



# ការផ្ដួចផ្ដើម លើវិស័យ ICT ជល់គ្រឿង

Women and iCT Frontier Initiative

ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម  
ដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT  
Planning a Business Using ICT

ម៉ូឌុល W1



# សហគ្រិនភាពស្ត្រី

## Women Entrepreneurs Track

ម៉ូឌុល Module W1

ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT

Maria Juanita Reyes Macapaga

APC*i*CT

មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកវិទ្យាសហគមន៍ព័ត៌មានដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍  
នៃអង្គការសហប្រជាជាតិប្រចាំតំបន់អាស៊ី និងប៉ាស៊ីហ្វិក



# ស្ត្រី និង ការផ្ដួចផ្ដើមដែនកំណត់នៃ ICT-សហគ្រិនភាពស្ត្រី

ការងារនេះត្រូវបានចេញផ្សាយក្រោមអាជ្ញាប័ណ្ណអន្តរជាតិ Creative Commons Attribution 4.0 ។

ដើម្បីមើលច្បាប់ចម្លងអាជ្ញាប័ណ្ណនេះ សូមចូលទៅកាន់គេហទំព័រ

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

មតិយោបល់ តួលេខ និងការប៉ាន់ស្មានមានចែងមកក្នុងសៀវភៅដែលបានបោះពុម្ពផ្សាយនេះគឺជាការទទួលខុសត្រូវរបស់អ្នកនិពន្ធ និងមិនត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការឆ្លុះបញ្ចាំងពីទស្សនៈ ឬការអនុម័តរបស់អង្គការសហប្រជាជាតិឡើយ។

ការរចនានេះបានប្រើនិងការបង្ហាញនៃសម្ភារៈ នៅក្នុងការបោះពុម្ពនេះមិនបានបញ្ជាក់បង្ហាញពីទស្សនៈ ណាមួយនៃលេខាធិការដ្ឋាននៃអង្គការសហប្រជាជាតិស្តីអំពីស្ថានភាព ផ្នែកច្បាប់ នៃប្រទេសណាមួយ ទឹកដី ទីក្រុងឬតំបន់ឬអាជ្ញាធររបស់ខ្លួនឬទាក់ទងការកំណត់ព្រំដែនឬព្រំដែនរបស់ខ្លួន។

ការនិយាយពីឈ្មោះក្រុមហ៊ុននិងផលិតផលពាណិជ្ជកម្មមិនបានបញ្ជាក់អំពីការគាំទ្ររបស់អង្គការសហប្រជាជាតិទេ។

ទំនាក់ទំនង៖

*មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាល បច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍ព័ត៌មានដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍ នៃអង្គការសហប្រជាជាតិ ប្រចាំតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក (UN-APCICT/ESCAP)*

5th Floor G-Tower, 175 Art Center Daero, Yeonsu-gu,  
Incheon, Republic of Korea

ទូរស័ព្ទ+ :82 32 458 6650

ទូរសារ+ :82 32 458 6691/2

E-mail: [info@unapcict.org](mailto:info@unapcict.org)

<http://www.unapcict.org>

រក្សាសិទ្ធិអង្គការសហប្រជាជាតិ ESCAP ឆ្នាំ 2016

រចនានិងប្លង់ :Scand-Media Corp Ltd និងលោក Lowil Espada

បកប្រែដោយអ្នកស្ម័គ្រចិត្ត និងគណៈកម្មការជាតិជំរុញភូមិផលិតផលមួយ (OVOP CAMBODIA)

បានបោះពុម្ពនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឆ្នាំ២០១៦

## អារម្ភកថា

សហគ្រិនស្ត្រី គឺជាកម្លាំងជំរុញមួយសម្រាប់ធ្វើអោយមានការផ្លាស់ប្តូរសង្គមជាវិជ្ជមាន។ សហគ្រិនស្ត្រីភាគច្រើន គឺមានភាពច្នៃប្រឌិត ប្តេជ្ញាយកល្អៗលើរាល់ឧបសគ្គ និងនៅតែបន្តការរៀនសូត្រអស់ពេញមួយជីវិត។ ភាពជោគជ័យរបស់ពួកគេបានជំរុញនូវការបង្កើនប្រសិទ្ធភាព ពីការកំណើនឡើងនូវប្រាក់សន្សំសម្រាប់គ្រួសារ និងការវិនិយោគនៅក្នុងការថែទាំសុខភាព និងការអប់រំសម្រាប់កុមារដើម្បីជំរុញការបង្កើតការងារ និងកំណើនផលិតផលជាតិសរុបនៅក្នុងស្រុក។

ខណៈពេលដែលតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក បានបិទគម្លាតយេនឌ័រមួយចំនួននៅក្នុងវិស័យសុខាភិបាល និងការអប់រំ ស្ត្រីមាននៅតែត្រូវបានបដិសេធច្រើនជាងបុរសក្នុងឱកាសចូលរួមក្នុងវិស័យសេដ្ឋកិច្ច ដោយបានដាក់កំណត់ទៅលើកម្លាំងពលកម្ម ប្រាក់ឈ្នួលទាប ការងារដែលមានភាពងាយរងគ្រោះ ឬ ការទទួលបាននូវហិរញ្ញវត្ថុ និងឥណទានដែលមានកំរិតទាប។

របៀបវារៈ ឆ្នាំ ២០៣០ សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព គឺជាគោលការណ៍សកលសម្រាប់វិស័យសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គម នាពេលអនាគត និងធានាបាននូវនិរន្តរភាពបរិស្ថានដែលយើងចង់បានសម្រាប់កិច្ចការនេះ និងគ្រប់ជំនាន់នាពេលអនាគត។ ជាមួយនឹងគម្លាតយេនឌ័រ បានធ្វើអោយមានការផ្លាស់ប្តូរតិចតួចសម្រាប់រយៈពេលជាង ២០ ឆ្នាំកន្លងមកនេះទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏សមិទ្ធផលដែលសំរេចបានតាមចក្ខុវិស័យ នៅក្នុងតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិកនឹងមានឧបសគ្គកាន់តែច្រើនឡើងៗ។ វិសមភាពបានរារាំងកម្លាំងសេដ្ឋកិច្ច និងធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ការផ្សារភ្ជាប់សង្គមដែលធ្វើអោយមានភាពរាំងស្ងះដល់ការអភិវឌ្ឍន៍បរិស្ថានប្រកបដោយចីរភាព។ ដំណោះស្រាយដែលឆ្លើយតបទៅនឹងវិសមភាព គឺតម្រូវឱ្យយើងត្រូវដោះស្រាយនូវឫសគល់នៃភាពក្រីក្រ ការរើសអើង និងដើម្បីផ្តល់ការគាំពារសង្គមឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់នូវបញ្ហាដែលងាយរងគ្រោះបំផុត។ ទាំងនេះតម្រូវឱ្យមានការបង្កើនលើ ផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងគំនិតច្នៃប្រឌិតព្រមទាំងបង្កើនឥទ្ធិពលនៃបច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍និង ព័ត៌មាន (ICT) ដើម្បីបង្កើនឱកាសក្នុងការអភិវឌ្ឍលើគ្រប់វិស័យ។

ICTs គឺជាឧបករណ៍ដែលធ្វើឱ្យមានតម្លៃសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចសង្គម ការចូលរួមក្នុងសង្គមនិងផ្តល់ភាពអង់អាច សូម្បីតែភាពជាក់លាក់នៃចំនួនប្រជាជន ក៏នៅតែបន្តប្រឈមមុខនឹងគុណវិបត្តិដែលជាលទ្ធផលបានមកពីការកង្វះនៃដំណើរការ និងសមត្ថភាពក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទាំងនេះរបស់ពួកគេ។ ដើម្បីជាមធ្យោបាយនៃការចែកចាយ និងដើម្បីជួយដោះស្រាយនូវគម្លាតយេនឌ័រដែលនៅសល់ មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាលអាស៊ី -ប៉ាស៊ីហ្វិកសម្រាប់ ទំនាក់ទំនងនិងបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីការអភិវឌ្ឍន៍(APCICT) ត្រូវបានអភិវឌ្ឍន៍ ស្ត្រី និងការផ្តួចផ្តើមលើវិស័យ ICT ( WIFI) ដើម្បីគាំទ្រដល់ស្ត្រីជាសហគ្រិនដែលមានចំណេះដឹងជាមូលដ្ឋានក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ជំនាញ ICT និងប្រភពធនធានតាមរយៈប្រព័ន្ធអនឡាញ។ កម្មវិធីនេះបានជំរុញយ៉ាងសកម្មទៅលើបរិស្ថាន នៃគោលនយោបាយដែលនឹងអាចមានជាដំណោះស្រាយយ៉ាងពិសេសចំពោះរបាំងនានារបស់ស្ត្រី ក្នុងការផ្តល់គុណតម្លៃដល់ស្ត្រីក្នុងមធ្យោបាយដែលមិនត្រឹមត្រូវ។

ម៉ូឌុល WIFI ជាផ្នែកមួយដែលបានឆ្លុះបញ្ចាំងពីការអភិវឌ្ឍន៍ទាំងជំនាញ ICT និងចំណេះដឹងសហគ្រិនភាពដែលមានសារៈសំខាន់ដើម្បីកែលម្អជីវភាពរស់នៅ និងការជំរុញសេដ្ឋកិច្ចទាំងមូល ទទួលបាននូវភាពរុងរឿងនិងសុខុមាលភាពសម្រាប់ស្ត្រី។ សញ្ញារបស់WIFI គឺការបង្ហាញពីការ ចូលរួម ក្នុងការកសាងផែនការ និងការទទួលបាននូវនិរន្តរភាពនាពេលអនាគត ជាមួយនឹងឱកាសស្មើភាពគ្នា ក្នុងការទទួលបាននូវផលប្រយោជន៍សម្រាប់ទាំងអស់គ្នា។

បណ្ឌិត ហ៊ីរុន សុភី  
នាយិកា  
UN-APCICT/ESCA

# អំពីម៉ូឌុល

គោលបំណងសំខាន់នៃម៉ូឌុលនេះគឺ ដើម្បីណែនាំពីសារៈសំខាន់ និងចង់ឲ្យសហគ្រិនស្រ្តី ធ្វើផែនការអាជីវកម្ម និងដើម្បីប្រើប្រាស់ឧបករណ៍បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងគមនាគមន៍ (ICT) សម្រាប់ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម។

ម៉ូឌុលនេះបានផ្តល់នូវគោលគំនិតជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ធ្វើផែនការអាជីវកម្ម ឧបករណ៍វិភាគ និងកម្មវិធី ICT សម្រាប់ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម។ ម៉ូឌុលនេះគឺមានបំណងតម្រង់ទិសស្រ្តីដែលចេះប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT ដែលបានប្រើប្រាស់ ICTs សម្រាប់តែភារកិច្ចប្រចាំថ្ងៃ (ឧទា ការហៅទូរស័ព្ទ សារជាអក្សរ អ៊ីម៉ែល) និងមានចំណាប់អារម្មណ៍ក្នុងការប្រើ ICTs សំរាប់មុខងារអាជីវកម្មកម្រិតខ្ពស់បន្ថែមទៀត (ឧទា. ទីផ្សារអនឡាញ និងលក់) ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ មិនមែនអ្នកប្រើប្រាស់វិស័យ ICT សុទ្ធតែអាចទទួលបានប្រយោជន៍ពីម៉ូឌុលនោះទេ។

នៅក្នុងការពិចារណានៃតម្រូវការ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់សហគ្រិនស្រ្តី ម៉ូឌុលនេះមិនត្រឹមតែផ្តល់នូវការយល់ដឹង និងចំណេះដឹងនោះទេប៉ុន្តែបានស្នើផងដែរសម្រាប់សកម្មភាពសហគ្រិនស្រ្តីក្នុងការចាប់ផ្តើមអនុវត្តគំនិត និងឧបករណ៍ទៅនឹងអាជីវកម្មដែលបានគ្រោងទុករបស់ខ្លួន។

មគ្គុទ្ទេសក៍របស់អ្នកសម្របសម្រួល នៅចុងបញ្ចប់នៃម៉ូឌុលដែលបានផ្តល់នូវ យោបល់លើ ការបណ្តុះបណ្តាលដល់សហគ្រិនស្រ្តី និងការផ្តល់ផលឲ្យកាន់តែប្រសើរឡើង នៃសម្ភារៈនេះនៅក្នុងការកំណត់ក្នុងតំបន់មួយ។

### លទ្ធផលសិក្សា

ក្រោយពេលបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះនេះអ្នកសិក្សានឹងទទួលបាននូវ៖

1. យល់ដឹងពីការទំនាក់ទំនងរវាងការផ្តល់អាទិភាពដល់ស្ត្រី និងភាពជាសហគ្រិន និងការប្រើប្រាស់វិស័យ ICTs ក្នុងការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មរបស់ស្ត្រី
2. ពេញចិត្តក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្ម បញ្ហាប្រឈមរបស់ស្ត្រីនៅក្នុងអាជីវកម្ម សារៈសំខាន់នៃការរៀបចំផែនការ និងការប្រើប្រាស់ ICTs ក្នុងការធ្វើផែនការ
3. កំណត់ និងវិភាគពីគំនិតអាជីវកម្មទាក់ទងនឹងភាពខ្លាំង និងភាពខ្សោយរបស់សហគ្រិន និងការទាក់ទងទៅនឹងឱកាស និងឧបសគ្គផ្សេងៗនៅក្នុងបរិស្ថានអាជីវកម្ម រួមបញ្ចូលទាំងការប្រើប្រាស់វិស័យ ICTs ផងដែរ។
4. ទទួលស្គាល់សារៈសំខាន់នៃការយល់ដឹងពីបរិយាកាសអាជីវកម្ម កំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជន និងដៃគូប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារអាជីវកម្ម និងយល់ពីរបៀបដែល ICTs អាចមានប្រយោជន៍សំខាន់នៅក្នុងដំណើរការកំណត់អត្តសញ្ញាណ
5. យល់ដឹងពីការបង្កើតតម្លៃអាជីវកម្ម និងការប្រើប្រាស់វិស័យ ICTs ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម
6. យល់ច្បាស់ពីសារៈសំខាន់នៃគោលដៅអាជីវកម្ម និងការកំណត់ទិសដៅការបង្កើតអាជីវកម្ម
7. កំណត់អត្តសញ្ញាណ និងវិភាគតម្រូវការធនធាននៃអាជីវកម្មមួយ ហើយយល់ពីរបៀបប្រើប្រាស់ ICTs ដែលអាចជួយក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណនៃតម្រូវការអាជីវកម្មនេះបាន។
8. យល់ពីតម្លៃនៃការរៀបចំផែនការហិរញ្ញវត្ថុរបស់អាជីវកម្ម និងយល់ពីរបៀបដែល ICTs អាចជួយក្នុងការរៀបចំផែនការនេះបាន។
9. ទទួលស្គាល់ប្រភេទផ្សេងៗ នៃហានិភ័យអាជីវកម្ម និងយល់ពីផលវិបាកនៃដំណើរការអាជីវកម្ម និងការបង្កើតផលិតផល។
10. យល់ពីគោលគំនិតអាជីវកម្មដែលត្រូវបានអនុវត្តនៅក្នុងការសរសេរផែនការអាជីវកម្មមួយ

### ទស្សនិកជនគោលដៅ

សហគ្រិនស្ត្រីដែលមានសក្តានុពល និងសហគ្រិនស្ត្រីទាំងអស់នៅក្នុងដំណាក់កាលដំបូងនៃអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ

### រយៈពេល

8 ម៉ោងនៅលើអ្នកដែលបានបង្កើតឲ្យរាលដាលជាមូលដ្ឋាន ក្នុងនៅសប្តាហ៍ ដោយផ្អែកលើ 2 ម៉ោងដែលអាចរកបានជារៀងរាល់ថ្ងៃនៃអ្នកចូលរួមជាស្ត្រី



# ការទទួលស្គាល់

UN-APCICT ទទួលស្គាល់ដៃគូជាច្រើនដែលបានចូលរួមក្នុងប្រជុំជាច្រើនដងនៃការពិនិត្យឡើងវិញនៃមតិការ  
ការបណ្តុះបណ្តាល និងអ្នកដែលបានផ្តល់ធាតុចូលដ៏សំខាន់ដែលមិនអាចកាត់ថ្លៃបានក្នុងខណៈពេលកំពុង  
អភិវឌ្ឍន៍ម៉ូឌុលនេះ។

យើងសូមថ្លែងអំណរអរគុណដល់វិទ្យាស្ថានប៉ាគីស្ថាននៃ ICTs សំរាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ (PIID) និងសាកលវិទ្យាល័យ  
នៃប្រទេសហ្វីលីពីន Diliman- Extension Program in Pampanga (UP Clark). ។

UN-APCICT បានទទួលស្គាល់ផងដែរពីការចូលរួមវិភាគទានយ៉ាងជាក់លាក់របស់ Maria Juanita R.  
Macapagal, Faheem Hussain, Sayuri Cocco Okada, Thi Ngoc Thao Nguyen, Maria Luisa S. Concepcion,  
Therese Marie B. Rico, Emmy F. Iman, Mina Lyn C. Peralta, Emmanuel C. Lallana, John J. Macasio,  
Usha Rani Vyasulu Reddy, Maria Anthonette Velasco Allones, and Grace Gorospe Jamon ដែលពិតជា  
បានជួយបង្កើតម៉ូឌុលនេះ។

យើងក៏សូមថ្លែងអំណរអរគុណដល់អ្នកដែលបានចូលរួមពីកិច្ចប្រជុំ ពិគ្រោះយោបល់ កិច្ចប្រជុំក្រុមអ្នកជំនាញ  
សិក្ខាសាលា និងការធ្វើតេស្ត ហើយទើបញ្ចប់សូមថ្លែងអំណរអរគុណដល់ Christine Apikul សម្រាប់ការជួយ  
កែសម្រួលម៉ូឌុលនេះ។

# តារាងមាតិកា

អារម្ភកថា	i
អំពីម៉ូឌុល	iii
ការទទួលស្គាល់	v
បញ្ជីអក្សរកាត់	ix
<b>I. ការណែនាំ</b>	<b>1</b>
1.1. តើ Module W1 និយាយពីអ្វី	2
1.2. តើអាជីវកម្មជាអ្វី?	3
1.3. តើអ្វីទៅជាដំណាក់កាលនៃអាជីវកម្ម?	5
<b>II. ការអភិវឌ្ឍន៍ផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក</b>	<b>9</b>
2.1. តើអ្វីទៅជាផែនការអាជីវកម្ម?	11
2.2. ការប្រើប្រាស់វិស័យ ICTs នៅក្នុងផែនការអាជីវកម្ម	12
2.3. បង្កើតគំនិតអាជីវកម្ម ជាគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក?	23
2.3.1. តើអ្វីទៅជាគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក?	24
2.4. ការយល់ដឹងពីបរិស្ថានអាជីវកម្មនិងឱកាសស្វែងយល់ពីឱកាស និងបរិយាកាសធ្វើអាជីវកម្ម	33
2.4.1. វិភាគលើបរិយាកាស	35
2.4.2. ការកំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជននិងដៃគូប្រកួតប្រជែង	38
2.4.3. ការបង្កើតអត្ថប្រយោជន៍ និងគុណតម្លៃ ដែលមានការប្រកួតប្រជែងសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក	47
2.5. គោលដៅអាជីវកម្ម	49
2.6. ការកំណត់អត្តសញ្ញាណធនធានអាជីវកម្ម	52
2.6.1. ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម	52
2.6.2. ធនធានមនុស្ស	56
2.7. ការអភិវឌ្ឍន៍ផែនការហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្ម	58
2.8. កាលវិភាគនៃសកម្មភាពចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម និងសកម្មភាពជាប្រចាំ	66
2.9. ប្រភពនៃដើមទុន	66

2.10. ការគិតទុកជាមុនចំពោះបញ្ហាប្រឈម

**III. ការសរសេរផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក 73**

**IV. សង្ខេប 75**

**ឧបសម្ព័ន្ធ 77**

ឧបសម្ព័ន្ធ ១ ករណីសម្រាប់ពិភាក្សា 77

ឧបសម្ព័ន្ធ ២ មគ្គុទ្ទេសក៍របស់អ្នកសម្របសម្រួល 80

**បញ្ជីនៃប្រអប់**

ប្រអប់ ១ ឧទាហរណ៍ ពីសហគ្រិនស្រ្តីជាមួយនឹងគំនិតច្នៃប្រឌិតថ្មី 3

ប្រអប់ ២ ឧទាហរណ៍ ពីក្រុមដែលជួយខ្លួនឯងនៅក្នុងប្រទេសឥណ្ឌា 5

**បញ្ជីនៃតួលេខ**






រូបភាពទី ១	បួនដំណាក់កាលនៃអាជីវកម្មមួយ	5
រូបភាពទី ២	រូបថតអេក្រង់នៃកម្មវិធី Spredsheet	13
រូបភាពទី ៣	រូបថតអេក្រង់នៃកម្មវិធីវាយអត្ថបទ	14
រូបភាពទី ៤	រូបថតអេក្រង់នៃកម្មវិធីបទបង្ហាញ	14
រូបភាពទី ៥	ម៉ាកនៃម៉ាស៊ីនស្រាវជ្រាវ	15
រូបភាពទី ៦	រូបថតអេក្រង់នៃសារអ៊ីមែលដែលផ្សព្វផ្សាយផលិតផល	16
រូបភាពទី ៧	រូបថតអេក្រង់នៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមមួយដែលមានបណ្តាផលិតផលលក់ទីផ្សារ	17
រូបភាពទី ៨	រូបតំណាងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដែលពេញនិយមមួយចំនួន	18
រូបភាពទី ៩	ឧទាហរណ៍នៃម៉ឺនុយទូរស័ព្ទដៃ	18
រូបភាពទី ១០	ឧទាហរណ៍នៃម៉ឺនុយស្នាតហ្វូន	19
រូបភាពទី ១១	រូបថតអេក្រង់នៃការសិក្សាតាមរយៈអេឡិចត្រូនិកក្នុងស្រុក	19
រូបភាពទី ១២	រូបថតអេក្រង់នៃការអន្តរជាតិ (EBAY) និងមូលដ្ឋានអ៊ីមែលផ្សារ (harbest.com.ph)	20
រូបភាពទី ១៤	រូបថតអេក្រង់នៃសេវាកម្ម e- រដ្ឋាភិបាលសម្រាប់អាជីវកម្ម	21
រូបភាពទី ១៥	គំរូសំណុំបែបបទកម្មវិធីប្រាក់កម្ចី ដែលអាចទាញយកពីគេហទំព័រមួយ	22
រូបភាពទី ១៦	Filtering business ideas	23
រូបភាពទី ១៧	Filtering business ideas	33
រូបភាពទី ១៨	ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសហគ្រិនភាព	34
រូបភាពទី ១៩	ឧទាហរណ៍នៃផែនទីសហគមន៍	38
រូបភាពទី ២០	តម្រង់គំនិតអាជីវកម្ម	45

រូបភាពទី ២១	Value propositioning	48
-------------	----------------------	----

## តារាងបញ្ជី

តារាងទី១	បញ្ជីនៃគំនិតអាជីវកម្ម	25
តារាងទី២	ឧទាហរណ៍អំពីគំនិតអាជីវកម្ម និងការបរិយាយរបស់ពួកគេ	26
តារាងទី៣	សំណួរវិចិត្រ សម្រាប់គំនិតអាជីវកម្ម និងចម្លើយគំរូ	29
តារាងទី៤	ការវិភាគលើបរិយាកាសអាជីវកម្ម(ចម្លើយគំរូពី Mrs. Kuhn's case )	36
តារាងទី៥	សំណួរដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណពីគុណតម្លៃអតិថិជន	40
តារាងទី៦	សំណួរដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណដៃគូប្រកួតប្រជែង(ចម្លើយគំរូពី Mrs. Kuhn's case)	42
តារាងទី៧	និយមន័យដំណើរការ SCAMPER Model	48
តារាងទី៨	ឧទាហរណ៍ ពីគោលដៅដ៏ឆ្លាតវៃមួយ	50
តារាងទី៩	សេចក្តីលម្អិត នៃ ចក្ខុវិស័យក្តីស្រមៃអាជីវកម្មរបស់ Mrs. Kuhn	51
តារាងទី១០	បញ្ជីផ្ទៀងផ្ទាត់សម្ភារៈបរិក្ខាររបស់ Mrs. Kuhn	53
តារាងទី១១	ឧទាហរណ៍ បញ្ជីផ្ទៀងផ្ទាត់ធនធានមនុស្ស	57
តារាងទី១២	បញ្ជីគំរូតម្លៃនៃការចាប់ផ្តើម	59
តារាងទី១៣	បញ្ជីគម្រូនៃតម្លៃលើទីផ្សារ	59
តារាងទី១៤	គំរូនៃការព្យាករណ៍ការលក់	60
តារាងទី១៥	ការគណនាគំរូថ្លៃសម្រាប់ផលិតផល ឬសេវាកម្ម	60
តារាងទី១៦	ការប៉ាន់ប្រមាណគំរូនៃការចំណាយលើរដ្ឋបាល	61
តារាងទី១៧	គំរូនៃការប៉ាន់ប្រមាណការចំណាយលើធនធានមនុស្ស	61
តារាងទី១៨	គំរូនៃការប៉ាន់ប្រមាណលើការចំណាយសរុប	62
តារាងទី១៩	ឧទាហរណ៍នៃផែនការហិរញ្ញវត្ថុ	64

### បញ្ជីនៃរូបតំណាង List of Icons

-  Core/Key messages
-  Reflection Questions
-  Case Study
-  Something To Do
-  Test Yourself

## បញ្ជីនៃអក្សរកាត់

<b>APCICT</b>	មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាល បច្ចេកវិទ្យាសហគមន៍ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍ នៃអង្គការសហប្រជាជាតិ ប្រចាំតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក (អង្គការសហប្រជាជាតិ)
<b>ASEAN</b>	សហគមន៍ប្រជាជាតិអាស៊ាន
<b>C1</b>	មាតិកាស្នូលរបស់ WIFI - ម៉ូឌុលC១: ការពង្រឹងអំណាចស្រ្តី SDGs និង ICT
<b>C2</b>	មាតិកាស្នូលរបស់ WIFI-ម៉ូឌុលC២: ដាក់បញ្ចូលតួនាទីរបស់ ICTសម្រាប់សហគ្រិនស្រ្តី
<b>CCTV</b>	ទូរទស្សន៍ខ្សែកាបសៀគ្វីអគ្គីសនី
<b>ESCAP</b>	គណៈកម្មការសេដ្ឋកិច្ចនិងសង្គមសម្រាប់តំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក (អង្គការសហប្រជាជាតិ)
<b>FAO</b>	អង្គការស្បៀងនិងកសិកម្ម (អង្គការសហប្រជាជាតិ)
<b>ICT</b>	បច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍ព័ត៌មាន
<b>ILO</b>	អង្គការពលកម្មអន្តរជាតិ
<b>IPR</b>	សិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា
<b>SCAMPER</b>	Substitution, Combination, Amplify, Minimize, Put to Other Use, Eliminate & Rearrange
<b>SDG</b>	គោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព
<b>SMS</b>	សេវាកម្មសារខ្លីៗ
<b>SMART</b>	Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time-bound Goal
<b>UN</b>	អង្គការសហប្រជាជាតិ
<b>USD</b>	ប្រាក់ដុល្លារសហរដ្ឋអាមេរិក
<b>UNCTAD</b>	សន្និសីទអង្គការសហប្រជាជាតិស្តីពីពាណិជ្ជកម្មនិងការអភិវឌ្ឍន៍
<b>UNESCO</b>	អង្គការសហប្រជាជាតិ ផ្នែកអប់រំ វិទ្យាសាស្ត្រ និងវប្បធម៌
<b>UNEVOC</b>	មជ្ឈមណ្ឌលអន្តរជាតិសម្រាប់ការអប់រំបច្ចេកទេសនិងវិជ្ជាជីវៈនិងបណ្តុះបណ្តាល
<b>UN WOMEN</b>	អង្គការសហប្រជាជាតិអង្គភាពសម្រាប់សមភាពយេនឌ័រនិងការពង្រឹងសិទ្ធិអំណាចស្រ្តី
<b>W1</b>	សហគ្រិនបទស្រ្តី - ម៉ូឌុល W១: ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ ICT
<b>W2</b>	សហគ្រិនបទស្រ្តី - ម៉ូឌុលW២: គ្រប់គ្រងអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ ICT
<b>WIFI</b>	ការផ្តួចផ្តើមចំណេះដឹងផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍ព័ត៌មានដល់ស្រ្តី



# I. សេចក្តីណែនាំ

មាតិកាស្នូល C1 -Module: ការផ្តល់អាទិភាពដល់ស្ត្រីលើវិស័យ SDGs និង ICT និងម៉ូឌុល C2: ការអនុញ្ញាត តួនាទីរបស់វិស័យ ICT សម្រាប់សហគ្រិនស្ត្រី បានពន្យល់ពីសារៈសំខាន់នៃការផ្តល់អាទិភាព និងការចូលរួម របស់ស្ត្រីក្នុងវិស័យសេដ្ឋកិច្ច និងនយោបាយសម្រាប់ការសម្រេចបាននូវគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍។ ទោះបីជាយ៉ាង ណាក៏ដោយ ស្ត្រីត្រូវតែអាចយកឈ្នះលើឧបសគ្គនៃការផ្តល់សិទ្ធិអំណាចផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចនេះ ហើយម្យ៉ាងទៀត រដ្ឋាភិបាល និងស្ថាប័នផ្សេងៗត្រូវតែអាចផ្តល់នូវបរិយាកាសដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់ស្ត្រីដើម្បីទទួលបាននូវ ការចូលរួមដំណើរការ ហិរញ្ញវត្ថុ ទីផ្សារ បណ្តាញទំនាក់ទំនង និងរីករាយនឹងសិទ្ធិមនុស្សដែលជាមូលដ្ឋាន របស់ពួកគេ។ ដូចគ្នានេះផងដែរការប្រើប្រាស់នៃបច្ចេកវិទ្យា និងទំនាក់ទំនង (ICT) ក្នុងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ច និងនយោបាយដែលអាចជួយសម្រួល និងរួមចំណែកដើម្បីសម្រេចបាននូវការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាព ដែលជាគោលដៅ (SDGs) រួមបញ្ចូលទាំងគោលដៅទីប្រាំដើម្បីសម្រេចបាននូវសមភាពយេនឌ័រ និងការផ្តល់ អំណាចដល់ស្ត្រី និងក្មេងស្រីទាំងអស់។

ចំពោះស្ត្រី ការទទួលបានការចូលទៅក្នុងអាជីវកម្មមានទាំងរង្វាន់ និងការប្រកួតប្រជែង។ រង្វាន់ គឺមាន ច្រើនដូចជា ការកើនឡើងនៃតម្លៃលើខ្លួនឯង និងទំនុកចិត្ត នៅពេលដែលនាងអាចប្រើទេពកោសល្យ និង ជំនាញរបស់នាងដើម្បីទទួលបាននូវឯករាជ្យភាពសេដ្ឋកិច្ចនៅពេលដែលនាងអាចបង្កើតប្រាក់ចំណូលផ្ទាល់ ខ្លួនរបស់នាង និងធ្វើអោយជីវភាព គ្រួសាររបស់នាងនឹងកាន់តែល្អប្រសើរឡើងនៅពេលដែលនាងអាច បង្កើតជីវភាពរស់នៅប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ វាជាបញ្ហាប្រឈមខណៈពេលដែលនាងអាចជួបប្រទះបញ្ហា សេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងវប្បធម៌ដែលធ្វើឱ្យមានការលំបាកសម្រាប់នាងដើម្បីក្លាយជាសហគ្រិនដែលទទួលបាន ជោគជ័យម្នាក់ៗ។ ឧបសគ្គទាំងនេះរួមទាំងអាកប្បកិរិយាអវិជ្ជមានចំពោះស្ត្រីនៅក្នុងការងារ តួនាទីជាច្រើនដូច ជា កូនស្រី កូនប្រសារស្រី ប្រពន្ធនិងម្តាយ និងការទទួលបានឱកាសតិចតួចដើម្បីដំណើរការ ហិរញ្ញវត្ថុ ប្រើ ប្រាស់ បច្ចេកវិទ្យា និងឱកាសបណ្តុះបណ្តាលផ្សេងៗ។

សហគ្រិនភាពស្ត្រី-Module W1: ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មដោយប្រើវិស័យ ICT និង ម៉ូឌុល W2: ការគ្រប់គ្រង អាជីវកម្មដោយប្រើវិស័យ ICT ដែលត្រូវបានរចនាឡើងជាពិសេសសម្រាប់សហគ្រិនស្ត្រីសក្តានុពល និងអ្នក

ដែលត្រូវបានចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ ម៉ូឌុលនេះបានបម្រើជាមគ្គុទេសក៍សំរាប់ស្ត្រីដែលចង់បង្កើន និងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវចំណេះដឹង ជំនាញ និងសមត្ថភាពរបស់ពួកគេក្នុងការបង្កើតគម្រោងអាជីវកម្ម និងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ ម៉ូឌុលនេះរួមបញ្ចូលទាំងករណី ឧទាហរណ៍ ការធ្វើលំហាត់ និងឧបករណ៍វិភាគដើម្បីបង្កើត និងបង្កើនការយល់ដឹងរបស់សហគ្រិនស្ត្រីនៃអាជីវកម្មនិងបរិកាសរបស់ខ្លួន។

ខណៈពេលដែលម៉ូឌុលបានផ្តល់នូវមគ្គុទេសក៍ដល់សហគ្រិនស្ត្រីជាម្នាក់ៗ វាជាការលើកទឹកចិត្តដល់ពួកគេដើម្បីធ្វើអោយពួកគេចូលរួមចំណែក និងគាំទ្រគ្នាទៅវិញទៅមកជាក្រុមការងារផងដែរ។ ម៉ូឌុលៈ នៅពេលដែលបានប្រើដោយអ្នកសម្របសម្រួលសម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាល គឺជាទូទៅមានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីផ្តល់ឧទាហរណ៍ក្នុងតំបន់ និងលំហាត់ជាច្រើនទៀតដែលមានប្រយោជន៍សម្រាប់ទស្សនិកជនគោលដៅ។

### 1.1 តើម៉ូឌុល W1 និយាយអំពីអ្វី?

ម៉ូឌុលនេះផ្តោតលើការធ្វើផែនការអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់វិស័យ ICT នេះត្រូវបានរចនាឡើងសម្រាប់ស្ត្រីដែលមានបំណងចាប់ផ្តើមធ្វើអាជីវកម្ម ឬបង្កើនអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ។ ម៉ូឌុលនេះគឺផ្តល់នូវគំនិត និងនីតិវិធី ក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។ វាផ្តល់នូវគំនិតអាជីវកម្ម ជាមូលដ្ឋានឧបករណ៍វិភាគ និងកម្មវិធី ICT ជាមូលដ្ឋានក្នុងការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម។ នៅក្នុងការពិចារណានៃតម្រូវការ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់សហគ្រិនស្ត្រី ម៉ូឌុលនេះបានផ្តល់នូវការសិក្សាជាមួយនឹងការមិនត្រឹមតែយល់ដឹង និងចំណេះដឹង អំពីការធ្វើផែនការអាជីវកម្មប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងបានស្នើសកម្មភាពផ្សេងៗសម្រាប់ស្ត្រីក្នុងការចាប់ផ្តើមអនុវត្ត ICT និងឧបករណ៍មិនមែនជាវិស័យ ICT ដើម្បីអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។

គោលបំណងសំខាន់នៃការរៀនសូត្រម៉ូឌុលនេះគឺ៖

- ដើម្បីធ្វើបទបង្ហាញពីគោលគំនិតធ្វើផែនការអាជីវកម្ម និងឧបករណ៍វិភាគក្នុងការរៀបចំនៃការខិតខំប្រឹងប្រែងបង្កើតអាជីវកម្ម
- ដើម្បីណែនាំពីការស្នើសុំកម្មវិធីជាក់លាក់ លើវិស័យ ICT ដើម្បី ធ្វើផែនការអាជីវកម្ម

ជាពិសេស ទ្រង់ទ្រាយនេះនឹងមានការរៀនសូត្រជាក់ស្តែងនិងអន្តរកម្មដែលមានដូចជា៖

- គោលគំនិត និងបច្ចេកទេសអាជីវកម្មសាមញ្ញ សម្រាប់ការធ្វើអាជីវកម្មគ្រប់ប្រភេទ



- ឧទាហរណ៍ ដើម្បីបង្ហាញពីគំនិតនិងបច្ចេកទេស
- សាកល្បងធ្វើអាជីវកម្ម ហើយធ្វើការពិភាក្សាដើម្បីអាចឲ្យអ្នកសិក្សាយកគោលគំនិតទាំងនោះទៅធ្វើអាជីវកម្មប្រាកដប្រជារបស់ពួកគេបាន

### លទ្ធផលការសិក្សា

យល់ដឹងពីទំនាក់ទំនង រវាងការផ្តល់អាទិភាពដល់ស្ត្រី និងភាពជាសហគ្រិន ហើយ និងការប្រើប្រាស់វិស័យ ICTs ក្នុងការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មរបស់ស្ត្រី

## 1.2 តើអាជីវកម្មជាអ្វី?

អាជីវកម្ម គឺជាសំណុំនៃសកម្មភាពមួយដើម្បីផ្តល់ជូននូវទំនិញ និងសេវាកម្មនៅក្នុងការផ្លាស់ប្តូរប្រាក់ ឬទំនិញ និងសេវាកម្ម។ វាអាចត្រូវបានរកប្រាក់ចំណេញ ឬមិនរកប្រាក់ចំណេញ។ អាជីវកម្មមួយអាចត្រូវបានបង្កើតឡើង និងដំណើរការដោយមនុស្សម្នាក់ ជាក្រុម ភាពជាដៃគូ ឬសហគ្រឹះស្ថានមួយ។ បណ្តាប្រទេសនីមួយៗ មានច្បាប់ និងគោលនយោបាយស្តីពីការគ្រប់គ្រងប្រភេទផ្សេងៗគ្នានៃអាជីវកម្ម។

ជាលក្ខណៈបុគ្គលដែលចាប់ផ្តើមកាន់កាប់ និងការប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម និងការគ្រប់គ្រង និងការទទួលខុសត្រូវនោះដែលចាត់ទុកថាជាសហគ្រិន។ ជំនួសឱ្យការធ្វើការងារជាបុគ្គលិកម្នាក់ ដែលនាងធ្វើអាជីវកម្ម ហើយដឹកនាំអាជីវកម្មខ្នាតតូច និងបានគិតទុកជាមុន នូវហានិភ័យទាំងអស់និងផលដែលទទួលបាន ទាំងប្រថុយប្រថាន។ សហគ្រិនត្រូវបានគេមើលឃើញជាទូទៅ ថាជាអ្នកបង្កើតគំនិតថ្មី និងដំណើរការអាជីវកម្មមួយ។<sup>1</sup> សូមមើលប្រអប់ 1: សម្រាប់ឧទាហរណ៍នៃស្ត្រីដែលបានបង្កើតគំនិតថ្មីៗ (ឧទាហរណ៍: ផលិតផល ឬសេវាកម្ម ដែលបានផ្តល់នូវវិធីសាស្ត្រ ឬដំណោះស្រាយនៃការធ្វើអ្វីដែលថ្មីៗ) ។

### ប្រអប់ 1 ឧទាហរណ៍នៃសហគ្រិននារីជាមួយនឹងគំនិតថ្មីៗ

<sup>1</sup> Investopedia, "Entrepreneur". Available from <http://www.investopedia.com/terms/e/entrepreneur.asp>.

ដែលមានរយៈពេល 10 នាទី បង្ហាញពី "សហគ្រិនស្ត្រី: អានុភាព សម្រាប់ការ ផ្លាស់ប្តូរ" (<https://youtu.be/gnDCH4sfwd8>) និងការបង្ហាញសហគ្រិនស្ត្រី ដែលទទួលបានជោគជ័យ ចំនួនប្រាំនៅ ក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍។ ស្ត្រីទាំងនេះ បាននិយាយអំពីឧបសគ្គ ដែលពួកគេប្រឈម និងរបៀបដែល ពួកគេបានយកឈ្នះឧបសគ្គទាំងនោះ ។

សៀវភៅមួយ ដែលមានចំណងជើងថា "Follow Every Rainbow: Inspiring Stories of 25 Women Entrepreneurs whose Gentle Touch Created Strong Business" បានរៀបរាប់ រឿងរ៉ាវ អំពីសហគ្រិន ស្ត្រី។ អត្ថបទ នៅក្នុងគេហទំព័រ at <http://her.yourstory.com/25-women-entrepreneurs-0714> បាន បង្ហាញឲ្យឃើញតែមួយភ្លែតនូវរឿងរ៉ាវរបស់ពួកគេ។

អត្ថបទដែលមានចំណងជើងថា: "10 Filipino women entrepreneurs who smashed the glass ceiling" (<https://www.techinasia.com/filipino-women-entrepreneurs-who-smashed-glass-ceiling>) បានរៀបរាប់ពី លក្ខណៈពិសេសសហគ្រិនស្ត្រីចំនួន 10 រូបដែលមកពីប្រទេសហ្វីលីពីន។

មានករណីសិក្សានៃសហគ្រិនស្ត្រីទទួលបានជោគជ័យនៅក្នុងវិស័យវារីវប្បកម្មនៅពីប្រទេសឥណ្ឌា Tamil Nadu at <https://genderaquafish.files.wordpress.com/2011/04/25-dr-b-shanthi-successful-women-entrepreneurs-tami-nadu.pdf>.

