន៍ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រធានបទ គឺស្របនឹងទិន្នន័យដែលទទួលបានបង្ហាញថា អាជីវកម្មរបស់សហគ្រាសលីហ្វ ភាគច្រើនគឺជាប្រុស។ ក្នុងនោះមានសមាជិក ៧ នាក់ ស្មើនឹង ១០០% ដែល ២ នាក់ ជាម្ចាស់អាជីវកម្ម និង ៥ នាក់ទៀតជាបុគ្គលិកធ្វើការនៅទីនោះ យើងសង្កេតឃើញថា សមាជិកម្នាក់ដែលជាម្ចាស់អាជីវកម្មគឺជាភេទស្រី ស្មើនឹង ១៤.៣០% និងសមាជិក ៦ នាក់ ដែលក្នុងនោះមានម្នាក់គឺជាម្ចាស់អាជីវកម្មផងដែរ ស្មើនឹង ៨៥.៧១%។

តារាងទី២៖ អំពីចំនួនភេទបុរស និងស្ត្រីនៅអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនៅសហគ្រាសលីហ្វ

ភេទ	ចំនួន	ចំនួនភាគរយ
ស្ត្រី	១	១៤.៣០%
ប្រុស	៦	៨៥.៧១%
សរុប	៧	១០០.០០%

៣.១.២ លេខ

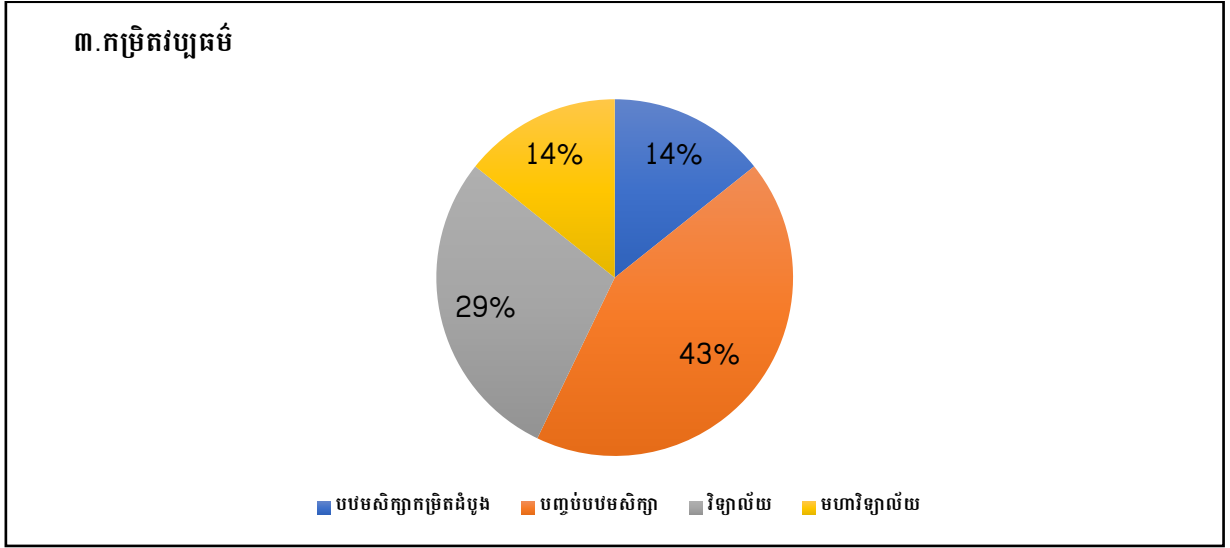
ផ្អែកតាម ការសង្កេតសម្ភាសន៍ផ្ទាល់ យើងទទួលបានទិន្នន័យយ៉ាងច្បាស់អំពីអាយុនៃសហគ្រាសលីហ្វ គឺស្ថិតពីអាយុ ២០ ឆ្នាំដល់ ៥០ ឆ្នាំ ដែលមានគម្លាតនៃអាយុទាំងពីរគឺ ៣០ ឆ្នាំ ។ តាមទិន្នន័យដែលទទួលបានពីសមាជិកដែលនៅក្នុងសហគ្រាសលីហ្វ ៧ នាក់ ដែលស្មើនឹង ១០០% យើងទទួលបានគ្រឹះស្ថានអាជីវកម្មអ្នកស្រីគឺម លន់ មានអាយុ ៤៤ ឆ្នាំ និងលោក លីហ្វ មានអាយុ ៤៨ ឆ្នាំ ដែលស្ថិតនៅចន្លោះអាយុពី ៤១-៥០ ឆ្នាំមានចំនួន ២ នាក់ ស្មើនឹង ២៨.៥៧%។ ចំណែកឯ អាយុសម្រាប់បុគ្គលិកវិញ លោក ប្រុស មានអាយុ ២២ ឆ្នាំ និងលោក យុត មាន អាយុ ៣០ ឆ្នាំ ដែលស្ថិតនៅចន្លោះអាយុពី ២០-៣០ ឆ្នាំស្មើនឹង ៤២.៨៥%។ ហើយលោក វាសនា មានអាយុ ៣៣ ឆ្នាំ និងលោក ពេជ្រ ធួ មានអាយុ ៣៥ ឆ្នាំដែលជាបុគ្គលិកនៅទីនោះផងដែរ ស្ថិតនៅអាយុចន្លោះពី ៣១-៤០ ឆ្នាំស្មើនឹង ២៨.៥៧%។

តារាងទី៣៖ អំពីអាយុក្នុងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនៅសហគ្រាសលីហ្វ

ចន្លោះអាយុ	ចំនួន	ភាគរយ
២០-៣០	៣	៤២.៨៥%
៣១-៤០	២	២៨.៥៧%
៤១-៥០	២	២៨.៥៧%
សរុប	៧	១០០.០០%

៣.១.៣ កម្រិតវប្បធម៌

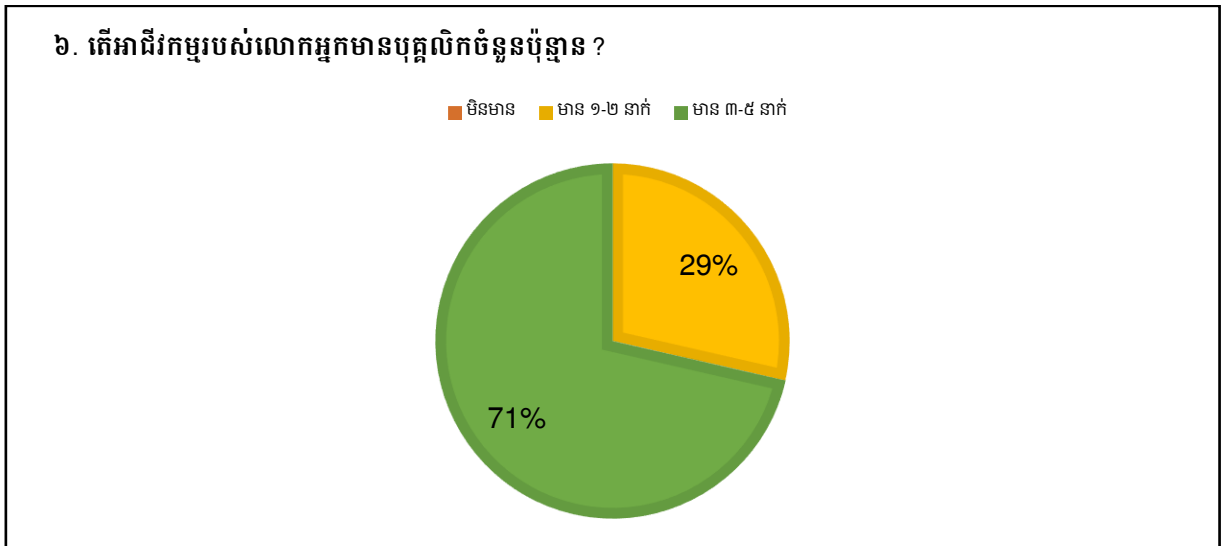
យោងតាមទិន្នន័យទទួលបានក្រោយពីការចុះទៅជួបផ្ទាល់ពីសហគ្រាសលីហ្គ សង្កេតឃើញការអប់រំដល់ ថ្នាក់វិទ្យាល័យមានចំនួន ២ នាក់ ស្មើនឹង ២៨.៥៧% នៃចំនួនសរុប ៧ នាក់ ដែលមាននៅក្នុងសហគ្រាសលីហ្គ និងមានចំនួនបុគ្គលិក ៤២.៨៥% ស្មើនឹង ៣ នាក់ទៀត បញ្ចប់ថ្នាក់ត្រឹមថ្នាក់បឋមសិក្សា។ ចំណែកម្នាក់ទៀត រៀនបានត្រឹមថ្នាក់បឋមសិក្សាកម្រិតដំបូង ស្មើនឹង ១៤.២៨% ជាមួយគ្នានេះដែរមានបុគ្គលិកម្នាក់ដែលបាន សិក្សាដល់ថ្នាក់មហាវិទ្យាល័យ ស្មើនឹង ១៤.២៨%។ បើតាមការសាកសួរដោយផ្ទាល់ ក្នុងចំណោមពួកគាត់មាន តែម្នាក់ប៉ុណ្ណោះដែលបានបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់មហាវិទ្យាល័យ និង ៦ នាក់ទៀតគឺមិនសូវបានទទួលការអប់រំ ឬមក ពីជីវភាពរបស់ពួកមិនសូវធូរធារ និងមកពីគាត់រស់នៅតំបន់រាងឆ្ងាយពីសាលារៀន។ គួរបញ្ជាក់ផងដែរថា បើតាម ការអង្កេត បើសិនជាគាត់បានបញ្ចប់ថ្នាក់កម្រិតមហាវិទ្យាល័យភាគច្រើនមិនបានចូលរួមក្នុងការប្រកបអាជីវកម្ម ជាលក្ខណៈគ្រួសារនោះទេ ដែលភាគច្រើនទៅធ្វើការទៅតាមជំនាញដែលរៀន ព្រោះពួកគេធ្វើការមិនសូវមាន ភាពនឿយហត់ និងមានពេលវេលាសម្រាកគ្រប់គ្រាន់។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ការសិក្សាត្រឹមវិទ្យាល័យគឺភាគច្រើនបាន ប្រកបរបរចិញ្ចឹមជីវិតផ្ទាល់ខ្លួន មិនមានប្រាក់គ្រប់គ្រាន់ក្នុងបន្តការសិក្សា និងតម្រូវការកម្លាំងពលកម្មនៃគ្រួសារ និងមួយចំនួនទៀតមិនចង់បន្តការសិក្សា ព្រោះពួកគាត់គិតថាចំណាយពេលវេលា និងប្រាក់ច្រើន។



