



**សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ
និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច**



សារណាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការបើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី

ស្រាវជ្រាវពីថ្ងៃទី២៦ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២១ ដល់ថ្ងៃទី១៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២១

ស្រាវជ្រាវដោយ

និស្សិតឈ្មោះ **មួន មករា**

ទីម បញ្ញា

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ សេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍

ជំនាន់ទី០៥

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

បណ្ឌិត **ឌុយ ចាន់ឌីណា**

ឆ្នាំចូលសិក្សា

ឆ្នាំសរសេរសារណា

២០១៧

២០២១

អារម្ភកថា

បន្ទាប់ពីបានសិក្សានៅសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច លើមុខជំនាញ សេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍រយៈពេល ៤ឆ្នាំកន្លងមក ចំពោះសារណាបញ្ចប់ការសិក្សានេះជា ការស្រាវជ្រាវកម្រិតបឋមក្នុងរយៈពេលកំណត់មួយ ហើយក៏ជាលទ្ធផលចុងក្រោយ និងជាចំណេះដឹងដែលបានសិក្សាអស់រយៈពេល ៤ឆ្នាំនៃថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញសេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍។ នៅក្នុងឆមាសទី២នៃឆ្នាំទី៤ យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់បានសម្រេចចិត្តចាប់ដៃគ្នាក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ដើម្បីចងក្រងជាសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាដែលមាន ប្រធានបទ “ការបើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី”។

ការជ្រើសរើសប្រធានបទនេះ មកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវយើងខ្ញុំពិតជាបានជួបប្រទះនូវបញ្ហាមួយចំនួនផងដែរ ដោយសារតែក្រុមរបស់យើងខ្ញុំពុំសូវមានបទពិសោធន៍ទៅលើប្រធានបទមួយនេះនៅឡើយ ដែលទាមទារឱ្យក្រុមរបស់យើងខ្ញុំមានការស្នើសុំឯកសារមួយចំនួនពីខាងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ម្ចាស់អាជីវកម្ម ក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ ក្រសួង កសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ការស្រាវជ្រាវពីប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត ការចុះទៅដល់សហគមន៍ផ្ទាល់ រួមនឹងការតម្រេតម្រង់ទិសពីសំណាក់លោកគ្រូសាស្ត្រាចារ្យបណ្ឌិត **ឌុយ ចាន់ឌីណា** ដែលបានផ្តល់នូវគំនិត សម្ងាត់ដែលជាគន្លឹះនៃការស្រាវជ្រាវ។ ទន្ទឹមនឹងនេះផងដែរ យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់សង្ឃឹមថាសារណាបញ្ចប់ការ សិក្សាមួយនេះនឹងអាចជួយដល់ប្អូនៗ សិស្ស និស្សិតជំនាន់ក្រោយឱ្យមានការយល់ដឹងបន្ថែមទៀតទាក់ទង ទៅនឹងកត្តាជាច្រើនដែលជម្រុញឱ្យមានការបង្កើតអាជីវកម្មថ្មី និងការពង្រឹងអាជីវកម្ម ក៏ដូចជាការអភិវឌ្ឍសហគមន៍ ព្រមទាំងយល់ឱ្យកាន់តែច្បាស់អំពីបញ្ហាប្រឈម និងដំណោះស្រាយល្អៗដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងការអភិវឌ្ឍ ក៏ដូចជាយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្មថ្មី និងពង្រឹងអាជីវកម្មផងដែរ។

ជាចុងក្រោយនេះ ដោយការយល់ដឹងនៅមានកម្រិត និងពេលវេលាខ្លីនៅក្នុងការចងក្រងជាសារណានេះ យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ប្រាកដជាមានកំហុសឆ្គង និងចំណុចខ្វះខាតជាក់ជាមិនខាន។ អាស្រ័យដូចនេះ ហើយយើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់រីករាយស្វាគមន៍ទទួលយករាល់មតិៈគន់ទាំងឡាយពីសំណាក់សាស្ត្រាចារ្យ លោកគ្រូអ្នកគ្រូ សិស្ស និស្សិត និងមិត្តៗអ្នកអានទាំងអស់ដើម្បីស្ថាបនាសារណានេះឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរ។

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

យើងខ្ញុំឈ្មោះ មួន មករា និង ទឹម បញ្ញា ជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រសេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍ ជំនាន់ទី៥ ផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។ ក្នុងការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាលើប្រធានបទ **“ការបើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី”** យើងខ្ញុំទាំងពីររូបសូមលំខិនកាយ វាចាចិត្ត ក្រាប ប្រណិប័តន៍ និងសូមសម្តែងនូវសេចក្តីគោរពដ៏ខ្ពស់ខ្ពស់ ព្រមទាំងការដឹងគុណយ៉ាងជ្រៅជ្រួនចំពោះ៖

- លោកឪពុក អ្នកម្តាយ ដែលបានផ្តល់កំណើត ចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សា និងផ្តល់ជាកម្លាំងកាយ ចិត្ត ស្មារតី ធនធាន សម្ភារៈ ដល់រូបយើងខ្ញុំ ព្រមទាំងឧបត្ថម្ភសព្វគ្រប់បែបយ៉ាងទាំងអស់ ដោយមិនគិតពីសេចក្តីនឿយហត់ ក្នុងការអប់រំ ណែនាំ ប្រៀនប្រដៅ ទូន្មាន រៀបចំ តម្រង់ទិស ទំនុកបម្រុងការសិក្សាតាំងពីថ្នាក់បឋមសិក្សា រហូតដល់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រនេះ។

- ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ព្រមទាំងលោកសាស្ត្រាចារ្យទាំងអស់ដែលបានយកចិត្តទុកដាក់បង្ហាត់បង្រៀន និងផ្តល់បទពិសោធន៍ល្អៗយ៉ាងច្រើនដល់យើងខ្ញុំទាំងពីររូប។

- លោកគ្រូ សាស្ត្រាចារ្យបណ្ឌិត **ឌុយ ចាន់ឪណា** ដែលបានជួយជ្រោមជ្រែង ដឹកនាំ ដាស់តឿន ហើយបានកែតម្រូវនូវកំហុសខុសឆ្គងដែលមាននៅក្នុងការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សានេះ ចាប់តាំងពីចំណុចចាប់ផ្តើមរហូតទទួលបានជោគជ័យទោះបីជាមានឧបសគ្គ ឬពេលវេលាតិចតួចស្តួចស្តើងយ៉ាងណាក៏ដោយ។

- លោកគ្រូ **ទិន ហេង** ដែលលោកបានខិតខំបង្រៀនវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ និងជួយណែនាំអំពីរបៀបសរសេរសារណា។

- លោក លោកស្រី ម្ចាស់អាជីវកម្ម (SME Owner) ដែលបានផ្តល់ជា បទបង្ហាញក្នុងការផ្តល់ជាឯកសារចំណេះដឹង ដំណោះស្រាយ និង បញ្ហាផ្សេងៗ ដែលជួបប្រទះក្នុងការបើក នឹងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី របស់លោក លោកស្រី។

ជាចុងក្រោយយើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ សូមលើកហត្ថប្បដល់អស់ទេវតា និងវត្តសំគ្គិសិទ្ធក្នុងលោក សូមជួយថែរក្សាដល់លោកអ្នកមានគុណ រួមទាំងសាស្ត្រាចារ្យទាំងអស់ឱ្យជួបតែប្រសិទ្ធពរជ័យ សិរីមង្គល វិបុលសុខ ព្រមទាំងពុទ្ធពរ ទាំងបួនប្រការគឺ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លាងឃ្លាតឡើយ។

មាតិកា

ទំព័រ

បញ្ជីអក្សរកាត់vi
 បញ្ជីរូបភាព..... vii
 បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ viii

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ..... ១
 ២. កម្មវត្ថុនៃការស្រាវជ្រាវ ១
 ៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ..... ២
 ៤. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ ២
 ៥. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ..... ៣

ជំពូកទី១

ការសិក្សាលើផ្នែកទ្រឹស្តី

១.១. និយមន័យ.....៤
 ១.២. ទម្រង់នៃភាពជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិ..... ៥
 ១.៣. ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម..... ៥
 ១.៣.១. ជ្រើសមនុស្សឲ្យត្រូវ..... ៦
 ១.៣.២. បណ្តុះបណ្តាល និងអភិវឌ្ឍន៍ ៦
 ១.៣.៣. តិចនិកប្រើមនុស្ស..... ៦
 ១.៣.៤. ការថែរក្សា ៦
 ១.៣.៥. របៀបបញ្ឈប់..... ៦
 ១.៤. វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗ ក្នុងទីផ្សារប្រកួតប្រជែង ៧
 ១.៤.១. បង្កើតបណ្តាញឲ្យបានច្រើនសម្រាប់ទំនាក់ទំនង..... ៧
 ១.៤.២. ស្វែងរក និងកំណត់គោលដៅអតិថិជន ៧
 ១.៤.៣. ចាក់ដោតអារម្មណ៍របស់អតិថិជន ៨
 ១.៥. វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗ ក្នុងពេលដំណើរការអាជីវកម្ម..... ៨

១.៦. របៀបកសាងក្រុមការងារព្រឹក	១១
១.៧. ភាពជាអ្នកដឹកនាំជាយុទ្ធសាស្ត្រ ដើម្បីដឹកនាំមនុស្សសម័យថ្មី	១២
១.៨. សិល្បៈនៃការលក់បែបយុទ្ធសាស្ត្រ	១២
១.៨.១. ល្បែងចិត្តសាស្ត្រនៃការលក់	១៣
១.៨.២. ការលក់ជាសិល្បៈពិត ឬជាការកំណត់គោលដៅច្បាស់លាស់	១៣
១.៨.៣. កំណត់ និងសម្រេចគោលដៅលក់	១៤
១.៨.៣.១. ប្រាប់ចំណូលនៃការលក់ជោគជ័យ	១៤
១.៨.៣.២. តើអ្វីជាការលក់	១៤

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅនៃការបើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី

២.១. ស្មារតីសហគ្រិន	១៧
២.១.១. មានចំណង់ចំណូលចិត្ត និងស្រឡាញ់ខ្លាំង	១៧
២.១.២. មានអារម្មណ៍រំខានពីអប្រសិទ្ធិភាព	១៧
២.១.៣. ហ៊ានប្រឈមនឹងហានិភ័យ	១៧
២.១.៤. រិះរកគំនិតថ្មី	១៧
២.១.៥. កុំដាក់កំហិតលើក្តីស្រមៃ	១៧
២.២. គំនិតសហគ្រិន	១៨
២.២.១. លុយមិនមែនជាអ្វីៗគ្រប់យ៉ាង	១៨
២.២.២. ត្រូវគិតអ្វីៗក្នុងផ្លូវល្អ	១៨
២.២.៣. ត្រូវទទួលស្គាល់ការពិត	១៨
២.២.៤. ត្រូវចេះឆក់យកឱកាស	១៩
២.២.៥. មានទំនួលខុសត្រូវខ្ពស់បំផុត	១៩
២.៣. ជំនាញសហគ្រិន	១៩
២.៣.១. ជំនាញគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ	១៩
២.៣.២. មហិច្ឆតា	២០
២.៣.៣. ការរៀនសូត្រ	២០

២.៣.៤. ភាពច្នៃប្រឌិត.....	២០
២.៣.៥. ប្រសិទ្ធភាពការងារ.....	២០
២.៣.៦. ជំនាញសង្គម	២០
២.៣.៧.ជំនាញគ្រប់គ្រង.....	២១
២.៣.៨.ជំនាញផ្សព្វផ្សាយ.....	២១
២.៣.៩.ការតស៊ូមិនបោះបង់	២១
២.៣.១០.ជំនាញគ្រប់គ្រងពេលវេលា.....	២១
២.៣.១១.ជំនាញទំនាក់ទំនង.....	២១
២.៤. ចំណេះដឹងហិរញ្ញវត្ថុ.....	២២
២.៤.១. លំហូរសាច់ប្រាក់ ៤ ទិស.....	២២
២.៤.២. ទ្រព្យ និងបំណុល	២៣
២.៥. របៀបចាយលុយ.....	២៤
២.៦. រកលុយបានដំបូង	២៥
២.៧. ភាពវៃឆ្លាតក្នុងរឿងហិរញ្ញវត្ថុ.....	២៦
២.៧.១. ធ្វើផែនការហិរញ្ញវត្ថុ	២៦
២.៧.២. កំណត់គោលដៅសម្រាប់ការសន្សំ.....	២៦
២.៧.៣. ដោះស្រាយបំណុល.....	២៦
២.៨. ប្រវត្តិនៃការយកពន្ធ	២៦

ជំពូកទី៣

ការវិភាគ និងពិភាក្សាលើលទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

៣.១. យុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម.....	៣១
៣.២. ការវិភាគទីផ្សារ និងយុទ្ធសាស្ត្រសម្រេចខៀវ.....	៣១
៣.២.១.ការវិភាគទីផ្សារ.....	៣១
៣.២.២. ជំនួយសម្រាប់ការសរសេរការវិភាគទីផ្សារ.....	៣២
៣.២.២.១. ការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណែត.....	៣២
៣.២.២.២. ធ្វើជាអតិថិជន.....	៣២
៣.២.៣. ស្ទង់មតិ	៣២

៣.៣. យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ.....	៣២
៣.៣.១. ឈានចូលទីផ្សារឲ្យបានមុនគេ	៣៣
៣.៣.២. យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ.....	៣៣
៣.៣.៣. ព្យាករណ៍ពីតម្រូវការនាពេលអនាគត.....	៣៣
៣.៤. របៀបសរសេរផែនការអាជីវកម្ម	៣៥
៣.៥. ទម្រង់នៃការសរសេរគម្រោង	៣៧
៣.៦. របៀបរៀបចំសៀវភៅផែនការអាជីវកម្ម.....	៣៧
៣.៦.១. ក្របមុខ (Cover Page)	៣៨
៣.៦.២. តារាងមាតិកា (Contents)	៣៨
៣.៦.៣. មូលសង្ខេប (Executive Summary)	៣៩
៣.៦.៤. ការវិភាគទីផ្សារ (Market Analysis)	៣៩
៣.៦.៥. ការពណ៌នាខ្លីៗពីអាជីវកម្ម (Business Overview)	៤០
៣.៦.៦. ការពណ៌នាអំពីផលិតផល ឬសេវាកម្ម (Production Service Description).....	៤១
៣.៦.៧. ការគ្រប់គ្រង និងការជ្រើសរើសបុគ្គលិក (Management & Staffing)	៤១
៣.៦.៨. ផែនការទីផ្សារ (Marketing Plan).....	៤២
៣.៦.៩. ផែនការដំណើរការអាជីវកម្ម (Operation Plan)	៤២
៣.៦.១០. ផែនការហិរញ្ញវត្ថុ (Financial Plan)	៤៣
៣.៦.១១. សេចក្តីបន្ថែម (Appendix).....	៤៣
៣.៧. ការវិភាគ SWOT (Strength Weakness Opportunities and Threat)ទៅលើអាជីវកម្ម.....	៤៣
៣.៨. លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ	៤៥
៣.៨.១. ចំណុចវិជ្ជមាន.....	៤៥
៣.៨.២. ចំណុចអវិជ្ជមាន	៤៦
៣.៨.២.១. គ្មានភាពច្បាស់លាស់.....	៤៦
៣.៨.២.២. គ្មានលក្ខណៈពិសេសដាច់ដោយឡែក	៤៧
៣.៨.២.៣. បញ្ហាដៃគូ.....	៤៧
៣.៨.២.៤. ខ្វះការតស៊ូ.....	៤៧
៣.៨.២.៥. ខ្វះការយកចិត្តទុកដាក់លើហិរញ្ញវត្ថុ.....	៤៧

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន ៤៩

២. អនុសាសន៍..... ៥១

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីអក្សរកាត់

ពាក្យកាត់:

LLC	Limited Liability Company	ទម្រង់កូនកាត់ពាណិជ្ជកម្ម
COVID-19	Corona Virus Disease 2019	ជំងឺរីកសក្ខីណាឆ្នាំ២០១៩

សញ្ញាសម្គាល់:

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

បញ្ជីរូបភាព

តារាងទី១.៨.១៖ ទាក់ទងនឹងចិត្តសាស្ត្រ និងជំនាញ.....	១៤
តារាងទី១.៨.២៖ ដ្យាក្រាមប្រាក់ចំណូលនៃការលក់ជោគជ័យ	១៥
តារាងទី១.៨.៣៖ ដ្យាក្រាមនៃការលក់	១៦

បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធទី១ ៖ គ្រូឧទ្ទេសទាំង១៣ រូបក្នុងកម្មវិធីបើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មីរបស់ (HOME-DUCATION)

ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ វគ្គដែលត្រូវសិក្សា ក្នុងកម្មវិធី បើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មីរបស់ (HOME-DUCATION)

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣៖ កាលវិភាគសិក្សា ក្នុងកម្មវិធី បើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មីរបស់ (HOME-DUCATION)

ឧបសម្ព័ន្ធទី៤៖ ការចុះបញ្ជីរបស់ (HOME-DUCATION)

ឧបសម្ព័ន្ធទី៥៖ កិច្ចពិភាក្សាសិក្ខាកាម ក្នុងកម្មវិធី បើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មីរបស់ (HOME-DUCATION)

ឧបសម្ព័ន្ធទី៦៖ ស្ថាបនិក និងជានាយកគ្រប់គ្រងរបស់ **ហ្វូមឌូខេសិន** (HOME-DUCATION)

ಸೇವಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ

សេចក្តីផ្តើម

១. សំនាមញ្ញនៃការស្រាវជ្រាវ

បន្ទាប់បានពីធ្វើការសិក្សាទៅលើវិស័យសហគ្រាសខ្នាតតូចនិងមធ្យមកន្លងមក យើងឃើញថាសហគ្រាសខ្នាតតូចនិងមធ្យម គឺជាប្រភពចំណូលដ៏សំខាន់ និងជាកត្តាជំរុញយ៉ាងចាំបាច់ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមជាតិអោយរីកចម្រើន។ នៅក្នុងប្រទេសជាច្រើន ការកាត់បន្ថយចំនួនការងាររដ្ឋការ និងការគំរាមកំហែងពីភាពក្រីក្រ បានបង្ខំឱ្យ ប្រជាពលរដ្ឋជាច្រើន ចាប់ផ្តើមមុខរបរអាជីវកម្មតូចតាចផ្ទាល់ខ្លួនរបស់គេ ភាគច្រើនបំផុតនៃរបរអាជីវកម្ម ប្រភេទនេះ បានធ្លាក់ចូលទៅក្នុងអ្វីដែលគេហៅថា " សេដ្ឋកិច្ចក្រៅផ្លូវការ (Informal Economy)" ហើយ នៅក្នុងបែបបទខាងលើនេះ ពួកគេមិនអាចទទួលបាននូវសេវាកម្មទាំងឡាយ ដូចដែលសហគ្រាសផ្លូវការទទួលបានទេ ដូចជា : ព័ត៌មាន ទីផ្សារ សេវាហិរញ្ញវត្ថុ ការការពារតាមផ្លូវច្បាប់ ។ល ។ វិធីសំខាន់ដើម្បីជួយគេឱ្យបាន ជោគជ័យចំពោះការចាញ់ប្រៀបនេះ គឺជួយពួកគេឱ្យប្រមូលគ្នាបង្កើតអង្គការដើម្បីជួយខ្លួនឯង សម្រាប់ពួកគេ ផ្ទាល់តែម្តង ។

សហគ្រាសខ្នាតតូច គឺជាធម្មតាមានសភាពទន់ខ្សោយក្នុងការប្រកួតប្រជែងជាមួយនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែងធំៗ ។ ខ្លួនគេផ្ទាល់ក៏ទន់ខ្សោយសមត្ថភាពដែរ ដើម្បីការពារផលប្រយោជន៍របស់ខ្លួន នៅក្រោមឥទ្ធិពលនយោបាយ ក្នុងការប្រឈមមុខខ្លួននឹងភាគីម្ខាងទៀតដែលមានអំណាច ដោយសារតែពួកគេមានសំលេងតិច ។ សហគ្រាស តូចៗផ្ទាល់ខ្លួននីមួយៗ ជាធម្មតាត្រូវបានកាត់ចេញពី ផលប្រយោជន៍ដែលបានមកពីការរួមប្រភពធនធាន ចូលគ្នា ផលប្រយោជន៍បែបនេះ រាប់បញ្ចូលទាំងការ គាំទ្រទីផ្សារ ប្រភេទផ្សេងៗនៃការធានារ៉ាប់រង និងកិច្ចធានាសម្រាប់កម្ចី ការបង្កើតឱ្យមានសមាគម គឺអាចជួយសហគ្រាសធុនមីក្រូ ធុនតូច និងធុនមធ្យម បង្កើនកម្លាំងសេដ្ឋកិច្ច និងស្ថានភាពសង្គមនៃសហគ្រិនម្នាក់ៗ ក៏ដូចជាដើម្បីទទួលបាននូវ អត្ថប្រយោជន៍ពេញលេញនៃអំណាចបណ្តាញការងារ និង សហប្រតិបត្តិការ ។

អាជីវកម្ម គឺសំដៅដល់សកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចរបស់បុគ្គលដែលមានគោលដៅទាញយកប្រាក់ចំណូលអំពីការផលិត និង លក់ទំនិញ ការផ្គត់ផ្គង់សេវាភតិសន្យា ការជួល ឬលក់ទ្រព្យសម្បត្តិ ឬសកម្មភាពផ្សេងៗទៀត ។

២. កម្មវត្ថុនៃការស្រាវជ្រាវ

គ្មានអាជីវកម្មណា ដែលល្អឥតខ្ចោះ និងដំណើរការរលូន និងរីកចម្រើនរហូតនោះទេ។ ជាមួយនឹងបញ្ហាលំហូសចំប្រាក់ គឺជាហានិភ័យចម្បងមួយ សម្រាប់ការប្រកបអាជីវកម្ម។ អាជីវកម្មមួយអាចដំណើរការទៅបានដោយសារកម្រិតនៃការលក់របស់វា។ ក្នុងនាមជាម្ចាស់អាជីវកម្ម លោកអ្នកគួរតែពិនិត្យទៀងទាត់ និងបង្កើនការ

វិនិយោគ ឲ្យបានស៊ីចង្វាក់គ្នា។ ស្របពេលដែល ម្ចាស់អាជីវកម្មខកខានព្យាករណ៍ផ្នែកលក់ ក្នុងអំឡុងពេលណាមួយ។ អាស្រ័យហេតុនេះហើយ ទើបមានចំណោទបញ្ហាមួយចំនួនដែលទាក់ទងជាមួយនឹងអាជីវកម្មមានដូចខាងក្រោម៖

- តើផែនការអាជីវកម្ម និងគោលនយោបាយគ្រប់គ្រងហានិភ័យមានសារៈសំខាន់ដូចម្តេចចំពោះអាជីវករ?
- ហេតុអ្វីបានជាការព្យាករណ៍ខុស ផ្នែកលក់ អាចនាំឲ្យមានបញ្ហាលំហូរសាច់ប្រាក់?
- តើត្រូវកាត់បន្ថយថ្លៃផុតកំណត់បង់ប្រាក់ពីអតិថិជនបែបណា ដើម្បីបង្ការបញ្ហាលំហូរសាច់ប្រាក់?

៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

ការស្រាវជ្រាវនេះបានផ្តោតលើគោលបំណងសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- សិក្សាអំពីស្ថានភាពទូទៅនៃការលើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី
- សិក្សាអំពីតួនាទី និងរចនាសម្ព័ន្ធរបស់អាជីវកម្មថ្មី
- សិក្សាអំពីបញ្ហាប្រឈម ដំណោះស្រាយនានាក្នុងបរិបទរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី
- សិក្សាអំពី ចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍អ្វីខ្លះ មុនពេលលើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី

៤. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការស្រាវជ្រាវ និង ប្រមូលទិន្នន័យលើប្រធានបទមួយនេះ បានប្រើប្រាស់ប្រភព ២ សំខាន់គឺ៖

❖ **ប្រភពចំបង៖** បានប្រើប្រាស់ភាពវិធី ដើម្បីទទួលបាននូវប្រភពចម្បងនេះតាមរយៈ ការសិក្សាដោយផ្ទាល់ ជាមួយនឹង **កម្មវិធីលើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី** នៅស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាល **HOME-EDUCATION** រយៈពេលនៃការសិក្សា ៦ខែ និងបានចូលរួមក្នុងការធ្វើបទបង្ហាញស្តីអំពីការប្រមូលដើមទុន ជាមួយបងៗម្ចាស់អាជីវកម្ម ដោយទទួលបាននូវចំណេះដឹងបន្ថែមដែលត្រូវប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រាវជ្រាវលើប្រធានបទមួយនេះ។ ការស្រាវជ្រាវ និងការសិក្សាគឺផ្តោតសំខាន់ទៅលើស្មារតី គំនិត ជំនាញសហគ្រិន ការវិភាគទីផ្សារ និងយុទ្ធសាស្ត្រសម្រេចខ្សែវ របៀបសរសេរផែនការអាជីវកម្ម គន្លឹះប្រមូលដើមទុននិងពង្រីកដើមទុន របៀបនៃការជ្រើសរើសដៃគូអាជីវកម្ម ការកសាងក្រុមការងារពូកែ ភាពជាអ្នកដឹកនាំ គោលការគ្រឹះហិរញ្ញវត្ថុ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការលក់ និងការគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងដើម្បីអាជីវកម្ម ក៏ដូចជាកត្តាជិះឥទ្ធិពលលើអាជីវកម្មខ្នាតតូចនិងមធ្យម។ បន្ទាប់មកក៏យកទិន្នន័យទាំងអស់នោះមកសិក្សាបន្ថែម និងវិភាគដើម្បីបានជាទិន្នន័យមួយ។

- ❖ ប្រកបឯកសារដែលមានស្រាប់៖ ធ្វើការស្រាវជ្រាវទៅលើឯកសារនានាជាច្រើន ដែលទាក់ទងទៅនឹងការគ្រប់គ្រងលើអាជីវកម្ម ក៏ដូចជាឯកសារពាក់ព័ន្ធនឹងយុទ្ធសាស្ត្រ និងរបៀបនានាដែលត្រូវប្រើប្រាស់ក្នុងអាជីវកម្ម ដែលជម្រុញឲ្យការគ្រប់គ្រងកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។ ប្រភេទឯកសារទាំងនោះ ត្រូវបានស្រាវជ្រាវនៅតាមបណ្តាល័យ ឯកសារដែលធ្លាប់សិក្សាកន្លងមក និងឯកសារតាមប្រពន្ធ
- ❖ អ៊ីនធឺណែត ដែលឯកសារទាំងនោះរួមមានទាំងភាសាខ្មែរ និង ភាសាអង់គ្លេស។

៥. បេសសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

ការធ្វើការស្រាវជ្រាវពីជំពូកនីមួយៗ និងបង្ហាញពីដំណើរការស្រាវជ្រាវ ដូចជា ការប្រមូល យកនូវទិន្នន័យ និងការស្វែងរកឯកសារ ។ ដំណើរការសិក្សានេះមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការ សិក្សាលើប្រធានបទព្រោះវាជាគន្លឹះឈានទៅរកការដោះស្រាយចំណោទបញ្ហា ដែលបានលើក ខាងលើ។ របាយការណ៍នេះត្រូវបានបែងចែកជា ៣ ជំពូកធំៗ ដែល និងបង្ហាញពីការរៀបចំ ដំណើរការនៃការស្រាវជ្រាវ ដូចខាងក្រោម៖

- ជំពូកទី១ ការសិក្សាលើផ្នែកទ្រឹស្តី
- ជំពូកទី២ ស្ថានភាពទូទៅនៃការបើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី
- ជំពូកទី៣ ការវិភាគ និងពិភាក្សាលើលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

ជំពូកទី១ **ការសិក្សាលើផ្ទៃកម្រិត**

១.១. និយមន័យ

និយមន័យអាជីវកម្ម សាមញ្ញគឺត្រូវនិយាយថាជំនួញកើតឡើងនៅពេលមនុស្សម្នាក់ឬអង្គការទទួលបានប្រាក់ចំណេញដោយការផ្តល់ទំនិញឬសេវាកម្មជាថ្លៃនឹងប្រាក់។

ប្រាក់ចំណេញមិនមែនគ្រាន់តែជាប្រាក់ទេ ខណៈពេលដែលយើងមានទំនោរក្នុងការគិតពីប្រាក់ចំណេញនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃប្រាក់វាជាការពិតមួយដែលគ្របដណ្តប់ជាង ។ ក្នុងនិយមន័យអាជីវកម្មនេះប្រាក់ចំណេញរួមបញ្ចូលទាំងនិមិត្តសញ្ញាប្រាក់ដូចជា ឥណទាន និងវត្ថុ និងសេវាកម្មដែលត្រូវបានប្តូរជំនួសឱ្យការប្រាក់ដូចជាការផ្លាស់ប្តូរ។