① អ្វីៗដែលត្រូវធ្វើ

លំហាត់: តើអ្នកស្គាល់សហគ្រិនស្ត្រីដែលទទួលបានជោគជ័យណាម្នាក់មកពី ប្រទេសរបស់អ្នក ឬទេ? និយាយ ឬ សរសេរអំពីអ្វីដែលពួកគេបានធ្វើ និងរបៀបដែលពួកគេទទួលបានជោគជ័យ។ ចែករំលែករឿងរ៉ាវរបស់ពួកគេជាមួយអ្នកដទៃទៀត។

សហគ្រិនស្ត្រី មិនគួរធ្វើការងារតែម្នាក់ឯងនោះទេ។ អ្នកអាចបង្កើតជាក្រុម ឬជាផ្នែកមួយនៃក្រុមដែលអាច ជួយគ្នាទៅវិញទៅមកដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍ ហិរញ្ញវត្ថុឬការធ្វើអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ ឧទាហរណ៍: នៅក្នុងប្រទេស មួយចំនួន មានសមាគមស្ម័គ្រចិត្តតូចមួយនៃប្រជាជន បានមករួមគ្នាក្នុងគោលបំណងជួយដោះស្រាយ បញ្ហារួម របស់ពួកគេតាមរយៈការជួយខ្លួនឯង និងជួយគ្នាទៅវិញទៅមក។ សមាគមទាំងនេះត្រូវបានហៅថា "ក្រុមជួយខ្លួនឯង"។ មនុស្សមួយចំនួននៃក្រុមទាំងនេះត្រូវបានជាប់នៅក្នុងគម្រោងការគាំពារជីវិត សកម្មភាព សិក្សា និងការកើនឡើងនៃការសន្សំហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីបង្កើតទុនសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ សូមមើល អត្ថបទ និងវីដេអូ តំណក្នុងប្រអប់ទី 2 : ជាឧទាហរណ៍នៃក្រុមជួយខ្លួនឯងនៅក្នុងប្រទេសឥណ្ឌា។

សហគមន៍ពហុបំណង និងអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលមកពីប្រទេសជាច្រើនត្រូវបានចូលរួមផងដែរក្នុងការ ដូចផ្តើមដែលមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នានេះ។

**ប្រអប់ 2 ឧទាហរណ៍ក្រុមដែលជួយខ្លួនឯង នៅក្នុងប្រទេសឥណ្ឌា**

អត្ថបទដែលមានចំណងជើងថា “No one should sleep hungry here”: Women’s self-help group in Madhya Pradesh brings grains to starving villagers” (<http://www.dailymail.co.uk/indiahome/indianews/article-2560434/No-one-sleep-hungry-Womans-self-help-group-Madhya-Pradesh-bring-grains-starving-villagers.html>)

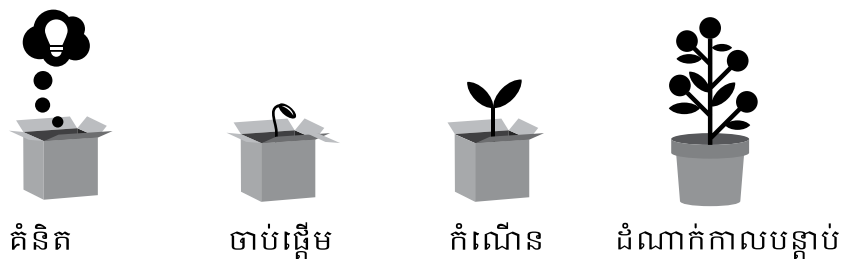
① **អ្វីៗដែលត្រូវធ្វើ**

លំហាត់: រកឲ្យឃើញ ប្រសិនបើមានគំនិតដូចផ្តើមស្រដៀងគ្នានៅក្នុងប្រទេសរបស់អ្នកដែលអាចគាំទ្រ ដល់សហគ្រិនស្ត្រី? ចែករំលែកការរកឃើញរបស់អ្នកជាមួយអ្នកដទៃ។

**1.3 តើដំណាក់កាលនីមួយៗនៃអាជីវកម្មមានអ្វីខ្លះ?**

ពិន្ទុអក្សរសាស្ត្រអាជីវកម្មទៅនឹងវដ្តជីវិតនៃអាជីវកម្ម។ នៅទីនេះមានបួនដំណាក់កាលនៃអាជីវកម្ម ១ - គោលគំនិត ២ - ការចាប់ផ្តើមឡើង ៣ - កំណើន និង ៤ - ដំណាក់កាលបន្តបន្ទាប់ ។ រូបភាពទី 1 ផ្តល់នូវឧទាហរណ៍អំពីដំណាក់កាលអាជីវកម្មនេះ។

Figure 1 **Four stages of a business**



Source: MaRS, "Stages of company development: Angel seed and venture capital investors", 6 December 2013. Available from <https://www.marsdd.com/mars-library/angel-investors-seed-or-venture-capital-investors-that-depends-on-your-stage-a-f-company-development/>

### ដំណាក់កាលគោលគំនិត

គោលគំនិត ឬគ្រាប់ពូជនៃវដ្តជីវិតអាជីវកម្មគឺ នៅពេលដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកគឺគ្រាន់តែជាគំនិត ឬគំនិតមួយ។ វាជាទស្សនៈ ឬកំណើតនៃអាជីវកម្មថ្មី។ នៅក្នុងដំណាក់កាលនេះផ្ដោតជាសំខាន់លើការផ្គូផ្គងនឹងឱកាសអាជីវកម្ម មានជំនាញសហគ្រិននេះ បទពិសោធ និង ចំណង់ចំនូលចិត្ត។ វាគឺជា ដំណាក់កាលនៃការធ្វើផែនការនេះផងដែរ ការទទួលបានព័ត៌មាននិងការធ្វើការសម្រេចចិត្តនៅលើរចនាសម្ព័ន្ធកម្មសិទ្ធិអាជីវកម្ម ប្រភពហិរញ្ញវត្ថុ និងវិធីល្អបំផុតដើម្បីបង្កើតផលិតផល ឬផ្តល់នូវសេវាកម្ម។ ផែនការអាជីវកម្មនេះគឺជាចំណុចដ៏ធំបំផុតនៅក្នុងដំណាក់កាលគំនិតនេះ។

នៅដំណាក់កាលគំនិតនេះវាជាការសំខាន់ក្នុងការគិតពីលទ្ធផលនិងការប្រមើលមើលអវិជ្ជមាននិងវិជ្ជមាន និងបញ្ហាប្រឈមដែលអ្នកបានជាសហគ្រិនស្រ្តីត្រូវតែដោះស្រាយជាមួយ។ តួនាទីរបស់ស្រ្តីជាច្រើននៅក្នុងផ្ទះទាមទារឱ្យមានច្រើននៃពេលវេលានិងធនធានមួយ។ នៅក្នុងលក្ខណៈដូចគ្នានេះដែរការធ្វើឱ្យដំណើរការអាជីវកម្មផងដែរទាមទារឱ្យមានការយកចិត្តទុកដាក់, ពេលវេលានិងធនធាន។ ស្រ្តីត្រូវការការគាំទ្រ។ អ្នកអាចត្រូវបានជួយដោយប្រជាជនដោយប្រើធនធានដែលមាននិងរួមគ្នា។ ដោយដឹងថានេះពីការចាប់ផ្ដើមរៀបចំនិងជួយអ្នកប្រមើលមើលពីរបៀបក្នុងការជួបបញ្ហាប្រឈមអាជីវកម្ម។

នៅដំណាក់កាលនេះ ការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ ICT និងកម្មវិធីដូចជា ទូរស័ព្ទដៃ កម្មវិធីកុំព្យូទ័រ និងកម្មវិធីផ្សេងៗទៀត ហើយនិងអ៊ីនធឺណិតអាចមានប្រយោជន៍ខ្លាំងណាស់ក្នុងការជួយអ្នកគ្រប់គ្រងពេលវេលានិងធនធានរបស់អ្នក ទាំងនៅផ្ទះ និងសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។

ការទទួលខុសត្រូវរបស់អ្នកនៅផ្ទះគឺមិនត្រូវបានបញ្ចប់នោះទេ។ ការធ្វើផែនការសកម្មភាព និងការទំនាក់ទំនងផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក ជាមួយនឹងក្រុមគ្រួសារ និងសាច់ញាតិរបស់អ្នក វាជារឿងសំខាន់ដែលអ្នកត្រូវតែថែរក្សាជារៀងរាល់ថ្ងៃ។ អ្នកអាចត្រូវបានជួយដោយឧបករណ៍ ICT និងកម្មវិធីគម្រោង និងការប្រាស្រ័យទាក់ទងបញ្ហាផ្ទាល់ខ្លួន។

ស្រដៀងគ្នានេះដែរនៅក្នុងអាជីវកម្ម ការធ្វើផែនការ និងការទំនាក់ទំនងវាដើរតួជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់ក្នុងការរៀបចំ និងការប្រតិបត្តិការសកម្មភាពអាជីវកម្ម និងការកសាងទំនាក់ទំនងសម្រាប់អាជីវកម្ម។ នៅក្នុងដំណាក់កាលធ្វើផែនការ ឧបករណ៍ និងកម្មវិធី ICT អាចជួយដើម្បីប្រមូលព័ត៌មានអាជីវកម្មសំខាន់ៗតាមរយៈអ៊ីនធឺណិត និងតាមរយៈមនុស្សដែលអ្នកអាចទាក់ទងជាមួយគ្នាដោយការចែកចាយប្រើឧបករណ៍ ICT ។

### ដំណាក់កាលចាប់ផ្តើម

ក្នុងដំណាក់កាលនេះអាជីវកម្មគឺ ត្រូវធ្វើឡើងដោយស្របច្បាប់។ អ្នកត្រូវរកឲ្យឃើញថា តើអ្នកអាចបំពេញតាមតម្រូវការបទប្បញ្ញត្តិរបស់រដ្ឋាភិបាលសម្រាប់ការបង្កើតអាជីវកម្មហើយឬនៅ មុនពេលដែលអ្នកសម្រេចចិត្តក្នុងការបន្ត និងការចាប់ផ្តើមវាឡើងដោយយថាហេតុ។

ដូចគ្នាផងដែរនៅក្នុងដំណាក់កាលនេះផលិតផល និងសេវាកម្មដែលមានការអភិវឌ្ឍន៍ និងបង្កើតផលិតផលគឺនៅកន្លែងជាមួយនឹងអតិថិជនដំបូងរបស់អ្នក។ នេះគឺជាដំណាក់កាលដែលអ្នករៀបចំប្រព័ន្ធ និងនីតិវិធីដើម្បីធ្វើឱ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នកពោរពេញដោយមានសមត្ថភាព និងមានប្រសិទ្ធភាព។ ប្រព័ន្ធនឹងរួមបញ្ចូលជាមួយវិធីដែលអ្នកទិញសម្ភារៈ និងគ្រឿងផ្គត់ផ្គង់ ជួល និងគ្រប់គ្រងនាក់ដែលធ្វើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មដើម្បីផលិត និងទទួលបានការលក់កាន់តែច្រើន រក្សាដាននៃហិរញ្ញវត្ថុ និងគោរពតាមលក្ខខណ្ឌដែលតម្រូវតាមបទបញ្ញត្តិរបស់រដ្ឋាភិបាល។

នៅដំណាក់កាលនេះសហគ្រិនស្រ្តីត្រូវការ ការគាំទ្រជាច្រើន។ ការទាមទារនៅលើពេលវេលាក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទង និងការធ្វើការសម្រេចចិត្តកំពុងកើនឡើង។ អ្នកនឹងត្រូវការមនុស្ស និងធនធានដើម្បីជួយឱ្យអ្នកបង្កើតអាជីវកម្ម។ យន្តការគាំទ្រពីសាច់ញាតិ និងមិត្តភក្តិ ក្រុមជួយខ្លួនឯង និងបណ្តាញសង្គមអាចជួយក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនិងការទទួលបាននូវឱកាសអាជីវកម្មកាន់តែច្រើន។ ជាឧទាហរណ៍ ការចូលទៅកាន់មណ្ឌលថែទាំសម្រាប់ម្តាយ ដែលជាសហគ្រិន អាចជួយផ្តល់ពេលវេលាឲ្យនាង ដើម្បីបំពេញកាតព្វកិច្ចការងារ និងតម្រូវការផ្ទាល់ខ្លួនរបស់នាង។ ICTs អាចជួយក្នុងការគ្រប់គ្រងពេលវេលាធនធាននិងបញ្ហាផ្ទាល់ខ្លួនបាន។

### ដំណាក់កាលកំណើន

ដំណាក់កាលនេះ ជាដំណាក់កាលដែលអតិថិជន ត្រូវបានកើនឡើង ប្រាក់ចំណូល ការលក់ និងប្រាក់ចំណេញ។ ប៉ុន្តែការប្រកួតប្រជែងត្រូវបានកើនឡើង ។ ដំណាក់កាលកំណើននេះគឺ ទាមទារយ៉ាងខ្លាំងជាមួយនឹងការបង្កើនអាជីវកម្ម និងបញ្ហាប្រឈមផ្ទាល់ខ្លួនជាងនេះទៅទៀតប្រសិនបើអ្នកគឺជាអ្នកដែលមិនអាចរៀបចំគម្រោង និងការប្រើប្រាស់ធនធានរបស់អ្នក មានប្រសិទ្ធភាពបានទេនោះ។ ជាថ្មីម្តងទៀតអាជីវកម្មនេះ អាចត្រូវបានជួយដោយការទទួលបានការគាំទ្រកាន់តែច្រើន ពីបុគ្គល និងបណ្តាញ ហើយដោយធ្វើឱ្យការប្រើប្រាស់នៃ ICTs ដែលអាចជួយការបង្កើតអាជីវកម្មរបស់អ្នកមានប្រសិទ្ធភាព។ ជាញឹក

ញាប់សហគ្រិនត្រូវការដើរតួនាទីជាច្រើន (ជាអ្នកគ្រប់គ្រង អ្នកកាន់បញ្ជី អ្នកប្រតិបត្តិ អ្នកវិភាគ អ្នកហិរញ្ញវត្ថុ អ្នកទីផ្សារ និងជាអ្នកទំនាក់ទំនងសាធារណៈ) ។ អ្នកត្រូវតែ កំណត់ និងបានរៀបចំការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងជីវិតរបស់អ្នក។

### ដំណាក់កាលបន្ទាប់

នៅដំណាក់កាលបន្ទាប់មកទៀត ជីវិតអាជីវកម្មអាចត្រូវបានចាត់ទុកថាជាទម្លាប់ និងការក្លាយខ្លួនដែលមានភាពចាស់ទុំ។ ភាគច្រើនបាន បន្តជាបញ្ហាប្រឈមសម្រាប់ការពង្រីកនៅចំណុចនេះ។ គំនិតអាជីវកម្មនេះអាចរកមើលឱកាសបន្ថែមទៀតហើយនេះតម្រូវឱ្យមាន ការធ្វើផែនការឱ្យកាន់តែច្រើន ការស្វែងរកព័ត៌មាន ការទំនាក់ទំនង និងការធ្វើឱ្យទំនាក់ទំនង ដើម្បីទទួលបានព័ត៌មានល្អៗ ដែលនឹងមានលទ្ធផល នៅក្នុងការសម្រេចចិត្តធ្វើអាជីវកម្មឱ្យកាន់តែល្អ។ ជាថ្មីម្តងទៀតអាជីវកម្មនៅដំណាក់កាលបន្ទាប់ទាំងនេះអាចត្រូវបានជួយ ប្រើប្រាស់ដោយកម្មវិធី ICT ។

## II. ការអភិវឌ្ឍផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក

### លទ្ធផលការសិក្សា

- ពេញចិត្តក្នុងការស្តាប់ដំណាក់កាលអាជីវកម្ម បញ្ហាប្រឈមរបស់ស្ត្រីនៅក្នុងអាជីវកម្ម សារៈសំខាន់នៃការរៀបចំផែនការ និងការប្រើប្រាស់ ICTs ក្នុងការធ្វើផែនការ
- កំណត់អត្តសញ្ញាណ និងវិភាគគំនិតអាជីវកម្មទាក់ទងនឹងភាពខ្លាំង និងភាពខ្សោយរបស់សហគ្រិន និងក្នុងការទាក់ទងនឹងឱកាស និងឧបសគ្គនៅក្នុងបរិស្ថានអាជីវកម្មនេះរួមបញ្ចូលទាំងការប្រើប្រាស់ ICTs
- ទទួលស្គាល់សារៈសំខាន់នៃការយល់ដឹងបរិយាកាសពាណិជ្ជកម្ម កំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជន និងដៃគូប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារអាជីវកម្មនិងយល់ពីរបៀប ICTs អាចមានប្រយោជន៍នៅក្នុងដំណើរការកំណត់អត្តសញ្ញាណ
- យល់ដឹងពីការបង្កើតអាជីវកម្ម និងការប្រើប្រាស់តម្លៃនៃ ICTs ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម
- យល់ច្បាស់ពីសារៈសំខាន់នៃគោលដៅអាជីវកម្មនិងការកំណត់ទិសដៅអាជីវកម្ម
- កំណត់អត្តសញ្ញាណនិងវិភាគតម្រូវការធនធាននៃអាជីវកម្មមួយនិងយល់ពីរបៀប ICTs អាចជួយក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណនៃតម្រូវការអាជីវកម្ម
- យល់តម្លៃនៃការរៀបចំផែនការហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្មនិងយល់ពីរបៀប ICTs អាចជួយក្នុងការរៀបចំ
- ទទួលស្គាល់ប្រភេទផ្សេងគ្នានៃហានិភ័យអាជីវកម្មនិងផលវិបាកនៃការដំណើរការអាជីវកម្មនិងការបង្កើតផលិតផល

ករណីនៃសហគ្រិនស្ត្រីដែលក្លាយជាទទួលបានជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន (សូមមើលអប់ទី 1) បានចាប់ផ្តើមជាមួយនឹងគំនិតអាជីវកម្មជាច្រើន។ អាជីវកម្មរបស់ពួកគេត្រូវបានផ្អែកលើអ្វីដែលពួកគេបានស្គាល់យ៉ាងច្បាស់; ហើយពួកគេកាន់តែស៊ីជម្រៅយល់ដឹងនៃផលិតផលរបស់ខ្លួននិងបរិយាកាសអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ សហគ្រិនស្ត្រីជាច្រើនបានជួបប្រទះបញ្ហាប្រឈមនិងការបរាជ័យក្នុងអាជីវកម្មប៉ុន្តែពួកគេបានកើនឡើងលើសពីការប្តេជ្ញាចិត្តនិងការទាំងនេះជាមួយនឹងការរៀនពីកំហុស។

អំពីអក្សរសិល្ប៍អាជីវកម្មនិងរឿងជំណាញពីសហគ្រិន មានកត្តាខាងក្នុងនិងខាងក្រៅដែលបានរួមចំណែកដល់ការបរាជ័យក្នុងអាជីវកម្ម។ មួយចំនួននៃកត្តាផ្ទៃក្នុងនេះអាចរួមមានដូចខាងក្រោម<sup>2</sup>:

- កង្វះនៃគោលដៅអាជីវកម្មខ្ពស់និងចក្ខុវិស័យ
- កង្វះនៃការផ្ដោតអារម្មណ៍
- កង្វះនៃការលើកទឹកចិត្ត
- ចំណេះដឹងមិនគ្រប់គ្រាន់និងសមត្ថភាពនៅលើអាជីវកម្មនេះ
- ការភ័យខ្លាចនៃការបរាជ័យ (ភ័យខ្លាចនូវអ្វីដែលអ្នកដទៃនិយាយ)
- កម្រោយលើការគ្រប់គ្រងថវិការ
- ខ្វះដើមទុន
- កំណត់ ឬគ្មានការងារជាក្រុម និងការចែករំលែកជាមួយមនុស្សផ្សេងទៀត

កត្តាខាងក្រៅផ្សេងៗដែលអាចគិតថាវាជាការបរាជ័យក្នុងអាជីវកម្មមានដូចខាងក្រោម<sup>3</sup>:

- ការរឹតបន្តឹងនិងឧបសគ្គក្នុងបរិយាកាសអាជីវកម្ម
- កង្វះនៃការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុពីរដ្ឋាភិបាល ឬឧស្សាហកម្មនេះ
- កើតឡើងមិនប្រក្រតីនៅក្នុងតំបន់ឬប្រទេសដែលកំពុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ដូចជាព្រឹត្តិការណ៍ដែលមិនមានការត្រួតពិនិត្យលើអាជីវកម្ម ឧទាហរណ៍ ទុក្ខលំបាក វិបត្តិហិរញ្ញវត្ថុ ការផ្លាស់ប្តូររចនាសម្ព័ន្ធការិយាល័យដើម
- ការផ្លាស់ប្តូរលំនាំនៃការទិញ
- ថយចុះនៅក្នុងអំណាចទិញរបស់អតិថិជន
- កង្វះវត្ថុធាតុដើម
- កូដកម្មអតិថិជន
- តម្លៃទាបរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែង
- ការជំនួសផលិតផល

ជាសហគ្រិនម្នាក់ អ្នកត្រូវតែប្រមើលមើលហានិភ័យអាជីវកម្ម និងបញ្ហាប្រឈម។ សូមមើលផ្នែកទី 2.10 សម្រាប់សេចក្តីលម្អិតបន្ថែមលើហានិភ័យអាជីវកម្ម។

ការមានផែនការល្អមានន័យថាការគិតអំពីគោលបំណងនិងចក្ខុវិស័យនៃអាជីវកម្មខ្ពស់របស់អ្នកផ្ដោតសំខាន់ មានដូចជាគម្រោងការគ្រប់គ្រងធនធានអាជីវកម្មនិងហិរញ្ញវត្ថុរបស់អ្នក និងការរៀបចំសម្រាប់កត្តាខាងក្នុង

<sup>2</sup> Tito Philips, Jnr, "7 Reasons why most entrepreneurs fail in business", *Naijapreneur*, undated. Available from <http://www.naijapreneur.com/why-entrepreneurs-fail/>.

<sup>3</sup> Zahra Arasti, Fahimeh Zandi and Neda Bahmani, "Business failure factors in Iranian SMEs: Do successful and unsuccessful entrepreneurs have different viewpoints?" *Journal of Global Entrepreneurship Research*, vol. 4, no. 10 (December 2014). Available from <http://link.springer.com/article/10.1186/s40497-014-0010-7>; and Mulugeta Chane Wube, "Factors Affecting the Performance of Women Entrepreneurs in Micro and Small Enterprises (The Case of Dessie Town)", August 2010. Available from <http://www.unevoc.unesco.org/e-forum/thesis%20final.pdf>.



និងខាងក្រៅនៃអាជីវកម្ម។ អ្នកណាដែលចង់ចូលរួមនៅក្នុងអាជីវកម្មមួយ ត្រូវតែមានផែនការល្អនៅក្នុង គោលបំណងដើម្បី: (1) ត្រូវបានច្បាស់លាស់ នៅលើអ្វីដែលអ្នកនឹងចូលរួម(2) ការដឹងអំពីខ្លួនអ្នក និង បរិយាកាសអាជីវកម្មរបស់អ្នក និង (3) កសាងទំនុកចិត្តបន្ថែមទៀតក្នុងទិសដៅអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

## 2.1 ផែនការអាជីវកម្មគឺជាអ្វី?

ផែនការអាជីវកម្មជាមូលដ្ឋាន គឺជាឯកសារដែលត្រូវបានផ្អែកលើដំណើរការ នៃការដាក់នៅក្នុង សំណុំបែបបទដែលបានសរសេរនូវអ្វីដែលអ្នកមានគម្រោងក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មរបស់អ្នក វិភាគនៃ កត្តាដែលប៉ះពាល់អាជីវកម្មនេះ និងរបៀបដែលអ្នកមានគម្រោងដើម្បីផ្តល់ហិរញ្ញវត្ថុ និងតិបត្តិការ។<sup>4</sup> ។ នៅពេលដែលអ្នកមានគម្រោងអ្នករៀបចំសម្រាប់សកម្មភាព។ មិនចាំបាច់ខិតខំរៀបចំការផ្តល់ ណាមួយឡើយ។

ផែនការអាជីវកម្មមួយដែលប្រាប់អំពីរបៀបជាមូលដ្ឋាននៃអាជីវកម្ម។ វារៀបរាប់អំពី:

- គោលដៅនិងគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក
- របៀបដែលអ្នកយល់ពីទីផ្សាររបស់អ្នកនិងរបៀបដែលអ្នកមានគម្រោងក្នុងការលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នក
- ហានិភ័យការប្រកួតប្រជែងនិងអាជីវកម្មរបស់អ្នក
- ការរចនានិងការអភិវឌ្ឍនៃផលិតផលនិងសេវាកម្មរបស់អ្នកដើម្បីធ្វើឱ្យវាល្អប្រសើរជាងដៃគូ ប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក
- តើអ្នកនឹងធ្វើប្រតិបត្តិការនិងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច?
- ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុ ដែលនឹងធ្វើឱ្យមានដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងធ្វើឱ្យវា ទទួលបាន ផលចំណេញ

ផែនការអាជីវកម្មមិនត្រូវបានទាមទារតែក្នុងអំឡុងពេលដំណាក់កាលគំនិតអាជីវកម្មនោះទេប៉ុន្តែទាំងនេះ ត្រូវតែត្រូវបានពិនិត្យនិងកែសំរួលនៅគ្រប់ដំណាក់កាលនៃអាជីវកម្ម។ ផែនការអាជីវកម្មគឺត្រូវបានទាមទារ នៅពេលដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំប្រាក់កម្ចីអាជីវកម្មនៅពេលដែលអ្នកស្វែងរកការផ្តល់មូលនិធិពី វិនិយោគិន។

<sup>4 4</sup> Investopedia, "What is a Business Plan". Available from <http://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp>

ពីចំណុច 2.3 តទៅគោលគំនិតអាជីវកម្មដែលត្រូវបានប្រើជាទូទៅនៅក្នុងផែនការអាជីវកម្មមួយដែលត្រូវបានពិភាក្សានៅពេលជាមួយនឹងការលើកជាឧទាហរណ៍ និងលំហាត់គំរូផ្សេងៗ។ ការផ្តល់យោបល់លើការប្រើប្រាស់កម្មវិធី ICT មួយចំនួននឹងត្រូវបានផ្តល់ជូន។

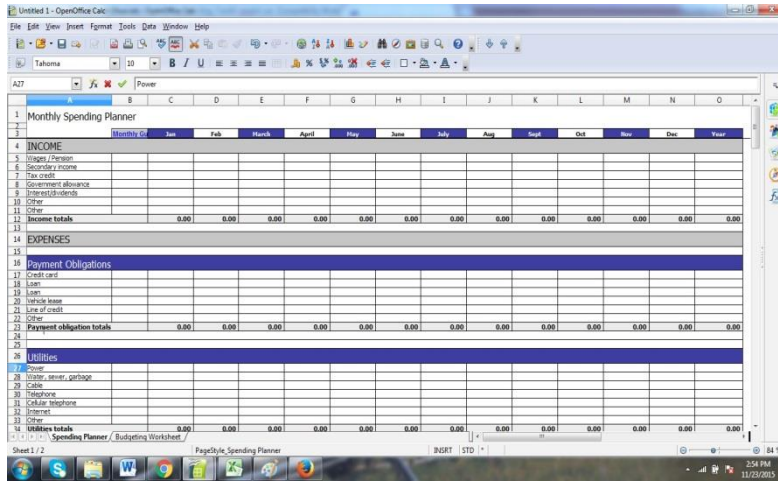
## 2.2 ការប្រើប្រាស់នៃ ICTs ក្នុងការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម

ICTs រួមមានឧបករណ៍ដូចជាកុំព្យូទ័រ និងទូរស័ព្ទដែលមានកម្មវិធីរួចទៅហើយដែលអាចមានសមត្ថភាពក្នុងការដំឡើងកម្មវិធីបន្ថែមទៀតសម្រាប់ប្រើប្រាស់នៅក្នុងអាជីវកម្ម។ ក្រៅពីឧបករណ៍នេះមានសេវាកម្មដូចជាបណ្តាញទូរគមនាគមន៍អ៊ីនធឺណិតនិងឧបករណ៍ផ្សេងទៀត ដើម្បីទទួលបានបទពិសោធន៍ ពីអត្ថប្រយោជន៍បន្ថែមនៃការប្រើប្រាស់ ICTs នៅក្នុងអាជីវកម្ម។

ដើម្បីជួយអ្នកក្នុងការរៀបចំនិងបង្កើតផែនការអាជីវកម្ម កម្មវិធី ICT ជាមូលដ្ឋានដូចខាងក្រោមនេះអាចធ្វើឱ្យដំណើរការធ្វើផែនការកាន់តែងាយស្រួល និងការរួមចំណែកដល់តុល្យភាពការងារជាជីវិតសហគ្រិនស្រ្តី:

- **កម្មវិធី EXCEL (Spreadsheet)** គឺជាតារាងកិច្ចការ។ វាមានជួរដេកនិងជួរឈរដែលជួយរៀបចំនិងតម្រៀបទិន្នន័យបានចំនួនច្រើន។ កម្មវិធីកុំព្យូទ័រ ឬកម្មវិធី **Spreadsheet** គឺស្រដៀងគ្នាទៅសន្លឹកដំបូងនៃក្រដាសក្រលោណ (columnar) មានជួរឈរគណនេយ្យនិងជួរដេកដែលបានបង្ហាញនៅលើ អេក្រង់កុំព្យូទ័រ។ មិនដូចជា **Spreadsheet** ក្រដាសប្រើដោយដៃនោះទេ **Spreadsheet** អេឡិចត្រូនិចដោយស្វ័យប្រវត្តិអាចធ្វើការគណនានិងសូម្បីតែការបង្កើតរបាយការណ៍ក្រាហ្វិកដូចជាតារាងនិងក្រាហ្វិក។
- **Google Microsoft Excel និង Open Office Calc** គឺជាកម្មវិធីដែលអ្នកអាចប្រើដើម្បីបង្កើតផែនការពេលវេលាមួយឬធ្វើបញ្ជីទំនាក់ទំនង។ ឧទាហរណ៍មួយនៃកម្មវិធី **Spreadsheet** ដែលប្រើសំរាប់ធ្វើផែនការកម្មវិធី Microsoft Excel អាចរកបានពី <http://analysistabs.com/exceltemplates/project-plan-free-download/> ។ ប្រសិនបើ មានកម្មវិធី Microsoft Office គឺមិនអាច ប្រើបានទេ។ ក្នុងកុំព្យូទ័ររបស់អ្នក អាចប្រើកម្មវិធី Open Office suites ដែលមានកម្មវិធី Open Office Calc ។ រូបថតអេក្រង់ក្នុងរូបភាពទី 2 នេះគឺជាការប្រែប្រួលពី <http://www.mymoneycoach.ca/> បានលើកនិងបានកែសម្រួលតាមរយៈកម្មវិធី Open Office Calc។

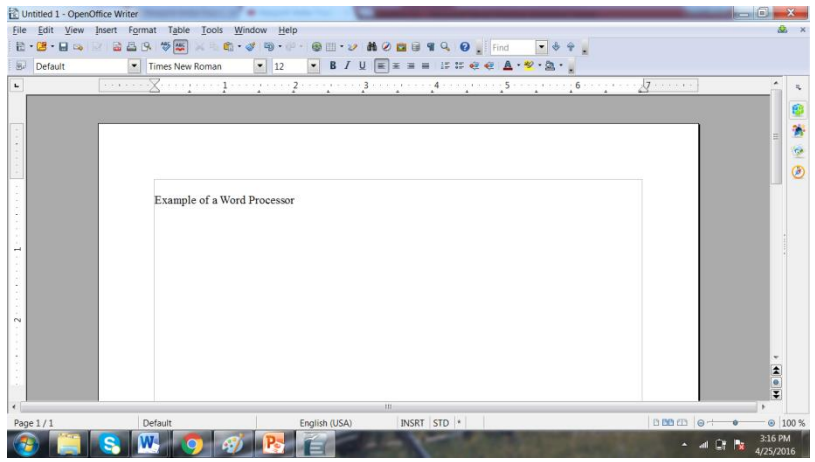
Figure 2 រូបថតអេក្រងនៃកម្មវិធី Spreadsheet



ឯកសារឬ word processor កម្មវិធីវាយអត្ថបទគឺដូចជាម៉ាស៊ីនអង្កុលលើលេខនិងក្រដាសរបស់អ្នក ប៉ុន្តែនៅលើកុំព្យូទ័រដែលវាអាចមានមុខងារកាន់តែច្រើន និងលក្ខណៈពិសេស។ Google Microsoft Word និងកម្មវិធី OpenOffice Writer អាចជួយឱ្យសរសេរនិងប្រាស្រ័យទាក់ទងផែនការអាជីវកម្មបាន។ ផែនការអាជីវកម្មមួយតម្រូវឱ្យមានឯកសារជាច្រើន។ វាជាការរីកចម្រើនដោយសរសេរគំនិតនិងសេចក្តីលម្អិតនៃផែនការមួយអាចជួយបាន។ ការកត់ត្រាគំនិតនិងតួលេខអាចជួយអ្នកក្នុងការចងចាំ វិភាគនិងកែសម្រួលព័ត៌មានដែលបានសរសេរ និងជួយសម្រួលដល់ការបង្កើតសំណើគម្រោងឬការសិក្សាពីលទ្ធភាពដែលតែងតែជាតម្រូវការមួយ នៅពេលដែលអ្នកស្វែងរកមូលនិធិពីវិនិយោគិន ឬដាក់ពាក្យសុំប្រាក់កម្ចី ពីធនាគារ។

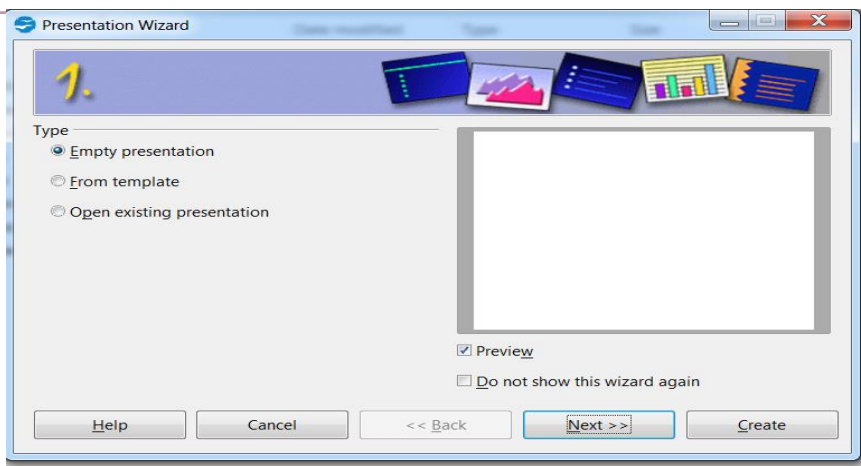
ដើម្បីបង្កើតឯកសារដូចជាការសរសេរលិខិតអាជីវកម្មនិងដើម្បីបំពេញនៅក្នុងសំណុំបែបបទឬធ្វើរបាយការណ៍ដូចជាកម្មវិធី OpenOffice Writer អាចរកបានដោយឥតគិតថ្លៃពីកម្មវិធី Apache. com ឬ CNET ([http://download.cnet.com/Apache-OpenOffice/3001-18483\\_4-10263109\\_1.html?hlndr=1](http://download.cnet.com/Apache-OpenOffice/3001-18483_4-10263109_1.html?hlndr=1)) ។ សូមមើលរូបភាពទី 3 សម្រាប់រូបថតអេក្រងរបស់ OpenOffice Writer

Figure 3 រូបថតអេក្រងនៃកម្មវិធីវាយអត្ថបទ



- ស្ថាយបទឧទ្ទេសនាម Presentation Slides ដើម្បីធ្វើបទបង្ហាញគំនិត និងផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក អ្នកអាចប្រើ Google ស្ថាយពី Microsoft PowerPoint ឬ OpenOffice Impress ។ បទបង្ហាញអាចបង្ហាញពីរូបភាពផ្សេងៗដូចជា រូបថត ក្រាហ្វិក និងវីដេអូដើម្បីពន្យល់និងបង្ហាញពីគំនិតរបស់មនុស្សមួយក្រុមសម្រាប់គោលបំណងធ្វើអោយមានឥទ្ធិពល លើការសម្រេចចិត្ត និងការបង្ហាញភស្តុតាង ឬលទ្ធភាពនៃគំនិតមួយ។

Figure 4 រូបថតចេញពីអេក្រងនៃកម្មវិធីបទបង្ហាញ



- Basic visual aids and graphs នៅពេលដែលអ្នកធ្វើផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក ពេលខ្លះវាគឺមានប្រយោជន៍ក្នុងការប្រើរូបភាព ក្រាហ្វិក និងរូបថតដែលអាចបង្ហាញពីគំនិតរបស់អ្នក។ ទូរស័ព្ទកុំព្យូទ័រនិង

ទូរស័ព្ទដៃដែលអាចដំឡើងកម្មវិធី ដែលអាចត្រូវបានប្រើ ដើម្បីបង្កើតជំនួយដែលអាចមើលឃើញ រូបភាព។ ឧទាហរណ៍កម្មវិធីសៀវភៅបញ្ជីដែលអាចអភិវឌ្ឍនិងក្រាហ្វិកព័ត៌មានតាងទិន្នន័យរបស់អ្នក។ ការបង្កើតកាតអាជីវកម្មមួយ ឧទាហរណ៍អាចត្រូវបានធ្វើដោយប្រើកម្មវិធីវាយអត្ថបទ word processors និងកម្មវិធីផ្សេងទៀតដូចជាកម្មវិធី Adobe ។ កម្មវិធីកុំព្យូទ័រដែលអាចប្រើបានដូចជា Paint សំរាប់គូរអាច ចាប់យក និងកែសម្រួលរូបភាព។ ឧបករណ៍ចល័តអាច មានសមត្ថភាពផងដែរក្នុងការដំឡើងដើម្បី ចាប់យក និងកែសម្រួលរូបភាព។ ឧទាហរណ៍មួយចំនួនមានទូរស័ព្ទដៃមួយ ដែលកម្មវិធី រូបថតអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកអាចកែសម្រួលរូបភាពបាន។

- **អ៊ីនធឺណិត** វាគឺជាបណ្តាញតំបន់ដ៏ធំទូលាយនៅទូទាំងពិភពលោកដែលតភ្ជាប់ប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័ររបស់អ្នក ទៅកាន់បណ្តាញទូទាំងពិភពលោក។ ការតភ្ជាប់ទៅកាន់អ៊ីនធឺណិតអ្នកនឹងចាំបាច់ត្រូវមានការចូល ដំណើរការទៅកាន់អ្នកផ្តល់សេវាកម្មអ៊ីនធឺណិត។
- **Web browser** គឺជាកម្មវិធីមួយដែលត្រូវបានប្រើដើម្បីចូលដំណើរការ និងសំរាប់មើលវេបសាយផ្សេងៗទៀត។ កម្មវិធីរុករកតំបន់បណ្តាញរួមមាន Google Chrome, Internet Explorer របស់ក្រុមហ៊ុន Microsoft, ក្រុមហ៊ុន Mozilla Firefox និង Safari របស់ Apple ។

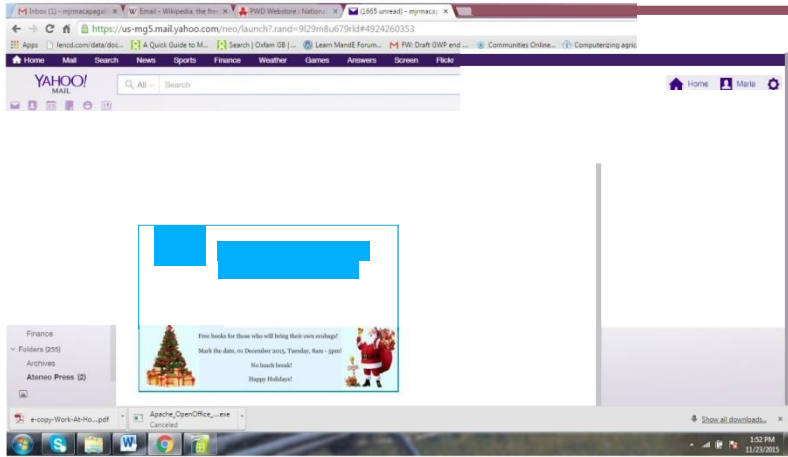
Figure 5 ម៉ាកនៃម៉ាស៊ីនស្វែងរក



Source: <http://imarketdentists.com/dental-online-marketing/dental-seo/> <http://news.techgenie.com/latest/are-students-web-savvy-or-search-engine-savvy/> <https://sambridge.wordpress.com/2011/03/18/97/> <http://www.bravonc.com/web/link-building-services/> <https://www.linkedin.com/pulse/20140926034247-126344576-search-engines-in-worldcomplete-list-of-all-search-engines-in-world> [http://library.austincc.edu/help/InfogameDevelopment/searching/2\\_search-engines.php](http://library.austincc.edu/help/InfogameDevelopment/searching/2_search-engines.php) <http://www.vc2plus.com/what-are-the-differences-between-major-search-engines/> <http://azedigital.com/servicios/posicionamiento-en-buscadores-google/> <http://nowworriesit.net/little-search-engines-that-could/> [http://nowworriesit.net/little-search-engines-that-could/#.V79A9\\_I97rc](http://nowworriesit.net/little-search-engines-that-could/#.V79A9_I97rc) <http://makemoneyonlineareality.com/seo/>

- **Search engines ម៉ាស៊ីនស្វែងរក** ដែលត្រូវបានប្រើដើម្បីរកមើលព័ត៌មាននៅលើអ៊ីនធឺណិត។ នៅពេលដែលអ្នកអាចចូលដំណើរការអ៊ីនធឺណិតតាមរយៈកម្មវិធីរុករកអ៊ីនធឺណិត ម៉ាស៊ីនស្វែងរកណាមួយទូទាំងពិភពលោកដូចជា AltaVista, Bing, Excite, Google, Infoseek, Lycos និងក្រុមហ៊ុន Yahoo! អាចត្រូវបានប្រើដើម្បីស្វែងរកព័ត៌មានដែលត្រូវការដោយអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកអាចស្វែងយល់បន្ថែមអំពីបរិយាកាសអាជីវកម្មតាមរយៈការស្វែងរកនិងស្វែងរកការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពអំពីផលិតផលនិងសេវាកម្មនៅលើបណ្តាញ។
- **បង្កើតអ៊ីមែលសម្រាប់ទំនាក់ទំនង** សំបុត្រអេឡិចត្រូនិកអ៊ីមែលគឺជាវិធីនៃការផ្លាស់ប្តូរសារឌីជីថលពីមនុស្សមួយជាមួយនឹងអាសយដ្ឋានអ៊ីមែលទៅអ្នកទទួលមួយឬច្រើនដែលមានអាសយដ្ឋានអ៊ីមែលមួយ។ វាធ្វើប្រតិបត្តិការតាមរយៈការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិតឬបណ្តាញកុំព្យូទ័រផ្សេងទៀត។ អ៊ីមែលត្រូវបានបញ្ជូនក្នុងល្បឿនលឿនខ្លាំងណាស់បើប្រៀបធៀបទៅនឹងការផ្ញើតាមរបៀបប្រពៃណី។ ទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍មួយទៀតអំពីការប្រើអ៊ីមែលគឺវាមានសមត្ថភាពដើម្បីផ្ញើឯកសារភ្ជាប់ជាច្រើនតាមសារអ៊ីមែលនេះ។

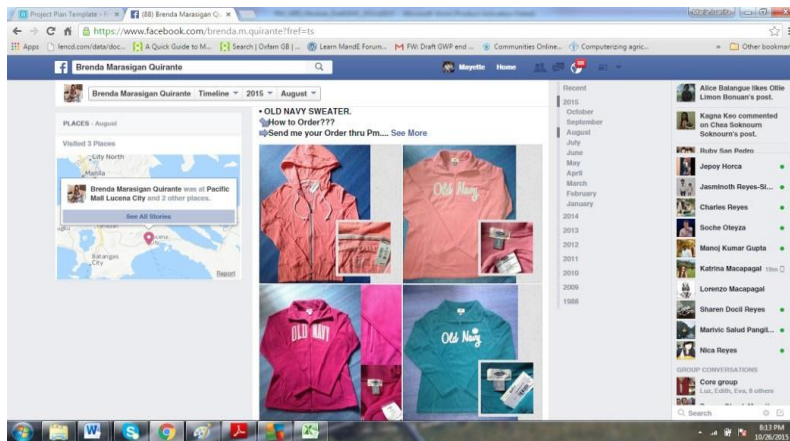
**Figure 6** រូបថតអេក្រងនៃសារអ៊ីមែលដែលផ្សព្វផ្សាយផលិតផល



គេហទំព័រ ដែលជាកន្លែងដែលអ្នកអាចបង្កើតគណនីអ៊ីមែលរបស់អ្នក អាចមានកម្មវិធីផ្សេងទៀតដែលជាកន្លែងដែលអ្នកអាចរក្សាទុកនិងយកឯកសារ និងមានផ្ទុកគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ឯកសាររបស់អ្នក។ ការមានការចូលដំណើរការទៅកាន់តំបន់បណ្តាញទាំងនេះដើម្បីអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើ "កុំព្យូទ័រពេក" ដែលជាកន្លែងដែលអ្នកអាចរក្សាទុកនិងទិន្នន័យការចូលដំណើរការនិងកម្មវិធីតាមរយៈអ៊ីនធឺណែតជំនួសដោយការប្រើកុំព្យូទ័រផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។ ការផ្តល់សេវាអ៊ីមែល របស់បណ្តាញ ដែលមានមូលដ្ឋានដូចជា Gmail, Mail Outlook.com និង Yahoo mail គឺជាឧទាហរណ៍នៃ កុំព្យូទ័រពេកដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកផ្ញើនិងទទួលអ៊ីមែលពីកុំព្យូទ័រណាមួយដែលមានការភ្ជាប់អ៊ីនធឺណិត។

- **Social Media បណ្តាញសង្គម** អាចផ្តល់នូវឱកាសសម្រាប់ការទំនាក់ទំនងនិងការលើកកម្ពស់ផលិតផល។ ឧទាហរណ៍ ហ្វេសប៊ុកអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកផ្ទុករូបថតជាច្រើនរបស់ទំនិញដើម្បីផ្សព្វផ្សាយលក់។ វាមានលក្ខណៈពិសេសមានប្រយោជន៍ជាច្រើនរួមទាំងការផ្ញើសារផ្ទាល់ខ្លួន (កម្មវិធីផ្ញើសារ) និងស្វែងរកក្រុមណាមួយដែលជាផ្នែកមួយរបស់អ្នក។

**Figure 7** រូបថតអេក្រង់នៃបណ្តាញសង្គមមួយដែលជាទីផ្សារលក់បណ្តាផលិតផលផ្សេងៗ



ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម បានក្លាយទៅជាវេទិកាប្រសិទ្ធិភាពសម្រាប់ទីផ្សារ។ បណ្តាញសង្គម ដែលមានប្រជាប្រិយភាពបានប្រើសម្រាប់ការទំនាក់ទំនងនិងទីផ្សាររួមមាន<sup>5</sup>:

- ហ្វេសប៊ុក ដែលជាបណ្តាញសង្គមធំជាងគេបំផុត សម្រាប់អាជីវកម្មខ្នាតតូច និងមធ្យមការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម-មានសរុបចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់សកម្មប្រចាំថ្ងៃ 1,09 ពាន់លានមួយ
- Twitter សម្រាប់ធ្វើតន្ត្រីតែមានអនុភាពមានអ្នកប្រើប្រាស់ 310 លាននាក់
- LinkedIn បានសម្រាប់អ្នកជំនាញផ្នែកមាន 332 លាននាក់
- Google+ មានអ្នកប្រើប្រាស់ 300 លាននាក់
- គេហទំព័រ YouTube ដែលជាគេហទំព័រចែករំលែកវីដេអូមានអ្នកប្រើប្រាស់ចំនួន 1 ពាន់លាន និង 6 ពាន់លានម៉ោងមើលវីដេអូក្នុងមួយខែ
- Pinterest សម្រាប់ការចែករំលែករូបភាពនិងវីដេអូដែលមានអ្នកប្រើប្រាស់ 100 លាននាក់ដែលក្នុងនោះ 80 ភាគរយជាស្ត្រី
- Instagram បានសម្រាប់ការចែករំលែករឿងរ៉ាវរូបភាពមើលឃើញមានអ្នកប្រើប្រាស់ជាង 300 លាននាក់

<sup>5</sup> <sup>5</sup> Faiza Sareah, "Interesting Statistics for the Top 10 Social Media Sites", *Small Business Trends*, 26 July 2015. Available from <http://smallbiztrends.com/2015/07/social-media-sites-statistics.html>, and <http://expandeddrablings.com/>.