៣.១.៤ ចំនួនបុគ្គលិកក្នុងអាជីវកម្មរបស់សហគ្រាសលីហ្គ

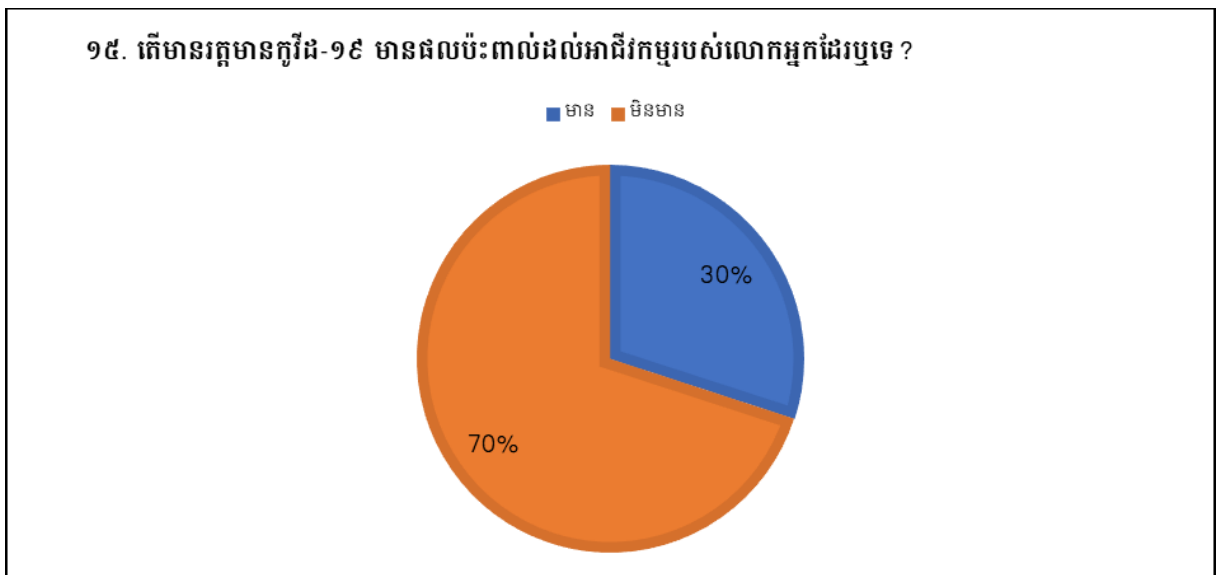
ក្នុងចំណោមគំរូតាងដែលបានទទួលបានពីការស្រង់មតិ អំពីម្ចាស់អាជីវករនៅសហគ្រាសផ្ទាល់ ជាម្ចាស់ អាជីវកម្មមានចំនួន ២ នាក់នៃ ១០០% ។ ចំណាត់ថ្នាក់សម្រាប់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈរបស់មិនមានបុគ្គលិកសោះ ស្មើនឹង ០% ប៉ុន្តែបុគ្គលិកមានចន្លោះពី ១ ទៅ ២ នាក់មានចំនួនស្មើនឹង ២៨.៥៧%។ សម្រាប់ចុងក្រោយ

សម្រាប់បុគ្គលិកដែលធ្វើនៅក្នុងសហគ្រាសលីហ្សឺផ្ទាល់ មានបុគ្គលិកចំនួន ៣ ទៅ ៥ នាក់ តែប៉ុណ្ណោះស្មើនឹង ៧១.៤២%។

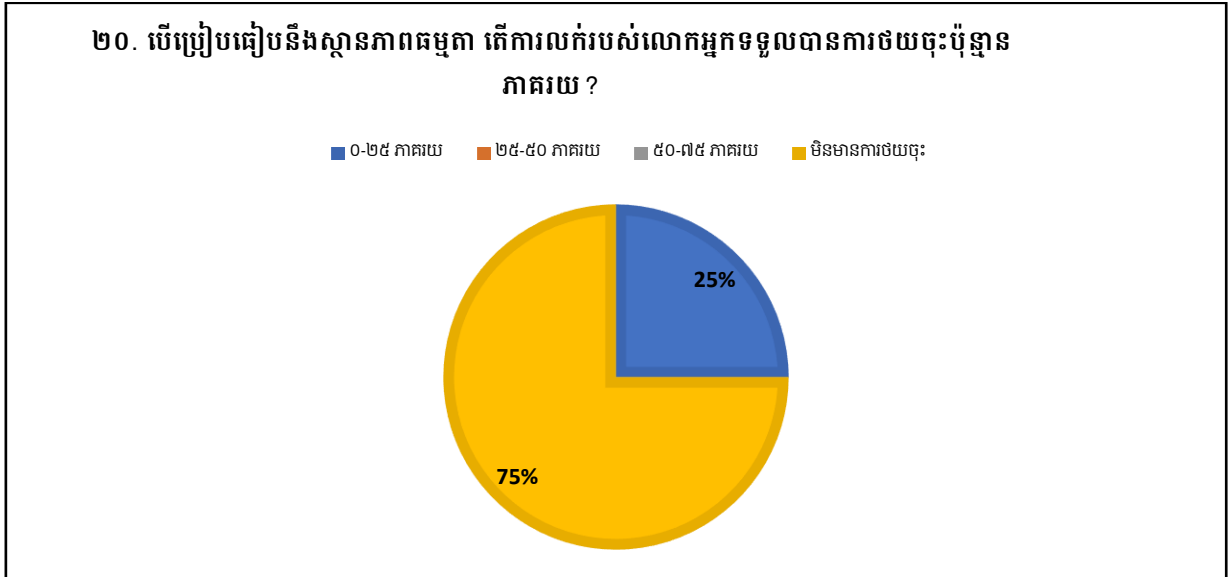


៣.១.៥ ប្រាក់ចំណូលជាមធ្យមប្រចាំថ្ងៃ

លទ្ធផលនៃទន្ទឹមន័យដែលទទួលបានពីអាជីវករនៅក្នុងសហគ្រាសលីហ្សឺផ្ទាល់ នៅក្នុងស្រុកគិរីវង់ ខេត្តតាកែវ បានបង្ហាញថាសហគ្រាសរបស់ពួកគេបានជួបប្រទះនៅវត្តមានរបស់កូវីដ-១៩ ប្រមាណ ៣០%ទៅលើមុខទំនិញមួយចំនួន។ ចំណែកឯ ៧០% វាមិនមែនជាបញ្ហាធ្ងន់ធ្ងរទៅលើអាជីវកម្មរបស់ពួកគាត់។

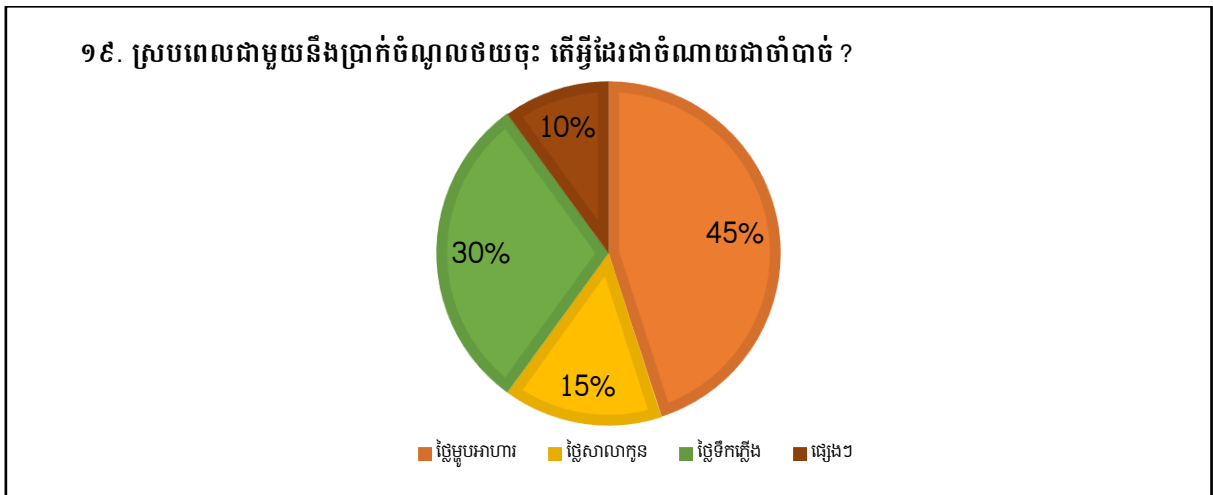


លើសពីនេះទៅទៀត សម្រាប់សហគ្រាសលើហ្វូឡាស់ដែលស្មើនឹង ១០០% យើងសង្កេតឃើញថាបន្ថែម ទៀតថាបើប្រៀបធៀបនឹងស្ថានភាពធម្មតា មានការលក់របស់ពួកគាត់ថយចុះប្រមាណ ០-២៥% នៃរាល់មុខ ទំនិញសរុបដែលមាននៅក្នុងសហគ្រាស។



៣.១.៦ ប្រាក់ចំណាយរបស់អាជីវករទៅលើកត្តាចម្បងប្រចាំខែ

យោងតាមការសាកសួរពីអាជីវករទីនោះ យើងឃើញថាអាជីវករជាមួយនិងទិន្នន័យដែលយើងទទួលបាន ប្រហែល ៥០% នៃ ១០០% នៃការចំណាយប្រចាំខែទៅលើថ្លៃម្ហូបអាហារ។ ហើយប្រហែល ១៥% គឺចំណាយ លើថ្លៃសាលាកូន ជាមួយនឹង ២៥% ទៀត គឺត្រូវចំណាយប្រចាំខែទៅលើថ្លៃទឹកភ្លើង សម្រាប់ ១០% នៃការ ចំណាយរបស់អាជីវករគឺស្ថិតក្នុងចម្លើយផ្សេងៗទៀត ។