ប្រាក់ចំណេញអាចត្រូវបានធ្វើឡើងនៅលើក្រដាសនិងសូម្បីតែនៅក្នុងប្រព័ន្ធរូបិយប័ណ្ណផ្សេងទៀតទាំងអស់ដូចជា Bitcoin ។ ហើយប្រាក់ចំណេញអាចត្រូវបានផ្អែកលើការសន្យាផងដែរដែលកើតឡើងនៅពេលភាគីពីរប្រើប្រាស់រូបក្នុងកិច្ចសន្យា ។ ក្នុងច្បាប់កិច្ចសន្យាអង់គ្លេសដើម្បីបង្កើតកិច្ចសន្យាចងក្រងដែលច្បាប់នឹងទទួលស្គាល់និងអនុវត្តនោះត្រូវតែមានការផ្លាស់ប្តូរការពិចារណារវាងភាគីទាំងពីរ។

ការគិតពិចារណា គឺគ្រាន់តែជាអ្វីដែលអ្នកទទួលបានសន្យាពីការសន្យាប៉ុណ្ណោះវាអាចយកជាទម្រង់នៃសិទ្ធិការប្រាក់ឬអត្ថប្រយោជន៍ដែលកើតមានចំពោះភាគីណាមួយឬការអត់ធ្មត់ការខូចខាតការបាត់បង់ឬការទទួលខុសត្រូវដែលបានផ្តល់ឱ្យប្រូត្រូវបានអនុវត្តដោយ ផ្សេងទៀត "(Duhaim's Law Dictionary) ។ ការរំពឹងទុកប្រាក់ចំណេញគឺជាចំណុចកណ្តាល ដូច្នេះមនុស្សម្នាក់ដែលលក់ផ្កានៅតាមដងផ្លូវគឺ "ធ្វើជំនួញ" ។ ប៉ុន្តែនៅពេលដែលអ្នកឈប់នៅតាមផ្លូវហើយផ្តល់លុយឱ្យទៅមនុស្សគ្មានផ្ទះសំបែងអ្នកនឹងមិនធ្វើជំនួញទេ ព្រោះអ្នកគ្មានការរំពឹងទុកប្រាក់ចំណេញទេ ។ គំនិតនៃការរំពឹងទុកនៃប្រាក់ចំណេញ នេះគឺជាកត្តាស្នូលនៃការធ្វើជំនួញដែលឧទាហរណ៍ដូចជា IRS និងទីភ្នាក់ងារចំណូលរបស់កាណាដាប្រើវាជាការសាកល្បងអំពីអ្នកដែលធ្វើអាជីវកម្មនិងអ្នកដែលមិនមាន។ នៅសហរដ្ឋអាមេរិកនិងប្រទេសកាណាដា (ដូចជានៅប្រទេសផ្សេងទៀត) មានការ កាត់ពន្ធ និងឥណទានដែលអាចរកបានសម្រាប់អាជីវកម្ម (ដូចជា ការកាត់បន្ថយអាជីវកម្មខ្នាតតូច) ដែលបុគ្គលមិនអាចទាមទារបានធ្វើឱ្យមានអត្ថប្រយោជន៍ពន្ធសក្តានុពលក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្ម ។ ដូច្នេះដើម្បីកំណត់ថាតើបុគ្គលឬ សាជីវកម្ម ដែលអះអាងថាកំពុងធ្វើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មពិតប្រាកដមែនតើទីភ្នាក់ងារ IRS និងទីភ្នាក់ងារប្រាក់ចំណូលកាណាដាប្រើ ការសាកល្បងប្រាក់ចំណេញ ។ អ្នកអាចធ្វើជំនួញបានហើយមិនដឹងបញ្ហាទាក់ទងនឹងពន្ធផ្សេងទៀត (ពីទស្សនៈរបស់រដ្ឋាភិបាលសហព័ន្ធដើម្បីខេត្តនិងក្រុងដែលអាជីវកម្មពន្ធដារទាំងអស់) គឺថាមនុស្សអាចដំណើរការអាជីវកម្មបានហើយសូម្បីតែមិនដឹង ។ មនុស្សមួយចំនួនហាក់

ដូចជាគិតថាមានចំនួនមន្តអាគមមួយចំនួនដែលត្រូវតែទៅដល់មុននឹងអ្វីដែលពួកគេកំពុងធ្វើដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ជាអាជីវកម្មឬសកម្មភាពមួយចំនួនមិនត្រូវបានរាប់បញ្ចូល ។

១.២. ទម្រង់នៃភាពជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិ

រចនាសម្ព័ន្ធច្បាប់នៃអាជីវកម្មគឺមានកាខុសគ្នាពីប្រទេសមួយទៅប្រទេសមួយហើយមិនមែនគ្រប់ទម្រង់នៃភាពជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិអាចមាននៅក្នុងគ្រប់ប្រទេសទាំងអស់នោះទេ ។ ចំណុចសាមញ្ញបំផុតគឺ៖

- ភាពជាម្ចាស់តែមួយគត់
- ភាពជាដៃគូ
- សាជីវកម្ម
- ក្រុមហ៊ុនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត (LLCs)

១.៣. ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស

ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស គឺជាដំណើរការនៃការជ្រើសរើស (Recruitment) ការជ្រើសយកបុគ្គលិក (Selection) ការរក្សាទុក (Maintenance) ការអភិវឌ្ឍ (Development) ការប្រើប្រាស់ (Utilization) និងការសម្របសម្រួល (Accommodation) នៃធនធានមនុស្សរបស់អង្គភាពមួយ។ អ្នកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស គឺជាបុគ្គលដែលមានតួនាទី ជាអ្នកផ្តល់យោបល់ ឬជាបុគ្គលិកដែលធ្វើការជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រងដទៃទៀត ដើម្បីជួយពួកគេឲ្យអាចដោះស្រាយបញ្ហាដែលទាក់ទងនឹងធនធានមនុស្ស។ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស មានមុខងារផ្សេងៗដែលសំខាន់បំផុត គឺការទទួលយកការអភិវឌ្ឍមនុស្ស ធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីសម្រេចគោលដៅរបស់អង្គភាពមួយ។

ការរៀបចំផែនការធនធានមនុស្ស ការប្រកាសជ្រើសរើស និងការជ្រើសរើសយក ការបណ្តុះបណ្តាល និងអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្ស ការវាយតម្លៃការអនុវត្តការងាររបស់បុគ្គលិក ការទូទាត់ប្រាក់ខែ ឬសំណង និងអត្ថប្រយោជន៍បុគ្គលិក ទំនាក់ទំនងការងារ និងបុគ្គលិក សុវត្ថិភាព និងសុខភាពការងារ ការស្រាវជ្រាវធនធានមនុស្ស ។ នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មឱ្យមានភាពរីកចម្រើនទៅមុន ។ ប៉ុន្តែក៏មានក្រុមហ៊ុនជាច្រើនកំពុងតែមានបញ្ហាប្រឈមយ៉ាងខ្លាំងជាមួយនឹងការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិកផងដែរ ព្រោះការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សមិនមែនជារឿងងាយស្រួលនោះទេ ។

មនុស្សម្នាក់មានគំនិត តម្រូវការ និងចូលចិត្តធ្វើសកម្មភាពផ្សេងៗគ្នា ដែលពេលណាដែលយើងទាញ ឱ្យមនុស្សជាច្រើនធ្វើការជាមួយគ្នា រមែងតែមានភាពទាស់ទែងគ្នា ឬមិនសូវចុះសម្រុងនឹងគ្នានៅពេលខ្លះ ជាក់ជាមិនខាន។¹

ខាងក្រោមនេះ ជាយុទ្ធសាស្ត្រ ៥ យ៉ាង ក្នុងការគ្រប់គ្រងមនុស្សឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពបំផុត៖

១.៣.១. ជ្រើសរើសមនុស្សឱ្យត្រូវ

ប្រសិនបើអ្នកអាចរើសមនុស្សដែលត្រូវចូលមកក្នុងក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកបានហើយ នោះក្នុងនាមជាអ្នក គ្រប់គ្រងដឹកនាំ ក៏មិនសូវឈឺក្បាលខ្លាំងពេកនោះដែរ។ ដូច្នេះអ្នកត្រូវតែដឹងពីវិធីក្នុងការរើសមនុស្សប្រភេទណា មួយឱ្យត្រូវជាមួយនឹងអាជីវកម្មរបស់យើង។

១.៣.២. បណ្តុះបណ្តាល និងអភិវឌ្ឍន៍

នៅពេលដែលយើងរើសនរណាម្នាក់ឱ្យចូលមកធ្វើការក្នុងក្រុមហ៊ុនយើង ដំបូងត្រូវធ្វើការណែនាំឱ្យគេ ស្គាល់ច្បាស់អំពីអាជីវកម្ម របៀបរបបធ្វើការងារ ច្បាប់ទម្លាប់ផ្សេងៗ វប្បធម៌ការងារនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនជាដើម។ បន្ទាប់មកយើងត្រូវធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលចំណេះដឹង ជំនាញដល់គេជាមុនសិន មុននឹងឱ្យគេចាប់ផ្តើមបំពេញ ការងារ។

១.៣.៣. តិចនិកប្រើមនុស្ស

យើងត្រូវចេះដាក់មនុស្សឱ្យត្រូវទៅតាមចំណេះដឹង ជំនាញ ទេពកោសល្យ ឬសក្តានុពលរបស់មនុស្ស ម្នាក់ៗ។ នៅពេលដែលអ្នកអាចប្រើមនុស្សឱ្យត្រូវជាមួយនឹងសក្តានុពលរបស់គេ យើងនឹងទទួលបាននូវលទ្ធ ផលដ៏អស្ចារ្យជាច្រើន។ ផ្ទុយទៅវិញ អ្នកនឹងខ្លះខ្លាយធនធានយ៉ាងច្រើន ប្រសិនបើអ្នកប្រើមនុស្សខុសសក្តានុ ពល។

១.៣.៤. ការថែរក្សា

ត្រឹមតែចេះប្រើមនុស្សតែមួយមុខ គឺមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់នោះទេ ប៉ុន្តែអ្នកត្រូវចេះពីវិធីថែរក្សាពួកគេផងដែរ ។ ដើម្បីអាចថែរក្សាពួកគេបាន ត្រូវតែមានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងល្អ បរិយាកាសការងារល្អ តម្លាភាពក្នុងក្រុមហ៊ុន ផ្តល់ នូវអត្ថប្រយោជន៍ស័ក្តិសមជាមួយនឹងចំណេះដឹង ជំនាញ និងសមត្ថភាពគេជាដើម។ ប៉ុន្តែសម្រាប់បុគ្គលិកដែល មានគំនិតសហគ្រិន គឺពិបាកនឹងថែរក្សាឱ្យគេនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនបានយូរណាស់ ព្រោះគេមានមហិច្ឆតាធំ ត្រូវការ លុយធំដែលយើងមិនអាចផ្តល់ឱ្យ តែយើងក៏អាចប្រើវិធីសាស្ត្រមួយចំនួន ដូចជាចែកភាគហ៊ុន ឬក៏អាច អនុញ្ញាតឱ្យគេឈប់បាន ប៉ុន្តែអាចទាញគេមកធ្វើជាដៃគូសហការក្នុងអាជីវកម្មវិញក៏ល្អ។

¹ គេហទំព័រ <https://www.thehrdaily.com/hr/>

១.៣.៥. របៀបបញ្ឈប់

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

ជារួមមកវិញ ក្នុងនាមជាមេដឹកនាំល្អ ដែលអាចដឹកនាំអាជីវកម្មឱ្យទទួលបានជោគជ័យ គឺទាមទារឱ្យពួកគេជាមនុស្សដែលពូកែមើលមនុស្ស និងពូកែបំពេញតម្រូវការផ្លូវចិត្តរបស់មនុស្សក្រោមបង្គាប់ទើបអាចទាញយកនូវសក្តានុពលរបស់មនុស្សបានច្រើនបំផុត។

១.៤. វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗ ក្នុង ទិដ្ឋភាពប្រកួតប្រជែង

អាជីវកម្មទាំងអស់ គឺចាប់ផ្តើមដោយស្រដៀងគ្នា ជាមួយនឹងតម្រូវការនៃការបង្កើនចរាចរណ៍រ៉ាប់រងដោយដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនអោយកាន់តែច្រើន។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ដើម្បីបង្កើនចំនួនអតិថិជនទាំងនៅលើអ៊ីនធឺណិត និងដោយផ្ទាល់ អ្នកចាំបាច់ត្រូវការអភិវឌ្ឍប្រើប្រាស់ និងវេទិការបស់អ្នក ដើម្បីបង្កភាពងាយស្រួលដល់អតិថិជនក្នុងការស្វែងរកអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងចង់បន្តត្រឡប់មកវិញម្តងទៀត។

ពេលខ្លះ មនុស្សទូទៅ មិនមែនគ្រាន់តែចូលទៅកាន់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ជាវផលិតផលនោះទេ ប៉ុន្តែពួកគេក៏កំពុងស្វែងយល់ពីបទពិសោធន៍ក្នុងការទិញផងដែរ។ អាជីវកម្មដែលអាចកំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជនរបស់ខ្លួន និងតម្រូវការដែលពួកគេចង់បាននោះ នឹងអាចធ្វើឱ្យប្រើប្រាស់ពួកគេមានការប្រកួតប្រជែងបានកាន់តែទូលំទូលាយ ព្រមទាំងទទួលបានអតិថិជនកាន់តែច្រើន និងការលក់ក្នុងរយៈពេលវែង។

១.៤.១. បង្កើតបណ្តាញឱ្យបានច្រើនសម្រាប់ទំនាក់ទំនង

ទោះបីជាអតិថិជនរបស់អ្នក គ្រាន់តែតាមដានអាជីវកម្មរបស់អ្នកនៅលើ ហ្វេសប៊ុក (Facebook) ក៏ដោយតែវាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដើម្បីឱ្យមានផ្លូវបើកចំហជាច្រើនដល់ក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ។ នៅពេលអ្នកបើកទូលាយនៃទំនាក់ទំនង អ្នកចាំបាច់ត្រូវតែឆ្លើយតបទៅនឹងសារដែលអ្នកទទួលបាន។ អ្នកគួរតែឧស្សាហ៍ពិនិត្យអ៊ីម៉ែល និងហ្វេសប៊ុករបស់ក្រុមហ៊ុនយ៉ាងហោចណាស់មួយដងក្នុងមួយថ្ងៃ ឬប្រាកដប្រជាជាងនេះទៀត។ ប្រសិនបើអ្នកមិនអាចឆ្លើយសំណួររបស់អតិថិជនបានភ្លាមៗ ឬរហ័ស អ្នកគួរតែប្រាប់ដំណឹងដល់ពួកគេថាអ្នកកំពុងព្យាយាមឆ្លើយតប ។ អតិថិជនមានអារម្មណ៍ថា ពួកគេសំខាន់នៅពេលពួកគេទទួលបានការឆ្លើយតបពីក្រុមហ៊ុន ហើយពួកគេនឹងបង្ហាញភាពស្មោះត្រង់ចំពោះក្រុមហ៊ុនណាដែលឆ្លើយតបរហ័សចំពោះតម្រូវការតែមួយគត់របស់ពួកគេ។

១.៤.២. ស្វែងរក និងកំណត់គោលដៅអតិថិជនរបស់អ្នក

មុនពេលដែលអ្នកអាចប្រមូលបានអតិថិជនដែលចាប់អារម្មណ៍ចង់ចូលទៅកាន់វេបសាយ ឬហាងរបស់យើង អ្នកត្រូវស្វែងយល់ជាមុនសិនថាមនុស្សបែបណាដែលអ្នកចង់ទាក់ទាញ? ហេតុអ្វីបានជាពួកគេជ្រើសយកអាជីវកម្មរបស់អ្នកជាងអ្នកដទៃ? វិធីល្អបំផុតដើម្បីធ្វើបែបនេះ គឺចងក្រងសំណួរសួរទៅកាន់ពួកគេ។ កត់ត្រាទុកការឆ្លើយតបរបស់អតិថិជនអ្នកនីមួយៗ ហើយប្រៀបធៀបភាពស្រដៀងគ្នា និងភាពខុសគ្នារវាងអ្វីដែលនាំពួកគេចាប់អារម្មណ៍លើអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ នៅពេលចាប់ផ្តើម អ្នកត្រូវកត់សំគាល់ប្រជាសាស្ត្រដែលគួរចែករំលែក ដូចជាមនុស្សចាស់ ក្មេង និស្សិត ជនបរទេស ។ល។ នោះអ្នកអាចរកវិធីដើម្បីអំពាវនាវដោយផ្ទាល់ទៅក្រុមមនុស្សទាំងនោះ។ ឧទាហរណ៍៖ អតិថិជនវ័យចាស់ អាចចូលហាងរបស់អ្នកដោយសារតែពួកគេឃើញសញ្ញាតាមចិញ្ចើមថ្នល់ ហើយបានឮការនិយាយតគ្នា ខណៈដែលអតិថិជនវ័យក្មេង រកឃើញអ្នកតាមរយៈអ៊ីនស្តាក្រាម (Instagram) ។ ការយល់ដឹងពីគោលដៅ និងប្រភេទអតិថិជន ក៏ជួយអ្នកក្នុងការកំណត់ ថាតើអ្នកគួរតែផ្តល់សេវាកម្មទូទៅជាភាសាខ្មែរ ឬអង់គ្លេស ឬទាំងពីរជម្រើសតែម្តង។

១.៤.៣. ចាត់ដោតលេខប្រទេសរបស់អតិថិជនរបស់អ្នក

វិធីដ៏ល្អមួយដើម្បីទទួលបានចំណាប់អារម្មណ៍ និងការគោរពពីអតិថិជនរបស់អ្នក គឺការទាញយកចំណាប់អារម្មណ៍របស់ពួកគេ ហើយភ្ជាប់ពួកគេទៅក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក ។ វាត្រូវការពេលវេលាខ្លះ ដើម្បីតភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងទាំងនេះ ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនតូចមួយអាចចាប់ផ្តើមដោយអំពាវនាវដោយប្រើចំណាប់អារម្មណ៍ផ្សេងៗនៅក្នុង បណ្តាញសង្គមរបស់ខ្លួន។ ការសរសេររឿងរ៉ាវវិជ្ជមាន និងរឿងសប្បាយអាចមានអំណោយផលច្រើនទៅលើ Facebook និង Instagram Newsfeed។ អ្នកគួរតែចំណាយពេលខ្លះដើម្បីបង្ហាញរឿងដែលឡ្ងូយៗ និងរឿងដែលជួយបំផុសគំនិតអំពីជំនួញរបស់អ្នក នោះបុគ្គលិក ឬអតិថិជន ព្រមនឹងអ្នកអានមួយចំនួននឹងចែករំលែកបន្ត ។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម គឺជាវិធីមួយផ្សេងទៀត ដើម្បីតភ្ជាប់ជាមួយអតិថិជនថ្មីរបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍៖ ហាងសត្វចិញ្ចឹមមួយ បង្ហាញរូបថតរបស់កូនឆ្កែដែលពួកគេចិញ្ចឹមម្តងទៀត ហើយម្ចាស់ឆ្កែថ្មីដែលទិញទៅនឹងមានភាពរំភើបរីករាយចំពោះភាពល្អិតល្អាញរបស់ឆ្កែគេ ។ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអតិថិជនអាចជាការផ្តល់ព័ត៌មាន និងការផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងៗ អំពីដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នក ឬការចូលរួមជាមួយអតិថិជន ដោយការចែករំលែកការកំសាន្តផ្សេងៗ ។²

១.៥. វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗ ក្នុងពេលដំណើរការអាជីវកម្ម

វិធីសាស្ត្រក្នុងការធ្វើផែនការមាន ២ គឺ៖

² គេហទំព័រ <https://www.thehrdaily.com/business/3-ways-to-get-your-small-business-into-a-competitive-market/>

▪ វិធីសាស្ត្រពីលើទៅក្រោម៖ អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់កំពូល កំណត់គោលដៅរួមនិងបន្ទាប់មកអនុញ្ញាតអ្នក ថ្នាក់ទាបបង្កើតផែនការនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌទាំងនោះ។

▪ វិធីសាស្ត្រពីក្រោមឡើងលើ៖ ផែនការត្រូវបានគ្រោងបង្កើតអ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ទាបដោយគ្មានលក្ខខណ្ឌ ច្រើន ហើយបន្ទាប់មកបញ្ជូនជាបន្តបន្ទាប់ ដាក់ឆ្លងតាមឋានានុក្រម ទៅកាន់អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ខ្ពស់ ។

ផែនការត្រៀមបម្រុង គឺជាការរំលែកដោះស្រាយជាមួយការផ្លាស់ប្តូរវិធានការយ៉ាងឆាប់រហ័សអ្នក គ្រប់គ្រងអាចដំណើរការ នៅក្នុងផែនការត្រៀមបម្រុង ។³

មធ្យោបាយក្នុងការធ្វើផែនការមាន៥គឺ៖

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

ការជះឥទ្ធិពលផ្ទាល់ គឺដែលកើតឡើងនៅ៖

(ខាងក្នុងអង្គភាព)

- ម្ចាស់អង្គភាព ឬ ម្ចាស់ភាគហ៊ុន
- លទ្ធភាពរបស់ធនធានមនុស្ស
- ធនបម្រុង ឬ មូលធនបម្រុងរបស់អង្គភាព
- របៀបរបបនៃការគ្រប់គ្រង-វប្បធម៌របស់អង្គភាព
- ជំនាញបច្ចេកទេស,គំនិតផ្តួចផ្តើម,ការជំរុញលើកទឹកចិត្ត

(ខាងក្រៅអង្គភាព)

- អតិថិជន និង ចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អ្នកទិញ
- អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និង អ្នករកស៊ីជាមួយគ្នា
- គូប្រកួតប្រជែង

ការជះឥទ្ធិពលប្រយោលគឺជាការជះឥទ្ធិពលដែលបណ្តាលមកពីកត្តា៖

- កត្តាសង្គម(មនុស្សជាតិ សាសនា ទំនៀមទម្លាប់ ប្រពៃណី.....ល)

³ គេហទំព័រ <https://www.thehrdaily.com/business/planandbusinessplan/>

- 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

- ជាគម្រោងមួយមានរយៈពេលខ្លី ឬ មធ្យមហើយកំណត់ច្បាស់ពីរយៈពេលអនុវត្ត

- គេប្រើវាសំរាប់ធ្វើជាបទពិសោធន៍ឲ្យគម្រោងដ៏ទៃទៀត

ផែនការយថាភាពឬផែនការត្រៀមបំរុង Contingency Plans

- ជាគម្រោងមួយសម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរសេដ្ឋកិច្ច
- វិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច និងអតិផរណា(Inflation) ។

១.៦. របៀបកសាងក្រុមការងារពូកែ (How to Build TEAM)

តើម្ចាស់ក្រុមហ៊ុនគួរធ្វើដូចម្តេចដើម្បីកសាងក្រុមការងារឲ្យបានខ្លាំងពូកែ?

- ដើម្បីកសាងក្រុមការងារឲ្យបានខ្លាំងពូកែអ្នកដឹកនាំត្រូវមានគំនិតផ្តួចផ្តើមបង្កើតឲ្យមានពីរចំណុចគឺ៖
 ១. ការជ្រើសរើសមនុស្សចូលរួម គឺជាមនុស្សដែលមានគោលដៅដូចយើង មានការជឿជាក់ដូចយើង មានការចូលរួមជាមួយយើង
 ២. ការបង្កើតសាមគ្គីភាព ការរក្សាសាមគ្គីភាព (ផ្តល់ការគោរពចំពោះគ្នា ផ្តល់ការរាប់អានចំពោះគ្នា)
- ភាពមិនប្រក្រតី៥ដែលជាបញ្ហាធ្វើឲ្យក្រុមការងារមិនខ្លាំងពូកែគឺ (The 5 Dysfunctions of a Team)
 ១. ក្រុមការងារមិនទុកចិត្តគ្នាទៅវិញទៅមក
 ២. ក្រុមការងារមិនហ៊ានលើកពីបញ្ហាមកពិភាក្សា
 ៣. ក្រុមការងារមិនសូវមានការប្តេជ្ញាចិត្តធ្វើ
 ៤. ក្រុមការងារខ្វះការទទួលខុសត្រូវ
 ៥. ក្រុមការងារអត់ខ្វល់ពីលទ្ធផល
- មានកត្តា៥យ៉ាងដែលជាដោះស្រាយបញ្ហាជួយឲ្យក្រុមការងារពូកែ ៖
 ១. ធ្វើជាមនុស្សទទួលស្គាល់កាពិតមិនសម្តែង
 ២. ធ្វើជាមនុស្សទាមទារការពិភាក្សាដោះស្រាយដោយសន្តិវិធី
 ៣. ធ្វើជាមនុស្សផ្តោតលើភាពច្បាស់លាស់
 ៤. ធ្វើជាមនុស្សហ៊ានប្រឈមមុខជាមួយការលំបាក ហ៊ានប្តេជ្ញាចិត្ត
 ៥. ធ្វើជាមនុស្សផ្តោតលើលទ្ធផល

● ការសង្ខេប

អ្នកដឹកនាំត្រូវចេះសម្តែងតួជាមនុស្សពីរប្រភេទគឺ៖

- ដើរតួជាជនរងគ្រោះ

• ដើរក្នុងអ្នកនិពន្ធ⁴

១.៧. ភាពជាអ្នកដឹកនាំយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីដឹកនាំមនុស្សសម័យថ្មី

នៅក្នុងចំណុចនេះយើងនិងសិក្សាអំពីការរៀនផ្លាស់ប្តូរវិធីសាស្ត្រក្នុងការដឹកនាំមនុស្សសម័យថ្មី (នៅក្នុងសម័យកាលនេះ យើងត្រូវមានការដឹកនាំអ្វីមួយដែលខុសប្លែកពីមុន (សម័យកាលឧស្សាហកម្ម 4.0)

- យើងត្រូវមានការផ្លាស់ប្តូរបៀបនៃការដឹកនាំតាមលោកខាងលិច
- ក្នុងនាមជាអ្នកដឹកនាំត្រូវមានជំហរវែងឆ្ងាយ (ឧទាហរណ៍: អំឡុងពេលមានCovid !9)
- ត្រូវមានការបង្កើតថ្មីជានិច្ច
- មានគនិតថ្មីៗ ល្អៗ ក្នុងការគ្រប់គ្រង
- នៅពេលបុគ្គលិកមានអ្នកអារម្មណ៍មិននឹងនរ ចិត្តនិងឥរិយាបថប្រែប្រួល (តើក្នុងនាមជាអ្នកដឹកនាំត្រូវគ្រប់គ្រងស្ថានភាពវិបាកបែបណា?)
- ក្នុងនាមជាអ្នកដឹកនាំត្រូវមានចិត្តគំនិតរឹងមាំក្នុងការបំផុសគនិតថ្មីៗ ដើម្បីអោយក្រុមការងារមានកម្លាំងចិត្តឆ្ពោះទៅមុខស្រមៃតាមទស្សនៈវិស័យរបស់ស្ថាប័ន។

១.៨. សិល្បៈនៃការលក់មេមយុទ្ធសាស្ត្រ

សិល្បៈ គឺជាការសម្តែង ប៉ុន្តែ ការលក់ គឺជាទំនាក់ទំនងរវាងអ្នកលក់និងអ្នកទិញ។ ដូចនេះ សិល្បៈនៃការលក់សំដៅថា នៅពេលបុគ្គលម្នាក់គាត់ចង់យកផលិតផលមួយ គាត់ចង់យកសេវាកម្មមួយទៅកាន់អតិថិជនរបស់ខ្លួនឯង ឬក៏ទីផ្សារគោលដៅ តើគាត់មានជំនាញ ឬក៏មានសិល្បៈ ឬក៏មានវិធីយ៉ាងម្តេចដែលនិយាយជាមួយអ្នកទិញ ធ្វើអោយអ្នកទិញឆាប់ជឿរយើង។ សិល្បៈមានច្រើន មានទាំងពីការតុបតែងខ្លួន មានទាំងពាក្យសម្តីរបស់យើង មានទាំងការលើកដាក់សំលេង ការស្លៀកពាក់ ទីតាំងជួបផ្ទាល់ ទាំងអស់នេះគឺជា សិល្បៈ យើងប្រមូលមុំគ្នាទៅ យើងរកកន្លែងទីណាដែលសមរម្យជជែកជាមួយអតិថិជនយើង យើងបង្កើតជាការលក់។ ចឹងនៅពេលដែលមានការលក់កើតឡើង គឺជាការដោះដូរ យើងអោយសេវាកម្មទៅគេ យើងអោយផលិតផលទៅគេ រួចហើយ អតិថិជនរបស់យើង គាត់ចាយលុយ ឬក៏គាត់ដោះដូរជាសាច់ប្រាក់ត្រឡប់មកយើងវិញជាដើម។ បើ

