



ការផ្ដួចផ្ដើម លើវិស័យ ICT ជល់រុន្ដី

Women and iCT Frontier Initiative

ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធខ្លាត

Managing a Business Using ICT

ម៉ូឌុល W2



សហគ្រិនស្ត្រី

Women Entrepreneurs Track

ម៉ូឌុល Module W2

ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT Managing a Business Using ICT

Maria Juanita Reyes Macapagal

APC*i*CT

មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកវិទ្យាសហគមន៍ព័ត៌មាន
ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍ប្រចាំតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក

ការផ្ដួចផ្ដើមលើវិស័យ ICT ដល់ស្ត្រី - បរិបទសហគ្រិនស្ត្រី

ការងារនេះត្រូវបានចេញផ្សាយក្រោមអាជ្ញាប័ណ្ណអន្តរជាតិ 4.0 ពីភាពជាម្ចាស់នៃគំនិតច្នៃប្រឌិត។ ដើម្បីមើលច្បាប់ចម្លងរបស់អាជ្ញាប័ណ្ណនេះសូមចូលទៅកាន់គេហទំព័រ <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

យោបល់ តួលេខ និងការប៉ាន់ស្មានដែលមានចែងក្នុងសៀវភៅនេះគឺជាការទទួលខុសត្រូវរបស់អ្នកនិពន្ធ និងមិនគួរចាំបាច់ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការឆ្លុះបញ្ចាំងពីទស្សនៈ ឬការ អនុម័តរបស់អង្គការសហប្រជាជាតិឡើយ។

ការរចនាទាំងនេះត្រូវបានប្រើប្រាស់ និងធ្វើការបង្ហាញជាសាធារណៈ នៅក្នុងការបោះពុម្ពនេះ មិនបានបញ្ជាក់បង្ហាញពីទស្សនៈណាមួយនៃលេខាធិការដ្ឋាននៃអង្គការសហប្រជាជាតិស្តីអំពីស្ថានភាពផ្នែកច្បាប់នៃប្រទេសណាមួយ ទឹកដី ទីក្រុង ឬតំបន់ ឬអាជ្ញាធររបស់ខ្លួន ឬពាក់ព័ន្ធការកំណត់ព្រំដែន ឬព្រំដែនរបស់ខ្លួនឡើយ។

ការនិយាយពីឈ្មោះក្រុមហ៊ុន និងផលិតផលពាណិជ្ជកម្ម មិនបានបញ្ជាក់អំពីការគាំទ្ររបស់អង្គការសហប្រជាជាតិ។

ទំនាក់ទំនង:

មជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុះបណ្ដាល 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

<http://www.unapcict.org>

រក្សាសិទ្ធិ©អង្គការសហប្រជាជាតិ ESCAP ឆ្នាំ 2016

រចនានិងប្លង់ :Scand-Media Corp Ltd និងលោក Lowil Espada

បកប្រែដោយអ្នកស្ម័គ្រចិត្ត និងគណៈកម្មការជាតិជំរុញភូមិផលិតផលមួយ (OVOP CAMBODIA)

បានបោះពុម្ពនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឆ្នាំ២០១៦

អារម្ភកថា

សហគ្រិនស្រ្តី គឺជាកម្លាំងជំរុញមួយសម្រាប់ធ្វើអោយមានការផ្លាស់ប្តូរ សង្គមជាវិជ្ជមាន។ សហគ្រិនស្រ្តីភាគច្រើន គឺមានភាពច្នៃប្រឌិត ប្តេជ្ញាយកឈ្នះលើរាល់ឧបសគ្គ និងនៅតែបន្តការរៀនសូត្រអស់ពេញមួយជីវិត។ ភាពជោគជ័យរបស់ពួកគេបានជំរុញនូវការបង្កើនប្រសិទ្ធភាព ពីការកំណើនឡើងនូវប្រាក់សន្សំសម្រាប់គ្រួសារ និងការវិនិយោគនៅក្នុងការថែទាំសុខភាព និងការអប់រំសម្រាប់កុមារដើម្បីជំរុញការបង្កើតការងារ និងកំណើនផលិតផលជាតិសរុបនៅក្នុងស្រុក។

ខណៈពេលដែល តំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក បានបិទគម្លាតយេនឌ័រមួយចំនួននៅក្នុងវិស័យសុខាភិបាល និងការអប់រំ ស្រ្តីត្រូវបានមានការបដិសេធច្រើនជាងបុរស ក្នុងឱកាសចូលរួមក្នុងវិស័យសេដ្ឋកិច្ច ដោយបានដាក់កំណត់ទៅលើ កម្លាំងពលកម្ម ប្រាក់ឈ្នួលទាប ការងារដែលមានភាពងាយរងគ្រោះ ឬ ការទទួលបាននូវហិរញ្ញវត្ថុ និងឥណទានដែលមានកំរិតទាប។

របៀបវារៈ ឆ្នាំ ២០៣០ សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព គឺជាគោលការណ៍សកលសម្រាប់ វិស័យសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គម នាពេលអនាគត និងធានាបាននូវនិរន្តរភាពបរិស្ថានដែលយើងចង់បានសម្រាប់កិច្ចការនេះ និងគ្រប់ជំនាន់នាពេលអនាគត។ ជាមួយនឹងគម្លាតយេនឌ័រ បានធ្វើអោយមានការផ្លាស់ប្តូរតិចតួចសម្រាប់រយៈពេលជាង ២០ ឆ្នាំកន្លងមកនេះ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ សមិទ្ធផលដែលសំរេចបានតាមចក្ខុវិស័យ នៅក្នុងតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក នឹងមានឧបសគ្គកាន់តែច្រើនឡើងៗ។ វិសមភាពបានរារាំងកម្លាំងសេដ្ឋកិច្ច និងធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ការផ្សារភ្ជាប់សង្គមដែលធ្វើអោយមានភាពរាំងស្ងះ ដល់ការអភិវឌ្ឍន៍បរិស្ថាន ប្រកបដោយចីរភាព។ ដំណោះស្រាយដែលឆ្លើយតបទៅនឹងវិសមភាព គឺតម្រូវឱ្យយើងត្រូវដោះស្រាយនូវឫសគល់នៃភាពក្រីក្រ ការរើសអើង និងដើម្បីផ្តល់ការគាំពារសង្គមឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់នូវបញ្ហាដែលងាយរងគ្រោះបំផុត។ ទាំងនេះតម្រូវឱ្យមានការបង្កើនលើ ផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកវិទ្យា និងគំនិតច្នៃប្រឌិតព្រមទាំងបង្កើនឥទ្ធិពលនៃ

បច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍និង ព័ត៌មាន (ICT) ដើម្បីបង្កើនឱកាសក្នុងការអភិវឌ្ឍលើគ្រប់វិស័យ។

ICTs គឺជាឧបករណ៍ដែលធ្វើឱ្យមានតម្លៃសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចសង្គម ការចូលរួមក្នុងសង្គម និងផ្តល់ភាពអង់អាច សូម្បីតែភាពជាក់លាក់នៃចំនួនប្រជាជន ក៏នៅតែបន្តប្រឈមមុខនឹងគុណវិបត្តិដែលជាលទ្ធផលបានមកពី ការកង្វះនៃដំណើរការ និងសមត្ថភាពក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា ទាំងនេះរបស់ពួកគេ។ ដើម្បីជាមធ្យោបាយនៃការចែកចាយ និងដើម្បីជួយដោះស្រាយនូវគម្លាតយេនឌ័រ ដែលនៅសល់មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាលអាស៊ី -ប៉ាស៊ីហ្វិកសម្រាប់ ទំនាក់ទំនងនិងបច្ចេកវិទ្យាដើម្បី ការអភិវឌ្ឍន៍(APCICT) ត្រូវបានអភិវឌ្ឍន៍ ស្រ្តី និងការផ្តួចផ្តើមលើវិស័យ ICT (WIFI) ដើម្បី

គាំទ្រដល់ស្ត្រីជាសហគ្រិន ដែលមានចំណេះដឹងជាមូលដ្ឋាន ក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ជំនាញ ICT និងប្រភពធនធានតាមរយៈប្រព័ន្ធអនឡាញ។ កម្មវិធីនេះបានជំរុញយ៉ាងសកម្ម ទៅលើបរិស្ថាន នៃគោលនយោបាយដែលនឹងអាចមានជាដំណោះស្រាយយ៉ាងពិសេស ចំពោះរបាំងនានារបស់ស្ត្រី ក្នុងការផ្តល់គុណតម្លៃដល់ស្ត្រីក្នុងមធ្យមបាយដែលមិនត្រឹមត្រូវ។

WIFI ម៉ូឌុល ជាផ្នែកមួយដែលបានឆ្លុះបញ្ចាំង ពីការអភិវឌ្ឍន៍ ទាំងជំនាញ ICT និង ចំណេះដឹងសហគ្រិនភាព ដែលមានសារៈសំខាន់ដើម្បីកែលម្អជីវភាពរស់នៅ និងការជំរុញសេដ្ឋកិច្ចទាំងមូល ទទួលបាននូវភាពរុងរឿង និងសុខុមាលភាពសម្រាប់ស្ត្រី។ សញ្ញារបស់WIFI គឺការបង្ហាញពីការ ចូលរួម ក្នុងការកសាងផែនការ និងការទទួលបាននូវនិរន្តរភាពនាពេលអនាគត ជាមួយនឹងឱកាសស្មើភាពគ្នា ក្នុងការទទួលបាននូវផលប្រយោជន៍សម្រាប់ទាំងអស់គ្នា។

បណ្ឌិត ហ៊ីអុន សុភី
នាយិកា
UN-APCICT/ESCAP

អំពីម៉ូឌុល

ម៉ូឌុលនេះ ជាម៉ូឌុលដែលទាក់ទង ទៅនឹង ម៉ូឌុល W1: លើការធ្វើផែនការអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ការទំនាក់ទំនង និងបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន។ គោលបំណងបឋមនៃម៉ូឌុល នេះគឺដើម្បីណែនាំ ស្ត្រីជាសហគ្រិនដែលមានស្រាប់ និងសហគ្រិនស្ត្រី ដែលចង់បង្កើត និងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមួយ និងមធ្យោបាយក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងការទំនាក់ទំនងវិស័យ(ICT)ដែលអាចជួយនៅក្នុងដំណើរការទាំងអស់នេះបាន។

ម៉ូឌុលនេះបានផ្តល់នូវគោលគំនិត នៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាមូលដ្ឋាន ឧបករណ៍វិភាគ និងកម្មវិធី ICT សម្រាប់ការបង្កើត និងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។ ម៉ូឌុលនេះគឺមានគោលបំណងអោយស្ត្រីដែលចេះប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT ដែលអាចប្រើប្រាស់ ICT សម្រាប់តែការងារជាមូលដ្ឋានដូចជា ការនិយាយទូរស័ព្ទ ផ្ញើសារ អ៊ីម៉ែល និងមានចំណាប់អារម្មណ៍ក្នុងការប្រើប្រាស់ ICT សំរាប់មុខងារអាជីវកម្មផ្សេងៗបន្ថែមទៀតដូចជា ការលក់និងការផ្សព្វផ្សាយផលិតផលតាមរយៈអនឡាញ ជាដើម។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ អ្នកដែលដែលមិនប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT ក៏អាចទទួលបានផលប្រយោជន៍ពីម៉ូឌុលនេះផងដែរ។ នៅក្នុងការពិចារណានៃតម្រូវការ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់សហគ្រិនស្ត្រី ម៉ូឌុលនេះមិនត្រឹមតែផ្តល់ នូវការយល់ដឹងនិងចំណេះដឹងអំពី ICT នោះទេ ក៏ប៉ុន្តែវាបានធ្វើអោយសហគ្រិនស្ត្រី មានគំនិតចាប់ផ្តើមប្រើប្រាស់ នូវឧបករណ៍ផ្សេងៗ សម្រាប់ធ្វើអាជីវកម្មរបស់ពួកគេផងដែរ។

នៅចុងបញ្ចប់នៃម៉ូឌុលនេះ នឹងមានការណែនាំដល់អ្នកសម្របសម្រួលដែលផ្តល់យោបល់លើការចែកចាយបន្តសម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលដល់សហគ្រិនស្ត្រី និងមានការវិភាគលំអិតនៅក្នុងចំណុចផ្សេងមួយដោយឡែក។

លទ្ធផលនៃការសិក្សា

ក្រោយពេលបញ្ចប់នៃម៉ូឌុលខាងលើ អ្នកសិក្សានឹងទទួលបាន៖

1. អាចភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងរវាងការផ្តល់អំណាចដល់ស្ត្រីជាមួយនឹងស្ត្រីជាសហគ្រិន ក្នុងការប្រើប្រាស់ ICT ដើម្បីធ្វើការចាប់ផ្តើម និងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម។
2. រីករាយចំពោះការភ្ជាប់បណ្តាញស្ត្រី ជាសហគ្រិន ជាមួយនឹងដែនទូទៅនៃអាជីវកម្ម ពិសេសលើការរៀបចំ ផែនការការចាប់ផ្តើម និង ការគ្រប់គ្រងសហគ្រាស ថាតើ ICT អាចមានអត្ថប្រយោជន៍អ្វីខ្លះនៅក្នុងដំណើរការទាំងនោះ។
3. រីករាយចំពោះសារៈសំខាន់ នៃការលើកទឹកចិត្តលើសហគ្រិន និងតម្រូវការពេលវេលា សម្រាប់បន្តការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមួយ។
4. ទទួលស្គាល់ពីសារៈសំខាន់នៃ ការអនុវត្តជាមួយនឹង បទប្បញ្ញត្តិរបស់រដ្ឋាភិបាល និងអាជីវកម្ម ដែលមានលក្ខណៈស្តង់ដារ។
5. យល់ដឹងពីអ្វីដែលជាទីផ្សារ និងតម្លៃនៃការរៀបចំ និងធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារនៅក្នុងអាជីវកម្ម។
6. កំណត់និងវិភាគដំណើរការនៃធនធាននិងការកៀងគរមូលនិធិ ក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្មមួយ។
7. យល់ដឹងពីភាពខុសគ្នារវាងមុខងារអាជីវកម្ម នៅក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមួយ និង ថាតើ ICT អាចត្រូវបានអនុវត្តក្នុងការសម្រួលដល់មុខងារទាំងនេះយ៉ាងដូចម្តេច។
8. រីករាយនូវតម្លៃ នៃការការពារអាជីវកម្មមួយដែលទាក់ នឹងផ្នែកច្បាប់ រូបបរិវេណ និងការគំរាមកំហែងលើប្រព័ន្ធ Online
9. យល់ដឹងពីសារៈសំខាន់នៃការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃនៃការអនុវត្តអាជីវកម្ម។
10. ទទួលស្គាល់ការភ្ជាប់រវាងការត្រួតពិនិត្យ និងការវាយតម្លៃ និងការបិទអាជីវកម្ម។

គោលដៅសិក្ខាកាម

សិក្ខានុពលនៃសហគ្រិនស្ត្រី និង សហគ្រិនស្ត្រីនៅដំណាក់កាលដំបូងនៃការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ

រយៈពេល

12 ម៉ោងនៅលើមូលដ្ឋានដែលបានរាលដាលចេញនៅលើការផលិតក្នុងមួយសប្តាហ៍ដោយផ្អែកទៅលើ 2 ទៅ 3 ម៉ោងអាចរកបានជារៀងរាល់ថ្ងៃនៃអ្នកចូលរួមជាស្ត្រី។

ការទទួលស្គាល់

UN-APCICT ទទួលស្គាល់នូវដៃគូដែលបានចូលរួម ក្នុងការពិនិត្យឡើងវិញជាច្រើនសារ នៃមតិកានៃឯកសារបណ្តុះបណ្តាល និងដែលបានផ្តល់ នូវមតិដ៏មានសារសំខាន់មិនអាចកាត់ថ្លៃ បានក្នុងខណៈពេលដែលកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ម៉ូឌុលនេះ។ យើងសូមអរគុណដល់វិទ្យាស្ថានប៉ាគីស្ថាននៃ ICTs សំរាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ (PIID) និងសាកលវិទ្យាល័យ នៃប្រទេសហ្វីលីពីន University of the Philippines Diliman នៅក្នុងកម្មវិធីបន្ត Pampanga (UP Clark)។ UN-APCICT បានទទួលស្គាល់ផងដែរពីការចូលរួមចំណែកពិតប្រាកដក្នុងការចែករំលែករបស់ Marria Juanita R, Macapagal, Faheem Hussain បាន Sayuri Cocco Okada, Okada, Thi Ngoc Thao Nguyen, Maria Luisa S^a 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 ដែលពិតជាជួយបង្កើតម៉ូឌុលនេះឡើង។ យើងសូមអរគុណអ្នកចូលរួម ពីកិច្ចប្រជុំពិគ្រោះយោបល់ កិច្ចប្រជុំក្រុមអ្នកជំនាញ សិក្ខាសាលា និងការចុះអនុវត្តន៍ នៅមូលដ្ឋានផ្ទាល់ ហើយទីបញ្ចប់ ក៏សូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះលោក Christine Apikul សម្រាប់កែសម្រួលលើម៉ូឌុលនេះ។

មាតិកា

អំពីម៉ូឌុល	iii
បញ្ជីនៃប្រអប់	vii
បញ្ជីនៃតួលេខ	vii
បណ្ណីតារាង	vii
បញ្ជីនៃរូបតំណាង	viii
បញ្ជីអក្សរកាត់	ix
I. សេចក្តីផ្តើម	1
1.1. តើម៉ូឌុល W2 ជាអ្វី?	1
1.2. ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT នៅក្នុងការចាប់ផ្តើមនៃអាជីវកម្ម និងការគ្រប់គ្រង	2
1.3. ការអនុវត្តន៍លើករណីសិក្សាមួយ	3
II. កាបង្កើតអាជីវកម្មរបស់អ្នក	6
2.1. តើការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដោយរបៀបណាខ្លះ?	7
2.1.1. ការលើកទឹកចិត្ត និងពេលវេលាដែលសហគ្រិនអាចធ្វើទៅបាន	13
2.1.2. អនុវត្តតាមបទប្បញ្ញត្តិជាតិនិងតាមមូលដ្ឋាន	18
2.2. ធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍នូវផែនការអាជីវកម្មនិងការអនុវត្តន៍	20
2.2.1. តើពាក្យ “ ទីផ្សារ ” នៅក្នុងអាជីវកម្មជាអ្វី?	20
2.2.2. តើអ្វីជាការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ?	22
2.2.3. ផលិតផល: តើអ្វីគុណសម្បត្តិនៃការប្រកួតប្រជែងនិងសំណើរលើតម្លៃរួម?	28
2.2.4. ការបង្កើតតម្លៃសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក	30
2.2.5. តម្លៃ: តើអ្វីជាតម្លៃដែលសមហេតុផលសម្រាប់ទីផ្សារគោលដៅរបស់អ្នក?	31
2.2.6. ការកំណត់តម្លៃ និងលក្ខខណ្ឌការលក់	38
2.2.7. ទឹកនៃឯក: ទីណា និងកន្លែងណាដែលអតិថិជនរបស់អ្នកទិញទំនិញផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក?	39
2.2.8. ការផ្សព្វផ្សាយ: តើអតិថិជនរបស់អ្នកនឹងបានដឹងឬយល់ដឹងអំពីផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច?	41
2.3. ការកៀងគរធនធាន	47
2.3.1. ការស្វែងរកព័ត៌មាន	46
2.3.2. បណ្តាញទំនាក់ទំនង	47
2.3.3. ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់អាជីវកម្មរបស់អ្នក: ការធ្វើឱ្យប្រាក់ដែលអាចប្រើប្រាស់បាន	50
2.3.4. ការធ្វើផែនការធនាគារ និងរៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញ	54

2.3.5	ការទិញឧបករណ៍សម្ភារៈនិងវត្ថុធាតុដើម	56
2.3.6	ការជួលធនធានមនុស្ស	57
III.	ដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នក	61
3.1.	មុខងារអាជីវកម្ម	62
3.1.1.	ការគ្រប់គ្រងទូទៅ	62
3.1.2.	បញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌនិងការទិញវត្ថុធាតុដើមនិងឧបករណ៍	63
3.1.3.	ផលិតកម្ម	64
3.1.4.	ទីផ្សារនិងការលក់	67
3.1.5.	ការគ្រប់គ្រងមនុស្ស	69
3.1.6.	ហិរញ្ញវត្ថុនិងរដ្ឋបាល	69
3.1.7.	តើត្រូវការប្រាក់បន្ថែមទៀតដែរឬទេ?	73
3.2.	ការការពារខ្លួន និងអាជីវកម្មរបស់អ្នក	75
3.2.1.	ការអនុលោមតាមច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិ	74
3.2.2.	ធានារ៉ាប់រងសម្រាប់អាជីវកម្មនិងខ្លួនអ្នកផ្ទាល់	74
3.2.3.	សន្តិសុខក្នុងបណ្តាញអនឡាញនិងនៅក្រៅបណ្តាញ	75
3.3.	ការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃ	77
IV.	ការបិទអាជីវកម្ម	80
V.	សេចក្តីសង្ខេប	82
	ឧបសម្ព័ន្ធ	84
	អំពីអ្នកនិពន្ធ	104
	UN-APCICT	104
	ESCAP105	105

បញ្ជីនៃប្រអប់

Box 1. ករណីនៃសហគ្រិនជាម្ចាស់អាជីវកម្មធ្វើនិដុត	3
Box 2. សំណួរគំរូនៃទីផ្សារខ្នាតតូច	22
Box 3. ប្រអប់ទី៣ ឧបករណ៍បណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយ	42

បញ្ជីនៃតួលេខ

Figure 1. វដ្តសកម្មភាពអាជីវកម្ម	7
Figure 2. ខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្ម	31
Figure 3. ការបែងចែកមូលនិធិផ្ទាល់ខ្លួន និងអាជីវកម្ម	72