- ក្រុមហ៊ុន Tumblr, វេទិកាកំណត់ហេតុបណ្តាញខ្នាតតូចសម្រាប់ការចែករំលែករូបថត, វីដេអូ, អូឌីយ៉ូនិងអត្ថបទសម្រាប់ទីផ្សារមាន 420 លាននាក់
- Flickr ដែលជាគេហទំព័រសង្គមរូបភាពនិងវីដេអូបង្ហាញដោយមានរូបភាពបានផ្ទុកឡើង 3,5 លាននាក់មានអ្នកប្រើប្រាស់ 112 លាននាក់
- Reedit សេចក្តីតំបន់បណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដែលអ្នកប្រើចែករំលែកតំណភ្ជាប់មាតិកានិងដោយផ្ទាល់, 36 លាននាក់អ្នកប្រើប្រាស់មាន

Figure 8 រូបតំណាងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដែលពេញនិយមមួយចំនួន



Source:

[http://www.cowleyweb.com/sites/default/files/styles/lightbox\\_full/public/sms.png?itok=JuTv9BAO](http://www.cowleyweb.com/sites/default/files/styles/lightbox_full/public/sms.png?itok=JuTv9BAO)  
<http://www.thinkingit.com.au/blog/top-10-social-networking-sites>

- **កម្មវិធីទូរស័ព្ទចល័ត** ឧបករណ៍ចល័តអាចធ្វើការជាច្រើនក្រៅពីការទំនាក់ទំនងជាមួយមនុស្ស។ អ្នកអាចស្វែងយល់អំពីឧបករណ៍របស់អ្នកដោយការរុករកម៉ឺនុយនៅលើឧបករណ៍របស់អ្នក។ ទូរស័ព្ទដែលភាគច្រើននឹងមានមុខងារអាជីវកម្មធម្មតា (សូមមើលរូបទី 9) ។

Figure 9 ឧទាហរណ៍នៃម៉ឺនុយទូរស័ព្ទដៃ



មុខងារ: ការធ្វើសារខ្លីឬធ្វើសារជាអក្សរ ពេលវេលានិងកាលវិភាគ ការរំលឹក ការគណនា និងសៀវភៅបញ្ជីសាមញ្ញ

ឥឡូវនេះ: គឺមានទូរស័ព្ទ Android ដែលមានសមត្ថភាពនៃកម្មវិធីកុំព្យូទ័រចល័តកោសិកា និងការតភ្ជាប់អ៊ីនធឺណិតនិងកម្រិតខ្ពស់បន្ថែមទៀតដោយការប្រើអ៊ីនធឺណិត។ ទូរស័ព្ទដៃច្រើនឥឡូវនេះមានម៉ាស៊ីនថតដែលអាចថតរូបយ៉ាងងាយស្រួលនិងទាំងនេះអាចត្រូវបានកែប្រែកែប្រែបានបង្ហាញនិងបញ្ជូន។



Figure 10 ឧទាហរណ៍នៃម៉ឺនុយទូរស័ព្ទដៃ



Source: <http://pinoydroid.net/android-news/install-official-android-403-samsung-galaxy-ii-xxl-pq-firmware/> <http://androidlooks.com/media/scr/t1952/iconia-android-theme-4.264x400.png>

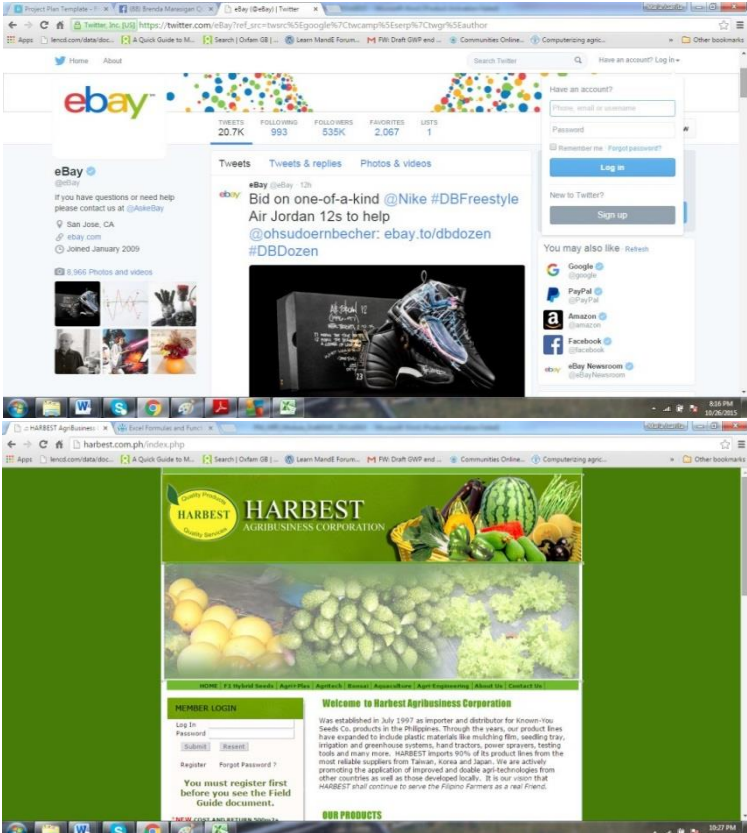
- ការរៀននៅតាមគេហទំព័រ មានគេហទំព័រសំរាប់រៀនជាច្រើនដែលអ្នកអាចប្រើនិងចុះឈ្មោះនៅក្នុងវគ្គសិក្សាដោយឥតគិតថ្លៃ។ ឧទាហរណ៍ដូចជាគេហទំព័រ e-learning sites are: Coursera (<http://www.coursera.org>), edX (<http://www.edx.org>), Udacity (<http://www.udacity.com>) និងគេហទំព័ររៀនតាមរយៈអេឡិចត្រូនិក local e-learning ដូចមានក្នុងរូបភាពទី 11។

Figure 11 រូបថតអេក្រងនៃតំបន់សិក្សាតាមរយៈអេឡិចត្រូនិកក្នុងស្រុកមួយ



- ការលក់និងទិញតាមគេហទំព័រ តំបន់បណ្តាញទាំងនេះអាចមានតម្លៃសំរាប់លក់ផលិតផលនិងសេវាកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកអាចផ្ទុកឡើងរូបថតនៃផលិតផលនិងសេវាកម្មរបស់អ្នកនៅលើតំបន់បណ្តាញទាំងនេះរបស់អ្នកនៅពេលដែលអ្នកបានចុះឈ្មោះ និងបានយល់ព្រមទៅនឹងលក្ខខណ្ឌរបស់ពួកគេ។ ក្រៅពីហ្វេសប៊ុកមានបណ្តាញជាច្រើនផ្សេងទៀតសំរាប់លក់ និងទិញទំនិញតាមរយៈអនឡាញដូចជានៅលើបណ្តាញដូចជា eBay មានក្នុងរូបភាពទី ១២ (Figure 12). បណ្តាញលក់ផ្សេងទៀតមានដូចជា៖ Amazon marketplace, Artfire, Asos Marketplace, Bidstart, Bonanza, Cqout, Delcampe, Ebid, eCRATER, Etsy, iOffer, Newegg, OnlineAuction.com, Rubylane, Storenev, Swap, Threadflip, TIAS, Tradesy, uBID.com, Webstore និងមានច្រើនទៀតពីប្រទេសដទៃផ្សេងៗដែលមានផ្សារលក់តាមអនឡាញក្នុងស្រុកដូចជានៅប្រទេសហ្វីលីពីនគឺ Harbest ក្នុងរូបទី១២ និង ១៣ (Figure

Figure 12/13 រូបភាពទី 12 និងទី 13 រូបថតអេក្រងនិងការអន្តរជាតិ (EBAY) និងផ្សារអ៊ីមូលដ្ឋាន )harbest.com.ph



12 & 13).

- **សេវាកម្មអេឡិចត្រូនិករបស់រដ្ឋាភិបាល** ។ រដ្ឋាភិបាលភាគច្រើនបោះពុម្ពផ្សាយពីអំពីសេវាកម្មដែលពួកគេបានផ្តល់ជូនដើម្បីប្រជាពលរដ្ឋ។ នេះជាញឹកញាប់មានរួមបញ្ចូលទាំងព័ត៌មាននិងតម្រូវការលើការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណអាជីវកម្ម Cនូវដារនិងតម្លៃការចុះបញ្ជីអាជីវកម្ម និងការចុះបញ្ជីអាជីវកម្មអនឡាញ។ នៅពេលដែលអ្នកដឹងពីរបៀបដើម្បីរុករកនិងការស្វែងរកអំពីអ៊ិនធឺណិត អ្នកប្រាកដជាបានរកឃើញបន្ថែមទៀតសេវាកម្មផ្សេងៗទៀតរបស់រដ្ឋាភិបាលសម្រាប់ជាផលប្រយោជន៍សហគ្រិន។

Figure 14 រូបថតអេក្រងនៃសេវាកម្មអេឡិចត្រូនិករបស់រដ្ឋាភិបាលសម្រាប់អាជីវកម្ម



- **ការផ្តល់សេវាហិរញ្ញវត្ថុ**។ ធនាគារនិងស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុជាច្រើនមានវិបសាយផ្ទាល់របស់ពួកគេដែលជាកន្លែងដែលអ្នកអាចរកឃើញអំពីរបៀបសម្រាប់ការផ្តល់ប្រាក់កម្ចីនិងការបើកគណនីធនាគារឬគណនីការវិនិយោគ។ ឧទាហរណ៍ ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុនៅក្នុងប្រទេសហ្វីលីពីនមានការទាញយកសំណុំបែបបទកម្មវិធីប្រាក់កម្ចីដែលសហគ្រិនអាចយកមកប្រើបាន(សូមមើលរូបភាពទី 15) ។

Figure 15 សំណុំបែបបទកម្មវិធីប្រាក់កម្ចីគំរូទាញយកពីគេហទំព័រមួយ

<b>Annex B-1</b>									
<b>LAND BANK OF THE PHILIPPINES</b> <b>LIVELIHOOD LOAN APPLICATION/AGREEMENT FORM</b> (Please read Terms and Conditions at the back before filling up this form)									
<b>TO BE FILLED UP BY APPLICANT/BORROWER</b>									
Type of Loan: <input type="checkbox"/> New <input type="checkbox"/> Renewal									
Type of Applicant: <input type="checkbox"/> Private Employee <input type="checkbox"/> Government (GLGC) Employee <input type="checkbox"/> Government (LGU) Employee <input type="checkbox"/> Barangay Official									
APPLICANT (First Name, MI, Surname)							PN Number		
Residence Address						Zip Code	Tel. No.		
Provincial Address							Tel. No.		
Birthdate		Age		Gender		Civil Status		Department	
				<input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Female		<input type="checkbox"/> Single <input type="checkbox"/> Married <input type="checkbox"/> Widower			
Type <input type="checkbox"/> Rank & File <input type="checkbox"/> Officer <input type="checkbox"/> Elected		Position		Employee No.		Years In Service		End of Term (for Elected only)	
SSS/GSIS No.		TIN		Basic Pay		Net Pay		CA/SA No.	
<b>TO BE FILLED UP BY CO-MAKER</b>									
CO-MAKER (PLS. PRINT: First Name, MI, Surname)									
Residence Address						Zip Code	Tel. No.		
Birthdate		Age		Gender		Civil Status		Department	
				<input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Female		<input type="checkbox"/> Single <input type="checkbox"/> Married <input type="checkbox"/> Widower			
Type <input type="checkbox"/> Rank & File <input type="checkbox"/> Officer <input type="checkbox"/> Elected		Position		Employee No.		Years In Service		End of Term (for Elected only)	
SSS/GSIS No.		TIN		Basic Pay		Net Pay		CA/SA No.	

ពីថ្ងៃខាងក្រោយនេះសង្ខេបអំពីការអាជីវកម្ម ផែនការអាជីវកម្មនិងកម្មវិធី ICT និងកម្មវិធី ផ្សេងៗដែលអាចគាំទ្រដល់មុខងារអាជីវកម្មនិងការបង្កើតផែនការនេះ អ្នកនឹងអាចដឹងអំពី អំណាចរបស់ ICTs ប្រសិនបើអ្នកអាចទាញយកថាមពលនេះសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ រៀនពីរបៀបប្រើប្រាស់ ICTs អាចមានប្រយោជន៍ណាស់។ មានភ្នាក់ងារនិងអង្គការដែលផ្តល់នូវការបណ្តុះបណ្តាលវិស័យ ICT អក្ខរកម្ម (សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធ) និងការប្រើប្រាស់កម្រិតខ្ពស់បន្ថែមទៀតចំពោះវិស័យ ICTs សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។

នៅចំណុចនេះវាជាការសំខាន់ដើម្បីរំលឹកអ្នកឱ្យមានការប្រុងប្រយ័ត្នក្នុងការប្រើប្រាស់ ICTs ជាពិសេសអ៊ីនធឺណិត។ អ្នកត្រូវរៀនអំពីការការពារខ្លួនអ្នក អត្តសញ្ញាណ និងព័ត៌មានដែលមានសារៈសំខាន់ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក និងអាជីវកម្មរបស់អ្នកដូចជាសេចក្តីលម្អិតគណនីធនាគារអាជីវកម្មរបស់អ្នក ជាពិសេសនៅពេលដែលអ្នកប្រើប្រាស់ការបង់ប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត online payments ។ សេចក្តីលម្អិតបន្ថែមអំពីសន្តិសុខលើបណ្តាញត្រូវបានផ្តល់ឱ្យនៅក្នុងម៉ូឌុល W2: គ្រប់គ្រងពាណិជ្ជកម្មដោយប្រើ ICT ។

សម្រាប់ស្ត្រីដែលមានកំណត់បុគ្គលចំណេះដឹងផ្នែកវិស័យ ICT ត្រូវតែស្វែងរកការគាំទ្រអំពីអ្នកដទៃ។ សមាជិកគ្រួសារដែលមានអ្នកប្រើប្រាស់ ICT ក៏អាចជួយអ្នកបានដែរ។ សមាជិកនៃបណ្តាញគាំទ្រក្រុមជួយខ្លួនឯងក៏អាចនឹងជួយអ្នកផងដែរ។ បើសិនជាមិនអាចរកបាន ក្រុមបែបនេះបានពិចារណាបង្កើតក្រុមគាំទ្រផ្ទាល់របស់អ្នកជាមួយសហគ្រិនស្ត្រីដទៃទៀត។

យើងនាំគ្នាធ្វើទៅតាមជំហានសម្រាប់ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មមួយ។

Figure 16 Filtering business ideas



### 2.3 បង្កើតគំនិតអាជីវកម្ម

មានប្រភពជាច្រើននៃគំនិតអាជីវកម្ម។ មានអ្នកធំគ្រាន់តែនៅជុំវិញអ្នក។ គំនិតអាជីវកម្មមួយអាចនឹងត្រូវបានលក់ផលិតផលដែលអ្នកដឹងពីរបៀបដើម្បីធ្វើ វាអាចជាការទទួលបាន ការលក់ឡើងវិញផលិតផលដែលត្រូវបានធ្វើដោយមនុស្សផ្សេងទៀត វាអាចត្រូវបានផ្អែកលើទេពកោសល្យដែលអ្នកមាន វាអាចជាសេវាកម្មដែលអ្នកចង់ធ្វើ វាអាចជាការចាប់អារម្មណ៍មួយឬក៏សុបិន្តមួយជីវិត វាអាចជាអ្វីដែលអ្នកពិតជាជឿថាដែលអាចដោះស្រាយបញ្ហានៅក្នុងសហគមន៍របស់អ្នកបាន វាអាចជាអ្វីមួយដែលស្នើឡើងដោយក្រុមគ្រួសារឬមិត្តភក្តិរបស់អ្នក អ្វីមួយដែលអ្នកចង់ចម្លងឬធ្វើគំរូតាម ប៉ុន្តែចង់ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង ឬអ្វីមួយដែលអ្នកសង្កេតឃើញអាចជួយវិធីផ្លាស់ប្តូរនៃការធ្វើអ្វីមួយ។

គំនិតអាជីវកម្មអាចត្រូវបានផ្អែកលើការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម (ធម្មតា) ប្រពៃណីដូចជាការប្រមូលផ្តុំនៅក្នុងចំណោមស្ត្រីនៅក្នុងតំបន់ជនបទឬវាអាចធ្វើតាមរយៈការច្នៃប្រឌិតថ្មីនេះដូចជាអ្នកដែលបានធ្វើបទបង្ហាញនៅក្នុងការពិភាក្សាមុននេះ។ គំនិតអាជីវកម្មមួយចំនួនអាចត្រូវបានយកនិងការអភិវឌ្ឍដោយផ្អែកលើខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់

នៃអាជីវកម្មឬឧស្សាហកម្មធំៗ។ ខ្សែចង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់រួមមានអាជីវកម្មនិងអ្នកចូលរួមទាំងអស់ នៅក្នុងការបង្កើតផលិតផលរៀងៗខ្លួនដែលបានមកពីវត្ថុធាតុដើម ក្នុងការបញ្ចប់ទំនិញ។ ទាំងនេះអាចរួមបញ្ចូលការធ្វើកសិកម្ម ចម្រាញ់ប្រេង ការរចនា ផលិត ការវេចខ្ចប់និងការដឹកជញ្ជូន<sup>៦</sup>។ អ្នកអាចស្វែងរកឱកាសអាជីវកម្មពីសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់មួយនៃអាជីវកម្ម ឬឧស្សាហកម្មធំៗ។ ឧទាហរណ៍នៅក្នុងឧស្សាហកម្មអាហារនិងភេសជ្ជៈ អ្នកអាចផ្តល់នូវផលិតផលដែលមានការគាំទ្រពីប្រភពដឹកជញ្ជូនភស្តុភារទៅកាន់តំបន់ផលិតឬពីតំបន់ផលិតដើម្បីដាក់ទៅកាន់កន្លែងលក់។ អ្នកអាចផ្តល់នូវទំនិញ ឧទាហរណ៍សម្ភារៈតុបតែងសម្រាប់ការបង្ហាញផលិតផលល្អប្រសើរជាងមុនឬជាការអភិរក្សម្ហូបអាហារ។

### 2.3.1. តើអ្វីទៅជាគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក?

អ្នកអាចមានគំនិតធ្វើអាជីវកម្មជាច្រើន។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយក៏អ្នកចាំបាច់ត្រូវផ្តោតជាសំខាន់និងការត្រង់គំនិតអាជីវកម្មដើម្បីអ្វីមួយដែលនឹងអាចធ្វើទៅបានដោយផ្អែកលើស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នរបស់អ្នក។ តើការធ្វើលំហាត់ខាងក្រោមដើម្បីបង្កើតគំនិតអាជីវកម្មនិងការជ្រើសរើស។

#### ① រឿងដែលត្រូវធ្វើ

##### ការបំផុសគំនិត

វាមានភាពខុសគ្នានៃបច្ចេកទេសដើម្បីបង្កើតគំនិតអាជីវកម្ម។ បច្ចេកទេសទាំងនេះត្រូវបានគេហៅថា "ការបំផុសគំនិត" ។ ការរិះរកគំនិតប្រើជំហានទាំងបីដើម្បីបង្កើតគំនិត: (1) ការចុះបញ្ជី (2) ការបញ្ចាំងពួកគេដោយរៀបរាប់អំពីការនិងវិភាគទៅវិញទៅមកដោយប្រើសំណួរមគ្គុទេសក៍និង (3) ការជ្រើសរើសដំបូងដោយការជ្រើសរើសអ្នកដែលអាចធ្វើបាន។ អ្នកអាចធ្វើសកម្មភាពជ្រើសរើសនេះជាបន្តទៀតសម្រាប់អ្នកដែលជាប់រហូតដល់អ្នកអាចជ្រើសបានជម្រើសដ៏ល្អបំផុតសម្រាប់អ្នក។ ប្រសិនបើអ្នករកឃើញការលំបាកក្នុងការធ្វើការនេះដោយខ្លួនអ្នក សូមសួរមិត្តភក្តិ ឬសាច់ញាតិដើម្បីជួយអ្នក។

ដើម្បីអ្នកសម្របសម្រួល: អ្នកអាច ប្រើសេចក្តីណែនាំពីអង្គការពលកម្មអន្តរជាតិយេនឌ័រនិងសហគ្រិនភាពរួមគ្នា: Gender and Entrepreneurship Together: GET Ahead for Women in Enterprise – Training Package and Resource Kit (Bangkok, Berlin and Geneva, 2004).

អាចរកបានពីគេហទំព័រ

<sup>66</sup> About.com, "What is Supply Chain Management and What Are Examples In the Retail Industry?" 28 April 2016. Available from [http://retailindustry.about.com/od/storeoperations//supply\\_chain\\_management\\_retail\\_frequently\\_asked\\_questions\\_answers.htm](http://retailindustry.about.com/od/storeoperations//supply_chain_management_retail_frequently_asked_questions_answers.htm)

[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---)

[emp\\_ent/documents/publication/wcms\\_116100.pdf](http://www.piqueroinc.com/doc/BrainstormHtml.htm) or <http://www.piqueroinc.com/doc/BrainstormHtml.htm>

### Step 1 ពង្រីកនិងការបញ្ជាក់គំនិត

- a. អ្នកអាចមានគំនិតច្រើនរួចទៅហើយ។ រាយអំពីបញ្ជីគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ សូមមើលតារាងទី 1 សម្រាប់បញ្ជីគំរូ។

**Table 1** បញ្ជីនៃគំនិតអាជីវកម្មមួយ

» អាជីវកម្មម្ហូបអាហារ
» ហាងអ៊ុតសក់និងជាត់មុខ
» ទិញនិងលក់
» ហាងសហគមន៍
» សេវាកម្មតាមផ្ទះ
» ការលក់តាមអនឡាញ
» ការធ្វើកាបូប
» សិល្បៈតុបតែងមុខ
» លក់ទឹកស្អាត
» ការផ្ទៃម៉ូត
» ដុតនំនិងលក់ cupcakes
» ដុតនំនិងលក់ខ្វឺស
» ហាងកាហ្វេ
» ការព្យាបាលសក់/ប្តូរពណ៌សក់
» លក់សម្លៀកបំពាក់ក្មេងៗ និងសម្លៀកបំពាក់ស្រ្តី
» សម្លៀកបំពាក់និងគ្រឿងសម្ភារៈ របស់ទារក

- b. បន្ទាប់ពីអ្នកបានរាយបញ្ជីគំនិតរបស់អ្នក ក្រុមគំនិតដែលស្រដៀងគ្នានិងពាក់ព័ន្ធគ្នាជាក្រុម ដោយផ្អែកលើបញ្ជីឈ្មោះដែលបានផ្តល់ឱ្យក្នុងតារាងទី 1 គំនិតដែលអាចទៅជាមួយគ្នាមានដូចខាងក្រោម:



- ហាងថែរក្សាសម្ផស្ស សេវាតាមផ្ទះ សិល្បៈតុបតែងមុខ និង ការព្យាបាលសក់
  - ហាងថែរក្សាសម្ផស្ស សេវាតាមផ្ទះ សិល្បៈតុបតែងមុខ សម្លៀកបំពាក់និងគ្រឿងសម្ភារៈរបស់ទារក
  - ទិញនិងលក់ ហាងសហគមន៍ លក់ទឹកស្អាត
  - cupcakes អាជីវកម្មម្ហូបអាហារដុតនំនិងលក់ ខ្លឹម ហាងកាហ្វេ
- c. បន្ទាប់ពីបានបញ្ចូលជាក្រុមរួច ផ្តល់ឈ្មោះអោយទៅគំនិតនិមួយៗ ឧទាហរណ៍:
- ហាងបម្រើសេវាកម្មថែរក្សាសម្ផស្សតាមផ្ទះ
  - លក់សម្លៀកបំពាក់និងគ្រឿងសម្រាប់ស្ត្រីនិងកុមារតាមបណ្តាញអនឡាញ
  - ហាងទំនិញនៅក្នុងសហគមន៍និងលក់ទឹកស្អាត
  - ពាណិជ្ជកម្មម្ហូបអាហារ ដុតនំ និង ការលក់ Cupcakes
- d. បន្ទាប់មកទៀត រៀបរាប់អំពីគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នកដោយសួរខ្លួនឯងនូវសំណួរជាមូលដ្ឋាន មួយចំនួន (ដោយប្រើពាក្យ អ្វី ទឹកនៃឯណា នរណា ពេលណា ហេតុអ្វី និងរបៀបណា សម្រាប់ចោទសួរ) ដូចជា:
- តើអ្នកអាជីវកម្មនឹងត្រូវធ្វើអ្វីខ្លះ?
  - តើខ្ញុំត្រូវផលិតអ្វី និងលក់អ្វី?
  - តើកន្លែងណាដែលនឹងត្រូវធ្វើអាជីវកម្ម?
  - តើពេលណា ដែលអាជីវកម្មនេះចាប់ដំណើរការ ឬពេលណា ដែលជាតម្រូវការរបស់អតិថិជនខ្លាំងបំផុត?
  - តើខ្ញុំត្រូវផលិតវាដោយរបៀបណា លក់ដោយរបៀបណា ហើយអ្នកណាខ្លះដែលនឹងទិញផលិតផលនោះ?
  - តើមានចំនួនប៉ុន្មានដែលត្រូវបានផលិត និងលក់?
  - តើផលិតផលនេះមានតម្លៃប៉ុន្មាន?
  - តើផលិតផលនេះខុសប្លែកពីផលិតផលដទៃទៀតដោយរបៀបណា?

ព្យាយាមប្រើពាក្យ ឬដំណើរការសៀវភៅបញ្ជី ដើម្បីសរសេរគំនិតរបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍មួយត្រូវបានផ្តល់ជូននៅក្នុងតារាងទី 2 ។

Table 2 ឧទាហរណ៍: នៃគំនិតអាជីវកម្ម និងការរៀបរាប់របស់ពួកគេ	
Name of the business idea	Description of the business idea
1. ហាងបម្រើសេវាកម្មថែរក្សាសម្ផស្សតាមផ្ទះ។	ហាងកែសម្ផស្សនេះនឹងផ្តល់ជូននូវការកាត់សក់ សាប៊ូកក់សក់ សេវាកម្មផ្គុំស្ងួត សេវាស្ទីលម៉ូដសក់និងការព្យាបាលសក់។ ខ្ញុំនឹងប្រើប្រាស់



	ផ្ទះរបស់ខ្ញុំជាកន្លែងចាប់ផ្តើម។ ខ្ញុំអាចផ្តល់សេវាទាំងនេះនៅតាមផ្ទះរបស់អតិថិជន
2. លក់សម្លៀកបំពាក់និងគ្រឿងប្រើប្រាស់សម្រាប់ស្ត្រី និងកុមារលើបណ្តាញអ៊ិនធឺណែត	ខ្ញុំនឹងលក់សម្លៀកបំពាក់ និងគ្រឿងប្រើប្រាស់សម្រាប់ស្ត្រីនិងកុមារនៅលើបណ្តាញបណ្តាញអ៊ិនធឺណែតតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមនិងគេហទំព័រលក់
3. ហាងទំនិញនៅក្នុងសហគមន៍និងលក់ទឹកស្អាត	ហាងសហគមន៍នេះនឹងលក់ផលិតផលជាមូលដ្ឋាននិងទឹកស្អាត
4. អាជីវកម្មម្ហូបអាហារ - ដុតនំនិងលក់ Cupcakes	ខ្ញុំនឹងលក់ cupcakes លក់ដុំនិងរាយដែលមានតំលៃថោកដល់សិស្សសាលាដោយប្រើប្រាស់ផ្ទះរបស់ខ្ញុំដែលជាកន្លែងផលិតកម្មហើយខ្ញុំនឹងបើកហាងការហ្វេមួយទៀត

ការប្រើប្រាស់អ៊ិនធឺណែតនិងម៉ាស៊ីនស្វែងរកដែលអ្នកអាចទទួលបានបន្ថែមទៀតអំពីផលិតផលឬសេវាកម្មជំនួញ។ គេហទំព័រវេដអ៊ីយ៉ូចំនួនអាចជួយអ្នកបានមើលឃើញអាជីវកម្មផ្សេងៗ។

**Step 2 តាមដានគំនិតអាជីវកម្ម**

ការសួរសំណួរគឺជាការអនុវត្តក្នុងការវាយតម្លៃគំនិតនិងផែនការរបស់អ្នក។ ដើម្បីត្រង់គំនិតជាច្រើនដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងជំហានទី 1 សំណួរដូចខាងក្រោមនេះអាចត្រូវបានលើកឡើងសម្រាប់គំនិតអាជីវកម្មនីមួយៗ:

- a. **ជំនាញផ្ទាល់ខ្លួន** : តើខ្ញុំមានមាន...គ្រប់គ្រាន់ឬនៅ
  - ចំនេះដឹង ការយល់ដឹងនិងស្គាល់អំពីអាជីវកម្ម ?
  - ជំនាញ ដើម្បីដំណើរការអាជីវកម្ម ដែលជាសមត្ថភាព ដើម្បីបង្កើតផលិតផលអាជីវកម្ម ឬផ្តល់សេវាកម្ម?
  - សមត្ថកិច្ចឬសមត្ថភាពក្នុងការអនុវត្តចំណេះដឹងនិងជំនាញ និងមានឥរិយាបថក្នុងការធ្វើការងារនេះដើម្បីទទួលបានជោគជ័យនិងមានប្រសិទ្ធភាព?

ដើម្បីបន្ថែមនៅក្នុងផ្នែកនេះគឺជាសំណួរលើ:

- ពេលវេលា តើខ្ញុំមានពេលវេលាដើម្បីធ្វើការនិងការចូលរួមនៅក្នុងអាជីវកម្មនេះ? ស្ត្រីជាច្រើនមានការងារជាច្រើនដោយសារតែមានតួនាទីផ្សេងគ្នារបស់ពួកគេ។ នេះជាកត្តាសំខាន់មួយដែលត្រូវការពិនិត្យមើលនៅក្នុងអំឡុងពេលដំណាក់កាលដំបូងនេះ។ សូមពិចារណាកាលវិភាគប្រចាំថ្ងៃរបស់អ្នកហើយវាយតម្លៃថាតើអ្នកអាចមានពេលវេលាសម្រាប់អាជីវកម្មអ្នកដែរឬទេ។ ប្រើកម្មវិធីប្រតិទិនមួយ

ប្រើប្រាស់សៀវភៅបញ្ជីផ្ទាល់របស់អ្នកដែលធ្វើអោយអ្នកអាចវិភាគការប្រើប្រាស់ពេលវេលារបស់អ្នកសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកបាន។

- ចំណាប់អារម្មណ៍: តើនេះគឺជាអ្វីដែលអ្នកពិតជាចូលចិត្តធ្វើមែនឬទេ?
- លក្ខណៈរបស់សហគ្រិនទទួលបានជោគជ័យ។ តើខ្ញុំមានលក្ខណៈជាសហគ្រិនដែលទទួលបានជោគជ័យមានឆន្ទៈដើម្បីធ្វើការអភិវឌ្ឍន៍ការងារអាជីវកម្មនេះអោយមានដំណើរការទៅមុខដែរឬទេ?

លក្ខណៈនៃសហគ្រិន ដែលទទួលបានជោគជ័យ (ពិភាក្សានៅក្នុងម៉ូឌុល C2: ការអនុញ្ញាត តួនាទីរបស់ ICT សម្រាប់សហគ្រិនស្ត្រីដែលមានដូចខាងក្រោម៖

- ការស្វែងរកព័ត៌មាន (ចង់ដឹងចង់ឃើញនិងស្វែងរកចម្លើយ)
- ការស្វែងរកឱកាស (សូមមើលលទ្ធភាពនិងយកឱកាសនេះដើម្បីធ្វើអ្វីមួយ)
- ការតស៊ូ (ការប្តេជ្ញាចិត្តដើម្បីទទួលបានលទ្ធផល)
- តម្រូវការសម្រាប់គុណភាពនិងប្រសិទ្ធភាព (មិនពេញចិត្តនឹងលទ្ធផលតិចតួចនិងមធ្យម)
- ការកំណត់គោលដៅ (ការប្តេជ្ញាចិត្ត)
- ការធ្វើផែនការប្រព័ន្ធ

b. **ប្រាក់:** តើខ្ញុំបានមូលនិធិសម្រាប់ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មនេះ ដើម្បីទិញធនធានដែលជាតម្រូវការចាំបាច់ដូចជា ដីប្រកន្លែងសំរាប់ការចែកចាយ ឧបករណ៍ដើម្បីផលិតផលិតផលនិងវត្ថុធាតុដើមបានដែរឬទេ? តើខ្ញុំមានថវិកាដើម្បីជួលបុគ្គលិកដែលនឹងជួយក្នុងការប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មដែរឬទេ?

c. **លទ្ធភាពរកបាននៃធនធាន:** ធនធានមានដូចជាឧបករណ៍ វត្ថុធាតុដើមនិងធនធានមនុស្សតើអាចប្រើបាន?

d. **តម្រូវការ:** អតិថិជននឹងទិញផលិតផលឬសេវាកម្ម? តើផលិតផលឬសេវាកម្មពិតជាតម្រូវការរបស់អតិថិជន ឬភ្ញៀវ? អតិថិជនឬភ្ញៀវអាចមានលទ្ធភាពទិញវាទេ?

e. **ដៃគូប្រកួតប្រជែង:** តើមានមនុស្សផ្សេងទៀត ដែលលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មដូចគ្នា? មានប៉ុន្មាន?

ដើម្បីជួយអ្នកក្នុងការវាយតម្លៃលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ ប្រើចំណាត់ថ្នាក់ដូចខាងក្រោម (សូមមើលតារាង 3):

- ខ្ពស់ណាស់
- ខ្ពស់ល្មម
- ទាបល្មម
- ទាបណាស់
- មិនមាន
- មិនដឹង

ដាក់ចំណាត់ថ្នាក់សំណួរសម្រាប់ចំណងជើងអាជីវកម្មនីមួយៗដោយដាក់សញ្ញាដឹក (ឬដោយស្រមោល) ការវាយតម្លៃផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។ អ្នកអាចធ្វើឱ្យកំណត់ត្រានៅលើទិដ្ឋភាពនៃសំណួរអាជីវកម្មនេះដែលអាចមានប្រយោជន៍សម្រាប់ជំហានទីបី - ដំណើរការជ្រើសរើសនេះ។

អ្នកអាចប្រើពាក្យឬដំណើរការសៀវភៅបញ្ជី word processor or spreadsheet ដើម្បីបង្កើតតារាងមួយដូចក្នុងតារាងទី 3 ដើម្បីជួយអ្នកវិភាគនិងបញ្ជាក់គំនិតអាជីវកម្មនីមួយៗ។

**Table 3**      ការពិនិត្យសំនួរសម្រាប់គំនិតអាជីវកម្មនិងចម្លើយគំរូ

<b>គំនិតពាណិជ្ជកម្មទី 1: ហាងបម្រើសេវាកម្មថែរក្សាសម្បជញ្ជីង</b>							
សង្ខេបខ្លី: ហាងកែសម្បជញ្ជីងនឹងផ្តល់ជូននូវការកាត់សក់ សាប៊ូកក់សក់ សេវាកម្មផ្គុំស្ងួត សេវាស្លីលម៉ូដសក់និងការព្យាបាលសក់។ ខ្ញុំនឹងប្រើប្រាស់ផ្ទះរបស់ខ្ញុំជាកន្លែងចាប់ផ្តើម។ ខ្ញុំអាចផ្តល់សេវាទាំងនេះនៅតាមផ្ទះរបស់អតិថិជន							
Questions/Rating	Very high	Quite high	Quite low	Very low	None	Don't know	Notes (strengths, constraints and action plan)
a. តើខ្ញុំមាន(ផ្ទាល់ខ្លួន)							
ចំណេះដឹង(អ្វីដែលអាជីវកម្ម...)							ខ្ញុំដឹង តែខ្ញុំត្រូវការដឹងបន្ថែមទៀត
ជំនាញ(សមត្ថភាពរៀន)							ខ្ញុំមានបទពិសោធន៍ តែខ្ញុំត្រូវការអនុវត្តន៍បន្ថែមជាមួយនិងអ្នកមានបទពិសោធន៍ដទៃទៀត
សមត្ថភាព(សមត្ថភាពនិងឥរិយាបថ)							មិនមានចំណេះដឹងអំពីការព្យាបាលសក់
លក្ខណៈសម្រាប់សហគ្រិនដែលទទួលបានជោគជ័យ							ខ្ញុំត្រូវតែរៀន និងអនុវត្តន៍បន្ថែម
ចំណាប់អារម្មណ៍							ខ្ញុំចាប់អារម្មណ៍យ៉ាងខ្លាំង
ពេលវេលា							ខ្ញុំអាចទទួលបានជំនួយពីសាច់ញាតិរបស់ខ្ញុំដើម្បីធ្វើការងារមួយចំនួនក្នុងស្រុករបស់ខ្ញុំ
b. តើខ្ញុំមានប្រាក់...ឬទេ? (ដើមទុន)							ខ្ញុំមានការសន្សំប្រាក់ហើយខ្ញុំអាចទទួលបានជំនួយពីសាច់ញាតិ
c. Are these available? (resources)							
វត្ថុធាតុដើម							ខ្ញុំត្រូវការតម្លៃដើម្បីប្រៀបធៀបការចំណាយនៃផលិតផលសក់

បរិក្ខារ							ខ្ញុំត្រូវទិញក្រាសសិតសក់ កន្ត្រៃមួយគូ ម៉ាស៊ីនសម្ងាត់សក់
មនុស្សដែលត្រូវជួល							ខ្ញុំមិនទាន់ត្រូវការនៅឡើយតែនៅទីនោះមាន មនុស្សមួយចំនួនដែលខ្ញុំអាចសួរ
d. តើប្រជាជន នឹងទិញ ផលិតផលរបស់ខ្ញុំ ឬ ក៏ជួលសេវាកម្ម (តម្រូវការ)							ខ្ញុំនឹងត្រូវធ្វើបញ្ជីទំនាក់ទំនងប្រជាជន និងអតិថិ ជនដែលអាចទិញផលិតផល
e. តើមានអ្នកផ្សេង ទៀតដែលផ្តល់ជូន នូវផលិតផលឬសេ វាកម្ម 7 (ដៃគូប្រកួត)							ខ្ញុំនឹងពិនិត្យមើលអ្នករស់នៅក្នុងតំបន់ជាមួយគ្នា ដែលបានផ្តល់នូវសេវាកម្មដូចគ្នានេះ
f. លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យផ្សេង ទៀត កង្វល់អំពីសុខភាពក្នុងការប្រើ							ខ្ញុំនឹងពិនិត្យមើលប្រសិនបើទីនោះមានបញ្ហាសុខភាព
តើអាជីវកម្មមានតម្រូវការ កម្មសិទ្ធិបញ្ញាឬទេ...							ខ្ញុំនឹងពិនិត្យមើល

**Table 3** Screening questions for business ideas and sample answers

Business Idea 2: Selling Clothes and Accessories for Ladies and Children Online Short Description: I will sell clothes and accessories for ladies and children online through social media and selling sites							
Questions/Rating	Very high	Quite high	Quite low	Very low	None	Don't know	Notes (strengths, constraints and action plan)
a. Do I have (personal)							
• Knowledge							I know how it works
• Skills							But have not tried it
• Competency							Have not tried it
• Time							Can manage
• Traits							Need to learn more
• Interest							Having second thoughts, it might bore me
b. Do I have money (capital)							Savings but not enough to buy products for resale
c. Are these available? (resources)							

• Raw materials							I still have to find out what is saleable
• Equipment							I must have my own computer, slow Internet provider
• People to hire							I don't think I need
d. Will people buy my product or service? (demand)							I may ask my sister-in-law
e. Are there others who offer the product or service? (competitors)							Yes, in the selling sites there are many who are selling
f. Other criteria • Legal requirements • Payment to selling sites • Suppliers with good terms							I still have to find out

**Table 3** Screening questions for business ideas and sample answers

Business idea 3: A Convenience Store in the Community with Clean Water for Sale							
Description: The community store will sell basic products and clean water							
Questions/Rating	Very high	Quite high	Quite low	Very low	None	Don't know	Notes (strengths, constraints and action plan)
a. Do I have (personal)							
• Knowledge							I see how people sell
• Skills							I can learn easily but I have no experience
• Competency							I can learn easily but I have no experience
• Time							Have time
• Interest							I may get bored
• Traits							Need to learn a lot
b. Do I have money (capital)							Not enough
c. Are these available? (resources)							
• Raw materials							There are many suppliers
• Equipment							There are suppliers
• People to hire							There are people needing work
d. Will people buy my product or service? (demand)							Not sure

e. Are there others who offer the product or service? (competitors)							There are many stores in the community
f. Other criteria • Franchise for clean water • Legal requirements (food and drug license for the water)							I still have to check, especially about franchising, and the food and drug license to sell

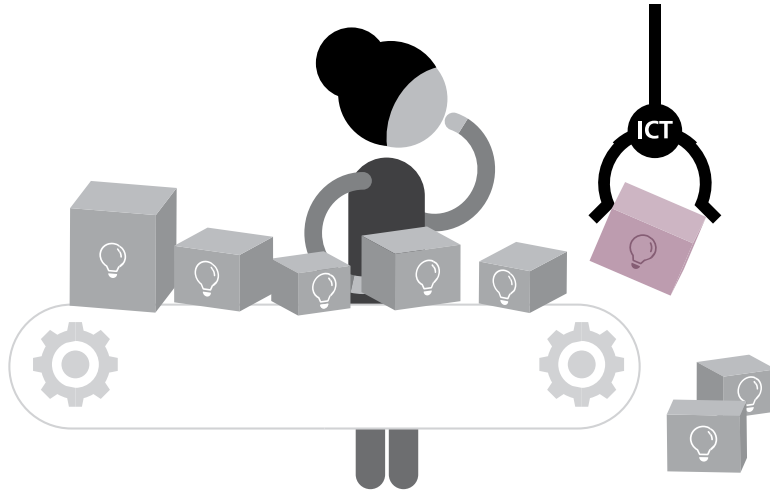
### Step 3 ដំណើរការជ្រើសរើស

នៅពេលដែលអ្នក បានដាក់បង្ហាញគំនិតរបស់អ្នក វាគឺជាពេលវេលា ដើម្បីធ្វើការជ្រើសរើស។ សម្រាប់គោលបំណងនៃការរៀននៅក្នុងសកម្មភាពនេះដែលជាឧទាហរណ៍ករណីរបស់លោកស្រីគូនត្រូវបានបង្កើត (សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធ) ហើយនាងបានសម្រេចចិត្តជ្រើសរើស "គំនិតអាជីវកម្ម៖ ហាងបម្រើសេវាកម្មថែរក្សាសម្បជ្ជតាមផ្ទះ" ដោយសារតែគំនិតនេះដែលនាងមានចំណាត់ថ្នាក់ខ្ពស់នៅលើជំនាញ ការចាប់អារម្មណ៍ពេលវេលា ប្រាក់ និងលទ្ធភាពធនធានដែលនឹងអាចចាប់ផ្តើមតិបត្តិការអាជីវកម្មនេះបាន។