⁴<https://www.facebook.com/HomeDucationOfficial/videos/271977334300725/>

យុទ្ធនាការម្ចាស់អាជីវកម្មជួយគ្នាក្នុងគ្រាបំបាក់ សប្តាហ៍ទី១២ ប្រធានបទ « ការកសាងក្រុមការងារពូកែ »

ចែករំលែកដោយ Mr. Jesse McCaul Senior Vice President Biz Development Global Advanced Solution

យើងជាម្ចាស់អាជីវកម្ម តើនៅពេលដែលយើងធ្វើផែនការអាជីវកម្មប្រចាំខែ ប្រចាំឆមាស ឬក៏ប្រចាំត្រីមាស ឬក៏ ប្រចាំឆ្នាំ ថាតើឆ្នាំនេះ បើយើងចង់លក់អោយបាន ១លានដុល្លារ ឬក៏ ៥០ម៉ឺនដុល្លារ ទាំងអស់នេះ សុទ្ធតែជា ការលក់ទាំងអស់ ពីព្រោះថា នៅពេលដែលយើងលក់បាន យើងក៏ប្រមូលលុយបានមកវិញ។ កាលណាយើង ប្រមូលលុយបានមកវិញ យើងអាចយកលុយមកគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់យើង ចឹងយើងយកលុយបានមកពី ការលក់មកបែកចែក ចំណាយរបស់យើង ទូទាត់ប្រចាំថ្ងៃ ប្រចាំខែ ប្រាក់ខែ ថ្ងៃឈ្នួល ពន្ធដារ និងមានទាំងថ្លៃ ដើមទំនិញជាដើម។ល។ នៅក្នុងអាជីវកម្មមួយបើគ្មានការលក់ទេ អាជីវកម្មនោះ គឺមិនអាចដំណើរការបានទេ ពី ព្រោះថាការលក់ស្ទើរនិងប្រាក់ចំណូល លក់បានលុយចូល លក់មិនបានខ្ចីលុយគេថែម។ លក់បានចំណូលចូល ចំណូលមាន២គឺ៖

- ✚ ចំណូលដុល គឺចំណូលបានមកពី ការកាត់ពន្ធហើយ និងចំណាយហើយ
- ✚ ចំណូលសុទ្ធ គឺបានមកចំណូលប្រចាំថ្ងៃ គាត់ពន្ធ និងកាត់ចំណាយរួចរាល់

១.៨.១. ល្បែងចិត្តសាស្ត្រនៃការលក់ (The Inner Game of Selling)

ការលក់ គឺជា ចិត្តសាស្ត្រ ដូចនេះក្នុងនាមយើងជាអ្នកលក់ ត្រូវមាន ក្តីស្រមៃទៅលើអ្វីមួយដែលយើង ចង់បាន។ ធ្វើអោយឃើញជាក់ស្តែងផ្ដោតលើរបស់នោះ ហើយជឿថានឹងបានរបស់នោះ។ ចូលបង្កើតរូបភាព ឬ ផែនការក្នុងគួរក្បាលរបស់អ្នក ហើយចាប់ផ្ដើមកសាងឬធ្វើសកម្មភាពទៅរកគោលដៅនោះ។

យើងនិងគ្មានទទួលបានលទ្ធផលអ្វីឡើយ ប្រសិនណាជាគ្មានការលក់កើតឡើងដោយជោគជ័យនោះ។ អ្នកលក់គឺជា វិជ្ជាជីវៈមួយដ៏សំខាន់នៅក្នុងសង្គមជាតិរបស់យើង ហើយប្រសិនបើគ្មានសកម្មភាពនៃការលក់ទេ សង្គមសេដ្ឋកិច្ចទាំងមូលនឹងឈប់ដំណើរការ ។

១.៨.២. ការលក់ជាសិល្បៈពិត ឬជាការកំណត់គោលដៅច្បាស់លាស់

បើយើងមើលទៅក្នុងពិភពលោក យើងឃើញថាមានមនុស្សជោគជ័យជាច្រើនពួកគាត់សុទ្ធ សឹងតែជាមហាសេដ្ឋីលំដាប់ពិភពលោក ប៉ុន្តែមុនពេលដែលគាត់ឡើងមកដល់ចំណុចមហាសេដ្ឋីដែលគេទទួល ស្គាល់ថាគាត់ជាអ្នកជោគជ័យ តើអ្នកណាគេជាអ្នកជួយរុញគាត់? ប៉ុន្តែគ្មានពីណាគេជួយរុញ ក្រៅពីខ្លួនគាត់ទេ តែទន្ទឹមនឹងនេះ មានតែពួកគាត់ទេ ដែលគាត់ប្រឹងតស៊ូយ៉ាងលំបាក ពីការមើលងាយ ជិះជាន់ ការប្រមាទ ជាច្រើន ទម្រាំគាត់ជោគជ័យដូចថ្ងៃនេះ ។ ព្រោះបន្ទាប់ពីជួបការប្រមាទ ការជិះជាន់គាត់ប្រែក្លាយទៅជាចំណុច ខ្លាំងវិញតែម្តង ។

ការលក់ ជាសិល្បៈពិតមួយដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ប្រចាំថ្ងៃគ្រប់ពេលវេលាក្នុងជីវភាពប្រចាំថ្ងៃអាជីវកម្ម ប្រចាំថ្ងៃ និងនយោបាយប្រចាំថ្ងៃ ។ ចឹងនៅក្នុងពិភពលោកគ្មាន បុគ្គលណាមួយដែលគាត់កាន់តំណែងធំធេង ដឹងនាំប្រទេស គាត់ដឹកនាំគេ ក្លាយជាមហាសេដ្ឋីទេ ដោយគាត់មិនចេះសិល្បៈលក់នោះទេ ។

ការលក់ គឺមានន័យទូលំទូលាយណាស់ គឺយើងលក់មនុស្សនៅជុំវិញខ្លួនអោយដើរតាមយើង គឺយើងលក់ ផលិតផលយើងទៅអោយអ្នកជុំវិញខ្លួនរបស់យើង គឺយើងលក់ក្តីស្រមៃរបស់យើងដើម្បីអោយមនុស្សដើរតាមក្តី ស្រមៃរបស់យើង ។

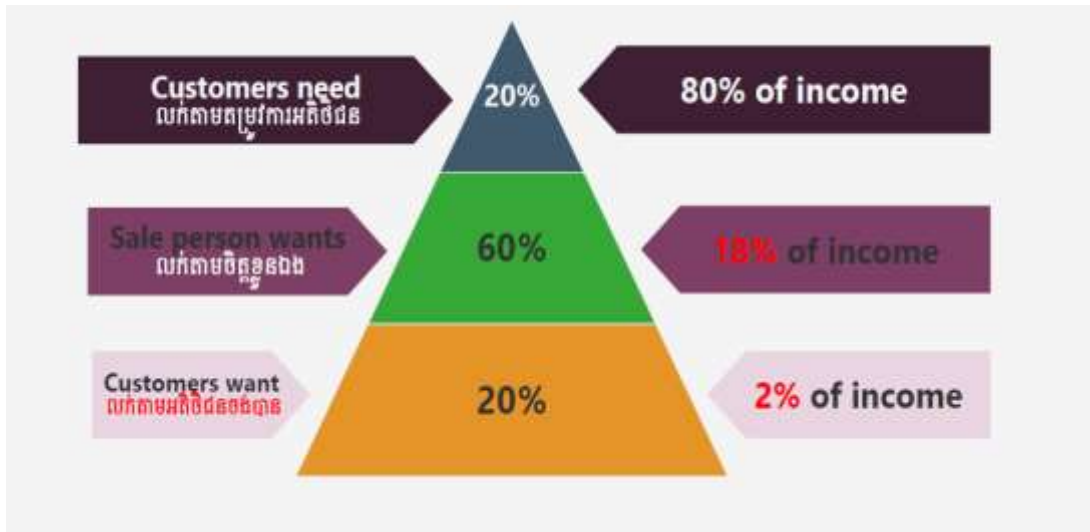
១.៤.៣. កំណត់ និងសម្រេចគោលដៅលក់ (Set & Achieve Your Sales Goals)



រូបភាពទី១.៤.១ ៖ ទាក់ទងនឹង ចិត្តសាស្ត្រ និងជំនាញ

ដើម្បីឆ្លើយតបទៅកាន់ អតិថិជនដែលបដិសេធ ក្នុងនាមជាអ្នកលក់ ត្រូវចេះអំពីចិត្តសាស្ត្រក្នុងការផ្លាស់ប្តូរតិចនិតនិយាយ រៀនពីអ្នកទិញ និងមកសួរសំណួរអោយបានច្រើនអាចនិយាយបានថាបែរមកជិះទូក ជាមួយអ្នកទិញ ដូចនេះ អ្នកលក់គួរមាន ចិត្តសាស្ត្រ ៨០% និងជំនាញ ២០% ទើបអាចបិទការលក់មួយទទួលបានជោគជ័យ។

១.៤.៣.១. ប្រាក់ចំណូលនៃការលក់យោគជ័យ



រូបភាពទី១.៨.២ ៖ ទាក់ទងនឹង ដ្យាក្រាមប្រាក់ចំណូលនៃការលក់លោកស៊ីម

អ្នកលក់ជាក់ស្តែងនៅលើពិភពលោកមិនមែនត្រឹមតែ ប្រទេសខ្មែរទេ គឺតែងតែប្រើប្រាស់មន្ត្រីមួយនេះ យើងឃើញថា អ្នករកស៊ី អ្នកបើកអាជីវកម្មលើទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន គឺកំពុងអនុវត្ត

- **២០% លក់តាមអតិថិជនចង់បាន** ឧទាហរណ៍ ពូ A លក់ទូរស័ព្ទដៃ Oppo ហើយអតិថិជនចូលហ៊ាង គាត់សួររកទូរស័ព្ទដៃ iPhone គាត់មិនមានដូចនេះ ពូ A ប្រាប់ទៅកាន់អតិថិជនថា គាត់នឹងសួរ មិត្តភក្តិគាត់អោយ។ ដូចនេះ ពូ A លក់តាមតែចិត្តអតិថិជន បុគ្គលប្រភេទនេះ រកចំណូលបានតែ ២% ប៉ុណ្ណោះ ។
- **៦០% លក់តាមចិត្តខ្លួនឯង** មានន័យថា គាត់លក់តែតាមចិត្តគាត់ គាត់អត់ស្តាប់អតិថិជនទេ គាត់ និយាយតែពីអត្ថប្រយោជន៍គាត់ គាត់ភ្លេចគិតថា តើលុយក្នុងហោប៉ៅភ្ញៀវមានទេ ? គាត់មិនគិតស្វែង យល់ពីអតិថិជន គាត់គិតតែលក់ៗ អោយតែជួបលក់ ផលិតផលគាត់។ ដូចនេះ បុគ្គលបែបនេះក៏រក ចំណូលបានតិចដែរ គឺ តែ ១៨% ប៉ុណ្ណោះ។
- **២០% លក់តាមតម្រូវការអតិថិជន** បុគ្គលបែបនេះគឺគាត់លក់បានល្អ គាត់លក់តាមតម្រូវការអតិថិជន ហើយគាត់ស្ថិតនៅ ២០% នៃការរកចំណូលទាំងស្រុងរបស់ទីផ្សារ ហើយគាត់កាន់កាប់ចំណូល ៨០%។

១.៨.៣.២. តើធ្វើជាគាត់លក់?

ការលក់ ជាសិល្បៈនៃការផ្ទេរជំនឿចិត្តពីអ្នកលក់ទៅអ្នកទិញ។ ជាការចរចាអារម្មណ៍អ្នកលក់និងអ្នកទិញ។ ជាការដោះស្រាយ ឬផ្តល់ដំណោះស្រាយដល់អ្នកទិញ។ ជាការផ្តល់ប្រយោជន៍ ឬអត្ថប្រយោជន៍ដល់អ្នកទិញ។



ការលក់ = ការដូរ

រូបភាពទី១.៨.៣ ៖ ជ្រក្រាមនៃការលក់

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅនៃការមើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី

២.១. ស្ថានភាពសហគ្រិន

២.១.១. មានចំណង់ចំណូលចិត្តនិងការស្រលាញ់ខ្លាំង

ជាទូទៅ សហគ្រិននីមួយៗតែងមានចំណង់ចំណូលចិត្ត និងការស្រលាញ់ខ្លាំង ចំពោះអ្វីដែលពួកគេកំពុងធ្វើ។ ការដាក់ចិត្តដាក់កាយនៅក្នុងអាជីវកម្មអាជីវកម្ម ជាគន្លឹះដ៏សំខាន់សម្រាប់ភាពជោគជ័យ។ អ្នកមិនត្រូវចាប់ផ្តើមសកម្មភាព ជាជាងស្រមៃស្រមៃពីអ្វីដែលអ្នកចង់ធ្វើ។ ប្រសិនបើអ្នកមិនពេញចិត្តនឹងអ្វីដែលអ្នកកំពុងធ្វើ អ្នកប្រាកដជាមិនសប្បាយចិត្ត ថែមទាំងមិនអាចទទួលបានជោគជ័យផងដែរ។ ដូចនេះ សូមអ្នកធ្វើឱ្យប្រាកដថាអ្វីដែលអ្នកកំពុងធ្វើ ជាអ្វីដែលអ្នកស្រលាញ់ ។

២.១.២. មានលទ្ធភាពខ្ពស់នៃប្រសិទ្ធភាព

សហគ្រិននានាតែងមានអារម្មណ៍រំខានពីប្រសិទ្ធភាព ហើយពួកគេតែងមានភាពរហ័សរហួសក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហា។ អ្នកគួររៀនគិតពីអប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងកន្លែងការងាររបស់អ្នក ហើយរៀនរកដំណោះស្រាយ ឬការបញ្ចេញយោបល់សម្រាប់ការកែលម្អ។ បែបនេះអ្នកអាចក្លាយជាបុគ្គលិកឆ្លើយនៅក្រុមហ៊ុន ហើយក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកទៀតសោត និងផ្តល់តម្លៃដល់អ្នកក្នុងរយៈពេលយូរអង្វែង។

២.១.៣. ហ៊ានប្រឈមនឹងហានិភ័យ

អ្វីដែលធ្វើឱ្យសហគ្រិនមានភាពលេចធ្លោជាងអ្នកអាជីវកម្មធម្មតា នោះគឺពួកគេហ៊ានប្រឈមមុខនិងហានិភ័យ។ កាលណាអ្នកហ៊ានដើរចេញពីកន្លែង ដែលអ្នកធ្លាប់តែស្រណុកសុខស្រួល និងទទួលបានការប្រកួតប្រជែង អ្នកអាចរកឃើញនូវជំនាញថ្មី ទទួលបានការគាំទ្រពីចៅហ្វាយនាយរបស់អ្នក ជាពិសេសនោះ អ្នកអាចទទួលបានការដំឡើងមុខងារនិងប្រាក់ខែទៀតផង។

២.១.៤. រិះរកគំនិតថ្មីៗ

ភាពជោគជ័យយូរអង្វែងនៃអាជីវកម្មមួយ អាស្រ័យលើការបន្តបង្កើតថ្មីនិងច្នៃប្រឌិត។ សហគ្រិននានាតែងត្រូវតែយកពេលវេលារិះរកគំនិតថ្មីៗ ដើម្បីធ្វើការផ្លាស់ប្តូរនិងអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ឱ្យបានរីកចម្រើននិងគង់វង្ស។

២.១.៥. គំនិតរំលឹកលើអ្វីដែលមិនមែនរបស់អ្នក

ក្តីស្រមៃគ្មានដែនកំណត់ ជាអត្តសញ្ញាណនៃស្មារតីរបស់សហគ្រិន។ មនុស្សជាច្រើនតែងដាក់លក្ខខណ្ឌចំពោះខ្លួនឯង ព្រោះពួកគេយល់ថា វាមានភាពប្រាកដប្រជា និងជាក់ស្តែង។ ប៉ុន្តែការស្រមៃស្រមៃខ្ពស់គ្មានអ្វីខុសនោះទេ ប្រសិនបើអ្នកខំប្រឹងប្រែងធ្វើដើម្បីឈានដល់គោលដៅ ។⁵

២.២. គំនិតសហគ្រិន

ការធ្វើមុខជំនួញមួយប្រកបដោយភាពជោគជ័យ គឺមិនមែនជារឿងងាយស្រួលនោះឡើយព្រោះថាក្នុងទីផ្សារបច្ចុប្បន្នគឺជង្វៀកខ្លាំង។ ដោយសារតែបែបនេះហើយបានជាមានមនុស្សជាច្រើនបានបរាជ័យហើយរាងចាលលែងចង់ធ្វើជំនួញទៅទៀត។ ដើម្បីអាចបន្តសកម្មភាពជំនួញ ដើម្បីឆ្ពោះទៅកាន់ភាពជោគជ័យនៅពេលអនាគតអ្នកគួរតែបណ្តុះផ្គត់ផ្គង់គំនិតមួយចំនួន៖

២.២.១. លុយមិនមែនជាអ្វីៗគ្រប់យ៉ាងនោះទេ

ថ្វីត្បិតតែលុយសំខាន់ ប៉ុន្តែមិនមែនមានន័យថាមានលុយគឺមានអ្វីៗគ្រប់យ៉ាង ជាពិសេសនោះមានសុភមង្គលនោះទេ។ មនុស្សណាក៏ដោយឲ្យតែគិតលុយជាសំខាន់ ពួកគេប្រហែលជាឆាប់ជោគជ័យ ប៉ុន្តែវាមិនមែនជាជោគជ័យយូរអង្វែងនោះឡើយ។ ចំពោះការធ្វើជំនួញ ដែលគិតចង់តែពីចំណេញតែម្យ៉ាងនោះ នឹងបង្កគ្រោះថ្នាក់ទៅថ្ងៃក្រោយមិនខានព្រោះការផ្តល់តម្លៃលើលុយ ឬ ប្រាក់ចំណេញខ្លាំងហួសហេតុពេក ធ្វើឲ្យបុគ្គលិកគ្រួសារ ក៏ដូចជាអតិថិជនជួបនូវបញ្ហា។ កាលណាអ្នកទាំងនេះមានបញ្ហានោះវាបញ្ជាក់ថាអនាគតនៃមុខជំនួញរបស់អ្នកក៏ត្រូវមានបញ្ហាផងដែរ ។

២.២.២. ត្រូវគិតអ្វីៗក្នុងន្ទវល្ល

មិនថាមានឧបសគ្គធំប៉ុណ្ណាទេ បើអ្នកគិតថាអាចជំនះបាននោះលទ្ធផលគឺអាចមានពីរគឺជោគជ័យ និងបរាជ័យដោយអាស្រ័យលើការខិតខំប្រឹងប្រែងដោយសមត្ថភាពរបស់អ្នកប៉ុណ្ណោះ។ ប៉ុន្តែបើអ្នកគិតតែមិនអាចទៅរួចនោះមានន័យថាលទ្ធផលមានតែមួយប៉ុណ្ណោះគឺបរាជ័យ ។ ការគិតពិតជាមានសារសំខាន់ខ្លាំងណាស់សម្រាប់មនុស្សគ្រប់គ្នា ដូច្នេះហើយអ្នកគួរផ្លាស់ប្តូរផ្គត់ផ្គង់គំនិតដែលថា មិនអាចទៅរួចចោលទៅ ហើយខិតខំធ្វើកិច្ចការឲ្យអស់ពីលទ្ធភាពទើបជាផ្លូវឆ្ពោះទៅរកភាពជោគជ័យ។

២.២.៣. ត្រូវទទួលស្គាល់ការពិត

ដើម្បីអាចកែប្រែស្ថានភាពណ៍អាក្រក់ផ្សេងៗ ជំហានដំបូងបំផុតគឺត្រូវតែចេះទទួលស្គាល់ការពិតជាមុនសិន។ មានមនុស្សជាច្រើន បានអួតខ្លួនឯងថាអស្ចារ្យនិង មានសមត្ថភាពខ្ពស់ ប៉ុន្តែនៅពេលមានបញ្ហាកើត

⁵ គេហទំព័រ <https://spean-kh.com/2018/06/06/5-things-to-learn-from-entrepreneur-for-your-career/>

ឡើង គឺមិនអាចដោះស្រាយបានហើយព្យាយាមបិទបាំងការពិតដោយទំលាក់កំហុសនេះទៅកាន់អ្នកដទៃវិញ។ នេះគឺជាចំណុចអវិជ្ជមានបំផុតព្រោះបើកាលណាអ្នកមិនទទួលស្គាល់ការពិតទេនោះ អ្នកនឹងរស់នៅជាមួយនឹង ស្រមោលនៃភាពជោគជ័យដែលគ្មានថ្ងៃអាចចាប់យកបានឡើយ។ ដូច្នេះហើយ ត្រូវទទួលស្គាល់ថា ខ្លួនមាន សមត្ថភាពកម្រិតណាមានធនធានកម្រិតណា និង បញ្ហាប្រឈមកម្រិតណា ដើម្បីអាចកែប្រែឲ្យអ្វីៗប្រសើរឡើង វិញបានជាពិសេសក្នុងពេលធ្វើជំនួញ។

២.២.៤. ត្រូវចេះអភិបាលឱកាស

ឱកាសពិតជាមានសារសំខាន់បំផុតសម្រាប់ មនុស្សគ្រប់រូបជាពិសេសក្នុងវិស័យជំនួញ។ នៅពេលឱកាស ល្អមកដល់ អ្នកមិនគួរព្រងើយកន្តើយនោះឡើយព្រោះភាពព្រងើយកន្តើយនេះនឹងធ្វើឲ្យអ្វីៗកន្លងផុតទៅជាអសារ រង់មិនខាន។ អ្នកខ្លះចំណាយពេលយូរពេកដើម្បីគិត រហូតធ្វើអ្វីមិនកើតព្រោះវិភាគរហូតដល់លែងហ៊ានធ្វើអ្វី ទាំងអស់ដោយខ្លាចនេះខ្លាចនោះរហូត ទោះបីជាឱកាសល្អមកដល់ក៏ដោយ។ ដូច្នេះ អ្នកត្រូវតែសម្រេចចិត្តឲ្យ បានរហ័សនិងត្រឹមត្រូវបំផុតដើម្បីបញ្ចៀសការសោកស្តាយនៅពេលអនាគត។

២.២.៥. មានទំនួលខុសត្រូវខ្ពស់បំផុត

ទំនួលខុសត្រូវគឺ ជាចំណុចដ៏សំខាន់ដែល មនុស្សគ្រប់រូបមិនអាចខ្វះបាន។ ក្នុងវិស័យជំនួញ ក៏ មិនខុសពីវិស័យផ្សេងទៀតដែរ បើកាលណាអ្នកជាមនុស្សដែលគ្មានទំនួលខុសត្រូវខ្ពស់(ពោលគឺធ្វើអ្វីៗឲ្យតែរួច ពីដៃ និងទទួលយកតែត្រូវតែមិនទទួលខុស) មានន័យថាអ្នកជៀសមិនផុតពីភាពបរាជ័យធ្ងន់ធ្ងរនៅពេល អនាគតដ៏ឆាប់ខាងមុខឡើយ។ ការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ គឺជាគន្លឹះចាំបាច់មួយដែល ជួយពន្លឿនការងាររបស់អ្នក ឆ្ពោះទៅរកភាពជោគជ័យ ។^៦

២.៣. ជំនាញសហគ្រិន

ជាសហគ្រិន ឬម្ចាស់អាជីវកម្មមួយរូបមិនមែនជាជឿងងាយស្រួលនោះទេ បើទោះបីជាអ្នកគិតថាងាយ ស្រួលក៏ដោយ។ ទាល់តែសហគ្រិនខ្លួនឯងផ្ទាល់ទើបដឹងថាពិបាកយ៉ាងណា។ ហើយអ្វីដែលធ្វើឲ្យសហគ្រិនជា ច្រើនកាន់តែពិបាកនោះគឺពួកគេខ្វះជំនាញឬមិនធ្លាប់មានបទពិសោធន៍ពីមុន។ ដូចនេះ ខាងក្រោមនេះគឺជាជំនាញ សំខាន់ៗចំនួន ១២ ដែលសហគ្រិនគ្រប់រូបត្រូវតែមានជាដាច់ខាត៖

២.៣.១. ជំនាញគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ

អ្នកមិនអាចសម្រេចគោលដៅហិរញ្ញវត្ថុរបស់អ្នកបាននោះទេ ប្រសិនបើអ្នកមិនចេះគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ ក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកឲ្យបានត្រឹមត្រូវ។ អ្នកត្រូវមានមានរបៀបរបបក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូលចំណាយឲ្យបានត្រឹមត្រូវ

^៦ គេហទំព័រ <https://camhr.com/pages/articles/article.jsp?id=10002970>

។ អ្នកត្រូវស្តារខ្លួនឯងប្រសិនបើអ្នកចំណាយច្រើននិងជាងចំនួនដែលក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នករកបាន ហើយត្រូវធ្វើការ វាស់ស្ទង់រវាងចំណូលចំណាយរបស់អ្នកបានត្រឹមត្រូវ។ អ្នកត្រូវក៏ត្រូវដឹងអំពីច្បាប់នៃការវិនិយោគ និងរៀបចំនៃការ រកផ្លូវចេញនៅពេលក្រុមហ៊ុនជួបបញ្ហាហិរញ្ញវត្ថុ។ ដូចនេះ អ្នកជាសហគ្រិនត្រូវតែចេះគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុឲ្យបាន ត្រឹមត្រូវរៀបចំសាងខាតក៏មិនដឹងចំណេញក៏មិនដឹង ។⁷

២.៣.២. មហិច្ឆតា

មហិច្ឆតាគឺជាជំនាញមួយដែលអ្នកត្រូវតែមាន។ គោលបំណងគឺជាជំនាញដែលអ្នកត្រូវរក្សា នៅពេល អ្នកជួបបញ្ហាលំបាក ឬស្ថានភាពតានតឹងអ្វីមួយ។ វាគឺជាសមត្ថភាពក្នុងការដឹងអំពីគោលដៅ និងមិនត្រូវចាក ឆ្ងាយពីការផ្តោតអារម្មណ៍នៃគោលដៅនោះជាដាច់ខាត។ សហគ្រិនជោគជ័យមានភាពជាធម្មជាតិក្នុងការនៃ ប្តេជ្ញាចិត្តខ្ពស់ និងមានមហិច្ឆតាដែលនេះហើយដែលធ្វើឲ្យពួកគេមានភាពខ្លាំងក្លាក្នុងការបំពេញការងារ។

២.៣.៣. ការរៀនសូត្រ

ការរៀនសូត្រគឺជាដំណើរបន្តគតជាប់។ សហគ្រិនភាគច្រើនបង្កើតកំហុស។ ហើយចំណេះដឹងគឺជា ដំណើរពេញមួយជីវិតរបស់អ្នក។ ដូចនេះ អ្នកត្រូវធ្វើការរៀនសូត្រអំពីព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗដូចជាបច្ចេកវិទ្យា បរិបទ សង្គម និងអ្វីដែលទាក់ទងនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកត្រូវចាំថា សត្វវៃចាស់ក៏នៅតែអាចរៀននូវល្បិចថ្មី បានដែរ។ ដូចនេះ អ្នកត្រូវរៀនសូត្រឲ្យបានច្រើន។

២.៣.៤. ភាពច្នៃប្រឌិត

អ្នកត្រូវការជំនាញច្នៃប្រឌិតដើម្បីក្លាយជាសហគ្រិនជោគជ័យ។ ការធ្វើរឿងដដែលៗ នោះអ្នកនឹងទទួល បានលទ្ធផលដដែល។ ដូចនេះ អ្វីដែលអ្នកត្រូវធ្វើគឺព្យាយាមស្វែងរកនូវភាពច្នៃប្រឌិតរបស់អ្នកដើម្បីស្វែងរក វិធីសាស្ត្រ ឬយុទ្ធសាស្ត្រថ្មីក្នុងការធ្វើអ្វីមួយ។ ភាពច្នៃប្រឌិតមិនមែនជាអ្វីដែលពិបាកនោះទេ ជួនកាលអ្នកគ្រាន់ តែចំណាយពេលដដែកពិភាក្សាជាមួយអ្នកដទៃ ក៏អ្នកទទួលបានភាពច្នៃប្រឌិតបានដែរ។

២.៣.៥. ប្រសិទ្ធភាពការងារ

សហគ្រិនគ្រប់រូបត្រូវមានជំនាញមួយគឺធ្វើការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ សហគ្រិនជោគជ័យត្រូវធ្វើការ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងធ្វើអស់ពីកម្លាំងកាយចិត្ត។