បញ្ជីតារាង

Table 1. បញ្ជីផ្ទៀងផ្ទាត់នៃសកម្មភាពដើម្បីចាប់ផ្តើមសម្រាប់អាជីវកម្ម	8
Table 2. បង្ហាញពីឧទាហរណ៍នៃទម្លាប់ប្រចាំថ្ងៃរបស់ វិចិត្រីយ៉ា។	14
Table 3. តារាងកាលវិភាគសកម្មភាពប្រចាំថ្ងៃនិង សប្តាហ៍	16
Table 4. ការវិភាគលទ្ធផលពីការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ	25
Table 5. ការបរិយាយតម្លៃតែមួយគត់	28
Table 6. ការកែលម្អ និងដំណើរការផ្លាស់ប្តូរសង្វាក់ផលិតកម្ម	29
Table 7. សំណួរសម្រាប់ការការអភិវឌ្ឍន៍សំណើរលើតម្លៃរួម	30
Table 8. ការគណនានៃការចំណាយសម្ភារៈដោយផ្ទាល់	33
Table 9. តារាងទី៩ ការគណនា នៃថ្លៃកំលាំងពលកម្មផ្ទាល់	35
Table 10. ការគណនាថ្លៃនៃការចំណាយផ្សេងៗ	36
Table 11. ការគណនានៃតម្លៃសរុបក្នុងមួយឯកតា	37
Table 12. សំណួរដើម្បីកំណត់ទីតាំងដាក់លក់លក់	40
Table 13. តារាងទំនាក់ទំនង	49
Table 14. តារាងបង់ប្រាក់ទៅធនាគារតាមតាមអ៊ីនធឺណិត	55
Table 15. បញ្ជីសារពើភ័ណ្ណ	61
Table 16. បញ្ជីអ្នកផ្គត់ផ្គង់	62
Table 17. បញ្ជីសំភារៈនិងឧបករណ៍	62
Table 18. ឯកសារនៃដំណើរការផលិតកម្ម	63
Table 19. ការចំណាយនិងអត្ថប្រយោជន៍ការវិភាគនៃជម្រើសផលិតផលថ្មី	65
Table 20. ការព្យាករណ៍ប្រាក់ចំណេញនិងការបាត់បង់ក្នុងមួយខែ	69
Table 21. ការតាមដាន និងវាយតម្លៃដោយសង្ខេប	77

បញ្ជីនៃរូបតំណាង



ស្នូល / សារគន្លឹះ



សំណួរនៃការឆ្លុះបញ្ចាំង



ករណីសិក្សា



អ្វីដែលត្រូវធ្វើ



សាកលងខ្លួនឯង

បញ្ជីអក្សរកាត់

APCICT	មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាល បច្ចេកវិទ្យាសហគមន៍ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍ នៃអង្គការ បហាប្រជាជាតិ ប្រចាំតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក (អង្គការសហប្រជាជាតិ)
ASEAN	សហគមន៍ប្រជាជាតិអាស៊ាន
C1	មាតិកាស្នូលរបស់ WIFI - ម៉ូឌុល C១: ការពង្រឹងអំណាចស្ត្រី SDGs និង ICT
C2	មាតិកាស្នូលរបស់ WIFI-ម៉ូឌុល C២: ដាក់បញ្ចូលតួនាទីរបស់ ICTសម្រាប់សហគ្រិនស្ត្រី
CCTV	ទូរទស្សន៍ខ្សែកាបសៀគ្វីអគ្គីសនី
ESCAP	គណៈកម្មការសេដ្ឋកិច្ចនិងសង្គមសម្រាប់តំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក (អង្គការសហប្រជាជាតិ)
FAO	អង្គការស្បៀងនិងកសិកម្ម (អង្គការសហប្រជាជាតិ)
ICT	បច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍ព័ត៌មាន
ILO	អង្គការពលកម្មអន្តរជាតិ
IPR	សិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា
SCAMPER	Substitution, Combination, Amplify, Minimize, Put to Other Use, Eliminate & Rearrange
SDG	គោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព
SMS	សេវាកម្មសារខ្លីៗ
SMART	Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time-bound Goal
UN	អង្គការសហប្រជាជាតិ
USD	ប្រាក់ដុល្លារសហរដ្ឋអាមេរិក
UNCTAD	សន្និសីទអង្គការសហប្រជាជាតិស្តីពីពាណិជ្ជកម្មនិងការអភិវឌ្ឍន៍
UNESCO	អង្គការសហប្រជាជាតិ ផ្នែកអប់រំ វិទ្យាសាស្ត្រ និងវប្បធម៌
UNEVOC	មជ្ឈមណ្ឌលអន្តរជាតិសម្រាប់ការអប់រំបច្ចេកទេសនិងវិជ្ជាជីវៈនិងបណ្តុះបណ្តាល
UN WOMEN	អង្គការសហប្រជាជាតិអង្គភាពសម្រាប់សមភាពយេនឌ័រនិងការពង្រឹងសិទ្ធិអំណាចស្ត្រី
W1	សហគ្រិនបទស្ត្រី - ម៉ូឌុល W១: ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ ICT
W2	សហគ្រិនបទស្ត្រី - ម៉ូឌុល W២: គ្រប់គ្រងអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ ICT
WIFI	ការផ្តួចផ្តើមចំណេះដឹងផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍ព័ត៌មានដល់ស្ត្រី

I. សេចក្តីផ្តើម

លំអានសហគ្រិនស្ត្រី - ម៉ូឌុល WJ: ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម ដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT ម៉ូឌុល W2 និងការ គ្រប់គ្រង ពាណិជ្ជកម្មដោយប្រើ ICT ដែលត្រូវបានរចនាឡើង យ៉ាងពិសេសសម្រាប់ សក្តានុពលរបស់សហគ្រិនស្ត្រី និងអ្នក ដែលត្រូវបានចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ ម៉ូឌុលនេះបានប្រើជាមគ្គុទេសទៅនឹងស្ត្រីដែលចង់បង្កើននិងធ្វើឱ្យប្រសើរ ឡើងនូវចំណេះដឹង ជំនាញ និងសមត្ថភាព របស់ពួកគេចង់បាន ក្នុងការបង្កើតគម្រោងអាជីវកម្ម និងការគ្រប់គ្រង អាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ ម៉ូឌុលនេះរួមបញ្ចូលទាំង ឧទាហរណ៍លើករណីសិក្សា ការធ្វើលំហាត់ និង ឧបករណ៍វិភាគ ដើម្បីសាងនិងបង្កើនការយល់ដឹងនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងបរិស្ថានជុំវិញ។

ម៉ូឌុល WJ: គឺជាការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម ដោយការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT ផ្តល់គំនិតអាជីវកម្ម ជាមូលដ្ឋាន ឧបករណ៍វិភាគនិងកម្មវិធី ICT ជាមូលដ្ឋាននៅក្នុងការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម។ ម៉ូឌុលស្តីពីការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មដោយ ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT គឺជាម៉ូឌុលដែលភ្ជាប់ទៅនឹងម៉ូឌុល WJ ។ ម៉ូឌុលនេះមានគោលបំណងដើម្បីលើកកម្ពស់ សហគ្រិនស្ត្រីបង្កើនការយល់ដឹងនៃជំនាញ និងចំណេះដឹង ឥរិយាបថ និងតម្លៃ ដែលឆ្ពោះទៅរកភាពពិត និង សកម្មភាពប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ ឧទាហរណ៍ករណីសិក្សា និងការធ្វើលំហាត់ ដោយការអនុវត្តន៍កម្មវិធី ICT ត្រូវ បានបង្ហាញដើម្បីសម្របសម្រួលដល់ការប្រើប្រាស់កម្មវិធី ICT ក្នុងការគ្រប់គ្រងសកម្មភាពអាជីវកម្ម។

ជាពិសេសបទដ្ឋាននៃការសិក្សានឹងត្រូវបានអនុវត្តជាក់ស្តែងនិងអន្តរកម្មដូចខាងក្រោម:

- » គោលគំនិត និងអាជីវកម្មសាមញ្ញ ទៅនឹងប្រភេទទាំងអស់នៃអាជីវកម្ម
- » ឧទាហរណ៍ករណីសិក្សាខ្លះៗដើម្បីដោះស្រាយនូវគោលគំនិត និងបច្ចេកទេស
- » ការធ្វើលំហាត់ និងការពិភាក្សា ធ្វើឱ្យអ្នកសិក្សាអាចអនុវត្តន៍នូវគោលគំនិតទៅក្នុងអាជីវកម្មជាក់លាក់របស់ពួកគេ។

1.1. តើម៉ូឌុល W2 ជាអ្វី?

គោលបំណងនៃការរៀនសូត្រម៉ូឌុលនេះគឺ:

- » ផ្តល់ជាគោលការណ៍ណែនាំ លើការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម
- » ដើម្បីធ្វើបទបង្ហាញពីទិដ្ឋភាពនានានៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម
- » ដើម្បីណែនាំពីផលប្រយោជន៍នៃកម្មវិធីកម្មវិធី ICT នៅក្នុងការចាប់ផ្តើមនិងការរៀបចំអាជីវកម្ម

ទំហំនៃការណែនាំ រួមបញ្ចូលទាំងប្រធានបទសំខាន់ៗ ចំនួនពីរគឺ: (១) ការបង្កើតអាជីវកម្មរបស់អ្នក (របៀបនៃការចាប់ផ្តើម); និង(២) ដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នក (របៀបនៃការគ្រប់គ្រងសហគ្រាស) ។

នៅពេលដែលអ្នក ចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម វាមានន័យថា អ្នកបានសម្រេចចិត្តដើម្បីបង្កើតអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងអនុវត្តផែនការរបស់អ្នកដែលមានដូចខាងក្រោម៖ ធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ (ថាតើអ្នកធ្វើវាដោយខ្លួនឯងឬអ្នកសួរអ្នកដទៃ) រៀបចំទិន្នន័យលើចំនួនមនុស្ស ផលិតផល ទឹកនៃឯក តម្លៃ និងការផ្សព្វផ្សាយ កៀងគរធនធានដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកតម្រូវឱ្យ និងធានាការប្រព្រឹត្តិយ៉ាងត្រឹមត្រូវទៅតាមច្បាប់ជាតិនិងតាមតំបន់នៃទីតាំងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

នៅពេលដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នក កំពុងដំណើរការ អ្នកដែលជាម្ចាស់អាជីវកម្ម និងសហគ្រិន នឹងត្រូវការវា ដើម្បីគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដូចជា ការធ្វើបញ្ជីសារពើភ័ណ្ណ គ្រប់គ្រងស្តុក និង ការទិញវត្ថុធាតុដើម ត្រួតពិនិត្យដំណើរការផលិតផលឬសេវាកម្ម ហើយក៏ត្រូវបានពាក់ព័ន្ធចំពោះផ្នែកទីផ្សារនិងការលក់ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស ហិរញ្ញវត្ថុនិងរដ្ឋបាល។

វាជាផ្នែកមួយនៃតួនាទីរបស់អ្នកដែលជាម្ចាស់អាជីវកម្ម និងជាសហគ្រិន ក្នុងការចិញ្ចឹមបីបាច់និងការការពារអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដូច្នេះវានឹងទទួលបាន ជោគជ័យជាក់ជាមិនខាន។ នៅក្នុងដំណើរការ នៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់អ្នក អ្នកនឹងចាំបាច់ ត្រូវបង្កើតឡើងដើម្បីវាស់ស្ទង់ លើដំណើរការអាជីវកម្ម ដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋានមួយដែលទៀងទាត់ដែលឆ្លើយតបនឹងលិខិតផល និងរៀនពីមេរៀនលើអ្វីដែលអ្នកបានធ្វើនិងអ្វីដែលអ្នកមិនបានធ្វើ។ ការឆ្លុះបញ្ចាំងទាំងនេះក្លាយជាផ្នែកមួយនៃឧបករណ៍ ដែលអ្នកប្រើដើម្បីធ្វើឱ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នកបានរីកលូតលាស់។

លិខិតផលនៃការសិក្សា

ការតភ្ជាប់នៃការផ្តល់ភាពអង់អាចដល់ស្ត្រីជាមួយ នឹងសហគ្រិនភាពនិងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT ក្នុងការចាប់ផ្តើមនិងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម។

1.2. ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT នៅក្នុងការចាប់ផ្តើមនៃអាជីវកម្ម និងការគ្រប់គ្រង

ICT បានចូលរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការបង្កើនដំណើរការទៅលើព័ត៌មាន និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃអាជីវកម្ម។ នៅក្នុងម៉ូឌុល WJ: ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ ICT ការបែងចែក ICT និងកម្មវិធីដែលមានប្រយោជន៍សម្រាប់ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មត្រូវបានចុះបញ្ជី និងពិពណ៌នា។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរកម្មវិធី ICT និងកម្មវិធីដែលមានប្រយោជន៍សម្រាប់ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម និងការគ្រប់គ្រងនឹងត្រូវបានលើកឡើងនៅទីនេះ។

អ្នកដែលប្រកបអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ ICT នៅក្នុងបណ្តាប្រទេសមួយចំនួនបានអភិវឌ្ឍន៍នូវបទដ្ឋាននៅតាមតំបន់ និងផ្នែកនៃបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គម និងប្រើប្រាស់ភាសាតាមតំបន់ គឺពួកគេពិចារណា លើការអនុវត្តន៍ ទៅតាម វប្បធម៌ សង្គមនៃប្រទេស នៅក្នុងការទាក់ទងលើការផ្សព្វផ្សាយអាជីវកម្ម និងការលក់។

ឧបករណ៍មួយចំនួននៃប្រព័ន្ធ ICT ដែលត្រូវបានគេបង្ហាញរួច ហើយនៅក្នុងម៉ូឌុល W1: ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មមួយ ដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ទំនាក់ទំនង និងបច្ចេកវិទ្យា ។ ឧបករណ៍ ICT បន្ថែមដែលមានប្រយោជន៍នៅក្នុងការចាប់ផ្តើម និងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមួយរួមមាន:

- » ការស្ទង់មតិលើប្រព័ន្ធ Online (ឧទ. SurveyMonkey)
- » ប្រព័ន្ធទំនាក់ទំនងសង្គម ឧទាហរណ៍ដូចជា Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, គេហទំព័រ YouTube)
- » ឧបករណ៍ក្នុងការគ្រប់គ្រងបញ្ជីសារពើភ័ណ្ណ (ឧទាហរណ៍ដូចជា Skyware, Inventory Box, Brightpearl, Megaventory)
- » មូលដ្ឋាននៃទិន្នន័យ និង Cloud storage
- » កន្លែងទីផ្សារ Online (ឧទាហរណ៍ ដូចជាក្រុមហ៊ុន Alibaba)
- » ឧបករណ៍នៃការទំនាក់ទំនង និង សហប្រតិបត្តិការណ៍ (ឧទាហរណ៍ដូចជាក្រុមហ៊ុន Google)
- » ឧបករណ៍គ្រប់គ្រងគម្រោង (ឧទាហរណ៍ដូចជា គម្រោង Libre)

1.3. ការអនុវត្តន៍លើករណីសិក្សាមួយ

ការធ្វើករណីសិក្សា (ប្រអប់ទី 1) និងឧទាហរណ៍នឹងត្រូវបានប្រើដើម្បីពន្យល់អំពីគំនិតនិងគំនិតសំខាន់ណែនាំនៅក្នុង ម៉ូឌុលនេះ។

ប្រអប់ទី 1. ករណីនៃសហគ្រិនជាម្ចាស់អាជីវកម្មធ្វើនំដុត

វិចិត្រីយ៉ា ជាម្តាយម្នាក់ដែលស្នាក់នៅផ្ទះ។ នាងបានរៀបការ និងមានកូនចំនួនពីរនាក់ ហើយនាងមានបំណងចង់រួម ចំណែកក្នុងការរកចំណូលសម្រាប់គ្រួសារ ព្រោះប្រាក់ចំណូលថ្មី របស់នាងគ្រាន់តែបានគ្រប់សំរាប់ចំណាយក្នុង គ្រួសារតែប៉ុណ្ណោះ។ គាត់ចង់ឱ្យគ្រួសាររបស់គាត់ មានប្រាក់កាក់នៅសល់សំរាប់សន្សំខ្លះ។ វិចិត្រីយ៉ា បានដឹងអំពី របៀបដុតនំ ដែលជាជំនាញមួយដែលម្តាយនិងជីដូនរបស់គាត់បានបង្រៀននៅពេលដែលគាត់ធំដឹងក្តីឡើង គាត់ បានសម្រេចចិត្តថា គាត់អាចលក់នំដែលគាត់ធ្វើនៅផ្ទះបាន ដើម្បីបង្កើននូវប្រាក់ចំណូល។ គាត់បានរៀបចំចាប់ផ្តើម ធ្វើអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួនរបស់គាត់ ដែលអាចឱ្យគាត់ធ្វើអាចកំណត់ពេលវេលាក្នុងការចំអិននំ គាត់អាចធ្វើការងារផ្សេងៗ នៅជុំវិញផ្ទះ ហើយគាត់ ក៏អាចរកប្រាក់ចំណូលសម្រាប់គ្រួសារ បានបន្ថែមទៀតផង គាត់មានអារម្មណ៍ថា គឺជា គុណសម្បត្តិមួយសម្រាប់គាត់ ជាជាងគាត់ស្វែងរកការងារក្រៅម៉ោងធ្វើ។

ដើម្បីទទួលបានមតិ និងយោបល់វិះគន់ដើម្បីស្ថាបនាអំពីរស់ជាតិនិដុតរបស់គាត់អំពីមនុស្សផ្សេងៗទៀត

វិចិត្រវិយ៉ា បានសម្រេចចិត្តធ្វើនិដុត ដើម្បីចែកជូនភ្ញៀវទាំងអស់ ដែលអញ្ជើញចូលរួមក្នុងកម្មវិធីខួបកំណើតកូនស្រី របស់គាត់ដោយឥតគិតថ្លៃ។ គាត់បានទទួលនូវការឆ្លើយតបយ៉ាងល្អពីមនុស្សជាច្រើនអ្នកដែលបានភ្ជាក់រស់ជាតិនិដុត របស់គាត់។ វិចិត្រវិយ៉ា បានទទួលនូវការបញ្ជាទិញជាច្រើន ពីមិត្តភក្តិរបស់គាត់ សំរាប់កម្មវិធីដប់លៀងផ្សេងៗ របស់កូនៗពួកគេ។ គាត់បានផ្ដោតអារម្មណ៍យ៉ាងខ្លាំង ទៅលើការលក់និដុតរបស់គាត់ហើយបានសួរទៅកាន់មិត្តភក្តិ របស់គាត់ថាតើតម្លៃប៉ុន្មានដែរគួរតែគិតលុយពីពួកគេ។

មូលនិធិដែល វិចិត្រវិយ៉ា បានប្រើប្រាស់ដើម្បីចាប់ផ្ដើមអាជីវកម្មរបស់នាង គឺបានមកពីប្រាក់សន្សំនៅធនាគាររបស់ ក្រុមគ្រួសារនាង។ នាងនិងស្វាមីនាងបានវិនិយោគប្រាក់របស់ពួកគេក្នុងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការក្នុងតំបន់។ នាងបាន ក្លាយជាសមាជិកនៃមួយនៃគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុមួយ និងមានភាពសកម្មនៅក្នុងសហគមន៍របស់នាង។

ដំបូង វិចិត្រវិយ៉ា បានកាត់ត្រានៃការចំណាយនិងចំណូលដែលទាក់ទងនឹងការដុតនិដុតរបស់នាងនៅក្នុងសៀវភៅមួយ។ ទោះជាយ៉ាងណា នៅពេលដែលការបញ្ជាទិញនេះបានចាប់ផ្ដើមកើនឡើង នាងមានពេលតិចតួចដើម្បីតាមដានថា តើនាង ពិតជាទទួលបានប្រាក់ចំណេញឬ អត់។ លើសពីនេះទៅទៀត ពេលខ្លះនាងបានប្រើប្រាស់នូវការទូទាត់ សម្រាប់ការចំណាយក្នុងគ្រួសារ ប៉ុន្តែនាងភ្លេចកត់ត្រាចូល ទៅក្នុងសៀវភៅ ។ នេះជាពេលដែល វិចិត្រវិយ៉ា បានដឹង ថាអាជីវកម្មរបស់នាង ត្រូវបានរីកលូតលាស់ហើយនាងបានរៀបចំដំណើរការវាបានត្រឹមត្រូវផងដែរ។ នាងទទួលនូវ ភាពរីកចំរើននិង មានភាពរីកចំរើនយ៉ាងខ្លាំងជាមួយការងារពីមុនក្នុងការរៀបចំអាជីវកម្មមួយ។

នាងមិនមានបទពិសោធនៅក្នុងការរៀបចំអាជីវកម្មមួយទេ ប៉ុន្តែនាងបានដោះស្រាយនូវបញ្ហាទាំងនោះដើម្បីរៀនពីអ្វី ដែលជាតម្រូវការ ដើម្បីក្លាយជាសហគ្រិន ដែលទទួលបានជោគជ័យយ៉ាងខ្លាំង មួយ។ នាងបានដឹងថានាងត្រូវការ ជាចាំបាច់ ដើម្បីកំណត់គោលដៅយ៉ាងច្បាស់ ចំពោះអ្វីដែលនាងចង់បានមុខជំនួញ ដុតនិដុតរបស់នាង។ ដើម្បី រក្សាហិរញ្ញវត្ថុរបស់នាងនៅតាមលំដាប់ វិចិត្រវិយ៉ា បានអានសៀវភៅ លើការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ យកមុខវិជ្ជា Online ធ្វើជាបញ្ហា ហើយបានសួរសហគ្រិន នៅក្នុងសហគមន៍របស់នាង អំពីរបៀបដែលពួកគេដោះស្រាយ ហិរញ្ញវត្ថុលើ អាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ នាងបានទទួលស្គាល់ថា នាងត្រូវការជាចាំបាច់ ដើម្បីស្វែងរក អោយឃើញថា តើការបង្កើត អាជីវកម្មដុតនិដុតក្នុងតំបន់ អាចនឹងធ្វើបានសម្រាប់ការពង្រីក ឬវានឹងជាការប្រសើរឡើង ប្រសិនបើនាងដែលមាន ទីតាំងអាជីវកម្មនៅ តំបន់មួយផងទៀត។ នាងបានសួរអ្នកនៅជុំវិញខ្លួនសម្រាប់កន្លែងដែលល្អបំផុតដែលជាកន្លែង ដែលនាងអាចទទួលបាននូវវត្ថុធាតុដើមល្អបំផុត សម្រាប់តម្លៃទាបបំផុត ដូច្នោះ នាងអាចរក្សាបាននូវ ប្រសិទ្ធភាពនៃ ថ្លៃដើម។