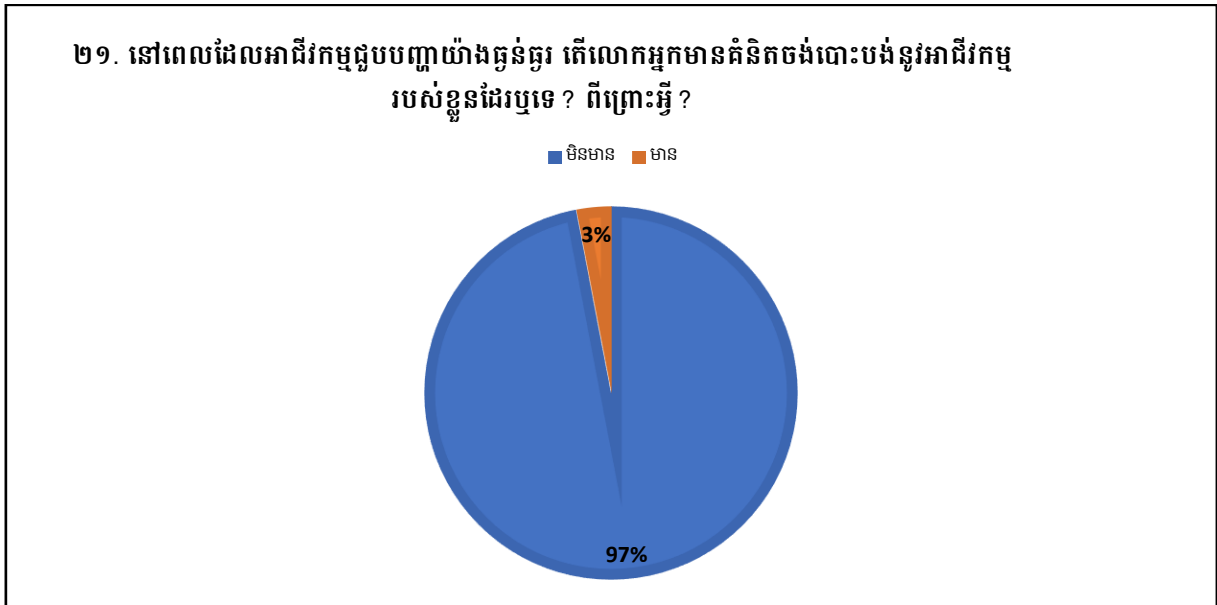


ចំណូលរបស់អាជីវករចាប់តាំងពីមានជម្ងឺកូវីដ-១៩ បានទទួលចំណូលថយចុះខ្លះ និងកើនការចំណាយ ដោយសារក្នុងប្រទេសកម្ពុជាយើងបានមានការរីករាលដាលឆ្លងខ្លាំងនៅក្នុងអំឡុងពេលនោះ ជាហេតុធ្វើឲ្យ

សាលាមិនទាន់បើក ហើយតម្រូវការឲ្យសិស្សចាប់ផ្តើមរៀនតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ធ្វើឲ្យចំណាយលុយមួយផ្នែក ទៅលើការភ្ជាប់សេវាអ៊ីនធើណែតដើម្បីរៀនសូត្រ។ បន្ថែមពីនេះ អាជីវករមានមុខសញ្ញាចំណាយផ្សេងៗទៅ លើសម្ភារៈបរិក្ខារដូចជា ម៉ាស អាកុល ដែលលាងដៃ និងថ្នាំសង្កូវ។ ជាការផ្តល់មតិរបស់អាជីវករនោះ គឺពិតជា បានឃើញថាក្នុងអំឡុងពេលកូវីដ-១៩ បានធ្វើឲ្យអាជីវករមានការចំណាយច្រើនដែលសុទ្ធសឹងតែចំណាយ ចាំបាច់ដែលពួកគាត់មិនអាចទុកចោលបានដែលជាចំណាយប្រចាំខែរបស់គាត់។

៣.១.៧ មូលហេតុដែលជំរុញឲ្យគាត់នៅតែបន្តធ្វើអាជីវកម្ម

ផ្អែកតាមទិន្នន័យដែលប្រមូលបានបន្ថែមទៀតនេះ ក្រោយពីការលក់របស់ពួកគាត់ការថយចុះខ្លះនៃអាជីវ កម្ម ពីព្រោះមានការចំណាយច្រើនជាងចំណូល ព្រមទាំងពុំសូវមានតម្រូវការក្នុងទីផ្សារនាគ្រានោះផងដែរ ប៉ុន្តែ សម្រាប់សហគ្រាសរបស់ពួកគាត់ផ្ទាល់ មិនមានគំនិតចង់បិទអាជីវកម្មរបស់ពួកគាត់នោះទេ។



ពីព្រោះជាអាជីវកម្មស្របច្បាប់ដែលខិតខំកសាងឡើងមក ដោយលំបាកហើយមានមនុស្សជាច្រើនដែល ទទួលបានផលប្រយោជន៍ពីអាជីវកម្មនេះជាច្រើន ហើយគាត់នៅតែបន្តអាជីវកម្មនេះដូចដើម ទោះបីស្ថិតក្នុងកាលៈ ទេសៈលំបាកយ៉ាងណាក្តី។ កត្តាដែលធ្វើឲ្យគាត់នៅតែបន្តរហូតមក គឺវាមានកាតព្វត្រូវផ្គត់ផ្គង់តម្រូវការគ្រួសារ តម្រូវការការអប់រំ តម្រូវការចំណីអាហារ តម្រូវការថ្លៃសេវាទឹកស្អាត ថ្លៃសេវាប្រើប្រាស់អគ្គិសនី និងតម្រូវការជម្រក ជាដើម ដែលសុទ្ធសឹងជាតម្រូវការចាំបាច់របស់សមាជិកគ្រួសាររបស់គាត់។

៣.១.៨ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងការវាយតម្លៃរយៈពេល ៨ខែ ក្នុងឆ្នាំ២០២៣

ខាងក្រោមនេះគឺជារបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនៃការចំណាយ៖

ខែ	ប្រភេទនៃការចំណាយ	ចំនួននៃចំណាយ (\$)
មករា	អាហារ, ប្រាក់ខែបុគ្គលិក, មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន, ទឹក និងភ្លើង	២៤០០
កុម្ភៈ	អាហារ, ប្រាក់ខែបុគ្គលិក, មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន, ទឹក និងភ្លើង	២៤០០
មីនា	អាហារ, ប្រាក់ខែបុគ្គលិក, មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន, ទឹក និងភ្លើង	២៤០០
មេសា	អាហារ, ប្រាក់ខែបុគ្គលិក, មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន, ទឹក និងភ្លើង	២៤០០
ឧសភា	អាហារ, ប្រាក់ខែបុគ្គលិក, មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន, ទឹក និងភ្លើង	២៤០០
មិថុនា	អាហារ, ប្រាក់ខែបុគ្គលិក, មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន, ទឹក និងភ្លើង	២៤០០
កក្កដា	អាហារ, ប្រាក់ខែបុគ្គលិក, មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន, ទឹក និងភ្លើង	២៤០០
សីហា	អាហារ, ប្រាក់ខែបុគ្គលិក, មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន, ទឹក និងភ្លើង	២៤០០

ខាងក្រោមនេះគឺជារបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនៃការលក់៖

ខែ	ប្រភេទទំនិញនៃការលក់	ចំនួនចំណូលនៃការលក់ (\$)
មករា	ភេសជ្ជៈ, ទឹកដោះគោ, គ្រឿងទេស, សាប៊ូ	៤០០០
កុម្ភៈ	ភេសជ្ជៈ, ទឹកដោះគោ, គ្រឿងទេស, សាប៊ូ	៥០០០
មីនា	ភេសជ្ជៈ, ទឹកដោះគោ, គ្រឿងទេស, សាប៊ូ	៥០០០
មេសា	ភេសជ្ជៈ, ទឹកដោះគោ, គ្រឿងទេស, សាប៊ូ	៦០០០

ខុសភា	ភេសជ្ជៈ, ទឹកដោះគោ, គ្រឿងទេស, សាប៊ូ	៥០០០
មិថុនា	ភេសជ្ជៈ, ទឹកដោះគោ, គ្រឿងទេស, សាប៊ូ	៤៥០០
កក្កដា	ភេសជ្ជៈ, ទឹកដោះគោ, គ្រឿងទេស, សាប៊ូ	៤៥០០
សីហា	ភេសជ្ជៈ, ទឹកដោះគោ, គ្រឿងទេស, សាប៊ូ	៤៥០០

៣.១.៩ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការបន្តគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម

ទោះបីជា ពេលខ្លះអាជីវកម្មរបស់ពួកគេបានជួបបញ្ហាលំបាកខ្លះក៏ដោយ ក៏ពួកគេកាត់បន្ថយការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មបានយ៉ាងល្អ។ ដូចជាក្នុងអំឡុងពេលជម្ងឺកូវីដ-១៩ កាលនោះព្រោះតែអ្នកវិទ្យាសាស្ត្រមិនទាន់រកឃើញ នូវវ៉ាក់សាំងការពារ ហើយសុខាភិបាលរបស់ប្រទេសកម្ពុជាគឺនៅមានកម្រិត។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាតែងបានចេញសេចក្តីណែនាំផ្សេងៗដើម្បីធានាបានសុខភាពសាធារណៈសុវត្ថិភាពប្រជាជន និងកិច្ចសហការជាអន្តរជាតិក្នុងការស្វែងរកវ៉ាក់សាំង និងសម្ភារៈពេទ្យ ដើម្បីរំលែកទៅភាពប្រក្រតីនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមវិញ។ ជាក់ស្តែង អាជីវករខ្លួនឯងនោះក៏បានរិះគន់ប្រព័ន្ធសាស្ត្រក្នុងការប្រកបអាជីវកម្មដោយអនុវត្តវិធានសុខាភិបាល ការកាត់បន្ថយចំណាយ ការកាត់ផ្តាច់នៃការចម្លងជម្ងឺ និងវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗដូចជា៖

- ១. ការកាត់បន្ថយចំណាយណាដែលមិនចាំបាច់ ការបិទម៉ាស៊ីនត្រជាក់ ការបន្ថយអគ្គិសនី ការចម្អិនម្ហូបដោយខ្លួនឯងជាដើម។
- ២. ការផ្លាស់ប្តូរទៅរកនិន្នាការនៃការលក់តាមប្រព័ន្ធអនឡាញ បន្តការអនុវត្តតាមវិធានសុខាភិបាលដោយឱ្យមានការវាស់កម្ដៅ ការបាញ់អាកុល ការរក្សាគម្លាត១,៨ម៉ែត្រពីគ្នា របស់អភិក្រម ៣ កុំ ៣ ការពារ។

កត្តាទាំងនេះ ជាយុទ្ធសាស្ត្ររបស់អាជីវករក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មឱ្យមានដំណើរការបានរហូតមក។ លើសពីនេះទៅទៀត អាជីវករទាំងអស់បានអនុវត្តនូវវិធីសាស្ត្រមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

ទីមួយ ការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម គឺរៀបចំដំណើរការសម្រាប់គ្រោង និងអនុវត្តគម្រោងខាងមុខផ្នែកលើបច្ចុប្បន្ន និងស្ថានភាពនៃអាជីវកម្ម ត្រូវផែនការទីផ្សារដែលផ្តោតលើផលិតផល សេវា និងតម្លៃក្នុងការប្រកួតប្រជែង និងពង្រីកទីផ្សាររបស់ខ្លួន។ ការរៀបចំផែនការថវិកាសម្រាប់បម្រុងក្នុងរយៈពេលបីខែ តទៅមុខដើម្បីបង្ការផលប៉ះពាល់ភ្លាមៗដែលមិនអាចស្មានដឹងដោយមេរោគកូវីដ-១៩ ឬហានិភ័យផ្សេងៗដែលកើតពីកត្តាខាងក្រៅ។ ជាក់ស្តែង ផែនការនេះនឹងបង្ហាញជំហានពិតប្រាកដដើម្បីកាត់បន្ថយការខាតបង់ ទប់ទល់ និងធ្វើឱ្យ