២.៣.៦. ជំនាញសង្គម

⁷ <https://www.bizkhmer.com/articles/73415>

សហគ្រិនមួយចំនួនមិនសូវឲ្យតម្លៃទៅលើជំនាញទំនាក់ទំនងសង្គមឡើយ ដូចនេះហើយពួកគេមិនបានដឹងថាពួកគេនឹងទទួលបានឱកាសច្រើនដោយគ្រាន់តែមានទំនាក់ទំនងឬសេចក្តីជាមួយមនុស្សត្រឹមត្រូវ។ អ្នកត្រូវរៀនសេចក្តីសហគ្រិនណាដែលមានទស្សនវិស័យ មានគោលដៅប្រហាក់ប្រហែលអ្នក ដោយរៀនសូត្រពីពួកគេឲ្យបានច្រើន។ អ្នកត្រូវរៀនសូត្រអំពីយុទ្ធសាស្ត្រជោគជ័យ ដោយវារីនឹងជួយឲ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នកកាន់តែរីកចម្រើនលូតលាស់។

២.៣.៧. ជំនាញគ្រប់គ្រង

ជំនាញទាំងប៉ុន្មានខាងលើនេះមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់សម្រាប់អ្នកនៅឡើយ។ ជាសហគ្រិនអ្នកត្រូវរៀនគ្រប់គ្រងបុគ្គលិករបស់អ្នកឲ្យមានប្រសិទ្ធភាព និងដើម្បីទទួលបានលទ្ធផលការងារល្អ។ អ្នកត្រូវរៀនលើកទឹកចិត្តអភិវឌ្ឍ និងជួយគាំទ្របុគ្គលិករបស់អ្នកជាប្រចាំ។ ការរៀនអំពីការគ្រប់គ្រងជួយអ្នករកឃើញនូវភាពខ្លាំងនិងខ្សោយរបស់បុគ្គលិកអ្នក។

២.៣.៨. ជំនាញផ្សព្វផ្សាយ

ជំនាញផ្សព្វផ្សាយគឺជាជំនាញមួយដែលជួយសម្រួលទៅដល់ការធ្វើអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ក្នុងដំណាក់កាលដំបូងនៃការធ្វើអាជីវកម្ម អ្នកត្រូវដឹងអំពីតួនាទីនៃការធ្វើការផ្សព្វផ្សាយក្នុងបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គម និងចេះប្រើប្រាស់បណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមទាំងអស់នោះ។

២.៣.៩. ការតស៊ូមិនបោះបង់

សហគ្រិនគ្រប់រូបប្រាកដជាមានបទពិសោធន៍បរាជ័យជាមិនខាន។ សហគ្រិនទាំងនោះខិតខំតស៊ូព្យាយាមគ្រប់ឧបសគ្គក្នុងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ ជាសហគ្រិន អ្នកត្រូវមានចិត្តអំណត់ តស៊ូព្យាយាមមិនបោះបង់គ្រប់ស្ថានការណ៍ គ្រប់បញ្ហា គ្រប់កាលៈទេសៈ។

២.៣.១០. ជំនាញគ្រប់គ្រងពេលវេលា

ជំនាញគ្រប់គ្រងពេលវេលាត្រូវបានគេគិតថាជាជំនាញដែលសំខាន់និងមានតម្លៃខ្លាំងណាស់។ សហគ្រិនគ្រប់រូបត្រូវចេះរៀបចំផែនការពេលវេលា និងតារាងពេលវេលាឲ្យបានច្បាស់លាស់ជាប្រចាំថ្ងៃ។ ជំនាញគ្រប់គ្រងពេលវេលាជួយអ្នកក្នុងការរៀបចំនិងផ្តល់អាទិភាពទៅដល់កិច្ចការផ្សេងៗ។ អ្នកត្រូវចាំថាអ្នកនឹងមិនអាចសម្រេចគោលដៅរបស់អ្នកបានទេប្រសិនបើអ្នកគ្មានការគ្រប់គ្រងពេលវេលាឲ្យបានល្អ។

២.៣.១១. ជំនាញទំនាក់ទំនង

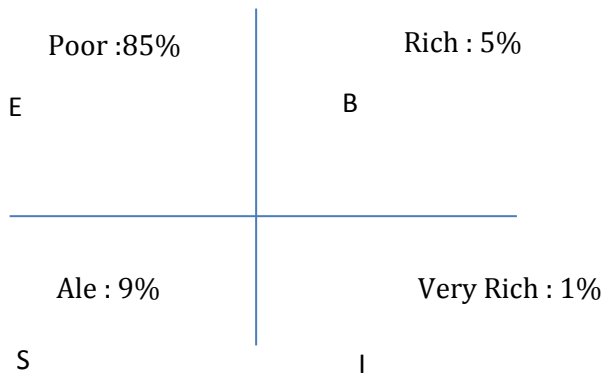
មិនថាអ្នកមានអាជីវកម្មតូចឬធំនោះទេ។ អ្នកត្រូវតែមានទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន បុគ្គលិក និងអ្នកពាក់ព័ន្ធនានា។ តើជំនាញនេះសំខាន់យ៉ាងណាសម្រាប់សហគ្រិន? អ្នកនឹងមិនអាចជោគជ័យបានទេ

ប្រសិនបើអ្នកគ្មានចេះទំនាក់ទំនងបង្ហាញអំពីគុណតម្លៃនៃម៉ាកសញ្ញាអាជីវកម្មរបស់លោកអ្នក។ ដូចនេះអ្នកត្រូវចេះទំនាក់ទំនងឲ្យបានល្អក្នុងអាជីវកម្មនិងក្រៅអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

២.៤. ចំណេះដឹងហិរញ្ញវត្ថុ

២.៤.១. លំហូរសាច់ប្រាក់ ៤ ទិស

លោក Robert Kiyosaki គឺជាអ្នកនិពន្ធសៀវភៅអភិវឌ្ឍហិរញ្ញវត្ថុបុគ្គលដ៏ល្បីឈ្មោះម្នាក់ដែលស្មោះដៃល្បីបំផុតរបស់លោកត្រូវបានគេស្គាល់នោះគឺសៀវភៅមានចំណងជើងថា "Rich Dad Poor Dad"។ លោកបានបែងចែកលំហូរសាច់ប្រាក់ជាបួនប្រភេទ ហើយការយល់ដឹងពីលំហូរសាច់ប្រាក់នេះអាចជួយឲ្យអ្នកកំណត់គោលដៅអនាគតដើម្បីសម្រេចសេរីភាពហិរញ្ញវត្ថុបានប្រសើរ។



រូបភាពទី២.៤ ៖ ជ្រាបលំហូរសាច់ប្រាក់ ៤ ទិស

លំហូរសាច់ប្រាក់នោះលោកបានបែងចែកជាបួនគឺ E-S-B-I។

- ទី១៖ E គឺសំដៅទៅលើ Employee (និយោជិត)។ បើអ្នកស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលនេះ អ្នកក៏កំពុងធ្វើការឲ្យនរណាម្នាក់ ឬក្រុមហ៊ុនណាមួយ។ ពេលវេលាដែលអ្នកធ្វើការគឺប្តូរមកវិញជាកម្រៃ។ អ្នកអាចមានសុវត្ថិភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ តែអ្នកគ្មានពេលសម្រាប់ខ្លួនឯងឡើយ ហើយអ្នកដទៃជាអ្នកកំណត់ចំណូលឲ្យអ្នក។
- ទី២៖ S សំដៅទៅលើ Self-Employed (មានការងារ ឬមុខរបរតូចផ្ទាល់ខ្លួន) ។ ចំណុចនេះអ្នកមានមុខរបរតូចខ្លួនឯង។ តែអ្នកត្រូវចំណាយពេល ចំណាយធនធានដើម្បីគ្រប់គ្រង និងដំណើរការ។ បើអ្នកមានធនធានច្រើន អ្នកអាចមានមុខរបរធំបន្តិច និងចំណូលប្រសើរជាងចំណុចទី១។ អ្នកអាចមានឯករាជ្យតែចំណូលនៅមានកម្រិតជាក់លាក់នៅឡើយ។
- ទី៣៖ B សំដៅលើ Business Owner (ជាម្ចាស់អាជីវកម្មណាមួយ ឬមុខជំនួញណាមួយ)។ នៅចំណុចនេះ អ្នកមានជំនួញខ្លួនឯងដូចចំណុចទីពីរដែរ តែខុសគ្នាត្រង់ថា អ្នកមានប្រព័ន្ធចងឲ្យអ្នកដទៃធ្វើការ

ឲ្យ។ នៅចំណុចនេះ អ្នកមានចំណូលមិនកំណត់ មានពេលវេលាសម្រាប់លំហែផ្ទាល់ខ្លួន។ នៅចំណុចនេះអ្នកអាចគ្រាន់តែគ្រប់គ្រងពីលើ ឬអាចជួលអ្នកដទៃមកគ្រប់គ្រងឲ្យបាន។

• ទី៤៖ I សំដៅលើ Investor (អ្នកវិនិយោគ)។ នៅត្រង់ចំណុចនេះ អ្នកមិនចាំបាច់ធ្វើការទៀតទេគឺ គ្រាន់តែប្រើប្រាក់ធ្វើការឲ្យប៉ុណ្ណោះ។ បើអ្នកមើលឃើញថា ការងារ ឬមុខរបរណាមួយមានឱកាស អ្នកគ្រាន់តែ វិនិយោគជាសាច់ប្រាក់ ហើយចាំទទួលយកប្រាក់ចំណេញតែប៉ុណ្ណោះ។ អ្នកឈរនៅចំណុចនេះមានចំណូលមិនកំណត់ មានពេលវេលាសប្បាយ ហើយមិនចាំបាច់ហត់នឿយគ្រប់គ្រង^៩ ។

២.៤.២.ទ្រព្យ និងបំណុល

- តើអ្វីទៅជា "ទ្រព្យសកម្ម ឬActive Asset"?

ទ្រព្យសកម្ម គឺជាទ្រព្យដែលត្រូវបានប្រើដោយអាជីវកម្មនៅក្នុងប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃ ឬប្រចាំថ្ងៃរបស់ខ្លួន។ ទ្រព្យសកម្មអាចមានលក្ខណៈជាក់ស្តែងដូចជា អគារឬគ្រឿងបរិក្ខារ ឬរូបអរូបី ដូចជា ប័ណ្ណសិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ។ ទ្រព្យសកម្មត្រូវបានរាយជាទ្រព្យនៅលើតារាងតុល្យការរបស់អាជីវកម្ម ។ ប្រភេទដែលជាចំណុចសំខាន់នៃភាពខុសគ្នានៃទ្រព្យសម្បត្តិគឺជាសមត្ថភាពបង្កើតប្រាក់ចំណូល។

ទ្រព្យសកម្មដែលតម្រូវឱ្យរក្សាប្រតិបត្តិការស្តង់ដារខណៈដែលប្រាក់ចំណូលត្រូវបានចាត់ថ្នាក់ជាទ្រព្យសកម្ម។

អាជីវកម្មពឹងផ្អែកទៅលើទ្រព្យសកម្មដើម្បីដំណើរការជារៀងរាល់ថ្ងៃ។ ទ្រព្យសកម្មឈរផ្ទុយទៅនឹងទ្រព្យអសកម្មដែលមិនចាំបាច់សម្រាប់អាជីវកម្មនៅពេលដែលបានកំណត់ដើម្បីប្រតិបត្តិការ។ ទ្រព្យសកម្មក៏មិនគួរច្រឡំជាមួយការបែងចែកទ្រព្យសកម្មដែលជាប្រភេទយុទ្ធសាស្ត្រវិនិយោគ។

ទ្រព្យដែលមិនមែនជាមូលដ្ឋាននៃប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃរបស់អាជីវកម្មអាចបង្កើតប្រាក់ចំណូលដូចជាមូលបត្រធនាគារប៉ុន្តែទ្រព្យសម្បត្តិទាំងនេះមិនសកម្មដោយសារតែពួកវាមិនត្រូវបានរក្សាមុខរបរឱ្យដំណើរទៅដោយធម្មតា ។^៩

ក្រុមអ្នកវិភាគនិងអ្នកគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មត្រូវពិនិត្យទ្រព្យសកម្មដើម្បីមើលពីការវិនិយោគក្នុងពេលប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ ប្រសិនបើទ្រព្យសកម្មមួយចំនួនដែលមានសារៈសំខាន់ចាំបាច់ចំពោះប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មប្រចាំថ្ងៃមានការផ្លាស់ប្តូរជាច្រើន វាអាចបង្ហាញពីការខូចខាតក្នុងដំណើរការហិរញ្ញវត្ថុប្រតិបត្តិការ។ បច្ចុប្បន្នទ្រព្យសកម្មគឺជាធាតុស្តង់ដារនៃវិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងហានិភ័យសហគ្រាស។

^៩ <https://km.chalized.com #cambonomicTimes #4waycashflow>

កម្រិតនិងលក្ខណៈនៃទ្រព្យសកម្មនឹងផ្លាស់ប្តូរជាមួយនឹងឧស្សាហកម្មផ្សេងៗគ្នាឬសូម្បីតែក្រុមហ៊ុន អាជីវកម្មជាក់លាក់ដែលមាននីតិវិធីប្រតិបត្តិការខុសៗគ្នាប៉ុន្តែមកពីឧស្សាហកម្មដូចគ្នា។ ឧទាហរណ៍ អាជីវកម្ម ពីរដែលលក់ផលិតផលស្រដៀងគ្នានេះតាមអ៊ិនធឺណែតអាចប្រើប្រាស់ការអនុវត្តន៍ប្រភពធនធានផ្សេងៗ គ្នាយ៉ាងទូលំទូលាយនៅក្នុងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងដើម្បីទទួលបានលើការគ្រប់គ្រងដើមទុន ។ នៅទីនេះអាជីវកម្ម មួយអាចដំណើរការគោលនយោបាយសារពើភ័ណ្ឌដ៏គួរឱ្យភ្ញាក់ផ្អើលមួយខណៈ ដែលមួយទៀតប្រើចនាបទអភិរក្សបន្ថែមដោយរក្សាផលិតផលជាច្រើននៅលើដៃ។ មិនមានវិធីត្រឹមត្រូវឬ ខុសតែមួយ។ រក្សាកម្រិតទ្រព្យសកម្មគឺជាផ្នែកមួយនៃយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងធំជាងគេ។

- បំណុល អាក្រក់

បំណុលអាក្រក់ គឺសំដៅលើការខ្ចីមកដើម្បី ទិញឡាន ទិញម៉ូតូ ទិញទូរស័ព្ទដៃទំនើបៗ ទិញ សម្ភារៈផ្សេងៗ ដើម្បីឱ្យមើលទៅទាន់សម័យហ៊ីហា នឹងគេ ។ល។ ឡាន ម៉ូតូ ទូរស័ព្ទ តម្លៃវា នឹងធ្លាក់ចុះ ពី មួយថ្ងៃ ទៅ មួយថ្ងៃ។ បើនិយាយពី ឡានវិញ ត្រូវត្រៀមលុយសម្រាប់ចាក់សាំង និងមើលជំងឺវា ទៀត ឧទាហរណ៍ ខ្ចីលុយ ៣០,០០០ ដុល្លារ ដើម្បីទិញឡានដែលមានការប្រាក់ ១២% ក្នុងមួយឆ្នាំ អត្រាការប្រាក់ដែលត្រូវបង់ប្រចាំខែគឺ ៣០០ ដុល្លារ លុយចាក់សាំងក្នុងមួយខែៗ អាចពី១៥០ ដុល្លារ ឬ ច្រើនជាងនេះ អាស្រ័យទៅលើការប្រើប្រាស់ ពេលខូចម្តងៗត្រូវត្រៀមលុយ ៣០០-៥០០ ដុល្លារ ឬ អាច ច្រើនជាងហ្នឹង មួយឆ្នាំ ឬ ពីរឆ្នាំក្រោយមក តម្លៃឡាននោះអាចថយមកនៅ ត្រឹម ២៥,០០០ ដុល្លារ។

- បំណុលល្អ

បំណុលល្អ គឺសំដៅលើបំណុលទាំងឡាយណាដែលខ្ចីមក ដើម្បីរកស៊ីវិនិយោគពង្រីកជំនួញទិញ ទ្រព្យ ដែលតម្លៃ នឹងមានការកើនឡើងទៅតាមពេលវេលា ឧទាហរណ៍ ខ្ចីលុយ ដើម្បីមករកស៊ីដែល មាន អត្រាការប្រាក់ ១២% ក្នុងមួយឆ្នាំ ហើយមកដាក់ទុនរកស៊ីដែលអាចចំណេញ ២៥% -៣០% ក្នុង មួយឆ្នាំ បន្ទាប់ពីសងការប្រាក់ ហើយនៅប្រាក់ចំណេញបាន ១៣%-១៨% ហើយបានទាំងបទ ពិសោធន៍ទៀត។

និយាយរួមបំណុល គឺមិនអាក្រក់ទេ វាអាស្រ័យទៅលើការប្រើប្រាស់របស់អ្នកខ្ចីតែប៉ុណ្ណោះ។ ជំនួញកាន់តែធំពាក់គេ កាន់តែច្រើន ឬ ត្រូវការលុយកាន់តែច្រើន ។ មហាសេដ្ឋីល្បី ៗ ដូចជា Robert Kyosaki, Donald Trump, Warren Buffet សុទ្ធតែយក បំណុលមក បង្កើនទ្រព្យ ។⁹

២.៥. របៀបចាស់ល្មុយ

⁹ By: Sokchea Pheourk (<https://www.facebook.com/SokcheaPheourk/>)Math and Money Academy (<https://www.facebook.com/MathandMoneyAcademy/>)Copyright© 2018

លុយ គឺជាបសសំខាន់មួយក្នុងចំណោមរបស់ទាំងអស់ដែលអ្នកត្រូវការក្នុងការបង្កើតក្រុមហ៊ុន ព្រោះ បើគ្មានវាទេទោះបីជាអ្នកមាន សមត្ថភាពយ៉ាងណាក៏ដោយក៏មិនអាច សម្រេចបំណងដែរ ។ ខាងក្រោមនេះជា របៀបសន្សំ និងចាយលុយក្នុងផ្លូវត្រូវ ៖

- ត្រូវយកតែលុយដែលអ្នកបន្តាក់ទុនមកចាយវាយ ហើយទុកលុយអ្នកដើម្បីសង្គ្រោះ ក្រុមហ៊ុន នៅពេលលំបាក ។
- មុនពេលចាយវាយ លើអ្វីមួយត្រូវតែគិតឲ្យច្បាស់លាស់ជាមុនសិន ។
- មិនត្រូវចាយវាយផ្ដេសផ្ដាសលើការសប្បាយផ្ទាល់ខ្លួន។
- ត្រូវរក្សាលុយដែលចំណេញទុក ដើម្បីបន្តាក់ទុនលើអ្វីដែលអាចធ្វើឲ្យលុយអ្នកកើន ជាលំដាប់
- ត្រូវចេះសន្សំសំចៃមិនត្រូវស្តាប់ពាក្យអូសទាញរបស់អ្នកដទៃ ដោយយកលុយទៅធ្វើរឿងឥត បានការនោះទេ។

ដូចនេះ អ្នកគួរតែធ្វើតាមវិធីខាងលើនេះ ដើម្បីឲ្យក្រុមហ៊ុនអ្នកមានដំណើរការល្អជាងរហូត ។¹⁰

២.៦. កេរ្តិ៍បាត់បង់

វិធីរកលុយបានច្រើន: 12 គន្លឹះសំរាប់ភាពជោគជ័យ¹¹

១. ជាបឋមគួរកត់សំគាល់ថាការចំណាយមិនគួរលើសពីប្រាក់ចំណូលនោះទេ។ នេះគឺជាច្បាប់ដំបូង និងសំខាន់។

២. ប្រសិនបើអ្នកគិតពី របៀបរកលុយឱ្យបាន របស់អ្នកត្រូវដឹងថាអ្នកគ្រាន់តែត្រូវការដោះស្រាយបញ្ហា ដែលគ្មានអ្នកណាម្នាក់នឹងធ្វើវាសម្រាប់អ្នកព្រោះមានតែអ្នកប៉ុណ្ណោះដែលមានសមត្ថភាពក្នុងវិស័យនេះ។ ប៉ុន្តែវាជាការល្អប្រសើរជាងមុន ក្នុងការប្រគល់ការងារដែលនៅសេសសល់ដល់អ្នកដទៃទៀត ពីព្រោះពេលនោះ អ្នកនឹងមានពេលវេលាដ៏ច្រើនក្នុងការសន្សំដែលអាចចំណាយទៅលើការអនុវត្តផែនការសកម្មភាពបន្ថែម សម្រាប់ប្រាក់ចំណូល។

៣. សូមព្យាយាមមិនឱ្យធ្វើកិច្ចការទាំងអស់ក្នុងមួយថ្ងៃព្រោះវាអាចទៅរួចនៅថ្ងៃស្អែកវានឹងបង្ហាញថា ភាគច្រើននៃបរិមាណដែលបានប្រតិបត្តិមិនអាចត្រូវបានធ្វើ ។

៤. ក្នុងរបៀបរកលុយបានច្រើនចូរព្យាយាមមិនធ្វើម្តងហើយម្តងទៀតនិងធ្វើការងារដូចគ្នា។ បង្កើតអ្វី ដែលថ្មីនិងមិនទាន់បានរុករក ។

¹⁰ www.health.com.kh

¹¹ (<https://km.unansea.com>)

៥. វាក៏មានសារៈសំខាន់ផងដែរក្នុងការបង្កើតដៃគូប្រកួតប្រជែង។ ចំពោះបញ្ហានេះអ្នកមិនចាំបាច់ ត្រូវការនរណាម្នាក់ដឹងអំពីការរីកចម្រើននិងសមិទ្ធផលរបស់អ្នកទេ ។

៦. មនុស្សរកប្រាក់។ នេះគឺជាការពិត។ ពីព្រោះវាអាស្រ័យទៅលើអ្នកថាតើអ្នកនឹងរកបានប៉ុន្មាន។ វាជាការសំខាន់ក្នុងការចងចាំថាផ្តាច់មុខគឺជាផលចំណេញ។ ប្រសិនបើនរណាម្នាក់កំពុងធ្វើអ្វីមួយ ស្រដៀងគ្នាអ្នកមិនគួររំពឹងថាជោគជ័យនៅក្នុងវិស័យនេះទេ។

៧. ប្រសិនបើអ្នកបរាជ័យសូមកុំសងសឹកនរណាម្នាក់។ ដំបូងបង្អស់វាត្រូវចំណាយពេលនិងថាមពលជាច្រើនដែលជាការបង្កគ្រោះថ្នាក់ដល់អាជីវកម្ម។

៨. ជាការរំលោភបំពានយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរនៅក្នុងវិស័យទំនាក់ទំនងរូបិយវត្ថុ៖ ដើម្បីទទួលបាននិងផ្តល់ អ្វីមួយដោយឥតគិតថ្លៃ។ ការងារណាមួយត្រូវតែបង់។

៩. ប្រសិនបើ អ្នករៀនរកប្រាក់ចំណេញពីអាជីវកម្មខ្នាតតូចអ្នក នឹងមិនមានបញ្ហាក្នុងការគ្រប់គ្រង ជំនួញធំនោះទេ។

១០. សូមព្យាយាម ដើម្បីគ្រប់គ្រងលើការគិតរបស់អ្នកនៅក្នុងវិធីមួយដែល វាធ្វើការតែដើម្បីសម្រេច បាននូវគោលដៅជាក់លាក់មួយពេលគឺដើម្បីរកប្រាក់ចំណេញ។

១១. ជៀសវាងលុយងាយៗ ប្រាក់ចំណេញនេះបានសម្រាកនិងបង្អាក់គោលដៅនិងការតស៊ូ ហើយ នេះគឺជាវិធីដើម្បីបរាជ័យ។

១២. ហើយរឿងចុងក្រោយ៖ បុរសម្នាក់មិនអាចតែងតែជាអ្នកមាន។ សមត្ថភាពរបស់គាត់គឺក្លាយ ទៅជាគាត់និងបង្កើនដើមទុនរបស់គាត់ជានិច្ច ។

២.៧. ភាពថែរក្សាតក្កុខរឿងហិរញ្ញវត្ថុ

២.៧.១. ធ្វើផែនការហិរញ្ញវត្ថុ

ជំហានទីមួយក្នុងការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុឲ្យបានត្រឹមត្រូវ គឺយើងត្រូវមានផែនការហិរញ្ញវត្ថុ។ អ្នកត្រូវ រៀបចំផែនការហិរញ្ញវត្ថុមិនមែនសម្រាប់តែប្រចាំខែប៉ុណ្ណោះទេ អ្នកត្រូវរៀបចំសម្រាប់អនាគតផងដែរ។ វាស្តាប់មើលទៅដូចជារឿងធម្មតាណាស់ ប៉ុន្តែវានឹងធ្វើឲ្យអ្នកភ្ញាក់ផ្អើលនៅពេលដែលអ្នកធ្វើវាដោយ យកចិត្តទុកដាក់និងមានភាពច្បាស់លាស់។ វាអាចឲ្យអ្នកដឹកពីប្រភពនៃការចំណាយផ្សេងៗនិងចំនួនដែល អ្នកបានចំណាយ រួចទាំងអាចឲ្យអ្នកកំណត់បានថា តើអ្នកចំណាយចំគោលដៅដែរឬទេ។

២.៧.២. កំណត់គោលដៅសម្រាប់ការសន្សំ

នៅពេលដែលយើងបានរៀបចំផែនការហិរញ្ញវត្ថុហើយ ក្នុងការបង្កើតគោលដៅសន្សំគឺមានភាពងាយ ស្រួលណាស់ ព្រោះអ្នកអាចដឹងពីចំណូលនិងការចំណាយជាប្រចាំខែរបស់អ្នក។ គោលដៅ

នៃការសន្សំទីមួយ គឺសន្សំសម្រាប់បញ្ហាបន្ទាន់។ ក្នុងករណីទសៈដែលអ្នកត្រូវការលុយភ្លាមៗដូចជា នៅពេលដែលអ្នកឈឺ បាត់បង់ការងារ ឬជួសជុលផ្ទះជាដើម។ វាអាចជួយដោះស្រាយបញ្ហាអ្នកបានទាន់ពេលវេលា និងធ្វើឱ្យអ្នកជៀសផុតពីស្ថានភាពអាក្រក់។

គោលដៅសន្សំទីពីរ គឺសន្សំសម្រាប់ការកម្សាន្ត ដូចជា ធ្វើដំណើរកម្សាន្តទៅកន្លែងដែលអ្នកចង់ទៅ ឬទិញរបស់ដែលអ្នកស្រលាញ់ជាដើម ។ គោលដៅសន្សំទីបី គឺសន្សំសម្រាប់អនាគតមានន័យថា វាជាគ្រាប់ពូជដើម្បីបង្កើតលុយផ្សេងទៀតក្នុងថ្ងៃអនាគតរបស់អ្នក។ អ្នកអាចយកលុយដែលអ្នកបានសន្សំនេះ ធ្វើជាដើមទុកក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម ឬការវិនិយោគលើវិស័យផ្សេងៗដើម្បីទទួលបានផលចំណេញ ។

២.៧.៣. ដោះស្រាយបំណុលរបស់អ្នក

អ្នកត្រូវដឹងពីបំណុលដែលអ្នកត្រូវដោះស្រាយក្នុងមួយខែៗ បន្ទាប់ពីអ្នកបានដឹងរួចហើយអ្នកអាចរៀបចំផែនការដើម្បីដោះស្រាយបន្តិចម្តងៗ។ ពេលនោះអ្នកនឹងមានអារម្មណ៍ថាអ្នកបានធ្វើស្រឡាញ់លើបំណុលហើយការសន្សំរបស់អ្នកក៏មានការកើនឡើងផងដែរ ។¹²

២.៨. ប្រវត្តិនៃការយកពន្ធ

ព័ត៌មានអំពីពន្ធដារសហព័ន្ធ

ព័ត៌មានអំពីពន្ធដារអាចពិបាកយល់ ទោះជាវាក្នុងភាសាណាមួយក៏ដោយ។ វាអាចកាន់តែពិបាកប្រសិនបើព័ត៌មានមិនបានផ្តល់ជាភាសាដែលអ្នកចង់បាន។ យើងកំពុងធ្វើការដើម្បីផ្តល់ជូនធនធានពន្ធដាររបស់យើងក្នុងភាសាបន្ថែមទៀត។ ក្នុងពេលជាមួយគ្នានេះ យើងបានបង្កើតសេចក្តីណែនាំនេះដើម្បីជួយអ្នករកឃើញព័ត៌មានដែលអ្នកត្រូវការ ដើម្បីបង់ពន្ធ និងដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធសហព័ន្ធរបស់អ្នក ។