វិចិត្រវិយ៉ា ជាផ្នែកមួយនៃបណ្តាញទំនាក់ទំនងយ៉ាងសកម្មជាមួយម្តាយៗនៅតាមសាលារៀន និងសហគមន៍។ គាត់ បានទទួលការចាប់ផ្ដើមឆ្លើយតបពីបណ្តាញនៃម្តាយទាំងនោះ គាត់បានប្រើប្រាស់បណ្តាញទាំងនេះដើម្បីសុំព័ត៌មាន អំពីទីកន្លែង ដែលអាចធ្វើកិច្ចព្រមព្រៀងសម្រាប់ហាងនិដុតរបស់គាត់ ដើម្បីអោយដូចជាហាងកាហ្វេ សាលារៀន និង ហាងបាយនៅមន្ទីរពេទ្យ។ គាត់បានចាប់ផ្ដើមសម្លឹងមើលមនុស្សដែលគាត់ អាចនិយាយបានអំពីបញ្ហានេះ។ មិត្តភក្តិ របស់គាត់បានណែនាំឱ្យគាត់ចាប់ផ្ដើមធ្វើកំណត់ហេតុបណ្តាញមួយតាមបទពិសោធន៍របស់គាត់ក្នុងការចាប់ផ្ដើមធ្វើ

អាជីវកម្មមួយ និងនៅពេលដូចគ្នានេះបញ្ហាព័ត៌មានទាក់ទងទៅនឹងទឹកថ្លៃដែលអាចទិញផលិតផលរបស់គាត់។ ទន្ទឹមនឹងនេះផងដែរ វិចិត្រវិយ៉ា ត្រូវបានគេណែនាំឱ្យប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធទំនាក់ទំនងសង្គមដើម្បីអោយអតិថិជនបានដឹង និងដើម្បីស្វែងរកដៃគូសហការដែលមានសក្តានុពល។

វិចិត្រវិយ៉ា បានដឹងថា គាត់គួរតែទទួលបាននូវប្រភពនៃព័ត៌មាន ដែលគាត់ត្រូវការ ដើម្បីធ្វើឱ្យការ សម្រេចចិត្តលើ អាជីវកម្មទទួលបានការគាំទ្រ និង ការស្វែងរកការទំនាក់ទំនង នៅក្នុងអាជីវកម្ម ការផ្តល់ជំនួយបន្ថែម ប្រភពនៃ ឧបករណ៍និងវត្ថុធាតុដើម និងប្រព័ន្ធនៃធនធានមនុស្សជាដើម។ គាត់បានពង្រឹងនូវជំនាញរបស់គាត់នៅក្នុងការទំនាក់ ទំនង ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម និងការរក្សាលើការ កត់ត្រាហិរញ្ញវត្ថុរបស់គាត់ទៅតាមលំដាប់លំដោយ។ វាជាការ សំខាន់ ដែលគាត់បានធ្វើការលើជំនាញក្នុងការគ្រប់គ្រងពេលវេលានិងការរៀបចំ ដែលអាចជួយអោយគាត់ធ្វើការងារ ជាអាទិភាពដែលទាក់ទងទៅនឹងអាជីវកម្មនិងគ្រួសាររបស់គាត់ផងដែរ។

វិចិត្រវិយ៉ា បានធ្វើការស៊ើបសួរទាក់ទងនឹងដំណើរការនៃការបង្កើតអាជីវកម្មមួយ។ គាត់បានសួរមិត្តភក្តិរបស់គាត់ថា ប្រសិនបើពួកគេបានដឹងអ្វីទាំងអស់អំពីការបង្កើតអាជីវកម្មនៅនឹងផ្ទះ។ វិចិត្រវិយ៉ា បានទៅហាងកាហ្វេអ៊ិនធឺណិតមួយ ដើម្បីចូលទៅមើលលើ ប្រព័ន្ធអនឡាញ និងពិនិត្យមើល ប្រសិនបើមានការផ្តល់សេវា ពីរដ្ឋាភិបាល ដែលមាន ការ ចុះបញ្ជីអាជីវកម្មនៅលើបណ្តាញអនឡាញ។ គាត់បានពិនិត្យមើលទៅលើវគ្គសិក្សាលើអាជីវកម្មតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ដោយឥតគិតថ្លៃ ដើម្បីបង្កើនចំនេះដឹងរបស់គាត់ នៅក្នុងអាជីវកម្ម ជាពិសេសនៅលើទីផ្សារ ការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផល ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណសុវត្ថិភាពអាហារ និង យីហោ។ គាត់បានពិនិត្យមើលតាមរយៈវីដេអូលើ របៀបនៃការដុតនំរបស់គេតាម អនឡាញ។ វិចិត្រវិយ៉ា បានទិញនូវសៀវភៅបោះពុម្ពផ្សាយ ជាលក្ខណ៍ឌីជីថល ដែល មានរូបភាពច្បាស់ល្អ ដូច្នោះ គាត់អាចរៀននិង ស្វែងយល់បន្ថែម អំពីដំណើរការអាជីវកម្ម និងរបៀបនៃការដុតនំជា ដើម។

ដោយការប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ បង្កើតគំនិតអាជីវកម្មមួយនិងឥរិយាបថដែលសហគ្រិនទទួលបានភាពជោគជ័យ វិចិត្រវិយ៉ា បានត្រៀមខ្លួនជាស្រេច ដើម្បីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មលក់នំដុត ដែលធ្វើនៅផ្ទះអោយមានគុណភាពខ្ពស់ នឹង ដែលត្រូវបានគេទទួលស្គាល់នៅទូទាំងប្រទេស។

II. ការបង្កើតអាជីវកម្មរបស់អ្នក

លទ្ធផលនៃការសិក្សា

- » ពេញចិត្តក្នុងការភ្ជាប់បណ្តាញទំនាក់ទំនង រវាងសហគ្រិនស្រ្តី ជាមួយនឹងវិស័យទូទៅ នៃអាជីវកម្ម ពិសេសការរៀបចំផែនការ និងការគ្រប់គ្រងសហគ្រាស និងថាតើការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ទំនាក់ទំនង និង បច្ចេកវិទ្យាអាចមានប្រយោជន៍អ្វីខ្លះនៅក្នុងដំណើរការទាំងនោះ។
- » ពេញចិត្តចំពោះសារៈសំខាន់ ក្នុងការលើកទឹកចិត្តសហគ្រិន និងតម្រូវការពេលវេលាសម្រាប់ ការគ្រប់គ្រងដើម្បីបន្តអាជីវកម្មមួយអោយមានដំណើរការ។
- » ទទួលស្គាល់ពីសារៈសំខាន់នៃការអនុវត្តតាមបទប្បញ្ញត្តិរបស់រដ្ឋាភិបាលនិងស្តង់ដារនៅក្នុងអាជីវកម្ម
- » ស្វែងយល់ពីអ្វីជាទីផ្សារ និង តម្លៃនៃការរៀបចំ និងធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារនៅក្នុងអាជីវកម្ម
- » កំណត់និងវិភាគដំណើរការនៃធនធាននិងការកៀងគរមូលនិធិក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្មមួយ

ដោយផ្អែកលើការស្នើរសេចក្តីណែនាំពីការផ្តល់គំនិតយោបល់ គឺបានបង្ហាញនៅក្នុងម៉ូឌុល W1: ឥឡូវនេះ អ្នកគួរតែមានផែនការអាជីវកម្មមួយដោយការធ្វើផែនការអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT ។ ផែនការអាជីវកម្មនេះគឺជាឯកសារមួយដែលអោយអាជីវកម្មអាចដំណើរការបាន ហើយវាត្រូវតែត្រូវបានពិនិត្យឡើងវិញជាទៀងទាត់ និងការកែលំអដោយផ្អែក ទៅលើវឌ្ឍនៈភាពនៃសកម្មភាព អាជីវកម្ម របស់អ្នក និងលទ្ធផលនៃហិរញ្ញវត្ថុរបស់សហគ្រាសកត្តាខាងក្នុង និងខាងក្រៅដ៏ទៃផ្សេងទៀត។ ដូច្នេះគឺវាអាចធ្វើអោយមានការភ្ជាប់រវាងផែនការអាជីវកម្ម ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មនិងការគ្រប់គ្រងនៃសកម្មភាពអាជីវកម្ម (សូមមើលតួលេខទី ១) ។

អាជីវកម្ម។

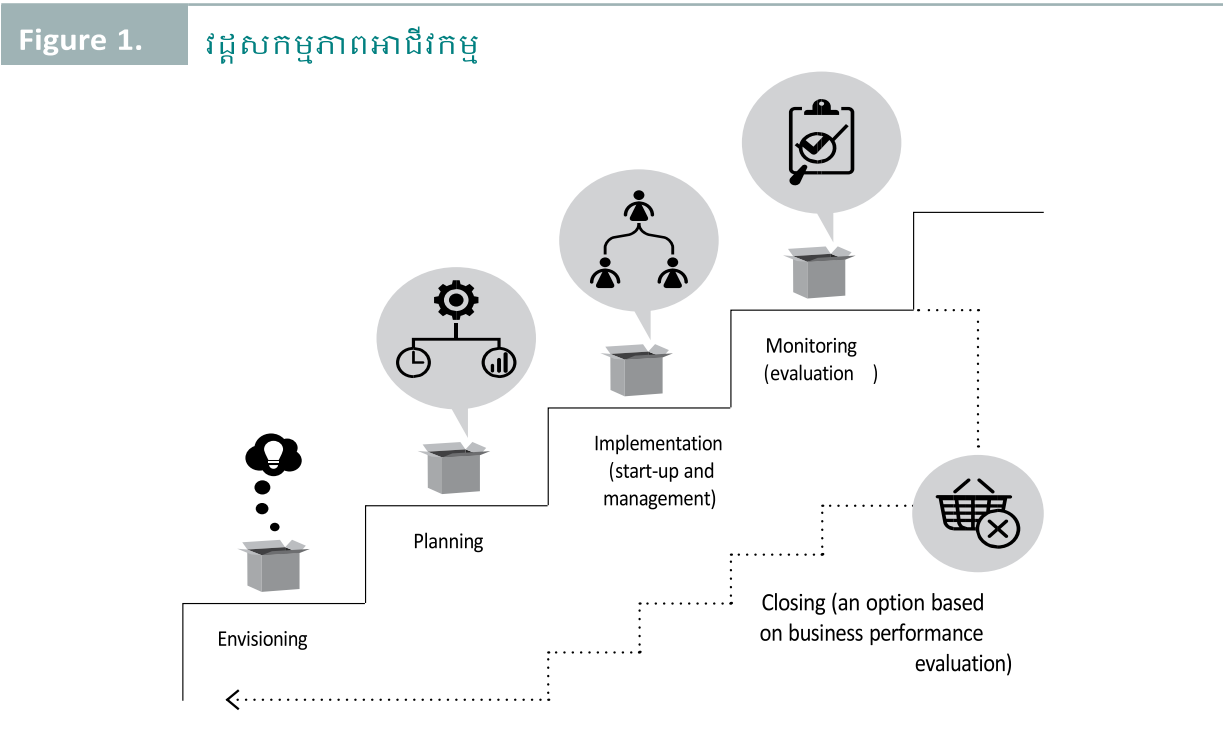
ផែនការអាជីវកម្ម ដូចដែលបញ្ជាក់ពីខាងដើម គឺបានផ្តល់អោយអ្នកដោយផ្ទាល់ សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកជាមួយនឹងចក្ខុវិស័យ គោលដៅ យុទ្ធសាស្ត្រ និងគោលបំណង។ ដើម្បីដាក់ផែនការអាជីវកម្មក្នុងអារម្មណ៍ អ្នកត្រូវដាក់ដែរបស់អ្នកជាមួយនឹងព័ត៌មាន ច្រើនបន្ថែមទៀត និងបង្កើតផែនការ អោយលំអិតបន្ថែម ដើម្បីធ្វើអោយ ការសម្រេចចិត្តលើអាជីវកម្មមានការចាប់ផ្តើម និងដំណើរការអាជីវកម្មកើតមានឡើង។

ការចាប់ផ្តើម និងការគ្រប់គ្រង: នេះគឺជាការអនុវត្តជាក់ស្តែង នៃផែនការអាជីវកម្ម។ អាជីវកម្មគឺ បង្កើតឡើងដោយ តម្រូវអោយមានការគ្រប់គ្រង លើទិដ្ឋភាពទាំងអស់ ដើម្បីលក់ផលិតផល។ ទាំងនេះ រួមបញ្ចូលទាំងការអនុលោមតាមលក្ខខណ្ឌច្បាប់ និងការផ្សព្វផ្សាយដោយផ្ទាល់ នៃអាជីវកម្ម ដែលផលិតផលត្រូវបានលក់ដល់ដៃអតិថិជន និងការប្រកួតប្រជែង កើតមានឡើងនៅលើទីផ្សារ។ សហគ្រិន ត្រូវការភាពរឹងមាំ ក្នុងការគ្រប់គ្រងយ៉ាងលំអិតទាំងក្នុងនិងក្រៅនៃអាជីវកម្ម។

ពិនិត្យតាមដាននិងវាយតម្លៃ: នេះបានផ្តល់នូវធ្វើការប៉ាន់ប្រមាណ នៃការអនុវត្តអាជីវកម្ម ដោយប្រើប្រាស់នូវសូចនាករ (indicator) គន្លឹះសម្រាប់វាស់ស្ទង់ភាពល្អិតល្អនិងការរីកចម្រើន។ ការតាមដានត្រួតពិនិត្យ និងការវាយតម្លៃ ផ្តល់នូវការយល់ដឹងលើការបង្វែរទៅរកទិសដៅ និងការផ្លាស់ប្តូរយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់អាជីវកម្ម។

ការបិទអាជីវកម្ម: សហគ្រិនអាចសម្រេចចិត្ត ដើម្បីបិទអាជីវកម្ម ដោយហេតុផលជាច្រើន។ លទ្ធផលនៃការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃអាចផ្តល់ព័ត៌មានស្តីពីថាតើត្រូវបន្តឬបិទអាជីវកម្ម។

វដ្តនៃអាជីវកម្មនេះកើតឡើង នៅគ្រប់ដំណាក់កាលនៃអាជីវកម្ម។ ជំហានទាំងបួននៃអាជីវកម្មត្រូវបានណែនាំនៅក្នុងម៉ូឌុល W1: ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មមួយដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT ។ ពួកគេរួមបញ្ចូលជំហាននៃការគិត ជំហាននៃការចាប់ផ្តើមនិង ជំហាននៃការលូតលាស់ជាជំហានចុងក្រោយ។ ជំហាននីមួយៗមានដំណើរការជាដាច់ដាច់ដែលមានការធ្វើផែនការ ការអនុវត្តន៍ ការត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ និងការបិទ ឬក៏បន្តអាជីវកម្ម ដើម្បីដំណើរការទៅជំហាននៃអាជីវកម្មបន្ទាប់ទៀត។



2.1. តើការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដោយរបៀបណាខ្លះ?

បញ្ជីផ្ទៀងផ្ទាត់ខាងក្រោមផ្តល់នូវបញ្ជីនៃសកម្មភាពមួយសម្រាប់ អាជីវកម្មចាប់ផ្តើមឡើងរបស់អ្នក។ វារួមបញ្ចូលផងដែរនៃឧទាហរណ៍ ICT ដែលអ្នកអាចប្រើសម្រាប់សកម្មភាពនីមួយៗ បញ្ជីត្រួតពិនិត្យនេះគឺមិនទូលំទូលាយ អ្នកអាច

បន្ថែមច្រើនទៀតនៅក្នុងបញ្ជីដោយប្រើ MS Word ឬ Excel។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ បញ្ជីត្រួតពិនិត្យនោះ ត្រូវរួមបញ្ចូលបទប្បញ្ញត្តិនិងច្បាប់នៅក្នុងប្រទេសរបស់អ្នក។

Table 1

បញ្ជីផ្ទៀងផ្ទាត់នៃសកម្មភាពដើម្បីចាប់ផ្តើមសម្រាប់អាជីវកម្ម

Check item when done	List of activities	Use of ICTs (device, Internet, program applications)	Schedule (Start and finish dates)	Cost for start-up		Notes
	Generation of business idea					
	Business idea - Filter - Test	Use spreadsheet	Assess how many working days and hours to complete	Assess the cost of doing the activity		Jot down observation notes; the information may help in recall and decision-making
	Business plan - Writing plan - Revising plan	Use word processor and spreadsheet	1 week			Writing the plan need not be perfect
	Market research - Conducting research - Marketing plan	<ul style="list-style-type: none"> Use word processor and spreadsheet. Browse web resources for secondary data 	2-3 weeks			The research can be made simple

Personal plan - Time management- Create support group - Build network- Build knowledge e.g. further studies	<ul style="list-style-type: none"> • Use word processor and spreadsheet. • Use search engine to find information. • Use communication device and applications. 	1 week			
Business name registration and other legal requirements					
List all legal requirements: village requirements, district requirements, provincial and national requirements	Use search engine to find government websites that provide information	Find out how many working days and hours to complete	Find out cost of business registration		The requirements will depend on country, district, city, village regulations on business

Check item when done	List of activities	Use of ICTs (device, Internet, program applications)	Schedule (Start and finish dates)	Cost for start-up	Notes
	Decide on legal business structures - part of self-help group - sole trader - partner - corporation	Use search engine to find the description of each structure, as well as requirements			Set aside funds for business start-up

	<p>Decide on the name of your business - have at least five names to choose from - make sure that there are no other businesses with the same name to avoid legal implications</p>	<p>Use search engine to check business names, and find out about government requirements for name registration</p>			
	<p>Decide on location of business for start-up</p>	<p>Browse property websites and business directories to identify business locations and compare cost of rent</p>			
	<p>Design a logo for your business</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Use search engine to find logos of similar businesses. • Use drawing tools and design templates for business cards and marketing collaterals 			
	<p>Register business name (and logo)</p>	<p>Locate government websites to find application form and registration requirements, and the possibility of registering online</p>			

	Tax registration for business (e.g. value added tax)	Look for government websites that can provide information on requirements, and the possibility of registering online			
Check item when done	List of activities	Use of ICTs (device, Internet, program applications)	Schedule (Start and finish dates)	Cost for start-up	Notes
	How much to spend for each requirement in business registration	<ul style="list-style-type: none"> Find out if this information is available online. Call or send a message to the relevant government agency if information is not available online 			
	Other legal requirements	Use search engine to find out about other legal requirements			Get free advice from a legal and business expert
Resource mobilization					
	Capital build-up	Use search engine to find out about lending banks, microfinance institutions, and crowdfunding sites		Compare interest rates of lending institutions	
	Procurement of supplies and equipment	<ul style="list-style-type: none"> Search for suppliers on directories and websites and compare prices. Call or send a message if information is not available online 			
Finding suppliers					
	List all possible suppliers for your raw materials and make a criteria for selection	Use spreadsheet to write description details of items and prices			
	Select and list suppliers	Use table or spreadsheet to create list of selected suppliers			
Business finance					
	Accounting, budget and cash flow system	Use spreadsheets and financial applications			
	Sales record	Use spreadsheets and financial applications			

Check item when done	List of activities	Use of ICTs (device, Internet, program applications)	Schedule (Start and finish dates)	Cost for start-up	Notes
	Logistics	<ul style="list-style-type: none"> • Use search engine to find information about logistics, transportation and storage, and their costs. • Call or send a message if information is not available online 			
	Insurance – property and life	<ul style="list-style-type: none"> • Browse the different insurance websites to compare prices and benefits. • Call or send a message to insurance companies if information is not available online 			
Business marketing					
	Person – Customers	Use search engine to find information			
	Place	Use search engine to find information			
	Product	Use search engine to find information			
	Price	Use spreadsheets and financial applications			
	Promotion	<ul style="list-style-type: none"> • Use search engine to find information. • Use drawing tools. • Communicate and test promotion ideas 			
Selling online					
	Site selection	Use search engine to find information			
	Creation of website	Use online web development tools			

Check item when done	List of activities	Use of ICTs (device, Internet, program applications)	Schedule (Start and finish dates)	Cost for start-up	Notes
	Web domain registration and web hosting	Register for web domain names and select web hosting service			
Hiring people					
	List requirements, decide when needed, recruit and hire	<ul style="list-style-type: none"> • Search and compare salaries. • Post jobs online. • Check potential employee's background online. • Use spreadsheet to record staff information 			
Others ...					

ការធ្វើផែនការលម្អិតដោយប្រើបញ្ជីត្រួតពិនិត្យមួយអាចជួយឱ្យអ្នកកំណត់អាទិភាពនិងគ្រប់គ្រងពេលវេលារបស់អ្នកបានក្នុងការអនុវត្តផែនការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។

2.1.1. ការលើកទឹកចិត្ត និងពេលវេលាដែលសហគ្រិនអាចធ្វើទៅបាន

អ្វីជាការលើកទឹកចិត្តរបស់អ្នកក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់អ្នក?