ប្រសើរឡើងលើប្រតិបត្តិការបច្ចុប្បន្នរបស់អ្នកក្នុងអំឡុងពេលកំណត់ តាមរយៈផ្លាស់ប្តូរផលិតផល ការធ្វើទីផ្សារ តាមអនឡាញ ការផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនបន្ថែម។ ការប្តូរផលិតផល សេវា ផលិតកម្ម ទៅជាផលិតផល ឬប្រភេទ សកម្ម ដែលមានតម្រូវការខ្ពស់ក្នុងអំឡុងពេលនៃជំងឺរាតត្បាតនេះ។

ទីពីរ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ គឺការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយ និងផលចំណេញដែលអាជីវកម្ម ត្រូវពិនិត្យ កត់ត្រានិងមានរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីធ្វើការគ្រប់គ្រងឱ្យមានភាពច្បាស់លាស់ និងតាមដានវឌ្ឍនភាពរបស់ អាជីវកម្ម សំដៅដល់ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ និងស្វែងរកទីផ្សារឱ្យកាន់តែរឹងមាំ។ អាជីវករអាចពិនិត្យ និងធ្វើបច្ចុប្បន្ន ភាពបានទៀងទាត់លើប្រភពទាំងអស់នៃចំណូល ចំណាយ និងចំណេញដើម្បីឱ្យដឹងថា តើអ្នកអាចកាត់ការ ចំណាយដែលមិនចាំបាច់មួយចំនួនដូចជាការចំណាយលើបុគ្គលិក ការជួលការិយាល័យ ឬសេវាកម្មខាងក្រៅ ជាដើម។

ទីបី ការរក្សាភិក្ខុសព្វអាជីវកម្ម ទោះអាជីវកម្មខ្លាតតូចជាអាជីវកម្មបែបគ្រួសារ ឬបុគ្គលក្តី ប៉ុន្តែការរក្សានូវ សេវាកម្មឱ្យមានភាពទាន់ហ៊ុយ អនាម័យ តម្លៃសមរម្យ និងមានទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងអចិន្តិជន ដើម្បីរក្សា លំនឹងអាជីវកម្មឈរក្នុងទីផ្សារចាស់ និងត្រៀមប្រកួតប្រជែងចំពោះអាជីវកម្មដែលកំពុងបង្កើតថ្មី។ ក្នុងការស្វែងរក អតិថិជនថ្មីអំឡុងពេលរាតត្បាតនៃជំងឺ អាជីវករអាចរក្សាទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនចាស់របស់ពួកគេឱ្យ បានកាន់តែច្រើនតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន។ អាជីវករបានកំណត់អត្តសញ្ញាណ និងកំណត់តម្រូវចាំបាច់អំឡុង ពេលពីរ ឬបីខែទៅមុខទៀត ហើយរក្សាការទំនាក់ទំនងតាមទូរស័ព្ទ ឬតាមបណ្តាញសង្គមផ្សេងៗដែលអាចឱ្យ អតិថិជនទទួលបានព័ត៌មានថ្មីៗពីសេវាកម្ម ឬផលិតផលរបស់អាជីវករ។

ទីបួន ការពិនិត្យ និងវាយតម្លៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ការពិនិត្យ និងការវាយតម្លៃរបស់អាជីវកម្មគឺអាចផ្តើម ពី វិធីសាមញ្ញៗដោយតាមរយៈការកត់ត្រានូវវិធីសាស្ត្រលើផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ផលិតផល សេវា និងធនធានមនុស្ស។ ការចាប់ផ្តើមដំបូងក្នុងការពិនិត្យ និងវាយតម្លៃចំពោះផ្នែកចំណូល ចំណាយ និងផលចំណេញ ដើម្បីអាចដឹង ច្បាស់ពីស្ថានភាព និងទំហំខាតបង់ ហើយរៀបចំផែនការដើម្បីទប់ស្កាត់ការខាតបង់នោះ នឹងលទ្ធផលនៃការ ពិនិត្យ និងការវាយតម្លៃអាចឱ្យអ្នករៀបចំយុទ្ធសាស្ត្របន្តប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ ក្នុងអំឡុងពេលរាតត្បាតនៃ ជំងឺ មនុស្សភាគច្រើនមិនចង់ចំណាយប្រាក់លើសម្ភារៈដែលមិនចាំបាច់នោះទេ ដូច្នេះអាជីវករអាចពិនិត្យ និងប្រើ វិធី សាស្ត្របញ្ចុះតម្លៃពិសេសលើផលិតផល ឬសេវាកម្មនឹងអាចទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍ពីអតិថិជន វិធី សាស្ត្រ នេះនឹងជួយឱ្យអាជីវករមានលក់នូវផលិតផលក្នុងស្តុកចេញទៅទីផ្សារ និងទទួលបាននូវចំណាប់ អារម្មណ៍អ្នកទិញ ទំនិញ និងសេវារបស់ខ្លួន។

៣.២ ការវិភាគ STOW

ការវិភាគតាមវិធីសាស្ត្រ STOW ជាមធ្យោបាយដែលនឹងត្រូវបានលើកមកធ្វើការពិភាក្សានៅក្នុងរបាយការណ៍បញ្ចប់កម្មសិក្សាមួយនេះ ដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំង និងពិនិត្យមើលកត្តាខាងក្នុង និងកត្តាខាងក្រៅ ដែលមានឥទ្ធិពលផ្ទាល់ ឬប្រយោលលើស្ថានភាពនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ដែលស្ថិតនៅក្នុងស្រុកគិរីវង់ ខេត្តតាកែវ នៅសហគ្រាសលីហ្សា។

បន្ទាប់ពីទទួលបានទិន្នន័យដោយផ្ទាល់ពីអាជីវករ លិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្ត ដែលទាក់ទងនឹងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ យើងអាចធ្វើការវិភាគឲ្យកាន់តែស៊ីជម្រៅដោយផ្អែកលើទិន្នន័យ និងភាពជាក់ស្តែងរបស់ស្ថានភាពអាជីវកម្ម។ អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារសុទ្ធសឹងតែមានចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ និងហានិភ័យ កើតចេញពីកត្តាខាងក្នុង និងកត្តាខាងក្រៅអំឡុងពេលគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ដែលមានតារាងវិភាគដូចខាងក្រោមនេះ៖

៣.២.១ តារាងនៃការវិភាគ STOW

ចំណុចខ្លាំង	ចំណុចខ្សោយ
<ul style="list-style-type: none"> - ភាពមិនកំណត់កម្រិតវប្បធម៌របស់អាជីវករ - ភាពមិនកំណត់ទំហំដើមទុនក្នុងការប្រកបអាជីវកម្ម - បទពិសោធន៍ម្ចាស់អាជីវកម្ម - ភាពបត់បែន និងសម្របខ្លួនរបស់អាជីវករ - ឥរិយាបថនៃទីផ្សារក្នុងស្រុក 	<ul style="list-style-type: none"> - កង្វះសហគ្រិនភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម - កង្វះការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងធនធានមនុស្ស
កាលានុវត្តភាព	ភាពគំរាមកំហែង
<ul style="list-style-type: none"> - ការផ្តើមនៃការយកចិត្តទុកដាក់ពីរាជរដ្ឋាភិបាល - ការផ្តើមនៃការយកចិត្តទុកដាក់ពីវិស័យឯកជន - ការបើកដំណើរការសកម្មភាពសង្គម-សេដ្ឋកិច្ច - ការវិវត្តនៃបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា 	<ul style="list-style-type: none"> - ការប្រកួតប្រជែងពីដៃគូអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារថ្មីៗ - អតិផរណា និងទំហំទីផ្សារក្នុងស្រុក

៣.២.២ ការបកស្រាយអំពីលទ្ធផលវិភាគ

ដើម្បីឲ្យយល់កាន់តែច្បាស់ពីអត្ថន័យ នៃការវិភាគតាមតារាង (ផ្នែក៣.២.១) ខាងលើ យើងនឹងធ្វើការបកស្រាយឲ្យបានកាន់តែក្បោះក្បាយបន្ថែមទៀតនៅផ្នែកនេះ និងមានខ្លឹមសារដូចខាងក្រោម៖

៣.២.១.១ ចំណុចខ្លាំង

- បទពិសោធន៍ម្ចាស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ គឺជាកត្តាចម្បងមួយក្នុងចម្បងផ្សេងៗដែលនាំឱ្យអាជីវកម្ម នៅក្នុងស្រុកគិរីវង់ ខេត្តតាកែវ មានភាពខ្លាំងរបស់ខ្លួនដែលភាគច្រើននៃម្ចាស់អាជីវកម្ម

ពោរពេញ ទៅដោយបទពិសោធន៍ក្នុងលក់ទំនិញ និងសេវាកម្មរបស់ខ្លួនទៅដល់អតិថិជនក្នុងមូលដ្ឋានរបស់ខ្លួន។ ក្រៅពីនេះ អាជីវកម្មខ្នាតតូចជាអាជីវកម្មបែបលក្ខណៈគ្រួសារបែបនេះ ធ្វើឱ្យសមាជិកនៃគ្រួសារ នីមួយៗ សុទ្ធសឹងកម្លាំងពលកម្មក្នុងការជួយជំរុញអាជីវកម្ម និងកាត់បន្ថយការចំណាយមួយចំនួនដូចនឹងលទ្ធផលនៃការសម្ភាសន៍ខាងលើ។

- **ភាពមិនកំណត់កម្រិតវប្បធម៌របស់អាជីវករ** រាល់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារគឺកើតចេញពីគំនិតផ្តើមផ្ទាល់ខ្លួន និងជាមរតករបស់គ្រួសារ ដែលផ្អែកតាមលទ្ធភាព និងសមត្ថភាពរបស់សាមីខ្លួនក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ដូចនឹងពាក្យថា រៀនផង ធ្វើការផង ឬឆ្លងស្ទឹងស្ទាបថ្ម ដែលជាហេតុផលធ្វើឱ្យអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារពុំសូវបានបញ្ចប់ថ្នាក់វិទ្យាល័យ ឬមហាវិទ្យាល័យនោះទេ។ អ្វីៗដែលអាជីវករធ្វើបាន គឺខិតខំរៀនសូត្រពីមុខជំនួញនេះ តាមរយៈបទពិសោធន៍ និងចំណេះដឹងតិចតួចលើការលក់ដូររបស់សាមញ្ញៗ និងពុំប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា ឬចំណេះដឹង។