នៅក្នុងតារាងបញ្ជី (តារាង 3) ជួរឈរមួយត្រូវបានដាក់សម្រាប់ចំណាំ។ នេះគឺដោយសារតែអ្នកត្រូវគិតតាមរយៈការវាយតម្លៃរបស់អ្នក អ្វីដែលជាការយល់ឃើញរបស់អ្នក។ ក្នុងលំហាត់នេះ មានចម្លើយនិងកំណត់ត្រាដែលបានសរសេរអំពីការកំណត់ចំណេះដឹងជំនាញ និងសមត្ថភាពនៅក្នុងអាជីវកម្មនេះ។ ប្រើឱកាសនេះដើម្បីចំណាំឧបសគ្គរបស់អ្នកនិងអ្វីដែលអ្នកមានគម្រោងក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវចំណេះដឹងជំនាញនិងសមត្ថភាពរបស់អ្នក។ ការនេះនឹងរួមចំណែកដល់ការធ្វើដំណើរទទួលបានជោគជ័យរបស់អ្នកជាសហគ្រិន។ ការកសាងចំណេះដឹងអាជីវកម្មនិងជំនាញរបស់អ្នកត្រូវតែក្លាយទៅជាផ្នែកមួយនៃផែនការផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។ សូមធ្វើការកត់ត្រាចំណាំនិងបង្កើតផែនការផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នករួមជាមួយនឹងការអភិវឌ្ឍនៃផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

ការផ្តល់ចំណាត់ថ្នាក់នៅលើចំណេះដឹងអំពីអតិថិជននិងដៃគូប្រកួតប្រជែងនៅលើធនធានដែលអ្នកនឹងប្រើនៅក្នុងអាជីវកម្មនិងនៅលើតម្រូវការរបស់រដ្ឋាភិបាលតម្រូវឱ្យមានការចេញអាជ្ញាប័ណ្ណដូចជាវិញ្ញាបនបត្រអាជីវកម្ម និងតម្រូវការសុខភាពត្រូវបានរួមបញ្ចូល។ មានព័ត៌មានអំពីទិដ្ឋភាពទាំងនេះ ជាផ្នែកមួយនៃការវាយតម្លៃនៃបរិស្ថានខាងក្រៅ។ វាជាការសំខាន់ក្នុងការគិតខាងមុខនិងការដឹងថាអ្វីដែល ត្រូវបានកើតឡើងនៅខាងក្រៅអាជីវកម្មដែលទំនងជាអាចមានឥទ្ធិពលលើអាជីវកម្មដែលអ្នកចង់បន្តដែរ។

Figure 17 Filtering business ideas



## 2.4 ការយល់ដឹងពីបរិស្ថានអាជីវកម្មនិងឱកាស

អាជីវកម្មមួយ គឺដូចជាមនុស្សម្នាក់ដែលរស់នៅក្នុងសហគមន៍មួយ។ វាត្រូវបានរងផលប៉ះពាល់ដោយបរិយាកាសខាងក្រៅ។ សហគ្រិនបានក្លាយទៅជាមានប្រសិទ្ធភាពបន្ថែមទៀតនៅក្នុងការបង្កើត ការធ្វើតេស្តសាកល្បង និងការធ្វើផែនការគំនិតអាជីវកម្មថ្មីប្រសិនបើនាងយល់ច្បាស់អំពីស្ថានភាពផ្ទៃក្នុងរបស់នាងក៏ដូចជាអ្វីដែលកំពុងកើតឡើងនៅខាងក្រៅអាជីវកម្មរបស់នាង។ ក្រោយមកទៀត ត្រូវបានគេហៅថាបរិស្ថានអាជីវកម្ម។

បរិស្ថានអាជីវកម្ម អាចត្រូវបានសំដៅដល់ប្រព័ន្ធអេកូសហគ្រិន។ នេះរួមបញ្ចូលទាំងធាតុនៅខាងក្រៅសហគ្រិនបុគ្គល (ឬក្រុម) ដែលមានអំណោយផល ឬមិនអំណោយផល និងប៉ះពាល់ដល់ការរំពឹងទុកនៃភាពជោគជ័យមួយនៅក្នុងអាជីវកម្ម។

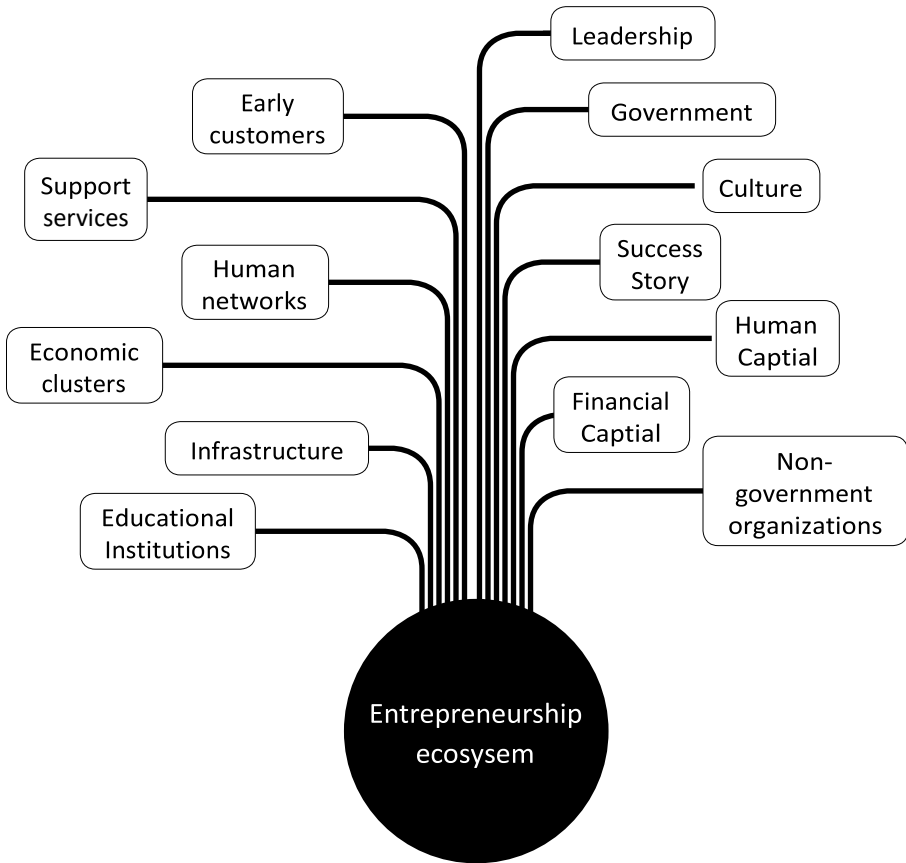
គំរូប្រព័ន្ធអេកូសហគ្រិន<sup>7</sup> មានដូចខាងក្រោម៖

- ភាពជាអ្នកដឹកនាំ គាំទ្រអាជីវកម្ម ភាពស្របច្បាប់ ការតស៊ូមតិ យុទ្ធសាស្ត្រ ភាពបន្ទាន់
- គោលនយោបាយរដ្ឋាភិបាល (ច្បាប់ បទបញ្ជា តម្រូវការ អាជីវកម្មផ្នែកច្បាប់), ច្បាប់ ការគាំទ្រពីវិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវ និងស្ថាប័នអភិវឌ្ឍន៍
- ការអត់ឱនហានិភ័យ Culture- ការច្នៃប្រឌិត គំនិតច្នៃប្រឌិត ពិសោធន៍ ស្ថានភាពសង្គម
- រឿងរ៉ាវទទួលបានជោគជ័យ ដែលអាចមើលឃើញពីភាពជោគជ័យ ការបង្កើនទ្រព្យសម្បត្តិ កេរ្តិ៍ឈ្មោះ
- ធនធានមនុស្ស ជំនាញនិងគ្មានជំនាញ សហគ្រិនតាមសេរុី ជំនាន់ក្រោយ

<sup>7 7</sup> Daniel Isenberg, "Introducing the Entrepreneurship Ecosystem: Four Defining Characteristics", *Forbes*, 25 May 2011. Available from <http://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-fourdefining-characteristics/#796e566b38c4>.

- ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ ធនាគារ ស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ វិនិយោគិនធំៗ មិត្តភក្តិ និងក្រុមគ្រួសារ មូលនិធិមូលធន បណ្តាក់ទុន ទីផ្សារមូលធនសាធារណៈ បំណុល
- ស្ថាប័នមិនមែនរដ្ឋាភិបាលក្នុងការមិនរកប្រាក់ចំណេញអាជីវកម្ម ការប្រលងប្រជែងផែនការ សន្និសីទ សមាគមមិត្តភាព
- ស្ថាប័នអប់រំសិក្សា ជំនាញវិជ្ជាជីវៈនិងផ្ដោតទៅគ្រឹះស្ថានបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់សហគ្រិន
- ហេដ្ឋារចនាទូរគមនាគមន៍ ថាមពល ការដឹកជញ្ជូន និងដឹកជញ្ជូន
- សេដ្ឋកិច្ច clusters- មហាជនសំខាន់នៃក្រុមហ៊ុនកេរ្តិ៍ឈ្មោះប្រទេសជាក់លាក់ជំនាញជាក់លាក់របស់ដែន , បច្ចេកវិទ្យា
- បណ្តាញទំនាក់ទំនង បណ្តាញសហគមន៍ បណ្តាញ diaspora សាជីវកម្មអាជីវកម្ម
- ការផ្តល់សេវាការគាំទ្រ ផ្នែកច្បាប់ គណនេយ្យ ធនាគារវិនិយោគ អ្នកជំនាញបច្ចេកទេស ទីប្រឹក្សា សមាជិកក្រុមប្រឹក្សាភិបាល
- អតិថិជនដំបូង អនុម័តដំបូងនៃភស្តុតាងគំនិត ជំនាញ អតិថិជនជាងកសាវយោង ពិនិត្យ បណ្តាញចែកចាយ

**Figure 18** The entrepreneurship ecosystem





### 2.4.1. បរិស្ថានវិភាគ

ផ្នែកមួយនៃឧបករណ៍វិភាគដែលមានប្រយោជន៍ដើម្បីយល់ដឹងពីបរិស្ថានអាជីវកម្មមួយគឺបរិស្ថានវិភាគ។ នៅពេលដែលអ្នកវិភាគ បរិស្ថានវាមានន័យថា អ្នកត្រូវការព័ត៌មានបន្ថែម អំពីឱកាសនិងឧបសគ្គរបស់អ្នក។ អ្នកប្រហែលជាត្រូវការអំពីមនុស្សក្នុងតំបន់នោះនិងព្រឹត្តិការណ៍កើតមានផ្សេងៗ និងដំណឹងអំពីប្រទេសនេះ អំពីច្បាប់និងវិន័យ និងអំពីការអភិវឌ្ឍថ្មីដែលអាចចុះពាល់ដល់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ដើម្បីកាន់តែប្រសើរជាងនេះទៀត អ្នកត្រូវការព័ត៌មានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។

ឧទាហរណ៍អ្នកបានដឹងថាមានយុវវ័យជាងមនុស្សពេញវ័យនៅក្នុងសហគមន៍របស់អ្នក (ប្រជាសាស្ត្រ) ។ អ្នករកឃើញថាអាជីវកម្មថ្មីត្រូវបានមកនៅក្នុងតំបន់ជិតខាងអាជីវកម្មរបស់អ្នក (សង្គម) ។ អ្នកបានលឺពីការចាក់ផ្សាយដំណឹងដែលថាមានការកើនឡើងតម្លៃប្រេងឥន្ធនៈ (សេដ្ឋកិច្ច) និងត្រូវបានអនុម័តច្បាប់ថ្មីអំពីការចុះបញ្ជីអាជីវកម្មអនឡាញ (វេជ្ជាភិបាលនិងបច្ចេកវិទ្យា) ។ ទាំងអស់នេះបង្កើតបានជាព័ត៌មានដែលជាផ្នែកមួយនៃបរិស្ថានអាជីវកម្ម។ សហគ្រិនត្រូវតែមានការស៊ើបអង្កេត (ស្វែងរកព័ត៌មាន) ដើម្បីយល់ពីឱកាសនិងឧបសគ្គនៅក្នុងបរិស្ថានអាជីវកម្ម។

ការស្តែនបរិស្ថានត្រូវតែគ្របដណ្តប់ដូចខាងក្រោម៖

- តម្រូវការ ភ្ញៀវ ឬអតិថិជន និងតម្រូវការរបស់ពួកគេនិងការចង់បាន
- ផ្គត់ផ្គង់ គុណភាពនិងបរិមាណរបស់វត្ថុធាតុដើម
- ឱកាស ឬការចំណាយដោយសារតែភូមិសាស្ត្រជិត ឬចម្ងាយឆ្ងាយ
- គួប្រកួតប្រជែង សំរាប់បច្ចុប្បន្ន និងអនាគត
- តួនាទីនៃស្ថាប័នអាជីវកម្មដែលបានការគាំទ្រ
- តួនាទីនៃ សហគមន៍ និងស្ថាប័នសហគមន៍
- តួនាទីរបស់បណ្តាញនិងទំនាក់ទំនង

ដើម្បីយល់កាន់តែល្អប្រសើរខាងលើនេះគឺជាសំណួរជាមូលដ្ឋានមួយចំនួនដោយប្រើឧទាហរណ៍ករណីរបស់លោកស្រីគ្រូនដែលជាអ្នកមានគំនិតអាជីវកម្មមួយដើម្បីបង្កើតជាហាងបម្រើសេវាកម្មថែរក្សាសម្បត្តិមធ្យម៖ ។ សូមអានករណីរបស់លោកស្រីគ្រូន (ករណីសិក្សា 1) នៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធនេះ។

**Table 4** Environment scans (and sample answers from Mrs. Kuhn's case)

Questions to ask	Sample answers based on the case of Mrs. Kuhn (Case Study 1)	The opportunities and constraints that are revealed by answering the questions
1. How many people are there in the community and nearby? (disaggregate data by gender, age and income levels, if available)	Total population: 50,000 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Female: 25,000</li> <li>• Male: 25,000</li> <li>• Children (1-9 years old): 12,500</li> <li>• Youths (10-19): 10,500</li> <li>• Young adults (20-29): 8,500</li> <li>• Adults (30-39): 6,500</li> <li>• Seniors (40 and over): 12,000</li> </ul>	The number of possible customers where targets can be identified
2. What are the most important local institutions? (e.g., government, city and village council halls, schools, health centres, hospitals, banks, post offices, places of worship)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipal hall – 1</li> <li>• Village council halls – 10</li> <li>• Schools – 14 primary and 4 secondary schools (3 are privately owned)</li> <li>• Health centres – 5 (including a big one at the municipal hall)</li> <li>• Hospital – 1</li> <li>• Bank – 1</li> <li>• Place of worship – 1</li> </ul>	Potential places where the business product can be distributed or promoted, and places that can provide support for the business
3. What are the most important production and trade places? (e.g., markets, shops, craft and repair workshops, agricultural plots, factories)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Market - 1</li> <li>• Shops - 30 or more</li> <li>• Craft and repair workshops</li> <li>• Agricultural plots</li> <li>• Factories</li> </ul>	Possible location of competitors
4. What are the distances by land, water and air, as appropriate? (provide information on the level of access to main roads; distances to nearby villages and cities, and to the capital city; and the level of access to rivers and other waterways, and to airports)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Access to 2 major highways</li> <li>• To city (15 km)</li> <li>• To capital city (50 km)</li> <li>• To domestic airport (25 km)</li> <li>• To international airport (65 km)</li> <li>• Two main connecting roads reach all the feeder roads of the villages</li> <li>• All roads are paved</li> </ul>	To identify and calculate distribution and production costs
5. What are the means of transportation? (e.g., by bus, train, taxi and others)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buses and small passenger vehicles pass through the major highways</li> <li>• Several small passenger vehicles run by motorcycles are available to the public throughout the day and night</li> </ul>	To identify and calculate distribution and production costs, and to assess customer's convenience in visiting your business location

<p>6. What are the meeting points of women, men and children? (e.g., schools, health centres, places of worship, water wells, washing areas, markets, women's associations, community halls, parks)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meeting points of women and men are in the market, place of worship, schools and community halls</li> </ul>	<p>For promotion and distribution of products and services</p>
---	--	--

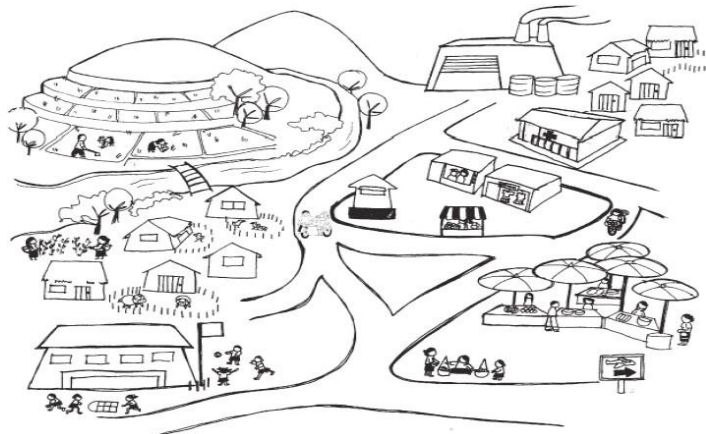
តើអ្នកទទួលបានព័ត៌មាន ដែលបានតម្រូវនៅក្នុងបរិស្ថានវិភាគយ៉ាងដូចម្តេច? ការសួរមនុស្ស ដែលមានចំណេះដឹងអំពីសហគមន៍និងអាជីវកម្មនេះគឺជាវិធីមួយ។ អ្នកក៏អាចធ្វើឱ្យការសង្កេត ដោយចូលទៅកាន់បណ្តាល័យ គូរផែនទីនិងថតរូប។

គូសផែនទីឬការគូរផែនទីនៃសហគមន៍របស់អ្នកនិងតំបន់ជុំវិញនេះអាចជួយអ្នកក្នុងការដាក់ទីតាំងអាជីវកម្មរបស់អ្នកនៅក្នុងការទាក់ទងនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែងនិងអតិថិជនដែលអាចធ្វើបានរបស់អ្នក។ គូរផែនទីបង្ហាញពីគ្រឹះស្ថានអាជីវកម្មជាច្រើនដែលអាចផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវការយល់ដឹងលើកន្លែងសំខាន់ដែលអ្នកអាចប្រើដើម្បីលើកកម្ពស់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ វាអាចបង្ហាញអំពីឱកាសនិងឧបសគ្គនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ រូបភាពទី 17 បង្ហាញផែនទីសហគមន៍មួយ ដែលគូរដោយដៃដើម្បីចង្អុលបង្ហាញអំពីដី ស្ថាប័ន បណ្តាញផ្លូវ ការបង្កើតអាជីវកម្មនិងកន្លែងដែលជាកន្លែងសំរាប់ប្រជាជនជួបជុំ។

តើធ្វើដូចម្តេច ICTs អាចជួយអ្នកវិភាគបរិស្ថាន? ក្នុងករណីរបស់លោកស្រី Kuhn នោះនាងត្រូវបានគេប្រើអ៊ីនធឺណិត និងស្វែងរកគេហទំព័ររបស់រដ្ឋាភិបាល ដើម្បីរកឱ្យឃើញអំពីចំនួនប្រជាជនសរុបនៅក្នុងសហគមន៍របស់នាង។ នាងអាចរកឃើញផែនទីដោយប្រើកម្មវិធីបណ្តាញមួយ (ផែនទី Google) ដើម្បីបង្ហាញពីទីតាំងនៃសហគមន៍របស់នាង ដី និងផ្លូវផ្តល់ជាច្រើនដែលបានភ្ជាប់ទៅវា។

Figure 19

ឧទាហរណ៍ពីផែនទីសហគមន៍



ប្រភព: អង្គការពលកម្មអន្តរជាតិយេនឌ័រនិងសហគ្រិនភាពរួមគ្នា: *GET Ahead for Women in Enterprise-Training Package and Resource Kit* (Bangkok, Berlin and Geneva, 2004). អាចរកបានពី [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/documents/publication/wcms\\_116100.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_116100.pdf)

### 2.4.2. ការកំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជននិងដៃគូប្រកួតប្រជែង

អាជីវកម្មមួយមានន័យថា មិនត្រឹមតែដឹងថាផលិតផលរបស់អ្នកប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែអ្នកត្រូវដឹងថាអ្នកណាដែលនឹងទិញផលិតផលរបស់អ្នក អតិថិជនរបស់អ្នក។ អតិថិជនគឺជាមនុស្សម្នាក់ឬអង្គការដែលបានទិញនិងទទួលបានទំនិញឬសេវាកម្មដែលបានមកពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អតិថិជនគឺជាអ្នកប្រើប្រាស់ផងដែរ។ គាត់មានជម្រើសនិងសមត្ថភាពក្នុងការជ្រើសរើសផលិតផលផ្សេងគ្នានិងការទិញពីក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ផ្សេងទៀត។ ក្រោយមកទៀតគឺជាដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក។

ប្រសិនបើអ្នកបានដឹងថាអ្នកណាដែលជាអតិថិជនរបស់អ្នក, អ្នកអាចកែសម្រួលផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកបានល្អប្រសើរដើម្បីឱ្យសមនឹងពួកគេ។ ដោយដឹងថាអតិថិជនរបស់អ្នកអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកមានគម្រោងដើម្បីបង្កើតផលិតផលឬសេវាកម្ម ដើម្បីកំណត់គោលដៅនិងរបៀបដើម្បីកែលម្អផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកដើម្បីអោយអតិថិជនកាន់តែច្រើនទទួលបានការពេញចិត្ត។

នៅពេលជាមួយគ្នានេះដែរអាជីវកម្មមួយត្រូវតែដឹងថាការប្រកួតប្រជែងរបស់ខ្លួន។ ការប្រកួតប្រជែង គឺជាអ្វី? វាមានន័យថាគូប្រជែងរបស់អ្នកនៅក្នុងអាជីវកម្មដែលគេផ្តល់ជូននូវផលិតផលឬសេវាកម្មដែល

<sup>8 8</sup> BusinessDictionary.com, "Customer". Available from <http://www.businessdictionary.com/definition/customer.html#ixzz42kIROLnT>.

ស្រដៀងគ្នានិងត្រូវបានកំណត់គោលដៅអតិថិជនដូចគ្នា។ ជាមួយនឹងការប្រកួតប្រជែង អតិថិជនអាចមានជម្រើសច្រើនដើម្បីជ្រើសរើស។ ការប្រកួតប្រជែងកាន់តែច្រើនផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកក៏ត្រូវតែមានការកែលម្អកាន់តែច្រើនថែមទៀត។

### អតិថិជន

អតិថិជនប្រភេទណាក៏មាន។ ជំនាញសហគ្រិន ទោះបីយ៉ាងក៏ដោយក៏អ្នកអាចរកប្រាក់បានចំណេញច្រើននៅពេលដែលអ្នកកំណត់អត្តសញ្ញាណតម្លៃរបស់អតិថិជន។ ការដែលអ្នកបានដឹងអំពីតម្រូវការរបស់ពួកគេ វាជាការងាយស្រួលកំណត់ឧទាហរណ៍ក្នុងការលក់ផលិតផលថ្មីរបស់អ្នក និងកំណត់គោលដៅពួកគេជាមួយការផ្តល់ជូននូវតម្លៃសមរម្យ។ វាមានប្រយោជន៍ក្នុងការអភិវឌ្ឍទម្រង់អតិថិជន។ ដោយដឹងថាអតិថិជនរបស់អ្នកអាចជួយអ្នកក្នុងការធ្វើផែនការរបស់អ្នកឬប្រសើរជាងមុន ទស្សន៍ទាយអ្វីដែលពួកគេនឹងទិញ និងជួយអ្នកក្នុងការប៉ាន់ស្មានអំពីទំហំនៃការស្តុកទុករបស់អ្នក<sup>១១</sup>។ វាមានប្រយោជន៍ផងដែរដើម្បីរក្សាកំណត់ត្រាលំអិតអតិថិជន និងការលក់ និងដើម្បីកាត់បន្ថយកំហុសរបស់អ្នក និងប្រតិបត្តិការបានឆាប់រហ័ស។ វិធីនេះអ្នកអាចធ្វើឱ្យ សេវាបម្រើអតិថិជនបានល្អប្រសើរជាងមុន និងដោះស្រាយជាមួយអតិថិជនរបស់អ្នកបានប្រសើរឡើង។

ការសម្គាល់អតិថិជនដ៏មានតម្លៃរបស់អ្នក អាចមិនមែនជាការងាយស្រួលទេ។ សូមសាកល្បងធ្វើលំហាត់ដូចខាងក្រោមដើម្បីជួយអ្នកក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណពួកគេ។

① **រឿងដែលត្រូវធ្វើ**

ធ្វើលំហាត់: កំណត់អតិថិជនដែលមានតម្លៃបំផុតរបស់អ្នកនៅលើក្រដាសមួយ (ឬប្រើកម្មវិធីរបស់អ្នកកុំព្យូទ័រ drawing application and word processor) គូរមនុស្សម្នាក់ៗ។ វាអាចមានលក្ខណៈសាមញ្ញដូចជាតួលេខដែលបានភ្ជាប់មក។ បន្ទាប់មកជាមួយអតិថិជនល្អបំផុតរបស់អ្នកនៅក្នុងចិត្ត ចាប់ផ្តើមដើម្បីបំពេញនៅក្នុងលម្អិតជាប់នឹងគំនូរ។ ចំណុចមួយនៃការធ្វើលំហាត់នេះគឺសម្រាប់អោយអ្នកដឹងថាអ្នកតើអតិថិជនពិតរបស់អ្នកជានរណា?

<sup>១១</sup> Info Entrepreneurs, "Identify and Sell More to Your Most Valuable Customers". Available from <http://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/identify-and-sell-more-to-your-most-valuable-customers/>.

Table 5

សំណួរដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជនដែលមានតម្លៃ

រៀបរាប់ពីអតិថិជនធម្មតារបស់អ្នក	
ចំនួនសរុបប្រជាជន (រួមបញ្ចូលទាំងកត្តាពាក់ព័ន្ធដូចជាអាយុ ភេទ កម្រិតអប់រំជាតិ ជាតិ សាសន៍និងកម្រិតប្រាក់ចំណូល)	<p>តើបុគ្គលនេះ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•ស្រ្តីឬបុរស</li> <li>•ចាស់ឬក្មេង និងនៅក្នុងក្រុមអាយុ (ឧ, 0-15, 16-30, 31-45, 46 និងជាង)</li> <li>•ការអប់រំឡើងទៅសាលាបឋមសិក្សា វិទ្យាល័យឬមហាវិទ្យាល័យ</li> <li>•ធ្វើការងារ និងមានប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំរបស់គាត់គឺ (ឧ, ចំនួន USD1,000 - 5,000 USD6,000 – US\$10.000, USD10.000 និងច្រើនជាង)</li> </ul>
ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ (ដែលជាកន្លែងដែលពួកគេរស់នៅ)	<p>តើជាមនុស្សម្នាក់ដែលរស់នៅក្នុង:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•ទីក្រុង</li> <li>•តំបន់ជ្វាយក្រុង</li> <li>•សហគមន៍របស់អ្នក</li> <li>•លំបាក</li> </ul> <p>តើពួកគេរស់នៅឆ្ងាយពីកន្លែងអាជីវកម្មរបស់អ្នក?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•ជាអ្នកជិតខាងរបស់អ្នក</li> <li>• 500-900 ម៉ែត្រ</li> <li>• 1-2 គីឡូម៉ែត្រ</li> </ul>
ការបែងចែក (របៀបរស់នៅនិងអាកប្បកិរិយា)	<p>តើអតិថិជនរបស់អ្នកជា:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•មានជំនាញវិជ្ជាជីវៈ</li> <li>•កម្មករជំនាញឬគ្មានជំនាញ</li> <li>•សិស្ស</li> <li>•នៅលើ ឬរៀបការ</li> <li>•ម្តាយជាមួយកូន</li> <li>•បិតាជាមួយកូន</li> </ul>
ពិចារណាទិញ (អតិថិជនហេតុផលចម្បងដែលទិញផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•អត្ថប្រយោជន៍</li> <li>•តម្លៃ</li> <li>•ភាពងាយស្រួល</li> <li>•សេវា</li> <li>•ស្ថានភាព</li> </ul>
ការរៀបរាប់ផ្សេងទៀតរបស់អតិថិជន	<p>អភិរក្ស</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Mainstream</li> <li>•បែយជន៍</li> <li>•អ្នកដែលផ្សេងព្រេង</li> </ul>
ផ្សេងៗ	<ul style="list-style-type: none"> <li>•តើពួកគេបាននៅក្នុងសង្គមណា?</li> <li>•សាលា</li> <li>•ទីផ្សារ</li> <li>•សាសនាគ្រឹះ</li> </ul>

ដើម្បីទទួលបានដឹងថាអតិថិជនរបស់អ្នក អ្នកអាចចូលរួមក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ក្នុងស្រុក បាននិយាយជាមួយ អតិថិជន សួរសំណួរ ឬធ្វើឱ្យការស្ទង់មតិសាមញ្ញ។ ដោយការដឹងថាអតិថិជនរបស់អ្នកជានរណា វាជាការល្អ ប្រសើរជាងមុន ដែលធ្វើអោយអ្នកអាចផ្តល់នូវលទ្ធផលប្រសើរជាងមុនតាមរយៈផលិតផល ការធ្វើទីផ្សារនិង ការច្នៃប្រឌិត<sup>10</sup>។

លោកស្រីគួនដែលបានកំណត់អតិថិជនមានតម្លៃបំផុតរបស់នាងមានលក្ខណៈដូចខាងក្រោម៖

- ស្ត្រីដែលរៀបការរួចនិងជាម្តាយរបស់កុមារ
- អាយុប្រហែលចាប់ពី៣១ ទៅ ៤៥ ឆ្នាំ
- សិស្សវិទ្យាល័យ និងសិស្សបញ្ចប់មហាវិទ្យាល័យ
- ជាមួយនឹងប្រាក់ចំណូលជាមធ្យមពី ៦០០០ ទៅ ១០០០០ ដុល្លារក្នុងមួយឆ្នាំ
- រស់នៅក្នុងសហគមន៍
- ការទិញដោយពិចារណាអំពីតម្លៃវាមិនមែនគ្រប់គ្រាន់ទេត្រូវគិតគូរពីភាពងាយស្រួលនិងសេវាកម្មថែម ទៀត
- អនុភាព និងការអនុវត្តជាក់ស្តែងនៅក្នុងការគិត
- ទំនងជាសង្គមនិយម នៅសាលារៀន ទីផ្សារ និងព្រះវិហារ

### ដៃគូប្រកួតប្រជែង

ហេតុអ្វីបានជា អ្នកត្រូវដឹងអំពីដៃគូប្រកួតប្រជែង អាជីវកម្មរបស់អ្នក? ដៃគូប្រកួតប្រជែង អាចផ្តល់ឱ្យអ្នក មេរៀនពីអតីតកាល អ្នកអាចប្រើការរៀនសូត្រពីកំហុសរបស់ពួកគេ ដើម្បីបង្កើនការអនុវត្តអាជីវកម្មរបស់ អ្នក។ អ្នកអាចរៀនពីដៃគូប្រកួតប្រជែងអំពីអ្វីការងារអ្វីដែលគេធ្វើបានដំនើរការល្អ សម្រាប់ពួកគេនិងអ្វីដែល ជាការអនុវត្តន៍ល្អរបស់ពួកគេ។ ដោយដឹងថាដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកអាចបង្ហាញពីឱកាសនៅក្នុងទីផ្សារ។<sup>11</sup> យ៉ាងហោចណាស់ រៀនពីដៃគូប្រកួតប្រជែងធំៗចំនួនបី និងធ្វើឱ្យទាន់សម័យនៅលើសកម្មភាពរបស់ពួក គេ។

ដូច្នេះអ្នកចង់ដឹងអំពីដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក?

- សិក្សាអំពីទីផ្សារដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក។ កំណត់សំគាល់នូវអ្វីដែលជាផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់ ពួកគេ និងដឹងអំពីរបៀបប្រៀបធៀប ផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក។

<sup>10</sup> <sup>10</sup> Susan Payton, "How to Identify Your Customer", *Growth University*, 15 August 2011. Available from <https://www.futuresimple.com/blog/identify-your-customer/>.  
<sup>11</sup> Michael R. Hunter, "3 Reasons your Competitors are Your Best Friends". Available from [michaelrhunter.com/why-knowingyour-competition-is-important](http://michaelrhunter.com/why-knowingyour-competition-is-important).

- ស្វែងយល់ពីហេតុអ្វីបានអតិថិជនចូលចិត្តផលិតផលគេជាងផលិតផលរបស់អ្នក។
- តើអ្វីទៅជាភាពខ្លាំងនិងភាពខ្សោយរបស់ខ្លួន? ស្វែងយល់ពីអ្វីដែលអ្នកអាចបន្ថែមលើផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកមិនអាចធ្វើបាន។
- ជាម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូច អ្នកអាចមានការចំណាយទាបនិងចំណាយថ្លៃដើមទាប។ ដូច្នេះអ្នកអាចប្រើការសន្សំការចំណាយទាំងនេះបានធ្វើឱ្យប្រសើរចំពោះផលិតផលនិងសេវាកម្មសម្រាប់អតិថិជនរបស់អ្នក។ នេះផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍យ៉ាងខ្លាំងដល់អ្នកក្នុងការប្រកួតប្រជែងជាមួយដៃគូរបស់អ្នក។ ដោយដឹងថាផលប្រយោជន៍ក្នុងការប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកមានប្រៀបលើដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកដែលធ្វើឱ្យអ្នកមានទំនុកចិត្តយ៉ាងខ្លាំងអំពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ប៉ុន្តែប្រសិនបើអាជីវកម្មរបស់អ្នកទៅហួសពីសហគមន៍របស់អ្នក អ្នកអាចនឹងមានផលពិបាកក្នុងការសម្គាល់ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក។ សំណួរនៅក្នុងតារាងទី 6 នឹងជួយអ្នកក្នុងការគិតអំពីដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក។

**Table 6** សំណួរដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណដៃគូប្រកួតប្រជែង (និងចម្លើយគំរូពីករណីរបស់លោកស្រី Mrs.Kunh) (បន្ត)

**ដៃគូប្រកួតប្រជែង 2:** ជំនាន់ X អ៊ុតសក់ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅតាមបណ្តោយផ្លូវទៅកាន់ទីក្រុង

- ផលិតផល: ផលិតផលថែរក្សាសម្បុរសម្រាប់ស្ត្រីវ័យក្មេងនិងបុរស
- សេវាកម្ម: សេវាសក់និងក្រចក កាត់សក់ទាន់សម័យ ពន្លាសក់ត្រង់ លាបពណ៌សក់និងការព្យាបាលសក់
- រូបភាព: សម័យទំនើបនិងការផ្សព្វផ្សាយ ផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មអ៊ិនធឺណិត
- អតិថិជនទូទៅ: ស្ត្រីវ័យក្មេងនិងបុរសដែលមានអាយុពី 20 ទៅ 30
- តម្លៃ: មធ្យម
- ទីផ្សារ: ស្លាកសំគាល់ស្ថាប័ន ផ្ទាំងប៉ាណូប្រើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម
- តម្លៃតែមួយគត់: ម៉ូដទាន់សម័យនិងទាក់ទាញអ្នកជំនាញវ័យក្មេង
- តើអ្វីដែលពួកគេធ្វើបានល្អបំផុត? គឺ ការកាត់សក់ទាន់សម័យ
- ខ្សោយ: ទីកន្លែងមានភាពអ៊ីអរពេក

**ដៃគូប្រកួតប្រជែង 3:** ហាងកែសម្បុរឈ្មោះ JJ

- ផលិតផល: ប្រើផលិតផលដែលមានតំលៃថោកសម្រស់
- សេវាកម្ម: សេវាសក់និងក្រចក
- រូបភាព: ធម្មតា



- អតិថិជនទូទៅ: ថ្នាក់ធ្វើការនិង អ្នកលក់នៅផ្សារ
- តម្លៃ: តម្លៃថោកជាងការប្រកួតប្រជែង 2
- ទីផ្សារ: គ្មាន
- តម្លៃតែមួយគត់: តម្លៃថោក
- តើអ្វីដែលពួកគេធ្វើបានល្អបំផុត: សក់កាត់ខ្លី
- ខ្សោយ: កខ្វក់និងការរំខានដោយសារតែទីតាំងនៅជិតទីផ្សារ

**ដៃគូប្រកួតប្រជែង 4:** ផ្តល់សេវាកម្មតាមផ្ទះ Dodang ទីតាំងនៅភូមិផ្សេងទៀត

- ផលិតផល: ផលិតផលប្រើប្រាស់ក្នុងផ្ទះ
- សេវា: កាត់សក់ អប់ពណ៌សក់ លាបថ្នាំសក់
- រូបភាព: តែងតែអាចរកបាននៅពេលដែលត្រូវការ
- អតិថិជនទូទៅ: ស្ត្រីវ័យចំណាស់នៅក្នុងសហគមន៍
- តម្លៃ: មធ្យម
- ទីផ្សារ: គ្មាន
- តម្លៃតែមួយគត់: មានសេវាតាមផ្ទះសំរាប់មនុស្សវ័យចំណាស់
- តើអ្វីដែលពួកគេធ្វើបានល្អបំផុត: កាត់សក់ និងលាបពណ៌សក់
- ខ្សោយ: មានតែមនុស្សម្នាក់ហើយមិនមានហាងទេ

ដោយសារមានព័ត៌មាន នេះលោកស្រីគួន បានក្លាយទៅជាសុទិដ្ឋិនិយម អំពីគំនិតអាជីវកម្មរបស់នាង។ ឥឡូវនេះនាងត្រូវបានងាកទៅរកអាជីវកម្មបើកហាងកែសម្រស់របស់នាងប៉ុន្តែជាដំបូងដំណើរការនៅក្នុងផ្ទះរបស់នាង។ នាងត្រូវគិតពីការបើកហាងកែសម្រស់មួយកន្លែង ដែលនាងនឹងផ្តល់ជូនសំរាប់ឪពុកម្តាយសិស្សក៏ដូចជាសេវាសម្រាប់មនុស្សចាស់ផងដែរ។

ប្រសិនបើអាជីវកម្មរបស់អ្នក គឺមិនស្រដៀងគ្នាទៅនឹងករណីសិក្សានេះទេ វិធីដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជននិងដៃគូប្រកួតប្រជែងគឺដោយការសង្កេតនិងសួរមនុស្សអំពីអាជីវកម្មនេះ។ ការធ្វើការសិក្សាទីផ្សារមួយនឹងត្រូវបានពិភាក្សាបន្ថែមទៀតនៅក្នុងម៉ូឌុល W2: គ្រប់គ្រងពាណិជ្ជកម្មដោយប្រើប្រាស់ ICT ។

តើវិស័យ ICTs អាចជួយកំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជន មុខជំនួញ និងដៃគូប្រកួតប្រជែង បានដូចម្តេច? តើម៉ាស៊ីនស្វែងរកដូចជា Google ឬ Bing អ្នកអាចវាយពាក្យគន្លឹះ ដើម្បីស្វែងរក ដៃគូប្រកួត

ប្រដែងនៅក្នុង ទីផ្សាររបស់អ្នក។ សិក្សា ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម របស់ពួកគេ កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែង រៀនអ្វី ដែលជាការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មត្រឹមត្រូវសម្រាប់អ្នក។ ប្រសិនបើអ្នក កំពុងសម្លឹងរកមើលដៃ គូប្រកួតប្រដែង ច្រើនជាងនេះ អ្នកអាចប្រើ ប្រភពខាងក្រោមនេះ ដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណ ក្រុមហ៊ុនពាក់ព័ន្ធ៖<sup>12</sup>

- សៀវភៅរាយរាយទូរស័ព្ទ (អាជីវកម្មក្នុងស្រុក)
- សភាពាណិជ្ជកម្មក្នុងស្រុក
- ទស្សនាវដ្តីសៀវភៅរាយរាយទូរស័ព្ទ
- សៀវភៅរាយរាយទូរស័ព្ទសមាជិកនៃសមាគម
- មគ្គុទ្ទេសក៍អ្នកទិញឬក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់
- តារាងចំណាត់ថ្នាក់
- ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម
- សេចក្តីរាយការណ៍
- តាំងពិព័រណ៍និងពិព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្ម
- សំណួរផ្សេងៗ
- ស្វែងរកនៅលើអ៊ីនធឺណិតសម្រាប់ផលិតផលឬសេវាកម្មដែលស្រដៀងគ្នា
- ព័ត៌មានបានផ្តល់ដោយអតិថិជន
- ក្រដាសចែកផ្សព្វផ្សាយនិងអក្សរសាស្ត្រទីផ្សារដែលត្រូវបានផ្ញើទៅអ្នក
- ស្វែងរកផលិតផលដែលមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នានឹងផលិតផលដែលអ្នកមានស្រាប់
- ការកសាងផែនការនិងកម្មវិធីការងារក្នុងវឌ្ឍនភាព

<sup>12</sup> MaRS, "How do I identify competitors", 31 March 2014. Available from <https://www.marsdd.com/mars-library/identifycompetitors/>; and Info Entrepreneurs, "Understand Your Competitors". Available from <http://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/understand-your-competitors/>.