ការលើកទឹកចិត្ត មានន័យថា ជាការជំរុញ ផ្នែកខាងក្នុងចិត្តរបស់អ្នក ដើម្បីបង្កើតនូវអាជីវកម្ម។ តើវា គឺជាវិស័យសេដ្ឋកិច្ច ដើម្បីបង្កើនចំនូលក្នុងគ្រួសារ? តើវា គឺដើម្បីបង្ហាញពីចំណង់ចំណូលចិត្តបន្ថែមទៀតដោយសេរីឬ? តើវាទាក់ទងទៅនឹងគោលបំណងនៃជីវិតឬ? ជាឧទាហរណ៍ មនុស្សមួយចំនួន ព្យាយាមបំពេញតម្រូវការក្នុងការជួយអ្នកដទៃទៀត។ ការលើកទឹកចិត្តនេះទាក់ទង ជាមួយនឹងគោលដៅអាជីវកម្មរបស់អ្នក យុទ្ធសាស្ត្រ តើអ្នកនឹងត្រូវអនុវត្តសកម្មភាពអាជីវកម្មរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច? ជាឧទាហរណ៍នៅក្នុងគោលដៅផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកអាចបញ្ចូលបន្ថែមនូវកំណើននៃប្រាក់ចំណូលសម្រាប់គ្រួសារ ដើម្បីផ្តល់ថវិកា ក្នុងការផ្តល់នូវការអប់រំខ្ពស់ សម្រាប់កូនៗចាប់ពីរយៈពេលប្រាំឆ្នាំ ពីឥឡូវនេះទៅ និងដើម្បីផ្តល់នូវ ការងារសម្រាប់សមាជិក នៃក្រុមគ្រួសាររបស់អ្នកបន្ថែមទៀត។ ការលើកទឹកចិត្តរបស់អ្នកនឹងជំរុញឱ្យអ្នក ដើម្បីធ្វើឱ្យការងារអាជីវកម្មរបស់អ្នក វាអាចរស់បាន និងដំណើរការបានដោយផ្អែកទៅលើគោលបំណង និងគោលដៅនៃប្រាក់ចំណេញរបស់អ្នក។

តើអ្នក មានមនុស្សដែលមានសារៈសំខាន់ៗ សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក ដែលមានការវាយតម្លៃ ដោយមានភាពស្មោះត្រង់ ដែលជាប្រភពធនធាន និងពេលវេលា ដ៏សំខាន់បំផុតរបស់អ្នក។ ដើម្បីចាប់ផ្តើម រៀបចំកាលវិភាគ ជ័សាមញ្ញមួយ ដូច្នោះ អ្នកអាចផ្តល់នូវពេលវេលា សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក ដូចជាការងារ ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក (ការងារផ្ទះ) ជាដើម។

Table 2 តារាងទី 2 បង្ហាញពីឧទាហរណ៍នៃទម្លាប់ប្រចាំថ្ងៃរបស់ វិចិត្រីយ៉ា។

Table 2		ឧទាហរណ៍នៃតារាងពេលវេលាប្រចាំថ្ងៃ						
Time	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday	
AM								
5:00	Wake up. Clean self	Wake up. Clean self	Wake up. Clean self	Wake up. Clean self	Wake up. Clean self	Wake up. Clean self	Wake up. Clean self	
5:15	Prepare breakfast	Prepare breakfast	Prepare breakfast	Prepare breakfast	Prepare breakfast	Prepare breakfast	Prepare breakfast	
5:30	Wake up children. Serve breakfast	Wake up children. Serve breakfast	Wake up children. Serve breakfast	Wake up children. Serve breakfast	Wake up children. Serve breakfast	Wake up children. Serve breakfast	Wake up children. Serve breakfast	
6:00	Fetch water	Fetch water	Fetch water	Fetch water	Fetch water	Fetch water	Fetch water	
6:30	Wash dishes. Clean house	Wash dishes. Clean house	Wash dishes. Clean house	Wash dishes. Clean house	Wash dishes. Clean house	Wash dishes. Clean house	Wash dishes. Clean house	
7:00	Bring children to school	Bring children to school	Bring children to school	Bring children to school	Bring children to school	Attend to preparation of business activity	Attend to family activities	
7:30	Attend to preparation of business activity	Attend to preparation of business activity	Attend to preparation of business activity	Attend to preparation of business activity	Attend to preparation of business activity	Attend to preparation of business activity	Attend to preparation of business activity	
8:00			Iron dried	Do the laundry	Do the laundry	Attend to children's		

11:00	Do the laundry	Do the laundry	laundry	Pick up children	Pick up children	school needs	
11:30	Prepare lunch	Prepare lunch	Prepare lunch	Prepare lunch	Prepare lunch	Prepare lunch	Prepare lunch
PM							
12:00	Serve lunch	Serve lunch	Serve lunch	Serve lunch	Serve lunch	Serve lunch	Serve lunch
12:30	Wash dishes	Wash dishes	Wash dishes	Wash dishes	Wash dishes	Wash dishes	Wash dishes
1:00	Attend to business/sales activity	Attend to business/sales activity	Attend to business/sales activity	Attend to business/sales activity	Attend to business/sales activity	Attend to business/sales activity	Rest or Attend to family activities
2:00							
3:00	Go to small market	Go to small market	Go to small market	Go to small market	Go to small market	Go to big market	
3:30	Buy fresh food	Buy fresh food	Buy fresh food	Buy fresh food	Buy fresh food	Travel time to market	
4:00	Travel back	Travel back	Travel back	Travel back	Travel back	Travel back	
5:00	Business stock inventory	Order and buy ingredients for business	Stock arrangement and labelling	Prepare packaging materials	Bake and pack cookies	Packing and distribution	Packing and distribution
6:00	Prepare for dinner	Prepare for dinner	Prepare for dinner	Prepare for dinner	Prepare for dinner	Prepare for dinner	Prepare for dinner
6:30	Attend to children's homework	Attend to children's homework	Attend to children's homework	Attend to children's homework	Attend to children's homework	Attend to children's homework	Attend to children's homework
7:00	Serve dinner	Serve dinner	Serve dinner	Serve dinner	Serve dinner	Serve dinner	Serve dinner
8:00	Attend to business/	Attend to business/	Attend to business/	Attend to business/	Attend to business/	Attend to business/	Attend to business/project activity
9:00							
10:00							

	project activity	project activity	project activity	project activity	project activity	
11:00	Close and rest	Close and rest	Close and rest	Close and rest	Close and rest	Close and restClose and rest

① អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

លំហាត់: តារាងកាលវិភាគរបស់អ្នក

ប្រើកម្មវិធី Excel ដើម្បីបង្កើតតារាងកាលវិភាគនៅក្នុងតារាងទី៣ ឬទាញយកកម្មវិធីប្រតិទិនមួយដែលអាចបង្ហាញពីកាលវិភាគប្រចាំថ្ងៃ ប្រចាំសប្តាហ៍ ប្រចាំខែ និងប្រចាំឆ្នាំ (ឧទា.ប្រតិទិនរបស់ Google និងប្រតិទិនក្រុមហ៊ុន Yahoo) ។

1. .

2. បំពេញនៅក្នុងកាលវិភាគដោយស្រង់យកឈ្មោះសកម្មភាពជាប្រចាំរបស់អ្នក។

Table 3. តារាងកាលវិភាគសកម្មភាពប្រចាំថ្ងៃនិង សប្តាហ៍

Time	Mon	Tues	Wed	Thurs	Fri	Sat	Sun
AM							
5:00							
6:00							
7:00							
8:00							
9:00							
10:00							
11:00							
PM							
12:00							
1:00							
2:00							

3:00							
4:00							
5:00							
6:00							
7:00							
8:00							
9:00							
9:00							
10:00							
11:00							



អ្វីដែលត្រូវធ្វើ (បន្ត)

3. នៅពេលធ្វើរួចវាយតម្លៃពីរបៀបដែលអ្នកប្រើពេលវេលារបស់អ្នកដោយឆ្លើយនូវសំណួរដូចខាងក្រោមនេះ ៖

- កំណត់ពីតម្រូវការងារអ្វីដែលជាតម្រូវការចាំបាច់ចំពោះពេលវេលាដែលអ្នកត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ច្រើននៅផ្ទះ។
- កំណត់នូវសកម្មភាពអាជីវកម្មអ្វី ដែលអ្នកត្រូវការចំណាយពេលវេលាច្រើន
- តើមានបញ្ហាអ្វីខ្លះ ដែលកើតឡើងក្នុងការកំណត់ពេលវេលា រវាងសកម្មភាពនៅផ្ទះ និងសកម្មភាពអាជីវកម្មដែរឬទេ? កំណត់សកម្មភាពទាំងនោះ។
- តើគុណភាព នៃសកម្មភាពរបស់អ្នក និងការងារនៅផ្ទះ និងនៅកន្លែងអាជីវកម្ម មានលក្ខណៈយ៉ាងដូចម្តេច?
- តើសកម្មភាពអ្វីដែលអាចត្រូវបានកើតឡើងដើម្បីគេចពីពេលវេលា និងជំលោះនៅផ្ទះ?

- > តើសកម្មភាពឬ ការងារអាចត្រូវបានគេធ្វើជំនួស?
- > តើការងារ ឬសកម្មភាពអ្វីខ្លះដែលតម្រូវអោយយកចិត្តទុកដាក់បំផុត?

4. បន្ទាប់ពីការវិភាគនៃការប្រើប្រាស់ពេលវេលារបស់អ្នក បង្កើតប្រតិទិនថ្មីដែលជាកន្លែងដែលអ្នកពិចារណាលើមធ្យោបាយដើម្បីបន្ថយឬបង្កើនពេលវេលាសម្រាប់ធៀបនឹងសកម្មភាពអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន។

លំហាត់នេះអាចធ្វើឱ្យអ្នកដឹងថាតើអ្នកធ្វើឱ្យការប្រើប្រាស់ពេលវេលារបស់អ្នក និងតើអ្នកអាចគ្រប់គ្រងសកម្មភាពប្រចាំថ្ងៃរបស់អ្នកមានប្រសិទ្ធភាពដើម្បីផ្តល់ឱ្យទៅជារឿងសំខាន់ ក្នុងជីវិតរបស់អ្នក និងសម្រេចបានតុល្យភាពរវាងការងារ និងបញ្ហាផ្ទាល់ខ្លួន (ពេលខ្លះគេហៅថា «តុល្យភាពការងារ ») ។

2.1.2. អនុវត្តតាមបទប្បញ្ញត្តិជាតិ និងតាមមូលដ្ឋាន

សហគ្រិនត្រូវតែយល់ អំពីតម្រូវការផ្នែកច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិក្នុងការបង្កើត និងរក្សាបាននូវ អាជីវកម្មខ្នាតតូច។ ប្រទេសនីមួយៗមានច្បាប់ គោលនយោបាយ និងតម្រូវការផ្សេងៗគ្នា។

សហគ្រិនត្រូវតែអាចបំពេញនូវតម្រូវការទាំងនេះ មានដូចជាកិច្ចសន្យា លិខិតអនុញ្ញាតិ តម្រូវការពន្ធអាជីវកម្ម និងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក្នុងការដាក់ឈ្មោះមួយចំនួន។

ឧទាហរណ៍ការបង្កើតអាជីវកម្មជាផ្លូវការនៅក្នុងប្រទេសមួយចំនួនតម្រូវឱ្យមានដូចខាងក្រោម:

- » ករចុះបញ្ជីឈ្មោះអាជីវកម្មនៅទីភ្នាក់ងារពាណិជ្ជកម្មនិងឧស្សាហកម្មដើម្បីពិនិត្យមើលសម្រាប់ឈ្មោះដែលស្រដៀងគ្នាដើម្បីជៀសវាងការចម្លងនិងការរំលោភបំពានក្នុងការសិទ្ធិបញ្ញា ដំណើរការនេះអាចរយៈពេលមួយថ្ងៃ
- » ការចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្មឬលិខិតអនុញ្ញាតអាជីវកម្ម កម្រិតក្រុងឬ តាមភូមិ; ដំណើរការនេះអាចចំណាយរយៈពេល 15 ថ្ងៃប្រសិនបើទីភ្នាក់ងារនេះមិនមានប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ

- » ការចុះបញ្ជីពន្ធសម្រាប់អាជីវកម្ម ការបង់ពន្ធអាស្រ័យលើប្រាក់ចំណូលបានទាញពីអាជីវកម្ម និងដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងពន្ធលើប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំត្រឡប់មកវិញ។ ដំណើរការនេះអាចចំណាយពេលមួយថ្ងៃឬពីរថ្ងៃអាស្រ័យលើប្រភេទអាជីវកម្ម។
- » ការចុះបញ្ជីនៅសុខាភិបាល ប្រសិនបើបញ្ជីអាជីវកម្មនេះពាក់ព័ន្ធ ទៅនឹងចំណីអាហារ ទឹក ឬទឹកថ្នាំ នេះអាចចំណាយពេលមួយថ្ងៃ ឬច្រើនជាងនេះអាស្រ័យលើអាជីវកម្ម។
- » តម្រូវការផ្សេងទៀត អាស្រ័យលើប្រភេទអាជីវកម្ម (ឧទាហរណ៍ បុគ្គលដែលគ្រប់គ្រង, បណ្តាក់ទុនសហប្រតិបត្តិការ សាជីវកម្មឬភាពជាដៃគូ)

① អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

ការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍វិស័យ ICT ប្រើម៉ាស៊ីនស្វែងរកដើម្បីរកឱ្យឃើញអំពីតម្រូវការសម្រាប់ការបង្កើតអាជីវកម្មនៅក្នុងប្រទេសរបស់អ្នក។ ជាធម្មតាអាចអាចផ្ទុកនៅក្នុងគេហទំព័ររបស់រដ្ឋាភិបាល (ឧទាហរណ៍ក្នុងគេហទំព័រ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងឧស្សាហកម្ម អាជ្ញាធរអភិវឌ្ឍន៍សហគមន៍ អាជ្ញាធរក្នុងតំបន់) ។ នៅក្នុង MS Word ឬ MS Excel បង្កើតបញ្ជីត្រួតពិនិត្យនៃតម្រូវការដែលអ្នកត្រូវអនុវត្តតាមជាម្ចាស់អាជីវកម្មមួយ។ លើសពីនេះទៀត បង្កើតកាលវិភាគនៃសកម្មភាពមួយសម្រាប់ការបង្កើតអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

2.2. ធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍នូវផែនការអាជីវកម្មនិងការអនុវត្តន៍

ម៉ូឌុល W1 ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មដោយប្រប្រាស់ប្រព័ន្ធឯក្ខណៈ ICT មើលថាតើត្រូវរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ ដោយការកំណត់ពីអតិថិជន និងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកដូចម្តេច។ នៅទីនេះអ្នកអាចស្វែងយល់បន្ថែមអំពីធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដើម្បីកែលម្អផែនការអាជីវកម្មនិងការអនុវត្តន៍របស់អ្នក។

2.2.1. តើពាក្យ “ទីផ្សារ” នៅក្នុងអាជីវកម្មជាអ្វី?

ទីផ្សារ គឺជាកន្លែងណាមួយដែលអ្នកលក់ និងអ្នកទិញ បានជួបដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោល ដើម្បីធ្វើ ពាណិជ្ជកម្មផលិតផល ឬសេវាកម្ម។¹ ដោយផ្ទាល់មានន័យថា ការផ្លាស់ប្តូរផលិតផលឬសេវា និងការទូទាត់ដែលកើតឡើងនៅ

¹ BBC, “Market Research”. Available from <http://www.bbc.co.uk/schools/gcsebitesize/business/marketing/marketresearchrev1.shtml>.

ក្នុងទឹកនៃនោះជាក់ស្តែង។ វាអាចជាដោយប្រយោលតាមរយៈ ការប្រើអន្តរការី ឬអ្នកលក់ផ្សេងទៀត។ ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មលើទំនិញ និងសេវាកម្មអាចកើតឡើងក្នុងទីផ្សារដែលសើមឬស្ងួត នៅហាងតាមផ្លូវឬក៏នៅតាមលើគេហទំព័រ។ ប៉ុន្តែពាក្យទីផ្សារនៅក្នុង អាជីវកម្មមបញ្ចូលផងដែរ នូវមធ្យោបាយដើម្បីកំណត់ ពីតម្លៃនៃផលិតផល ឬសេវាការទំនាក់ទំនងពីតម្លៃ ការជួយសម្រួលដល់ប្រតិបត្តិការ និងផលប៉ះពាល់លើការចែកចាយ។

ទីផ្សារសម្រាប់ផលិតផលពិសេសមួយ ត្រូវបានបង្កើតឡើង សម្រាប់អតិថិជនសក្តានុពល ដែលមានស្រាប់ដែលមានសមត្ថភាព និងឆន្ទៈក្នុងការចំណាយសម្រាប់វា។ វារួមបញ្ចូល ទាំងការប្រកួតប្រជែងផ្សេងទៀតដែលមាន នៅក្នុងអាជីវកម្មដែលស្រដៀងគ្នា។²

ក្នុងនាមជាសហគ្រិន អ្នកត្រូវតែរៀនអំពីទីផ្សារ ដែលជាការកំណត់នូវសេចក្តីត្រូវការនិងការចង់បានរបស់ អតិថិជន និងបំពេញចិត្តចំពោះប្រាក់ចំណេញរបស់ពួកគេ។ ដើម្បីដឹងពីទីផ្សារគឺដឹងពីផ្នែកនៃតម្រូវការ អតិថិជនការរបស់ពួកគេ កម្រិតប្រាក់ចំណូល របស់ពួកគេ និងផ្នែកនៃ ការផ្គត់ផ្គង់ (ដៃគូប្រកួតប្រជែង ការផ្តល់ជូនរបស់ពួកគេ យុទ្ធសាស្ត្រលក់របស់ពួកគេ)³ ទីផ្សារ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងទីផ្សាររបស់អ្នក ត្រូវតែមានការ រដ្ឋាភិបាល លើសហគ្រិន និងផែនការទីផ្សារត្រូវតែជាផ្នែកមួយធម្មតានៃការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មនិងការពិនិត្យឡើងវិញនៃផែនការអាជីវកម្ម។

ជំហានទាំង ៥(Ps) នៃការធ្វើទីផ្សារគឺ:

- » **មនុស្ស** តើនរណាជាអតិថិជនគោលដៅរបស់អ្នក? តើនរណានឹងទិញផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក?
- » **ផលិតផល** តើរបស់អ្វី ដែលនឹងលក់ ក្នុងការបំពេញតាមតម្រូវការ សម្រាប់ទីផ្សារគោលដៅ របស់អ្នក? តើផលិតផលរបស់អ្នក ខុសគ្នាយ៉ាងដូចម្តេច ពីដៃគូប្រកួតប្រជែង ដែលបានផ្តល់ដោយនាពេលបច្ចុប្បន្ន? តើផលិតផលរបស់អ្នក មានគុណភាពយ៉ាងម៉េចដែរ? តើការរេចខ្ចប់ធម្មតា ឬលើមានតម្លៃខ្ពស់? តើអ្នកផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មបន្ថែមទៀតទេ? តើផលិតផលអ្នកមើលទៅដូចជាអ្វី?
- » **តម្លៃ** ចំពោះផលិតផល ឬ សេវាកម្មរបស់អ្នក តើតម្លៃប៉ុន្មាន ដែលសមនឹង ទីផ្សារ គោលដៅរបស់អ្នក? តើតម្លៃផលិតផលរបស់អ្នកលក់ក្នុងតម្លៃទាបឬតម្លៃខ្ពស់នាពេលបច្ចុប្បន្ន? អ្នកផ្តល់នូវការបញ្ចុះតម្លៃដែរឬ? តើការទូទាត់តាមកាលកំណត់ដូចម្តេចដែរ? តើតម្លៃផលិតផលវាឆ្លុះបញ្ចាំងពីគុណភាពផលិតផលរបស់អ្នកឬ?
- » **ទីកន្លែង** - តើផលិតផល ដែលផ្តល់ដល់ អតិថិជនរបស់អ្នកទទួលបាន ដោយរបៀបណា? កន្លែងណាដែលអតិថិជន របស់អ្នកនឹងអាចទិញឬទទួលបានផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក? តើអ្នកនឹងស្តុកគ្រប់គ្រាន់ ត្រូវរៀបចំបញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌឬទំនិញឬ? តើអ្វីដំណើរការនៃការរៀបចំតាមលំដាប់របស់អ្នក? នៅកន្លែងណាដែលគេអាចរកឃើញនូវផលិតផលរបស់អ្នក? តើគេអាចរកឃើញផលិតផលរបស់អ្នកនៅតាមបណ្តាញអនឡាញដែរឬទេ?

² BusinessDictionary.com, "Market". Available from http://www.businessdictionary.com/definition/market.html#ixzz41eIEDD9x_

³ 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.

- » **ការផ្សព្វផ្សាយ** តើអតិថិជនរបស់អ្នកបានដឹងឬយល់ដឹងអំពីផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច? តើអ្នកនឹងត្រូវទំនាក់ទំនងទៅអតិថិជនរបស់អ្នក អំពីផលិតផលនិងសេវាកម្មរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច? តើអ្នកនឹងធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ ចែកចាយខិត្តប័ណ្ណ ការផ្សព្វផ្សាយពិសេស ឬក៏ចូលរួមនូវព្រឹត្តិការណ៍? តើអ្នកនឹងរៀបចំនូវ គេហទំព័រ មួយឬ ប្រើប្រាស់បណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកឬ? ⁴

2.2.2. តើអ្វីជាការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ?

ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារគឺជាសកម្មភាពនៃការស្វែងរក ការប្រមូលផ្តុំ ការវិភាគនិងការបកស្រាយអំពីព័ត៌មានទីផ្សារមួយអំពីផលិតផលឬសេវាកម្ម ដែលនឹងផ្តល់សម្រាប់លក់នៅលើទីផ្សារ អំពីដៃគូប្រកួតប្រជែងដែលអ្នកនឹងជួបប្រទះនិងអំពីអតិថិជនសក្តានុពល។ បន្ទាប់មកនេះគឺជាការជំរុញនិងការរៀនអំពីលក្ខណៈរបស់អតិថិជនសក្តានុពល ចរិតលក្ខណៈ ទម្លាប់ការចំណាយ ទីតាំង និងតម្រូវការរបស់ពួកគេ។

ក្នុងនាមជាសហគ្រិនម្នាក់ អ្នកត្រូវតែយល់ពីឥរិយាបថរបស់ទីផ្សារ។ នេះគឺដោយសារតែការប្រកួតប្រជែងដែលទៅរួមជាមួយវា។ ការដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នកដោយគ្មានការធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារប្រហែលជាដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកអាចមានតែមលើអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

ក្នុងនាមជាសហគ្រិនម្នាក់ អ្នកត្រូវតែយល់ពីឥរិយាបថរបស់ទីផ្សារ។ នេះគឺដោយសារតែការប្រកួតប្រជែងដែលទៅរួមជាមួយវា។ ការដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នកដោយគ្មានការធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារប្រហែលជាដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកអាចមានតែមលើអាជីវកម្មរបស់អ្នក។⁵

តើអ្វីជាផលប្រយោជន៍នៃការសិក្សាលើទីផ្សារ? ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារអាចធ្វើឱ្យអ្នកមើលឃើញនូវរូបភាពនៃអតិថិជនរបស់អ្នកទិញនូវផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់អ្នកដែលនឹងនាំមកនូវប្រាក់ចំណេញពីអាជីវកម្មនេះ។ វាអាចប្រាប់យើងថាតើផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នកត្រូវបានបំពេញតម្រូវការ និងការរំពឹងទុករបស់អតិថិជនរបស់អ្នក។ ការសិក្សានេះអាចជួយអ្នកក្នុងការសម្រេចចិត្តថាតើការវេចខ្ចប់ផលិតផល និងវិធីសាស្ត្រក្នុងការ ចែកចាយរបស់អ្នកត្រូវការការផ្លាស់ប្តូរប្រសិនបើអ្នកត្រូវការដើម្បីផ្តល់ជូននូវផលិតផល និងសេវាកម្មបន្ថែមទៀត។

លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវទីផ្សារនេះនឹងផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវព័ត៌មានសម្រាប់ផែនការទីផ្សាររបស់អ្នក។ វាអាចវាស់ពីកម្រិតនៃភាពជោគជ័យនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ប៉ុន្តែដើម្បីទទួលបានលទ្ធផលទាំងនេះ អ្នកត្រូវតែសួរសំណួរ ដ៏ត្រឹមត្រូវ តាមមធ្យោបាយដែលត្រឹមត្រូវ ចំពោះអតិថិជនគោលដៅ នោះគឺជាការសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដ៏ល្អមួយ។

⁴ Entrepreneur Media, "Small Business Encyclopedia: Market Research". Available from <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/market-research>.