បណ្តាញភ្ជាប់ភាគច្រើននៅលើទំព័រនេះ ចូលទៅកាន់មាតិកាភាសាអង់គ្លេស។

នៅលើទំព័រនេះ អ្នកនឹងឃើញព័ត៌មានអំពីប្រធានបទទាំងនេះ៖

- សិទ្ធិរបស់អ្នកជាអ្នកបង់ពន្ធ (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#YourRightsasaTaxpayer>)
- អ្នកណាចាំបាច់ត្រូវការដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធ (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#WhoNeedstoFile>)

¹⁵(<https://www.facebook.com/kandara19>)

¹²www.thephnompenhtimes.com

- បង់ពន្ធរបស់អ្នកនៅពេលអ្នករកបានប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នក

(<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxeskhmer#PayYourTaxWhenYouEarnYourIncome>)

- ការដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធសម្រាប់អ្នក និងក្រុមគ្រួសាររបស់អ្នក (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#FilingforYouandYourFamily>)
- ការដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#FilingforYourBusiness>)
- រកជំនួយរៀបចំដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធរបស់អ្នក (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#GetHelpPreparingYourTaxReturn>)
- ប្រាក់បង្វិលសងវិញ (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#Refunds>)
- ជម្រើសការបង់ប្រាក់ (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#PaymentOptions>)
- ទទួលបានជំនួយជាមួយ IRS (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#GetHelpWiththeIRS>)
- ព័ត៌មានអំពីពន្ធរបស់អ្នក (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#YourTaxInformation>)
- ចម្លើយចំពោះសំណួរអំពីពន្ធរបស់អ្នក (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#AnswerstoYourTaxQuestions>)
- សេវាកម្មបកប្រែភាសា (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#InterpretationServices>)
- សិទ្ធិរបស់អ្នកជាអ្នកបង់ពន្ធ (<https://www.irs.gov/pub/irs-pdf/p1km.pdf>) PDF (<https://www.irs.gov/pub/irs-pdf/p1km.pdf>)
- (<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed>)
- (<https://www.irs.gov/individuals/employees/tax-withholding>) ឬ ការបង់ពន្ធប៉ាន់ស្មាន (<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/estimated-taxes>)

ឧបករណ៍ប៉ាន់ស្មានពន្ធកាត់ទុក (ជាភាសាអង់គ្លេស) (<https://www.irs.gov/individuals/tax-withholding>)

[estimator](#))របស់យើង ដើម្បីពិនិត្យមើលការកាត់ទុកពន្ធរបស់អ្នកហើយត្រូវប្រាកដថាអ្នកមានចំនួនពន្ធកាត់ទុក គ្រប់គ្រាន់ដើម្បីគ្របដណ្តប់លើវិក្កយបត្រពន្ធរបស់អ្នក។

ពន្ធប៉ាន់ស្មាន

ប្រសិនបើអ្នកកំពុងប្រកបអាជីវកម្មដោយខ្លួនឯង ជាទូទៅអ្នកចាំបាច់ត្រូវបង់ពន្ធប៉ាន់ស្មាន។

ប្រសិនបើ អ្នករំពឹងថានឹងជំពាក់ពន្ធចំនួន ១,០០០ ដុល្លារឬច្រើនជាងនេះនៅពេលអ្នកដាក់ឯកសារ ប្រកាសពន្ធ ។ ការនេះអាចកើតឡើងប្រសិនបើអ្នកជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិទោល ឬជាដៃគូអាជីវកម្ម ឬអ្នកជា កម្មករធ្វើ ការក្រោមកុងត្រារយៈពេលខ្លី។ អ្នកអាចត្រូវដាក់ពិន័យ ប្រសិនបើការបង់ពន្ធប៉ាន់ស្មានរបស់អ្នកយឺត ទោះបី ជាអ្នកនឹងទទួលបានប្រាក់បង្វិលសងវិញ នៅពេលអ្នកដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធរបស់អ្នកក៏ដោយ ។ ការដាក់ ឯកសារប្រកាសពន្ធសម្រាប់អ្នក និងក្រុមគ្រួសាររបស់អ្នក

ទទួលព័ត៌មានអំពីរបៀប ដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធផ្ទាល់ខ្លួន (ជាភាសាអង់គ្លេស)

<https://www.irs.gov/individuals>) សម្រាប់អ្នក និងក្រុមគ្រួសាររបស់អ្នក។

ពេលណាត្រូវដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធ

កាលបរិច្ឆេទផុតកំណត់នៃការដាក់ឯកសារ និងការបង់ពន្ធសម្រាប់បុគ្គល និងក្រុមគ្រួសារ ជាទូទៅគឺ នៅថ្ងៃទី១៥ ខែមេសា ។ សូមមើលទំព័ររបស់យើងអំពី ពេលណាត្រូវដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធ (ជា ភាសាអង់គ្លេស) (<https://www.irs.gov/filing/individuals/when-to-file>) សម្រាប់ព័ត៌មានអំពីការលើកលែង និងកាលបរិច្ឆេទកំណត់ការពន្យាពេលដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធ។

ព័ត៌មានដែលអ្នកចាំបាច់ត្រូវដាក់ក្នុងឯកសារប្រកាសពន្ធ

- លេខអត្តសញ្ញាណកម្មអ្នកបង់ពន្ធ
- លេខអត្តសញ្ញាណកម្មអ្នកបង់ពន្ធ

(<https://www.irs.gov/individuals/individual-taxpayer-identification-number>) ឬ ITIN ត្រូវ បានចេញឱ្យសម្រាប់តែការដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធសហព័ន្ធ និងការធ្វើរបាយការណ៍ពន្ធសហព័ន្ធប៉ុណ្ណោះ។

➤ ITIN ៖

- ផ្តល់សិទ្ធិឱ្យអ្នកធ្វើការនៅ U.S
- ធ្វើឱ្យអ្នកមានសិទ្ធិទទួលបានប្រាក់បំណាច់សន្តិសុខសង្គម
- មានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ឥណទានពន្ធប្រាក់ចំណូលដែលរកបាន(ជាភាសាអង់គ្លេស)

(<https://www.irs.gov/credits-deductions/individuals/earned-income-tax-credit-eitc>)

➤ របៀបដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធ

- ការដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធតាមបែបអេឡិចត្រូនិច
- ការដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធតាមបែបអេឡិចត្រូនិច – ឬ e-filing – គឺពេលណាអ្នកប្រើកម្មវិធីកុំព្យូទ័រពាណិជ្ជកម្មរៀបចំពន្ធ ដើម្បីផ្ញើឯកសារប្រកាសពន្ធលើប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នកទៅ IRS តាមរយៈអ៊ីនធឺណិត។

➢ ការដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក ព័ត៌មានដែលអ្នកចាំបាច់ត្រូវដាក់ក្នុងឯកសារប្រកាសពន្ធលេខអត្តសញ្ញាណកម្មអ្នកបង់ពន្ធ អាជីវកម្មភាគច្រើន - និងរាល់និយោជិកទាំងអស់ - ចាំបាច់ត្រូវការលេខអត្តសញ្ញាណកម្មនិយោជិក (ជាភាសាអង់គ្លេស) (<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/employer-id-numbers>) ឬ EIN ដើម្បីដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធ។ ការដាក់ពាក្យសុំ EIN (ជាភាសាអង់គ្លេស) (<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/apply-for-an-employer-identification-number-ein-online>) តាមអ៊ីនធឺណិត ហើយទទួលបានលេខរបស់អ្នកភ្លាមៗ ។

➢ ពន្ធអាជីវកម្មរចនាសម្ព័ន្ធនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក(ជាភាសាអង់គ្លេស) (<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/business-structures>) កំណត់ពីពន្ធអាជីវកម្ម (ជាភាសាអង់គ្លេស) (<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/business-taxes>)ដែលអ្នកត្រូវបង់ និងរបៀបដែលអ្នកបង់។

សូមចងចាំថា អ្នកត្រូវតែបង់ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នកដោយធ្វើការបង់ ពន្ធបានប៉ាន់ស្មាន (ជាភាសាអង់គ្លេស) (<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/estimated-taxes>) ទៀងទាត់ក្នុងអំឡុងឆ្នាំជាប់ពន្ធ ។

ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលអាជីវកម្ម រាល់អាជីវកម្មទាំងអស់ លើកលែងតែក្រុមហ៊ុនអ្នកដៃគូហ៊ុនគ្នា ត្រូវដាក់ឯកសារប្រកាសពន្ធលើប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ។ ក្រុមហ៊ុនអ្នកដៃគូហ៊ុនគ្នា ដាក់ព័ត៌មានប្រកាសពន្ធ។

សំណុំបែបបទមួយណាដែលអ្នកប្រើ អាស្រ័យលើរបៀបរៀបចំអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ សូមយោងទៅ រចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម (ជាភាសាអង់គ្លេស) (<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/business-structures>) ដើម្បីឱ្យបានដឹងថាតើសំណុំបែបបទមួយណាដែលអ្នកត្រូវដាក់ ដែលអាស្រ័យលើអង្គការអាជីវកម្មដែលអ្នកបានបង្កើត។

ពន្ធអាករ

<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/excise-tax>

ប្រសិនបើអាជីវកម្មរបស់អ្នក៖

- ផលិត ឬលក់ផលិតផលជាក់លាក់
- ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មប្រភេទជាក់លាក់
- ប្រើប្រភេទគ្រឿងប្រដាប់ គ្រឿងបរិក្ខារ ឬផលិតផលផ្សេងៗគ្នាជាច្រើន
- ទទួលបានប្រាក់សម្រាប់សេវាកម្មជាក់លាក់

អាជីវកម្មអន្តរជាតិ

អាជីវកម្មបរទេសដែលមានសកម្មភាពនៅសហរដ្ឋអាមេរិក ឬអាជីវកម្មក្នុងប្រទេសដែលមានសកម្មភាពនៅខាងក្រៅសហរដ្ឋអាមេរិក ត្រូវតែបំពេញតាមតម្រូវការជាក់លាក់សម្រាប់ អាជីវកម្មអន្តរជាតិ (ជាភាសាអង់គ្លេស) <https://www.irs.gov/individuals/international-individuals>¹³

¹³<https://www.tax.gov.kh>

ជំពូកទី៣

ការវិភាគ និងពិភាក្សាលើលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ

៣.១. យុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម

ការមានផែនការ យុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មគឺជាជំនាញមួយដ៏សំខាន់សម្រាប់សហគ្រិន។ ការមានយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មច្បាស់លាស់ ជួយធ្វើឲ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នករីកចម្រើន ។

៣.២. ការវិភាគទីផ្សារ និងយុទ្ធសាស្ត្រសម្របសម្រួលខ្លួន

៣.២.១. ការវិភាគទីផ្សារ

ការវិភាគទីផ្សារ ដែលចាំបាច់មាននៅក្នុងគម្រោងអាជីវកម្ម អាចមានទៅបាន ទាល់តែអ្នកមានគម្រោងផលិតផល និងសេវាកម្មជាមុនសិន។ គម្រោងផលិតផល និងសេវាកម្មនោះ គឺជាផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលអ្នកជ្រើសយកមកលក់ ឬផលិត ហើយត្រូវមានព័ត៌មានដែលពាក់ព័ន្ធនឹងផលិតផលនោះទាំងអស់ ដូចជា បរិមាណ គុណភាព ការវេចខ្ចប់ រយៈពេលនៃការផលិត មុខងារ គុណភាពប្រសិទ្ធភាព និងឈ្មោះរបស់វាជាដើម។ បន្ទាប់មកអ្នកត្រូវយកគម្រោងផលិតផលនោះ ទៅធ្វើការវិភាគទីផ្សារ ថាវាអាចចូលទីផ្សារបានឬអត់ ហើយដោយរបៀបណា?

ជាទូទៅ ចំណុចនៃការវិភាគទីផ្សារនេះ មានព័ត៌មានអំពីទីផ្សារគោលដៅ គូប្រជែង និងវិធីដែលអ្នកផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នកចូលទីផ្សារ។ ខាងក្រោមនេះ គឺជាចំណុចតូចៗដែលមាននៅក្នុងការវិភាគទីផ្សារសម្រាប់ដាក់នៅក្នុងគម្រោងអាជីវកម្ម៖

- **ពិពណ៌នាអំពីមុខរបរ និងប្រមើលមើលអនាគតរបស់វា** ៖ វិភាគអំពីមុខរបរនឹងថាវាមានទំហំប៉ុណ្ណាកម្រិតនៃការលូតលាស់របស់វាខ្ពស់ ឬទាប ទំនរបស់អតិថិជនមានការប្រែប្រួលយ៉ាងម៉េចដែរ និងស្រមៃមើលថាមុខរបរនោះនឹងរីកចម្រើនឬអត់ ឬដើរថយក្រោយនៅថ្ងៃអនាគត ដោយផ្អែកលើទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន។
- **ទីផ្សារគោលដៅ** ៖ តើនរណាខ្លះជាអតិថិជនចម្បងរបស់អ្នក? នៅក្នុងចំណុចនេះ ត្រូវមានព័ត៌មាននៃក្រុមអតិថិជនរបស់អ្នក ដូចជា អាយុ ភេទ កម្រិតនៃប្រាក់ចំណូល និងអ្វីដែលពួកគេទាំងនោះចូលចិត្តជាដើម។ នៅក្នុងចំណុចនេះ ក៏គួរតែមានវិធីសាស្ត្រដែលជម្រុញអតិថិជនគោលដៅទិញ និងវិធីយកជោគជ័យនៅក្នុងទីផ្សារផងដែរ។ វាមិនមែនជារឿងល្អឡើយ ប្រសិនបើអ្នកមានផលិតផល ឬសេវាកម្ម ប៉ុន្តែមិនដឹងយកវាទៅលក់ឲ្យនរណា។

- **កំណត់ពេល** ៖ កំណត់ពេល គឺសំដៅលើការបំពេញតម្រូវការដល់អតិថិជន នៅពេលពួកគេទិញ។ នៅពេលដែលមានអតិថិជនទិញ អ្នកត្រូវបំពេញតម្រូវការឲ្យបានរហ័សតាមដែលអាចធ្វើបាន ដូចជាគិតលុយ វេចខ្ចប់ និងដឹកជញ្ជូនជាដើមប្រសិនបើអ្នកមានសេវាកម្មដឹងជញ្ជូនដល់អតិថិជន។
- **វិភាគលើការប្រកួតប្រជែង** ៖ តើនរណាខ្លះគឺជាគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក? តើពួកគេមានចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយអ្វីខ្លះ? តើមានឧបសគ្គអ្វីខ្លះ ដែលអ្នកត្រូវជួបកំឡុងពេលចូលដល់ទីផ្សារ?

៣.២.២. ជំនួយសម្រាប់ការសរសេរការវិភាគទីផ្សារ

៣.២.២.១. ការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិត

មានព័ត៌មានខ្លះ អ្នកមិនចាំបាច់ចុះទៅដល់ទីកន្លែងជាក់ស្តែងនោះទេ អ្នកអាចរកវានៅលើអ៊ីនធឺណិតបាន ដូចជាព័ត៌មានមួយចំនួនរបស់គូប្រជែងនៅលើទំព័រ Facebook និងគេហទំព័ររបស់គេ។

៣.២.២.២. ធ្វើងារអតិថិជន

វិធីសាស្ត្រមួយក្នុងចំណោមវិធីសាស្ត្រល្អបំផុតផ្សេងទៀតគឺ យល់អារម្មណ៍របស់អតិថិជន។ មើលផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នក ហើយស្រមៃថាអ្នកគឺជាអតិថិជន តើអ្នកនឹងទិញវាឬអត់? តើមានអ្វីដែលត្រូវកែលម្អបន្ថែមដែរឬទេ? ធ្វើយ៉ាងណាឲ្យផលិតផលនោះកាន់តែល្អប្រសើរឡើង?

៣.២.៣. ស្ទង់មតិ

អ្នកអាចស្ទង់មតិអំពីទីផ្សារ តាមរយៈការ Survey អំពីផលិតផលរបស់អ្នក ថាមានគេចូលចិត្តវាឬអត់ ពេញចិត្តនឹងតម្លៃរបស់វាឬអត់ តើតម្លៃនោះសាកសមនឹងគុណភាពរបស់វាឬអត់ជាដើម។ ការស្ទង់មតិនេះ អ្នកត្រូវកំណត់ក្រុមមនុស្សណាដែលអ្នកត្រូវការទិន្នន័យពីពួកគេជាមុនសិន ហើយការស្ទង់មតិនេះទៀតសោធអ្នកអាចស្ទង់តាមរយៈអនឡាញ សួរផ្ទាល់មាត់ និងឲ្យពួកគេបំពេញ ឬគូសលើក្រដាសក៏បាន។¹⁴

៣.៣. យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ

បច្ចុប្បន្នការប្រកួតប្រជែងក្នុងកិច្ចការជំនួញ កាន់តែមានការលំបាកឡើងៗ ព្រោះការប្រកួតប្រជែងច្រើនធ្វើឲ្យទីផ្សារកាន់តែរួមតូច ពិបាកក្នុងការក្តោបឱកាស ។ ហេតុនេះហើយ ទើបសហគ្រិនជោគជ័យភាគច្រើនប្រើក្បួនយុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ ដែលភាសាអង់គ្លេសហៅថា Blue Ocean Strategy ដើម្បីវាយលុកទីផ្សារដែលគូប្រកួតប្រជែង ឬមានគូប្រកួតប្រជែងតិច ។¹⁵

៣.៣.១. លាងមូលដ្ឋានឱ្យបានមុនគេ

¹⁴ គេហទំព័រ <https://apamat.com/>
¹⁵ https://igtgt.blogspot.com/2017/12/blog-post_14.html

សហគ្រិនជោគជ័យភាគច្រើនប្រើយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ដើម្បីជ្រៀតចូលទីផ្សារឲ្យបានមុនគេ ក្តោបក្តាបឱកាសឲ្យបានមុននេះ។ នៅកម្ពុជាយើង គេសង្កេតឃើញមានមានសេដ្ឋីជាច្រើន បានប្រើកូនរកស៊ីមួយនេះ ដូចជាលោកឧកញ៉ា គិត ម៉េង ជាដើម ព្រោះក្រុមហ៊ុនជាច្រើនដែលបង្កើតឡើងដោយ លោកឧកញ៉ា គិតម៉េងគឺជាក្រុមហ៊ុនរកស៊ីលើផ្នែក ដែលពុំទាន់មានគូប្រកួតប្រជែងនៅឡើយ។ ជាឧទាហរណ៍

ក្រោយពេលបានត្រឡប់មកស្រុកខ្មែរវិញនៅឆ្នាំ ១៩៩១ លោកក៏ចាប់ផ្តើមឃើញឱកាស ជាច្រើន នៅក្នុងទីផ្សារកម្ពុជាដោយលោកបានចាប់ផ្តើមមុនគេនូវក្រុមហ៊ុនបណ្តាញទូរស័ព្ទចល័ត Cellcard នៅឆ្នាំ១៩៩៧។ ឱកាសដែលលោកមិនឲ្យរំលងបាននោះ គឺការផ្តល់សេវាកម្មទូរស័ព្ទដល់ ប្រជាជនខ្មែរ ដែលទើបឆ្លងកាត់សង្គ្រាមនឹងមិនដែលមានទូរស័ព្ទប្រើហើយកំពុងមានតម្រូវការ ក្នុងការទាក់ទងគ្នា។ ការចូលក្នុងទីផ្សារបានមុនគូប្រកួតប្រជែងនេះហើយ ធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុន CellCard បានក្លាយជាក្រុមហ៊ុនលំដាប់លេខមួយនៅកម្ពុជា។

៣.៣.២. យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ

យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ(Blue Ocean Strategy) គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រមួយប្រភេទមានគោលដៅជំរុញឲ្យ អាជីវកម្មងាកចេញពីទីផ្សារដែលកំពុងមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ដែលភាគីជាច្រើនកំពុងស៊ីសាច់ហុត ឈាមគ្នាដែលគេហៅថា ទីផ្សារសមុទ្រក្រហមដោយបង្កើតនូវទីផ្សារថ្មីមួយទៀតដែលគូប្រកួតប្រជែងមិនទាន់ ចាប់ផ្តើម។

៣.៣.៣. ព្យាករណ៍ពីតម្រូវការនាពេលអនាគត

ជំនាញមើលពីអនាគត គឺជាជំនាញមួយដ៏ចាំបាច់របស់សហគ្រិនគ្រប់រូបក្នុងការរកស៊ី ។ បើសហគ្រិនមិនអាចព្យាករណ៍ពីអនាគតបាន នោះអាជីវកម្មរបស់នឹងជួបហានិភ័យកាន់តែខ្ពស់។ សហគ្រិនជោគជ័យតែងតែយកការព្យាករណ៍ពីតម្រូវការទីផ្សារនាពេលអនាគតមកប្រើមុនពេលសម្រេចបើក អាជីវកម្មអ្វីមួយ។ការប្រកួតប្រជែងគ្នានៅលើសមរម្យអាជីវកម្ម ត្រូវបានគេស្គាល់ជាទូទៅថា «សមុទ្រក្រហម» បានក្លាយជាសង្គ្រាមយ៉ាងក្តៅគគុកនាពេលបច្ចុប្បន្ន ដែលក្រុមហ៊ុននីមួយៗខិតខំប្រឹងប្រែងប្រណាំងប្រជែងគ្នា ដើម្បីដណ្តើមយកចំណែកទីផ្សាររៀងៗខ្លួន។ ដោយសារការប្រជែងស៊ីសាច់ហុតឈាមគ្នាលើសមរម្យសមុទ្រក្រហមនេះហើយ ធ្វើឲ្យសហគ្រិននិងអ្នកជំនួញជាច្រើន ដើម្បីបង្កើតកូនសមុទ្រខៀវឡើងមក ដើម្បីគេចចេញពីការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងពេក (ទីផ្សារសមុទ្រក្រហម) ហើយងាកមកបង្កើតនូវទីផ្សារថ្មីមួយទៀត ដែលហៅថា «យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ»។

តើអ្វីទៅជា «យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ»?

តើដើម្បីអាចបង្កើតទីផ្សារថ្មីមួយដែលមិនសូវមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ត្រូវឈរលើគោលការណ៍អ្វីខ្លះ?

ខាងក្រោមនេះជាការសង្ខេប៤ជំហានខ្លីៗ ដកស្រង់ពីសៀវភៅ «យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ ឬ Blue Ocean Strategy»៖

តាមការស្រាវជ្រាវរបស់លោកសាស្ត្រាចារ្យ Kim និង Maugorgne មកពីសាកលវិទ្យាល័យ Harvard នៅក្នុងសៀវភៅដ៏ល្បីល្បាញមួយមានចំណងជើងថា Blue Ocean Strategy បានបង្ហាញអំពីជំហាននៃការអភិវឌ្ឍន៍យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ៤ជំហានដូចតទៅ៖

• ជំហានទី១៖ ការផ្លាស់ប្តូរការផ្គត់ផ្គង់

អ្នកគួរសម្រេចចិត្តថា អ្វីគួរលុបបំបាត់ អ្វីគួរកែសម្រួល ការកាត់បន្ថយ និងការបង្កើតថ្មីជាដើម។ កម្មវត្ថុនៃការផ្លាស់ប្តូរនេះគឺ ធ្វើយ៉ាងណាឲ្យការផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្ម ឬផលិតផលមានលក្ខណៈខុសពីគេ ប៉ុន្តែមិនមែនជាការដែលធ្វើឲ្យប្លែកភ្នែក ប្លែកអារម្មណ៍ តែមួយឆ្នាំ ព្រោះវាអាចគ្រាន់តែការទាក់ទាញអតិថិជនបានតែដំបូង។

• ជំហានទី២៖ ការស្វែងរកអតិថិជនថ្មី ឬបង្កើតទីផ្សារថ្មីមួយ

ជាទូទៅ ការស្វែងរកអតិថិជនថ្មីអាចស្វែងរកតាមរយៈការរុករកពីភាពខ្វះខាតក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មដល់អតិថិជននៅក្នុងចំណោមអាជីវកម្មសមុទ្រក្រហម។ យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ គឺហាក់ដូចជាការបំពេញភាពខ្វះខាតនៃអាជីវកម្មក្នុងទីលានសមុទ្រក្រហម ដោយសារតែអាជីវកម្មទាំងនោះកំពុងគិតតែពីការប្រកួតប្រជែងស្តាប់រស់ ដើម្បីជណ្តើរតំណែងទីផ្សារនិងអតិថិជនរៀងៗខ្លួន ភ្លេចគិតពីតម្រូវការដែលជារៀងមួយដ៏សំខាន់សម្រាប់អតិថិជននៅផ្នែកផ្សេងទៀត។ តាមរយៈលោកសាស្ត្រាចារ្យ Kim និង Maugorgne បានបង្ហាញអំពីគន្លឹះសំខាន់ៗទាំង៦ក្នុងការស្វែងរកអតិថិជនថ្មីដូចជា៖ (១) ស្វែងរកអតិថិជនផ្សេងពីវិស័យរបស់ខ្លួន (២) ស្វែងរកអតិថិជនដែលមិនស្ថិតក្នុងទីផ្សាររបស់ខ្លួន (៣) លក់ឲ្យអតិថិជនដែលស្ថិតក្នុងលំដាប់ផ្សេងៗគ្នា (៤) ផ្តល់សេវាកម្ម ឬផលិតផលដែលជាតម្រូវការថ្មីរបស់អតិថិជន (៥) បន្ថែមនូវផលប្រយោជន៍ដល់អតិថិជន និងទី(៦) ចូលទីផ្សារឲ្យទាន់ពេលវេលា ឬឲ្យបានមុនគេ ដើម្បីសម្របតាមនិន្នាការនៃការអភិវឌ្ឍន៍ថ្មីៗ។

• ជំហានទី៣៖ ការធ្វើតេស្តសាកល្បងអំពីសុពលភាព

ដើម្បីឲ្យដឹងថា តើយុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រស្របនឹងក្រុមហ៊ុនរបស់ខ្លួនឬទេ? តាមរយៈការធ្វើតេស្តទៅលើផ្នែកមួយចំនួនដូចជា អតិថិជន តម្លៃ ការចំណាយផ្សេងៗជាដើម។

• ជំហានទី៤៖ ការអនុវត្តន៍

អ្នកគួរដឹងថា ការផ្លាស់ប្តូរ និងធ្វើអ្វីមួយថ្មីគឺមិនងាយស្រួលនោះទេ ដូច្នេះហើយអ្នកបង្កើតនូវទ្រឹស្តីនៃ យុទ្ធសាស្ត្រសម្រេចខ្លួននេះបានបង្កើតនូវតិចនិកចំនួនពីរគឺ ដំណើរការដោយសមស្រប (តាមរយៈការចូលរួម និងបកស្រាយពន្យល់ ព្រមទាំងបង្ហាញអំពីភាពច្បាស់លាស់នៃការរំពឹងទុក) និងការដឹកនាំដ៏ល្អ។ តិចនិកទាំង ពីរនេះគឺ ជាវិធីសាស្ត្រដែលត្រូវបង្កើតឡើងដើម្បីជួយឲ្យក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកឲ្យទទួលបានផលប៉ះពាល់ជាអតិបរមា ជាមួយនឹងការប្រើប្រាស់អប្បបរមានៃធនធានទាំងនោះ ។

៣.៤. របៀបសរសេរផែនការអាជីវកម្ម

ការសរសេរផែនការអាជីវកម្មមួយប្រហែលជាមិនមែនជាជំហានដំបូងដែលអ្នកធ្វើនៅពេល បង្កើតអាជីវ កម្មរបស់អ្នក នោះទេប៉ុន្តែវាគឺជាជំហានចាំបាច់ដែលអ្នកត្រូវធ្វើនៅចំណុចមួយចំនួន។ នៅពេលអ្នកចាប់ផ្តើមធ្វើ ការលើផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នកកាន់តែឆាប់អ្នកនឹងអាចរកឃើញគំនិតរបស់អ្នកទាំងអស់ ហើយចាប់ផ្តើមស្វែង រកវិនិយោគិននិងការផ្តល់មូលនិធិ។ ផែនការអាជីវកម្ម គឺជាការណែនាំផែនការអាជីវកម្មមួយគឺមិនមានបំណង ត្រូវបានកំណត់នៅក្នុងថ្ងៃ។ តាមពិតវាមានមុខងារល្អប្រសើរជាងជាផែនការផ្លូវដៃដែលជាមគ្គុទ្ទេសក៍ដើម្បីរក្សា អ្នកតាមចេតនារបស់អ្នកនិងបេសកកម្មរបស់អ្នកប៉ុន្តែផែនការអាជីវកម្មទាំងអស់គួរតែត្រូវបានពិនិត្យឡើងវិញពីមួយ ពេលមួយទៅពេលមួយនិងធ្វើឱ្យទាន់សម័យ។ មូលហេតុសំខាន់បំផុតមួយក្នុងការរក្សាផែនការអាជីវកម្មរបស់ អ្នកអោយស្រស់គឺថាអ្នកនឹងត្រូវបានរៀបចំល្អក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំប្រាក់កម្ចីកិច្ចសន្យារដ្ឋាភិបាលនិងស្វែងរក ជម្រើសផ្សេងទៀតសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកនៅពេលដែលវាកើតឡើង។

ផែនការអាជីវកម្មមួយត្រូវបានបែងចែកជាផ្នែកហើយទោះបីជាមិនមានរូបមន្តពិតប្រាកដសម្រាប់ផែនការ អាជីវកម្មក៏ដោយតែព័ត៌មានជាក់លាក់គួរតែត្រូវបានបញ្ចូលក្នុងគ្រប់ផែនការអាជីវកម្មហើយការពិពណ៌នាទូទៅ គឺជារបស់មួយក្នុងចំណោមរបស់ទាំងនោះដែលមិនអាចចាត់ទុកបាន។ ក្នុងករណីមួយចំនួនការផ្តល់ប្រាក់កម្ចីឬ ប្រាក់កម្ចីជាក់លាក់អាចត្រូវឱ្យអ្នកដាក់ព័ត៌មានជាក់លាក់ក្នុងទ្រង់ទ្រាយជាក់លាក់ណាមួយឬដើម្បីរក្សាគម្រោ ងអាជីវកម្មរបស់អ្នកទៅនឹងផែនការកំណត់មួយជាក់លាក់ឬតួអក្សរ។ ប្រសិនបើអ្នកកំពុងរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម (ឬធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពមួយ)សម្រាប់គោលបំណងជាក់លាក់មួយសូមយល់ពីគោលបំណងនិងតម្រូវការតែមួយគត់ របស់វាមុនពេលដាក់ស្នើផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក ។

ប្រសិនបើអ្នកជាអ្នកថ្មីក្នុងការសរសេរផែនការអាជីវកម្មនៅទីនេះគឺមានអត្ថបទនិងព័ត៌មានល្អៗ មួយ ចំនួនដើម្បីជួយអ្នកឱ្យយល់ពីផែនការអាជីវកម្មនិងរបៀបចាប់ផ្តើមការសរសេរមួយនៅថ្ងៃនេះ៖

- ទិដ្ឋភាពសង្ខេបនៃផែនការអាជីវកម្មខ្នាតតូច
- គម្រោងអាជីវកម្មខ្នាតតូច
- ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក

- ផែនការអាជីវកម្ម - បង្កើតមូលដ្ឋានគ្រឹះដ៏រឹងមាំសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក

អំពីទូទៅ(ក្រុមហ៊ុន) ការពិពណ៌នានៅក្នុងផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នកការពិពណ៌នារបស់ក្រុមហ៊ុនទូទៅនៅក្នុងផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងមានព័ត៌មានមួយចំនួនដែលនឹងត្រូវដាក់បញ្ចូលនៅក្នុងផែនការទីផ្សារនិងសេចក្តីសង្ខេបប្រតិបត្តិ(ផ្នែកចុងក្រោយនៃផែនការអាជីវកម្មតូច)ប៉ុន្តែអ្នកនៅតែត្រូវធ្វើសង្ខេបព័ត៌មាននៅក្នុងការពិពណ៌នាទូទៅ។

ការពិពណ៌នាក្រុមហ៊ុនទូទៅអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកបញ្ចូលព័ត៌មានសំខាន់ៗនិងព័ត៌មានលម្អិតអំពីអាជីវកម្មចន្លោះម៉ឺនអាជីវកម្មនិងតម្លៃស្នូលរបស់វា។ ក្នុងកថាខណ្ឌដំបូងរបស់អ្នករួមមានព័ត៌មានច្បាស់លាស់និងសង្ខេបអំពី:

- **ធម្មជាតិនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក:** នេះរួមបញ្ចូលទាំងឧស្សាហកម្មឬវិជ្ជាជីវៈរបស់អ្នកនិងអ្វីដែលអ្នកនឹងធ្វើ។
- **រចនាសម្ព័ន្ធជំនួញ:** តើអាជីវកម្មមួយត្រូវបានបង្កើតឡើង (រចនាសម្ព័ន្ធច្បាប់) និងហេតុអ្វីបានជាទម្រង់នៃភាពជាម្ចាស់នេះដំណើរការល្អបំផុតសម្រាប់អាជីវកម្ម។
- **សេចក្តីថ្លែងការណ៍បេសកកម្ម:** នេះមិនមែនជាធាតុចាំបាច់នោះទេតែវាជាគំនិតល្អក្នុងការបញ្ចូលមួយ។ សេចក្តីថ្លែងការណ៍បេសកកម្មខ្លីៗ: 30-40 ពាក្យប្រវែងនិងផ្តល់នូវទិដ្ឋភាពសង្ខេបអំពីគោលបំណងនៃក្រុមហ៊ុននិងគោលការណ៍ណែនាំណាមួយ។

ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយសេចក្តីថ្លែងការណ៍បេសកកម្មអាចជួយអ្នកទាក់ទាញអ្នកវិនិយោគម្ចាស់ជំនួយនិងអ្នកផ្សេងទៀតដែលអាចចែករំលែកចក្ខុវិស័យរបស់អ្នក ដូច្នេះអ្នកគួរតែមានហេតុផលល្អ ប្រសិនបើអ្នកសម្រេចចិត្តមិនចូលរួម រួមបញ្ចូលសេចក្តីថ្លែងការណ៍បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនអ្នកដែលជាផ្នែកនៃការពិពណ៌នាទូទៅ ។

មិនប្រាកដពីរបៀបសរសេរសេចក្តីថ្លែងការណ៍បេសកកម្ម? សរសេរចក្ខុវិស័យចក្ខុវិស័យបំផុសគំនិតសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកក្នុង ៣ ជំហាន។

សរសេរគោលដៅក្រុមហ៊ុននិងគោលបំណងសម្រាប់ផែនការអាជីវកម្មខ្នាតតូចរបស់អ្នកការពិពណ៌នាទូទៅនៃផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នកគួរតែរាប់បញ្ចូលគោលដៅនិងគោលបំណងសំខាន់ៗបន្ទាប់ពីព័ត៌មានមូលដ្ឋានអំពីក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក។

មនុស្សជាច្រើនមានការភ័ន្តច្រឡំដោយភាពខុសគ្នារវាងគោលបំណងនិងគោលដៅ។

នេះគឺជាភាពខុសគ្នារវាងពីរ:

▪ **គោលដៅ:**

គោលដៅ មួយគាំទ្រដល់ការសំរេចបាននូវគោលបំណងនិងជាសេចក្តីថ្លែងនៃកន្លែងដែលអ្នកចង់ ក្លាយជានាពេលអនាគត។ ឧទាហរណ៍គោលដៅរបស់អ្នកគឺបង្កើនការលក់ - គោលដៅមួយអាច ត្រូវបាន "ក្លាយទៅជាជំនួញម្តងទៀតដោយធ្វើជាអ្នកដឹកនាំនៅក្នុងការប្រព្រឹត្តិសេវាកម្មអតិថិជន គំរូ" ។

▪ **គោលបំណង:** គោលដៅគឺសមិទ្ធផលដែលអាចវាស់វែងបាន វាគឺជាកន្លែងដែលអ្នកសង្ឃឹមថានឹង អាចមកដល់ ។ ឧទាហរណ៍ការបង្កើនការលក់ 15% នៅត្រីមាសទី 3 គឺជាគោលដៅ។

▪ ធនធានទស្សនវិស័យពាណិជ្ជកម្មនិងទិដ្ឋភាពទីផ្សារផ្នែកព័ត៌មានទូទៅនៃផែនការអាជីវកម្មរបស់ អ្នកក៏ត្រូវតែមានព័ត៌មានអំពីអ្វីដែលសំខាន់សម្រាប់អ្នកនៅក្នុងអាជីវកម្ម។ នេះរួមបញ្ចូលទាំងតម្លៃ និងទស្សនវិជ្ជាក៏ដូចជាភាពខ្លាំងនិងធនធានរបស់អ្នក ។¹⁶

៣.៥. គម្រោងនៃការសរសេរគម្រោងនេះ

គម្រោងអាជីវកម្មមួយសន្លឹក និងត្រូវឲ្យអ្នកឆ្លើយជាសំណួរមូលដ្ឋានមួយចំនួនដែលនិងសបញ្ជាក់អំពី គម្រោងរបស់អ្នក៖

- តើតម្រូវការនៃផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នកគឺនរណា?
- តើគូប្រជែងរបស់អ្នកជានរណា ហើយតើអ្នកនឹងធ្វើឲ្យផលិតផលរបស់អ្នកមានលក្ខណៈពិសេស ជាងគេដោយរបៀបណា?
- តើអ្នកនិងរកប្រាក់ចំណូលពីអាជីវកម្មនោះដោយរបៀបណា?
- តើអ្នកដឹកនាំអាជីវកម្មរបស់អ្នកចូលប្រឡូកក្នុងទីផ្សារដោយរបៀបណា?
- តើអ្នកនិងចាប់ផ្តើមដំណើរការដោយរបៀបណា ហើយអ្នកត្រូវការទុនប៉ុន្មាន?¹⁷

៣.៦. របៀបរៀបចំសៀវភៅផែនការអាជីវកម្ម

នៅពេលដែលយើងមានគំនិតចង់ចាប់ផ្តើមចូលប្រឡូកនៅក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម ឬជំនួញកត្តាសំខាន់គឺ ត្រូវសិក្សាឲ្យបានច្បាស់លាស់ពីតម្រូវការទីផ្សារ ស្របនឹងគំនិតអាជីវកម្មរបស់យើង។ បន្ទាប់ពីការសិក្សាវិភាគពី ទីផ្សារ ការងារចម្បងមួយដែលមិនត្រូវរំលងនោះ គឺការសរសេរពីផែនការអាជីវកម្ម ព្រោះវាមានសារៈសំខាន់ ណាស់ សម្រាប់ស្វែងរកដៃគូវិនិយោគ ក៏ដូចជាការស្វែងរកដើមទុនបន្ថែមសម្រាប់ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។ ខាង

¹⁶ <https://km.chalized.com>

¹⁷ <https://apamat.com/2018/07/27/>

ក្រោមនេះជាការចង្អុលបង្ហាញពីចំណុចសំខាន់ៗដែលមាននៅក្នុងពង្រាងដើមនៃសៀវភៅផែនការអាជីវកម្ម។ នៅក្នុងពង្រាងដើមនៃផែនការអាជីវកម្ម យើងត្រូវដឹងច្បាស់ថា តើព័ត៌មានអ្វីដែលគួរមាន និងមិនគួរមាននៅ ក្នុងផ្នែកនីមួយៗនៃផែនការនោះ ។

៣.៦.១. ក្របមុខ (Cover Page)

ក្របមុខ គឺជាទំព័រទីមួយនៃសៀវភៅផែនការអាជីវកម្ម។ ក្របនេះ គួរឆ្លុះបញ្ចាំងនូវរូបភាពនៃក្រុមហ៊ុន ថ្មីរបស់យើង។ ជាទូទៅ វាឆ្លុះបញ្ចាំងភាពសាមញ្ញ ងាយអាន ងាយមើលយល់ តែមានភាពស្រស់ស្អាត។ ក្របខ្លះទៀត វាត្រូវបានគេចនាទៅ ដោយគំនូរជាដើម។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ នៅលើក្របនៃ សៀវភៅផែនការអាជីវកម្មត្រូវមានព័ត៌មានមួយចំនួនដែលចាំបាច់ ដូចខាងក្រោម៖

- ឈ្មោះក្រុមហ៊ុន
- សង្ខេបដោយខ្លីនូវការពិពណ៌នាអំពីប្រភេទក្រុមហ៊ុន បើសិនជាឈ្មោះក្រុមហ៊ុនពុំបញ្ជាក់ឲ្យបាន ច្បាស់លាស់ទេ។
- ពាក្យ “ផែនការអាជីវកម្ម” (Business Plan) ដើម្បីបញ្ជាក់ពីប្រភេទឯកសាររបស់យើង។
- ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំ ដែលផែនការត្រូវបញ្ចប់។ វាជាជំនួយការត្រួតត្រាយឲ្យយើងសម្រាប់ដំណើរការការងារ។

មនុស្សទំនាក់ទំនាក់សំខាន់ៗ (Key Contact Person) ឬ (Logo) ឬ (Graphic) ដើម្បីឲ្យមាន ការទាក់ទាញខ្លះៗលើអ្នកអានក៏ដោយ ក៏យើងត្រូវទុកនូវផ្នែកខ្លះឲ្យស្ថិតនៅចំហគ្មានអក្សរដែរ។ ក្របមុខ ត្រូវតែស្អាតមិនជ្រើសរើស ហើយមានលក្ខណៈស្វាគមន៍ អ្នកអានឲ្យគេមានចេតនា ឬអារម្មណ៍ចង់បើក មើលទំព័រខាងក្នុងជាបន្តបន្ទាប់ ដូច្នេះហើយយើងមិនត្រូវចុះនូវព័ត៌មានច្រើនហួសហេតុនៅលើក្របមុខនោះទេ។

៣.៦.២. តារាងមតិកា (Contents)

គោលបំណងធំបំផុតនៃការរៀនរាងមតិកា (Table of Contents) គឺជាការជួយដល់អ្នកអាន ឲ្យមាន ការងាយស្រួលក្នុងការយល់នូវផ្នែកនីមួយៗនៃផែនការអាជីវកម្ម របស់យើង។ ម្យ៉ាងវាផ្តល់ឲ្យអ្នកនូវភាព រហ័សក្នុងការអាន និងស្វែងយល់អំពីអ្វីដែលបានសរសេរនៅក្នុងសៀវភៅនេះ។ មិនតែប៉ុណ្ណោះ វាក៏ផ្តល់នូវពាក្យ ឬឃ្លានាំមុខឬផ្តើមសេចក្តីបន្តិចបន្តួច ដូចដែលប្រភេទនៃព័ត៌មានទាំងនោះត្រូវការបញ្ជាក់ផងដែរ។ ទោះ យ៉ាង ណាក៏ដោយបញ្ហាសំខាន់បំផុតគឺថាវាផ្តល់នូវភាពងាយស្រួល ក្នុងការអាន។

ការប្រើប្រាស់នូវតារាងមតិកា ដោយអាស្រ័យទៅលើស្ថេរភាពនៃការរៀបរាប់របស់របស់របរ ឬឃ្លាគឺជាវិធី មួយដ៏ល្អប្រសើរបំផុតក្នុងការរៀបចំនូវផ្នែកៗនៃ តារាងមតិកាមួយក្នុងគំរោងអាជីវកម្មរបស់យើង។ ចំណុចសំ ខាន់សំរាប់សំរាប់រៀបចំនូវមតិកាមួយមានដូចជា៖

- ពាក្យតារាងមតិកា (Table of Content) ស្ថិតនៅខាងលើទំព័របំផុត

- ឈ្មោះផ្នែក ឬជំពូកនីមួយៗ
- ទំព័រ ចំនួនទំព័រនីមួយៗស្ថិតនៅ។ វាផ្តល់នូវភាពងាយស្រួលដល់អ្នកអានក្នុងស្វែងរកឃើញផ្នែកនីមួយៗ ស្ថិតនៅកន្លែងណានៃសៀវភៅ។

ប្រការគួរចៀសវាង គឺការលម្អិតនៃព័ត៌មានជាច្រើននៅក្នុងតារាងមាតិកា ដូចជាការដាក់ចំណងជើងតូចៗពេកជាដើម។ ចំណុចគួរឲ្យចងចាំ គឺថាតារាងមាតិកាមិនគួរឲ្យលើសពី ២ ទំព័រឡើយ។

៣.៦.៣. មូលសង្ខេប (Executive Summary)

មូលសង្ខេប (Executive Summary) គួរសរសេរត្រឹម ១-២ ទំព័រ ឲ្យសមមាត្រទៅនឹងគម្រោងអាជីវកម្មរបស់យើង គឺគ្រប់គ្រាន់ណាស់ទៅហើយ។ យើងសង្ខេប តែវាមិនមែនជាសេចក្តីផ្តើមទេ។ មូលសង្ខេប (Executive Summary) ប្រសិនបើយើងសរសេរលើសពី ៣ ទំព័រឡើងទៅ វាលែងក្លាយទៅជាមូលសង្ខេបហើយ។ មូលសង្ខេប គួរតែមានអត្ថន័យមួយដោយខ្លួនឯងដាច់ដោយឡែក តែគ្រប់គ្រាន់។ ទោះបីជាវាសង្ខេបយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏វាត្រូវការពិពណ៌នាខ្លីៗខ្លះដែរពីផែនការរបស់យើង។

នៅក្នុងមូលសង្ខេប អ្នកអានអាចយល់ងាយស្រួល ដោយសារយើងដកស្រង់យកផ្នែកសំខាន់ៗ តែមិនទាំងអស់ទេ មករាប់បញ្ចូលដោយមានប្រើចំណុចត្រេត ឬពងត្រីជាជំនួយ។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ មូលសង្ខេប គួរតែអធិប្បាយត្រួសៗពីដំណើររឿងដោយសង្ខេបខ្លី តែមិនមែនជាការដាក់រូបភាពឲ្យអ្នកអានមើលនោះទេ ។

បើសិនជាយើងមានផែនការ ក្នុងការបញ្ជូននូវផែនការអាជីវកម្មរបស់យើង ទៅការស្វែងរកប្រភពផ្តល់ធនធានហិរញ្ញវត្ថុនៅខាងក្រៅ គួរតែបញ្ជូនត្រឹមមូលសង្ខេប (Executive Summary) ទៅមុនសិន ដើម្បីស្ទង់មើលពីការចាប់អារម្មណ៍របស់គេលើអាជីវកម្មរបស់យើង កាលបើអ្នកទទួលសម្រេចចិត្តថា ប្រហែលជាគេនឹងអាចផ្តល់ធនធានមកឲ្យយើង នោះទើបបញ្ជូនផែនការអាជីវកម្មទាំងមូលទៅតែម្តង។ យើងត្រូវចេះប្រើប្រាស់មូលសង្ខេប (Executive Summary) ជាគុណប្រយោជន៍មួយក្នុងការសន្សំសំចៃថវិការ។

៣.៦.៤. ការវិភាគទីផ្សារ (Market Analysis)

យើងសន្មត់តាំងពីដើមដំបូងថា អ្នកដែលអានផែនការរបស់យើង គឺបុគ្គលិករបស់យើង ធនាគារិក អ្នកវិនិយោគ ដែលគេមិនបានដឹងអ្វីសោះអំពីអាជីវកម្មរបស់យើង ឬពីគោលដៅទីផ្សាររបស់យើង។ យើងទាមទារចាំបាច់ក្នុងការផ្តល់ និងការពន្យល់ទៅគេ ឲ្យគេបានយល់ច្បាស់ពីអាជីវកម្មរបស់យើង។ បណ្តាព័ត៌មានចាំបាច់ដែលយើងត្រូវបញ្ចូលទៅក្នុងនោះដូចជា ៖

- តើអាជីវកម្មរបស់យើងមានទំហំប៉ុណ្ណា?
- តើអត្រាកំណើនអាជីវកម្មរបស់យើងគឺអ្វី?

- តើអ្វីជាស្តង់ដារកម្រិតចំណេញ (Standard Profit Margin)?
- តើអ្វីជាស្តង់ដារនៃបណ្តាញចែកចាយផលិតផល?
- តើផលិតផលរបស់យើងដូចក្នុងទីផ្សារបានប៉ុន្មានភាគរយ?
- ទិន្នន័យ និងការទស្សន៍ទាយនៃការលក់ ។ល។

ក្រោយពេលផ្តល់នូវទស្សនៈដ៏ទូលំទូលាយនៃអាជីវកម្មរបស់យើងហើយ បន្ទាប់មកត្រូវបញ្ជាក់ឲ្យជាក់លាក់អំពីស្ថានភាព ភូមិសាស្ត្ររបស់យើង ទីផ្សាររបស់យើង។ ជាមួយគ្នានឹងទំហំទីផ្សារ និងអត្រាកំណើនយើងគួរអធិប្បាយអំពីមធ្យោបាយដែលយើងស្វែងរកជ័យជំនះដោយផ្តល់នូវតម្រូវការ និងនិន្នាការទីផ្សារ។ ចំពោះក្រុមហ៊ុនដែលនឹងធ្វើអាជីវកម្មជាលក្ខណៈជាតិ និងអន្តរជាតិ យើងមិនត្រូវចំណាយពេលក្នុងការវិភាគទីផ្សារនីមួយៗនៅក្នុងប្រទេសរបស់យើងនៅពេលបច្ចុប្បន្ននោះទេ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ ប្រសិនបើយើងមានបំណងផ្តោតទៅលើទីក្រុងណាមួយ ឬតំបន់ណាមួយជាក់លាក់ យើងអាចធ្វើការវាយតម្លៃដោយម៉ត់ចត់។

៣.៦.៥. ការពណ៌នាខ្លីៗពីទស្សនៈ (Business Overview)

នៅក្នុងផ្នែកនេះ យើងអធិប្បាយយ៉ាងសង្ខេបនូវព័ត៌មានចាំបាច់មួយចំនួន ដូចខាងក្រោម៖

- ផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលយើងនឹងលក់
- រយៈពេលដែលក្រុមហ៊ុនបានដំណើរការ
- ប្រទេសរបស់ក្រុមហ៊ុន
- អ្នកណាខ្លះជាម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន
- គោលបំណងរយៈពេលវែង និងរយៈពេលខ្លីនៃអាជីវកម្ម

ប្រសិនបើយើងមានបំណងស្វែងរកថវិការ យើងគួរតែពន្យល់បន្ថែមថា ហេតុអ្វីបានជាយើងត្រូវការថវិការនោះនៅពេលឥឡូវ (ដូចជាការពង្រីកក្រុមហ៊ុន ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការស្វែងរកទីផ្សារ កម្រៃបុគ្គលិក ការទិញគ្រឿងបរិក្ខារ ឬការរំលោះបំណុល)។

៣.៦.៦. ការពណ៌នាអំពីផលិតផល ឬសេវាកម្ម (Production Service Description)

យើងត្រូវតែដឹងច្បាស់ថា អ្នកដែលអានផែនការអាជីវកម្មរបស់យើង ហាក់បីដូចជាមានក្រុមហ៊ុនរបស់យើងនៅក្នុងដៃគូរបស់គេ ដែលក្រុមហ៊ុនរបស់យើងនឹងលក់អ្វីនោះ យើងទាមទារនូវពេលវេលាដើម្បីផ្តល់ឲ្យគេដឹងពីផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់យើង។ ចំពោះអាជីវកម្មមួយចំនួន កិច្ចការនេះជាការងារសាមញ្ញបំផុត ដូចជាការចាប់ផ្តើមបើកអាជីវកម្មភោជនីយដ្ឋានជាដើម ប៉ុន្តែបើសិនអាជីវកម្មដែលផ្តោតទៅលើបច្ចេកទេសវិញ វាជាលក្ខណៈពិសេសមួយដែលទាមទារនូវការបកស្រាយពន្យល់ឲ្យបានច្បាស់ថា តើផលិតផល ឬសេវាកម្មនោះនឹងប្រព្រឹត្តទៅយ៉ាងដូចម្តេច ហើយហេតុអ្វីបានជា អតិថិជនទិញផលិតផល និងសេវាកម្មនោះ ដែលការងារ

នេះត្រូវចំណាយ ៣-៤ ទំព័រ ក្នុងការសរសេរពន្យល់។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ ការរៀបរាប់លម្អិតច្រើនពេក អាចធ្វើឲ្យផែនការរបស់យើងមានលក្ខណៈគួរឲ្យធន់ទ្រាន់នឹងអាន។ យើងត្រូវប្រើប្រាស់ព័ត៌មានផលិតផល (Production Literature) ដូចដែលបានអធិប្បាយនៅក្នុងសេចក្តីបន្ថែម (Appendix) ដែលអាចនឹងធ្វើឲ្យការអធិប្បាយរបស់យើងមានលក្ខណៈខ្លីសមរម្យ។ ការផ្តោតទៅលើអធិប្បាយអំពីគុណប្រយោជន៍នៃផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់យើង គឺជាការសំខាន់ដែលអ្នកអានអាចយល់បានយ៉ាងច្បាស់ថា តើយើងចង់បានអ្វី។ យើងត្រូវយល់ច្បាស់ថា ក្រាភិច ហើយនិងដ្យាក្រាម អាចជួយពន្យល់ពីផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់យើងឲ្យកាន់តែច្បាស់។ ប៉ុន្តែយើងក៏ត្រូវចងចាំដែរថា ថ្វីត្បិតតែដ្យាក្រាម ឬក្រាភិចទាំងនោះជួយឲ្យបានស្អាតសមរម្យ តែក៏មិនត្រូវឲ្យដ្យាក្រាម ឬក្រាភិចណាមួយឆ្លងទៅទំព័រផ្សេងឡើយ។ ផែនការអាជីវកម្មដែលអាក្រក់បំផុត គឺជាផែនការដែលពោរពេញទៅដោយការនិយាយស្តាប់មិនបាន ការនិយាយច្របូកច្របល់ ឬដដែលៗ ឬក៏ទិន្នន័យបច្ចេកទេសច្រើនហួសហេតុ។ វាមិនត្រឹមធ្វើឲ្យអ្នកអានមិនយល់នូវអ្វីដែលបានសរសេររៀបរាប់ ប៉ុន្តែវាថែមធ្វើឲ្យគេចាប់អារម្មណ៍ទៅលើមុខងារ ឬតួនាទីទាំងនោះផងដែរ ជាពិសេសនោះ គឺគេមិនយល់ពីគុណប្រយោជន៍តែម្តង។ ឧទាហរណ៍ រថយន្តមួយអាចបើកបានលឿនលើសពី ២០០គីឡូម៉ែតក្នុងមួយម៉ោង ដោយប្រើប្រាស់ប្រេងដ៏ល្អ។ រថយន្តមួយផ្សេងទៀតអាចធ្វើដំណើរ ឆ្លងកាត់ ប្រទេសមួយបានយ៉ាងងាយស្រួល ។ ដូច្នេះគេមានការចាប់អារម្មណ៍រថយន្តទី២ ជាងរថយន្តទី១។

៣.៦.៧. ការគ្រប់គ្រង និងការជ្រើសរើសបុគ្គលិក (Management & Staffing)

ក្រោយពីបានអធិបាយពីគម្រោងនៃអាជីវកម្មរួចមក យើងត្រូវកំណត់ថា តើអ្នកណាដែលជា អ្នកទទួលខុសត្រូវក្នុងការអនុវត្តនូវគម្រោងនេះ។ ជាដំបូងយើងនឹងមានបំណងចង់សរសេរនូវការសង្ខេបខ្លីៗ ២-៣ ល្បួះពីអ្នកគ្រប់គ្រងជាន់ខ្ពស់របស់យើង (Top Manager) ដោយលំអិតនូវជំនាញ ព្រមទាំងសារភាពរបស់ពួកគេ។ យើងត្រូវមានជំនឿជាក់ថា គឺអ្នកវិនិយោគជាអ្នកមានសមត្ថភាពក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មដទៃរបស់យើងបានទទួលជោគជ័យ។ យើងក៏ត្រូវអត្តាធិប្បាយពីតួនាទី ព្រមទាំងការទទួលខុសត្រូវលើការងាររបស់ពួកគេផងដែរ នៅក្នុងការផ្សេងព្រេងថ្មីៗនេះ ដែលជាភ្នាក់ងារយ៉ាងម៉ត់ចត់ជាមួយនឹងបទពិសោធន៍របស់គេកន្លងមក។ ក្នុងនោះយើងក៏គួរបញ្ចូលនូវរចនាសម្ព័ន្ធបុគ្គលិក និងការងារព្រមទាំងអធិប្បាយពីផែនការរបស់យើងក្នុងការដាក់បន្ថែមនូវបុគ្គលិកបន្ថែមសម្រាប់ធ្វើការម៉ោងបន្ថែម (Over Time) ផង។

ពេលខ្លះជោគជ័យនៃផែនការរបស់យើង អាស្រ័យទៅលើផ្នែកនេះផងដែរ។ សម្រាប់អ្នកវិនិយោគខ្លះរឿងនេះមិនច្រើនទេដែលដំណើរការអាជីវកម្មនឹងដំណើរទៅបាន។ ប៉ុន្តែក្រុមការងារផ្នែកគ្រប់គ្រង វាមានភាពខ្លាំងគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីធ្វើវាឲ្យសម្រេច។ យើងត្រូវមានទំនុកចិត្តគ្រប់គ្រងក្នុងខ្លួន ក្នុងការពន្យល់យ៉ាងណាឲ្យបានច្បាស់ថា ហេតុអ្វីបានជាក្រុមការងាររបស់យើងមានភ័ព្វសំណាងដែលធ្វើឲ្យអាជីវកម្មទទួលបានជោគជ័យ។