Figure 20

តម្រងគំនិតអាជីវកម្ម



អ្នកអាចរក្សាការធ្វើឱ្យទាន់សម័យ អំពីដៃគូប្រកួតប្រជែងនិងអតិថិជនរបស់អ្នកដោយប្រើកម្មវិធី ICT និង អ៊ីនធឺណិត។

- ក្រុមហ៊ុន Google បានជូនដំណឹងគឺជាសេវាឥតគិតថ្លៃដែលនឹងប្រាប់អ្នកដោយផ្អែកលើពាក្យគន្លឹះដែលអ្នកបានជ្រើសរើសនៅពេលដែលគេហទំព័រជាមួយពាក្យគន្លឹះទាំងនោះក្លាយជាអាចប្រើបានជាសាធារណៈនិងអាចមើលបាន។ ឧទាហរណ៍អ្នកចង់លក់ "កន្ត្រកអំណោយអនុស្សាវរីយ៍" ។ ពេលវេលាមួយឧប្បត្តិហេតុថ្មីនៃពាក្យដែលបានបង្ហាញឡើងនៅលើគេហទំព័រឬកំណត់ហេតុបណ្តាញណាមួយដែលអ្នកទទួលបានជូនដំណឹងតាមរយៈអ៊ីមែល។ អ្នកអាចចូលទៅកាន់គេហទំព័រនិងការមើលឃើញនូវអ្វីដែលកំពុងកើតឡើង។
- សូមពិនិត្យសេចក្តីថ្លែងការណ៍ នៅលើគេហទំព័រប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមនៃគណនីរបស់ ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកនិងនៅតែមានកម្មភាពរបស់ពួកគេធ្វើឱ្យទាន់សម័យ។ ប្រើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដូចជា Facebook និង Twitter ដើម្បីមើលពីរបៀប ដែលដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកត្រូវបានធ្វើ និងរៀនពីជោគជ័យនិងបរាជ័យរបស់ពួកគេ។
- សូមពិនិត្យមើលគេហទំព័រ អ្នកដែលបានប្រើប្រាស់ផលិតផលអ្នក និងដៃគូប្រកួតប្រជែង ដែលមានប្រជាប្រិយភាពអំពីការអោយយោបល់ ការតវ៉ា ឬការសរសើរ។ អ្នកអាចផ្លាស់ប្តូរឬការកែលម្អការអនុវត្តអាជីវកម្មរបស់អ្នកដើម្បីទាញយកប្រយោជន៍ពីយោបល់ទាំងនេះ។

- មានគេហទំព័រស៊ើបការណ៍ប្រកួតប្រជែងមួយដែលផ្តល់ព័ត៌មានអោយអ្នកដើម្បីតាមដានការអនុវត្តរបស់ ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក។<sup>13</sup>

សំណួររបន្ថែមទៀតដែលនឹងផ្តល់ឱ្យអ្នកបន្ថែមទៀតអំពីបរិស្ថានអាជីវកម្មរបបញ្ចូលទាំងអ្នកដែល រៀបរាប់ ពីស្ថានភាពនៃឧស្សាហកម្មនេះ។ សំណួរទាំងនេះរួមមានដូចខាងក្រោម:

- តើអ្នកគិតថានឹងមានចិត្តប្រាថ្នានិងតម្រូវការរបស់អតិថិជនរបស់អ្នកសម្រាប់ផលិតផលឬ សេវាកម្ម របស់អ្នករយៈពេលប្រាំឆ្នាំចាប់ពីឥឡូវនេះ? តើឆន្ទៈរបស់ពួកគេដើម្បីនឹងមានការ ផ្លាស់ប្តូរ ចំណាយប្រាក់សម្រាប់ផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកក្នុងរយៈពេលប្រាំឆ្នាំក្រោយ? ហេតុអ្វី?
- តើអ្វីទៅជានិន្នាការឬការអភិវឌ្ឍដែលនឹងប៉ះពាល់ដល់តម្រូវការមានអ្វីខ្លះ?
- តើអ្វីទៅជានិន្នាការនិងការអភិវឌ្ឍនឹងប៉ះពាល់ដល់វិធីដែលអ្នកធ្វើអាជីវកម្ម?
- តើលក្ខខណ្ឌសេដ្ឋកិច្ចសង្គមប៉ះពាល់ដល់តម្រូវការនៃប្រភេទផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នក? ឧទាហរណ៍ ប្រាក់ចំណូលនៃចំនួនប្រជាជននេះនឹងប៉ះពាល់ដល់តម្លៃនៃផលិតផល ឬសេវាកម្ម នេះ

ដើម្បីឆ្លើយសំណួរទាំងនេះសូមពិចារណាអំពីប្រជាសាស្ត្រនេះ (ទម្រង់របស់អតិថិជន) សេដ្ឋកិច្ច (ចំណូលនិងប្រទេសសេដ្ឋកិច្ច) បទប្បញ្ញត្តិ (ច្បាប់ច្បាប់និងគោលនយោបាយ) និងការផ្លាស់ប្តូរ ច្នៃករិទ្យានិងនិន្នាការអាជីវកម្មសកលដែលអាចប៉ះពាល់ដល់តម្រូវការនិងវិធីដែលអ្នកធ្វើអាជីវកម្ម របស់អ្នក ។

បរិស្ថានអាជីវកម្មកំពុងកើនឡើងដែលបានផ្តល់ឱ្យកើនឡើងចំពោះម៉ូដែលនៃអាជីវកម្មផ្សេងគ្នា។ គំរូអាជីវកម្មមួយដែលមានប្រជាប្រិយភាពគឺ "សិទ្ធិអាជីវកម្ម"។ វាគឺជាការវិនិយោគដើម្បីអាជីវកម្ម ដែលមានស្រាប់រួចទៅហើយដែលជាកន្លែងដែលអ្នកប្រើម៉ាកអាជីវកម្ម វិធីសាស្ត្រនៃការធ្វើ អាជីវកម្ម និងប្រព័ន្ធទីផ្សារនិងចែកចាយប្រសិទ្ធភាពរបស់ខ្លួន។ ក្នុងនាមជាសិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មផ្តាច់ មួយដែលអ្នកបានក្លាយទៅជាផ្នែកមួយនៃបណ្តាញអាជីវកម្មលក់ម៉ាកផលិតផលដូចគ្នាជាមួយនឹង សិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មផ្តាច់ផ្សេងទៀតដែលអ្នកមិនបានចាត់ទុកថាជាដៃគូប្រកួតប្រជែងប៉ុន្តែវាជា

<sup>13</sup> <sup>13</sup> See <http://www.bizmove.com>.

សមាជិកក្រុមនៃបណ្តាញផលិតផលម៉ាកដូចគ្នា។ ជាធម្មតានេះតម្រូវឱ្យមានការចំណាយវិនិយោគខ្ពស់និងការទូទាត់របស់អ្នកអោយបានទៀងទាត់ទៅអ្នកលក់ដែលជាម្ចាស់ម៉ាក។

### 2.4.3. ការបង្កើតអត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែងនិងតម្លៃតែមួយគត់សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក

ដើម្បីដឹងថាអត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកគឺដើម្បីដោះស្រាយភាពខ្លាំងរបស់អ្នកនិងអ្វីដែលធ្វើឱ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នកខុសគ្នាពីអ្នកដទៃ<sup>14</sup>។ ប្រសិនបើអ្នកជឿថាអ្នកមានអ្វីដែលមានតម្លៃដើម្បីប្រកាសថាវាជាអ្វីដែលធ្វើឱ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នកតែមានមួយគត់។ សរសេរចុះថាតើផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកគឺអាចផ្តល់នូវដំណោះស្រាយទៅនឹងបញ្ហារបស់អតិថិជនរបស់អ្នកប្រៀបដែលអ្នកអាចធ្វើអោយស្ថានភាពរបស់ពួកគេប្រសើរឡើង។ កំណត់នូវអ្វីដែលមានប្រយោជន៍ជាពិសេសនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌកំណត់អតិថិជនរបស់អ្នកនឹងទទួលបានពីផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក។ សូមពិចារណាសួរសំណួរដូចខាងក្រោមសម្រាប់អ្នកដើម្បីកំណត់ផលិតផលឬសេវាកម្មតម្លៃតែមួយគត់របស់អ្នក:

- ជាមួយនឹងផលិតផលឬសេវាកម្មដែលអ្នកកំពុងលក់តើអតិថិជននឹងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍អ្វីខ្លះនៅពេលពួកគេប្រើវា?
- តើនរណាជាអតិថិជនគោលដៅរបស់អ្នកសម្រាប់ផលិតផលឬសេវាកម្មនេះ?
- តើអ្វីខ្លះដែលធ្វើឱ្យផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកមានលក្ខណៈពិសេសនិងខុសប្លែកពីគេ?
- តើសំណើរសុំតម្លៃរបស់អ្នកច្បាស់លាស់និងងាយស្រួលក្នុងការយល់ដែររឺទេ?
- តើផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកមានភាពខុសប្លែកឬល្អប្រសើរជាងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេចខ្លះ?

តើអាយស៊ីធី ជួយអ្នកដូចម្តេចខ្លះ? រកមើលអ៊ីនធឺណិតនិងមើលពីរបៀបដែលដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកបញ្ជាក់សំណើរតម្លៃរបស់ពួកគេ។ ចូលទៅកាន់គេហទំព័រទិញលក់ អនឡាញ ដើម្បីមើលពីរបៀបអ្នកលក់រៀបរាប់អំពីលក្ខណៈពិសេសរបស់ផលិតផលរបស់ខ្លួន។ ក្នុងការដាក់តម្លៃអ្នកអាចទទួលបានគំនិតពីផលិតផលអាជីវកម្មស្រដៀងគ្នានៅក្នុងកន្លែងផ្សេងទៀត។

ក្នុងករណីនេះអ្នកស្រី Kuhn បានឆ្លើយសំណួរខាងលើដូចតទៅ៖

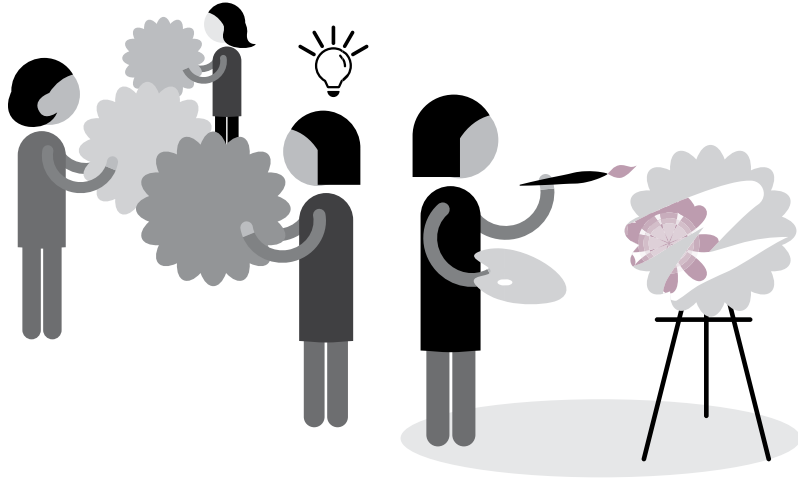
- នាងបានកំណត់ អត្ថប្រយោជន៍នៃផលិតផលសេវាកម្មរបស់នាងជា: សេវាកម្មកាត់សក់ ដែលមានអនាម័យជាលក្ខណៈគ្រួសារ និងសេវាកម្មផ្នែកសម្រស់ដែលស្រ្តីជាម្តាយ ឪពុកកូននិងដីដូនដីតារបស់

<sup>14</sup> <sup>14</sup> Entrepreneur.com, "How to Identify Your Competitive Strengths for Your Business Plan", 8 January 2015. Available from <https://www.entrepreneur.com/article/239414>.

ពួកគេអាចទទួកបានខណៈដែលស្ថិតនៅផ្ទះរបស់ពួកគេក្នុងតម្លៃសមរម្យ។ សេវាកម្មបំរើដល់ផ្ទះអាចត្រូវបានផ្តល់អោយជាមួយការចំណាយបន្ថែមទាបបំផុត។

- ហាងកែសម្រួលនៅផ្ទះនិងសេវាកម្មកែសម្រួលបំរើដល់ផ្ទះមានភាពខុសគ្នាត្រង់តម្លៃនិងគុណភាពនៃសេវាកម្ម។ វាមានលក្ខណៈគ្រួសារនិងមានអនាម័យ។ សេវាកម្មរបស់នាងក៏អាចលើកឡើងពីបញ្ហាការចល័តរបស់ស្ត្រីនិងពលរដ្ឋដែលមានវ័យចំណាស់ (ដីដូនជីតា) ។

**Figure 21** តម្លៃដែលស្មើរសុំ **Value propositioning**



**Table 7** SCAMPER Model process definition

Factor for Change	Change Process
Substitution	Replace one or several components of the product
Combination	Merge one or several elements of the product
Amplify	Enlarge or make the product more sophisticated
Minimize	Make the product more simple
Put to other use	Use the product for different purpose
Eliminate	Delete unnecessary parts
Rearrange	Revise the order of the elements contained in the product

## 2.5 គោលដៅអាជីវកម្ម

កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រិនភាពស្ត្រីរបស់អង្គការពលកម្មអន្តរជាតិនាវិស្វើម៉ូដែលSCAMPER<sup>15</sup> នេះដើម្បីជួយកំណត់តម្លៃផលិតផលអោយមានលក្ខណៈប្លែកពីគេ។ គំនិតផលិតផលអាចត្រូវបានគ្រាប់តាម ថែមទាំងធ្វើឱ្យផលិតផលឬសេវាកម្មប្រសើរឡើង។ SCAMPER ឈរសម្រាប់: Combination, Amplify, Minimize, Put to other use, Eliminate and Rearrange factors to come up with a unique product ។ ម៉ូដែលនេះអាចនាំអោយអ្នកជាមួយនឹងជម្រើសថ្មីៗ ជាមួយនឹងការចំណាយនិងអត្ថប្រយោជន៍ខុសៗគ្នា។

យើងទាំងអស់គ្នាចង់ទទួលបានជោគជ័យ។ តើអ្នកអាចស្រមៃឃើញខ្លួនឯងទទួលបានជោគជ័យដែរឬទេ? ក្តីសុបិន្តគឺជាទស្សនៈវិស័យរបស់អ្នកនាពេលអនាគត-អ្វីដែលអ្នកចង់ក្លាយទៅជា។ គោលដៅគឺជាជំហានធំៗដែលអ្នកត្រូវដើរដើម្បីឈានដល់ទស្សនៈវិស័យរបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍គោលដៅរបស់អ្នកគឺដើម្បីក្លាយជាសហគ្រិនដ៏ជោគជ័យម្នាក់។ ដើម្បីក្លាយជាមនុស្សបែបនេះអ្នកត្រូវតែមានអាជីវកម្មដ៏ជោគជ័យមួយ។ អ្នកបានកំណត់គោលដៅសម្រាប់មុខជំនួញរបស់អ្នកនិងធ្វើផែនការសកម្មភាព-ជំហានតូចដែលនាំអ្នកខិតទៅជិតការសំរេចបានគោលដៅនិងទស្សនៈវិស័យរបស់អ្នក។

ដើម្បីកំណត់គោលដៅរបស់អ្នក អ្នកត្រូវវិភាគស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នរបស់អ្នក។ អ្នកចង់ផ្លាស់ប្តូរស្ថានភាពនេះបង្វិលវាជុំវិញដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរជាងមុនបន្តិចនាពេលអនាគត។

សូមលើកយកឧទាហរណ៍ករណីរបស់អ្នកស្រី Kuhn។ នាងស្រមៃចង់មានបានសម្រាប់កូនរបស់នាង។ នាងមានបំណងថាទៅថ្ងៃអនាគតនាងអាចជួយឱ្យពួកគេទទួលបានសញ្ញាប័ត្រពីមហាវិទ្យាល័យនិងក្រោយមកក្លាយទៅជាអ្នកជំនាញទទួលបានជោគជ័យ។ នាងចង់សម្រេចបាននូវអ្វីមួយដែលខ្លួននាងផ្ទាល់អាចមានមោទនភាពចំពោះវា។ នាងបានមានអារម្មណ៍ថានៅក្នុងស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នប្រាក់ចំណូលក្រុមគ្រួសាររបស់នាងគឺមិនគ្រប់គ្រាន់ទៀតទេ។ នាងចង់ផ្លាស់ប្តូរស្ថានភាពនេះដោយការចូលរួមក្នុងអាជីវកម្មមួយដែលអាចរកប្រាក់ចំណូលនិងអាចបង្កើនប្រាក់ចំណូលគ្រួសារ។ គោលដៅរបស់នាងគឺមានអាជីវកម្មដែលអាចរកប្រាក់ចំណូលបន្ថែមបាន។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏នាងត្រូវតែធ្វើអោយគោលដៅមានភាពច្បាស់លាស់និងឆ្លាត។

គោលដៅមួយត្រូវតែមានភាពឆ្លាត (SMART) - មានភាពជាក់លាក់ ដែលអាចវាស់វែងបាន ដែលអាចទទួលបាន មានភាពប្រាកដនិយមនិងចងជាប់ជាមួយពេលវេលា ។ ទាំងនេះដូចគ្នាដែរសម្រាប់គោលបំណងនៃ

<sup>15</sup> <sup>15</sup> International Labour Organization, *Gender and Entrepreneurship Together: GET Ahead for Women in Enterprise – Training Package and Resource Kit* (Bangkok, Berlin and Geneva, 2004). Available from [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/ed\\_emp/---emp\\_ent/documents/publication/wcms\\_116100.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_116100.pdf).

ផែនការសកម្មភាព។ ដើម្បីសម្រេចបានសមិទ្ធផល ត្រូវមានការកំណត់ជាក់លាក់ ដែលអាចវាស់វែងបាន ដែលអាចទទួលបាន មានភាពប្រាកដនិយមនិងចងជាមួយពេលវេលា។ សហគ្រិនត្រូវតែកំណត់ គោលដៅទាំងនេះនិងផែនការជាក់លាក់នៃសកម្មភាពដែលត្រូវបានរៀបរាប់នៅក្នុងផែនការអាជីវកម្ម។ តារាងទី 8 បង្ហាញឧទាហរណ៍មួយនៃគោលបំណងឆ្លាតវៃ

SMART	Description	Goal Example
S – Specific	It is detailed and precise	To increase the number of female customers aged 21 to 30 years old
M – Measurable	It is quantifiable	To increase the number of female customers aged 21 to 30 years old by 100%
A – Attainable	It is doable and attainable	To increase the number of female customers aged 21 to 30 years old by 70%
R – Realistic	It is based on real life	To increase the number of female customers aged 21 to 30 years old by 50%
T – Time-bound	It is within a time frame	To increase the number of female customers aged 21 to 30 years old by 50% in 6 months

ការបង្កើតផែនការ SMART អាចអនុវត្តចំពោះជីវិតផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍ប្រសិនបើគោលដៅចុង ក្រោយរបស់អ្នកគឺដើម្បី ក្លាយជាសហគ្រិនដែលទទួលបានជោគជ័យ អ្នកអាចវិភាគស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នរបស់ អ្នកហើយគិតអំពីឧបសគ្គដែលរារាំងអ្នកមិនអោយទទួលបានជោគជ័យ។ ប្រសិនបើចំនេះដឹងមានកម្រិតនិង ជំនាញលើការប្រើប្រាស់នៃកម្មវិធី ICT ដែលជាឧបសគ្គមួយដែលអ្នកចង់ផ្លាស់ប្តូរ អ្នកអាចបង្កើតជាគោល ដៅ SMART សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍចំណេះដឹង ICT និងជំនាញរបស់អ្នក, បញ្ជីសកម្មភាពដែលអ្នកនឹងយកទៅ សម្រេចបាននូវគោលដៅនេះនិងការវាស់វែងការរីកចម្រើនរបស់អ្នកនៅចន្លោះពេលនីមួយៗ។

ដោយហេតុថាមានសហគ្រិនជាច្រើន ចូលទៅក្នុងអាជីវកម្ម សម្រាប់សន្តិសុខហិរញ្ញវត្ថុ ចូរពិចារណា ឧទាហរណ៍ តើអ្នកចង់បានប្រាក់ចំណូលប៉ុន្មានក្នុងអំឡុងពេលប៉ុន្មានឆ្នាំដំបូងនៃប្រតិបត្តិការរបស់អ្នក។ ការ មានភាពប្រាកដនិយមមានន័យថាអ្នកត្រូវតែពិចារណាផ្នែកជាច្រើននៃជីវិតរបស់អ្នកដូចជារបៀបរបបរស់នៅ ម៉ោងនៃការងារក្នុងក្នុងផ្ទះធៀបនឹងការងារ លំនាំការចំណាយ កម្រិតនៃការវិនិយោគ កន្លែងនិងមនុស្សដែល អ្នកនឹងធ្វើការជាមួយ។ ក្នុងការកំណត់គោលដៅអាជីវកម្មរបស់អ្នកត្រូវមានភាពស្មោះត្រង់នៅពេលដែល



ពិចារណាភាពខ្លាំងនិងភាពខ្សោយរបស់អ្នក។ គោលដៅជំនួញរបស់អ្នកត្រូវតែផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងគោលដៅផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។

**① រឿងដែលត្រូវធ្វើ**

ចូរស្រមៃគោលដៅនិងសុបិន្តអាជីវកម្មសូមសុបិន្តសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់យើងដោយឆ្លើយសំណួរដូចខាងក្រោមនេះ៖

- តើអាជីវកម្មដែលអ្នកពិតជាចង់បន្តជាអ្វី?
- តើក្តីសុបិន្តរបស់អ្នកសម្រាប់អាជីវកម្មនេះគឺជាអ្វី?
- តើអ្នកចង់ឱ្យក្តីសុបិន្តរបស់អ្នកកើតឡើងនៅពេលណា?
- តើអ្នកចង់ឱ្យអាជីវកម្មនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅកន្លែងណា?
- ប៉ាន់ស្មានចំនួនទឹកប្រាក់ដែលនឹងត្រូវការដើម្បីសម្រេចក្តីសុបិននេះ។
- តើអ្នកចង់រកប្រាក់ចំណូលបានពីអាជីវកម្មនេះចំនួនប៉ុន្មានជាប្រចាំខែ (និងប្រចាំឆ្នាំ)?
- តើអ្នកត្រូវមានអ្វីខ្លះដើម្បីឈានទៅដល់គោលដៅ?
- តើអ្នកត្រូវធ្វើអ្វីខ្លះដើម្បីឈានទៅដល់គោលដៅរបស់អ្នក?

តារាងទី ១ ឆ្លើយសំណួរទាំងនេះដោយប្រើករណីរបស់លោកស្រី Kuhn (ករណីសិក្សាទី 1) ។

**Table 9 ឧទាហរណ៍មួយនៃគោលបំណងឆ្លាតវៃ**

Business name	Type of business	Dream for the business	When and where it will happen	Dream goal: Income per month	Things to have to reach goal	Things to do to reach dream
DK Home Service Beauty Shop	Service – single proprietor	Become the most sought-after beauty shop and home service in the community	2018 Homebased in the community	USD 2,400.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital</li> <li>• Business plan</li> <li>• Staff</li> <li>• Equipment</li> <li>• Building</li> <li>• Organized shop</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Save and apply for loan for capital</li> <li>• Study sought-after services</li> <li>• Develop pricing and marketing plan</li> <li>• List possible customers</li> <li>• Find people who will help in marketing</li> <li>• Purchase equipment</li> <li>• Start small home shop and service business</li> </ul>

Business goal: To become the most sought-after family-oriented beauty shop and home service in the community earning USD 2,400 per month by the third year in business.

ដូច្នោះតើយើងបានសេចក្តីថ្លែងការណ៍គោលដៅតាមរបស់លោកស្រីKuhn? វាបានមកពីព័ត៌មានដែលត្រូវបានប្រមូលពីចម្លើយនិងពីការធ្វើលំហាត់មុនៗ។

ប្រាក់ចំណូលសរុបត្រូវបានគណនាដូចខាងក្រោម៖ ចំនួនគោលដៅអតិថិជនជាមធ្យម ក្នុងមួយថ្ងៃ ក្នុងមួយខែ ហើយក្នុងមួយឆ្នាំ គុណនឹងតម្លៃជាមធ្យមនៃផលិតផល (សេវាកម្ម)។ ទាំងនេះអាចព្យាករទិន្នផលការលក់ប្រចាំថ្ងៃ ប្រចាំខែនិងប្រចាំឆ្នាំ។

## 2.6 ការកំណត់អត្តសញ្ញាណធនធានអាជីវកម្ម

### 2.6.1. ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម

តើអាជីវកម្មមួយ ត្រូវការឧបករណ៍ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធច្រើនខ្លះ? វាអាស្រ័យទៅលើ អាជីវកម្មរបស់អ្នក ទាំងនេះគឺជាបញ្ជីនៃហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកអាចនឹងត្រូវការ៖

- អគារនិងទីកន្លែង - យីហោ កន្លែងធ្វើការ ច្រកដាក់លាង បន្ទប់តាំងបង្ហាញ ផ្ទះបាយ បន្ទប់ស្តុក បន្ទប់ទឹក អាគារផលិតកម្ម ទូរទឹកកក
- ឧបករណ៍- ឧបករណ៍ ម៉ាស៊ីនគិតលុយ គ្រឿងសង្ហារឹមការិយាល័យ ឧបករណ៍ស្ងួត ជណ្តើរ កៅអីធ្វើការ
- គ្រឿងចក្រ- គ្រឿងចក្រសម្របកាយ គ្រឿងចក្រសំណង់និងផលិតកម្មឬគ្រឿងម៉ាស៊ីនផលិត។
- ព័ត៌មានវិទ្យា- កុំព្យូទ័រផ្នែករឹងនិងកម្មវិធី កម្មវិធីជំនាញ មូលដ្ឋានទិន្នន័យ ទូរគមនាគមន៍សម្រាប់សេវាទូរស័ព្ទនិងអ៊ីនធើណែត
- ស្តុក វត្ថុធាតុដើម និងគ្រឿងផ្គត់ផ្គង់ - សារពើភ័ណ្ណ សម្ភារផលិត សម្ភារការិយាល័យ គ្រឿងសំណង់ ប្រេងឥន្ធនៈ
- ឃានយន្ត- រថយន្តដឹកចែកចាយ រថសន្តោង រថយន្តសម្រាប់ជិះជួបអតិថិជន ឡាន ត្រាក់ទ័រ។

ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ឧបករណ៍ និងស្តុកវត្ថុធាតុដើមនិងគ្រឿងផ្គត់ផ្គង់ជាផ្នែកមួយនៃដើមទុនអាជីវកម្ម។ ក្រៅពីទ្រព្យសម្បត្តិទាំងនេះ ដើមទុនរួមបញ្ចូលសាច់ប្រាក់និងទ្រព្យផ្សេងទៀតគ្រប់គ្រងដោយអាជីវកម្ម។ តើអ្វីទៅជាហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្មដែលអាជីវកម្មហាងកែសម្រួលរបស់លោកស្រី Kuhnត្រូវការ? តារាងទី ១០ បង្ហាញបញ្ជីនៃហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងឧបករណ៍និងគ្រឿងផ្គត់ផ្គង់ដែលអាជីវកម្មរបស់គាត់ត្រូវការ។ ក្រៅពីការកត់តម្រូវការរបស់នាង នាងបានបង្ហាញមួយដើម្បីបង្ហាញពីអ្វីដែលនាងត្រូវការដើម្បីទិញពេលនេះ និងពេលក្រោយ និងការប៉ាន់ប្រមាណការចំណាយនៃឧបករណ៍និងគ្រឿងផ្គត់ផ្គង់។

**Table 10** តារាងទី១០ បញ្ជីឆែកមើលឧបករណ៍របស់លោកស្រី Kuhn

Equipment and supplies list	To buy	Not yet needed	Cost estimate (USD)	Notes (quantity, mode of buying, when to buy)
<b>Brushes and combs</b>				
Square brush	X		10	
Tail-end comb	X		5	
Wide-toothed comb	X		5	5 Now
Round brush	X		10	2 Now
Vent brush	X		10	2 Now
Paddle brush	X		10	
Smoothing brush	X		10	
Thermal brush	X		10	
Teasing comb	X		5	2 Now
Wide-tooth brush	X		10	2 Now
Rat-tail comb	X		5	2 Now
Two-tail comb	X		5	2 Now
Regular brush and comb	X		10	2 Now
Pitch fork	X		5	
Rake hair brush and comb	X		20	2 Now
<b>Grooming equipment</b>				
Trimming scissor	X		100	2 Now
Barber scissor	X		100	2 Now
Hair clipper	X		100	2 Now
<b>Hairstyling tools</b>				
Hair straightener	X		100	1
Blow dryer	X		100	2

Hair curler	X		100	2
Ridged curling iron	X		100	1
Curling iron	X		100	1
Big barrel curler	X		50	1
Curling comb hair dryer	X		100	1
Hot roller		X		
Multi-styling kit		X		
Other supplies				
Hair clip	X		20	Variety In bulk
Mixing bowl	X		20	2
Apron	X		10	2
Water sprayer	X		10	2

### តើអាយស៊ីធីអាចជួយក្នុងការកំណត់ឧបករណ៍និងការចំណាយដូចម្តេចខ្លះ?

អ៊ុនធឺណិត និងម៉ាស៊ីនស្វែងរក អាចជួយអ្នកក្នុងការស្វែងរក និងប្រៀបធៀបព័ត៌មាន។ ជាមួយនិងបញ្ជីច្បាស់លាស់នៃធនធានដែលត្រូវការដើម្បីដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នក ចាប់ផ្តើមគិតអំពីចំណាយដែលអ្នកត្រូវការដើម្បីពង្រីកអាជីវកម្ម និងពិចារណាវិសាលភាពនៃការគ្រប់គ្រងទ្រព្យសម្បត្តិនិងការចំណាយដ៏មានប្រសិទ្ធភាព។<sup>16</sup>

**Table 10** តារាងទី10 បញ្ជីឆែកមើលឧបករណ៍របស់លោកស្រី Kuhn

Equipment and supplies list	To buy	Not yet needed	Cost estimate (USD)	Notes (quantity, mode of buying, when to buy)
Applicator brusher	X		20	1
Paper towel	X		10	In bulk
Towel	X		100	2 dozens

<sup>16</sup> <sup>16</sup> See <http://www.smallbusinessbuilding.com.au/learn-with-an-online-course/course-certificate-iii-micro-business-operations/determine-resource-requirements-for-a-micro-business/identifying-resource-requirements/>.

Handheld mirror	X		20	2
Geyser		X		
Rubber glove	X		10	
Plastic glove	X		10	
Hair steamer/Hair processor		X		
Hood dryer		X		
Shampoo bowl	X		100	1
Professional haircare products				
Shampoo	X		100	(1 month use)
Conditioner (1 month)	X		100	(1 month use)
Hair straightening and perming kit	X		100	(1 month use)
Styling gel	X		100	(1 month use)
Serum	X		100	(1 month use)
Mousse	X		100	(1 month use)
Hair colour	X		100	(1 month use)
Hair dye	X		100	(1 month use)
Hair extension		X		
Wig		X		
Furniture				
Hairstyling chair (variety of colours)	X		200	Check used ones of good condition
Hairstyling station: Mirror, storage drawer, tool compartment or tool holder, electrical outlet	X		300	Check used ones of good condition
Cart and trolley: Allows hairdressers to have all tools right next to them while attending to a customer; easy storage, portability, and helps organize needed supplies	X		200	Check used ones of good condition
Reception desk		X		
Waiting area chair	X		100	Check used ones of good condition

### 2.6.2. ធនធានមនុស្ស

ចំនួនមនុស្សដែលអ្នកត្រូវការដើម្បីជួលនៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងអាស្រ័យលើថាតើអ្នកចង់ធ្វើអាជីវកម្មនេះលើមូលដ្ឋានពេញម៉ោងឬក្រៅម៉ោង សកម្មភាពដែលទាមទារ នៅក្នុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដំណើរការសម្រាប់ផលិតកម្មនិងការចែកចាយ និង សកម្មភាពធ្វើទីផ្សាររបស់អ្នក។ ខណៈពេលដែលវាជាការល្អបំផុតក្នុងការមានធនធានមនុស្សដែលអាចជួយអ្នកដំណើរការអាជីវកម្ម អ្នកត្រូវតែប្រាកដនិយមព្រោះវាមានអានុភាពធំទៅលើផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់អាជីវកម្ម។ វាជាការសំខាន់ដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណ មនុស្សដែលអ្នកមិនអាចធ្វើការដោយមិនមានពួកគេ។ តើអ្នកជំនួយដូចខាងក្រោមឬទេ?

- ការរៀបចំបង្កើតអាជីវកម្ម - តើអ្នកនឹងត្រូវការមេធាវីឬគណនេយ្យករដែលអ្នកអាចបង់ប្រាក់នៅលើមូលដ្ឋានក្រៅម៉ោងដែរឬទេ?
- ការរៀបចំហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម
  - តើអ្នកនឹងត្រូវការវិស្វករ ស្ថាបត្យករ និងកម្មករសំណង់សម្រាប់ការបង្កើតហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដែរឬទេ?
  - តើអ្នកនឹងត្រូវការទិញសេវាសម្រាប់បច្ចេកវិទ្យាដែលអ្នកនឹងត្រូវការមួយរយៈពេលដែរឬទេ?
  - តើអ្នកនឹងត្រូវការបុគ្គលិកថែទាំមួយដែរឬទេ?
- ការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផល - តើអ្នកនឹងត្រូវការមនុស្សឬសេវាកម្មដើម្បីធ្វើការស្រាវជ្រាវនិងការអភិវឌ្ឍផលិតផលរបស់អ្នកសម្រាប់មួយរយៈពេលដែរឬទេ?
- ប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្ម - តើអ្នកនឹងត្រូវការមនុស្សនៅពេលដែលអ្នកផលិតផលិតផលឬសេវាកម្មទាមទារដើម្បីធ្វើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មប្រចាំថ្ងៃដែរឬទេ?
- ការលក់និងការចែកចាយ - តើអ្នកនឹងត្រូវការមនុស្សនិងសេវាកម្មក្នុងការលក់និងចែកចាយផលិតផល ពេញម៉ោងឬក្រៅម៉ោង?
- រដ្ឋបាលនិងហិរញ្ញវត្ថុ - តើអ្នកនឹងត្រូវការមានអ្នកកត់ត្រាឯកសារនិងប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយ ពេញម៉ោងឬក្រៅម៉ោង?

តើអ្នកគួរលះបង់ពេលវេលាប៉ុន្មាននៅក្នុងអាជីវកម្មនេះ? តើអ្នកនឹងធ្វើការងារពេញម៉ោងឬក្រៅម៉ោង? តើត្រូវចំណាយប៉ុន្មានប្រសិនទាំងនេះត្រូវបានជួលពេញម៉ោងឬក្រៅម៉ោង?

លោកស្រី Kuhn បានរៀបចំបញ្ជីមួយ (តារាងទី 11) និងប៉ាន់ស្មានតម្រូវការធនធានមនុស្សរបស់នាងកំណត់មុខនាទីរបស់នាង ថាតើត្រូវធ្វើការពេញម៉ោងឬក្រៅម៉ោង ការចំណាយ ហើយថាត្រូវការធនធានទាំងនេះដែរឬទេ។

**Table 11** តារាង 11 ឧទាហរណ៍នៃបញ្ជីធនធានមនុស្ស

Business activity	Human resource	Full-time	Part-time	Cost (USD)	When needed
Setting up of the business	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lawyer</li> <li>• Accountant</li> </ul>		✓	500/month 500/month	First month of start-up
Setting up of the business infrastructure	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Engineers</li> <li>• Architects</li> <li>• Construction workers</li> <li>• Technicians</li> <li>• Maintenance</li> </ul>		✓	1,000/month	First month of start-up only
Product development	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Researcher or trainer</li> </ul>	X	X		Not yet
Business operations	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Workers</li> </ul>	✓ 1	✓ 2	10/day	Second month
Sales and distribution	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sales</li> </ul>		✓ 1	10/day	Third month
Administration and finance	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manager</li> <li>• Bookkeeper</li> </ul>	✓	✓	20/day 10/day	Fourth month
Others	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Customer service</li> </ul>	X	X		Not yet

ធនធានមនុស្សក្នុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មនិងរដ្ឋបាលបង្កើតជាផ្នែកមួយនៃការចំណាយនៃអាជីវកម្មនេះ។ អ្នកត្រូវតែបញ្ចូលទាំងខ្លួនអ្នកនៅក្នុងបញ្ជីនៃធនធានមនុស្ស។ ប៉ាន់ប្រមាណការចំណាយនៃធនធានមនុស្សនៅក្នុងសកម្មភាពអាជីវកម្មទាំងអស់គឺសំខាន់ណាស់នៅក្នុងការធ្វើផែនការហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្ម។

**តើអាយស៊ីធីអាចជួយក្នុងការធ្វើផែនការធនធានមនុស្សបានដូចម្តេចខ្លះ?** ដោយប្រើសៀវភៅបញ្ជីមួយអ្នកអាចគណនានិងប៉ាន់ស្មាន ចំនួនមនុស្ស ចំនួនថ្ងៃប្រមាណ និងការចំណាយប្រាក់ឈ្នួលនិងប្រាក់ខែដែលអ្នកនឹងតម្រូវឱ្យមានផ្អែកទៅលើកាលវិភាគការងារនិងប្រតិទិន។

អ៊ិនធឺណិតអាចជួយក្នុងការជ្រើសរើសបុគ្គលិកនិងដំណើរការជួល។ អ្នកអាចស្វែងយល់អំពីប្រាក់ខែបច្ចុប្បន្ននិងថ្លៃឈ្នួលអ្នកជំនាញ និងការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអ្នកជំនាញអំពីការងារដែលពួកគេអាចធ្វើបានសម្រាប់អ្នក។

ចុះការគ្រប់គ្រងពេលវេលាវិញ? ក្នុងនាមជាផ្នែកមួយនៃធនធានសំខាន់នៃសហគ្រាសរបស់អ្នក អ្នកត្រូវតែ កំណត់អោយបានអំពី ចំនួនម៉ោងដែលអ្នកអាចលះបង់អោយទៅអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកអាចប្រើកម្មវិធី កំណត់ពេលប្រតិទិន ឬទាញយកកម្មវិធីជាច្រើនដើម្បីជួយអ្នកក្នុងការគ្រប់គ្រងពេលវេលារបស់អ្នក។

## 2.7 ការអភិវឌ្ឍន៍ផែនការហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្ម

ទិន្នន័យហិរញ្ញវត្ថុ គឺតែងតែនៅពីក្រោយផែនការអាជីវកម្ម ប៉ុន្តែវា គឺសំខាន់ដូចជា ការរៀបរាប់នៃគំនិត អាជីវកម្មនិងការគ្រប់គ្រង។ បង្កើតគំនូសតាង តារាង រូបមន្ត និងសៀវភៅបញ្ជី នៅក្នុងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនៃ ផែនការអាជីវកម្ម បង្ហាញពីស្ថានភាពរបស់អាជីវកម្ម។ អ្នកអាចប្រមូលផ្តុំព័ត៌មាន និងប្រើសៀវភៅបញ្ជី ឬ កម្មវិធីហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីបង្កើតសៀវភៅបញ្ជីរបស់អ្នក។ អ្នកនឹងឃើញថា ពួកវាអាចប្រើបាននៅក្នុងកម្មវិធី ផែនការអាជីវកម្មភាគច្រើន កម្មវិធីទាំងនេះអាចធ្វើការគណនាបានផងដែរ។

ផែនការហិរញ្ញវត្ថុផ្តល់នូវការប៉ាន់ប្រមាណនៃការព្យាករណ៍លក់សំរាប់អាជីវកម្ម និងការសម្រេចចំណាយ របស់អ្នក។ សហគ្រិនអាចទទួលបានប្រយោជន៍ពីការយកពេលវេលាដើម្បីធ្វើការយ៉ាងហោចណាស់ផែនការ ហិរញ្ញវត្ថុប្រចាំឆ្នាំ។ ផែនការនេះបានជួយឱ្យម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចគ្រប់គ្រងល្អប្រសើរជាងមុនលំហូរសាច់ ប្រាក់ដោយរៀបចំសម្រាប់ស្ថានភាពដែលអាចមានលទ្ធផលនៅក្នុងការខ្វះខាតសាច់ប្រាក់ដូចជាការឡើងចុះ តាមរដូវកាលនៅក្នុងប្រាក់ចំណូល។ ផែនការហិរញ្ញវត្ថុជាធម្មតាត្រូវបានរៀបចំជាផ្នែកមួយនៃដំណើរការធ្វើ ផែនការអាជីវកម្មជារួមផងដែរក្នុងអំឡុងពេលដែលគោលដៅដែលត្រូវបានកំណត់និងយុទ្ធសាស្ត្រត្រូវបាន ជ្រើសរើសដើម្បីជួយឱ្យអាជីវកម្មនេះកើនឡើងនៅក្នុងឆ្នាំខាងមុខ។<sup>17</sup>

ដើម្បីយកមកជាមួយនឹងផែនការហិរញ្ញវត្ថុប្រាកដនិយម ជាលើកដំបូងគិតពីរបៀបដែលអ្នកនឹងចំណាយ សម្រាប់សកម្មភាពចាប់ផ្តើមឡើងរបស់អ្នក។ ការនេះនឹងរួមបញ្ចូលទាំង ឧបករណ៍គ្រឿងសង្ហារឹមគ្រឿងផ្គត់ ផ្គង់ប្រាក់ខែរបស់មនុស្សដែលនឹងធ្វើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម (រួមទាំងអ្នក) ការទិញវត្ថុធាតុដើមឬការផ្គត់ផ្គង់ (សារពើភ័ណ្ឌដំបូង) ស្លាកសញ្ញា ដើមទុនប្រតិបត្តិការនិងតម្រូវការផ្នែកច្បាប់ដូចជាការចុះបញ្ជីអាជីវកម្ម សម្រាប់អាជ្ញាប័ណ្ណនិងតម្រូវការពន្ធ។

អ្នកអាចស្វែងយល់ អំពីលិខិតពីទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល ដែលទទួលបានបន្ទុក ចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម និង ឧស្សាហកម្មនេះ។ ប្រសិនបើអាជីវកម្មរបស់អ្នក ជាម្ចាស់អាហារ វាអាចតម្រូវឱ្យមានការចុះបញ្ជីមួយផ្សេង ទៀតសម្រាប់អាហារ និងថ្នាំពេទ្យ។ មានក្រុមហ៊ុនឯកជនមួយចំនួន ដែលអាចជួយសម្រួលការចុះបញ្ជី

<sup>17</sup> <sup>17</sup> Brian Hill, "Developing a Financial Plan For a Small Business". Available from <http://smallbusiness.chron.com/developingfinancial-plan-small-business-4714.html>.