⁵ Lesley Spencer Pyle, "How to Do Market Research - The Basics", Entrepreneur Media, 23 September 2010. Available from <https://www.entrepreneur.com/article/217345>.

តើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារធ្វើបានយ៉ាងដូចម្តេច? ធ្វើការស្រាវជ្រាវរបស់លើអតិថិជននាពេលបច្ចុប្បន្ន និងអតិថិជនសក្តានុពល និងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក។ ការស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកអាចបញ្ចូលមន្ត្រីម លើការសំភាស (ដោយផ្ទាល់ តាមរយៈទូរស័ព្ទ) បញ្ជីសំនួរសម្រាប់សំភាស (តាមរយៈអនឡាញឬតាមអ៊ីមែល)ដោយផ្ដោតទៅលើការពិភាក្សាជាក្រុម ធ្វើអោយច្បាស់ថា មនុស្សដែលអ្នកជ្រើសរើសយក សម្រាប់យកជាព័ត៌មានគឺមិនបានកំណត់ទៅលើក្រុមគ្រួសារ ឬជាមិត្តភក្តិអ្នកនោះទេ។ អ្នកគួរតែជ្រើសរើស នូវព័ត៌មានយ៉ាងហោចណាស់៣០នាក់ដើម្បីទទួលបាននូវលិទ្ធផលល្អប្រសើរ។

នៅក្នុងឧទាហរណ៍ករណីនេះ Victoria បានផ្តល់ជូនខ្លឹមស័ដើម្បីមិត្តភក្តិរបស់នាងជាកំរូជាវិធីមួយសម្រាប់នាងដើម្បីប្រមូលគំនិតរបស់ពួកគេ អំពីផលិតផលដែលនាងនឹងត្រូវបានដាក់ចេញនោះ។ មិត្តភក្តិរបស់នាង បានផ្តល់យោបល់ទៅលើរសជាតិ និងការតាក់តែងសោភ័ណភាព ខ្លឹមស័របស់នាង ។ មិត្តភក្តិរបស់ Victoria បានផ្តល់គំនិតលើរបៀបដែលល្អបំផុតដើម្បីខ្ចប់ខ្លឹមស័និងរបៀបនៃការលក់ដូរ ។

សំណួរដែលសំខាន់នៅក្នុងការស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកនឹងរួមបញ្ចូលទាំងទិដ្ឋភាពទីផ្សារ ពិសេស Ps។ សំណួរត្រូវតែមានលក្ខណៈសាមញ្ញ។ កម្រងសំណួរទីផ្សារខ្នាតតូចរបស់ Victoria ត្រូវបានបង្ហាញបានក្នុងប្រអប់ទី 2

Box 2. សំណួរគំរូនៃទីផ្សារខ្នាតតូច

Date of Survey: _____

1. Personal Profile

- Age (group) _____
- Sex _____
- Place of residence _____
- Mobile no. _____
- e-mail address: _____

2. Market Information

- 2.1. How often do you buy cookies here?
- | | |
|---------------------------------------|--|
| Please tick Frequency | Please tick Frequency |
| <input type="checkbox"/> Once a day | <input type="checkbox"/> More than once a day |
| <input type="checkbox"/> Once a week | <input type="checkbox"/> More than once in a week |
| <input type="checkbox"/> Once a month | <input type="checkbox"/> More than once in a month |
| <input type="checkbox"/> Others | |
- 2.2. How much do you usually spend for cookies? _____
- 2.3. Which times of the day do you usually buy cookies?
- Morning _____
- Lunch time _____
- Afternoon _____

Evening _____

2.4. Which of the following is important to you when you buy your cookies?

___ Price (Cost)

___ Whether the cookie has nutritional value or not?

___ Wide range of different types of cookies?

___ Whether the cookie can be shared or not?

___ Whether the cookie can be given as a gift or not?

___ Others: _____

3. Product information

3.1. What kind of cookie do you like?

___ Less butter and less sugar

___ With butter and sugar

___ With fruits and nuts

___ With chocolate

___ With colorful design

___ Others: _____

3.2. What cookie size do you prefer?

___ Large

___ Regular

___ Small

___ Bite size

___ Others: _____

4. Where do you usually buy your cookies? And why?

នៅក្នុងឧទាហរណ៍ករណី វិចិត្រីយ៉ា បានសម្ភាសអតិថិជនសក្តានុពលរបស់នាងដោយបានបន្តធ្វើជាផ្តល់នំគំរូឱ្យទៅពួកគេ។ នាងបានប្រមូលផ្តុំនូវមតិវិចារៈគន់ពីពួកគេអំពីអ្វីដែលអាចត្រូវបានធ្វើកែលំអលើនំដុតរបស់នាង និងអ្វីដែលអាចត្រូវបានរក្សាទុក។ នាងក៏បានប្រមូលនូវ គំនិតសំខាន់ៗសម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលនាពេលអនាគតដូចជារសជាតិនំអាចធ្វើទៅបាន និងពង្រីកចង្វាក់ផលិតផលរបស់នាងដើម្បីរួមបញ្ចូល នំ cupcakes, macarons និង Cake ជាដើម។ cakes.

① អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

បង្កើតការស្ទង់មតិលើប្រពន្ធ

ប្រើ SurveyMonkey.com ដើម្បីបង្កើតការស្ទង់មតិលើបណ្តាញស្រាវជ្រាវទីផ្សារសាមញ្ញសម្រាប់អ្នកហើយបន្ទាប់មកអញ្ជើញអ្នកផ្សេងទៀតមកចូលរួមនៅក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល ដើម្បីបំពេញការស្ទង់មតិដែលអ្នកបានបង្កើត។ អ្នកអាចធ្វើដូច្នេះបាន ដោយការផ្ញើស្តាប់ ទៅកាន់ ការស្ទង់មតិតាមរយៈ អ៊ីម៉ែល ឬដោយការផុសនៅលើគេហទំព័រ បណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គម។ សូមពិនិត្យមើលលទ្ធផល នៃការស្ទង់មតិ របស់អ្នកនៅលើ SurveyMonkey.com ។

ស្វែងយល់បន្ថែម អំពីរបៀបបង្កើតការអង្កេតលើបណ្តាញ នៅលើ SurveyMonkey.com នៅ <http://www.surveymonkey.com/imp> តើធ្វើដូចម្តេចដើម្បី បង្កើតការស្ទង់មតិ។ អត្ថប្រយោជន៍ នៃការប្រើ SurveyMonkey.com គឺថាលទ្ធផលនេះត្រូវបានរៀបចំដោយស្វ័យប្រវត្តិ និងជាកម្មសិទ្ធិផ្ទាល់សម្រាប់អ្នក។ ឧបសគ្គនោះគឺថាអ្នកចូលរួមការស្ទាបស្ទង់មតិគោលដៅរបស់អ្នកមិនអាចមានសិទ្ធិចូលដំណើរការទៅកុំព្យូទ័រ ឬឧបករណ៍ចល័ត និងអ៊ីនធឺណិតដើម្បីបំពេញការស្ទង់មតិនេះឡើយ។

ក្នុងការបន្ថែមលើការស្រាវជ្រាវបឋម ត្រូវប្រើប្រាស់ការស្រាវជ្រាវលើព័ត៌មានដែលមានស្រាប់ដើម្បីវិភាគទិន្នន័យនៅលើដៃគូប្រកួតប្រជែង និងអតិថិជន ដែលត្រូវផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈរួចទៅហើយ។ តាមរយៈការស្រាវជ្រាវលើព័ត៌មាន ដែលមានស្រាប់ អ្នកប្រហែលជាអាចរកឃើញព័ត៌មាន អំពីទម្រង់ប្រជាសាស្ត្រនៃអតិថិជន របៀបនៃការរស់នៅ និងលំនាំឥរិយាបថ។ អ្នកនឹងអាចរកឃើញពីទម្រង់ ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក យុទ្ធសាស្ត្រនិងផែនការ។ ទិន្នន័យលើព័ត៌មានដែលមានស្រាប់អាចជួយផ្តល់នូវរូបភាពដែលមានទំហំធំដល់ក្រុមស្រាវជ្រាវទីផ្សាររបស់អ្នក។

ការស្រាវជ្រាវលើព័ត៌មាន ដែលមានស្រាប់រួមបញ្ចូល ទាំងការប្រើប្រាស់ធនធាន ដែលអ្នកអាចរកបាននៅ តាមបណ្តាលវិធីនៅមហាវិទ្យាល័យ ឬភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល និងអ្នកអាច ធ្វើការស្រាវជ្រាវតាម បណ្តាញគេហទំព័រសម្រាប់ស្វែងរកព័ត៌មាន។



អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

ធ្វើការស្រាវជ្រាវលើព័ត៌មានដែលមានស្រាប់នៅលើអតិថិជននិងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក ស្វែងយល់អំពីអតិថិជន និងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក ដោយធ្វើការស្វែងរកតាម ប្រព័ន្ធអនឡាញ។ សិក្សាពី ផលិតផលដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក និងសង្កេតមើលពីរបៀបដែលពួកគេធ្វើបទ បង្ហាញពីផលិតផលរបស់ខ្លួនតាម រយៈការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម និងពិនិត្យមើល ដោយផ្ទាល់ហើយចែករំលែកនូវ បទពិសោធន៍នៃព័ត៌មាន ដែលមានស្រាប់ និងស្វែងរកជាមួយទិដ្ឋភាពផ្សេងៗទៀត។ សំណួរផ្សេងទៀតដើម្បីពិចារណាអំពីអតិថិជន និងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ អ្នកគឺ:

សំណួរផ្សេងទៀតដើម្បីពិចារណាអំពីអតិថិជន និងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក:

- » អ្វីដែលជាប្រភេទនៃឧបករណ៍ ICT ដែលដៃគូប្រកួតប្រជែង និងអតិថិជនរបស់អ្នកប្រើ? សម្រាប់អ្នកដែលមាន គម្រោងក្នុងការលក់ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់គេតាមអនឡាញ សំណួរនេះនឹងត្រូវបានអនុវត្ត។
- » តើអ្វីទៅជាភាគរយនៃទីផ្សារដែលអ្នកនឹងបញ្ជ្រាបចូល ឬការកំណត់គោលដៅ? នេះជាការបែងចែកនៃចំនួនសរុប របស់អតិថិជនសក្តានុពល ដែលអ្នកនឹងកំណត់នូវ នៅក្នុងគោលដៅរបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើអ្នកមាន អតិថិជនសក្តានុពលចំនួន ១០០០ នាក់ហើយបន្ទាប់ពីការស្រាវជ្រាវដោយ ប្រុងប្រយ័ត្នរួចមក អ្នកអាចនឹងដឹងថា ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកទទួលបាន ៧០ ភាគរយនៃអតិថិជនទាំងអស់ហើយ វានៅសល់ភាគ ៣០ ភាគរយដែល អ្នកអាចបញ្ជ្រាបចូលឬកំណត់គោលដៅទៅលើអតិថិជនទាំងនោះ។

បន្ទាប់ពីបានធ្វើការស្ទង់មតិនេះ វិចត្រីយ៉ា បានវិភាគលើលទ្ធផលក្នុងតារាងទី 4 ។

Table 4. ការវិភាគលទ្ធផលពីការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ

Victoria's Home-style Baked Cookies	
Questions	Results
Describe the profile of your customer	
Age (or age group):	Mothers with toddlers and school age children
Sex:	Female
How many in a family:	3-5 people
Annual family income:	At least USD 5,000

Location: Where is your market?	City and suburbs
Buying patterns: What kind of products and services do they like to purchase?	<ul style="list-style-type: none"> • They are busy mothers and usually need to have accessible products in the local bakery and supermarket • They want their children to have the best • They want to buy gifts for their children's school friends and teachers • They want to have good rapport with their extended families especially during special occasions
Reason to buy from you: What could be a good reason for them to buy my products or services?	<ul style="list-style-type: none"> • Nutritious (with dried fruits and nuts, and less sugar) • Colorful and fun for children • A gift that can be customized
Geographically describe your trading area: (i.e. local, provincial, national, and international)	Local and provincial
Do your customers have e-mail addresses? Do they buy online?	<ul style="list-style-type: none"> • Less than 10 • Very few have tried buying online
How large is the market?	Half a million
What could be the benchmark to indicate that your market is growing (G), steady (S) or decreasing (D)?	<ul style="list-style-type: none"> • G: USD 10,000 • S: USD 5,000 • D: USD 2,000

Table 4.

ការវិភាគលទ្ធផលពីការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ (ត)

Victoria's Home-style Baked Cookies	
Questions	Results
Who is your competition?	
Who are the nearest ones? List names, addresses, and products and services	<ul style="list-style-type: none"> • Local bakeshops in the community and the province (addresses listed in directories) • Commercial biscuits and cookies sold in supermarkets
How are their businesses similar or competitive to yours? Different from yours?	<p>Similarities:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Product appearance and size • Cheaper <p>Differences:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutritional value • Tastes • Packaging
What do the customers not like in their products and services? Are customers complaining about any specific issue?	<ul style="list-style-type: none"> • Not nutritious or attractive enough • Does not taste good • Not much of a gift item
What will the customers prefer in your product? Do you have a unique "niche"? Describe it.	<ul style="list-style-type: none"> • The special taste • The nutritious value of the product • It can be used as gifts for friends and families • It can be an alternative snack
How will your service or product be better or more saleable than your competitors?	<ul style="list-style-type: none"> • Personal approach since it is home-baked and fresh • More family-oriented – can be shared • Gift idea
Are your competitors' businesses growing, stable or declining? Why?	<ul style="list-style-type: none"> • Stable because these businesses have been there for a long-time now
What can be learned from observing their operations and/or talking to their present or former customers?	<ul style="list-style-type: none"> • Their operations are larger than this business • Higher frequency of product use • Strategic location and availability of goods

2.2.3. ផលិតផល: តើអ្វីគុណសម្បត្តិនៃការប្រកួតប្រជែងនិងសំណើរលើតម្លៃរួម?

បន្ទាប់ពី “ប្រជាជន” ទីពីរគឺទីផ្សារ គឺជា “ផលិតផល” ហេតុអ្វីបានជាអតិថិជនត្រូវតែត្រូវការផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នក? តើអ្នកផ្តល់ជូនផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នក ក្នុងតម្លៃប៉ុន្មាន? តើអ្នកអភិវឌ្ឍន៍ នូវតម្លៃរួមតែមួយដោយរបៀបណា?

សំណើរតម្លៃគឺជាការវិភាគមួយឬសេចក្តីបញ្ជាក់អំពីទំនិញ និងសេវាកម្មដែលបានផ្តល់ជូនដោយសហគ្រិនដល់អតិថិជនរបស់ពួកគាត់ នៅក្នុងការផ្លាស់ប្តូរសម្រាប់ការទូទាត់។⁶

តើអ្វីជាសំណើរលើតម្លៃរួម នៃអាជីវកម្មរបស់ វិចត្រីយ៉ា ? វិចត្រីយ៉ា មានគម្រោង ដើម្បីធ្វើឱ្យផលិតផលរបស់ខ្លួន មានតម្លៃរួមតែមួយ និងខ្ពស់បន្តិចនៅលើដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់នាង នៅក្នុងលក្ខខណ្ឌពិសេសចំពោះ លើផ្នែកគុណភាព លើតម្លៃរួមរាង និងការផ្តល់អាហារូបត្ថម្ភជាដើម។ គោលដៅរបស់នាងគឺដើម្បីឱ្យមានសុខភាពល្អ (អាហារូបត្ថម្ភ) នំដុតមិនត្រឹមតែជាអាហារសម្រន់ប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាជារបស់សម្រាប់ធ្វើអំណោយផងដែរ

បន្ទាប់ពីការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ **វិចត្រីយ៉ា** បានពិនិត្យមើលទៅតម្លៃរួមតែមួយ នៃផលិតផលរបស់នាងមើលតារាងទី (សូម5)។ បន្ទាប់មកនាងបានទៅមើលលើប្រព័ន្ធអនឡាញ ដើម្បីស្វែងយល់បន្ថែមអំពីជាតិម្សៅ ដែមមិនមានជាតិស្កិត និងការផ្លាស់ប្តូរធ្វើនំដោយពុំប្រើសារជាតិគីមី។ នាងបានធ្វើការស្រាវជ្រាវចំពោះការវេចខ្ចប់ (កញ្ចប់) ដែលអាចបើកបិទបាន និងអាចប្រើឡើងវិញបាន។

Table 5. ការបរិយាយតម្លៃតែមួយគត់

	Victoria’s Home-style Baked Cookies
Price	The price is a little bit higher than the local bakeshop and the commercial products
Size, weight or color	Comparable to the size of imported cookie products
Appearance	Round or square with fruits and nuts and colorful designs
Location – accessibility	Home-based but can be made available for display at family-oriented restaurants or leisure parks

⁶ BusinessDictionary.com, “Value Proposition”. Available from <http://www.businessdictionary.com/definition/value-proposition.html#ixzz41fOlos5p>.

Others (e.g. If food items, consider nutritional value and availability; if machines or software products, consider performance, speed, and ease of operation, maintenance and installation)	<ul style="list-style-type: none"> • Nutritional value • Baked fresh • Can be customized for special occasions
---	---

Victoria បានបានអនុវត្តក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង SCAMPER នៃផលិតផលរបស់នាង (សូមមើលតារាងទី 6) ។

Table 6. ការកែលម្អ និងដំណើរការផ្លាស់ប្តូរសង្វាក់ផលិតផល

Factor for change	Change process	Example
Substitution	Replace one or several components of the product	Sugar substitution (replace refined sugar with brown or raw sugar)
Combination	Merge one or several elements of the product	Use of local and imported raw materials
Amplify	Enlarge or make the product more sophisticated	Add gluten-free and more organic ingredients
Minimize	Make the product more simple	Use of biodegradable materials for packaging
Put to other use	Use the product for different purpose	Product as a gift item and for customized occasions, e.g. wedding souvenirs
Eliminate	Delete unnecessary parts	Take out the non-biodegradable materials in the packaging
Re-arrange	Revise the order of the elements contained in the product	Not applicable

សំរាប់ព័ត៌មានបន្ថែម លើ SCAMPER ម៉ូឌុល សូមមើលម៉ូឌុល W1



អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

សំណើរលើតម្លៃរួម របស់អ្នកគឺជាអ្វី?

តើអ្វីជាផលិតផល 'ឬសេវាកម្ម' និងអត្ថប្រយោជន៍នៃការប្រកួតប្រជែង (ឬគុណវិបត្តិ) របស់អ្នក? ដោយឆ្លើយសំណួរនៅក្នុងតារាងទី៧ អ្នកនឹងទទួលបានជាតំនិតអំពីរបៀបនៃការអភិវឌ្ឍន៍ សំណើរលើតម្លៃរួម។

សំណួរសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍សំណើរលើតម្លៃរួម

Table 7.

Customers	Intermediaries distributing your products/services	Competitors	Online trend
<ul style="list-style-type: none"> • Why do your target customers need your products/services? • What would convince your target customers to buy your products or use your services? 	<ul style="list-style-type: none"> • What is the reputation of your potential intermediaries/ consignees? Is it positive? • What type of products/services are they known to provide? 	<ul style="list-style-type: none"> • How are your competitors marketing and packaging their products/services? • How can your products/services be better than what they are offering? 	<ul style="list-style-type: none"> • Concerning your product, what is currently trending online?

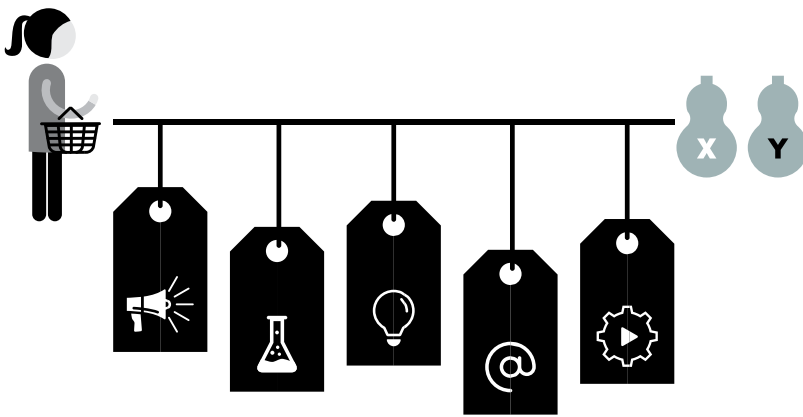
2.2.4. ការបង្កើតតម្លៃសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក

ការបង្កើតតម្លៃសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកមានន័យថាការស្វែងរកវិធី ដើម្បីធ្វើឱ្យអតិថិជនរបស់អ្នកសប្បាយចិត្ត និងពេញចិត្តជាមួយនឹងផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក លទ្ធផលទាំងនេះជាឱកាសបន្ថែមទៀតសម្រាប់អតិថិជនដែលបានទិញផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក។ អតិថិជនជាច្រើនទៀតបានទិញផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកកាន់តែច្រើន និងផ្តល់ផលប្រយោជន៍ក្នុងការស្វែងរកព័ត៌មានផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក។ នៅពេលដែលសេណារីយ៉ូនេះកើតឡើង អ្នកត្រូវតែសួរសំណួរនេះតើផ្នែកមួយណានៅក្នុងអាជីវកម្ម ដែលអាចធ្វើអោយផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកអាចផ្តល់ជូននូវតម្លៃដ៏សាកសមបំផុតសម្រាប់អតិថិជនរបស់អ្នក?