៣.៦.៨. ផែនការទីផ្សារ (Marketing Plan)

ផ្នែកនេះ គឺជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់ក្នុងចំណោមផ្នែកសំខាន់ៗទាំងឡាយនៃផែនការអាជីវកម្មរបស់យើង ព្រោះថាជំនួញជាច្រើនបានដួលរលំចុះ ក៏ដោយសារតែទីផ្សារមានភាពទន់ខ្សោយ (Poor Marketing)។ ក្នុងការធ្វើផែនការទីផ្សារ យើងមិនត្រូវភ្លេចទេ ក្នុងការលម្អិតនូវធាតុ P សំខាន់ៗទាំង៤ នៃ Marketing (ឬក៏ 3P & C) គឺផលិតផល (Production) តម្លៃ (Price) ទីផ្សារចែកចាយ (Place of Distribution) និងការផ្សព្វផ្សាយ (Promotion/Communication)។ ក្រោយពេលផលិត ឬការបង្កើតនូវផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់យើង ត្រូវពន្យល់ណែនាំពីការកំណត់តម្លៃនៃផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់យើងថា តើយើងកំណត់តម្លៃដោយរបៀបណា និងយ៉ាងដូចម្តេចនៅពេលផលិតផលក្រុមហ៊ុនដ៏ទៃបានទៅដល់ទីផ្សាររួចទៅហើយនោះ? តើយើងមានគុណប្រយោជន៍អ្វីខ្លះក្នុងការប្រកួតប្រជែងជាមួយគូប្រកួតរបស់យើង? បើសិនជាមាន ត្រូវពន្យល់ពីវិធីដែលអាចឲ្យយើងចំណេញនូវចំនែកទីផ្សារ (Market Share) ពីលើគូប្រជែងរបស់យើង។ យើងក៏ត្រូវពន្យល់ដែរថា តើមនុស្សមួយចំនួនដែលមានបំណងចង់ដាក់ភាគហ៊ុនចូលក្នុងអាជីវកម្មរបស់យើង តើគេអាចចូលរកស៊ីជាមួយយើងយ៉ាងដូចម្តេច? តើយើងលក់ភាគហ៊ុនតាមរយៈសំបុត្រ? ឬមួយតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត? ឬក៏ជួបផ្ទាល់ជាមួយបុគ្គលិកទាំងនោះ? ឬក៏ Retail Outlets? ហើយបន្ទាប់មក យើងពន្យល់លម្អិតនូវប្រភេទនៃវិធីសាស្ត្រក្នុងការស្វែងរកទីផ្សារ ដែលផែនការរបស់យើងប្រើប្រាស់ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយអាជីវកម្ម ព្រមទាំងផលិតផលរបស់យើង។

៣.៦.៩. ផែនការដំណើរការលើកម្ម (Operation Plan)

ផ្នែកនេះជាផ្នែកដែលសំខាន់បំផុតនៅក្នុងការដំណើរការសហគ្រាស ដែលមានគ្រឿងបរិក្ខារផ្សេងៗគ្នាជាច្រើន ព្រមទាំងដំណើរការដែលត្រូវការអធិប្បាយជាចាំបាច់។ ចំពោះអាជីវកម្មខាងសេវាកម្មវិញ ក៏ត្រូវអធិប្បាយដែរថា តើអាជីវកម្មរបស់យើងនឹងដំណើរការយ៉ាងដូចម្តេច? តើក្នុងអាជីវកម្មរបស់យើងមានប៉ុន្មានផ្នែក? ហើយយើងនឹងចំណាយប៉ុន្មានទៅលើផ្នែកនីមួយៗនោះ ព្រមទាំងមធ្យោបាយបែបណា ដែលយើងនឹងចំណាយដោយការជួល (Hiring) ទិញគ្រឿងបរិក្ខារ (Buying Equipment) ការផ្លាស់ប្តូរទីកន្លែង (Moving Location) Outsourcing Production ។ល។ បើសិនជាយើងមានការជឿជាក់ទៅលើគ្រឿងបរិក្ខារណាមួយជាក់ជាក់ ដែលអាចបង្កើតការងាររបស់យើងបាននោះ យើងត្រូវធ្វើតារាងរាយឈ្មោះនូវគ្រឿងបរិក្ខារទាំងនោះ ហើយធ្វើការអធិប្បាយវាឲ្យបានលម្អិតផងដែរថា តើវាមានតួនាទីអ្វីខ្លះ និង តួនាទីធ្វើអ្វីបានខ្លះ?

៣.៦.១០. ផែនការហិរញ្ញវត្ថុ (Financial Plan)

ចាប់ផ្តើមនេះជាមួយនឹងតម្រូវការហិរញ្ញវត្ថុដែល ប្រាប់អ្នកអានឲ្យបានដឹងអំពីចំនួនទឹកប្រាក់សរុបដែលត្រូវការចាំបាច់ក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។ ក្រោយពេលផ្តល់នូវចំនួនទឹកប្រាក់នោះរួចមក យើងត្រូវពន្យល់ថា

តើយើងយកវាទៅប្រើប្រាស់ដូចម្តេច ដូចជាការប្រើប្រាស់សម្រាប់ស្វែងរកទីផ្សារកម្រៃពលកម្មការងារ ការ ជួលទឹកកន្លែង ការទិញភ្លើងបរិក្ខារ ព្រមទាំងហេតុផលដែលត្រូវចំណាយវាថែមទៀត។ ព័ត៌មានបន្ទាប់មកទៀត ដែលផ្តល់ឲ្យនៅទីនេះ គឺសារវិញ្ញាបនបត្រហិរញ្ញវត្ថុ (Historical Financial Statement)។ បើសិន ជាក្រុមហ៊ុនរបស់យើងបានដំណើរការជាងមួយឆ្នាំមកហើយ យើងត្រូវបញ្ចូលនូវតារាងតុល្យការ (Balance Sheet) ព្រមទាំងលំហូរសាច់ប្រាក់ (Cash Flow) ជារៀងរាល់ខែផងដែរ។

៣.៦.១១. សេចក្តីបន្ថែម (Appendix)

ផ្នែកនេះគួរត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់ជាព័ត៌មានដ៏សំខាន់ចាំបាច់មួយចំនួន ដែលមិនចាំបាច់ដាក់ នៅក្នុងផ្នែកតួសេចក្តីនៃផែនការទេ។ ឧទាហរណ៍៖ ដូចជាការសង្ខេបនៃកិច្ចសន្យាដែលយើងបានធ្វើជាមួយ ក្រុមហ៊ុនដទៃ ព្រមទាំងមាត្រា ឬចំណុចទាំងឡាយណាដែលអាចជួយយើងពេលត្រូវការព័ត៌មាន ប្លង់នៃគំរោង ទឹកកន្លែងអាជីវកម្ម ប្រវត្តិរូបសង្ខេបនៃអ្នកដឹកនាំសំខាន់ៗ ឬក៏ការលើកឡើងនៃការស្វែងរកទីផ្សារជាដើម។

៣.៧. ការវិភាគ SWOT (Strength Weakness Opportunities and Threat) នៅលើអាជីវកម្ម

SWOT គឺជាអក្សរកាត់តំណាងឲ្យពាក្យ Strength, Weakness, Opportunity, Threat មាន អត្ថន័យថា ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ ឱកាស និង ការគំរាមកំហែងឬហានិភ័យ។ ចំណុចនីមួយៗ បង្កើតបាន ជាការវាយតម្លៃនៃអាជីវកម្មរបស់សហគ្រិន ក្នុងការស្វែងយល់បន្ថែម ក៏ដូចជាប្រៀបធៀបសក្តានុពលរបស់ខ្លួន នៅក្នុងវិស័យនីមួយៗ។ យ៉ាងណាមិញ ចំណុចខ្លាំងនិងចំណុចខ្សោយ ត្រូវបានគេចាត់ទុកជាកត្តាផ្ទៃក្នុង រីឯឱកាសនិងការគំរាមកំហែងវិញ គឺជាកត្តាខាងក្រៅស្ថាប័ន ឬអាជីវកម្មនោះ។

• ចំណុចខ្លាំង (Strength)៖

ម្ចាស់អាជីវកម្មចាំបាច់ត្រូវតែដឹងពីចំណុចខ្លាំង ឬចំណុចលេចធ្លោដែលល្អជាងដៃគូប្រកួតប្រជែង ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន។ ចំណុចខ្លាំងទាំងនោះអាចមានដូចជា សេវាកម្មល្អ ផលិតផលមានគុណភាពខ្ពស់ ឬ គំនិតច្នៃប្រឌិតក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម។ មិនតែប៉ុណ្ណោះ ចំណុចខ្លាំងនៃអាជីវកម្មក៏អាចជាការគ្រប់គ្រងល្អដែលអាច ជំរុញទឹកចិត្តបុគ្គលិកឱ្យស្រឡាញ់ការងារ និងសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់អាជីវកម្ម។ បន្ទាប់ពីដឹងពីចំណុច ខ្លាំងរបស់ខ្លួន អ្នកក៏ត្រូវចេះពង្រឹង និងបន្តអភិវឌ្ឍចំណុចនោះឱ្យកាន់តែខ្លាំងបន្ថែមទៀត ដើម្បីជាប្រយោជន៍បាន យូរអង្វែង។

• ចំណុចខ្សោយ (Weakness)៖

ម្ចាស់អាជីវកម្មក៏ត្រូវចេះសង្កេតមើលចំណុចខ្សោយនៃអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ព្រោះវាក៏ជាចំណុចដ៏សំខាន់ ដើម្បីស្វែងរកដំណោះស្រាយ និងកែតម្រូវមុនពេលទទួលបានឥទ្ធិពលពីដៃគូប្រជែង ដែលជាកត្តាធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ ដល់ដំណើរការអាជីវកម្ម។ ដើម្បីដឹងពីចំណុចខ្សោយរបស់ខ្លួន យើងអាចប្រៀបធៀបប្រតិបត្តិការផ្ទៃក្នុង

អាជីវកម្ម ឬរបៀបនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មដៃគូ នោះយើងនឹងដឹងថា អាជីវកម្មយើងអន់ខ្សោយជាងគេត្រង់ ចំណុចណា។

ឧទាហរណ៍ថា អ្នកបើកហាងកាហ្វេ តែដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកមានផ្តល់សេវាកម្មកម្លាំងកាហ្វេតាម កម្មវិធីទូរស័ព្ទដែលបាន និងមានសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនដល់ផ្ទះទៀត ស្របពេលដែលអាជីវកម្មអ្នកមានត្រឹមតែលក់ ក្នុងហាង។ ដូចនេះ អ្នកឃើញថាចំណុចណាដែលអ្នកគួរកែលម្អឱ្យប្រសើរឡើងហើយ។

• ឱកាស (Opportunity)៖

ចំណុចនេះសំដៅដល់ការចាប់យកឱកាសដែលមានក្នុងទីផ្សារឱ្យបានមុនគេ ជាមួយនឹងការសម្រេច ចិត្តត្រឹមត្រូវក្នុងការជ្រើសរើសយកឱកាសដែលសក្តិសម។ ឧទាហរណ៍ថា អ្នកមានអាជីវកម្មលក់ម្ហូបអាហារ។ ពេលចាប់ផ្តើមមានជំងឺកូវីដ អ្នកដឹងថា មនុស្សម្នាក់ៗនឹងកាត់បន្ថយការជួបជុំអ្នកដទៃ ហើយមិនចង់ចេញញឹក អាហារក្រៅផ្ទះនោះទេ។ ដូច្នេះអ្នកបានសម្លឹងឃើញឱកាសមួយគឺបង្កើតបន្លែមនិងផ្សព្វផ្សាយពីសេវាកម្មខ្ជាប់ ម្ហូបអាហារនិងដឹកជញ្ជូនដល់ផ្ទះអតិថិជនតែម្តង។ វាគឺជាឱកាសល្អមួយដើម្បីរក្សានិងពង្រឹងបន្ថែមនូវលំហូរ ចំណូលអាជីវកម្ម ជាពិសេសក្នុងរដូវកាលលំបាកនេះ។ នេះគ្រាន់តែជាឧទាហរណ៍មួយដែលទាក់ទងទៅនឹង និន្នាការទីផ្សារប៉ុណ្ណោះ។

ក្រៅពីនេះ ឱកាសសម្រាប់អាជីវកម្មក៏អាចមានផ្សេងទៀតដែរដូចជា ការបង្កើតផលិតផលឬសេវាកម្ម បន្ថែមទៅតាមការវិវត្តនៃនិន្នាការទីផ្សារ ការពង្រីកទីតាំងអាជីវកម្ម(សាខា)នៅភូមិសាស្ត្រដែលមិនទាន់មានដៃគូ ប្រកួតប្រជែងទៅដល់។ល។

• ការគំរាមកំហែងឬហានិភ័យ (Threat)៖

សំដៅលើកត្តាខាងក្រៅទាំងឡាយណា ដែលធ្វើឲ្យប៉ះពាល់ដល់អាជីវកម្មរបស់យើង។ ឧទាហរណ៍ ដូចជា ការធ្វើវិសោធនកម្មច្បាប់ គ្រោះមហន្តរាយធម្មជាតិ ព្រឹត្តិការណ៍ជាតិឬអន្តរជាតិ វិវត្តន៍នៃបច្ចេកវិទ្យា ការ ជ្រៀតចូលនៃដៃគូប្រជែងថ្មីដែលធ្វើឲ្យប៉ះពាល់ដល់ទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន និង ការតម្លើងថ្លៃទំនិញពីអ្នក ផ្គត់ផ្គង់។ល។ ពិតណាស់ ម្ចាស់អាជីវកម្មគួរតែយល់ដឹងពីហានិភ័យដែលអាចជះឥទ្ធិពលដល់អាជីវកម្មរបស់ ខ្លួន ហើយគួរត្រៀមខ្លួននិងគិតពីផែនការបម្រុង (backup plan) សម្រាប់ដោះស្រាយជាមួយបញ្ហានានាដែល ស្ថិតក្រៅការគ្រប់គ្រងរបស់ខ្លួន ដើម្បីការពារ និងកាត់បន្ថយហានិភ័យឱ្យបានតិចបំផុតតាមដែលអាចធ្វើបាន។

ក្រៅពីនេះ អ្នកគួរសិក្សានិងតាមដាននូវព័ត៌មានថ្មីៗទាន់ហេតុការណ៍ទាំងក្នុងនិងក្រៅស្រុកការអភិវឌ្ឍ ប្រទេសជាតិជាដើម ដើម្បីអាចសម្រេចចិត្តបានទាន់ពេលវេលាក្នុងការបញ្ជ្រាបពីការគំរាមកំហែងនានា។

វិធីសាស្ត្រវិភាគអាជីវកម្ម SWOT Analysis នេះមានប្រយោជន៍ជាពិសេសសម្រាប់សហគ្រិនថ្មីថ្មោង និងអ្នករៀបចំគម្រោងបង្កើតអាជីវកម្ម ព្រោះវាជាផ្នែកដំបូងក្នុងការវិភាគនិងពិនិត្យមើលសមត្ថភាពអាជីវកម្មមុន

នឹងឈានដឹងចូលក្នុងវិស័យណាមួយនោះ ដើម្បីងាយស្រួលគ្រប់គ្រងការងារផ្ទៃក្នុងនៃអាជីវកម្ម ក៏ដូចជាការប្រកួតប្រជែងនៅលើទីផ្សារ។ លើសពីនេះវាក៏អាចដើរតួសំខាន់ក្នុងការសម្រេចចិត្តបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រថ្មីផងដែរ។

៣.៨. លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

៣.៨.១. ចំណុចវិនិច្ឆ័យ

ភាពជាសហគ្រិនមិនអាចធ្វើចិត្តធម្មតាដូចមនុស្សធម្មតាបានទេ សហគ្រិន គឺជាមនុស្សពុះពារឧបសគ្គជាងមនុស្សធម្មតា រីឯចិត្តវិញមិនមែនចេះតែខឹងនោះទេ ។ ដូចខាងក្រោមនេះជាចំណុចមួយចំនួនដែលសហគ្រិនខ្នាតតូច មធ្យម អាចអនុវត្តបាន ៖

- **ត្រូវមានភាពច្បាស់លាស់លើចក្ខុវិស័យរបស់អ្នក ៖** ការទទួលបានភាពច្បាស់លាស់ មានន័យថា ការយល់ដឹងច្បាស់អំពីអ្វីដែលអ្នកចង់បាន និងចង់ធ្វើ ។ មនុស្សភាគច្រើនរញ្ជៀររញ្ជើរវិលវល់នៅពេលជួបឧបសគ្គដំបូង ក៏ព្រោះថាពួកគេមិនដឹងថាអ្វីដែលពួកគេចង់បាន ហើយអ្វីដែលជាអាទិភាពត្រូវផ្ដោតអារម្មណ៍លើ ។ អ្នកត្រូវមានចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់ និងជាក់លាក់នូវអ្វីដែលអ្នកចង់បាន មុនពេលអ្នកអាចឈានទៅមុខបាន ។
- **ដកអ្វីដែលជាការរាំស្ទះចេញ ៖** មនុស្សភាគច្រើនតែងតែមានគំនិត និងការជឿជាក់លើខ្លួនឯងរៀងៗខ្លួន ប៉ុន្តែប្រសិនបើការជឿជាក់របស់អ្នកមើលទៅមិនអាចបន្តបាន អ្នកក៏គួរតែគិតពិចារណាលើការជឿជាក់អ្វីមួយផ្សេងទៀតផងដែរ ។ ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកមានភាពប្រាកដប្រជា ជាមួយវា អ្នកគួរធ្វើវាហើយចាប់ផ្ដើមឈានជំហានម្តងមួយៗ ។ ធ្វើយ៉ាងត្រូវប្រាកដថាផ្លូវដែលអ្នកនឹងដើរមិនមានភាពសង្ស័យ ។
- **ជំនឿរបស់អ្នកដែលធ្លាប់មាន គួរតែជំនួសមកវិញនូវជំនឿថ្មី ៖** មានមនុស្សខ្លះមានភាពជឿជាក់លើខ្លួនឯងខ្លាំងណាស់ (មិនសូវទទួលយកមតិពីអ្នកដទៃ) គិតថាខ្លួនឯងគិតត្រូវជានិច្ច ក្នុងភាពជាសហគ្រិនគេត្រូវមានភាពបត់បែនដោយការទុកគំនិតចាស់ហើយបូកជាមួយគំនិតថ្មី គំនិតថ្មីភាគច្រើននៃអ្នកអាជីវកម្មច្រើនតែគិតលើភាពវិជ្ជមានរហូត (គេគិតថាគេធ្វើបានរហូត បើទោះបីដួលប៉ុន្មានដងមកហើយ) ។ នៅពេលអ្នកធ្វើបែបនេះ នោះមានន័យថាអ្នកកំពុងលាងសម្អាតខួរក្បាលរបស់អ្នក និងបញ្ចូលអ្វីមួយថ្មីដែលអាចឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យនិងលទ្ធភាពថ្មី ។ ភាពជាសហគ្រិន អ្នកត្រូវចាកចេញពីកំហឹង ការឈឺចាប់ ការខកចិត្ត ភាពសោកសៅ និងអារម្មណ៍អស់សង្ឃឹមដែលអ្នកធ្លាប់មានដោយជំនួសមកវិញនូវអារម្មណ៍ដែលមានក្តីសង្ឃឹម ភាពវិជ្ជមានការអាណិតអាសូរ និងសេចក្តីសប្បុរស ចំពោះខ្លួនឯង និងអ្នកដទៃ ។

- **ពង្រីកចក្ខុវិស័យវែងឆ្ងាយរបស់អ្នក** ៖ ក្នុងភាពជាសហគ្រិន អ្នកគួរប្រើតិចបច្ចេកទេសការបង្ហាញការអះអាងពីចក្ខុវិស័យវែងឆ្ងាយរបស់អ្នកទៅដល់មនុស្សនៅជុំវិញអ្នក ដើម្បីទាក់ទាញពួកគេនូវអ្វីដែលអ្នកចង់បាន ឱ្យចូលមកក្នុងជីវិតនិងការងាររបស់អ្នក ។ ជាមួយនឹងជំនឿដែលមានដែនកំណត់អ្នកគួរចាកចេញពីផ្លូវនេះ និងចាប់ផ្តើមសុបិនរបស់អ្នកឱ្យកាន់តែធំ នៅពេលអ្នកមានសុបិនកាន់តែធំ នោះអ្នកនឹងមានចក្ខុវិស័យកាន់តែវែងឆ្ងាយដោយស្វ័យប្រវត្តិ ។
- **អ្នកត្រូវមានសកម្មភាព ដើម្បីបំផុសគំនិតរបស់អ្នក** ៖ សហគ្រិន មិនអាចចាំតែអង្គុយរង់ចាំភាពជោគជ័យមករកអ្នកបានទេ អ្នកត្រូវតែចាត់វិធានការ និងធ្វើឱ្យវាកើតឡើង មានន័យថាអ្នកជាអ្នកដើរទៅរកភាពជោគជ័យ ។ នៅពេលអ្នកកាន់តែធ្វើកាន់តែមានសកម្មភាពច្រើននោះអ្នកកាន់តែមានគំនិតច្រើន អ្នកដឹងច្រើន ដូចនេះមានតែការធ្វើសកម្មភាពទេ អាចជួយអ្នកឱ្យទទួលបានជោគជ័យធំធេងបំផុត ។

៣.៨.២. ចំណុចអវិជ្ជមាន

មានជំនួញមិនតិចនោះទេ ដែលដំណើរការទៅមួយរយៈ ហើយក៏ដួលទៅយ៉ាងរហ័ស ដែលធ្វើឱ្យម្ចាស់អាជីវកម្មមានការខកចិត្តយ៉ាងខ្លាំង។ ការដួលរលំទៅវិញបែបនេះ គឺមិនមែនកើតឡើងដោយចៃដន្យនោះឡើយ ពោលគឺប្រាកដជាមានដើមហេតុដែលនាំឱ្យអ្វីៗមិនអាចដំណើរការទៅបានយ៉ាងដូច្នោះ។ ខាងក្រោមនេះ គឺជាហេតុផលមួយចំនួន ដែលនាំឱ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នកដួលទៅវិញយ៉ាងងាយ៖

៣.៨.២.១. គ្មានភាពច្បាស់លាស់

មានមនុស្សជាច្រើន បានសម្រេចចិត្តបើកអាជីវកម្មផ្សេងៗ ដោយសារតែឃើញអ្នកដទៃទទួលបានភាពជោគជ័យ ក្នុងការធ្វើជំនួញ។ ប៉ុន្តែពួកគេគ្មានភាពច្បាស់លាស់ថា ខ្លួនចង់បើកអ្វីឱ្យប្រាកដ ពោលគឺគ្រាន់តែឃើញគេ រកស៊ីអ្វីមួយជោគជ័យ ហើយក៏ផ្តើមបើកតាមគេដែរ។ ការផ្តើមតាមគ្នា ដោយគ្មានភាពច្បាស់លាស់លើខ្លួនឯងបែបនេះ នឹងធ្វើឱ្យអាជីវកម្មទាំងនោះមិនអាចឈររឹងក្នុងទីផ្សារដ៏សែនប្រកួតប្រជែងនេះបានឡើយ។ ដូច្នោះហើយ ប្រសិនបើចង់ធ្វើជំនួញ អ្នកមិនត្រូវផ្តើមតាមគេនោះទេ ព្រោះថា អ្នកគ្មានថ្ងៃជោគជ័យឡើយ។

៣.៨.២.២. គ្មានលក្ខណៈពិសេសជាប់ដោយឡែក

ដើម្បីប្រាកដជា អាជីវកម្មថ្មីរបស់អ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងទីផ្សារ គឺត្រូវតែប្រាកដថា អ្នកមានអ្វីដែលពិសេស និងប្លែកពីអ្នកដទៃ ដើម្បីឱ្យអតិថិជនមានការចាប់អារម្មណ៍។ ប៉ុន្តែក្នុងស្ថានភាពជាក់ស្តែង ម្ចាស់អាជីវកម្មមួយចំនួនមិនបានគិតគូរអំពីបញ្ហានេះឡើយ ពោលគឺ គ្រាន់តែព្យាយាមធ្វើឱ្យបានដូចគេដូចឯងប៉ុណ្ណោះ។ ប្រការនេះហើយ ដែលធ្វើឱ្យអាជីវកម្មថ្មីមិនអាចជោគជ័យបាន ព្រោះបើអាជីវកម្មនោះដូចគេដែរ វាប្រាកដជាគ្មានអតិថិជនចង់ប្រើប្រាស់ផលិតផល ឬ សេវាកម្មថ្មីនេះឡើយ។

៣.៨.២.៣ បញ្ហាដៃគូ

សម្រាប់អាជីវកម្មដែលមានលក្ខណៈធំដុំ វាមិនអាចបដិសេធក្នុងការសហការជាមួយនឹងដៃគូផ្សេងៗបានឡើយ ព្រោះម្នាក់ឯងមិនអាចធ្វើការងារច្រើនបានទេ។ ប៉ុន្តែទន្ទឹមគ្នានេះ ការជ្រើសរើសដៃគូ គឺជារឿងសំខាន់ ព្រោះថាបើដៃគូគ្មានសុបិន្តរួម ឬ គ្មានលក្ខណៈប្រហាក់ប្រហែលគ្នាទេនោះ ប្រាកដជាមិនអាចដំណើរការទៅមុខយូរអង្វែងបានឡើយ។ ដូច្នេះហើយ មុននឹងសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសដៃគូ អ្នកត្រូវតែប្រាកដថា អ្នកទាំងនោះអាចតស៊ូជាមួយអ្នកបាន ទោះបីជាជួបបញ្ហាច្រើនក្តី។

៣.៨.២.៤ ខ្វះការតស៊ូ

ភាពជោគជ័យ គឺស្រួលនិយាយ និង ស្រួលសរសេរ ប៉ុន្តែមិនងាយនឹងបង្កើតនោះឡើយ។ គ្រប់ពេលដែលភាពជោគជ័យមានលក្ខណៈអស្ចារ្យ គឺវាពិតជាទាមទារឲ្យមានការតស៊ូដ៏អស្ចារ្យដូចគ្នាដែរ។ ការតស៊ូ គឺពិតជាសំខាន់ ព្រោះថា នៅពេលដែលអាជីវកម្មថ្មីរបស់អ្នកទើបនឹងដំណើរការនោះ គឺពិតជាមានបញ្ហារាប់មិនអស់ដែលអ្នកត្រូវតែព្យាយាមដោះស្រាយជាដាច់ខាត។ បើមិនតស៊ូទេ នោះគឺមានន័យថា ស្មើនឹងបរាជ័យ។ ដោយហេតុថា ម្ចាស់អាជីវកម្មថ្មីច្រើនមួយចំនួន គ្មានការតស៊ូ ដូច្នេះហើយពួកគេមិនអាចគេចផុត ពីពាក្យថា បរាជ័យបានឡើយ។

៣.៨.២.៥ ខ្វះការយកចិត្តទុកដាក់លើហិរញ្ញវត្ថុ

ហិរញ្ញវត្ថុ គឺពិតជាសំខាន់ណាស់ ។ រាល់ប្រតិបត្តិការទាំងអស់ គឺពិតជាត្រូវការហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីដំណើរការ ។ ចំពោះអ្នកបើកអាជីវកម្មខ្លះ មានការធ្វេសប្រហែស ក្នុងការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ ជាពិសេសការចាត់ចែង និង ការចំណាយខ្លួនខ្លួន ឬ មិនត្រូវខ្ជង់ ជាហេតុនាំឲ្យអាជីវកម្មនោះដួលរលំយ៉ាងហ័ស ព្រោះតែដើមទុនត្រូវរលាយអស់ដោយមិនដឹងខ្លួន ។ ដូច្នេះហើយ រាល់ការចំណាយ ត្រូវតែមានការគិតគូរ និង កត់ត្រាឲ្យបានច្បាស់ ដើម្បីប្រាកដជាការចំណាយនោះគឺត្រឹមត្រូវ និងច្បាស់លាស់បំផុត។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្រោយពីបានធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើការបើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មីតាមរយៈការស្រាវជ្រាវ ឯកសារជាមួយម្ចាស់អាជីវកម្ម (SME Owner) ដែលបានផ្តល់ជាបទបង្ហាញក្នុងការផ្តល់ជាឯកសារ ចំណេះដឹង ដំណោះស្រាយ និង បញ្ហាផ្សេងៗ ដែលជួបប្រទះក្នុងការបើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មី យើងសង្កេតឃើញថាការ គ្រប់គ្រងរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្មមានលក្ខណៈប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងទ្រឹស្តីដែលបានសិក្សាស្វែងរកពីគេហទំព័រក្នុង ឯបណ្តាញសង្គមផ្សេងៗ ។