- **ភាពមិនកំណត់ទំហំមុនក្នុងការប្រកបអាជីវកម្ម** កត្តានេះ គឺផ្ទុយសប្បញ្ញាសធុនតូច មធ្យម និងធំ ដែល បានកំណត់អំពីទុនសរុប កម្លាំងពលកម្ម ចំណូលប្រចាំឆ្នាំជាដើម។ ដោយហេតុថា អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារជា អាជីវកម្មក្នុងរបរដែលចំណាយក៏ច បានផលតិច និងជារបរបន្ទាប់បង្ខំក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ក្នុងគ្រួសារ។ របរនេះភាគច្រើនគឺផលចំណេញមួយថ្ងៃ ចំណូលដកនឹងចំណាយសម្រាប់ជីវភាពគ្រួសារតែមួយថ្ងៃប៉ុណ្ណោះ។ ហើយភាគច្រើននៃទុននេះ គឺជាដើមទុនតិចតួច ដែលអាចទទួលបានពីការសន្សំ ឬកម្ចីដែលមានចំនួនលុយតិចតួច។

- **ភាពបត់បែន និងសម្របខ្លួនរបស់អាជីវករ** គឺជាចំណុចសំខាន់ដែលអាជីវករ ទទួល និងអនុវត្តតាមប្រក្រតីភាពថ្មីដើម្បីបន្តខ្លួននឹងការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ដោយអនុវត្តនូវវិធានសុខាភិបាលក្នុងការការពារខ្លួនបានហ័ស។ ជាក់ស្តែង អាជីវករបានត្រៀមនូវសម្ភារៈ និងឧបករណ៍ តាមលទ្ធភាពរៀងខ្លួនដើម្បីការពារពីការឆ្លង និងអាចដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនទោះមានករណីឆ្លង ច្រើនយ៉ាងណាក្តី ភាពឆ្លើយតបរបស់នេះគឺទាក់ទងនឹងកត្តាចិត្តសាស្ត្រ និងកត្តាចូលរួមអនុវត្តតាមវិធានសុខាភិបាល។

- **ឥរិយាបថនៃទីផ្សារក្នុងស្រុក** ឥរិយាបថនៃទីផ្សារក្នុងស្រុកគឺផ្តើមមានចរន្ត គឺជាកត្តាខាងក្នុងដែលនាំឱ្យ អាជីវកម្មខ្នាតតូចនៅរាជធានីភ្នំពេញ មានការលក់ដូរក្នុងមូលដ្ឋានរបស់ខ្លួន។

៣.២.១.២ ចំណុចខ្សោយ

- កង្វះសហគ្រិនភាពក្នុងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម គឺជាកត្តាខាងក្នុងនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ភាគច្រើនអាជីវករគឺផ្អែកលើបទពិសោធន៍ក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ដោយពុំបានធ្វើការអភិវឌ្ឍទំនិញ និង សេវាឱ្យទាន់សភាពការណ៍ទីផ្សារដែលកំពុងប្រកួតប្រជែងយ៉ាងខ្លាំងក្លានោះទេ ហើយសហគ្រិនភាពដែល ជាកត្តាជំរុញឱ្យអាជីវកម្មមានទីផ្សារថ្មីៗ និងស្ថិរភាពទីផ្សារក៏មានកម្រិត ព្រមទាំងធ្វើអ្វីតៗគ្នា ទម្លាប់នៃការប្រកួតប្រជែងទីផ្សារធម្មតា ដោយពុំបានផ្ដោតលើគុណតម្លៃ និងភាពជាអ្នកដឹកនាំច្រើននោះ។
- កង្វះការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងធនធានមនុស្ស គឺទោះជាអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ បានប្រើប្រាស់សមាជិក គ្រួសារជាកម្លាំងពលកម្ម ឬធនធានមនុស្សក្នុងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនដើម្បីកាត់បន្ថយការចំណាយយ៉ាងណាក្តី តែកត្តានេះបានធ្វើឱ្យអាជីវកម្មនេះមានការធ្ងន់ប្រហែសលើការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ ការបណ្តុះបណ្តាល និងស្រាវជ្រាវថ្មីៗដើម្បីពង្រឹង និងពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។

៣.២.១.៣ ភាវណានុវត្តភាព

- ការផ្តើមនៃការយកចិត្តទុកដាក់ពីរាជរដ្ឋាភិបាល អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ត្រូវបានអាជ្ញាធរមូលដ្ឋានផ្តើមយក ចិត្តទុកដាក់ដោយអាជីវកម្មនេះគឺបណ្តុំនៃសេដ្ឋកិច្ចក្រៅប្រព័ន្ធ រាជរដ្ឋាភិបាលបានអនុគ្រោះពន្ធចំពោះ អ្នកប្រកបអាជីវកម្មខ្នាតតូច ការបង្កាត់បង្រៀន ការផ្តល់ដើមទុនបំរុងជាដើម។
- ការផ្តើមនៃការយកចិត្តទុកដាក់ពីវិស័យឯកជន ផ្តើមចេញពីវិស័យធនាគារដែលបានបន្តបន្ថយការប្រាក់ កម្ចីទៅឱ្យអាជីវកម្មខ្នាតតូចនោះ ។
- ការបើកដំណើរការសកម្មភាពសង្គម-សេដ្ឋកិច្ច គឺដើម្បីធ្វើការផ្គត់ ផ្គង់ទីផ្សារក្នុងស្រុក ខណៈពេលដែលវិស័យដឹកនាំសេដ្ឋកិច្ចជាតិមានការធ្លាក់ចុះយ៉ាងគំហុក ចរន្តសេដ្ឋកិច្ចក្នុងស្រុកបានផ្តើមមានសកម្មភាពដោយអនុវត្តនូវវិធានការ ៣កុំ ៣ការពារ ដើម្បីអាចឱ្យអាជីវកម្ម និងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចដំណើរការជាបណ្តើរៗ និងតាមវិស័យនានាក្នុងការជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចផ្ទៃក្នុង។
- ការវិវត្តនៃបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា គឺជាមធ្យោបាយយ៉ាងសំខាន់ក្នុងស្វែងរកទីផ្សារតាមរយៈប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាពិសេស ការបង្ហោះលក់តាមប្រព័ន្ធហ្វេសបុក ដែលកាលមុនជំងឺនេះគឺគ្រាន់តែជាកម្មវិធីកំសាន្ត ធម្មតា ឬមានអ្នកបង្ហោះស្វែងរកទីផ្សារក្នុងទំហំតូចនៅឡើយ ការរីកចម្រើននៃបច្ចេកវិទ្យាបាននិង កំពុងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការសម្រួលដល់ដំណើរការអាជីវកម្ម។ បច្ចេកវិទ្យាបានផ្តល់ឱកាសដល់ ការផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបថនៃការធ្វើអាជីវកម្មតាមបែបអ្នកទិញ និងអ្នកលក់ជួបគ្នា

ដោយផ្ទាល់ ទៅជួបតាម អនឡាញ និងធ្វើការតម្លៃព្រមទាំងទទួលទំនិញ តាមរយៈក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន។

៣.២.១.៤ ភាពគំរាមកំហែង

- ការប្រកួតប្រជែងពីដៃគូអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារថ្មីៗ ដោយសារអាជីវកម្មនេះ មានដើមទុនក្នុងទំហំតិចតួច និងមានភាពបត់បែនច្រើនបែបនេះហើយ អាជីវកម្មប្រភេទនេះក៏កំពុងរីកខ្លួនតាមរយៈអ្នកប្រឡូកក្នុងរបររកស៊ីថ្មីៗបន្ថែមជាច្រើន និងមានភាពទាក់ទាញ។
- អតិផរណា និងទំហំទីផ្សារក្នុងស្រុក កត្តាដែលប៉ះពាល់ដល់ជីវភាពនៃអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារមួយផ្នែកទៀត គឺទំនិញឡើងថ្លៃក្នុងទីផ្សារ តម្រូវការកើនឡើង ការផ្គត់ផ្គង់ថយចុះ ថ្លៃដើមនៃទំនិញកើនឡើងជាលំដាប់ធ្វើឲ្យអំណាចទិញ ឬតម្លៃលុយមានការថយចុះ។

សេចក្តីសង្ឃ្រាង និងអនុសាសន៍

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្រោយពីបានសិក្សាទៅស្ថានភាពទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ នៅសហគ្រាសលីហ្សូ ដែលស្ថិតនៅក្នុងស្រុកគិរីវង់ ខេត្តតាកែវ រួចមកយើងសង្កេតឃើញថា ផលិតផល តម្លៃ គុណភាព និងសេវាកម្ម វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ សម្រាប់អាជីវកម្ម ព្រោះវាកត្តាដែលជម្រុញឲ្យផលិតផលលក់បានច្រើននៅលើទីផ្សារ និងអាចមានជំហររឹងមាំបានសម្រាប់ការប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងតំបន់មួយបាន។

តាមរយៈការចុះកម្មសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មនេះ នៅក្នុងសហគ្រាសលីហ្សូដែលផ្តោតលើចំណុចមួយចំនួនដូចជា៖

- ការចុះសម្ភាសន៍ផ្ទាល់ជាមួយម្ចាស់អាជីវកម្ម លោក លីហ្សូ
- ការចុះសម្ភាសន៍ផ្ទាល់ជាមួយបុគ្គលិក
- ការចុះសង្កេតមើលរាល់ការទុកដាក់ទំនិញ
- ការពិនិត្យមើលពីការគ្រប់គ្រង និងអនុវត្តការងារនៅក្នុងសហគ្រាសផ្ទាល់
- និងការប្រមូលទិន្នន័យសំខាន់ៗក្នុងអាជីវកម្មនោះផងដែរ។