មុនពេលផលិតផល ឬសេវាកម្មត្រូវបានទិញ ដោយអតិថិជនមួយ ជាលើកដំបូង អ្នកត្រូវតែបង្កើត ផលិតផល ឬសេវាកម្មនៅមុនពេលដែលអ្នកបានចំណាយវា។ វាមានដំហានជាច្រើនដំណាក់កាល (ដំណើរការ) រហូតដល់ចំណុចដែលអតិថិជនត្រូវចំណាយប្រាក់។

ជាឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើអ្នកដុតនំនិងលក់នំខ្វឹមដែលមានសកម្មភាពដំបូង និងសកម្មភាពគាំទ្រ ថាតើអ្នកត្រូវធ្វើអ្វីខ្លះមុនពេលដែលអ្នកអាចលក់នំខ្វឹមនេះបាន។

Figure 2. ខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្ម



សកម្មភាពដំបូង

- » រៀបចំគ្រឿងផ្សំនិងឧបករណ៍សម្រាប់ដុតនំ
- » ដុតនំខ្វឹម
- » កញ្ចប់នំខ្វឹម
- » ការត្រួតពិនិត្យគុណភាពនិងលើផលិតផលសម្រេច
- » ការចែកចាយនំខ្វឹមទៅតាមហាង
- » ផ្សព្វផ្សាយនិងប្រាប់មនុស្សអោយស្គាល់អំពីនំខ្វឹម
- » ការភ្ជាក់ដោយឥតគិតថ្លៃ និងការទទួលយកនូវមតិគ្រឿងបញ្ចប់ពីអ្នកទិញវិញ

សកម្មភាពគាំទ្រ

- » ទិញគ្រឿងផ្សំនិងឧបករណ៍
- » ការពិសោធន៍ជាមួយនឹងរូបមន្តនំខ្វឹមថ្មីទាំងពីរ ទាំងសុខភាពល្អនិងរស់ជាតិឆ្ងាញ់
- » ការពិសោធន៍ជាមួយនឹងការវេចខ្ចប់ថ្មី
- » ជួលនិងគ្រប់គ្រងមនុស្សដើម្បីជួយដុតនំនិងលក់នំខ្វឹម

- » ដំណើរការអាជីវកម្ម ធ្វើផែនការអាជីវកម្ម ហិរញ្ញវត្ថុនិងរដ្ឋបាល
- » ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធឯកទេសICTដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃដំណើរការអាជីវកម្ម

តើជំហានខាងលើមួយណា ដែលអតិថិជនពេញចិត្តបំផុត? ការវិភាគខ្សែសង្វាក់តម្លៃ គឺជាឧបករណ៍ដែលមានសារៈប្រយោជន៍ សម្រាប់បង្ហាញពីរបៀប ដែលអ្នកអាចបង្កើតតម្លៃសម្រាប់អតិថិជនបាន។ ដើម្បីធ្វើការវិភាគលើសង្វាក់តម្លៃ ចាប់ផ្តើមបន្តដោយចូលតាមរយៈជំហាននីមួយៗនៃផលិតផលរបស់អ្នក និងការកំណត់ជំហានដែលត្រូវបានលុបចោល ឬក៏ជំហាននៃការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង នៃអាជីវកម្ម។ ការលុបចំបាត់ និងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងគឺវានឹងបង្ហាញលទ្ធផលនៅក្នុងបញ្ជីថ្លៃដើម។⁷

ការសន្សំ ឬការបង្កើនសមត្ថភាពផលិតឱ្យប្រសើរឡើង។ នៅទីបញ្ចប់ អតិថិជននឹងអាចទទួលបាន ប្រយោជន៍ពីផលិតផលមានតម្លៃថោកជាងមុន និងប្រសើរជាងមុន ការសន្សំចំណាយថ្លៃដើមដែរអាចមានន័យថាអ្នកនឹងទទួលបានប្រាក់ចំណេញខ្ពស់សម្រាប់អ្នក។

នៅក្នុងការវិភាគខ្សែសង្វាក់តម្លៃមួយ វិចត្រីយ៉ា បានសិក្សាលើសកម្មភាពដំបូង និងសកម្មភាពគាំទ្ររបស់នាងពីខាងលើ។ នាងបានសម្លឹងមើលសកម្មភាពនីមួយៗដើម្បីមើលលើកន្លែងដែលនាងអាចកែលម្អនូវសេវាកម្មរបស់នាងដូច្នោះ អតិថិជនរបស់នាងនឹងទិញនូវនិរន្តរ៍របស់នាងម្តងទៀត។ នាងមានផែនការ ដើម្បីផ្តល់ជូនការភ្ជាក់រសជាតិនិរន្តរ៍ គឺដោយឥតគិតថ្លៃដល់អតិថិជនដែលបោះបង់និរន្តរ៍របស់នាងកន្លងមក និងផ្តល់ជូននូវការហ្វេនិងតែផងដែរ។ នាងនឹងធ្វើឱ្យប្រាកដថាហាងរបស់នាង ឧបករណ៍និងប្រដាប់ប្រដារទាំងអស់ស្អាតល្អ ហើយនាងមានបំណងនៅក្នុងការតភ្ជាប់កុំព្យូទ័រនិងអ៊ិនធើណែត ដើម្បីគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់នាងនិងការអភិវឌ្ឍន៍វេបសាយផងដែរ។

តើប្រព័ន្ធឯកទេសICTអាចជួយអ្នកក្នុងការបង្កើតតម្លៃសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច? មានមធ្យោបាយជាច្រើនដែល ប្រព័ន្ធឯកទេសICT អាចជួយធ្វើឱ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នក កាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព ក្នុងករណីវិចត្រីយ៉ា នាងអាចធ្វើឱ្យការទិញបានលឿនជាងមុនដោយការទំនាក់ទំនងជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់របស់នាង ដោយបញ្ជាទិញនូវ គ្រឿងផ្សំនិងឧបករណ៍តាមរយៈប្រព័ន្ធអនឡាញ។ នាងមិនចាំបាច់ធ្វើដំណើរទៅកាន់កន្លែងផ្គត់ផ្គង់ផ្ទាល់នៅក្នុងទីក្រុងនោះទេ ទាំងនេះ គឺជួយកាត់បន្ថយការចំណាយលើការធ្វើអាជីវកម្ម និងចំណាយថ្លៃដើមនៃផលិតផលរបស់នាង នឹងត្រូវបានកាត់

⁷ Kristina Zucchi, "The Basics of Value Chain Analysis", Investopedia, 10 November 2014. Available from <http://www.investopedia.com/articles/investing/111014/basics-value-chain-analysis.asp#ixzz42mp15m00>.

បន្ថយផងដែរ។

2.2.5. តម្លៃ: តើអ្វីជាតម្លៃដែលសមហេតុផលសម្រាប់ទីផ្សារគោលដៅរបស់អ្នក?

នៅក្នុងការធ្វើការ ស្រាវជ្រាវទីផ្សារ វាមានសារៈសំខាន់ ដើម្បីរកឱ្យឃើញអំពីតម្លៃនៃផលិតផលដែលស្រដៀងគ្នានិងអាចប្រៀបធៀបពួកវាជាមួយនឹងការដាក់តម្លៃលក់ផលិតផលរបស់អ្នកដូចម្តេច។ ដើម្បីរកឱ្យឃើញពីរបៀបផ្តល់តម្លៃនៃផលិតផលមួយត្រូវបានកំណត់ចាប់ផ្តើមជា មួយនឹងរូបមន្តធម្មតាដែលបានពិភាក្សា ដូចខាងក្រោម។ តារាងដែលបង្ហាញនូវរូបមន្តនីមួយៗខាងក្រោមគឺពន្យល់អំពីរបៀបដែល វិចិត្រីយ៉ា បានគណនាតម្លៃផលិតផលនំខ្លីរបស់នាងមួយ។

រូបមន្តកំណត់តម្លៃ

a. តម្លៃនៃសម្ភារៈដោយផ្ទាល់

ស្វែងយល់ពីការចំណាយសរុប នៃវត្ថុធាតុដើមដែលអ្នកបានប្រើដើម្បី ផលិតផលិតផលរបស់អ្នក។ បន្ទាប់មកការចំណាយនេះត្រូវបានបែងចែកជាមួយចំនួនសរុបនៃរបស់ ដើម្បីស្វែងរកតម្លៃក្នុងមួយឯកតា។ ពេលខ្លះការចំណាយលើទំនិញឡើងចុះវាជាការសំខាន់ដើម្បីយកកំណត់ត្រានៃការប្រែប្រួលតម្លៃនៃវត្ថុធាតុដើម។ រូបមន្ត:

» តម្លៃនៃវត្ថុធាតុដើម -; - ចំនួនមុខទំនិញផលិត = តម្លៃនៃសម្ភារៈដោយផ្ទាល់ក្នុងមួយឯកតា

គំរូត្រូវបានបង្ហាញក្នុងតារាងទី 8 A sample is shown in Table 8.⁸

Table 8 ការគណនានៃការចំណាយសម្ភារៈដោយផ្ទាល់

RECIPE: BABY BEAR'S COOKIES	RECIPE	24	DESIRED YIELD	65
	YIELD		YIELD	
			YIELD	2.71
			DIFFERENCE	

⁸ The table is based on Jennifer Lewis, "The Food Product Cost and Pricing Calculator", cited by the CookiePreneur blog. Available from <http://cookieconnection.juliausher.com/blog/from-dough>.

INGREDIENTS	TOTAL QUANTITY	TOTAL PRICE	PER UNIT PRICE	UNITS IN ORIGINAL RECIPE	UNITS REQUIRED FOR DESIRED YIELD	INGREDIENTS COST
All-purpose flour (in ounces)	400	13.99	0.035	5.25	14.22	0.184
Sugar (in ounces)	80	7.59	0.095	3	8.13	0.285
Butter (in ounces)	16	2.99	0.187	4	10.83	0.748
Eggs	12	2.69	0.224	2	5.42	0.448
Salt (in ounces)	16	0.77	0.48	0.25	0.68	0.012
Brown sugar (in ounces)	32	2.89	0.9	1.2	3.25	0.108
Dried cherries (in ounces)	12	1.99	0.166	0.5	1.35	0.083
Dried blueberries (in ounces)	12	2.87	0.239	0.5	1.35	0.12
Chocolate chips (in ounces)	12	3.69	0.308	4	10.83	1.23
Vanilla extract (in liquid ounces)	8	13.99	1.749	0.25	0.68	0.437
Baking soda (in ounces)	16	0.99	0.062	0.25	0.68	0.015
Total		54.45	4.445			3.67

b. តម្លៃកំលាំងពលកម្ម

រកអោយឃើញ ថាគឺអ្នកត្រូវបង់ប្រាក់ចំនួនប៉ុន្មាន សម្រាប់មនុស្សដែលជួយក្នុងការផលិតផលិតផលរបស់អ្នក។ អ្នកត្រូវតែផ្តល់តម្លៃលើ ប្រាក់បៀវត្ស-ប្រាក់ឈ្នួល (ដោយផ្អែកលើគោលការណ៍ ណែនាំគោលនយោបាយការងាររបស់រដ្ឋាភិបាល) សូម្បីតែមានតែមនុស្សម្នាក់ គឺជាអ្នកផលិតផលិតផលក៏ដោយ។ គណនាប្រាក់បៀវត្សប្រចាំសប្តាហ៍ (ដោយផ្អែកលើអត្រានៃម៉ោងធ្វើការ) អ្នកចំណាយអោយនរណាម្នាក់ ដើម្បីផលិតបានរបស់ចំនួនប៉ុន្មានចាំបាច់ត្រូវចែកនឹងចំនួនសរុបនៃរបស់ទាំងអស់ហើយបូកបន្ថែមតួលេខការចំណាយលើវត្ថុធាតុដើមដោយផ្ទាល់ក្នុងមួយឯកតា។

រូបមន្ត៖

- » ប្រាក់ឈ្នួល ប្រាក់ខែ ÷ ចំនួនមុខទំនិញផលិត = តម្លៃនៃការងារក្នុងមួយឯកតា
- » ការចំណាយនៃការសម្ភារៈដោយផ្ទាល់ក្នុងមួយឯកតា+តម្លៃនៃកម្លាំងពលកម្មក្នុងមួយឯកតា = តំលៃកំលាំងពលកម្មដោយផ្ទាល់ក្នុងមួយឯកតា

តារាងទី៩ បង្ហាញពីគំរូនៃការគណនាពីតម្លៃកំលាំងពលកម្មផ្ទាល់ក្នុងមួយឯកតាក្នុងការផលិតនំខ្វឹមស៍របស់ វិចិត្រវិហារ។^៩

DIRECT LABOUR COST PER UNIT	
PER UNIT INGREDIENT COSTS	
Batch ingredient cost	3.67
Minutes required for preparation (one batch)	35
Preparation labor hourly rate	11.50
Original recipe yield	24
Per piece cost	0.43
Total units/items in each package	3
Total ingredient cost (one package)	1.30

⁹ Ibid.

c. ការចំណាយបន្ថែម

ការចំណាយទាំងនេះរួមមានការជួលឧស្ម័ន និងអគ្គិសនី ទូរស័ព្ទសម្រាប់អាជីវកម្ម ការផ្គត់ផ្គង់ ការគិតប្រាក់លើការចែកចាយផលិតផល ការសម្អាត ការធានារ៉ាប់រង ការផ្គត់ផ្គង់សម្ភារៈការិយាល័យ ប្រៃសណីយ៍ ពន្ធបញ្ជីលើប្រាក់ខែ ការជួសជុលនិងថែទាំ។ ប្រសិនបើអ្នកចង់ដឹងការពិតត្រឹមត្រូវជាមួយនឹងការចំណាយរបស់អ្នក ធ្វើការប៉ាន់ស្មានថាចំនួនទឹកប្រាក់ប្រាក់ដសម្រាប់ប្រភេទទាំងអស់នៃការចំណាយ។ ប្រសិនបើអ្នកកំពុងធ្វើការនៅផ្ទះ កំណត់ដោយឡែកនូវចំនួនទឹកប្រាក់ទៅផ្នែកមួយនៃការជួលរបស់អ្នកឬការទូទាត់ប្រាក់កម្ចីទិញផ្ទះ(សមាមាត្រទៅនឹងទំហំនៃកន្លែងការងារ និងតំបន់នៃហាង) ចាត់ចែងនូវតម្លៃជួលដែលសមហេតុផលសម្រាប់ប្រភេទនៃទំហំ) កត់ចូលក្នុងបញ្ជីការរាល់ការចំណាយទាំងអស់ និងបញ្ចូលបន្ថែមលើមុខផ្សេងទៀត។ បែងចែកតួលេខសរុបដោយចំនួនតាមមុខទំនិញក្នុងមួយខែ (ឬកំឡុងពេលពេលវេលាដែលអ្នកបានប្រើសម្រាប់ការគណនាពីមុនរបស់អ្នក)

ចម្លើយគឺការចំណាយរបស់អ្នកបានក្នុងមួយឯកតា។

រូបមន្ត:

- » ការចំណាយលើចំណាយផ្សេងៗ ÷ ចំនួនមុខទំនិញផលិតផល = តម្លៃនៃការចំណាយក្នុងមួយឯកតា
- » ការចំណាយលើវត្ថុធាតុដើមដោយផ្ទាល់ក្នុងមួយឯកតា+តម្លៃនៃកំលាំងពលកម្មក្នុងមួយឯកតា+តម្លៃនៃការចំណាយផ្សេងៗក្នុងមួយឯកតា= សរុបតម្លៃក្នុងមួយឯកតា

តារាងទី១០បង្ហាញពីគំរូនៃការគណនានៃការចំណាយផ្សេងៗក្នុងមួយឯកតា¹⁰

OVERHEAD COST PER UNIT	
PER UNIT PACKAGING COSTS	
Packaging cost	0.254
Minutes required for packaging (one package)	3
Packaging labor hourly rate	9.00
Total packaging cost	0.70
Total per unit product cost	2.00

¹⁰ Ibid.

d. កំណត់ពីប្រាក់ចំណេញ

មានចំនួនទឹកប្រាក់បន្ថែមទៅលើតម្លៃសរុបក្នុងមួយឯកតាសម្រាប់ប្រាក់ចំណូល ដូច្នោះអ្នកនឹងមិនបានរៀបចំវាបានល្អនៅឡើយទេ។ សូមពិនិត្យមើលដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក និងរកអោយឃើញពីការរៀបចំនូវតម្លៃរបស់ពួកគេ (អ្នកលក់រាយ ជាធម្មតាបង្កើនតម្លៃដងជាងអ្នកលក់ដុំ) បើសិនជាផលិតផលរបស់អ្នកប្រសើរជាងគូ ប្រកួតប្រជែង អ្នកអាចគិតតម្លៃលើសជាងនឹងបន្តិចបន្ថែមទៀត។ បើសិនជាផលិតផលរបស់អ្នក ប្រហាក់ប្រហែលជាមួយដៃគូបាន អ្នកគួរពិចារណាលើតម្លៃដែលប្រហាក់ប្រហែលគ្នាបាន។

អ្នកត្រូវតែចងចាំថាដើម្បីដាក់ឡើងនូវប្រាក់ចំណេញពីការលក់នីមួយៗ ក្នុងការបន្ថែមលើចំណូលនៃប្រាក់បៀវត្សរបស់អ្នក។ បន្ថែមតួលេខនៃប្រាក់ចំណេញ ដែលអ្នកបានជ្រើស ដើម្បីការចំណាយសរុបក្នុងមួយឯកតាដើម្បីទទួលបានតម្លៃសរុបរបស់អ្នកក្នុងមួយឯកតាផលិតផល។

រូបមន្ត::

$$\text{» ប្រាក់ ចំ ណេ ញ} + \text{តម្លៃសរុបក្នុងមួយឯកតា} = \text{តម្លៃសរុបក្នុងមួយឯកតា}$$

តារាងទី១១ បង្ហាញពីគំរូនៃការគណនានៃតម្លៃសរុបក្នុងមួយឯកតា

Table 11. តារាងទី១១ ការគណនានៃតម្លៃសរុបក្នុងមួយឯកតា	
PER UNIT PRODUCT PRICING	
Your wholesale price	5.00
Your profit from wholesale	3.00
Your private label/Co-packer price	3.08
Your profit from private label/Co-packer	1.08
Your price to distributors	2.86
Your profit from distribution sales	0.86
Broker commission	0.25
Your profit after broker fees	2.75
Suggested retail price	10.01

END PRICE ANALYSIS	
If you want a retail price of	8.50
Wholesale price would be	4.25
Then product cost should be	1.70

តើ ICT អាចជួយតម្លៃផលិតផលរបស់អ្នកបានយ៉ាងដូចម្តេច? នៅក្នុងកម្មវិធីនៃតារាងបញ្ជី រូបមន្តដែលបានផ្តល់ឱ្យក្នុងការគណនាខាងលើនេះអាចត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងការគណនារបស់អ្នកដោយស្វ័យប្រវត្តិ នៅពេលដែលមានការផ្លាស់ប្តូរតម្លៃវត្ថុធាតុដើម កម្លាំងពលកម្ម ឬការចំណាយផ្សេងៗ។

2.2.6. ការកំណត់តម្លៃ និងលក្ខខណ្ឌការលក់

អ្នកអាចសម្រេចចិត្ត ក្នុងការកំណត់តម្លៃ (ឬការបញ្ចុះតម្លៃ) ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក ឬសម្រាប់ការលក់ផលិតផលរបស់អ្នក។ រកឃើញ ប្រសិនបើ ការទិញរបស់អតិថិជនត្រូវបានផ្អែកលើតម្លៃគុណភាព ឬទាំងពីរ។ តម្រូវការអាចផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងរដូវកាលផ្សេងគ្នានៃឆ្នាំដោយទីតាំង ឬតាមប្រភេទនៃអតិថិជន។ តើអ្នកនឹងកំណត់តម្លៃខុសគ្នាឬ?

ការពិចារណាដំបូងលើការកំណត់តម្លៃផលិតផល ឬសេវាកម្មគឺជាតម្លៃមួយដែលជាតំណាងឱ្យទៅអតិថិជន។ បើសិនជាផលិតផលរបស់អ្នកគឺជាផលិតផ្ទីលើកដំបូងមាននៅលើទីផ្សារអ្នកអាចដាក់តម្លៃខ្ពស់។ ម្យ៉ាងវិញទៀតប្រសិនបើវាគឺជាផលិតផល "ស្រដៀងគ្នា" អ្នកប្រហែលជាត្រូវចាំបាច់ទទួលបានចំណែកនៃទីផ្សារសិន មុនពេលដែលអ្នកបង្កើនតម្លៃរបស់វា។ ក្នុងមួយនៅក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មគឺ: នៅក្នុងការវិភាគចុងក្រោយ វាជាទីផ្សារដែលកំណត់តម្លៃ។



អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

តើអ្វីជាផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នក?

ធ្វើការគណនាពីតម្លៃនៃផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក។ ធ្វើការស្រាវជ្រាវដើម្បីស្វែងយល់អំពីតម្លៃ និងគោលនយោបាយរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក។ បញ្ជូនមិត្តភក្តិមួយទៅហាងដែលស្រដៀងដូចហាង របស់អ្នក។ រកឱ្យឃើញប្រសិនបើពួកគេបានផ្តល់ជូននូវតម្លៃពិសេស ឬការបញ្ចុះតម្លៃសម្រាប់ផលិតផលរបស់ពួកគេ។ រកឱ្យឃើញប្រសិនបើមានតម្លៃនាំមុខនៅក្នុងឧស្សាហកម្ម? បន្ទាប់ពីការរកឃើញរបស់អ្នកត្រូវធ្វើគោលនយោបាយលម្អិតលើតម្លៃ។

2.2.7. ទឹកនៃឯកៈ ទីណា និងកន្លែងណាដែលអតិថិជនរបស់អ្នកទិញឬទទួលផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក?