អាជីវកម្ម និងអាជ្ញាប័ណ្ណសម្រាប់ត្រូវបង់ថ្លៃសេចក្តី។ ប៉ុន្តែជាការពិតណាស់អ្នកមានជម្រើសដើម្បីធ្វើការនេះដោយខ្លួនអ្នកផ្ទាល់ដូច្នោះអ្នកនឹងដឹងថាអ្វីដែលរដ្ឋាភិបាលតម្រូវឱ្យមានពីសហគ្រិនឬម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចនេះ។

ជាផ្នែកមួយនៃការចាប់ផ្តើមចំណាយការ ការប៉ាន់ស្មានថាតើអ្នកនឹងចំណាយលើហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធសម្រាប់អាជីវកម្មជាឧទាហរណ៍នៅលើការជួសជុលហាងឬកន្លែងដែលអ្នកនឹងកាន់កាប់ថាមាននៅក្នុងផ្ទះរបស់អ្នកឬនៅក្នុងកន្លែងមួយផ្សេងទៀតសម្រាប់ជួល។ ឧទាហរណ៍មួយគឺត្រូវបានបង្ហាញនៅក្នុងតារាងទី 12 ។

**Table 12** តារាងទី 12 គំរូនៃការចំណាយក្នុងបញ្ជីចាប់ផ្តើម

ការចំណាយចាប់ផ្តើម	តម្លៃ (USD)
ការជួសជុល	350
សម្ភារៈ	600
គ្រឿងសង្ហារឹម	500
អាជ្ញាប័ណ្ណ ការអនុញ្ញាត	350
ស្លាកសញ្ញា	100
សាច់ប្រាក់សំរាប់:	(1,300)
• ផលិតផល	800
• រដ្ឋបាល	250
• ធ្វើទីផ្សារ	250

បន្ទាប់មកគិតពីសកម្មភាពទីផ្សារដូចជាខិត្តប័ណ្ណ tarpaulins និងស្លាកសញ្ញា? ការប៉ាន់ស្មានថាការចំណាយសម្រាប់សកម្មភាពទីផ្សាររបស់អ្នក។ តារាង 13 បានបង្ហាញជាឧទាហរណ៍ធម្មតា។

**Table 13** បញ្ជីគំរូនៃការចំណាយការធ្វើទីផ្សារ

Marketing cost items	Monthly cost (USD)	Yearly cost (USD)
Flyer	10	120
Tarpauli	100	1,200
Website hosting	10	120
Subtotal	120	1,440

ទីពីរធ្វើឱ្យការប៉ាន់ស្មាននៃប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នក (សូមមើលតារាង 14) ។ ប៉ាន់ស្មានថា តើមានការលក់ ប៉ុន្មានដែលអ្នកនឹងធ្វើក្នុងមួយថ្ងៃ ក្នុងមួយខែ ឬក្នុងមួយឆ្នាំ។ តើមានអតិថិជនប៉ុន្មានសំរាប់គំរោងរបស់អ្នក? តើអ្វីជាតម្លៃនៃផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក? បញ្ចូលក្នុងកុំព្យូទ័រដោយព្យាករណ៍ប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នក ដោយការប្រើសន្ទត់ (ការលក់ អតិថិជន តម្លៃ ផលិតផល ឬសេវាកម្ម) ។ ធ្វើឱ្យការព្យាករណ៍របស់អ្នកប្រាកដ និយមនិងទទួលយកបាន។

**Table 14** តារាង14 គំរូនៃការព្យាករណ៍ការលក់

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Sales Projection														
2															
3	Product/Monthly Sales	Price	M1	M2	M3	M4	M5	M5	M7	M8	M9	M10	M11	M12	TOTAL
4															
5	Product 1	5	125	150	225	250	300	350	400	250	300	350	400	500	3600
6	Quantity		25	30	45	50	60	70	80	50	60	70	80	100	720
7															

ទីបី ប៉ាន់ស្មានថា តើអ្នកនឹងចំណាយលើការផ្តល់ផលិតផលឬសេវាកម្មបញ្ជូន និងគណនាការចំណាយរបស់ វាមួយមុខៗ (សូមមើលតារាងទី 15) ។

**Table 15** តារាង15 ការគណនាគំរូថ្លៃសម្រាប់ផលិតផលឬសេវា

Cost Items	Cost (USD)
Raw material	320
Cost of finished products	450
Total	770
Divide by:	
Number of units produced	125
Cost of unit product	6.16

ទីបួនប៉ាន់ស្មានថាការចំណាយទូទៅនិងចំណាយផ្នែករដ្ឋបាលដូចជាការជួល ឧបករណ៍ការធានារ៉ាប់រង និងច្បាប់ (ពន្ធនិងអាជ្ញាប័ណ្ណ) (សូមមើលតារាងទី 16)

**Table 16** តារាង16 ការប៉ាន់ប្រមាណគំរូនៃការចំណាយរដ្ឋបាល

Cost Items	Monthly (USD)	Yearly (USD)	Cost Type
Rent	85	1,020	Fixed
Utilities	45	540	Fixed
Insurance			Fixed
• Business	20	240	
• Health	20	240	
Taxes	20	240	Fixed
Internet	30	360	Fixed
Supplies	10	120	Variable
Shipping or transport	25	300	Variable
Subtotal	255	3,060	

ទីប្រាំ រៀបចំការព្យាករណ៍ចំណាយសម្រាប់តម្រូវការធនធានមនុស្សរបស់អ្នក (សូមមើលតារាងទី 17) ។ រួមបញ្ចូលទាំងការប៉ាន់ស្មាននៃការគាំទ្រការងារបន្ថែម។ សូមប្រាកដថាអ្នកមានរួមបញ្ចូលផ្ទាល់ (ប្រាក់ខែរបស់អ្នក) ក្នុងការប៉ាន់ស្មាននេះ។

**Table 17** តារាង17 គំរូនៃការប៉ាន់ប្រមាណការចំណាយតម្រូវឱ្យមានធនធានមនុស្ស

Human resource	Qty.	Monthly salary	No. of days	M1	M2	M3	M4	M5	M6	Annual cost (USD)
Full-time operations										
• Manager	1	200	21	200	200	200	200	200	200	2,400
• Production staff	1	100	21	100	100	100	100	100	100	1,200
Administration										
• Bookkeeper	1	50	21	50	50	50	50	50	50	600
• Marketing and sales	1	70	21	70	70	70	70	70	70	840

Part-time staff

• Worker (per unit)	1	5	12	50	50	50	50	50	50	600
• Product developer	1	50	21	50	50	50	50	50	50	600
• Maintenance (daily rate)	1	3	10	30	30	30	30	30	30	360

Professionals

• Lawyer/Accountant when needed (hourly rate)	1	20	½	100	100	100	100	100	100	1,200
Total cost	8			650	650	650	650	650	650	7,800

ប៉ាន់ស្មានប្រសិនបើអ្នកនឹងមានការចំណាយសម្រាប់ការកែលម្អនៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នកណាមួយដូចជាការទិញឧបករណ៍ថ្មី ការជួសជុលនិងកែលម្អថ្មី។

ជាចុងក្រោយពិនិត្យឡើងវិញនិងមើលសរុបហើយមើលថាគម្រោងរបស់អ្នកមានភាពប្រាកដនិយមនិងបន្ទាប់មកបានបញ្ចប់វា។

តារាង 18 បង្ហាញពីរបៀបប៉ាន់ស្មានរបស់លោកស្រី Kuhn ដែលអាចមើលទៅដូច

**Table 18**      តារាង 18 គំរូការប៉ាន់ស្មានប្រមាណការចំណាយសរុប

Start-up (1 month)	Costs (USD)		Total
Renovation	1,000.00		
Equipment	600.00		
Furniture	500.00		
License, permits, registration	350.00		
Signage	100.00		
Initial cash for:			
• Production	800.00		
• Administration	1,670.00		
• Marketing	250.00		
Total start-up cost			5,270
Production	Monthly	Yearly	Type
Production materials and supplies	320	3,840	Variable
Production/People	230	2,760	Fixed

Subtotal		550		6,600	
Administration	Monthly		Yearly		
Personnel	420		5040		
Rent	80		960		Fixed
Utilities	45		540		Fixed
Insurance					
• Business	20		240		Fixed
• Health	20		240		Fixed
Taxes	20		240		Fixed
Internet	30		360		Fixed
Supplies	10		120		Variable
Shipping or transport	25		300		Variable
Subtotal		670		8,040	
Marketing	Monthly		Yearly		
Supplies	10		120		Variable
Product training	120		1440		Fixed
Research and development (6 months)	120		720		Variable
Web hosting	10		120		Fixed
Subtotal		250		2,280.00	
Total cost with start-up cost					
Total cost for regular year		1,470		<u>22,190.00</u> <u>16,920.00</u>	

ការកំណត់អត្តសញ្ញាណនៃការចំណាយក្នុងឆ្នាំដំបូងៗក្នុងជំហានទីបីនេះត្រូវបានសរសេរក្នុងគោលបំណងដើម្បីពន្យល់ពីគំនិតហិរញ្ញវត្ថុផ្សេងទៀតដូចជាការចំណាយថេរ ចំណាយអថេរនិងចំណុចជួប។

- ការចំណាយថេរសំដៅទៅលើការចំណាយនិងការចំណាយដែលមិនខុសគ្នាទៅទោះបីជាទំហំនៃការលក់និងការផ្លាស់ប្តូរផលិតកម្ម។ ជួល ឧបករណ៍ សេវាអ៊ីនធឺណិតនិងការធានារ៉ាប់រងគឺជាឧទាហរណ៍នៃការចំណាយលើការជួសជុល។
- ការចំណាយអថេរសំដៅទៅលើការចំណាយដែលបានផ្លាស់ប្តូរអាស្រ័យលើការលក់និងផលិតកម្ម។ ឧទាហរណ៍ដូចជាការចំណាយនៃការផលិត និងវត្ថុធាតុដើមនិងគ្រឿងផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលប្រើប្រាស់នៅក្នុងការផលិតឬការផ្តល់សេវាកម្ម។
- ចំណុចជួប ជាការគិតនៃការចំណាយលើការចាប់ផ្តើមឡើង ការចំណាយថេរ ចំណាយ អថេរនិងតម្លៃលក់នៃផលិតផល ឬសេវាកម្មដើម្បីរកឱ្យឃើញចំនួនលក់រាល់ខែដើម្បីទប់ទល់នឹងការចំណាយប្រចាំខែ។

បានចាប់ផ្តើម ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់អ្នក អ្នកអាចប្រៀបធៀបលទ្ធផលពិតប្រាកដ ជាមួយផែនការហិរញ្ញវត្ថុដំបូង។ ស្វែងយល់ពីកង្វះហើយមើលថាតើមានព័ត៌មានសំខាន់ដែលអ្នកបានខកខាន។ អ្នកប្រហែលជាអាចពិចារណាកាត់បន្ថយការចំណាយប្រសិនបើប្រាក់ចំណូលមានទាបជាងការប៉ាន់ស្មាន។

ក្រៅពីផែនការហិរញ្ញវត្ថុនៅរយៈពេលជាក់លាក់មួយនៃពេលវេលាប្រចាំថ្ងៃបញ្ចប់នៃឆ្នាំ សហគ្រិនត្រូវតែ រៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្មទោះបីជាទាំងនេះមិនត្រូវបានទាមទារសម្រាប់អាជីវកម្មដែលកំពុងតែ ចាប់ផ្តើម។ វានឹងមានសារៈសំខាន់ដើម្បីដឹងថានៅការចាប់ផ្តើមនេះពីសារៈសំខាន់នៃការរៀបចំរបាយការណ៍ ហិរញ្ញវត្ថុនៅលើមូលដ្ឋានប្រចាំត្រីមាសឬប្រចាំឆ្នាំដែលផ្តល់របាយការណ៍អំពីការអនុវត្តអាជីវកម្មនេះ។ របាយការណ៍ទាំងនេះបានចូលមកភាគច្រើននៅក្នុងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុចំនួនបីគឺ: របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល តារាងតុល្យការនិងរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់។

- របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល គឺជាប្រាក់ចំណូល ចំណេញនិងការចំណាយសង្ខេបនៃអាជីវកម្មធម្មតាត្រូវ បានរៀបចំជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ការគណនារបស់អ្នកផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវគំនិតអំពីការអនុវត្តអាជីវកម្មរបស់អ្នក។
- តារាងតុល្យការគឺជាការគណនានិងរបាយការណ៍នៃអាជីវកម្ម "ទ្រព្យសម្បត្តិបំណុលនិងមូលធន។ វា ផ្តល់នូវសេចក្តីលម្អិតនៅលើសមតុល្យនៃប្រាក់ចំណូលនិងការចំណាយនៅចំណុចពេលវេលាជាក់លាក់ មួយ ។
- របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ របាយការណ៍សាច់ប្រាក់ពិតប្រាកដដែលបានបង្កើតឬបានទទួលនិង បានប្រើនៅរយៈពេលជាក់លាក់មួយនៃពេលវេលា។ អ្នកអាចរៀបចំរបាយការណ៍មួយនៅប្រចាំខែប្រចាំ ត្រីមាសឬប្រចាំឆ្នាំមូលដ្ឋានដែលជាប្រយោជន៍សម្រាប់សហគ្រិន។ នេះផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវគំនិតអំពីប្រាក់ ដែលបានមកនៅក្នុងនិងក្រៅអាជីវកម្មមួយ។

បានយកការរួមគ្នា ជារបាយការណ៍ទាំងនេះ ផ្តល់នូវរូបភាពត្រឹមត្រូវនៃអាជីវកម្មមួយ តម្លៃបច្ចុប្បន្នបូក សមត្ថភាពរបស់ខ្លួនដើម្បីទូទាត់វិក័យប័ត្ររបស់ខ្លួននៅថ្ងៃនេះនិងទទួលបានប្រាក់ចំណេញមួយឆ្នោះទៅ មុខទៀត។ ព័ត៌មាននេះ គឺមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ សម្រាប់ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម នាពេល អនាគត។ ឧទាហរណ៍នៃផែនការហិរញ្ញវត្ថុមួយត្រូវបានបង្ហាញនៅក្នុងតារាង19។

**Table 19**      តារាង19 ឧទាហរណ៍នៃផែនការហិរញ្ញវត្ថុ

Start-up (1 month)	Costs (USD)	Total
Renovation	1,000.00	
Equipment	600.00	
Furniture	500.00	
License, permits, registration	350.00	
Signage	100.00	
Initial cash for:		
• Production	800.00	
• Administration	1,670.00	
• Marketing	250.00	

Total start-up cost				5,270
Production	Monthly		Yearly	Type
Production materials and supplies	320		3,840	Variable
Production/People	230		2,760	Fixed
Subtotal		550	6,600	
Administration	Monthly		Yearly	
Personnel	420		5040	
Rent	80		960	Fixed
Utilities	45		540	Fixed
Insurance				
• Business	20		240	Fixed
• Health	20		240	Fixed
Taxes	20		240	Fixed
Internet	30		360	Fixed
Supplies	10		120	Variable
Shipping or transport	25		300	Variable
Subtotal		670	8,040	
Marketing	Monthly		Yearly	
Supplies	10		120	Variable
Product training	120		1440	Fixed
Research and development (6 months)	120		720	Variable
Web hosting	10		120	Fixed
Subtotal		250	2,280.00	
Total cost with start-up cost				
Total cost for regular year		1,470	<u>22,190.00</u> <u>16,920.00</u>	

រដ្ឋាភិបាលភាគច្រើនតម្រូវឱ្យមានការធ្វើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុខាងលើពីម្ចាស់អាជីវកម្មដែលត្រូវបានដាក់ជូននៅពេលអ្នកបង់ពន្ធ។ ប្រសិនបើអ្នកត្រូវដាក់ពាក្យសុំប្រាក់កម្ចីក្រៅពីរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដែលបានលើកឡើងនោះអ្នកអាចត្រូវបានសួរដើម្បីផ្តល់នូវរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួនប្រសិនបើអ្នកត្រូវបានធានាប្រាក់កម្ចីដោយខ្លួនឯង។ ការយល់ដឹងពីតម្រូវការហិរញ្ញវត្ថុនិង ប្រសិនបើអាចធ្វើទៅបានប្រសប់ពួកគេនឹងជួយអ្នកក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នកកាន់តែល្អនូវ<sup>18</sup>។

<sup>18</sup> <sup>18</sup> See <http://www.entrepreneur.com/article/241077>.

## 2.8 កាលវិភាគនៃសកម្មភាពចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មនិងសកម្មភាពជាធម្មតា

ផែនការអាជីវកម្មមួយដែលល្អត្រូវតែមានពេលវេលាមួយនៃគម្រោងធំនិងសកម្មភាពអាជីវកម្មទៀងទាត់។ មានប្រតិទិននៃសកម្មភាពទាំងនេះនិងការប៉ាន់ស្មាននៃចំនួនម៉ោងនិងថ្លៃដែលសកម្មភាពទាំងនេះត្រូវបានបញ្ចប់ដើម្បីជួយផ្តល់អភិវឌ្ឍន៍អោយមានប្រសិទ្ធភាពនៃលទ្ធផលការងារ។

តើ ICTs អាចជួយដូចម្តេច? ដូចដែលអ្នកអាចឃើញនៅក្នុងការពិភាក្សាមុននេះកម្មវិធីមានប្រយោជន៍ខ្លាំងណាស់សៀវភៅបញ្ជីរៀបចំផែនការហិរញ្ញវត្ថុក្នុងអាជីវកម្មនិងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ ដោយប្រើសៀវភៅបញ្ជីមួយដែលអ្នកអាចបង្កើតកាលវិភាគនិងគណនាចំនួនម៉ោងនិងថ្លៃបានទាមទារដើម្បីធ្វើសកម្មភាពការងារមួយឬចង្កោមនៃសកម្មភាពការងារ។ សហគ្រិនជាច្រើនជាធម្មតារៀបចំរបាយការណ៍នេះដោយប្រើប្រាស់កម្មវិធីសៀវភៅបញ្ជីដូចជា GNU Cash ដែលអាចត្រូវបានទាញយកដោយឥតគិតថ្លៃឬ QuickBooks ដែលអាចត្រូវបានទិញតាមអ៊ីនធឺណិត ឬនៅហាងកុំព្យូទ័រ។ មុនពេលទិញកម្មវិធីទាំងនេះ ប្រៀបធៀបតម្លៃនិងអត្ថប្រយោជន៍នៃកម្មវិធីនេះដើម្បីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

## 2.9 ប្រភពដើមទុន

ដើម្បីផ្តល់នូវប្រាក់ដំបូងអាជីវកម្មរបស់អ្នក អ្នកនឹងប្រើដើម្បីផ្តល់ហិរញ្ញវត្ថុដល់ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម អ្នកនឹងត្រូវការដើម្បីធ្វើបញ្ជីនៃប្រភព ដែលអ្នកអាចទាញយកជាប្រយោជន៍នៅពេលចាំបាច់។ ខាងក្រោមនេះជាសំណួរសំរាប់គិតអំពី:

- តើអ្នកមានប្រាក់សន្សំដែលអ្នកអាចប្រើ?
- តើមានសមាជិកនៅក្នុងគ្រួសាររបស់អ្នក ឬមិត្តភក្តិដែលអាចអោយអ្នកខ្ចីប្រាក់បាន? ពិភាក្សាជាមួយសមាជិកក្រុមគ្រួសាររបស់អ្នកនិងមិត្តភក្តិអំពីលទ្ធភាពនៃការជួយអ្នកផ្តល់ហិរញ្ញវត្ថុដល់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។
- តើអ្នកបានដឹងអំពីកម្មវិធីរបស់រដ្ឋាភិបាល ស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល និងកម្មវិធីធនាគារដែលអាចផ្តល់ប្រាក់មូលនិធិកម្ចីការប្រាក់ទាប ?
- តើមានស្ថាប័ន មិនមែនហិរញ្ញវត្ថុ ឧទាហរណ៍ angel funders ក្រុមជួយខ្លួនឯង ពហុបំណងឬសហគរណ៍ឥណទានក្រុមអន្តរជាតិ ឬប្រភព crowdfunding ដែលអ្នកអាចពិចារណា?

សិក្សា និងរៀនបន្ថែមទៀតអំពីប្រភពនៃមូលនិធិទាំងនេះនិងថ្លឹងថ្លែងអំពី គុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិរបស់ពួកគេ



តើ ICTs អាចជួយក្នុងការស្វែងរកព័ត៌មានលើស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុនិងធនធានមូលនិធិដូចម្តេច? អ្នកអាចស្វែងរកអ៊ិនធឺណិតអំពីធនាគារនិងក្រុមហ៊ុនផ្តល់ប្រាក់កម្ចីផ្សេងទៀតដូចជាស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុក្នុងប្រទេសរបស់អ្នក។ គេហទំព័ររបស់ពួកគេអាចផ្តល់ព័ត៌មានលើតម្រូវការផ្តល់ប្រាក់កម្ចី ទម្រង់កម្មវិធី អត្រាការប្រាក់ និងលក្ខខណ្ឌ និងការដាក់ទណ្ឌកម្ម (អ្នកគួរតែពន្យារពេលការបង់ការប្រាក់ បិទគណនីរបស់អ្នកជាមុន ឬប្រសិនបើអ្នកមិនអាចបំពេញកាតព្វកិច្ចរបស់អ្នក)

គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុគឺជាអង្គការដែលផ្តល់ជូននូវសេវាហិរញ្ញវត្ថុដល់ប្រជាជនដែលមានប្រាក់ចំណូលទាប។ ស្ទើរតែទាំងអស់ផ្តល់ប្រាក់កម្ចីដល់សមាជិករបស់ខ្លួននិងការធានារ៉ាប់រងលើការផ្តល់ជូនជាច្រើនការដាក់ប្រាក់និងសេវាកម្មផ្សេងទៀត។ ស្ថាប័នទាំងនេះអាចជាផ្នែកបន្ថែមនៃធនាគារទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលឬកម្មវិធីបង្កើតឡើងដោយអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលមួយ។ មនុស្សជាច្រើននៃស្ថាប័នទាំងនេះផ្តល់ការគាំទ្រដល់ស្ត្រីសម្រាប់កម្មវិធីការចិញ្ចឹមជីវិត និងការបណ្តាក់ទុនសង្គមសេដ្ឋកិច្ចស្រដៀងគ្នាដូចជាក្រុមជួយខ្លួនឯង។ រកមើលប្រភេទនៃអង្គការនៅក្នុងប្រទេសរបស់អ្នកដែលងាយស្រួលអាចផ្តល់ការគាំទ្រដល់សហគ្រិនស្ត្រី។

តើអ្នកបានឮពី crowdfunding? វាជាវិធីសាស្ត្រនៃការបង្កើនដើមទុនតាមរយៈក្រុមរបស់មិត្តភក្តិក្រុមគ្រួសារអតិថិជន និងវិនិយោគិនជាបុគ្គលមួយ។ វាគ្មានបញ្ហាទេថាមូលនិធិតូចៗត្រូវបានបញ្ចូលគ្នាដើម្បីធ្វើឱ្យកើនឡើងនូវចំនួនទឹកប្រាក់ ដែលត្រូវការសម្រាប់ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។ មួយចំនួនប្រតិបត្តិការ ដូចជាការបរិច្ចាគ អ្នកផ្សេងទៀតរំពឹងថាជា "រង្វាន់" ដូចគំរូផលិតផលមួយចំនួននោះទេប៉ុន្តែមួយចំនួនទៀតបានរំពឹងថានឹងទទួលបានមកវិញប្រាក់របស់ពួកគេឬការរំពឹងថានឹងមានអ្នកវិនិយោគ នៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ទាំងនេះត្រូវបានសម្របសម្រួល តាមរយៈក្រុមបណ្តាញ និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម។ ធ្វើការស្វែងរកបណ្តាញមួយនៅលើ "crowdfunding" ដើម្បីស្វែងយល់បន្ថែមទៀត។

បន្ទាប់ពីឆ្លងកាត់ការធ្វើលំហាត់ ដែលអ្នកអាចនឹងបានដឹងថា ការបង្កើតអាជីវកម្មមួយ គឺពិតជាភារកិច្ចលំបាក។ ប៉ុន្តែគ្រាន់តែដូចជាការងារណាមួយក៏តែងតែមានបញ្ហាប្រឈមនៅតាមផ្លូវ។ បញ្ហាប្រឈមទាំងនេះអាចត្រូវបានគេហៅថាហានិភ័យឬផលវិបាកអចេតនា។

### ការយល់ដឹងពីហានិភ័យសកលនិងអាជីវកម្ម

អាជីវកម្មទាំងអស់ នឹងប្រឈមមុខ នឹងហានិភ័យ ដែលអាចបណ្តាលឱ្យបាត់បង់នៃប្រាក់ចំណូល និង ទ្រព្យសម្បត្តិ។ នៅក្នុងអាជីវកម្ម ហានិភ័យត្រូវតែត្រូវបានគ្រប់គ្រង។ ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ ត្រូវបាន កំណត់ជា "មធ្យោបាយមួយនៃការកំណត់ និងរៀបចំវាស់ស្ទង់ហានិភ័យ និងការអភិវឌ្ឍគ្រប់គ្រងនិងការ ជ្រើសរើសសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យទាំងនេះ" ។ លើសពីនេះទៀត "ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យឱ្យ បានត្រឹមត្រូវបង្កប់ន័យការត្រួតពិនិត្យ នៃព្រឹត្តិការណ៍នាពេលអនាគត ដែលអាចធ្វើបាន។ ការគ្រប់គ្រង ហានិភ័យបានត្រឹមត្រូវនឹងជួយកាត់បន្ថយមិនត្រឹមតែលទ្ធភាពនៃព្រឹត្តិការណ៍ដែលកើតឡើងនោះទេប៉ុន្តែ ទំហំនៃផលប៉ះពាល់របស់វា<sup>19</sup> ។"

### ប្រភេទនៃហានិភ័យក្នុងអាជីវកម្មរួមមាន:

- ❖ **ហានិភ័យហិរញ្ញវត្ថុ** - ប្រាក់បណ្តាក់ទុននៅក្នុងអាជីវកម្មមួយអាចត្រូវបានបាត់បង់ឬត្រឡប់មកវិញ អាចមានតិចជាងការរំពឹងទុកឬតិចជាងការវិនិយោគមួយផ្សេងទៀតដែលនឹងផ្តល់ជូន។ អាជីវកម្មណា មួយក៏អាចប្រឈមនឹងហានិភ័យហិរញ្ញវត្ថុ រួមបញ្ចូលទាំងការធ្វើផែនការសំឡេង កាត់បន្ថយផលប៉ះ ពាល់ហិរញ្ញវត្ថុ ការរាយការណ៍និងការត្រួតពិនិត្យទិន្នន័យដែលអាចធ្វើឱ្យមានការ ព្រមាន ឬដោយការ សម្រេចចិត្តខុសនិងការខាតបង់ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុបន្ថែមទៀត។ ការមានអ្នករក្សានូវឯកសារហិរញ្ញវត្ថុ និង មានអ្នកជំនាញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ វានឹងមានតម្លៃខ្លាំងណាស់ចំពោះប្រតិបត្តិការធ្វើអាជីវកម្មនេះ។ កម្មវិធី ICT អាចកត់ត្រា តាមដាន ឯកសារហិរញ្ញវត្ថុ និងការអនុវត្ត។
- ❖ **រូបិយវត្ថុ** (ឬប្តូរប្រាក់បរទេស) ហានិភ័យ - ការវិនិយោគឬស្រ្តីមនៃការបង់ប្រាក់អាចនឹងបាត់បង់តម្លៃ ដោយសារ ការធ្លាក់ថ្លៃប្រែប្រួលរូបិយប័ណ្ណ។ វត្ថុធាតុដើមមួយចំនួន ឬទំនិញដែលសំរាប់ផលិត ផលិតផលមួយអាចពឹងផ្អែកលើការនាំចូល។ ប្រសិនបើមានតម្លៃផ្លាស់ប្តូររូបិយប័ណ្ណពេលក្រោយត្រូវ តែមានការត្រួតពិនិត្យជាបន្ត។ ពេលវេលាពិតប្រាកដ និងព័ត៌មាន លើបណ្តាញអ៊ីនធឺណែត អាច ជឿទុកចិត្តបានពីប្រភព ដែលអាចផ្តល់ព័ត៌មានបាន ឱ្យទាន់សម័យនៅលើទីផ្សារបរទេស និងតម្លៃ រូបិយប័ណ្ណ។
- ❖ **ហានិភ័យឥណទាន** - អ្នកប្រហែលជាមិនអាចបង់ការប្រាក់និងចំនួនទឹកប្រាក់ដើមលើការផ្តល់កម្ចី ទៅឱ្យក្រុមហ៊ុនអ្នកផ្តល់ប្រាក់កម្ចីប្រាក់សម្រាប់ទំនិញដែលលក់នៅលើឥណទានឬសម្រាប់ការខ្ចីប្រាក់។

<sup>19</sup> <sup>19</sup> Tom Gorman, "Finance 101: Understanding Risk Management", *Idiot's Guides*, undated. Available from <http://www.idiotsguides.com/business-and-law/general-business/finance-101-understanding-risk-management/>.

អសមត្ថភាពក្នុងការបង់ប្រាក់អោយទាន់វេលាអាចបណ្តាលនៅក្នុងកំណត់ត្រាមិនល្អមួយក្នុងការចង់  
អនុវត្តសម្រាប់ឥណទានឬប្រាក់កម្ចីផ្សេងទៀតនៅក្នុងពេលអនាគត។ ប្រសិនបើអ្នកបានផ្តល់នូវការ  
ផ្តល់ប្រាក់កម្ចី អ្នកនឹងប្រឈមមុខនឹងហានិភ័យការមិនត្រូវបានបង់ត្រឡប់មកវិញដោយអតិថិជនរបស់  
អ្នក។ តាមដានអតិថិជនលើស្ថានភាពនិងឥណទានជំហររបស់ខ្លួនគឺមានសារៈសំខាន់។ ក្រៅពីការស៊ើប  
អង្កេតឥណទាន ការវាយតម្លៃផ្ទៃខាងក្រោយ អាចត្រូវបានធ្វើឡើងដោយប្រើទិន្នន័យពីប្រភព  
អ៊ិនធើណិត។

❖ **ហានិភ័យសន្តិសុខ**- អ្នកអាចនឹងប្រឈមមុខនឹងការគំរាមកំហែងនៃការកេងបន្លំ ការលួចបន្លំលួច ឬ  
ខុសគោលដៅនៃមូលនិធិ ទំនិញឬទ្រព្យសកម្មផ្សេងទៀតរបស់អាជីវកម្ម ។ អ្នកត្រូវតែមានលទ្ធភាពវាយ  
តម្លៃនិងការកំណត់អត្តសញ្ញាណហានិភ័យសន្តិសុខនៅក្នុងបរិស្ថានខាងក្នុងនិងខាងក្រៅរបស់  
អ្នក។ បានធ្វើឱ្យទាន់សម័យ នៅលើអាជីវកម្ម និងនិន្នាការព័ត៌មានអាចត្រូវបានគាំទ្រចេញពីប្រភព  
ព័ត៌មានដែលអាចទុកចិត្តបាននិងមានឈ្មោះល្បីល្បាញតាមអ៊ីធើណិត។

❖ **ហានិភ័យអចលនទ្រព្យ**ភាពរបស់អ្នកអចលនទ្រព្យឬអាជីវកម្មទ្រព្យសម្បត្តិអាចនឹងត្រូវបំផ្លាញ  
ដោយភ្លើង ទឹកជំនន់ ការរញ្ជួយដី ល្ងះ សង្គ្រាមគេរកម្មឬមូលហេតុស្រដៀងគ្នា។ ការវិនិយោគនៅក្នុង  
ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងដែលរួមទាំង អំពើនៃធម្មជាតិ អាចជាផ្នែកមួយនៃវិធានការបន្ថយសម្រាប់  
ប្រភេទនៃហានិភ័យនេះ។ ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងល្បីឈ្មោះជាច្រើនមានវេបសាយដែលផ្តល់នូវអំពី  
កំណត់ត្រាបទរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ។

❖ **ហានិភ័យបញ្ញត្តិ**- អ្នកត្រូវតែអាចកំណត់ និងតម្រូវការបទប្បញ្ញត្តិទាំងអស់សម្រាប់ប្រភេទនៃ  
អាជីវកម្មដែលអ្នកបានសម្រេចចិត្តក្នុងការវិនិយោគនិងប្រតិបត្តិការ។ គេហទំព័ររបស់រដ្ឋាភិបាលបាន  
ផ្តល់នូវប្រភេទព័ត៌មានទាំងនេះ។ សូមប្រាកដថាអ្នកបានអានទាំងអស់តាមរយៈតម្រូវការទាំងនេះដែល  
បានរៀបរាប់នៅលើគេហទំព័រ ដូច្នេះអ្នកនឹងមិនត្រូវបានដាក់ទោសចំពោះការមិនគោរពតាមបទប្បញ្ញត្តិ  
ឬជាមួយតម្រូវការ។

❖ **ហានិភ័យច្បាប់** - អតិថិជន អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និយោជិត ដៃគូប្រកួតប្រជែង វិនិយោគិនឬភាគីផ្សេងទៀត  
អាចចាប់ផ្តើមពាក្យបណ្តឹង ឬអ្នកដែលជាដៃគូ ឬអតិថិជនរបស់អ្នកអាចធ្វើឱ្យមិនគោរពច្បាប់។ កិច្ចព្រម  
ព្រៀងផ្លូវការមួយជាមួយគណបក្សមួយផ្សេងទៀតដូចជាការផ្គត់ផ្គង់ឬអតិថិជននៅពេលដែលមានភាព

មិនច្បាស់លាស់និងមិនត្រូវបានដាក់នៅក្នុងការសរសេរអាចជាប្រភពនៃការយល់ច្រឡំមួយ។ គំនូរ  
កិច្ចសន្យាជាមួយដៃគូនិងអ្នកផ្គត់ផ្គង់សំខាន់ៗ អាជីវកម្មនេះត្រូវតែអាចជួលមេធាវីល្អដែលនឹងជួយគាំទ្រ  
ការចាប់អារម្មណ៍ដ៏ល្អបំផុតរបស់អ្នកផងដែរ។

❖ **ហានិភ័យបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន** - ការផ្លាស់ប្តូរដែលមានល្បឿនលឿនរបស់បច្ចេកវិទ្យាគឺជា  
ហានិភ័យមួយ ជាពិសេសសម្រាប់អាជីវកម្មដែលមានការពឹងផ្អែកលើ ICT ។ ប្រព័ន្ធធ្វើឱ្យទាន់សម័យ  
និងឧបករណ៍ត្រូវតែបានកំណត់ពេលវេលាដើម្បីរក្សាការពិតនៅក្នុងអាជីវកម្ម។ ស្ថានភាពមួយទៀត  
ដែលអាចបង្កឱ្យមានហានិភ័យគឺនៅពេលដែលមានប្រព័ន្ធ ICT អាជីវកម្មនេះត្រូវបានសម្របសម្រួល  
ឬប្រើប្រាស់មិនត្រឹមត្រូវ មានបំណងព្យាបាទ ដៃគូប្រកួតប្រជែង របស់អតិថិជន ឬអ្នកប្រើប្រាស់  
អ៊ីនធឺណិត។ វាជាការសំខាន់ដើម្បីឱ្យមានការយល់ដឹងអំពីប្រភេទនៃ malpractices ទាំងនេះនិង ICT  
ដែលធានាថាអ្នកសង្កេតការអនុវត្តន៍បានល្អនៅក្នុងសន្តិសុខអ៊ីនធឺណិត (ឧទាហរណ៍ មិនចែករំលែក  
ព័ត៌មានសំខាន់និងពាក្យសម្ងាត់និងការផ្លាស់ប្តូរពាក្យសម្ងាត់របស់អ្នកជាទៀងទាត់) ។

❖ **ហានិភ័យ ប្រទេស** (ឬនយោបាយ) - រដ្ឋាភិបាលបរទេសមួយអាចសមរម្យឬធ្វើជាតូបនីយកម្ម  
អាជីវកម្មឬទ្រព្យសម្បត្តិរបស់ខ្លួនឬបើមិនដូច្នោះទេការបង្កើតការខាតបង់។ គោលនយោបាយដែលបាន  
កំណត់ដោយបណ្តាប្រទេសផ្សេងទៀតអាចប៉ះពាល់ដល់អាជីវកម្មនៅក្នុងប្រទេសរបស់អ្នក (អាស្រ័យ  
លើប្រភេទនៃការអាជីវកម្មនេះ) ។ ការរក្សាតាមដានធ្វើឱ្យទាន់សម័យចំពោះព័ត៌មានទាក់ទងទៅនឹង  
នយោបាយជាវិធីមួយដើម្បីការពារប្រឆាំងនឹងប្រភេទនៃហានិភ័យនេះ។

❖ **ហានិភ័យកេរ្តិ៍ឈ្មោះ** - សេចក្តីថ្លែងការណ៍ឬសកម្មភាពរបស់បុគ្គលិក អាជីវកម្ម ភ្នាក់ងារឬអ្នក  
នាំពាក្យអាចប៉ះពាល់ដល់ក្រុមហ៊ុនម៉ាកល្បីមួយរបស់អង្គការឬកេរ្តិ៍ឈ្មោះ។ នេះអាចរួមបញ្ចូលទាំងអ្វី  
ដែលអតិថិជនគិតអំពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ មានទំនាក់ទំនងល្អនិងការត្រួតពិនិត្យការយល់ឃើញរបស់  
អតិថិជនអំពីអាជីវកម្មរបស់អ្នកអាចជួយរៀបចំសម្រាប់វិធានការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ដែលអាច  
តម្រូវឱ្យមានការចេញផ្សាយព័ត៌មានល្អៗតាមការស្នើសុំ ឬពាក្យល្អៗមកពីបុគ្គលិកដែលមានទំនុកចិត្ត។

កំណត់ហានិភ័យជាក់លាក់ដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកទំនងជាប្រឈមមុខនឹងការប៉ាន់ប្រមាណទំហំនិងភាព  
ញឹកញាប់នៃហានិភ័យកើតឡើងនឹងជួយកំណត់អត្តសញ្ញាណគម្រោងការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ កាត់  
បន្ថយហានិភ័យនេះឬកាត់បន្ថយការកើតឡើងហានិភ័យផ្សេងៗ។

## ផលវិបាកដែលមិននៅក្នុងអាជីវកម្ម

អាជីវកម្មបង្កើតលទ្ធផលបំណងសម្រាប់ការរកប្រាក់ចំណេញ។ ទោះជាយ៉ាងណាមានផលវិបាកដែលមិនបានមើលឃើញទុកជាមុន ពេលខ្លះប្រសិនបើអាជីវកម្មនេះមិនត្រូវបានធ្វើផែនការគ្រោងទុក ឬធ្វើការស្រាវជ្រាវអោយបានល្អ។

នៅក្នុងវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមផលវិបាក (ពេលខ្លះគេស្គាល់ផងដែរថាជាផលវិបាកដែលមិនបានមើលឃើញទុកជាមុន ឬ unanticipated) ជាលទ្ធផលដែលមិនត្រូវបានព្យាករណ៍និងការបម្រុងទុកដោយសកម្មភាពគោលបំណង។ ពាក្យនេះត្រូវបានប្រើជាប្រិយភាពក្នុងសតវត្សទី twentieth ដោយសង្គមវិទូអាមេរិកលោក Robert K Merton<sup>20</sup>។

## ផលវិបាកដែលមិនអាចត្រូវបានដាក់ជាក្រុមជាបីប្រភេទគឺ:

- ❖ **ទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ដែលមិនរំពឹងទុក** - មួយវិជ្ជមាន ផលប្រយោជន៍មិនបានរំពឹងទុក (ការប្រើប្រាស់ឧទាហរណ៍ នៃផលិតផលសម្រាប់មុខងារ ដោយអចេតនាផ្សេងទៀត) ។ ឧទាហរណ៍ ផលិតផលរុក្ខជាតិសម្រាប់គោលបំណងរកឃើញភាពស្រស់ស្អាត ឱសថមានតម្លៃសម្រាប់ព្យាបាលជំងឺ។
- ❖ **គុណវិបត្តិដែលមិនរំពឹងទុក** - អវិជ្ជមាន គ្រោះថ្នាក់មិនបានរំពឹងទុកកើតឡើងនៅក្នុងការបន្ថែមទៅនឹងប្រសិទ្ធភាពចង់បាន។ ឧទាហរណ៍អាជីវកម្មសេវាផ្តល់ទឹកជាគម្រោងដែលជាកន្លែងដែលប្រជាជនអាចប្រើទឹកសម្រាប់វិស័យកសិកម្មទោះជាយ៉ាងណាទឹកត្រូវបានគេប្រើបានកើនឡើង ជំងឺកើតចេញពីទឹកដែលមានផលប៉ះពាល់ បំផ្លិចបំផ្លាញសុខភាព។
- ❖ **លទ្ធផលអាក្រក់**- មានប្រសិទ្ធភាពផ្ទុយទៅនឹងអ្វីដែលជាគោលបំណងដើម (នៅពេលដែលមានគោលបំណងធ្វើឱ្យមានដំណោះស្រាយបញ្ហាមួយដែលកាន់តែអាក្រក់) ។ ពេលខ្លះត្រូវបានសំដៅដល់ថាជា«គ្រោះថ្នាក់វិញ»។ ឧទាហរណ៍ការដាំដើមដូងថ្មីត្រូវ មានគោលបំណងដើម្បីប្រើសម្រាប់កម្មវិធីបង្កើនការចិញ្ចឹមជីវិត ។ វាត្រូវបានគេណែនាំឱ្យកសិករសហគ្រិនសម្រាប់ការបង្កើនទិន្នផលដូងនិងផលិតកម្ម។ ទោះជាយ៉ាងណា ការដាំដើមដូងថ្មីបានទាក់ទាញសត្វល្អិតដែលបានបំផ្លាញសុខភាពដើមដូង និងធ្វើអោយកសិកររងផលប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំង ។

<sup>20</sup> <sup>20</sup> Michael T. Kaufman, "Robert K. Merton, Versatile Sociologist and Father of the Focus Group, Dies at 92", *The New York Times*, 24 February 2003. Available from <http://www.nytimes.com/2003/02/24/nyregion/robert-k-merton-versatile-sociologist-and-father-of-the-focus-group-dies-at-92.html>.