យោងតាមទិន្នន័យដែលបានមកពីការផ្តល់ជាបើកជា យុទ្ធនាការម្ចាស់អាជីវកម្មជួយគ្នាក្នុងគ្រាលំបាក របស់ក្រុមហ៊ុន HOME – DUCATION យើងសង្កេតឃើញថាសហគ្រាសអាជីវកម្មមួយចំនួនក្នុងបរិបទនៃ រាតត្បាតនៃជម្ងឺកូវីដ១៩ មានការដំណើរការទៅមុខជាលំដាប់តាមគោលដៅនៃអាជីវកម្មៈ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម ផលិតផល ឬសេវាកម្ម និងអាស័យដ្ឋាន ដោយមានដំណោះស្រាយទៅលើបញ្ហារបស់អតិថិជនដូចជាៈ ការមើលលើបញ្ហារបស់ពួកគាត់រួចស្វែងរកដំណោះស្រាយ ។ បន្ទាប់មក យើងត្រូវសិក្សា និងវិភាគអំពីរូបចម្រើន វិភាគចំណុចខ្លាំង - ខ្សោយ - ឌីកាស - កត្តាគំរាមគំហែង បានមានការរៀបចំបង្កើតជាដំណោះស្រាយថ្មីប្លែក ដែលខ្លាំងជាងគេ ។ ដំណើរការគ្រប់គ្រងមូលធនដំបូងដែលជាដំណាក់កាលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មទាមទារ ឲ្យមាន ការយកទុកដាក់ខ្លាំងទៅលើការស្វែងរកប្រភពមូលធន សក្តានុពលនានា ដែលអាចមានភាពងាយស្រួលដល់ ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មប្រកបដោយហានិភ័យទាប ។ ដូច្នេះដើម្បីដំណើរការគ្រប់គ្រងប្រព្រឹត្តទៅបានល្អ អ្នក គ្រប់គ្រងមានជំនាញក្នុងការដឹកនាំ មានផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ មានគោលដៅច្បាស់លាស់ និងមានចក្ខុវិស័យ វែងឆ្ងាយ ។

យ៉ាងណាមិញទោះបីជាមានគោលការណ៍គ្រប់គ្រង ល្អក៏ដោយបើប្រភេទអាជីវកម្មដែល ពេញដោយ ការប្រកួតប្រជែងច្រើន វាចាំបាច់អោយអ្នកដឹកនាំត្រូវចេះបទបែនទៅតាមកាលៈទេសៈ។ បច្ចុប្បន្នយើងសង្កេត ឃើញថាមុខរបរអាជីវកម្ម មានការរីកដុះដាលខ្លាំង កត្តាទាំងនេះ ហើយទើបធ្វើអោយមានហាងមួយចំនួន ត្រូវបិទទ្វារដោយសារតែមិនអាចរកចំណុចស្រង់ដើម បាន ដៃគូប្រកួតប្រជែងច្រើន មិនអាចទប់ស្កាត់ហានិភ័យ ដែលកើតមានឡើងចំពោះមុខ មាន ន័យថាវានៅមានហានិភ័យកើតឡើងអ្នកដឹកនាំត្រូវហ៊ានប្រឈមមុខ និង ហានិភ័យនោះបើអ្នក បរាជ័យអ្នកត្រូវចាត់ទុកវាជាមេរៀននូវថ្ងៃក្រោយ តែបើជោគជ័យអ្នកត្រូវតែស្វែងរកគំនិត អភិវឌ្ឍ ថ្មីទៀតដើម្បីអោយការដឹកនាំកាន់តែល្អទៅមុខ នៅពេលផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នកបរាជ័យមាន ន័យថា ផែនការក្នុងការដឹកនាំរបស់អ្នកមិនទាន់បានល្អគ្រប់ជ្រុងជ្រោយនោះទេ ដូចនេះត្រូវមាន ផែនការទីមួយ និង ទីពីរ

បន្ថែមទៀត ។ ក្នុងនោះក៏មានកត្តាជាច្រើនដែលជំរុញអោយអាជីវកម្មថ្មី អាចពង្រីកខ្លួនបានរហ័សដោយសារតែ អ្នកដឹកនាំ ហ៊ានប្រឈមមុខ និង ហានិភ័យបន្ទាប់ពីឆ្លង កាត់ហានិភ័យនេះហើយ ។

សរុបមកវិញដើម្បីឱ្យអាជីវកម្មដំណើរការបានយ៉ាងរលូន និងយូរអង្វែង អ្នកដឹកនាំត្រូវមានមូលធន ចំណេះជំនាញ ទំនួលខុសត្រូវ ភាពបត់បែន ការចេះលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក ហើយអ្នកដឹកនាំមិនគួរមើលបំណាំ ដៃគូប្រកួតប្រជែងឡើយ ។

២. អនុសាសន៍

យោងតាមការស្រាវជ្រាវ និងការវិភាគខាងលើរួចមក យើងសង្កេតឃើញថាក្នុងការរៀបចំ និងបើក អាជីវកម្ម មានចំណុចមួយចំនួនគួរកែប្រែ និងស្វែងរកគំនិតអភិវឌ្ឍន៍បន្ថែម ដើម្បីទទួលបាននូវភាពជោគជ័យ កាន់តែខ្លាំងខ្លាចលើទីផ្សារប្រកួតប្រជែង នៅក្នុងចំណុចដែលយើង និងរៀបរាប់ខាងក្រោមនេះ វាប្រហែលជាអាច មានអត្ថប្រយោជន៍ដល់អ្នកដែលកំពុងប្រកបអាជីវកម្ម និងអ្នកកំពុងមានបំណងចង់ប្រលូកក្នុងអាជីវកម្ម ៖

- ច្នៃប្រឌិតជានិច្ច ៖ នៅក្នុងឧស្សាហកម្មដែលមានការប្រកួតប្រជែង ក្នុងនាមជាម្ចាស់អាជីវកម្ម យើងត្រូវ កំណត់ថា តើអ្វីដែលធ្វើឲ្យយើងខុសពីអាជីវកម្មផ្សេងទៀត ព្រោះមនុស្សចូលចិត្តសាកល្បងជាមួយរបស់ ថ្មីៗនិងប្លែកជានិច្ច។ ការធ្វើទីផ្សារដ៏ឆ្លាតវៃត្រូវចេះបង្កើតទំនិញឬសេវាកម្មដែលធ្វើឲ្យអតិថិជនលាន់មាត់ សរសើរនិងចង់បានទាំងលើតម្លៃនិងគុណភាពរបស់វា ។
- ប្រមូលបានបុគ្គលិកដែលទេពកោសល្យពិសេសៗ ៖ ជោគជ័យយូរអង្វែងនៃអាជីវកម្ម តម្រូវឲ្យអ្នកប្រើ ទេពកោសល្យដែលមានទាំងប៉ុន្មានដើម្បីបង្កើតយីហោផ្ទាល់ខ្លួនមួយ។ ទេពកោសល្យត្រង់នេះ សម្រាប់ដល់ ភាពប្រសប់ពីកំណើតទៅលើជំនួញដែលកំពុងបើកដំណើរការ។ បើអ្នកជាថៅកែដែលមានទេពកោសល្យ ខាងរកស៊ី ចូរអ្នកប្រើវាឲ្យអស់ក្នុងការរកស៊ីដោយកុំយកពេលទៅចាប់នេះចាប់នោះ មិនឆ្កោះត្រង់ណា ព្រោះ ខាតពេលនិងខាតប្រយោជន៍ ។
- បង្កើតបណ្តាញធំនិងរឹងមាំ ៖ រាល់អាជីវកម្មទាំងអស់អាចរីកធំបាន អាស្រ័យលើការកសាងបណ្តាញ នៅក្នុងសង្គម។ ជាសហគ្រិន ត្រូវមានទំនាក់ទំនងជាមួយមនុស្សឲ្យបានច្រើននៅគ្រប់ស្រទាប់ ទាំង លក្ខណៈបុគ្គលនិងបណ្តាអាជីវកម្មផ្សេងៗទៀត។ ការកសាងបណ្តាញរឹងមាំ នាំឲ្យជំនួញរឹងមាំដែរ ព្រម ទាំងនាំឲ្យអាជីវកម្មរីកចម្រើនលឿនរហ័ស ។
- ខំឲ្យអស់លទ្ធភាព ៖ មិនថាមុខរបរអ្វីទេ ការខិតខំប្រឹងប្រែងជាកត្តាជោគជ័យធំបំផុត។ បើអ្នកម្ចាស់ អាជីវកម្មចង់ទទួលបានភាពជោគជ័យ អ្នកត្រូវតែមានឆន្ទៈក្នុងការធ្វើការងារ គឺដាក់ចិត្តដាក់កាយតស៊ូជម្នះ ឧបសគ្គ ហើយប្រឹងប្រែងឲ្យអស់ពីខ្លួន។
- ពូកែលក់ ៖ ក្រោយអនុវត្តគន្លឹះខាងលើទាំង ៤ រួចហើយ ទីនេះជាអ្វីដែលអ្នកត្រូវធ្វើក្រោយគេ គឺការ លក់ ។ លទ្ធភាពជោគជ័យនៃអាជីវកម្មគឺការលក់ផលិតផលឬសេវាកម្ម។ ការលក់មិនត្រឹមតែបង្ហាញថា អ្នកមានអ្វីដែលអាចសម្រេចបានប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាថែមទាំងបានរកចំណូលចូលក្នុងអាជីវកម្មដែលជួយ ដល់ជំនួញកាន់តែចម្រើន។ មិនថាអ្នកជាថៅកែក៏ដោយ ត្រូវដាក់គោលការណ៍ជាមួយបុគ្គលិកលក់ឲ្យក្នុង រយៈកំណត់។

ឯកសារយោង

- **ឯកសារជាតាសាខ្មែរ**

- សេវាកម្មបកប្រែភាសា (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#InterpretationServices>)
(<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#YourRightsasaTaxpayer>)
(<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#WhoNeedstoFile>)
- បង់ពន្ធរបស់អ្នកនៅពេលអ្នកក្របានប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នក (<https://www.facebook.com/kandara19>)
- ឯកសារពន្ធអាជីវកម្ម(<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#FilingforYourBusiness>)
- ឯកសារពន្ធ (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#GetHelpPreparingYourTaxReturn>)
- ជម្រើសការបង់ប្រាក់ (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#PaymentOptions>)
- សំណួរអំពីពន្ធ (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#AnswerstoYourTaxQuestions>)
- ព័ត៌មានអំពីពន្ធ (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxes-khmer#YourTaxInformation>)

- **ឯកសារជាតាសាបរទេស**

- (<https://www.irs.gov/help/information-about-federal-taxeskhmer#PayYourTaxWhenYouEarnYourIncome>)
(<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed>)
(<https://www.irs.gov/individuals/tax-withholding->

- **ឯកសារជាគេហទំព័រ**

- គេហទំព័រ: <https://www.irs.gov/pub/irs-pdf/p1km.pdf> PDF(<https://www.irs.gov/pub/irs-pdf/p1km.pdf>)
(ចូលទស្សនាថ្ងៃទី០៦ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២១)
- គេហទំព័រ: <https://spean-kh.com/2018/06/06/5-things-to-learn-from-entrepreneur-for-your-career/>
(ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១០ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២១)
- គេហទំព័រ: (<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/estimated-taxes>)
(ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២២ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២១)
- គេហទំព័រ: (<https://www.irs.gov/individuals/employees/tax-withholding>)
(ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១២ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២១)
- គេហទំព័រ: <https://opendevdevelopmentcambodia.net/km/news/the-highs-and-lows-of-needle-exchanges/>
(ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២០ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២១)

ឧបសម្ព័ន្ធទី១

រូបភាព ៖ គ្រូឧទ្ទេសទាំង១៣ រូប ក្នុងកម្មវិធី បើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មីរបស់ (HOME-DUCATION)

HD

កម្មវិធី

បើក និង រៀបចំអាជីវកម្មថ្មី

Business Start-up & Management Program

លោកបណ្ឌិត គង់ ធាវិទ្ធ
លោកជំទាវ និង វិទ្យាសាស្ត្រកិច្ច

លោក ផែន ជូ
ប្រធានក្រុមហ៊ុនកៅស៊ូ និង ធារិយ

លោក ជិន សុមេធាវិទ្ធ
ប្រធានក្រុមហ៊ុន

លោក ភី ឡុងឌី
ប្រធានក្រុមហ៊ុន ក្រុមហ៊ុន ភី ឡុងឌី (ភាគី ទុន)

លោក រៀប សុភ័ក្រ
ប្រធានក្រុមហ៊ុន រៀប សុភ័ក្រ (ភាគី ទុន)

លោក ធី ប៊ុនធីត
ប្រធានក្រុមហ៊ុន ធី ប៊ុនធីត (ភាគី ទុន)

លោកស្រី ខុំ ម៉ឺណា
ប្រធានក្រុមហ៊ុន ខុំ ម៉ឺណា (ភាគី ទុន)

លោក ធុន សំផា
ប្រធានក្រុមហ៊ុន HUMAN POWER REALTY CO., LTD

លោកស្រី ចេន សុភាព
ប្រធានក្រុមហ៊ុន ចេន សុភាព (ភាគី ទុន)

លោក ពៅ សម្បត្តិ
ប្រធានក្រុមហ៊ុន RADUS MARKET CAMBODIA CO., LTD

លោក ភី សារីវុធ
ប្រធានក្រុមហ៊ុន SUNIF LOGISTICS & AMKISAV CO., LTD

លោកស្រី ហង់ ជួន ណារីត
ប្រធានក្រុមហ៊ុន ហង់ ជួន ណារីត (ភាគី ទុន)

លោកស្រី ច័ន្ទ ង៉ៅ
ប្រធានក្រុមហ៊ុន ច័ន្ទ ង៉ៅ (ភាគី ទុន)

សិក្សាតាមកម្មវិធី
zoom ឬ LIVE និង សិក្សាផ្ទាល់

សិក្សារយៈពេល **6 ខែ**
8 ដល់ 9:30 យប់

វិនិយោគ \$899 និងពេលវេលា 6 ខែ
ដើម្បីត្រាយដី "សហគ្រិនពិត" ដែលមានសមត្ថភាព
ដឹកនាំអាជីវកម្មទៅក្រោយពេលកំណើន។

HOME-DUCATION 

061 92 92 88 | 086 59 88 95 | 060 82 00 08 

ឧបសម្ព័ន្ធទី២

រូបភាព ៖ វគ្គដែលត្រូវសិក្សា ក្នុងកម្មវិធី បើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មីរបស់ (HOME-DUCATION)

២.៣ វគ្គដែលត្រូវសិក្សា

1. វគ្គស្ទង់គំនិត និងជំនាញសេដ្ឋកិច្ច
(Business Concept and Entrepreneurial Skills & Spirit)—លោក ឱន សុមេធាវិទូ និង
លោកបណ្ឌិត គង់ ពារិទ្ធ (៤ មេរៀន)
2. វគ្គវិភាគទីផ្សារ និង យុទ្ធសាស្ត្រសម្រេចជោគជ័យ
(Market Entry Analysis & Blue Ocean Strategy)— លោក ពៅ សម្បត្តិ និងលោក កែវ ឡុង
ឌី (៤ មេរៀន)
3. វគ្គរបៀបសរសេរផែនការលើវគ្គ (គាត១)
(Business Model Canvas)—លោក កែវ ឡុងឌី និង លោក ផុន សំផា (៥ + ១ មេរៀន)
4. គន្លឹះប្រមូលដើមទុនអាជីវកម្ម និង Pitch-Deck— លោកស្រី ម៉ុំ ម៉ូណា និងលោក ផុន សំផា
5. របៀបជ្រើសរើសដៃគូអាជីវកម្ម
(Choosing the Right Business Partners)— លោក កែវ ឡុងឌី
6. របៀបកសាងក្រុមការងារពូកែ (How to build TEAM)— លោក សោម សម្បត្តិ
7. វគ្គគោលនយោបាយនៃការគ្រប់គ្រងមនុស្សសម័យថ្មី
(Strategic Leadership for Contemporary People Management)
អ្នកស្រី លេង សុភាព និងលោក ឆាំ ប៊ុនថេត (៥ + ១ មេរៀន)
8. វគ្គគោលការណ៍គ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម
(Financial Principles for Business)—លោក ត្រីត ជួន និងអ្នកស្រី ហង់ ជួន ណារីតា
(៥ + ១ មេរៀន និង “ការយល់ដឹងអំពីពន្ធអាករ”)
9. វគ្គសិល្បៈនៃការលក់របបយុទ្ធសាស្ត្រ
(Arts of Strategic Sales)—លោកស្រី ច័ន្ទ ពារី និង លោកជឿប សុភ័ក្រ (៥ + ១ មេរៀន)
10. វគ្គការគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងនៃជីវិតអាជីវកម្ម
(Relationship Management for Business)—លោក អ៊ុំ សារ៉ាវុធ និង លោក ឱន សុមេធាវិទូ (៤
មេរៀន)

ឧបសម្ព័ន្ធនីតិ

រូបភាព ៖ កាលវិភាគសិក្សា ក្នុងកម្មវិធី បើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មីរបស់ (HOME-DUCATION)

២.៧ កាលបរិច្ឆេទ

ចាប់ផ្តើមសិក្សានៅថ្ងៃទី០១ មីនា ដល់ ថ្ងៃទី២៨ ខែសីហា ២០២១

លេខរៀង	កាលបរិច្ឆេទ	វគ្គសិក្សា	មេរៀន	គ្រូឧទ្ទេស	កំណត់សំគាល់
--------	-------------	------------	-------	------------	-------------

16th Floor of East Commercial Center Building, Norodom Blvd, Khan Chamkarmon, Tel (gram): 061-92-92-88 OR 086-598-895 f: HOME-DUCATION

1	០១ មីនា	ស្មារតីសហគ្រិន	មេរៀនទី១	លោក និន សុមេធាវិទូ	
2	០៤ មីនា	គំនិត និងជំនាញសហគ្រិន	មេរៀនទី២	លោកបណ្ឌិត គង់ ផារិទ្ធ	
3	១១ មីនា	គំនិត និងជំនាញសហគ្រិន	មេរៀនទី៣	លោកបណ្ឌិត គង់ ផារិទ្ធ	
4	១៥ មីនា	គំនិត និងជំនាញសហគ្រិន	មេរៀនទី៤	លោកបណ្ឌិត គង់ ផារិទ្ធ	
5	១៨ មីនា	ការវិភាគទីផ្សារ	មេរៀនទី៥	លោក ពៅ សម្បត្តិ	
6	២២ មីនា	ការវិភាគទីផ្សារ	មេរៀនទី៦	លោក ពៅ សម្បត្តិ	
7	២៥ មីនា	យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ	មេរៀនទី៧	លោក កែវ ឡុងនី	
8	២៩ មីនា	យុទ្ធសាស្ត្រសមុទ្រខៀវ	មេរៀនទី៨	លោក កែវ ឡុងនី	
9	០១ មេសា	របៀបសរសេរផែនការអាជីវកម្ម (ភាគ១)	មេរៀនទី៩	លោក កែវ ឡុងនី	
10	០៥ មេសា	របៀបសរសេរផែនការអាជីវកម្ម (ភាគ១)	មេរៀនទី១០	លោក កែវ ឡុងនី	
11	០៨ មេសា	របៀបសរសេរផែនការអាជីវកម្ម (ភាគ១)	មេរៀនទី១១	លោក កែវ ឡុងនី	
12	១៩ មេសា	របៀបសរសេរផែនការអាជីវកម្ម (ភាគ១)	មេរៀនទី១២	លោក ផុន សំផា	
13	២២ មេសា	របៀបសរសេរផែនការអាជីវកម្ម (ភាគ១)	មេរៀនទី១៣	លោក ផុន សំផា	
14	២៩ មេសា	របៀបសរសេរផែនការអាជីវកម្ម (ភាគ១)	មេរៀនទី១៤	លោក កែវ ឡុងនី លោក ផុន សំផា	ជួបផ្ទាល់

15	០៣ ឧសភា	កន្លឹះប្រមូលដើមទុនអាជីវកម្ម និង Pitch-Deck—	មេរៀនទី១៥	លោកស្រី ម៉ុំ ជូណា និង លោក ផុន សំផា	
16	០៦ ឧសភា	របៀបប្រើសេវាសេវាដៃគូអាជីវកម្ម	មេរៀនទី១៦	លោក កែវ ឡុងធី	
17	១០ ឧសភា	វត្តភាពជាអ្នកដឹកនាំយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីគ្រប់គ្រងមនុស្សសម័យថ្មី	មេរៀនទី១៧	លោកស្រី ចេន សុភាព	
18	១៣ ឧសភា	វត្តភាពជាអ្នកដឹកនាំយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីគ្រប់គ្រងមនុស្សសម័យថ្មី	មេរៀនទី១៨	លោកស្រី ចេន សុភាព	
19	១៧ ឧសភា	វត្តភាពជាអ្នកដឹកនាំយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីគ្រប់គ្រងមនុស្សសម័យថ្មី	មេរៀនទី១៩	លោកស្រី ចេន សុភាព	
20	២០ ឧសភា	វត្តភាពជាអ្នកដឹកនាំយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីគ្រប់គ្រងមនុស្សសម័យថ្មី	មេរៀនទី២០	លោក ឆាំ ប៊ុនថេត	
21	២៤ ឧសភា	វត្តភាពជាអ្នកដឹកនាំយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីគ្រប់គ្រងមនុស្សសម័យថ្មី	មេរៀនទី២១	លោក ឆាំ ប៊ុនថេត	
22	២៤ ឧសភា	វត្តភាពជាអ្នកដឹកនាំយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីគ្រប់គ្រងមនុស្សសម័យថ្មី	មេរៀនទី២២	លោក ឆាំ ប៊ុនថេត	ជួបផ្ទាល់
23	០៣ មិថុនា	គោលការណ៍គ្រឹះហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្ម	មេរៀនទី២៣	លោកស្រី ហង់ ជួន ណារីតា	
24	០៧ មិថុនា	គោលការណ៍គ្រឹះហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្ម	មេរៀនទី២៤	លោកស្រី ហង់ ជួន ណារីតា	
25	១០ មិថុនា	គោលការណ៍គ្រឹះហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្ម	មេរៀនទី២៥	លោក ផែន ជូ	
26	១៤ មិថុនា	គោលការណ៍គ្រឹះហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្ម	មេរៀនទី២៦	លោក ផែន ជូ	
27	១៧ មិថុនា	គោលការណ៍គ្រឹះហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្ម	មេរៀនទី២៧	លោក ផែន ជូ	

28	២៤ មិថុនា	គោលការណ៍គ្រឹះហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្ម	មេរៀនទី២៨	លោកស្រី ហង់ ជួន ណារីតា លោក ផែន ជូ	ជួបផ្ទាល់
29	២៨ មិថុនា	សិល្បៈនៃការលក់បែបយុទ្ធសាស្ត្រ	មេរៀនទី២៩	លោកស្រី ចន្ទី ងារី	
30	០១ កក្កដា	សិល្បៈនៃការលក់បែបយុទ្ធសាស្ត្រ	មេរៀនទី៣០	លោកស្រី ចន្ទី ងារី	
31	០៥ កក្កដា	សិល្បៈនៃការលក់បែបយុទ្ធសាស្ត្រ	មេរៀនទី៣១	លោកស្រី ចន្ទី ងារី	
32	០៨ កក្កដា	សិល្បៈនៃការលក់បែបយុទ្ធសាស្ត្រ	មេរៀនទី៣២	លោក ជឿប សុភ័ក្រ	
33	១២ កក្កដា	សិល្បៈនៃការលក់បែបយុទ្ធសាស្ត្រ	មេរៀនទី៣៣	លោក ជឿប សុភ័ក្រ	
34	១៥ កក្កដា	សិល្បៈនៃការលក់បែបយុទ្ធសាស្ត្រ	មេរៀនទី៣៤	លោកស្រី ចន្ទី ងារី និងលោក ជឿប សុភ័ក្រ	ជួបផ្ទាល់
35	១៩ កក្កដា	ការគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងដើម្បីអាជីវកម្ម	មេរៀនទី៣៥	លោក អ៊ុំ សារ៉ាផែន	
36	២២ កក្កដា	ការគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងដើម្បីអាជីវកម្ម	មេរៀនទី៣៦	លោក អ៊ុំ សារ៉ាផែន	
37	២៦ កក្កដា	ការគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងដើម្បីអាជីវកម្ម	មេរៀនទី៣៧	លោក អ៊ុំ សារ៉ាផែន	
38	២៩ កក្កដា	ការគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងដើម្បីអាជីវកម្ម	មេរៀនទី៣៨	លោក ឌិន សុខេនារិទ្ធ	
39	០២ សីហា	របៀបកសាងក្រុមការងារតូច	មេរៀនទី៣៩	លោក សោម សម្បត្តិ	
	០៣ សីហា ដល់២៨ សីហា	ការអនុវត្ត និង ពិធីបិទវគ្គ (២៨ សីហា ជួបផ្ទាល់)			

ឧបសម្ព័ន្ធទី៤

រូបភាព ៖ ការចុះបញ្ជីរបស់ (HOME-DUCATION)

ការចុះបញ្ជីរបស់ HOME DUCATION

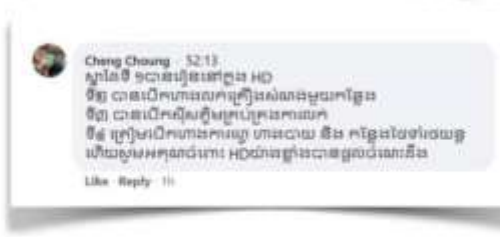
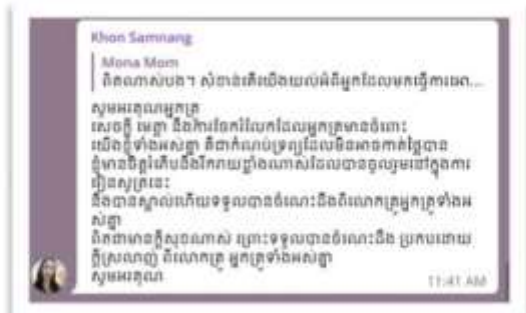


16th Floor of East Commercial Center Building, Norodom Blvd, Khan Chamkarmon, Tel (gram): 061-82-92-88 OR 095-598-895 E: HOME-DUCATION

ឧបសម្ព័ន្ធនីតិ

រូបភាព ៖ កិច្ចពិភាក្សាសិក្ខាកាម ក្នុងកម្មវិធី បើក និងរៀបចំអាជីវកម្មថ្មីរបស់ (HOME-DUCATION)

សម្តីពិភាក្សាពីបេះដូងមនុស្សសិប្បការណ៍ដែលបានរៀននៅហ្វេមឌូខេសិន



"ភាសារយេដូង ចេញពីការប៉ះពិបេះដូង"

16th Floor of East Commercial Center Building, Norodom Blvd, Khan Chamkamon, Tel (gram): 061-92-92-88 OR 086-598-895 ៖ HOME-DUCATION

ឧបសម្ព័ន្ធទី៧

រូបភាព ៖ ស្ថាបនិក និងជានាយកគ្រប់គ្រងរបស់ហ្វេមឌូខេសិន (HOME-DUCATION)

ស្ថាបនិក និងជាគោលការណ៍គ្រប់គ្រងរបស់ហ្វេមឌុអេសិន HOME-DUCATION

HOME-DUCATION
Turning Problems into Opportunities

BUSINESS

Personal Profile | **Mr. Koem Oeurn**
Founder & CEO
Certified In-Company Master Trainer

ប្រវត្តិប្រកាស

លោក គឹម ឡឿន
ស្ថាបនិក
បញ្ជាបត្រជាខ្ពស់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ
និងបណ្ឌិតបណ្ឌិត
ពីប្រទេសអូស្ត្រាលី

អំពីគាត់

- គោលការណ៍ប្រតិបត្តិការស្ថាបនាសិក្សាដើម្បីជោគជ័យ (LSI)
- គោលការណ៍ប្រតិបត្តិការសហប្រតិបត្តិការ កម្ពុជា-ជប៉ុន (CJCC)
- ប្រធានសមាគមពាណិជ្ជកម្ម និងវិនិយោគ កម្ពុជា-ជប៉ុន (CJBI)
- អគ្គនាយករង នៃអគ្គនាយកដ្ឋាននៃក្រសួងសិក្សា ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
- សាស្ត្រាចារ្យក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទភ្នំពេញ (IFL, RUPP)

“ដំណើរ ឆ្ពោះទៅកាន់សក្តានុពលពិតរបស់អនុស្ស+ ស្រប ហើយឆ្ងាយ”