ការលក់ដោយផ្ទាល់ គឺជាការលក់នៃផលិតផលដោយផ្ទាល់ទៅអតិថិជនរបស់អ្នក។ លក់ប្រយោលអាចរួមបញ្ចូលជាមួយការលក់ដោយអន្តរការី អោយមនុស្សម្នាក់ ឬស្ថាប័នណាមួយដែលអាចបង្ហាញ និងលក់ផលិតផលរបស់អ្នក។ ការលក់ប្រយោលរួមបញ្ចូលទាំងការលក់នៅលើគេហទំព័របណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមផងដែរ ដែលជាកន្លែងដែលប្រជាជនអាចដាក់ ការបញ្ជាទិញ នៃផលិតផលរបស់អ្នក តាមបណ្តាញអនឡាញ និងចែកចាយផលិតផលយោងតាមកិច្ចព្រមព្រៀង។ អ្នកអាចផ្តល់នូវការលក់ទាំងពីរដោយផ្ទាល់និងប្រយោលនៃផលិតផលដូចគ្នា។ ទំរង់ខាងក្រោមនេះគឺជាមតិខ្លះៗសម្រាប់អនុវត្តន៍:

- » ការលក់ដោយផ្ទាល់តាមទូរស័ព្ទ ឬការលក់ផ្ទាល់ខ្លួន អ្នកអាចសួរនរណាម្នាក់ដើម្បីលក់ផលិតផលរបស់អ្នក ឬអ្នកអាចលក់ពីផ្ទះមួយទៅផ្ទះមួយ។
- » សិទ្ធិលក់ដូរ(ប័ណ្ណប៉ាតង់) អ្នកអាចសម្រេចចិត្តក្នុងការទិញសិទ្ធិក្នុងការលក់ដូរពីនរណាម្នាក់ផ្សេងទៀតដែលមានសិទ្ធិ ធ្វើអាជីវកម្មផ្តាច់មុខ ឬបង្កើតសិទ្ធិ ក្នុងការលក់ដោយខ្លួនអ្នកផ្ទាល់ដែលជាសិទ្ធិអាជីវកម្មក្នុងការលក់ដើម្បីបញ្ជាក់ពីទឹកនៃឯកៈច្បាស់លាស់ ឬភ្ជាប់បណ្តាញផលិតផលទៅកន្លែងដទៃទៀត។ ដំណើរការនីមួយៗតម្រូវឱ្យមានជំនួយការច្បាប់ ហិរញ្ញវត្ថុ និងទីផ្សារការស្រាវជ្រាវបន្ថែមទៀត។
- » សិទ្ធិលក់ដូរ(ប័ណ្ណប៉ាតង់) អ្នកអាចសម្រេចចិត្តក្នុងការទិញសិទ្ធិក្នុងការលក់ដូរពីនរណាម្នាក់ផ្សេងទៀតដែលមានសិទ្ធិ ធ្វើអាជីវកម្មផ្តាច់មុខ ឬបង្កើតសិទ្ធិ ក្នុងការលក់ដោយខ្លួនអ្នកផ្ទាល់ដែលជាសិទ្ធិអាជីវកម្មក្នុងការលក់ដើម្បីបញ្ជាក់ពីទឹកនៃឯកៈច្បាស់លាស់ ឬភ្ជាប់បណ្តាញផលិតផលទៅកន្លែងដទៃទៀត។ ដំណើរការនីមួយៗតម្រូវឱ្យមានជំនួយការច្បាប់ ហិរញ្ញវត្ថុ និងទីផ្សារការស្រាវជ្រាវបន្ថែមទៀត។

» អ្នកចែកចាយ- អ្នកប្រហែលជាអាចសម្រេចចិត្តក្នុងការធ្វើការជាអ្នកចែកចាយក្នុងតំបន់ឬអ្នកចែកចាយតាមតំបន់ នូវខ្សែចង្វាក់ផលិតផលដ៏ទៃជាច្រើនទៀត។¹³

ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារអាចជួយឱ្យអ្នកសម្រេចចិត្តលើវិធីល្អបំផុតក្នុងការលក់ និងចែកចាយផលិតផលរបស់អ្នក។ ដោយ អាស្រ័យលើផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នកមានកត្តាជាច្រើនដើម្បីពិចារណាក្នុងការសម្រេចចិត្តនូវដំណើរការ និង ការចែកចាយ និងការលក់ទីតាំងដែលមាន។ ឧទាហរណ៍នៅក្នុងករណីរបស់ វិចិត្រីយ៉ា ផលិតផលរបស់នាងគឺជាមុខ ទំនិញដែលអាចខូចបាន នាងបានពិចារណាអំពីវត្តជីវិតនៃផលិតផលថាតើរយៈពេលប៉ុន្មានថ្ងៃ ដែលគុណភាពរបស់ ផលិតផលនឹងផុតកំណត់? នៅក្នុងលក្ខខណ្ឌនោះនៃសីតុណ្ហភាពប៉ុន្មានដែលវានឹងខូច? ពេលដែលបានព័ត៌មាន នាង នឹងមានវិធីក្នុងការគិតដើម្បីធ្វើឱ្យប្រាក់ដថាផលិតផលរបស់នាងរយៈពេលប៉ុន្មានដែលផលិតផលអាចស្ថិតនៅស្រស់ សម្រាប់កំឡុងពេលជាក់លាក់មួយ ។ នាងបានដើម្បីពិចារណាពីការ ក្លាសសេផលិតផលរបស់ខ្លួនដោយប្រើប្រាស់ ទូរទឹកកក ប្រសិនបើនាងសម្រេចចិត្តដើម្បីដាក់នៅកន្លែងដែលមនុស្សអាចមើលផលិតផលរបស់នាងបាន នាងអាច ពិចារណាលើការវេចខ្ចប់ដែលនឹងជួយរក្សាឱ្យផលិតផលនៅបានយូរនិងស្រស់ស្អាត។ នាងនឹងត្រូវយកមកពិចារណា លើការសម្រេចចិត្តលើដំណើរការចែកចាយផលិតផលដូចថ្ងៃដែលប្រសិនបើមានការបញ្ជាទិញពីអតិថិជន។

គិតអំពីរបៀបដែលអតិថិជនរបស់អ្នកអាច ទិញផលិតផលរបស់អ្នក។ តារាង 12 មានសំណួរមួយចំនួនដែលអាច ដឹកនាំអ្នកក្នុងការធ្វើឱ្យការសម្រេចចិត្តអំពីកន្លែងដើម្បីលក់ផលិតផលឬសេវារបស់អ្នក។

Table 12. សំណួរដើម្បីកំណត់ទីតាំងដាក់លក់

Direct	Indirect	ICT component
Where would the customers need to go to buy your product?	Who would be the best sales persons to sell your product?	Would you want your product to be available online?
<ul style="list-style-type: none"> How would you evaluate the places where your product will be sold? 	<ul style="list-style-type: none"> Consider how fast your intermediaries can deliver your product 	<ul style="list-style-type: none"> If you want your product to be available online, would you have your own website or would you look for a website that you can consign your product to?

<ul style="list-style-type: none"> • Consider style and demographics of customers 	<ul style="list-style-type: none"> • Consider style and demographics of customers 	<ul style="list-style-type: none"> • Consider style and demographics of customers
<ul style="list-style-type: none"> • Consider which customer group would be best suited for each product delivery method 	<ul style="list-style-type: none"> • Consider how your competitors are distributing their products 	<ul style="list-style-type: none"> • Consider how your target customers can reach you for orders or inquiries

Table 12 សំណួរដើម្បីកំណត់ទីតាំងដាក់លក់ (ត)

Direct	Indirect	ICT component
<ul style="list-style-type: none"> • Consider the convenience of customers—walking distance, availability of parking space, proximity to other business establishments 	<ul style="list-style-type: none"> • Consider the reputation of your potential intermediaries/ consignees. • Is it positive? What type of products are they known to provide? 	<ul style="list-style-type: none"> • Consider your capacity to answer questions online and fulfill online orders. • Look at online stores (e.g., Alibaba, Lazada, Zalora) and consider the look and feel of their sites. Learn how they are fulfilling orders online, how much they are charging and with whom they are partnering with
<ul style="list-style-type: none"> • Consider government ordinances in relation to direct selling 	<ul style="list-style-type: none"> • Consider government ordinances in relation to indirect selling 	<ul style="list-style-type: none"> • Consider government ordinances in relation to online selling
<ul style="list-style-type: none"> • Consider cost (e.g., rent, franchising costs) 	<ul style="list-style-type: none"> • Consider cost (e.g., sales commissions) 	<ul style="list-style-type: none"> • Consider cost (e.g., utilities, connectivity)



អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

ស្វែងយល់ពីរបៀបដែលដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកលក់ និងចែកចាយផលិតផលរបស់ខ្លួន។ រៀបរាប់ពីរបៀបដែលអ្នកនឹងលក់ និងចែកចាយផលិតផលរបស់អ្នក? ត្រូវមានភាពជាក់លាក់។

2.2.8. ការផ្សព្វផ្សាយ: តើអតិថិជនរបស់អ្នកនឹងបានដឹងឬយល់ដឹងអំពីផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច?

ការផ្សព្វផ្សាយមានន័យថាការទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនរបស់អ្នកអំពីផលិតផល ឬសេវារបស់អ្នក។ គោលបំណងនៃការផ្សព្វផ្សាយនេះ គឺដើម្បីជូនដំណឹង និងការបញ្ចុះបញ្ចូល អតិថិជនរបស់អ្នក ដើម្បីទិញផលិតផល របស់អ្នក ឬប្រើសេវាកម្មរបស់អ្នក អ្នកនឹងមានការចំណាយលើការផ្សព្វផ្សាយនេះផងដែរ។ ការផ្សព្វផ្សាយជាញឹកញាប់ពាក់ព័ន្ធនឹងប្រភេទមួយចំនួន នៃការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ដែលជាទម្រង់នៃការចំណាយលើ ការផ្សព្វផ្សាយមិនមែនជាលក្ខណៈផ្ទាល់ខ្លួនដែលអាចទាក់ទងមួយចំនួនធំទៅនឹងអតិថិជនសក្តានុពល នៅក្នុងពេលដូចគ្នាផងដែរ។ នៅពេលដែលអ្នកទទួលយកនូវ វិធីសាស្ត្រមួយនេះអ្នកត្រូវតែមានយុទ្ធសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងគោលដៅរបស់អ្នក ហើយការអភិវឌ្ឍន៍យុទ្ធសាស្ត្រនេះគឺមានការចំណាយលើអ្វីដែលចាំបាច់ផងដែរ។

សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយ គឺរាប់ពីការរចនាស្លាកសញ្ញាបោះពុម្ព និងចែកចាយនាមប័ណ្ណ ការបិតប្រកាសជូនដំណឹងនៅលើក្តារនៅក្នុងហាង និងការិយាល័យ និងការហៅទូរស័ព្ទទៅអតិថិជនសក្តានុពលនិងអតិថិជនដែលមានស្រាប់។ បណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមអាចមានតម្លៃយ៉ាងទូលំទូលាយសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មផលិតផល។ ដើម្បីជួយក្នុងការកំណត់ប្រភេទនៃការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលមានលក្ខណៈសមរម្យ និងស្ថិតនៅក្នុងគម្រោងថវិការបស់អ្នក វានឹងចាំបាច់ត្រូវពិនិត្យឡើងវិញដោយប្រុងប្រយ័ត្ននូវប្រវត្តិនៃអតិថិជនរបស់អ្នក។

តើICT អាចជួយអ្នកផ្សព្វផ្សាយផលិតផលរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច? ប្រសិនបើអតិថិជនរបស់អ្នកត្រូវបានប្រើប្រាស់បណ្តាញ ទំនាក់ទំនងសង្គមទៀងទាត់ អ្នកអាចពិចារណា ក្នុងការប្រើប្រាស់បណ្តាញនេះដើម្បីផ្សព្វផ្សាយផលិតផលរបស់អ្នក។ អត្ថប្រយោជន៍នៃការប្រើប្រាស់បណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយនេះនឹងមានពីរផ្លូវក្នុងការទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនរបស់អ្នក មិនដូចបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មគ្រើនអនុញ្ញាតឱ្យការទំនាក់ទំនងមាន វិធីតែមួយផ្លូវ ពីអ្នកទៅអតិថិជនរបស់អ្នកប៉ុណ្ណោះ។ ការទំនាក់ទំនងពីរផ្លូវអាចឱ្យអ្នកទទួលបានមតិយោបល់ត្រឡប់ដោយផ្ទាល់និងឆាប់រហ័សពីអតិថិជនរបស់អ្នក។ ឧបករណ៍បណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមដែលអាចត្រូវបានប្រើសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយត្រូវបានពិភាក្សានៅក្នុងប្រអប់ទី 3 ។

Box 3. ឧបករណ៍បណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយ

ជាមួយនឹងការកើនឡើង នៃចំនួនមនុស្សដែលប្រើប្រាស់បណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គម នៅលើមូលដ្ឋានធម្មតាជាមួយ បណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមបានផ្តល់ឱកាសយ៉ាងធំធេងដើម្បីលើកកម្ពស់ផលិតផល ឬ សេវាកម្មរបស់អ្នក និងស្វែងរកពីអតិថិជនថ្មីតាមរយៈប្រព័ន្ធអនឡាញ។ វាមានផ្នែកនៃបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមផ្សេងៗគ្នា និងជាជម្រើសដែលជាផ្នែកមួយដោយផ្ដោតលើ និងពឹងផ្អែកលើនរណា ដែលជាគោលដៅសម្រាប់អ្នក ជាឧទាហរណ៍មួយ វាមានផ្នែកដែលពេញនិយមដ៏ខ្លាំងក្នុងចំណោមស្ត្រីឬក៏ពលរដ្ឋវ័យក្មេង។ ជម្រើសរបស់អ្នកនឹងអាស្រ័យផងដែរទៅលើធម្មជាតិនៃសាររបស់អ្នក និងធម្មជាតិនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

Facebook គឺមកដល់ពេលនេះគឺជាសេវាកម្មនៃបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមដែលមានប្រជាប្រិយភាពបំផុតនៅលើអ៊ីនធឺណិត។ ហ្វេសប៊ុក សមរម្យបំផុតសម្រាប់:

- រៀបចំជាប្រព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗនៃការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម
- គោលដៅមូលដ្ឋានរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងទំព័រជាក់លាក់
- ដែលគួរអោយចាប់ចិត្ត និងការធ្វើអោយគេដឹងឮច្រើនជាមួយអតិថិជននាពេលបច្ចុប្បន្ននិងអនាគត
- ចូលរួមចែករំលែកលើការសំដែងនូវលក្ខណៈរបស់អ្នកដល់សង្គម នៅលើគេហទំព័ររបស់អ្នក

Google Plus គឺជាប្រព័ន្ធបណ្តាញរបស់សង្គមដោយក្រុមហ៊ុន Google ។ Google Plus គឺសមរម្យសម្រាប់:

- ការបង្កើត ឬការធ្វើឱ្យទាន់សម័យលើការចុះបញ្ជីរបស់អ្នកនៅលើ Google Map និងលទ្ធផលនៃការស្វែងរកតាមតំបន់
- ការពិនិត្យ នូវការទទួលយកនូវអតិថិជនដើម្បីបង្ហាញឡើងនៅក្នុងលទ្ធផលនៃការស្វែងរក
- ជាប្រព្រឹត្តិការណ៍នៃការធ្វើពាណិជ្ជកម្មក្នុងតំបន់ដែលមានចំនួនច្រើនសន្លឹកសន្លាប់
- អាជីវកម្មដែលជាម្ចាស់ផ្ទះព្រឹត្តិការណ៍ក្នុងស្រុក
- គោលដៅមូលដ្ឋានរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងអាជីវកម្ម

Twitter គឺជាប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គមមួយដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ដើម្បីធ្វើការបង្ហាញសារនៅក្នុង 140 តួអក្សរ។ វាគឺជាការពេញនិយមក្នុងចំណោមទស្សនិកជនវ័យក្មេង។ ចាប់តាំងពីបានបង្កើតឡើងនៅក្នុងឆ្នាំ 2006 Twitter បានទទួលប្រយោជន៍អាជីវកម្មយ៉ាងខ្លាំង ដោយការផ្តល់ឱ្យពួកគេវេទិកាផ្សព្វផ្សាយមួយ ដែលមានអនុភាពក្នុងការទំនាក់

ទំនងជាមួយអតិថិជនរបស់អ្នក ដែលអ្នកមិនអាចមានលទ្ធភាព ក្នុងការនិយាយទៅពេលពីមុន។ Twitter គឺសមរម្យសម្រាប់:

- ធ្វើអន្តរកម្មជាមួយអតិថិជននាពេលបច្ចុប្បន្ននិងអនាគត
- សំណួរចម្លើយ និងការទទួលមតិយោបល់ត្រឡប់ពីអតិថិជន
- ការចេញផ្សាយដំណឹងថ្មីចុងក្រោយបំផុតដែលទាក់ទងនឹងក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក
- ការចេញផ្សាយទាក់ទងនឹងក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក
- ការប្រើប្រាស់គោលដៅក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ជាមួយអ្នកប្រើប្រាស់ជាក់លាក់និងទស្សនិកជន

YouTube គឺជាមូលដ្ឋានគេហទំព័រវីដេអូនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមធំបំផុត និងពេញនិយមបំផុតនៅលើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត។ គេហទំព័រ YouTube គឺសមរម្យសម្រាប់:

- បង្ហាញឡើងនៅក្នុងលទ្ធផលស្វែងរកជាមួយនឹងកំណត់វីដេអូសម្បូរបែប
- ការកំណត់គោលដៅអ្នកប្រើប្រាស់ជាមួយនឹងមូលដ្ឋាននៃមាតិកាវីដេអូ
- កំណត់គោលដៅ វីដេអូភូមិសាស្ត្រដោយផ្អែកលើទីតាំងរបស់អ្នក
- សមាហរណកម្ម និងបង្កប់វីដេអូនៅលើគេហទំព័ររបស់អ្នក

Pinterest គឺជាគេហទំព័របណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមដែលជាមូលដ្ឋានជារូបភាពដែលមានអំណាចមួយនឹងមានការពេញនិយមជាមួយនឹងស្ត្រី។ Pinterest គឺសមរម្យសម្រាប់:

- ការថតរូប ការធ្វើដំណើរ និងឧស្សាហកម្មដែលពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត
- រូបភាពទាក់ទងនឹងការចែករំលែកថ្ងៃឈប់សម្រាក
- ការតុបតែងផ្ទះ បង្ហាញម៉ូដ សិល្បៈនិងសិប្បកម្ម
- ទៅដល់ស្ត្រី ស្ត្រីជាម្តាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់សម្បូរបែបជាច្រើនទៀត
- ការផ្សព្វផ្សាយលើការភ្ជាប់ទំនាក់ទំនាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិចទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់គោលដៅ

Instagram មូលដ្ឋាននៃអ្នកប្រើប្រាស់ ដែលភាគច្រើនត្រូវបានបង្កើតឡើងសម្រាប់មនុស្សពេញវ័យ។ Instagram គឺសមរម្យសម្រាប់:

- រូបភាពចែករំលែក និងឈុតវីដេអូខ្លី
- ភោជនីយដ្ឋាន ការលក់រាយ និងឧស្សាហកម្មផ្សេងទៀតលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលអាចមើលឃើញ
- ការកែសម្រួលរូបភាពជាមួយតម្រងពន្លឺដែលបានកំណត់ជាមុន
- ការចែករំលែកវប្បធម៌របស់ក្រុមហ៊ុន និងការយល់ដឹងទូលំទូលាយ"នៅពីក្រោយឈុតភាព"

LinkedIn គឺជាបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមដែលមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈ និងជាបណ្តាញនៃ គេហទំព័រ ដ៏មានប្រជាប្រិយភាពបំផុត។ ដោយសារតែធម្មជាតិដែលមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈរបស់ខ្លួន អាជីវកម្មត្រូវបានប្រើប្រាស់បណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមដែលមានប្រជាប្រិយភាពក្នុងការស្វែងរកបុគ្គលិកថ្មីនិងអតិថិជនសក្តានុពលជាមួយនឹងកម្មវិធីការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មគោលដៅរបស់ពួកគេ។ LinkedIn គឺសមរម្យសម្រាប់:

- ជាបណ្តាញជាមួយជំនាញវិជ្ជាជីវៈក្នុងស្រុក
- ភ្ជាប់ជាមួយនឹងប្រជាជននៅក្នុងឧស្សាហកម្មដែលស្រដៀងគ្នា
- ការគ្រប់គ្រងការបង្កើតការនាំមុខ និងមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះ
- ការបង្ហាញរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលទាក់ទង និងស្ថិតិ
- មានទិន្នន័យរបស់អ្នកផ្ទាល់ខ្លួន និង ឬព័ត៌មានអាជីវកម្មដែលបានរៀបចំនៅក្នុងម៉ាស៊ីនស្វែងរក

Craigslist គឺជាផ្នែកមួយដែលផ្តល់នូវការចំណាត់ថ្នាក់ក្នុងស្រុក និងវេទិកានៅទីក្រុងចំនួនជាង៧០០នៅក្នុងប្រទេសជាង៧០ប្រទេស។ ពីគេហទំព័រតាមពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិច ដើម្បីលក់ដុំគ្រឿងសង្ហារឹម អាជីវកម្មខ្នាតតូចទាំងបណ្តាញអនឡាញនិងបណ្តាញផ្ទាល់ គឺ **Craigslist** បានសម្រេចនូវអំណាចនៃទីផ្សាររបស់ខ្លួន ។ **Craigslist** គឺវាអស្ចារ្យសម្រាប់ការបង្ហោះដោយឥតគិតថ្លៃទៅដល់អតិថិជនគោលដៅនិងគោលដៅនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅទីក្រុងដ៏ជាក់លាក់មួយ។

អាជីវកម្មជាច្រើនមានការរួមបញ្ចូលគ្នានៃវត្តមាននៃបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមដែលឧទាហរណ៍ រួមមាន Facebook, Twitter, Pinterest និង Instagram ។ Hootsuite គឺជាកម្មវិធីដែលធ្វើឱ្យមានភាពងាយស្រួលសម្រាប់អាជីវកម្មដើម្បីគ្រប់គ្រងគណនីចំរុះនៃបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមជាច្រើនរួមទាំងសារនៃកាលវិភាគការចូលរួមពីទស្សនិកជនរបស់អ្នក និងការវាស់វែងត្រឡប់មកវិញនៅលើការវិនិយោគពីកម្មវិធីមួយបាន។

① អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

ស្វែងរក ពីរបៀបផ្នែកនៃបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គម។ បង្កើតគណនីមួយនៅលើផ្នែកដែលអ្នកបានជ្រើសរើស និងយល់ឱ្យបានច្បាស់ពីខ្លួនអ្នកជាមួយនឹងមុខងារពិសេសដែលជាផ្នែកដែលបានផ្តល់អោយ។ សូមគិតអំពីរបៀបដែលអ្នកអាចប្រើប្រាស់ ពីលក្ខណៈពិសេស និងមុខងារទាំងនេះ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នក។

① អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

អភិវឌ្ឍន៍យុទ្ធសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នកសរសេរនូវអ្វីដែលអ្នកចង់ឱ្យយុទ្ធសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នកសម្រេចបានជោគជ័យ។ សូម ពិចារណាអំពីសំណួរដូចខាងក្រោមនេះដែលវានឹងអាចជួយអ្នកបាន៖

- សារតើអ្វីដែលគួរនិយាយអំពីផលិតផលនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងថាតើវាគួរតែត្រូវបានបញ្ជាក់យ៉ាងណា? តើអ្វីទៅជាឃ្លានៃអត្ថបទរបស់អ្នក ឬ ពាក្យដែលអាចងាយចាប់បានដែលភ្ជាប់ទៅជាមួយនឹងផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលអតិថិជនអាចចាំបានយ៉ាងងាយស្រួលរបស់អ្នកឬ?
- ទីផ្សារគោលដៅ តើអ្នកមានគម្រោងដើម្បីបម្រើបួលកំទៅជាទីផ្សារឧស្សាហកម្មដែលជាទីផ្សារជាតិ ទីផ្សារជិតខាង ឬទីផ្សារឯកទេសមួយ?
- ចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន តើអ្វីដែលអតិថិជនរបស់អ្នកអានឬស្តាប់? នៅកន្លែងណា? ញឹកញាប់ប៉ុណ្ណា?
 - ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដោយពឹងផ្អែកលើចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជនរបស់អ្នក តើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអ្វីដែលគួរតែត្រូវប្រើ?
- តើអ្វីជាការតាមដានកំណត់ត្រាសម្រាប់ការប្រើប្រាស់មធ្យមដែលអ្នកអាចពិចារណាសម្រាប់ប្រភេទនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក? តើដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកប្រើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអ្វី? តើការស្នើពីបណ្តាញមិត្តភក្តិ និងសមាគមពាណិជ្ជកម្មរបស់អ្នកលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអ្វីដែរ?
 - ថវិកា តើចំនួននៃទឹកប្រាក់ប៉ុន្មានដែលអ្នកនឹងចំណាយសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលមានដែនកំណត់ដែលអ្នកអាចប្រើប្រាស់បាន? តើអ្នកអាចចំណាយថវិការបស់អ្នកជាងមួយឆ្នាំដើម្បីផ្តល់លើការបន្តធ្វើសារដែលដដែលយ៉ាងដូចម្តេច?
- ខណៈពេលដែលអ្នកអាចនឹងត្រូវចំណាយច្រើនបន្ថែមនៅពេលចាប់ផ្តើម ជាគោលការណ៍ណែនាំដែលកំពុងប្រព្រឹត្តទៅលើ ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មគឺមិនគួរលើសពីមួយប្រាំភាគរយនៃការលក់នោះឡើយ កំណត់ចេញថាតើអ្នកនឹងមានការវិនិយោគប៉ុន្មានទៅលើការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់អ្នកក្នុងឆ្នាំដំបូង។
- ការបន្តសារ តើប្រភេទនៃផលិតផលឬសេវាកម្ម ទម្រង់នៃអតិថិជន និងលំនាំនៃការទិញតាមរដូវកាលដែលបានប៉ះពាល់ដល់ជម្រើសនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នក និងភាពញឹកញាប់ដែលអ្នកបានផ្សព្វផ្សាយនោះដែរឬទេ?
- យុទ្ធនាការរមៀលចេញ តើយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអាចត្រូវបានអនុវត្តយ៉ាងដូចម្តេច? តើវាអាចត្រូវបានវាស់វែងនូវប្រសិទ្ធភាពរបស់វាយ៉ាងដូចម្តេច?