យ៉ាងណាមិញយើង សង្កេតឃើញថា ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់សហគ្រាស លីហ្សូ ពិតជាល្អដែលធ្វើឲ្យមានទំនុកចិត្តសម្រាប់អតិថិជន និងកាន់តែរីកចម្រើនលូតលាស់ទៅមុខជាបន្តបន្ទាប់។ នៅក្នុងប្រតិបត្តិការរបស់គាត់មានការបែងចែកជាផ្នែកច្បាស់លាស់ប្រកបដោយសណ្តាប់ធ្នាប់ទំនិញដាក់តាមផ្នែកៗតាមក្រុមនៃប្រភេទទំនិញ ទាំងជើងទំនិញ និងកម្រិតទំនិញ រៀបចំទុកដាក់យ៉ាងមានសុវត្ថិភាព។ ហើយទីតាំងរបស់គាត់ទូលាយអាចឲ្យឡានដាក់ទំនិញងាយស្រួលក្នុងការចូលដាក់ទំនិញ និងអតិថិជនដែលត្រូវមកទិញទំនិញងាយស្រួលក្នុងការចត និងអាចចូលក្នុងក៏បានដោយពុំមានប៉ះពាល់ដល់ផ្លូវសាធារណៈនោះទេ ដែលមិនធ្វើឲ្យអ្នកដំណើរពិបាកច្រើនណាស់ដែរ។ ចំណែកឯបច្ចេកទេសការរៀបចំផែនការ យុទ្ធសាស្ត្រជាច្រើនក្នុងការធ្វើការធ្វើអាជីវកម្មបានល្អ គឺដោយសារតែមានការយកចិត្តទុកដាក់របស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម និងខិតខំបណ្តុះបណ្តាលដល់បុគ្គលិកយ៉ាងខ្លាំងដូចគ្នា ហើយបច្ចេកទេស និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទាំងអស់នេះ នឹងធ្វើឲ្យអាជីវកម្មរបស់គាត់នៅតែរក្សាស្ថេរភាព និងរីកចម្រើនជានិរន្តរ៍។

ជារួម ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារបានចូលរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការសម្រួលដល់ជីវភាពគ្រួសារ និងសេដ្ឋកិច្ចជាតិ តាមរយៈការផ្តល់នូវការងារ កាត់បន្ថយនិកម្មភាព បង្កើនប្រាក់ចំណូល ភាពម្ចាស់ការលើអាជីវកម្ម ការរៀបចំផលិតផល សេវាកម្ម និងជាផ្នែកយ៉ាងសំខាន់មួយក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជាតិ(មីក្រូ

សេដ្ឋកិច្ច)។ ហើយមានផលប៉ះពាល់ខ្លះក៏បានទម្លាក់ប្រាក់ចំណូលរបស់អាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារនេះផងដែរ និងធ្វើឲ្យបន្ទុកការចំណាយផ្ទាល់របស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម និងសមាជិកគ្រួសារ ដែលជាហេតុនាំឲ្យមានវិបត្តិហិរញ្ញវត្ថុ ស្ទើរតែគ្រប់គ្នា បើម្ចាស់អាជីវកម្មពុំមានការសម្របខ្លួនបានទាន់ពេលវេលា។

២. អនុសាសន៍

បន្ទាប់ពីបានសិក្សាស៊ីជម្រៅមកទៅលើប្រធានបទខាងលើរួចមក យើងបានយល់ច្បាស់អំពី ស្ថានភាព នៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈ បានមួយកម្រិតទៀតដោយភ្ជាប់នឹងទ្រឹស្តីដែលទទួលបានកន្លងមក។ ជា ពិសេសពេលខ្លះអាជីវកម្មរបស់គាត់ក៏បានជួបនូវបញ្ហាផងដែរ ដូចគ្នាការលក់ថយចុះ ដែលធ្វើឲ្យមានការប៉ះ ពាល់ទៅលើប្រាក់ចំណូលរបស់គាត់។ ដើម្បីជាចំណែកមួយនៃដំណោះស្រាយដើម្បីពង្រីកចំណុចខ្លាំង ពង្រឹង កាលានុវត្តភាព និងដើម្បីកាត់បន្ថយនូវចំណុចខ្សោយ និងហានិភ័យដែលកើតឡើងក្នុងអំឡុងពេលការគ្រប់គ្រង អាជីវកម្ម យើងខ្ញុំសូមចូលរួមចំណែកក្នុងការផ្តល់ជាអនុសាសន៍ និងសំណូមពរដល់ម្ចាស់អាជីវកម្ម បុគ្គលិក និង អ្នកដែលពាក់ព័ន្ធនូវចំណុចមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

ចំពោះម្ចាស់អាជីវកម្ម ត្រូវមានផែនការច្បាស់លាស់អំពីផែនការហិរញ្ញវត្ថុ ដូចជាការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ ប្រាក់ ផែនការចំណាយនិងសន្សំ ផែនការវិនិយោគបន្ថែម ការគ្រប់គ្រងបំណុល ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យទៅលើការ គ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារឲ្យស្របនឹងបច្ចេកវិទ្យា និងសម្របខ្លួនទៅនឹងនិន្នាការទីផ្សារអនឡាញ។ បន្ថែមពីម្ចាស់អាជីវកម្មត្រូវមានរបៀបគ្រប់គ្រងហានិភ័យដូចជារវិនិយោគលើប្រភេទទំនិញខុសគ្នាឲ្យកាន់តែច្រើន តាមដែលអាចធ្វើបាន តាមដានទីផ្សារឲ្យបានទៀងទាត់ និងការជៀសវាងបំណុលវណ្ណកជាដើម។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ម្ចាស់អាជីវកម្មគួរតែស្វែងយល់ពី ចំណង់ចំណូលចិត្ត គុណភាព តម្លៃ បរិមាណដែលជាសក្តានុពលសម្រាប់ ផលិតផលនិងសេវាកម្មរបស់ខ្លួន បង្កើតផលិតផលនិងសេវាកម្មថ្មីបន្ថែមទៀតដែលទាក់ទាញអតិថិជនទាំង ចាស់ទាំងថ្មី ស្វែងរកវិធីសាស្ត្របំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជនតាមរយៈសេវាដឹកជញ្ជូនឥតគិតថ្លៃនៅពេលអតិថិ ជនទិញទំនិញច្រើនមុខ ឬបញ្ជុះតម្លៃទៅលើទំនិញ ការរក្សាបាននូវតម្លៃ គុណភាពផលិតផលនិងសេវាកម្មគឺ សំខាន់ខ្លាំងណាស់ និងរក្សានូវទំនាក់ទំនងល្អជាមួយអតិថិជន។ វិធីសាស្ត្រខាងលើនេះគឺស្របទៅការលក់មាន ការថយចុះ ការរីកចម្រើននៃបច្ចេកវិទ្យា ការប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ និង សមស្របតាមទីផ្សារ Marketing Mix(The Four Ps) ដែលផ្តោតទៅលើផលិតផល តម្លៃ ទីតាំង និងការបញ្ជុះ តម្លៃ (E.Jerome MaCaty ១៩៦០)។

ចំពោះបុគ្គលិកវិញ គួរតែបង្កើតតារាងសម្ភាពជាប្រចាំថ្ងៃ ដើម្បីបញ្ជាក់ថាការសម្ភាពបានធ្វើឡើងជា ប្រចាំ និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ នៅក្នុងសហគ្រាសគួរតែមានឯកសណ្ឋានគ្រប់គ្នា ហើយត្រូវផ្លាស់ប្តូរជា

ដាច់ខាតមុនពេលចូលធ្វើការងារ។ គួរតែបញ្ជូនបុគ្គលិក ឬអ្នកគ្រប់គ្រងរូបណាដែលអាចទុកចិត្តបានទៅសិក្សា ឬស្រាវជ្រាវបន្ថែមទៅលើការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈនេះ ដើម្បីយកមកអភិវឌ្ឍន៍នៅក្នុងសហគ្រាសរបស់ ខ្លួនឲ្យមានការរីកលូតលាស់បន្ថែមទៀត។

ចំពោះអ្នកពាក់ព័ន្ធ ក្នុងអាជីវកម្មនេះរួមមាន អ្នកទិញ និងវិស័យឯកជនផ្សេងៗ ដែលត្រូវជួយជំរុញ និង លើកទឹកចិត្តការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាដែលសម្រួលដល់ការធ្វើអាជីវកម្មរបស់ពួកគាត់ដោយបង្កើតកម្មវិធីងាយៗក្នុង ការទូទាត់ និងទទួលប្រាក់(ស្តេន)។ ការលើកទឹកចិត្តឲ្យអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារមានការអភិវឌ្ឍ និងអនុវត្ត គោលការណ៍នយោបាយនានា សំដៅលើការគៀងគរអ្នកចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធចាប់ពីសាមីខ្លួនដែលជាម្ចាស់ អាជីវកម្ម ដែលជាកត្តាលើក ដោះស្រាយពាល់ប៉ះដែលកើតមានលើអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ កាត់បន្ថយហានិភ័យ និងផ្តល់ឱកាសឲ្យអាជីវកម្មបែបនេះមានស្ថេរភាព និងបន្តរួមចំណែកសេដ្ឋកិច្ចផងដែរ។

ឯកសារយោង

• **ឯកសារនៅក្នុងបណ្ណាល័យ**

- ការគ្រប់គ្រងផលិតកម្ម ក្នុងសហគ្រាសខ្នាតតូច និងមធ្យម
- ការបើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី
- ផលប៉ះពាល់កូវីដ១៩ទៅលើសេដ្ឋកិច្ចក្រៅប្រព័ន្ធ (ករណីសិក្សា៖ អ្នករត់ម៉ូតូកង់បី(តុកតុកខ្មែរ)នៅ រាជធានីភ្នំពេញ)
- បញ្ហាជុំវិញបរិបទកូវីដ១៩-ទៅលើអាជីវកម្មខ្នាតតូច

• **ឯកសារជាគេហទំព័រ**

- គេហទំព័រAMS.(២០២៣).<https://economy.ams.com.kh/finance/news/small-businesses-should-understand-cash-flow-management/> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៥ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣
- គេហទំព័រ ASQ. (២០២៣). What's a small business? <https://asq.org/quality-resources/small-business> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី៣០ ខែឧសភា ឆ្នាំ ២០២៣
- រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា. (២០១៧) អនុក្រឹត្យលេខ១៧ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី២៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១៧ ស្តី ពីការលើកទឹកចិត្តផ្នែកពន្ធដារចំពោះការចុះបញ្ជីដោយស្ម័គ្រចិត្តរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងសហគ្រាសធុនមធ្យម។
- គេហទំព័រ Khsearch. (២០២៣) <https://www.khsearch.com/qna/27112> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី ៣១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣
- គេហទំព័រ (២០២៣). <https://businessmanagementstudy.com/characteristics-of-small-business.html> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី៣១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣
- វិទ្យាស្ថានជាតិស្ថិតិក្រសួងផែនការ៖ ជំរឿនទូទៅនៃប្រជាជននៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឆ្នាំ ២០១៩ (ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៩)
- គេហទំព័រ BYJU'S. (២០២៣). What's small business? Type of business. <https://byjus.com/commerce/meaning-nature-and-types-of-small-business/> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៧ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣
- ដកស្រង់ចេញពី ៖ សៀវភៅអាជីវកម្មខ្នាតតូចបំផុតរបស់អង្គការ ស៊ីប៉ា បាន
- គេហទំព័រ Indeed. (២០២៣) <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-cons-of-being-small-business-owner> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី០១ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២
- គេហទំព័រ Indeed. (២០២៣). 10 Pros and Cons of Being a Small Business Owner៖ <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-cons-of-being-small-business-owner> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី ០១ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣

- ស៊ុន លី. (២០២៣) ហេតុអ្វីបានជាអាជីវកម្មខ្នាតតូចតែងតែជួបភាពបរាជ័យ? តើចំណុចខ្លះខាតណាខ្លះជាមូលហេតុ? 12/04/2021 ចូលទស្សនាថ្ងៃទី០២ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣
- <https://km.m.wikipedia.org/wiki/%E1%9E%81%E1%9F%81%E1%9E%8F%E1%9F%92%E1%9E%8F%E1%9E%8F%E1%9E%B6%E1%9E%80%E1%9F%82%E1%9E%9C> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១២ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣
- គេហទំព័រ Wiktionary
<https://km.m.wiktionary.org/wiki/%E1%9E%9F%E1%9E%89%E1%9F%92%E1%9E%89%E1%9E%B6%E1%9E%8E> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១៣ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣
- គេហទំព័រ The HRDaily (២០២៣). <https://www.thehrdaily.com/hrm/> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១៤ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣
- គេហទំព័រ The HRDaily. (២០២៣) <https://www.thehrdaily.com/business/3-ways-to-get-your-small-business-into-a-competitive-market/> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១៥ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣

ଉପସମ୍ପ୍ଳବ୍ଧ

ឧបសម្ព័ន្ធទី១ ៖ ទិន្នន័យបណ្តោះអាសន្ននៃជំងឺនេវ៉ូស៊ីសប្រជាជនឆ្នាំ២០១៩ របស់វិទ្យាស្ថានស្ថិតិក្រសួងផែនការ

រាជធានីខេត្ត	ចំនួនប្រជាជនសរុប		ដង់ស៊ីតេប្រជាជន/គម ^២	
	២០០៨	២០១៩	២០០៨	២០១៩
បន្ទាយមានជ័យ	៦៧៧.៨៧២	៨៥៩.៥៤៥	១០១	១២៩
បាត់ដំបង	១.០២៥.១៧៤	៩៨៧.៤០០	៨៨	៨៤
កំពង់ចាម	៩១៨.៩៥៦	៨៩៥.៧៦៣	២០២	១៩៧
កំពង់ឆ្នាំង	៤៧២.៣៤១	៥២៥.៩៣២	៨៦	៩៥
កំពង់ស្ពឺ	៧១៦.៩៤៤	៨៧២.២១៩	១០២	១២៤
កំពង់ធំ	៦៣១.៤០៩	៦៧៧.២៦	៤៦	៤៩
កំពត	៥៨៥.៨៥៥	៥៩២.៨៤៥	១២០	១២២
កណ្តាល	១.០៩១.១៧០	១.១៩៥.៥៤៧	៣៤៣	៣៧៦
កោះកុង	១១៧.៤៨១	១២៣.៦១៨	១២	១២
ក្រចេះ	៣១៩.២១៧	៣៧២.៨២៥	២៩	៣៤
មណ្ឌលគីរី	៦១.១០៧	៨៨.៦៤៩	៤	៦
ភ្នំពេញ	១.៥០១.៧២៥	២.១២៩.៣៧១	២.២១២	៣.១៣៦
ព្រះវិហារ	១៧១.១៣៩	២៥១.៣៥២	១២	១៨
ព្រៃវែង	៩៤៧.៣៧២	១.០៥៧.៤២៨	១៩៤	២១៧
ពោធិ៍សាត់	៣៩៧.១៦១	៤១១.៧៥៩	៣១	៣២
រតនគិរី	១៥០.៤៦៦	២០៤.០២៧	១៤	១៩
សៀមរាប	៨៩៦.៤៤៣	១.០០៦.៥១២	៨៧	៩៨
ព្រះសីហនុ	២២១.៣៩៦	៣០២.៨៨៧	១១៤	១៥៦
ស្ទឹងត្រែង	១១១.៦៧១	១៥៩.៥៥៤	១០	១៤
ស្វាយរៀង	៤៨២.៧៨៨	៥២៤.៥៥៤	១៦៣	១៧៧
តាកែវ	៨៤៤.៩០៦	៨៩៩.៤៨៥	២៣៧	២៥២
ឧត្តរមានជ័យ	១៨៥.៨១៩	២៦១.២៥២	៣០	៤២
កែប	៣៥.៧៥៣	៤១.៧៩៨	១០៦	១២៤
ប៉ៃលិន	៧០.៤៨៦	៧១.៦០០	៨៨	៨៩
ត្បូងឃ្មុំ	៧៦១.០៣៦	៧៧៥.២៩៦	១៤៥	១៤៨
សរុប	១៣.៣៩៥.៦៨២	១៥.២៨៨.៤៨៩	៧៥	៨៦

ឧបសម្ព័ន្ធទី២ ៖ កម្រងសំណួរ



សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

Royal University of Law and Economics

កម្រងសំណួរសម្រាប់ស្ថិតិទេវលើម្ចាស់អាជីវកម្ម និងបុគ្គលិកនៅក្នុងសហគ្រាសលីហ្វ

យើងខ្ញុំជានិស្សិតនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចបានរៀបចំកម្រងសំណួរនេះ ឡើងមកក្នុងគោលបំណងចង់ធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវស្វែងយល់អំពីការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ក្នុងពេលដែលពួកគាត់គ្រប់គ្រងអាជីវកម្មក្នុងសហគ្រាសលីហ្វ ថាតើពួកគាត់បានជួបប្រទះនូវបញ្ហាអ្វីខ្លះ ក្នុង អាជីវកម្មរបស់ពួកគាត់ ហើយតើស្ថានភាពរបស់ពួកគាត់បានទទួលរងពីផលប៉ះពាល់នៃបញ្ហានោះ? យើងខ្ញុំ សន្យានឹងទទួលព័ត៌មាននិងចម្លើយរបស់លោកពូ អ្នកមីង បងប្អូនឲ្យបានត្រឹមត្រូវទៅតាមបរិបទនៃការសិក្សា និងរក្សាការសម្ងាត់។

យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរអរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅសម្រាប់ការចំណាយពេលវេលារបស់ លោកពូ អ្នកមីង និង បងប្អូនទាំងអស់ ដែលបានចំណាយពេលវេលាយ៉ាងមានតម្លៃសម្រាប់ផ្តល់ជាចម្លើយមកកាន់ក្រុមយើងខ្ញុំ ក្នុង ការចែករំលែកជាបទពិសោធន៍ និងព័ត៌មានទាំងអស់នេះមកកាន់ក្រុមយើងខ្ញុំ។

សូមមេត្តាគូសសញ្ញា " ✓ " នៅក្នុងប្រអប់ដែលជាចម្លើយត្រឹមត្រូវតែមួយគត់របស់លោកអ្នក និងធ្វើការឆ្លើយ សំណួរនៅខាងក្រោម៖

ការឆ្លើយសំណួរនៅខាងក្រោម៖

- ១. ភេទ ប្រុស ស្រី
- ២. អាយុឆ្នាំ
- ៣. ស្រុកកំណើត ភ្នំពេញ បណ្តាខេត្ត
- ៤. កម្រិតវប្បធម៌ បឋមសិក្សា អនុវិទ្យាល័យ វិទ្យាល័យ ផ្សេងៗ
- ៥. បច្ចុប្បន្ននៃស្ថានភាពទឹកនៃផ្ទះរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ ផ្ទះផ្ទាល់ខ្លួន ផ្ទះជួល ផ្សេងៗ
- ៦. ស្ថានភាពគ្រួសារ នៅលីវ រៀបការរួច លែងលះ
- ៧. តើមានសមាជិកចំនួនប៉ុន្មាននាក់នៅក្នុងគ្រួសារ?នាក់
- ៨. តើមានសមាជិកប៉ុន្មាននាក់ ដែលអាចរកចំណូលបាន?នាក់

៩. តើអ្នកប្រកបអាជីវកម្មនេះបានរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំហើយ?ឆ្នាំ

១០. តើអាជីវកម្មរបស់អ្នករាល់ថ្ងៃជាអ្វីដែរ?

- លក់ទំនិញបោះដុំ និងរាយ លក់សាច់ លក់លត់ឆា លក់សម្លៀកបំពាក់
- លក់កាហ្វេ លក់ម្ហូប លក់ភេសជ្ជៈ ផ្សេងៗ

១១. តើមកពីមូលហេតុអ្វី បានជាអ្នកសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសអាជីវកម្មនេះ?

- ប្រភពចំណូលដ៏សំខាន់ ទទួលបានការប្រឹក្សាណែនាំពីសាច់ញាតិ
- មិនត្រូវការចំណេះដឹង និងជំនាញ គ្មានជម្រើស ផ្សេងៗ

១២. តើអ្នកមានដើមទុនមកពីប្រភពមួយណា ដើម្បីប្រកបអាជីវកម្ម?

- ប្រាក់សន្សំផ្ទាល់ខ្លួន ប្រាក់កម្ចីពីសាច់ញាតិ
- ប្រាក់កម្ចីពីគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ផ្សេងៗ

១៣. តើអាជីវកម្មនេះបានជួយសម្រួលអ្វីខ្លះ ទៅដល់គ្រួសាររបស់លោកអ្នក?

- ជួយសម្រួលក្នុងការចំណាយប្រចាំថ្ងៃ បំពេញតម្រូវការប្រពន្ធ និងកូន
- ការចំណាយទៅការសិក្សារបស់កូនៗ ផ្សេងៗ

១៤. តើអ្នកប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាអ្វីខ្លះ នៅក្នុងអាជីវកម្មនេះ?

- មានការប្រកួតប្រជែង ពុំសូវមានអតិថិជន
- រាំងស្ងះទំនិញ ផ្សេងៗ

១៥. តើមានវត្តមានកូវីដ-១៩ មានផលប៉ះពាល់ដល់អាជីវកម្មរបស់លោកអ្នកដែរឬទេ?

- មាន មិនមាន

១៦. តើអាជីវកម្មរបស់លោកអ្នកមានបុគ្គលិកចំនួនប៉ុន្មាននាក់?

- មិនមាន មាន ១-២ នាក់ មាន ៣-៥ នាក់ មាន ៥-១០ នាក់

១៧. ក្នុងអំឡុងពេលអាជីវកម្មជួបបញ្ហា តើលោកអ្នកមានគំនិតចង់បន្ថយបុគ្គលិកដែរឬទេ? ព្រោះអ្វី?

- មាន មិនមាន

១៨. តើអ្នកមានកាត់បន្ថយប្រាក់ឈ្នួលបុគ្គលិកដែរឬទេ? ព្រោះអ្វី?

- មាន មិនមាន

១៩. ស្របពេលជាមួយនឹងប្រាក់ចំណូលនៃការលក់ថយចុះ តើអ្វីដែលជាចំណាយជាចាំបាច់?