ការការពារនៃអវិជ្ជមាន "ផលវិបាកអចេតនា" ដែលតម្រូវឱ្យមានការសិក្សាបន្ថែមលើគម្រោងនិងអាជីវកម្ម។ ឧទាហរណ៍នៃករណីនៅក្នុងហានិភ័យនិងការកំណត់អត្តសញ្ញាណផលវិបាកនៅក្នុងការកំណត់មូលដ្ឋានរបស់អ្នក។ ការទទួលដំណឹងពីភ្នាក់ងារបណ្តាញនិងដំណឹងអាចជាប្រភពល្អនៃប្រភេទនៃហានិភ័យអាជីវកម្មនិងលទ្ធផលទាំងនេះ។

អាជីវកម្មរបស់លោកស្រី Kuhn ដែលមានផលប៉ះពាល់លើសុខភាពនិងសុខុមាលភាពរបស់អតិថិជន។ ខណៈពេលដែលនាងធ្វើបានត្រឹមត្រូវដើម្បីធានាឱ្យបានថាឧបករណ៍ដែលនាងបានប្រើគឺមានអនាម័យនាងត្រូវតែដឹងផងដែរអំពីរបៀបនៃផលិតផលដែលនាងបានប្រើសម្រាប់ហាងកែសម្រួលនេះមិនបានគំរាមកំហែងដល់សុខភាពនិងសុវត្ថិភាពរបស់អតិថិជនរបស់នាង។ នាងត្រូវតែបានអានយ៉ាងហ្មត់ចត់សិនបើផលិតផលកែសម្រួលរបស់នាងមានប្រតិកម្មអាឡែស៊ីទៅលើស្បែកនិងនាងត្រូវតែដឹងអំពីរបៀបក្នុងការធ្វើការផ្តល់ជំនួយជាលើកដំបូង ប្រសិនបើអតិថិជនរបស់នាងបានបង្ហាញពីសញ្ញានៃប្រតិកម្មអាឡែហ្ស៊ី ឬប្រសិនបើផលិតផលទាំងនោះត្រូវបានប៉ះពាល់ដោយចៃដន្យដោយកុមារវ័យក្មេង។

អ្នកដែលជាសហគ្រិនត្រូវតែធានាថាផលិតផលរបស់អ្នកមិនមានផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានណាមួយនៅលើសុខភាពមនុស្សនិងបរិស្ថាន។ ផលិតផលនិងសេវាកម្មថ្មីត្រូវតែត្រូវបានស្រាវជ្រាវនិងសាកល្បងមុនពេលការចេញលក់ទៅទីផ្សារ។ ការប្រើប្រាស់ ICT នៅក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះអាចជួយសម្រួលដល់ការចែកចាយនៅមានប្រសិទ្ធភាពនៃលទ្ធផល។

### III. ការសរសេរផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក

#### លទ្ធផលការសិក្សា

យល់ពីរបៀបដែលគោលគំនិតអាជីវកម្មត្រូវបានអនុវត្តនៅក្នុងការសរសេរផែនការអាជីវកម្ម

ទោះបីជាផែនការអាជីវកម្មខុសគ្នានៅក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃប្រវែងនិងទំហំ ផែនការអាជីវកម្មទាំងអស់ដែលទទួលបានជោគជ័យមានសមាសធាតុជាធម្មតា។ ផែនការនេះគួរតែយកទៅពិចារណាអាជីវកម្មពិសេសរបស់អ្នក និងបរិស្ថានរបស់ខ្លួន។ ខាងក្រោមនេះជាផ្នែកមួយចំនួនដែលអ្នកអាចនឹងចង់រួមបញ្ចូលក្នុងផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក:

1. សេចក្តីសង្ខេប - វាផ្តល់នូវទិដ្ឋភាពទូទៅនៃចំណុចសំខាន់ដែលមាននៅក្នុងផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នកនិងពេលខ្លះត្រូវបានចាត់ទុកថាជាផ្នែកសំខាន់បំផុត។
2. យុទ្ធសាស្ត្រពាណិជ្ជកម្ម - វាផ្តល់នូវគោលបំណងនិងគោលបំណងនៃអាជីវកម្មរយៈពេលបំណងពេលខ្លី (1 ឆ្នាំ) និងរយៈពេលវែង (3-5 ឆ្នាំ) ផលិតផលនិងឬសេវាកម្មដែលនឹងត្រូវបានផ្តល់ជូន អត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក ផែនការកំណើនកំណត់ពេលវេលានិងចំណុចគោលដៅ។ បញ្ចូលព័ត៌មានផងដែរអំពីការចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម ឈ្មោះនៃអាជីវកម្មអាសយដ្ឋាននិងព័ត៌មានទំនាក់ទំនង។
3. យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ - វារួមបញ្ចូលទាំងសកម្មភាពដែលនឹងលើកកម្ពស់ផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក គ្របដណ្តប់ 5 P បាននៃល្បាយទីផ្សារ

- ផលិតផល - តើផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកបំពេញតាមតម្រូវការនៃទីផ្សារគោលដៅរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច?
- តម្លៃ - តើអ្នកនឹងគិតតម្លៃប៉ុន្មានសម្រាប់ផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក?ហេតុអ្វី?
- ទីកន្លែង - អ្នកនឹងផ្តល់ផលិតផលរបស់អ្នកទៅអោយអតិថិជនរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច?
- ការផ្តល់រង្វាន់ - តើអ្នកនឹងតភ្ជាប់ជាមួយទីផ្សារគោលដៅរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេចនិងតើអ្នកនឹងចំណាយសម្រាប់ធ្វើទីផ្សារនិងការលក់ចំនួនប៉ុន្មាន?
- ប្រវត្តិរបស់អតិថិជនដែលមានតម្លៃល្អបំផុតរបស់អ្នក - រួមបញ្ចូលទាំងអាយុរបស់ពួកគេ ទីតាំងនិងកម្រិតប្រាក់ចំណូល។ ផ្តល់ការស្រាវជ្រាវទីផ្សាររឹងមាំ និងទិន្នន័យពីប្រភពដែលអាចទុកចិត្តបាន។

4. ផែនការប្រតិបត្តិ - វាជាលម្អិតអំពីការអាជីវកម្មលក្ខខណ្ឌប្រតិបត្តិការពីបីទៅប្រាំឆ្នាំ។ រួមបញ្ចូលការពន្យល់ទូទៅនៃប្រតិបត្តិការមួយថ្ងៃទៅមួយថ្ងៃនៃអាជីវកម្ម ឧទាហរណ៍ ម៉ោងនៃការប្រតិបត្តិការ រដូវកាលនៃអាជីវកម្ម អ្នកផ្គត់ផ្គង់និងលក្ខខណ្ឌឥណទាន តម្រូវការផ្សេងៗ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងព័ត៌មាន និងតម្រូវការវិស័យ ICT ។
5. ការវិភាគភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមកំហែង (SWOT) - របាយការណ៍ពីលទ្ធផលនៃការវិភាគ SWOT ធ្វើឡើងដើម្បីធ្វើឱ្យការសម្រេចចិត្តសំឡេងនិងផែនការនាពេលអនាគត។
6. ផែនការធនធានមនុស្ស - វាបង្ហាញពីរបៀប ដែលអ្នកមានគម្រោងក្នុងការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស រួមបញ្ចូលទាំងរចនាសម្ព័ន្ធចាត់តាំងសង្ខេបនៃការបង្ហាញអាជីវកម្មដែលធ្វើអ្វីជាមួយនឹងការរៀបរាប់សង្ខេបនៃតួនាទីនិងមុខងារ។
7. ការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនិងព័ត៌មានផ្សេងទៀត វាផ្តល់នូវគម្រោងហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកសម្រាប់ឆ្នាំដំបូងហើយសម្រាប់ 3 ទៅ 5 ឆ្នាំនៃអាជីវកម្ម។ វាគួរតែរួមបញ្ចូលរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ ចំណេញនិងការខាតបង់ ការព្យាករណ៍និងការព្យាករណ៍ការលក់។

**① រឿងដែលត្រូវធ្វើ**

ការសរសេរផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នកខ្នាតតូច ប្រើកម្មវិធីដំណើរការឯកសារឬ word processor program សរសេរចេញពីគំនិតរបស់អ្នកនៅក្នុងសេចក្តីព្រាងនៃផ្នែកដែលបានរាយរាប់ខាងលើ។ កុំបារម្ភអំពីវេយ្យាករណ៍ឬការប្រើពាក្យស្មុគស្មាញ។ ការសរសេរសាមញ្ញដូចជាអ្នកអាចធ្វើឱ្យមានគំនិតច្បាស់លាស់ដល់អ្នកគ្រប់គ្នាដែលអ្នកចង់បង្ហាញ។ ធ្វើបទបង្ហាញពីផែនការនេះទៅឱ្យមិត្តភក្តិ និងមិត្តរួមការងាររបស់អ្នកហើយសុំការផ្តល់យោបល់និងការកែលម្អលើផែនការរបស់អ្នក។ ចូរនឹកចាំពីផែនការអាជីវកម្មគឺជា "ការរស់នៅ" ឯកសារ។ វាអាចធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវគំនិតរបស់អ្នកនិងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។



# IV. សង្ខេប

1. ស្ត្រីដែលចូលរួមក្នុងសហគ្រាសមានហេតុផលខុសគ្នាជាច្រើន។ ឯករាជ្យភាពសេដ្ឋកិច្ចជាមូលហេតុមួយ។ ពួកគេត្រូវបានការលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការត្រួតពិនិត្យលើប្រាក់ចំណូលនិងពេលវេលារបស់ពួកគេហើយពួកគេចង់បន្តដើម្បីអភិវឌ្ឍខ្លួនឯងនិងបានក្លាយទៅជាអ្នកមានទំនុកចិត្តខ្លួនឯង និងបំពេញបន្ថែមទៀត។
2. ការចូលរួមក្នុងអាជីវកម្ម ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយស្ត្រីនៅក្នុងស្ថានភាពណាដែលមានការប្រកួតប្រជែងបន្ថែមទៀតដូចជាពួកគេជាញឹកញាប់ត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងបំពេញតួនាទីជាច្រើននៅក្នុងជីវិតគ្រួសាររបស់ពួកគេ។ ការសម្រេចបាននូវតុល្យភាពការងារជីវិតគឺជាផ្នែកមួយនៃគោលដៅចុងក្រោយនិងការប្រឈមរបស់នាង។ ស្ត្រីដែលក្លាយទៅជាមានប្រសិទ្ធភាពបន្ថែមទៀតនៅពេលដែលពួកគេបានធ្វើការជាមួយនឹងអ្នកដទៃទៀត។ ការគាំទ្រពីគ្រួសារនិងមិត្តភក្តិ ក្រុមជួយខ្លួនឯងនិងបណ្តាញសង្គមអាចបង្កើនយន្តការគាំទ្ររបស់នាង។
3. ICTs ដូចជាកម្មវិធីសៀវភៅបញ្ជី កម្មវិធីវាយអត្ថបទ ម៉ាស៊ីនស្វែងរកអនឡាញ បណ្តាញសង្គមនិងកម្មវិធីទូរស័ព្ទគឺជាឧបករណ៍សំខាន់សម្រាប់ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម រួមទាំងការធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ ការធ្វើផែនការហិរញ្ញវត្ថុនិងការតភ្ជាប់ជាមួយនឹងការផ្គត់ផ្គង់មានសក្តានុពលនិងអតិថិជន។
4. សហគ្រិនស្ត្រីត្រូវតែមានផែនការអាជីវកម្មល្អដើម្បីដឹងថាអ្វីដែលពួកគេកំពុងតែទទួលបាន រៀនអំពីភាពខ្លាំងនិងភាពខ្សោយរបស់ពួកគេផ្ទាល់និងបរិយាកាសអាជីវកម្មខាងក្រៅ និងកំណត់ទិសដៅនិងឱកាសអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។
5. សហគ្រិនស្ត្រីត្រូវតែមានលទ្ធភាពដើម្បីធ្វើបញ្ជី ពិនិត្យមើលនិងបន្ទាប់មកជ្រើសតំនិតអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ ពួកគេត្រូវតែមានសុបិន្តមួយ ចក្ខុវិស័យមួយ និងកំណត់គោលដៅ។ បន្ទាប់មកពួកគេត្រូវតែបានដើម្បីដឹងបរិស្ថានអាជីវកម្ម ស្ថានភាពទីផ្សារនិងគូប្រកួតប្រជែងនិងអតិថិជនរបស់ពួកគេនៅក្នុងគោលបំណងដើម្បីបង្កើតផលិតផលអាជីវកម្ម ឬសេវាតែមួយគត់របស់ពួកគេដែលនឹងសម្រេចបាននូវគោលដៅនិងទស្សនៈវិស័យរបស់ខ្លួន។
6. នៅក្នុងការបន្ថែមទៅនឹងការអភិវឌ្ឍនៃផលិតផលតែមួយគត់របស់ពួកគេ កំណត់អត្តសញ្ញាណអាជីវកម្មដូចជា ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ សម្ភារៈ តម្រូវការធនធានមនុស្ស ពេលវេលានិងកាលវិភាគ ដើម្បីអាចអោយសហគ្រិនស្ត្រីរៀបចំផែនការនិងបង្កើតយន្តការហិរញ្ញវត្ថុដែលរួមមានប្រភពដើមទុករបស់ពួកគេ និងវិធីនៃការកត់ត្រា និងការត្រួតពិនិត្យហិរញ្ញវត្ថុ។

7. ការប្រមើមើល បញ្ហាប្រឈម (និងការបរាជ័យច្រើនដង) ដែលរួមមានប្រភេទផ្សេងគ្នានៃហានិភ័យ អាជីវកម្មនិងផលវិបាកអាជីវកម្មរៀបចំសហគ្រិនស្ត្រីនិងអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេដើម្បីមានគម្រោង សម្រាប់សកម្មភាពកាត់បន្ថយហានិភ័យក្នុងការទប់ទល់និងផលវិបាក។
8. បញ្ហាប្រឈមនិងការបរាជ័យគឺជាមេរៀនដែលអាចនាំមកនូវចំណេះដឹងនិងការយល់ដឹងបន្ថែម ទៀតដើម្បីធ្វើឱ្យអាជីវកម្មមួយបានល្អប្រសើរជាងមុន។
9. សហគ្រិនស្ត្រីត្រូវតែបានទទួលព័ត៌មានដ៏ល្អនៅក្នុងគោលបំណងដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្តបានត្រឹម ត្រូវនៅក្នុងអាជីវកម្មនិងក្នុងជីវិត។ នៅពេលដែលយើងប្រើប្រាស់ ICTs បានត្រឹមត្រូវវាអាចផ្តល់ ព័ត៌មានទាន់ពេលវេលាដែលអាចជួយបង្កើនអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។

# ឧបសម្ព័ន្ធ

## ឧបសម្ព័ន្ធ 1 ករណីសម្រាប់ការពិភាក្សា

### ⊖ ករណីសិក្សា 1. ករណីរបស់លោកស្រី Kuhn កិច្ចពិភាក្សាសម្រាប់ការដើរតាម

លោកស្រី Kuhn ចង់បង្កើតអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួនរបស់នាង។ នាងដឹងពីរបៀបក្នុងការកាត់សក់និង រចនាម៉ូដសក់ដែលនាងធ្លាប់បានរៀនហើយចូលចិត្តធ្វើនៅក្នុងសាលាមធ្យមសិក្សា។ នាងមានចំនេះដឹងមួយចំនួនអំពីការលាបពណ៌សក់និងព្យាបាលសក់ខូចដោយសារតែនាងធ្លាប់បានធ្វើអោយមិត្តភក្តិនិងសាច់ញាតិរបស់នាងជាពិសេសម្តាយក្មេករបស់នាងនិងបងប្អូនស្រី។ ក្រុមគ្រូសាររបស់នាងបានចូលដំណើរការទៅអ៊ុនធីណិតដោយ សារតែប្តីរបស់នាងត្រូវការវាស់រាប់ធ្វើការងាររបស់គាត់។ នាងគឺពិតជាស្ម័គ្រចិត្តជាមួយបណ្តាញអនឡាញព្រោះបងស្រីរបស់នាងទិញទំនិញមួយចំនួនដូចជាសម្លៀកបំពាក់និងកាបូបតាមរយៈគេហទំព័រទិញនិងលក់។

កូនពីរនាក់របស់នាង (កូនស្រីអាយុ 12 ឆ្នាំនិងកូនប្រុសម្នាក់មានអាយុ 7ឆ្នាំ) ដែលពួកគេធំឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័ស ហើយប្រាក់ចំណូលប្តីរបស់នាងដែលជាអ្នកលក់នៃផលិតផលកសិកម្មគឺមិនគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីគាំទ្រដល់សេចក្តីត្រូវការរបស់ក្រុមគ្រូសារដែលកំពុងកើនឡើងនោះឡើយ។ នាងស្រមៃចង់បានការបញ្ជូនកូនទៅរៀននៅមហាវិទ្យាល័យនៅក្នុងសាលាល្អនៅក្នុងទីក្រុងនេះដើម្បីអោយពួកគេអាចក្លាយជាអ្នកមានជំនាញទទួលបានជោគជ័យ។ នាងមានអារម្មណ៍ថាមានមោទនភាពចំពោះខ្លួនឯងដែលនាងអាចសម្រេចបាននូវអ្វីមួយផ្សេងទៀតជាងការធ្វើជាមេផ្ទះ។ នាងបានឈានដល់មហាវិទ្យាល័យប៉ុន្តែមិនអាចដើម្បីបញ្ចប់ការសិក្សារបស់នាង។ ដើម្បីបង្កើតប្រាក់ចំណូលក្នុងក្រុមគ្រូសារនាងចង់ចូលរួមនៅក្នុងអាជីវកម្មមួយ ហើយនៅទីបំផុតបានក្លាយទៅជាអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងការងារដែលនាងនឹងធ្វើបន្តទៀត។

នាងត្រូវបានកំពុងគិតនៃអាជីវកម្មជាច្រើន។ ប៉ុន្តែនាងមានការចាប់អារម្មណ៍បំផុតក្នុងការបង្កើតហាងកែសម្រួលរបស់នាងដោយបម្លែងកន្លែងមួយផ្នែកនៅផ្ទះរបស់នាង ហើយក្នុងពេលដូចគ្នាផងដែរមានការផ្តល់នៅតាមសេវាកម្មសម្រាប់អតិថិជនដែលរស់នៅឆ្ងាយពីកន្លែងរបស់នាង។ នាងមានគម្រោងទៅធ្វើការងារផ្ទះពីម៉ោង 5:00 ព្រឹកដល់ម៉ោង 12 ថ្ងៃត្រង់ និងបើកហាងរបស់នាងជារៀងរាល់ថ្ងៃចាប់ពីម៉ោង 1:00 រសៀលដល់ម៉ោង 7:00 ល្ងាចថ្ងៃចំនួនដល់ថ្ងៃសុក្រ។ នាងមានគម្រោងផ្តល់សេវានៅតាមផ្ទះ នៅចុងសប្តាហ៍សម្រាប់ឱកាសពិសេសដូចជាពិធីអាពាហ៍ពិពាហ៍និងកម្មវិធីស្រដៀងគ្នា (បើប្តីនិងបងប្អូនស្រីរបស់នាងយល់ព្រម ព្រោះស្ត្រីដែលរៀបការរួចមិនសូវមានការពេញចិត្តចំពោះការធ្វើដំណើរទៅឆ្ងាយពីផ្ទះ) ។

ក្រុមគ្រួសាររបស់នាងរស់នៅក្នុងសហគមន៍មួយ (ក្រុងនៃភូមិ 10) អនុតំបន់កសិកម្មនៅទីក្រុងនិងពាក់កណ្តាលជាកន្លែងដែលមានដឹកសិកម្ម សម្រាប់ការធ្វើកសិកម្មស្រូវ និងដើមឈើផ្លែឈើ fruit-bearing trees ។

តាមរយៈការស្វែងរកបណ្តាញដែលនាងបានរកឃើញដូចខាងក្រោមនេះអំពីសហគមន៍របស់នាង:

- វាមានរោងចក្រ 6 សម្រាប់ recycling ដែកថែប 1 សម្រាប់ឧស្សាហកម្មឧស្ម័នចំនួន 1 គ្រឿងស្នូនកសិដ្ឋានចិញ្ចឹមសត្វចំនួន 3 និងស្ថានីយឧស្ម័នមួយ។ វាមានសាលារៀនសាធារណៈពីបឋមដល់កម្រិតអនុវិទ្យាល័យនៅគ្រប់ភូមិ សាលាឯកជននៅជិតផ្លូវធំចូលទៅកាន់ទីក្រុងនេះចំនួន 2 មណ្ឌលសុខភាពចំនួន 5 ផ្សារតូចមួយដែលមានមនុស្សច្រើននៅចុងសប្តាហ៍ កន្លែងសម្រាប់គោរពបូជាធនាគាររដ្ឋាភិបាល ស្ថានីយ៍ប៉ូលីសមួយ និងសាលក្រុង។ មានហាងជាច្រើនទៀតដូចជា ស្ថានីយ៍ទឹកមាន 1, ហាងអ៊ុតសក់និងជាត់មុខចំនួន 3 នៅជិតផ្លូវធំចូលទៅកាន់ទីក្រុងនេះ រោងម៉ាស៊ីនកិនស្រូវចំនួន 1 និងភោជនីយដ្ឋានចំនួន 2
- សហគមន៍របស់នាងគឺអាចចូលតាមរយៈផ្លូវហាយវេធំៗចំនួន 2 ទៅ: ទីក្រុង (1 5 គីឡូម៉ែត្រ) រាជធានី (50 គីឡូម៉ែត្រ) ព្រលានយន្តហោះក្នុងស្រុក (2 5 kilom etres) និងព្រលានយន្តហោះអន្តរជាតិ (65 គីឡូម៉ែត្រ) ។ ផ្លូវតភ្ជាប់សំខាន់ពីរបានបន្តទៅដល់ផ្លូវលំទាំងអស់នៃភូមិ។ ផ្លូវថ្នល់ទាំងអស់ត្រូវបានត្រួសត្រាយ។ រថយន្តក្រុងនិងរថយន្តដឹកអ្នកដំណើរធុនតូចឆ្លងកាត់ផ្លូវហាយវេធំៗមធ្យោបាយអ្នកដំណើរផ្សេងទៀត ដែលសំរាប់បំរើដល់សាធារណជនដំណើរការដោយម៉ូតូគឺមានជាប្រចាំ ទាំងពេលថ្ងៃ និងពេលយប់។
- សហគមន៍របស់នាងមានប្រជាជនប្រហែល 50,000 ពាក់កណ្តាលនៃអ្នកទាំងនោះគឺជាស្ត្រីនិងពាក់កណ្តាលគឺជាបុរស។ កុមារនិងយុវជនមានស្ទើរពាក់កណ្តាលនៃចំនួនប្រជាជនស្មើនឹង (46 ភាគរយ) ។ ចំនួនប្រជាជននៃមនុស្សពេញវ័យដែលមានអាយុពីអាយុ 20 ឆ្នាំដល់ 29 ឆ្នាំគឺមាន 8.500 នាក់ (17 ភាគរយ) មនុស្សពេញវ័យដែលមានអាយុពី 30 ទៅ 39 ឆ្នាំគឺ 6500 (13 ភាគរយ) និងអ្នកដែលមានអាយុលើសពី 40 និងជាងគឺ 12.000 (24 ភាគរយ) ។
- សហគមន៍ក្រីក្រដែលមានប្រាក់ចំណូលមធ្យមប្រចាំឆ្នាំប្រហែល 3.000 ដុល្លារដល់ 5.000 ដុល្លារក្នុងមួយគ្រួសារ។ រដ្ឋាភិបាលក្នុងតំបន់បានអះអាងថាជាកន្លែងដែលមានកម្មករជំនាញច្រើន។ ភាគច្រើននៃអ្នកដែលនៅក្នុងក្រុមអាយុដែលធ្វើការ គឺមាននិស្សិតបញ្ចប់ការសិក្សាវិទ្យាល័យមានចំនួន (20 ភាគរយ) ដែលបានឈានដល់បានបញ្ចប់ការសិក្សានៅថ្នាក់ឧត្តមសិក្សា (វិទ្យាល័យ) ។

- តាមរយៈការអង្កេតនាងអាចកំណត់ថាចំណុចជួប របស់ស្ត្រីនិងបុរសភាគច្រើនមាននៅទីផ្សារដែលលក់ដាងក្នុងគោរពបូជា សាលារៀន និងសាលសហគមន៍។

សហគមន៍នេះគឺនៅជិតទន្លេនេះបានកើនឡើងក្នុងអំឡុងពេលមានជំនោរខ្ពស់និងអាចជនលិចក្រុងនៅតាមដងជាក់លាក់មួយនៃឆ្នាំនេះដោយសារតែមានភ្លៀងធ្លាក់ខ្លាំង។

**ករណីសិក្សា 1.អាជីវកម្មលក់ឡើងវិញរបស់លោកស្រី Brenda និងទីផ្សារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមរបស់នាង**

លោកស្រី Brenda ធ្លាប់បានធ្វើជាអ្នកលក់ម្នាក់នៅហាងលក់មួយនៅក្នុងនាយកដ្ឋាន metropolis នៃទីក្រុងនេះ។ កាលពីមួយឆ្នាំមុននាងបានរៀបការនិងបានស្នាក់នៅផ្ទះខណៈពេលដែលប្តីរបស់នាងបានបម្រើការងារនៅក្នុងការិយាល័យ។ លោកស្រី Brenda មិនស្តាប់ចិត្ត ព្រោះនាងចង់ឱ្យមានផលិតភាពជាងនេះដោយមានមុខជំនួញផ្ទាល់ខ្លួនរបស់នាងនិងប្រាក់ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់នាង។ យោងតាមបទពិសោធន៍របស់នាងជាអ្នកលក់ម្នាក់ នាងមានបំណងចង់បើកហាងលក់សម្លៀកបំពាក់របស់ស្ត្រី។ ទោះជាយ៉ាងណាការមានផ្ទៃពោះរបស់នាងបានធ្វើឱ្យការគិត នៃអាជីវកម្មរបស់នាងនៅផ្ទះវាប្រសើររំលឹកទៅនឹងស្ថានភាពរបស់

នាង។

ការប្រើប្រាក់សន្សំរបស់នាងតិចតួចនិងលុយខ្លីពីបងស្រីរបស់នាងបានវិនិយោគលើកុំព្យូទ័រយូរដៃដែលមានតំលៃថោក ទូរស័ព្ទស្មាតហ្វូននិងការតភ្ជាប់ប្រព័ន្ធ Wi-Fi ។ បន្ទាប់ពីការងារផ្ទះរបស់នាង នាងបានចំណាយពេលវេលារបស់នាងរកមើលនិងអានអត្ថបទអំពីម៉ូដសម្លៀកបំពាក់។ នាងបានត្រួតពិនិត្យគេហទំព័រទិញនិងលក់ (eBay និងគេហទំព័រការលក់ក្នុងស្រុក) ។ ទីបំផុតនាងបានសម្រេចចិត្តដើម្បីបង្កើតអាជីវកម្មមួយដើម្បីទិញនិងលក់ សម្លៀកបំពាក់ ស្ត្រី អនឡាញ

គេហទំព័រ Brenda បានផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងកាលកំដៅក្នុងស្រុកនិងបានចរចាកិច្ចព្រមព្រៀងបញ្ជាទិញសម្លៀកបំពាក់។ លោកស្រីបានពិសោធន៍ជាលើកដំបូងដោយបង្ហាញរូបថតនៃសំលៀកបំពាក់ទាន់សម័យនៅលើ Facebook ស្ត្រី។ បងស្រីរបស់នាងបានជួយទិញទំនិញនាងពីទីផ្សារលក់ដុំ។ មនុស្សជាច្រើននៃសាច់ញាតិរបស់នាង មិត្តភក្តិនិងអ្នកស្គាល់លោកស្រី Brenda បានចូលចិត្តម៉ូដដែលបានបង្ហាញនិងបញ្ជាទិញពីនាង។ ទីបំផុតគាត់បានបង្កើតទំនាក់ទំនងល្អជាមួយនឹងក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់របស់នាងនិងបានពង្រីក បណ្តាញរបស់អតិថិជនរបស់នាងតាមរយៈគេហទំព័រលក់ផ្សេងទៀត។

បន្ទាប់ពីនាងបានសម្រេចចិត្តដើម្បីពង្រីកអាជីវកម្មរបស់នាងទៅគ្រឿងធ្វើពីក្រណាត់ទេសឯកប្រើក្នុងផ្ទះ ដូចជា ស្រោមខ្នើយ កំរាលពូក កន្សែងតូចទឹក រ៉ាំងននបង្ហូរនិងកន្សែងផ្ទះបាយ។ លោកស្រី Brenda មាន ការភ្ញាក់ផ្អើលខ្លាំងដែលថានៅក្នុងរយៈពេលពីរឆ្នាំប៉ុណ្ណោះដែលនាងបានទទួលបានប្រាក់ចំណេញ ច្រើនជាងប្រាក់ខែដែលនាងធ្លាប់បានទទួលនៅពេលដែលនាងធ្វើជាអ្នកលក់ម្នាក់។ ប្រាក់ចំណេញទទួល បានពីអាជីវកម្មរបស់នាង បានជួយនាងនិងប្តីរបស់នាងបានបង់ប្រាក់សម្រាប់គ្រួសារនិងវិក័យប័ត្រពេទ្យ បន្ទាប់ពីសំរាលកូនរបស់នាង។ ប៉ុន្តែលោកស្រី Brenda មិនមានប្រព័ន្ធគណនេយ្យ ដូច្នោះនាងមិនអាច ដឹង ច្បាស់លាស់អំពីរបៀបរកប្រាក់ចំណេញពិតប្រាកដបានទេ។ ម្យ៉ាងទៀតនាងមិនមានលិខិតអនុញ្ញាត បើក អាជីវកម្ម អាជ្ញាប័ណ្ណ និងមិនបានបង់ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលទទួលបានពីអាជីវកម្មរបស់នាង។

## ឧបសម្ព័ន្ធ 2 មគ្គុទ្ទេសក៍របស់អ្នកសម្របសម្រួល

### A. គោលបំណងនៃម៉ូឌុល

គោលបំណងនៃម៉ូឌុលនេះគឺដើម្បីណែនាំពីសក្តានុពលរបស់សហគ្រិនស្ត្រី ដើម្បីធ្វើផែនការអាជីវកម្ម និងរបៀបដែលកម្មវិធី ICTs អាចជួយនៅក្នុងដំណើរការនេះ។ វាផ្តល់នូវគំនិតអាជីវកម្មជាមូលដ្ឋាន ឧបករណ៍វិភាគ និងកម្មវិធី ICT ជាមូលដ្ឋានក្នុងការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម។ នៅក្នុងការពិចារណានៃតម្រូវ ការ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់សហគ្រិនស្ត្រី ម៉ូឌុលនេះបានផ្តល់នូវករណីឧទាហរណ៍ និង សកម្មភាពមួយចំនួន ដែលបានស្នើសម្រាប់ស្ត្រីដើម្បីចាប់ផ្តើមអនុវត្តឧបករណ៍ICT និងមិនមែនជា វិ ស័យ ICT ដើម្បីអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ គោលបំណងសំខាន់ៗនៃការសិក្សាម៉ូឌុលគឺ:

- O1. ដើម្បីធ្វើបទបង្ហាញពីគោលគំនិតក្នុងការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម និងឧបករណ៍វិភាគក្នុងការរៀបចំ នៃការព្យាយាមបង្កើតអាជីវកម្ម
- O2. ដើម្បីណែនាំការអនុវត្តកម្មវិធីវិស័យ ICT ឲ្យមានភាពជាក់លាក់ចំពោះការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម

### B. លទ្ធផលសិក្សា

ពេលបញ្ចប់នៃម៉ូឌុលនេះអ្នកចូលរួមនឹងអាចទទួលបាន:

- L1. យល់ដឹងពីការផ្សារភ្ជាប់រវាងការផ្តល់អំណាចដល់ស្ត្រី និងភាពជាសហគ្រិន ហើយនិងការប្រើប្រាស់ ICTs ក្នុងការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មរបស់ស្ត្រី
- L2. ឃើញតាមគុណតម្លៃចំពោះការបង្កើតអាជីវកម្ម បញ្ហាប្រឈមរបស់ស្ត្រីនៅក្នុងអាជីវកម្ម សារៈសំខាន់នៃការរៀបចំផែនការ និងការប្រើប្រាស់វិស័យ ICTs ក្នុងការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម
- L3. កំណត់អត្តសញ្ញាណ និងវិភាគគំនិតអាជីវកម្មទាក់ទងនឹងភាពខ្លាំង និងភាពខ្សោយរបស់សហគ្រិន និងក្នុងការទាក់ទងទៅនឹងឱកាស និងឧបសគ្គនៅក្នុងបរិយាកាសអាជីវកម្មនេះរួមបញ្ចូលទាំងការប្រើប្រាស់វិស័យ ICTs
- L4. ទទួលស្គាល់សារៈសំខាន់នៃការយល់ដឹងបរិយាកាសពាណិជ្ជកម្ម កំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជន និងដៃគូប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារអាជីវកម្ម និងយល់ពីរបៀប ICTs អាចមានប្រយោជន៍នៅក្នុងដំណើរការកំណត់អត្តសញ្ញាណ
- L5. យល់ដឹងពីការបង្កើតអាជីវកម្ម និងការប្រើប្រាស់តម្លៃនៃការ ICTs ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មនេះ
- L6. យល់ច្បាស់ពីសារៈសំខាន់នៃគោលដៅអាជីវកម្ម និងការកំណត់ទិសដៅអាជីវកម្ម
- L7. កំណត់អត្តសញ្ញាណ និងវិភាគតម្រូវការធនធាននៃអាជីវកម្មមួយ និងយល់ពីរបៀបដែល ICTs អាចជួយក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណនៃតម្រូវការអាជីវកម្ម
- L8. យល់ពីតម្លៃនៃការរៀបចំផែនការហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្ម និងយល់ពីរបៀបដែល ICTs អាចជួយក្នុងការរៀបចំ
- L9. ទទួលស្គាល់ប្រភេទផ្សេងគ្នានៃហានិភ័យអាជីវកម្ម និងផលវិបាកនៃដំណើរការអាជីវកម្មនិងការបង្កើតផលិតផល
- L10. យល់ពីរបៀបដែលគោលគំនិតអាជីវកម្មគឺត្រូវបានអនុវត្តនៅក្នុងការសរសេរផែនការអាជីវកម្មមួយ

**ចំណាំ:** នេះមិនមែនជាវគ្គបណ្តុះបណ្តាលអក្ខរកម្មលើវិស័យ ICT ទេ ។ គឺទីនោះមានកម្មវិធីមួយចំនួនដែលផ្តោតលើការបណ្តុះបណ្តាលដល់អ្នកមិនទាន់ចេះប្រើប្រាស់វិស័យ ICT ។ អ្នកសម្របសម្រួលបានសហការជាមួយស្ថាប័នសិក្សាមួយដែលជាស្ថាប័នរដ្ឋ ឬអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលអាចប្រើប្រាស់បាននូវកម្មវិធីមួយចំនួន មុនពេលការប្រព្រឹត្តកម្មវិធីនៃម៉ូឌុលបណ្តុះបណ្តាលនេះ។

### C. គោលបំណង អតិថិជន និងរយៈពេលដែលបានស្នើរសុំ

#### ចំពោះអ្នកបង្កើតគោលនយោបាយ

ប្រសិនបើគោលបំណងគឺដើម្បីសង្ខេបពីអ្នកបង្កើតគោលនយោបាយអំពីម៉ូឌុល នោះបទបង្ហាញនេះ អាចប្រើពេល ៣០នាទីទៅ ១ម៉ោង។

#### សម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលអ្នកសម្របសម្រួល

ប្រសិនបើគោលបំណងនៃការបណ្តុះបណ្តាលគឺដើម្បីធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលគ្រូ នោះរយៈពេលនៃការ បណ្តុះបណ្តាលនេះនឹងប្រែប្រួលអាស្រ័យលើចំនួននៃអ្នកចូលរួមក្នុងការបណ្តុះបណ្តាល។ អ្នកទាំង នោះមានភាពសុំជាមួយនឹងការប្រើកុំព្យូទ័រលើតុ និងកម្មវិធីទូរស័ព្ទដែលនឹងមានពេលវេលាងាយស្រួល ស្វែងរកសម្ភារៈ និងការធ្វើលំហាត់ ។ ចំពោះអ្នកដែលមានចំណេះដឹងមានកម្រិត ឬមិនទាន់ចេះ ប្រើប្រាស់វិស័យ ICT ទេ វានឹងមានប្រយោជន៍សម្រាប់ពួកគេក្នុងការចូលរួមបណ្តុះបណ្តាលអក្ខរកម្មICT មុនពេលកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល WIF ។ ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ វាអាចមានប្រយោជន៍ដើម្បីបញ្ចូល គ្នារវាងអ្នកដែលចេះខ្លះ ឬអ្នកមិនទាន់ចេះជាមួយនឹងអ្នកដែលមានចំណេះដឹងលើវិស័យ ICT ។ វានឹង មានប្រយោជន៍ប្រសិនបើអ្នកចូលរួមក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ (អាចជាអ្នកសម្របសម្រួល) មានបទ ពិសោធអាជីវកម្មមួយចំនួននៅក្នុងការលក់ផលិតផល ឬផ្តល់សេវាទាំងក្នុងវិស័យផ្លូវការ ឬមិន ផ្លូវការ។ រយៈពេលនៃការបណ្តុះបណ្តាលអាចប្រើរយៈពេលពី 1 ទៅ 2 ថ្ងៃ ឬ 8 ទៅ 16 ម៉ោង។

#### សម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនស្ត្រី

ប្រសិនបើគោលបំណងនៃការបណ្តុះបណ្តាលនេះគឺ ដើម្បីបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនស្ត្រី នោះរយៈពេល នៃការបណ្តុះបណ្តាល នឹងប្រែប្រួលជាថ្មីម្តងទៀតអាស្រ័យលើចំនួននៃសហគ្រិនស្ត្រី។ វាត្រូវបានទាម ទាញអ្នកដែលមានចំណេះដឹង ICT នៅមានកម្រិត ឬគ្មានចូលរួមបណ្តុះបណ្តាលអក្ខរកម្មលើវិស័យICT មុនពេលចូលរួមសិក្សាពីកម្មវិធី WIF ។ ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល វាអាចមានប្រយោជន៍ដើម្បីបញ្ចូលគ្នា រវាងអ្នកដែលចេះខ្លះ ឬអ្នកមិនទាន់ចេះជាមួយនឹងអ្នកដែលមានចំណេះដឹងលើវិស័យ ICT ។ រយៈ ពេលនៃការបណ្តុះបណ្តាលនេះអាចប្រើរយៈពេលពី 8 ម៉ោង on staggered ហើយប្រើរយៈ 2 ម៉ោង



យ៉ាង ក្នុងរយៈពេលមួយ ឬពីរសប្តាហ៍ដើម្បីធានាថាស្ត្រីអាចយកពេលវេលា ពីការទទួលខុសត្រូវប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគេដើម្បីការចូលរួមក្នុងវគ្គសិក្សានេះ។

### D. ការរៀបចំការបណ្តុះបណ្តាល

#### ការប្រព្រឹត្តទៅនៃការបណ្តុះបណ្តាលត្រូវការវិភាគ:

អ្នកដែលជាអ្នកសម្របសម្រួលមួយ ត្រូវតែពិនិត្យមើលប្រវត្តិរបស់អ្នកចូលរួម។ ស្វែងយល់អំពី អាយុរបស់ពួកគេ និងស្ថានភាពគ្រួសារ (ថាតើរៀបការ ឬនៅលីវ) បទពិសោធសហគ្រិនរបស់ពួកគេ និងប្រវត្តិវិស័យ ICT (ថាតើពួកគេប្រើទូរស័ព្ទដៃ ឬកុំព្យូទ័រហើយ តើពួកគេដឹងអំពីរបៀបប្រើកម្មវិធី សាមញ្ញដែរឬទេ?) ។ វានឹងមានសារប្រយោជន៍ប្រសិនបើអ្នកចូលរួមអាចចែករំលែកការរំពឹងទុករបស់ ពួកគេមុនពេលបណ្តុះបណ្តាល។ នេះនឹងជួយអ្នកឲ្យរៀបចំគម្រោងបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីផ្សារភ្ជាប់ទៅ នឹងការរំពឹងទុករបស់អ្នកចូលរួម

ផងដែរ។ ការបណ្តុះបណ្តាលមួយត្រូវការវិភាគ ដែលអាចត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈសំណួរស្ទាប ស្ទង់មតិខ្លីៗ ថាអ្នកចូលរួមបណ្តុះបណ្តាលចាំបាច់ត្រូវបំពេញ មុនពេលបណ្តុះបណ្តាល។

#### មូលដ្ឋានវិជ្ជាជីវៈ:

ម៉ូឌុលនេះត្រូវបានសរសេរជាភាសាអង់គ្លេស។ ការបកប្រែនៃគោលគំនិតនិងការធ្វើលំហាត់ អាចត្រូវ បានទាមទារធ្វើឡើងនៅក្នុងប្រទេសមួយចំនួន។ អ្នកត្រូវតែមានប្រវត្តិ ធ្លាប់បានចូលរួម ក្នុងការបណ្តុះប ណ្តាល ខាងសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងវប្បធម៌ដែល និងដូច្នោះត្រូវរៀបចំការបណ្តុះបណ្តាល ទៅតាមបរិបទ ក្នុងមូលដ្ឋានរបស់ខ្លួន។ នេះជាប់ពាក់ព័ន្ធនឹងការអភិវឌ្ឍ និងការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក និងការ ធ្វើលំហាត់ និងបាតុកម្មនៃកម្មវិធីក្នុងស្រុក និងគេហទំព័រដែលមានមតិភាសាក្នុងមូលដ្ឋាន។ ហ្វឹក ហាត់ ដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម ដែលមានប្រជាប្រិយភាព ឬវេបសាយ ដែលអាចជា សកម្មភាពចាប់ផ្តើម សម្រាប់អ្នកចូលរួម។ ឧទាហរណ៍ប្រសិនបើរដ្ឋាភិបាល មានគេហទំព័រដែលផ្តល់ នូវព័ត៌មានអំពីការចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម និងការទទួលបានអាជ្ញាប័ណ្ណ អាចត្រូវបានបង្ហាញ និងការ ពិភាក្សាដោយផ្ទាល់នៅក្នុងគេហទំព័រនេះ។

ដូចគ្នានេះ ការដែលប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គម ដែលមានប្រជាប្រិយភាពដើម្បីបង្ហាញពីរបៀបធ្វើ អាជីវ កម្ម ទីផ្សារផលិតផលក្នុងស្រុករបស់ពួកគេ នឹងកាន់តែមានអត្ថន័យដល់អ្នកចូលរួមនិងបានអនុញ្ញាត ឱ្យពួកគេដើម្បីយល់ដឹងពាក់ព័ន្ធនឹងការប្រើប្រាស់ ICTs យ៉ាងឆាប់រហ័ស។

**ការត្រៀមរៀបចំសម្រាប់ការប្រព្រឹត្តសមយុទ្ធនេះតម្រូវឱ្យមានការអនុវត្តនិង ការធ្វើតេស្តជាមុន។** មានក្រុមមួយនៃមិត្តរួមការងារដើម្បីជួយអ្នកក្នុងការធ្វើតេស្តមុនការធ្វើសមយុទ្ធបានធ្វើមូលដ្ឋាននីយកម្មនៃការផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវមតិអ្នកប្រើនិងការផ្តល់យោបល់សម្រាប់ការកែលម្អការធ្វើលំហាត់នេះ។ ប្រសិនបើមានសម្ភារៈនិងឧបករណ៍ត្រូវបានត្រូវការនៅក្នុងមួយចំនួននៃការធ្វើលំហាត់ ធ្វើឱ្យប្រាកដថាទាំងនេះគឺត្រៀមខ្លួនជាស្រេចមុនពេលដែលធ្វើសកម្មភាពនេះ។

**E. ដឹកជញ្ជូននិងការប្រព្រឹត្តទៅនៃការបណ្តុះបណ្តាល**

**ការប្រើប្រាស់នៃភាសាមូលដ្ឋាន**

ត្រូវបានពេញចិត្តនិងបានរកឃើញថាមានប្រសិទ្ធិភាពបន្ថែមទៀត

**ដើម្បីជំរុញការពិភាក្សាគោលការណ៍មួយចំនួននៃការអប់រំមនុស្សពេញវ័យ**

ត្រូវបានរកឃើញមានប្រយោជន៍និងមានប្រសិទ្ធិភាព ជាពិសេសអ្នកជាអ្នកសម្របសម្រួលត្រូវផ្តល់ពេលវេលាសម្រាប់អ្នកចូលរួមដើម្បីការពិភាក្សាចំណេះដឹងនិងបទពិសោធផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ។ អ្នកត្រូវតែអាចបន្ថយការភ័យខ្លាចរបស់អ្នកចូលរួមពីថ្នាក់រៀនធម្មតា ឬការពិភាក្សាតាមច្បាប់ទំលាប់របស់សាលា និងធ្វើឱ្យច្បាស់លាស់ថាការបណ្តុះបណ្តាលនេះគឺជាឱកាសដើម្បីសាកល្បងគំនិតរបស់ពួកគេជាមួយនឹងកម្មវិធីដោយផ្ទាល់ដល់ជីវិតរបស់ពួកគេ។ លើកទឹកចិត្តឱ្យពួកគេចែករំលែកគំនិតនិងបទពិសោធផ្សេងៗ និងជួយអ្នកក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណបរិបទនិងកម្រិតនៃបទពិសោធន៍។ ការនេះនឹងផ្តល់ឱ្យអ្នកដឹងនូវទិសដៅនិងសមត្ថភាពក្នុងការដឹកនាំបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីបំពេញនូវតម្រូវការរំពឹងទុករបស់អ្នកចូលរួម និងនៅពេលជាមួយគ្នានេះការបំពេញគោលបំណងម៉ូឌុល។ ផ្នែកមួយនៃការរៀបចំជាកម្មវិធី សម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលរបស់អ្នកនេះ គឺមានសំណួរសាមញ្ញមួយចំនួនត្រៀមជាស្រេចដើម្បីផ្តួចផ្តើមការពិភាក្សា។

**វិធីសាស្ត្រផ្សេងទៀត**

ដែលបានស្នើរូបបញ្ចូល:

- ការនិទានរឿងនិងការប្រើប្រាស់នៃរឿងដំណាល

វិធីសាស្ត្រនេះគឺមានអនុភាពខ្លាំងណាស់និងទទួលបានការយកចិត្តទុកដាក់របស់អ្នកចូលរួម។  
ប្រសិនបើអ្នកមានបទពិសោធន៍សហគ្រិន ការចែករំលែករឿងរ៉ាវផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកនឹងត្រូវបានដក់ចិត្ត  
ចាប់អារម្មណ៍ទៅកាន់អ្នកចូលរួម។

**- ការប្រើប្រាស់ករណីដែលទទួលបានជោគជ័យលើអាជីកម្មក្នុងស្រុក និងការធ្វើលំហាត់**

មានករណីក្នុងស្រុក និងលំហាត់យ៉ាងហោចណាស់ចំនួនបី ដែលបានត្រៀមខ្លួនជាស្រេចដើម្បីពន្យល់  
ពីគោលគំនិត និងសារសំខាន់ៗ នៃប្រធានបទដែលនឹងត្រូវពិភាក្សាក្នុងអំឡុងពេល បណ្តុះបណ្តាល។  
ប្រសិនបើមានកុំព្យូទ័រ និងកន្លែងអ៊ីនធឺណិតដែលអាចរកបាន រួចបង្ហាញវីដេអូខ្លីអំពីដែលទទួលបាន  
ជោគជ័យលើអាជីកម្មក្នុងស្រុក របស់សហគ្រិនស្រ្តី។ ប្រសិនបើទីកន្លែងមិនមានកុំព្យូទ័រ ឬគ្មាន  
អ៊ីនធឺណិតទេ អ្នកអាចបកប្រែឧបករណ៍មួយចំនួននៃវីដេអូជាភាសារបស់អ្នក។ វាត្រូវបានគេលើកទឹក  
ចិត្តផងដែរថាអ្នកផលិតវីដេអូខ្លី និងរូបថតដែលបង្ហាញពីបរិបទមូលដ្ឋាន។

**- ការផ្តល់សិទ្ធិអំណាច និងរឿងរ៉ាវសហគ្រិនរបស់អ្នកចូលរួម**

ប្រសិនបើអ្នកចូលរួមមានការផ្តល់សិទ្ធិអំណាច និងបទពិសោធន៍ជាសហគ្រិន នោះអនុញ្ញាតឱ្យពួក  
គាត់ចែករំលែកបទពិសោធន៍ទាំងនេះក្នុងអំឡុងពេលពិភាក្សា។ ពួកគេអាចជាធនធានមនុស្សរបស់អ្នក  
យ៉ាងងាយលើប្រធានបទដែលជាក់លាក់។ អ្នកអាចកំណត់សម្គាល់ពួកគេបានយ៉ាងងាយ នៅពេល  
ដែលការបណ្តុះបណ្តាលត្រូវការវិភាគ។