- ថ្លៃផ្ទះជួល ថ្លៃទឹកភ្លើង ថ្លៃសាលារបស់កូន ថ្លៃម្ហូបអាហារ ផ្សេងៗ

២០. បើប្រៀបធៀបនឹងស្ថានភាពធម្មតាតើការលក់របស់អ្នកទទួលបានចំណូលថយចុះប៉ុន្មានភាគរយ?

- ០-២៥% ២៥-៥០% ៥០-៧៥% ស្ទើរតែទាំងស្រុង

២១. នៅពេលដែលអាជីវកម្ម ជួបបញ្ហាយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរតើលោកអ្នកមានគំនិតចង់បោះបង់នូវអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនដែរឬទេ? ពីព្រោះអ្វី?

- មាន មិនមាន

២៣. តើអ្នកមានយុទ្ធសាស្ត្របែបណាខ្លះក្នុងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់លោកអ្នក នៅអំឡុងពេលជួបបញ្ហា?

២៤. តើមានបញ្ហាអ្វីខ្លះ និងបានផ្តល់ជាបទពិសោធន៍បែបណាខ្លះទៅកាន់អាជីវកម្មរបស់លោកអ្នក? ហើយកត្តាអ្វីខ្លះដែលជំរុញឲ្យលោកអ្នកនៅតែបន្តអាជីវកម្ម?

កម្រងសំណួរត្រួតពិនិត្យបញ្ចប់

សូមអរគុណ!

**ឧបសម្ព័ន្ធទី៣ ៖ កម្រងរបស់សកម្មភាពខ្លះៗក្នុងការរៀបចំទុកជាក់អីវ៉ាន់ និងដឹក
ទំនិញចេញ-ចូល**



សកម្មភាពក្នុងការរៀបចំទុកជាក់អីវ៉ាន់នៅក្នុងសហគ្រាសលីហ្គា

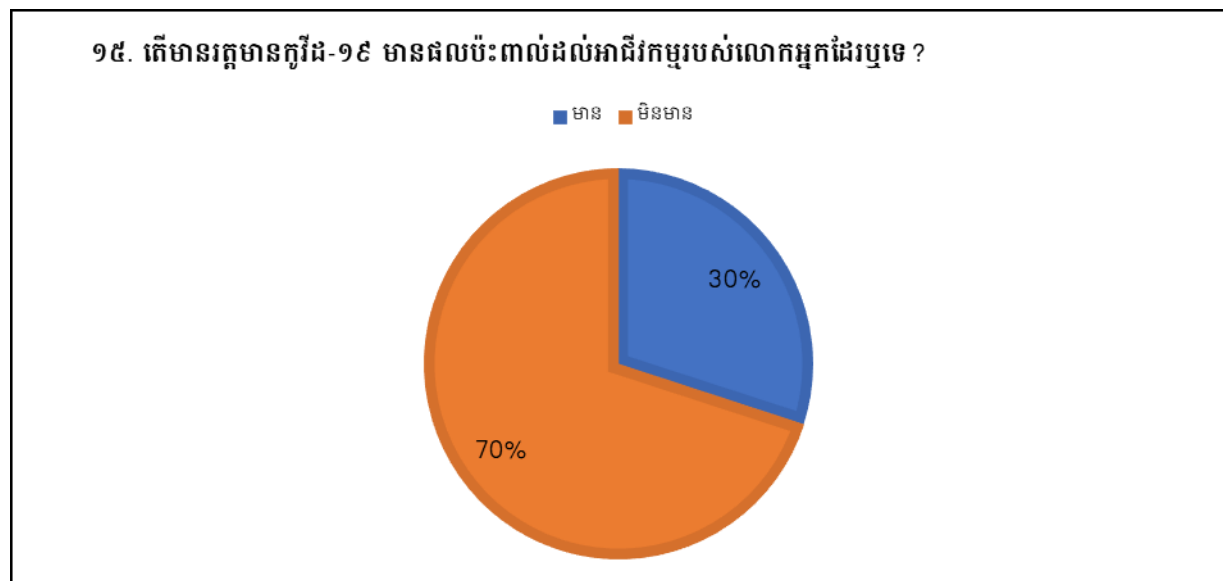
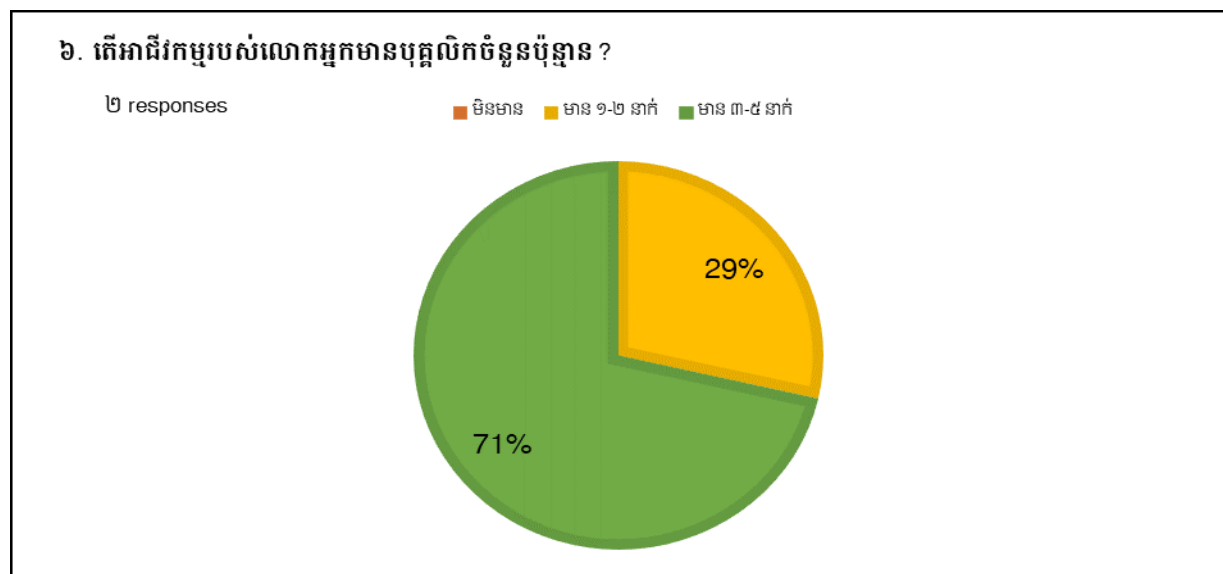
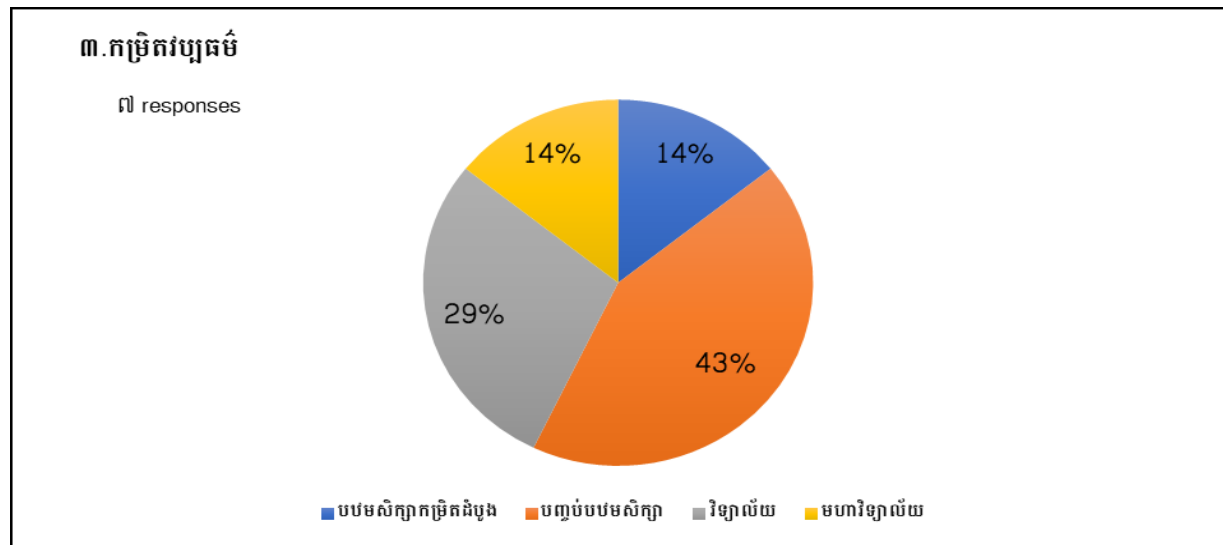




សកម្មភាពក្នុងការដឹកទំនិញចេញ-ចូលនៅក្នុងសហគ្រាសលីម៉ូ

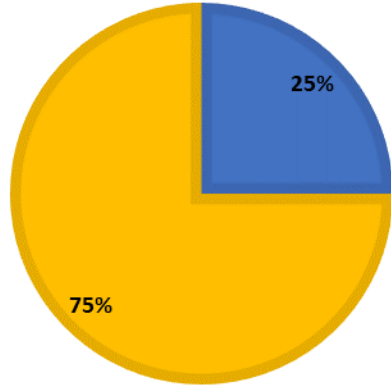


ឧបសម្ព័ន្ធទី៤ ៖ ទិន្នន័យជាក្រាហ្វិក

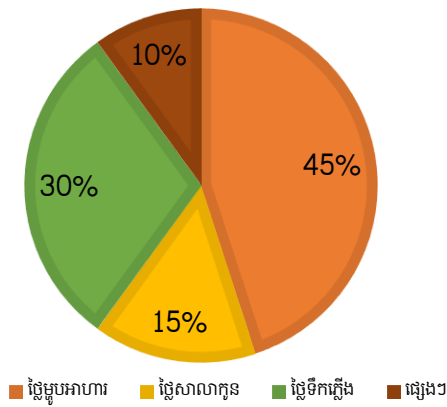


២០. បើប្រៀបធៀបនឹងស្ថានភាពធម្មតា តើការលក់របស់លោកអ្នកទទួលបានការថយចុះប៉ុន្មានភាគរយ ?

■ ០-២៥ ភាគរយ ■ ២៥-៥០ ភាគរយ ■ ៥០-៧៥ ភាគរយ ■ មិនមានការថយចុះ



១៩. ស្របពេលជាមួយនឹងប្រាក់ចំណូលថយចុះ តើអ្វីដែរជាចំណាយជាចាំបាច់ ?



២១. នៅពេលដែលអាជីវកម្មជួបបញ្ហាយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរ តើលោកអ្នកមានគំនិតចង់បោះបង់នូវអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនដែរឬទេ? ពីព្រោះអ្វី?

■ មិនមាន ■ មាន