**- ការប្រើប្រាស់ល្បែងសិក្សា និងសកម្មភាពជាក្រុម**

មានការប្រកួតល្បែងសិក្សាតាមក្រុម និងសកម្មភាពសម្តែងផ្សេងៗ ក្នុងអំឡុងពេលបណ្តុះបណ្តាល  
ដើម្បីធ្វើឱ្យអ្នកចូលរួមមានភាពសប្បាយរីករាយ។

**- សកម្មភាពក្រុម**

ជាធម្មតាការចូលរួមរបស់ស្រ្តីមានអារម្មណ៍ថាមានភាពងាយស្រួល និងទំនុកចិត្តក្នុងក្រុម ជាពិសេស  
នៅក្នុងការធ្វើលំហាត់នេះ។ អ្នកប្រហែលជាអាចពិចារណាបង្កើតក្រុមចម្រុះដោយលាយបញ្ចូលគ្នាអ្នក  
ដែលមាន និងមិនមានចំណេះដឹង ICT និងអ្នកដែលមាន និងគ្មានបទពិសោធន៍សហគ្រិន។ អារម្មណ៍  
និងបរិយាកាសក្នុងអំឡុងពេលបណ្តុះបណ្តាលអាចត្រូវបានបង្កើតឡើង និងបានរៀបចំឡើងនៅក្នុង

វិធី ដែលអ្នកទាំងនោះ ដែលបានដឹងច្រើននឹងចែករំលែកកិច្ចការជាមួយអ្នកដើម្បីជួយអ្នកដែលចេះដឹង តិចតួចអំពីប្រធានបទធ្វើការពិភាក្សាជាមួយគ្នា។

**- ល្បែងកម្សាន្ត ឬរឿងកំប្លែងខ្លីៗ**

មានសកម្មភាពល្បែងកម្សាន្ត ឬរឿងកំប្លែងខ្លីៗត្រៀមខ្លួនជាស្រេចក្នុងករណីអ្នកចូលរួមមានអារម្មណ៍ ងងឹតយកេង ឬធុញ។

**- ពិនិត្យឡើងវិញ និងសេចក្តីសង្ខេបនៃសារដែលមានសារសំខាន់ និងប្រធានបទផ្សេងៗ**

វាជាការសំខាន់ដើម្បីធ្វើឡើងវិញ ពិនិត្យឡើងវិញ និងសង្ខេបទិដ្ឋភាពសំខាន់ៗនៃប្រធានបទ។ សូមឱ្យ អ្នកចូលរួម ធ្វើកិច្ចការនេះប្រសិនបើពួកគេមានឆន្ទៈ និងតែងតែផ្តល់នូវឱកាសសម្រាប់អ្នកចូលរួមក្នុង ការចែករំលែកការយល់ដឹងរបស់ពួកគេដែលទាក់ទងទៅនឹងប្រធានបទនេះនិងសារសំខាន់ៗ។

**F. ការវាយតម្លៃលើការបណ្តុះបណ្តាល**

ដើម្បីវាយតម្លៃពីគោលបំណងនិងលទ្ធផលការរៀនសូត្ររបស់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងការវាយតម្លៃ មួយត្រូវតែ ត្រូវបានធ្វើឡើងភ្លាមៗ នៅចុងបញ្ចប់នៃការបណ្តុះបណ្តាលនេះ។ UN-APCICT មាន ទម្រង់ នៃការវាយតម្លៃលើសកម្មភាពបណ្តុះបណ្តាលនានា។ នេះអាចត្រូវបានធ្វើមូលដ្ឋានីយកម្មនិងបានប្រើ ដើម្បីទទួលបានមតិប្រតិកម្មត្រលប់មកវិញដែលមានលក្ខណៈរួម ពីអ្នកចូលរួម។ នេះនឹងអនុញ្ញាតឱ្យ ធ្វើកាន់ប្រសើរឡើងនៃការមាតិកា និងវិធីសាស្ត្រនៃសកម្មភាពបណ្តុះបណ្តាល។

**G. ការត្រួតពិនិត្យ សំណួរវាយតម្លៃចុងវគ្គ និងការវាយតម្លៃ**

ប្រសិនបើការបណ្តុះបណ្តាលបង្កើតបានជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីរបស់ស្ថាប័នមួយ (មិនជាអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល) សកម្មភាពនានាដូចខាងក្រោមត្រូវបានស្នើឱ្យអនុវត្តតាមអ្នកចូលរួមនៃកម្ម វិធីនេះ:

**ការតាមដានវគ្គមាន**

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ ត្រូវការវិភាគអាចត្រូវបានយកជាទិន្នន័យមូលដ្ឋាន សម្រាប់កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល។ កម្មវិធី UN-APCICT WIFI នឹងមានការចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការដឹងពីប្រសិទ្ធភាព និងផល នៃការបណ្តុះបណ្តាលនៅក្នុងប្រទេសផ្សេងៗគ្នា ជាពិសេសការត្រួតពិនិត្យលើកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលម៉ូឌុលនានានៅក្នុងជីវិតពិតរបស់អ្នកចូលរួមផងដែរ។ ស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាល ឬកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល អាចរៀបចំសំណួរវាយតម្លៃបញ្ចប់វគ្គ ដើម្បីវាស់ស្ទង់ពីប្រសិទ្ធភាពនៃកម្មវិធី។

**រៀបចំសហគមន៍ស្ត្រី**

ការគាំទ្រសម្រាប់សហគ្រិនស្ត្រីនៅក្នុងសហគមន៍អាចរួមបញ្ចូលអង្គការរបស់ស្ត្រីក្នុងការបន្តការពង្រឹងអំណាចសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចយ៉ាងសកម្មរបស់ពួកគេ។ ពួកគេអាចបង្កើតលក្ខណៈជួយខ្លួនឯង ឬគាំទ្រក្រុមដែលនឹងផ្តល់នូវកន្លែងមួយសម្រាប់សហគ្រិនស្ត្រីដើម្បីចែករំលែកចំណេះដឹងនិងបទពិសោធន៍ និងការគាំទ្រគ្នាទៅវិញទៅមកនៅក្នុងបញ្ហាអាជីវកម្ម និងរឿងរ៉ាវផ្ទាល់ខ្លួន។

**ការប្រឹក្សា និងការណែនាំ**

ស្ត្រីអាចត្រូវបានគាំទ្រ ដោយផ្តល់ឱ្យពួកគេបន្ថែមទៀត ដូចជា៖ ការបង្វឹក និងការណែនាំ ពីសហគ្រិនភាព និងការប្រើប្រាស់កម្មវិធី ICT ។ ក្នុងការបង្វឹក សហគ្រិនស្ត្រីនឹងត្រូវបានធ្វើការសម្របសម្រួលដើម្បីអនុវត្តសកម្មភាពគោលដៅ ទាក់ទងនឹងការធ្វើផែនការអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ ហើយអាជីវកម្មខ្នាតតូច និងការគ្រប់គ្រងបានចាប់ផ្តើមឡើង ។ នៅក្នុងការផ្តល់ប្រឹក្សា សហគ្រិនស្ត្រីនឹងត្រូវបានផ្តល់ឱ្យកាន់តែជាក់លាក់បន្ថែមទៀតនូវជំនួយនិងការណែនាំ ដូច្នេះពួកគេអាចអនុវត្តសកម្មភាពរបស់ពួកគេដើម្បីឈានទៅដល់កម្រិតខ្ពស់ៗផ្សេងទៀត។

**ការវាយតម្លៃនៃលទ្ធផលសិក្សា**

វានឹងក្លាយជាការល្អបំផុតបើសិនជាស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាលឬកម្មវិធីអាចរួមបញ្ចូលទាំងកម្មវិធី WIFI ដែលជាផ្នែកមួយនៃសកម្មភាពវាយតម្លៃរបស់ស្ថាប័ន ឬរបស់កម្មវិធីនោះ។ លទ្ធផលនៃការសិក្សាអាចត្រូវបានប្រើជាមាតិកាមួយដើម្បីវាស់ស្ទង់ពីផលប៉ះពាល់នៃការបណ្តុះបណ្តាល។ APCICT អាចត្រូវបានសួរដើម្បីការគាំទ្រក្នុងការអភិវឌ្ឍសំណួរវាយតម្លៃ សម្រាប់គោលបំណងនេះ។

## H. កាលប្បវត្តិបង្ហាញ ការព័ណ៌នា និងរយៈពេលនៃប្រធានបទមេរៀន

<b>ផ្នែក A</b> សេចក្តីណែនាំអំពីការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម ការផ្តល់អំណាចដល់ស្ត្រី និងភាពជាសហគ្រិន និងវិស័យ ICTs	
ផ្នែកទី ១ : សេចក្តីផ្តើមនិង ទិដ្ឋភាពទូទៅ (រយៈពេលដែល បានស្មើ 30 mn)	លទ្ធផលសិក្សា  <b>L1</b> – យល់ពីការទំនាក់ទំនងរវាងការផ្តល់អំណាចដល់ស្ត្រី និងភាពជាសហគ្រិននិងការប្រើប្រាស់ ICTs ក្នុងការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មរបស់ស្ត្រី ប្រធានបទគន្លឹះ៖ <ul style="list-style-type: none"> <li>• ពិនិត្យឡើងវិញនៃសារសំខាន់ៗរបស់សហគ្រិនភាពស្ត្រី និងរបៀប ICTs អាចរួមចំណែកដល់ការពង្រឹងសិទ្ធិអំណាចស្ត្រីនិងរៀបចំអាជីវកម្ម</li> <li>• ការតំរង់ទិសនៅលើ ម៉ូឌុល</li> </ul> អ្នកដែលជាអ្នកសម្របសម្រួលនឹងជំរុញឲ្យអ្នកចូលរួមធ្វើការសង្ខេបនូវអ្វីដែលពួកគេបានរៀនពីម៉ូឌុលសំខាន់ៗ លើការផ្តល់អំណាចដល់ស្ត្រី សហគ្រិនភាព និងតួនាទីរបស់ ICTs ។ អ្នកចូលរួមអាចនឹងត្រូវបានបែងចែកជាបីក្រុមដើម្បីពិភាក្សា និងសង្ខេប (1) ការផ្តល់សិទ្ធិអំណាចដល់ស្ត្រី (2) ភាពជាសហគ្រិន និង (3) តួនាទីរបស់ ICTs ។ អ្នកនឹងភ្ជាប់សេចក្តីសង្ខេបនៃម៉ូឌុលដើម្បីធ្វើផែនការអាជីវកម្ម និងរបៀបដែល ICTs អាចគាំទ្រដល់ការរៀបចំអាជីវកម្មរបស់ស្ត្រីដោយប្រើប្រាស់ឧទាហរណ៍ជាក់ស្តែងក្នុងជីវភាពរស់នៅ។
ផ្នែកទី ២ : ដំណាក់កាល នីមួយៗនៃអាជីវកម្ម បញ្ហាប្រឈមរបស់ ស្ត្រី ការប្រើប្រាស់ ផែនការអាជីវកម្ម និងឧបករណ៍ ICT (រយៈពេលដែល បានស្មើ 45 mn)	លទ្ធផលសិក្សា  <b>L2</b> – ដំណាក់កាលកើនឡើងនៃអាជីវកម្ម មានបញ្ហាប្រឈមរបស់ស្ត្រីនៅក្នុងអាជីវកម្ម។ សារៈសំខាន់នៃការរៀបចំផែនការ និងការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ ICTs ក្នុងការធ្វើផែនការ។ ប្រធានបទគន្លឹះ៖ <ul style="list-style-type: none"> <li>• តើ អាជីវកម្មជាអ្វី ហើយអ្វីទៅជាដំណាក់កាលនីមួយៗរបស់វា?</li> <li>• បញ្ហាប្រឈមនានារបស់ស្ត្រីក្នុងអាជីវកម្ម</li> </ul> អ្នកនឹងពិភាក្សានិងធ្វើឱ្យធាតុចូលពីអ្នកចូលរួមពីការធ្វើអាជីវកម្ម និងដំណាក់កាលផ្សេងៗគ្នារបស់វា និងបញ្ហាប្រឈមដែលស្ត្រីនឹងជួបប្រទះក្នុងដំណាក់កាលទាំងនេះ។ <ul style="list-style-type: none"> <li>• ផែនការអាជីវកម្ម និងការប្រើប្រាស់ ICTs ក្នុងការធ្វើផែនការ</li> </ul> អ្នកនឹងជំរុញឲ្យអ្នកចូលរួម ពិភាក្សាគ្នាលើការធ្វើផែនការ គោលបំណងរបស់អាជីវកម្ម និងការប្រើប្រាស់ ICTs ក្នុងការធ្វើផែនការ។
<b>ផ្នែក B</b> ការអភិវឌ្ឍ ផែនការអាជីវកម្ម	
ផ្នែកទី ៣ : បង្កើតគំនិតអាជីវ កម្ម	លទ្ធផលសិក្សា

<p>(រយៈពេលដែលបានស្នើ60 mn)</p>	<p><b>L3</b> –កំណត់អត្តសញ្ញាណ និងវិភាគគំនិតអាជីវកម្មទាក់ទងនឹងភាពខ្លាំងនិងភាពខ្សោយរបស់សហគ្រិននិងនៅក្នុងការទំនាក់ទំនងទៅនឹងឱកាសនិងឧបសគ្គនៅក្នុងបរិស្ថានអាជីវកម្មនេះរួមបញ្ចូលទាំងការប្រើប្រាស់ ICTsផងដែរ។</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• តើគំនិតអាជីវកម្មជាអ្វី?</li> <li>• ការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ការិះរកគំនិតដើម្បីបង្កើតគំនិតអាជីវកម្ម</li> <li>• តើ ICTs អាចជួយក្នុងការបង្កើតគំនិតអាជីវកម្មនេះដោយរបៀបណា?</li> </ul> <p>អ្នកនឹងណែនាំពីប្រភពជាច្រើននៃគំនិតអាជីវកម្ម និងរបៀបដែល ICTs អាចត្រូវបានប្រើដើម្បីបង្កើតគំនិតទាំងនេះ។ ឧទាហរណ៍ មួយ ឬ ពីរករណីនឹងត្រូវបានណែនាំនៅក្នុងចំណុចនេះ ដែលហាក់បីដូចជាករណីមួយដែលអ្នកបានដើរឆ្លងកាត់អញ្ចឹង។</p> <p>អ្នកនឹងណែនាំឧបករណ៍បំផុសគំនិត និងការជំរុញឲ្យរួមចូលរួមនៅក្នុងជំហានផ្សេងៗគ្នានៃសកម្មភាពបំផុសគំនិតដើម្បីយកទៅបង្កើតគំនិតអាជីវកម្ម ប្រមូលផ្តុំ និងចាត់ជាក្រុមនៃគំនិតអាជីវកម្មទាំងនេះរួចបង្ហាញគំនិតទាំងនេះ ហើយជ្រើសរើសគំនិតដែលមានអាទិភាពបំផុតពីបញ្ជី។ ក្នុងការបង្ហាញគំនិតទាំងនោះ អ្នកនឹងណែនាំពីលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដែលបានពិនិត្យ ភាពខ្លាំងនិងភាពខ្សោយរបស់សហគ្រិន ហើយនិងកត្តាបរិយាកាសអាជីវកម្មនៅក្នុងការវាយតម្លៃគំនិតអាជីវកម្ម។</p> <p>នៅតាមក្រុមតូចៗ អ្នកចូលរួមទាំងអស់នឹងសិក្សាតាមពីគំនិតដែលបានបំផុសមក និងការបង្ហាញលំហាត់ និងឆ្ពោះទៅបញ្ចប់នៃការធ្វើលំហាត់ ហើយអ្នកនឹងសួរអ្នកចូលរួមដើម្បីចែករំលែកចំណេះដឹងរបស់ពួកគេដែលទទួលបានពីការធ្វើលំហាត់ ។ អ្នកនឹងបង្កើនកិច្ចពិភាក្សាដោយការផ្តល់នូវឧទាហរណ៍បន្ថែមទៀត លើការប្រើប្រាស់ ICTs ក្នុងការបង្កើតគំនិតអាជីវកម្ម។</p>
<p>ផ្នែកទី ៤ : ការយល់ដឹងពីបរិយាកាសអាជីវកម្ម (រយៈពេលដែលបានស្នើ: 60mn)</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា</p> <p><b>L4</b> –ទទួលស្គាល់សារៈសំខាន់នៃការយល់ដឹងពីបរិយាកាសអាជីវកម្ម ការកំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជន និងដៃគូប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារអាជីវកម្ម និងយល់ពីរបៀបដែល ICTs មានគុណប្រយោជន៍ជួយក្នុងដំណើរការកំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជន។</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ការយល់ដឹងពីបរិយាកាសអាជីវកម្ម</li> </ul> <p>អ្នកនឹងធ្វើបទបង្ហាញពីកត្តាខាងក្រៅដែលជាប្រភពនៃឱកាសនិងឧបសគ្គដែលប៉ះពាល់ដល់អាជីវកម្ម។ អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានណែនាំឱ្យប្រើប្រាស់ឧបករណ៍វិភាគបរិយាកាសដែលផ្តល់នូវសំណួរមគ្គុទេសក៍ដើម្បីវិភាគបរិយាកាសអាជីវកម្ម។ អ្នកនឹងប្រើករណីដែលបានឆ្លងកាត់ដើម្បីពន្យល់ពីឧបករណ៍វិភាគបរិយាកាសនេះ។</p> <p>នៅតាមក្រុមតូចៗ អ្នកចូលរួមនឹងទៅសិក្សាពីការធ្វើលំហាត់ វិភាគបរិយាកាស និងឆ្ពោះទៅបញ្ចប់ការធ្វើលំហាត់ ហើយអ្នកនឹងសួរអ្នកចូលរួម ដើម្បីចែករំលែកចំណេះដឹងរបស់ពួកគេដែលទទួលបានពីការធ្វើលំហាត់។ បន្ទាប់មកទៀតអ្នកនឹងបង្កើនកិច្ចពិភាក្សា ដោយការផ្តល់នូវឧទាហរណ៍បន្ថែមទៀតអំពីការប្រើ ICTs ក្នុងការវិភាគបរិយាកាសអាជីវកម្ម។</p> <p>ផ្នែកមួយនៃការវិភាគបរិយាកាសអាជីវកម្មគឺការកំណត់អត្តសញ្ញាណរបស់អតិថិជននិងដៃគូប្រកួតប្រជែង។ អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានណែនាំឱ្យប្រើឧបករណ៍កំណត់អត្តសញ្ញាណនិងរបៀប ICTs អាចប្រើនៅក្នុងដំណើរការលើករណី ដែលបានដើរឆ្លងកាត់រួច។</p>

<p>ផ្នែកទី ៥ : ការបង្កើតតម្លៃអាជីវកម្ម</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា</p> <p><b>L5</b> –យល់ដឹងពីការបង្កើតតម្លៃអាជីវកម្ម និងការប្រើប្រាស់ ICTs ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម។</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ការបង្កើតតម្លៃអាជីវកម្ម និងអត្ថប្រយោជន៍នៃការប្រកួតប្រជែងតែមួយ</li> </ul> <p>អ្នកនឹងណែនាំពីអត្ថន័យនៃការបង្កើត ការកំណត់អត្តសញ្ញាណផលប្រយោជន៍ក្នុងការប្រកួតប្រជែង និងតម្លៃអាជីវកម្មតែមួយនេះ។ គោលគំនិតនៃម៉ូដែល SCAMPER នេះនឹងត្រូវបានពិភាក្សាជាមួយនឹងការប្រើប្រាស់ឧទាហរណ៍ផ្សេងៗ។ អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានណែនាំទៅនឹងសំណួរដែលណែនាំអ្នកចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍនូវតម្លៃនៃសំណើតែមួយគត់របស់ពួកគេ រួមទាំងការប្រើប្រាស់ ICTs ផងដែរ។</p> <p>អ្នកនឹងផ្តល់ជាឧទាហរណ៍ដោយការប្រើករណីដែលបានឆ្លងកាត់កន្លងមក។</p>
<p>ផ្នែកទី ៦ : គោលដៅអាជីវកម្ម (រយៈពេលដែលបានស្នើ 60mn)</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា</p> <p><b>L6</b> –យល់ច្បាស់ពីសារៈសំខាន់នៃគោលដៅអាជីវកម្ម និងការកំណត់ទិសដៅអាជីវកម្ម។</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>គោលដៅអាជីវកម្ម - តើធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីបង្កើតអោយមានភាពវៃឆ្លាត <b>SMART ?</b></li> </ul> <p>អ្នកនឹងធ្វើបទបង្ហាញពីសារៈសំខាន់នៃគោលដៅកំណត់នៅក្នុងផែនការអាជីវកម្មណាមួយ និងធានាថាផែនការទាំងនេះគឺ SMART ។ អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានធ្វើបទបង្ហាញជាមួយនឹងឧទាហរណ៍លើករណីដែលបានឆ្លងកាត់កន្លងមក។</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ក្តីស្រមៃដែលបាននឹកគិតក្នុងចិត្ត និងគោលដៅ</li> </ul> <p>អ្នកនឹងណែនាំឲ្យអ្នកចូលរួមធ្វើលំហាត់ក្នុងក្តីស្រមៃដែលបាននឹកគិតក្នុងចិត្ត និងគោលដៅរបស់ពួកគេ។ ដោយប្រើសំនួរមគ្គុទេសក៍ដែលអ្នកចូលរួមនឹងយល់ពីសារៈសំខាន់នៃការមានក្តីសុច្ឆន្ទ៍ឆ្លាតវៃ និងការមានគោលដៅច្បាស់លាស់។</p>
<p>ផ្នែកទី ៧ : ការកំណត់អត្តសញ្ញាណធនធានអាជីវកម្ម (រយៈពេលដែលបានស្នើសុំ 60mn)</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា</p> <p><b>L7</b> –កំណត់អត្តសញ្ញាណ និងវិភាគតម្រូវការធនធាននៃអាជីវកម្មមួយ និងយល់ពីរបៀបដែល ICTs អាចជួយក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណនៃតម្រូវការអាជីវកម្ម</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម</li> <li>ធនធានមនុស្ស</li> <li>ប្រភពនៃដើមទុន</li> </ul> <p>អ្នកនឹងណែនាំពីសារៈសំខាន់នៃការកំណត់អត្តសញ្ញាណប្រភពធនធាននៅក្នុងអាជីវកម្មនេះ។ អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានតម្រង់ទិសលើប្រភេទផ្សេងគ្នានៃធនធានដូចជា ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្មដែលមានទាំងឧបករណ៍ និងសម្ភារៈ ធនធានមនុស្សដែលរួមទាំងមនុស្សដែលនឹងជួយក្នុងការប្រតិបត្តិការទីផ្សារ និងការគ្រប់គ្រង និងប្រភពនៃការផ្តល់មូលនិធិសម្រាប់ការធ្វើដើមទុនអាជីវកម្ម។ ការពិភាក្សានេះនឹងត្រូវបានបង្កើនឡើងដោយការប្រើប្រាស់បទពិសោធដែលធ្លាប់បានឆ្លងកាត់កន្លងមក។</p>



	<p>អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវសួរថា ដើម្បីចូលរួមក្នុងការធ្វើលំហាត់ ជាក្រុមដែលនឹងជួយឱ្យពួកគេកំណត់អត្តសញ្ញាណធនធានដោយប្រើ ICT និងឧបករណ៍ដែលមិនមែនជាវិស័យ ICT ។</p>
<p>ផ្នែកទី ៨ : ការអភិវឌ្ឍផែនការហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្ម (រយៈពេលដែលបានស្នើរ 60mn)</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា</p> <p><b>L8</b> –ពេញចិត្តចំពោះតម្លៃនៃការរៀបចំផែនការហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្មនិងយល់ពីរបៀបដែល ICT អាចជួយក្នុងការរៀបចំអាជីវកម្ម</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ដំណើរការផែនការអាជីវកម្ម</li> <li>• ភាពខុសគ្នារវាងតម្លៃថេរ និងតម្លៃប្រែប្រួល</li> <li>• តើអ្វីជាចំណុចដើមនៃអាជីវកម្ម</li> <li>• តើអ្វីជារបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ</li> </ul> <p>អ្នកនឹងពិភាក្សាគ្នាអំពីសារៈសំខាន់នៃការធ្វើផែនការហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្មនិងពន្យល់ពីជំហាននីមួយៗដើម្បីអភិវឌ្ឍផែនការហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្ម។ អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានណែនាំពីគោលគំនិតមូលដ្ឋានហិរញ្ញវត្ថុ និងឧបករណ៍ដែលបានប្រើក្នុងការធ្វើផែនការហិរញ្ញវត្ថុ។ កិច្ចពិភាក្សានេះនឹងត្រូវធ្វើឱ្យកាន់តែល្អ ដោយភ្ជាប់ជាមួយឧទាហរណ៍គំរូ ហើយប្រើប្រាស់ការពន្យល់ដោយប្រុងប្រយ័ត្នបំផុត ហើយនិង បង្ហាញប័ណ្ណនៃការប្រើប្រាស់កម្មវិធី ICT នៅក្នុងការបង្កើតផែនការហិរញ្ញវត្ថុ។</p> <p>សកម្មភាពសំខាន់ៗអាចត្រូវបានផ្តល់ឱ្យបន្ថែមប្រសិនបើពេលវេលាអាចនឹងត្រូវបានត្រៀមទុកសម្រាប់មេរៀននេះ។</p>
<p>ផ្នែកទី ៩ : ការគិតទុកជាមុននូវបញ្ហាប្រឈមនានានៅក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា</p> <p><b>L9</b> –ទទួលស្គាល់ប្រភេទផ្សេងៗគ្នានៃហានិភ័យអាជីវកម្ម និងផលវិបាកនៃដំណើរការអាជីវកម្មនិងការបង្កើតផលិតផល</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ហានិភ័យអាជីវកម្ម និងប្រភេទផ្សេងៗទៀត</li> <li>• ផលវិបាកដោយគ្មានចេតនា</li> </ul> <p>អ្នកនឹងពិភាក្សាគ្នាអំពីបញ្ហាប្រឈមក្នុងអាជីវកម្មដោយប្រើតាមរយៈការករណីឆ្លងកាត់រួច។ ហានិភ័យពាណិជ្ជកម្ម និងផលវិបាកដោយអចេតនានឹងត្រូវបានកំណត់ និងពន្យល់ដោយឧទាហរណ៍នៅក្នុងជីវិតពិត។ អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានសួរដើម្បីផ្តល់ជាឧទាហរណ៍ផ្សេងទៀតដោយផ្អែកលើការសង្កេតរបស់ពួកគេ។ អ្នកនឹងកំណត់ចំណាំពីការប្រើប្រាស់ ICT និងឧបករណ៍មិនមែនជាវិស័យ ICT ដើម្បីជួយកំណត់ហានិភ័យអាជីវកម្មនិងផែនការ និង ផលវិបាកដែលកើតឡើងដោយមិនបានគ្រោងទុក។</p>
<p><b>ផ្នែក C</b> ការសរសេរផែនការអាជីវកម្ម</p>	
<p>ផ្នែក ១០ : ការសរសេរផែនការអាជីវកម្ម</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា</p>

<p>(រយៈពេលស្ទើរសុំ 75 នាទី)</p>	<p><b>L10</b> – យល់ពីរបៀបដែលគោលគំនិតអាជីវកម្មគឺត្រូវបានអនុវត្តនៅក្នុងការសរសេរផែនការអាជីវកម្មមួយ។</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ៖</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ការសរសេរផែនការអាជីវកម្ម</li> </ul> <p>ចំណុចនេះនឹងក្លាយជាសេចក្តីសង្ខេបមួយនៃគោលគំនិតទាំងអស់ដែលបានរៀននៅក្នុងចំណុចមុន។ អ្នកនឹងធ្វើបទបង្ហាញពីផ្នែកផ្សេងៗនៃផែនការអាជីវកម្ម និងគំរូ របៀបសរសេរផែនការអាជីវកម្មមួយ។</p> <p>អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានសួរដើម្បីធ្វើការសង្ខេបកិច្ចការប្រតិបត្តិផែនការអាជីវកម្មមួយនៅក្នុងក្រុមដើម្បីឲ្យការពិភាក្សាក្នុងមកនេះកាន់តែល្អប្រសើរ និងការរៀនពីការធ្វើលំហាត់ ។ ក្រុមនីមួយៗ នឹងធ្វើបទបង្ហាញ ផែនការអាជីវកម្មរបស់ពួកគេនៅក្នុងក្រុមរួម។</p>
---------------------------------	--

### I. សៀវភៅការងារខ្នាតតូច

នៅកន្លែងដែលគ្មានកុំព្យូទ័រ និងអ៊ីនធើណែត ហើយមានអ្នកចូលរួមជាច្រើនដែលចូលចិត្តប្រើប្រាស់ ICT ហើយដើម្បីឲ្យពួកគេធ្វើលំហាត់ដោយដៃផ្ទាល់បាននោះអ្នកអាចរៀបចំ និងចម្លងតារាងដែលអាចផ្តល់នូវការវិភាគដែលមានប្រយោជន៍បំផុតដល់ពួកគេ។ អ្នកអាចបង្កើតសៀវភៅលំហាត់ខ្នាតតូចដែលអ្នកចូលរួមអាចប្រើប្រាស់ដូចជាកុំព្យូទ័រយូរដែររបស់ពួកគេ ដើម្បីបង្ហាញពីភាពរីកចម្រើនរបស់ពួកគេនៅក្នុងម៉ូឌុលនេះ។

### J. ធនធានបន្ថែមសម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាល ឬការត្រៀមរៀបចំ

មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តាញព័ត៌មានស្ត្រីប្រចាំអាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក យុទ្ធសាស្ត្រគំនិតច្នៃប្រឌិតសំរាប់ការចូលរួមរបស់ស្ត្រី *Andean* ក្នុងវិស័យសេដ្ឋកិច្ច (២០១២-២០១៤) វគ្គបណ្តុះបណ្តាល *eBiz* (វគ្គបណ្តុះបណ្តាលគ្រូបង្គោលសម្រាប់សហគ្រិនស្ត្រីនៅតាមជនបទ) ។ សម្រាប់សម្ភារៈបណ្តុះបណ្តាលសូមទាក់ទង *APWINC* ។

<http://www.women.or.kr/>

លោកស្រី *Catherine Lang* និង លោកស្រី *Marina Biasutti* វគ្គបណ្តុះបណ្តាលភាពជាសហគ្រិន "ធ្វើជាម្ចាស់អនាគតរបស់អ្នក" ។ អាចរកបានពី

<http://www.slideshare.net/JacquelineRichardson/entrepreneurial-trainingmanual-owning-your-future>

លោក *Dandy Victa* ធ្វើការនៅផ្ទះ ភាពជាសហគ្រិនៈ មគ្គុទ្ទេសដាក់ស្បែងសម្រាប់ប្រជាជនហ្វីលីពីនដែលមានពិការភាព) ទីក្រុង *Quezon*, ក្រុមប្រឹក្សាជាតិទទួលបន្ទុកកិច្ចការជនពិការឆ្នាំ ២០១៤) ។ អាចរកបានពី

<http://www.ncda.gov.ph/wp-content/uploads/2015/01/e-copy-Work-At-Home-EBook.pdf>

អង្គការស្បៀងអាហារនិងកសិកម្ម ការលើកកម្ពស់សហប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ស្ត្រីជនបទក្នុងប្រទេសថៃ:  
កញ្ចប់បណ្តុះបណ្តាល (បាងកក, ២០០៤) ។ អាចរកបានពី  
<http://www.fao.org/docrep/004/ad499e/ad499e00.htm>

ក្រុមហ៊ុន Hewlett-Packard (HP) ជីវិត វគ្គបណ្តាញសម្រាប់សហគ្រិន។ អាចរកបានពី  
<http://www.life-global.org/>

ក្រុមហ៊ុន Intel ការរៀនដំបូងងាយៗ។ អាចរកបានពី  
<http://www.intel.com/content/www/us/en/education/intel-easy-steps.html>

ក្រុមហ៊ុន Intel មូលដ្ឋាននៃភាពជាសហគ្រិន (E-Basics) ។ អាចរកបានពី  
<https://educate.intel.com/employability/e-basics/>

ក្រុមហ៊ុន Intel ស្ត្រីនិងបណ្តាញ តភ្ជាប់ចន្លោះអ៊ីនធឺណិតនិងបង្កើតឱកាសជាសកលថ្មីមួយនៅក្នុងប្រទេស  
មានប្រាក់ចំណូលទាបនិងមធ្យម (២០១២) ។ អាចរកបានពី  
<http://www.intel.com/content/www/us/en/technology-in-education/women-in-the-web.html>

អង្គការពលកម្មអន្តរជាតិ តើវិស័យ ICTs ពិតជាអាចជួយខ្ញុំធ្វើអាជីវកម្មឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរមែនឬ? សៀវភៅ  
អាជីវកម្មសង្ខេប សម្រាប់សហគ្រិនខ្នាតតូចបំផុត និងខ្នាតតូចពីអាមេរិកឡាទីន និង តំបន់ការីប៊ីន។ អាចរក  
បានពី  
<http://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/canicthelp.pdf>

អង្គការពលកម្មអន្តរជាតិ យេនឌ័រ និងសហគ្រិនភាពទាំងអស់គ្នា: ដំណើរឆ្ពោះទៅមុខសម្រាប់ស្ត្រី ក្នុងការ  
ចាប់ផ្តើមធ្វើអាជីវកម្ម - កញ្ចប់បណ្តុះបណ្តាល និងកញ្ចប់ធនធាន (ទីក្រុងបាងកក ទីក្រុងប៊ែកឡាំង និងទី  
ក្រុងហ្សឺណែវ ឆ្នាំ២០០៤) ។ អាចរកបានពី  
[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---edemp/---empent/documents/publication/wcms\\_116100.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---edemp/---empent/documents/publication/wcms_116100.pdf)

ក្រុមហ៊ុន Microsoft និងមូលនិធិអាស៊ាន កម្មវិធីសិក្សា ICT នៅឆ្នាំ 2013: កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល ICT  
សម្រាប់សហគ្រាសខ្នាតតូច និងមធ្យម។ អាចរកបានពី  
<http://www.unapcict.org/ecohub/resources/ict-for-sme/training-programs-guidelines/microsoft-asean-foundation-ict-curriculum-ict-training-programs-for-small-and-medium-sized-enterprises-smes>

គណៈកម្មការរបស់ប្រទេសហ្វីលីពីននៅលើស្រ្តី ការអភិវឌ្ឍន៍យេនឌ័រនិងម៉ូឌុលអក្ខរកម្មហិរញ្ញវត្ថុ គ្មានកាលបរិច្ឆេទ។ អាចរកបានពី

<http://pcw.gov.ph/publication/development-gender-andfinancial-literacy-module-results-partnership-between-pcw-great-women-project-and-napc>

លោក *Steve Mariotti* ភាពជាសហគ្រិន៖ ធ្វើជាម្ចាស់អនាគតរបស់អ្នក, បោះពុម្ពលើកទីដប់មួយ (ក្រុងញូវយ៉ក បណ្តាញសំរាប់ការបង្រៀនភាពជាសហគ្រិននិង *Pearson* ការអប់រំ ២០១០) ។ ដែលអាចប្រើបានពី

[http://assets.pearsonschool.com/asset\\_mgr/current/201323/entrepreneurship\\_se\\_final\\_pdf](http://assets.pearsonschool.com/asset_mgr/current/201323/entrepreneurship_se_final_pdf).

សន្និសីទអង្គការសហប្រជាជាតិស្តីពីពាណិជ្ជកម្មនិងការអភិវឌ្ឍន៍ ពង្រឹងអំណាច ស្រ្តីជាសហគ្រិនតាមរយៈបច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍និងព័ត៌មាន មគ្គុទេសក៍ អនុវត្តន៍ (ញូវយ៉កនិងក្រុងហ្សឺណែវឆ្នាំ ២០១៤) ។ អាចរកបានពី [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dt/stict2013d2\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dt/stict2013d2_en.pdf)

UNESCO-UNEVOC ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មខ្នាតតូចផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ខ្ញុំ: កញ្ចប់បណ្តុះបណ្តាលស្តីពីភាពជាសហគ្រិន ។ អាចរកបានពី

<http://www.unevoc.unesco.org/go.php?q=Starting%20my%20own%20small%20business>

# អំពីអ្នកនិពន្ធ

## UN-APCICT

មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកវិទ្យាសហគមន៍ព័ត៌មាន ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍នៃអង្គការសហប្រជាជាតិប្រចាំតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក (UN APCICTសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនសម្ព័ន្ធគណៈកម្មការសេដ្ឋកិច្ចនិងសង្គម (របស់អង្គការសហប្រជាជាតិប្រចាំតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក (ESCAP) ។ UN-APCICT មានគោលបំណងពង្រឹងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងនៃប្រទេសជាសមាជិកនៃ ESCAP ដើម្បីប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមរយៈ ICT) នៅក្នុងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចសង្គមរបស់ខ្លួនតាមរយៈការកសាងសមត្ថភាពរបស់មនុស្សនិងស្ថាប័នការងារ។ ការងាររបស់ UN-APCICT ផ្តោតលើកត្តាគ្រឹះទាំងបីដូចខាងក្រោម៖

1. បណ្តុះបណ្តាល-ដើម្បីបង្កើនចំណេះដឹង និងជំនាញរបស់អ្នកបង្កើតគោលនយោបាយ និងអ្នកជំនាញវិស័យ ICT និងដើម្បីពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់អ្នកបណ្តុះបណ្តាល ICT និងគ្រឹះស្ថានបណ្តុះបណ្តាលក្នុងវិស័យ ICT នេះ
2. ការស្រាវជ្រាវ-ដើម្បីអនុវត្តការវិភាគដែលទាក់ទងនឹងការអភិវឌ្ឍ ធនធានមនុស្សនៅក្នុងវិស័យ ICT; និង
3. ការណែនាំ- ដើម្បីផ្តល់សេវាប្រឹក្សាលើកម្មវិធីអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សដល់សមាជិក ESCAP និងសមាជិកដែលពាក់ព័ន្ធ។

UN-APCICT មានទីតាំងស្ថិតនៅទីក្រុងអ៊ីនចូន Incheon នៃសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ

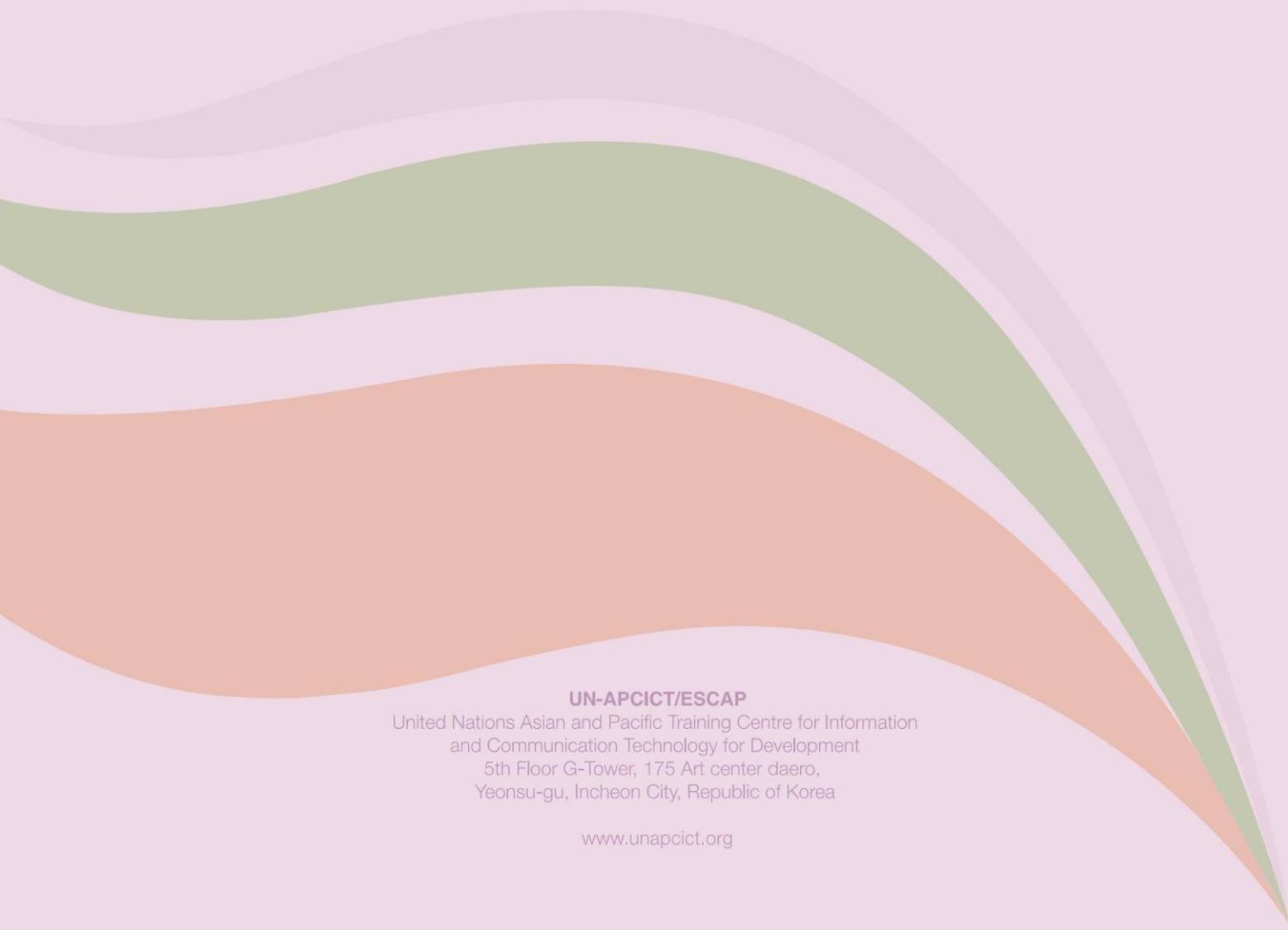
<http://www.unapcict.org>

## ESCAP គណៈកម្មការសេដ្ឋកិច្ចនិងសង្គមសម្រាប់តំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក

ESCAP គឺជាដៃអភិវឌ្ឍន៍ក្នុងតំបន់របស់អង្គការសហប្រជាជាតិនិងបម្រើការជាមជ្ឈមណ្ឌលអភិវឌ្ឍន៍សង្គម និងសេដ្ឋកិច្ចសំខាន់សម្រាប់អង្គការសហប្រជាជាតិនៅតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក។ អាណត្តិរបស់ខ្លួនគឺដើម្បី ជំរុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងសមាជិកចំនួន ៥៣ និងសមាជិកពាក់ព័ន្ធចំនួន ៩ ។ ESCAP ផ្តល់នូវ តំណ ភ្ជាប់យុទ្ធសាស្ត្ររវាងកម្មវិធីនិងបញ្ហាថ្នាក់ប្រទេសនិងថ្នាក់សកល ។ វាគាំទ្រនិងពង្រឹងទីតាំងរដ្ឋាភិបាលនៃ ប្រទេសក្នុងតំបន់និងដើម្បីគាំទ្រកិច្ចប្រជុំរបស់បញ្ហាប្រឈមសេដ្ឋកិច្ចសង្គមរបស់តំបន់ នេះនៅក្នុងពិភព សកលភារូបនីយកម្ម។ ការិយាល័យ ESCAP មានទីតាំងស្ថិតនៅទីក្រុងបាងកកប្រទេសថៃ។

ការិយាល័យ ESCAP មានទីតាំងស្ថិតនៅទីក្រុងបាងកក ប្រទេសថៃ។

<http://www.unescap.org>



**UN-APCICT/ESCAP**

United Nations Asian and Pacific Training Centre for Information  
and Communication Technology for Development  
5th Floor G-Tower, 175 Art center daero,  
Yeonsu-gu, Incheon City, Republic of Korea

[www.unapcict.org](http://www.unapcict.org)