2.3. ការកៀងគរធនធាន

ធនធានចាំបាច់សម្រាប់អាជីវកម្មណាមួយដើម្បីចាប់ផ្តើម ឬប្រតិបត្តិការ។ ធនធានយោងទៅលើសម្ភារៈ បរិក្ខារ និងមនុស្ស និងតម្រូវការហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្ម។ ការកៀងគរប្រភពធនធានសំដៅទៅលើដំណើរការនៃការដែលអាចធ្វើបានគ្រប់សកម្មភាពដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការធានានៃធនធានសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការ

ធ្វើឱ្យការប្រើប្រាស់កាន់តែប្រសើរឡើង និងបង្កើនធនធានដែលមានស្រាប់។¹¹

2.3.1. ការស្វែងរកព័ត៌មាន

ក្រៅពីការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ មានប្រភេទផ្សេងទៀតនៃព័ត៌មានដែលអ្នកនឹងត្រូវការដែលអាចត្រូវបានស្វែងរកពីប្រភពនៃការសម្របសម្រួលពីមនុស្ស និងបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីយកនូវសិទ្ធិទទួលបានព័ត៌មាន នៅពេលដែលទទួលបាននូវសិទ្ធិទទួលបានចំណេះដឹង និងជំនាញ។

ដើម្បីបង្កើនចំណេះដឹងនៃការធ្វើអាជីវកម្មមួយ វិត្រីយ៉ា បានមើលនូវធនធានទាំងធនធានលើប្រព័ន្ធអនឡាញ និងនៅក្នុងសៀវភៅ។ នាងបានសម្លឹងចូលទៅក្នុងការចុះឈ្មោះចូលរៀនក្នុងវគ្គអាជីវកម្មអនឡាញដោយឥតគិតថ្លៃ នាងបានបន្ថែមនូវចំណេះដឹងដែលមានស្រាប់របស់នាងជាមួយសៀវភៅរបៀបដុតនំផ្សេងទៀត។

ក្នុងសៀវភៅ និងបណ្តាញអនឡាញ និងមើលវីដេអូពីច្នៃកម្មសម្រាប់ដុតនំថ្មី។

តើ ICT អាចជួយអ្នកក្នុងការស្វែងរកព័ត៌មានបានយ៉ាងដូចម្តេច? ការប្រើប្រាស់ ម៉ាស៊ីនស្វែងរកនៅលើអ៊ីនធឺណិត អាចជួយអ្នករកឃើញព័ត៌មាន អ្នកនឹងចាំបាច់ត្រូវធានាថា ពេលដែលបានជ្រើសពីប្រភពព័ត៌មានដែលអាចទុកចិត្តបានដូច្នោះអ្នកត្រូវការវាយតម្លៃលើជំនាញដើម្បីទទួលបានព័ត៌មានដែលមានសុពលភាព។

សហគ្រិនអាចបង្កើនចំណេះដឹងនិងជំនាញរបស់ពួកគេដោយចុះឈ្មោះចូលរៀនក្នុងវគ្គសិក្សាលើបណ្តាញអនឡាញ បើកចំហរយ៉ាងឆ្លាតវៃដែលផ្តោតលើវិស័យឧស្សាហកម្មឬវិស័យអាជីវកម្មមួយចំនួន។ រកមើលតាមរយៈ:

Coursera (<http://www.coursera.org>), edX (<http://www.edx.org>) និង Udacity (<http://www.udacity.com>) សម្រាប់វគ្គសិក្សាដែលអាចសម្លឹងអ្នក។

¹¹ Judith B. Seltzer, "What is resource mobilization and why is it so important?" Health Communication Capacity Collaborative, 20 October 2014. Available from <http://healthcommcapacity.org/resource-mobilization-important/>.

① អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

ស្វែងរកព័ត៌មានលើបណ្តាញអនឡាញ

ស្រដៀងគ្នាទៅនឹងអ្វីដែល វិចិត្រីយ៉ា បានធ្វើដោយប្រើម៉ាស៊ីនស្វែងរកដើម្បីរកមើលប្រភពធនធានលើ បណ្តាញអនឡាញនៅលើការដំណើរការអាជីវកម្មដែលមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នាទៅនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ស្វែងរកសម្រាប់វគ្គសិក្សាតាមបណ្តាញអនឡាញដោយឥតគិតថ្លៃដែលអាចជួយអ្នកជាមួយនឹងដំណើរការ អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកអាចចង់មើលនៅលើបណ្តាញអនឡាញ លើធនធានបច្ចេកទេស និងគ្រឿងសម្ភារៈនិង វត្ថុធាតុដើមដែលអ្នកមានអាជីវកម្មស្រដៀងគ្នានឹងអ្នកកំពុងប្រើនាពេលបច្ចុប្បន្ន។ កាត់ត្រានៃបច្ចេកទេស ទាំងនេះ ឧបករណ៍ និងវត្ថុធាតុដើមនិងនូវអ្វីដែលអ្នកនឹងអាចអនុវត្តចំពោះអាជីវកម្មរបស់អ្នកនៅពេលនេះ និង អ្វីដែលអ្នកប្រហែលជាចង់អនុវត្តទៅលើមុខជំនួញរបស់អ្នកនៅពេលក្រោយ។ អ្នកប្រហែលជាចង់កត់ចំណាំ លើសេចក្តីយោងទាំងនេះនៅក្នុងឯកសារសៀវភៅតារាងបញ្ជីឬអ្នកធ្វើបញ្ជី។

2.3.2. បណ្តាញទំនាក់ទំនង

ស្ត្រីជាច្រើនទទួលបាន ផលប្រយោជន៍ពីបណ្តាញមិត្តភក្តិ និងសាច់ញាតិរបស់ពួកគេ។ បណ្តាញគឺជាក្រុមនៃអន្តរ សង្គមជាច្រើន និងទំនាក់ទំនងផ្ទាល់ខ្លួន ដែលបានបង្កើតឡើងនៅលើពេលវេលាកន្លងមក។ បណ្តាញផ្តល់នូវព័ត៌ មាន និងវាអាចផ្តល់នូវការគាំទ្រផងដែរ

ឧទាហរណ៍នៅក្នុងករណីនៃវិចិត្រីយ៉ា ងាកទៅរកពីសាច់ញាតិ និងមិត្តភក្តិចាស់ដែលនាងបានរាប់អានមិត្តភក្តិថ្មីនៅ សាលារៀនរបស់កូននាង។ នាងបានផ្តល់ឱ្យពួកគេនូវគំនូរនិរន្តរ៍របស់នាង ដែលបានធ្វើឱ្យពួកគេដឹងពីរស់ជាតិ និង គុណភាពនៃនិរន្តរ៍របស់នាង។ ពួកគេបានក្លាយជាអតិថិជនដំបូងរបស់នាង។ បណ្តាញនេះអាចក្លាយទៅជាធំ ជាងមុនចាប់តាំងពីមិត្តភក្តិថ្មីរបស់នាង មានសាច់ញាតិ និងមិត្តភក្តិរបស់ពួកគេផ្ទាល់ និងអំពីព័ត៌មាននៃនិរន្តរ៍របស់ នាងរាលដាលនៅជុំវិញ។ បណ្តាញគឺជាជំនាញសំខាន់ចាំបាច់។ មានជំនាញគឺជាអត្ថប្រយោជន៍មួយដោយសារតែវា ផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវសមត្ថភាពក្នុងការអភិវឌ្ឍហើយប្រើទំនាក់ទំនងសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ឧបមាដូចជា អ្នកអាចសួរ អតិថិជនសម្រាប់ឈ្មោះរបស់អ្នកដទៃដែលអាចនឹងត្រូវចាប់អារម្មណ៍នៅក្នុងផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នក។ ដើម្បី ធ្វើឱ្យអាជីវកម្ម របស់អ្នកកើនឡើង អ្នកត្រូវការចាំបាច់ ដើម្បីបង្កើតទំនាក់ទំនងបន្ថែមទៀត ដើម្បីអាចប្រាស្រ័យ ទាក់ទងអំពីផលិតផលរបស់អ្នក។

ដើម្បីធ្វើឱ្យបណ្តាញរបស់អ្នកមានទំហំធំ អ្នកនឹងត្រូវការដើម្បីចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍។ អាជីវកម្មបានបង្កើតឡើងនៅក្នុង ឧស្សាហកម្មបណ្តាញជាច្រើនបានកំណត់ពេលព្រឹត្តិការណ៍សំរាប់សហគ្រិនដើម្បីទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីវា។ អ្នក ត្រូវរៀនពីរបៀបក្នុងការភ្ជាប់បណ្តាញអោយមានប្រសិទ្ធិភាព។ បណ្តាញគឺជាការទទួលយកច្រើនជាងការចាកចេញ

និងការជួបជាមួយមនុស្ស។ បណ្តាញគឺជាយុទ្ធសាស្ត្រមួយដែលអ្នកនឹងចាំបាច់ត្រូវអភិវឌ្ឍផែនការនៃការរចនាសម្ព័ន្ធ ដើម្បីបានដឹងថាមនុស្សដែលនឹងធ្វើអាជីវកម្មជាមួយអ្នក។

ទី១នៅពេលដែលអ្នកមានផែនការរៀបចំ បណ្តាញរបស់អ្នក ប្តេជ្ញាចិត្តធ្វើវា រៀនពីជំនាញទំនាក់ទំនងនិង ជំនាញនៃការបង្កើត បណ្តាញ និងអនុវត្តផែនការរបស់អ្នក។ ក្នុងការធ្វើផែនការរបស់អ្នក សូមសួរខ្លួនអ្នកថា:

- » តើអ្វីទៅជាគោលដៅអាជីវកម្មតើខ្ញុំចង់សម្រេចបានឬទេ?
- » តើអតិថិជនអនាគតប៉ុន្មានដែលខ្ញុំចង់បានក្នុងមួយខែ?
- » តើអតិថិជនរបស់ខ្ញុំនៅឯណានិងកន្លែងណាដែលពួកគេភ្ជាប់បណ្តាញ?
- » តើអង្គការអាជីវកម្មខ្ញុំនឹងអាចទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីវា?
- » តើខ្ញុំសាងរូបភាពនៃអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំបានយ៉ាងដូចម្តេច?
- » តើសកម្មភាពអ្វីនៅក្នុងសហគមន៍ដែលអាចជួយខ្ញុំក្នុងការជំរុញអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំបាន?

ការបង្កើតបណ្តាញការងារ គឺធ្វើឱ្យក្លាយទៅជាសកម្ម នេះមានន័យថាទទួលយកការត្រួតពិនិត្យនៃស្ថានភាពជំនួស ការតបទៅវិញ។ ការធ្វើបណ្តាញនឹងតម្រូវឱ្យអ្នករួចផុតពីឧបសគ្គរបស់អ្នក និងបន្តទទួលបាននូវភាពកក់ក្តៅផងដែរ ។¹²

បណ្តាញរបស់អ្នក ចំពោះមិត្តភក្តិ និងសហការី អាចជាប្រភពនៃព័ត៌មាន សម្រាប់ការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពព័ត៌មាន ដែល ទាក់ទងទៅនឹងតំបន់អាជីវកម្មរបស់អ្នក និងសម្រាប់ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទាន និងតម្រូវការធនធានមនុស្សរបស់អ្នក។ នៅការចាប់ផ្តើមនៃអាជីវកម្ម វិចិត្រវិយ៉ា បានស្វែងរកបណ្តាញដែលបានមកពីម្តាយរបស់នាងនៅក្នុងសហគមន៍ និងអ្នកជិតខាង ក្នុងសហគមន៍របស់គាត់។ បណ្តាញនេះ បានផ្តល់ព័ត៌មានដល់នាង ជាមួយនឹងផ្តល់លទ្ធភាពអោយ នាងអាចរកកន្លែង ដែលនាងអាចលក់ និងធ្វើឱ្យនិរន្តរ៍របស់នាងបាន។ ចាប់តាំងពី នាងមានភាពសកម្មនៅក្នុង សកម្មភាពរបស់សហគមន៍ នាងអាចជួបមនុស្ស ដែលមានអាជីវកម្មស្រដៀងនាង នាងបានសួរ បានដឹងពីការធ្វើ អាជីវកម្ម ឬការអភិវឌ្ឍផលិតផលរបស់នាង។

វិចិត្រវិយ៉ា បានចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍នានាដែលទាក់ទងទៅនឹងអាជីវកម្ម និងផលប្រយោជន៍របស់នាង។ នាងអាចចូល រួមក្នុងអង្គការទាំងផ្លូវការ និងមិនផ្លូវការដើម្បីស្វែងរកមនុស្សដែលនៅក្នុងប្រព័ន្ធនៃអាជីវកម្មដូចគ្នា។ នាងអាចផ្លាស់ប្តូរ រូបមន្តជាមួយនឹងពួកគេ ដែលអាចទទួលបានព័ត៌មានអំពីបញ្ហាដែលបានជួបប្រទះទាំង បញ្ហាផ្ទាល់ខ្លួន និងគំនិតនៃ អាជីវកម្ម។ មិត្តភក្តិរបស់នាង បានណែនាំឱ្យនាងចាប់ផ្តើមប្រើប្រាស់ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និង ប្រើប្រាស់ឧបករណ៍

¹² Entrepreneur Media, "Networking". Available from <http://www.entrepreneur.com/encyclopedia/networking>.

បណ្តាទំនាក់ទំនងសង្គមនានា ដើម្បីបង្កើន ការយល់ដឹងនៃផលិតផល និងបទពិសោធន៍របស់នាង។ ប្រសិនបើ វិចិត្រីយ៉ា បានបង្កើតរបៀបនៃការសរសេរឬក៏ការប្រើប្រាស់ព័ត៌មាននោះមិត្តភក្តិ និងអ្នកដើរតាមនាងអាចទំនាក់ទំនង និងចែករំលែកគំនិតនិងការសិក្សារបស់ពួកគេជាមួយនាងពីរបៀបនៃការសរសេរឬក៏ការប្រើប្រាស់ព័ត៌មានរបស់នាង។ សៀវភៅទំនាក់ទំនង របស់ វិចិត្រីយ៉ា គឺជាឯកសារយ៉ាងសំខាន់សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់គាត់។

តើអ្វីទៅជាធាតុសំខាន់ក្នុងសៀវភៅ ទំនាក់ទំនង? តារាងទី 13 បានបង្ហាញពីការស្នើយកព័ត៌មានដែល អ្នកត្រូវការនៅក្នុងសៀវភៅ ទំនាក់ទំនងរបស់អ្នក។

Table 13. **តារាងទំនាក់ទំនង**

Basic Information	<ul style="list-style-type: none"> • First name • Last name 	Contact information: <ul style="list-style-type: none"> • Home number • Mobile number 	Notes: <ul style="list-style-type: none"> • Where and how you met the person
Optional information		<ul style="list-style-type: none"> • Home Address • Office Address 	<ul style="list-style-type: none"> • Birthdays and anniversaries (important events)
Advanced Information	<ul style="list-style-type: none"> • Age • Marital status 	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail address • Social media address • Website 	<ul style="list-style-type: none"> • Network and organization affiliations • The products or services that the person prefer



អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

បង្កើតសៀវភៅនៃការទំនាក់ទំនងមួយ

ប្រើប្រាស់សៀវភៅបញ្ជី ឬកម្មវិធីវាយអត្តបទដែលរៀបចំជាសៀវភៅនៃការទំនាក់ទំនង។ អ្នកប្រហែលជាអាច ត្រូវបែងចែកដោយយោងតាមការទំនាក់ទំនងផ្ទាល់ខ្លួន និងទំនាក់ទំនងសំរាប់អាជីវកម្ម។

ការប្រើប្រាស់ម៉ាស៊ីនស្វែងរក ស្វែងរកសមាគមន៍ដែលនឹងអាចជួយអ្នកនៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកក៏អាចនឹងចង់ស្វែងរកសមាគមន៍ដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកអាចនឹងជួយពួកគេវិញបាន។ កត់ត្រាបន្ថែមពួកគេ ទៅក្នុងសៀវភៅទំនាក់ទំនងរបស់អ្នក។

រៀបចំផែនការនៃបណ្តាញ

សង្កេតមើលថាតើនរណាដែលអាចជាបណ្តាញនៅក្នុងមូលដ្ឋាន ឬសហគមន៍របស់អ្នក។

តើអ្នកជាសមាជិកម្នាក់នៃក្រុមសហគមន៍ណាមួយឬ? មានក្រុមសហគមន៍ណាដែលអ្នកអាចចូលរួមជាមួយ ឬ ជាលក្ខណៈបុគ្គល ដែលអាចជួយបង្កើនជំនាញអាជីវកម្មរបស់អ្នកនិងជួយផ្សព្វផ្សាយផលិតផលរបស់អ្នក? នៅពេលដែលអ្នកបានកំណត់អត្តសញ្ញាណក្រុម ឬបុគ្គលមួយ អ្នកប្រហែលជាចង់ចាត់ថ្នាក់ពួកគេទៅជាក្រុម តាមប្រភេទអាស្រ័យលើទិដ្ឋភាពនៃផលិតផលរបស់អ្នកដែលអ្នកចង់ពិភាក្សាជាមួយពួកគេ (ឧទាហរណ៍ ដុតនំ ការចែកចាយផលិតផល ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណអាជីវកម្ម ការវេចខ្ចប់ ។ល។ អ្នកប្រហែលជាចង់ពិភាក្សាអំពី ផលិតផល និងអនុវត្តការនិយាយអំពីផលិតផល មុនពេលចូលជិតពួកគេ។ អ្នកអាចនឹងចង់ធ្វើបញ្ជីសំណួរដែល អ្នកចង់សួរពួកគេ។

រកមើលនៅជុំវិញ ឬសួរអំពីពិព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្ម និងកន្លែងទីផ្សារក្នុងស្រុកដែលអ្នកអាចលក់ផលិតផលរបស់ អ្នក។ អ្នកប្រហែលជា ចង់បង្កើតសន្ទុកថាមួយ ឬដើម្បីអោយសម្រេចបាន ការលក់ផលិតផលរបស់អ្នក ប្រសិនបើអ្នក កំពុងចូលរួមក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ទាំងនេះ។ ចូរគិតអំពីសំណួរដែលត្រូវបានសួរជាញឹកញាប់ ដោយ អតិថិជនរបស់អ្នកនិងរៀបចំចម្លើយសម្រាប់ពួកគេ។

ផែនការនៃបណ្តាញរបស់អ្នកនឹងអាស្រ័យទៅលើធនធានសមត្ថភាពរបស់អ្នក។ អ្នកត្រូវតែជ្រើសរើសបណ្តាញនៅ ក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ណាដែលអ្នកបានចូលរួម។ សួរខ្លួនឯងថាតើអតិថិជននិងការរំពឹងទុករបស់ខ្ញុំទៅជាបណ្តាញ នៅកន្លែងណា? តើអង្គការពាណិជ្ជកម្មអ្វីនឹងយកចំណេញពីអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំ? តើអង្គការពាណិជ្ជកម្មអ្វីដែល នឹងអាចជួយពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំបានល្អបំផុត?

2.3.3. ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់អាជីវកម្មរបស់អ្នក: ការធ្វើឱ្យប្រាក់ដែលអាចប្រើ ប្រាស់បាន

ការទទួលបានប្រាក់ដើម្បីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់អ្នកគឺជាសកម្មភាពលំបាកមួយ។ ជាញឹកញាប់ វាត្រូវបានគេចាត់ទុកថា

ជាឧបសគ្គយ៉ាងធំបំផុតក្នុងការចាប់ផ្តើមការអាជីវកម្ម។ ទោះជាយ៉ាងណា សហគ្រិនជាច្រើន អាចជំនះបញ្ហាប្រឈមនានាបាន។ ដំណោះស្រាយសម្រាប់ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានលើអាជីវកម្មខ្លះ គឺការប្រមូលដោយគ្មានហានិភ័យ ហើយដំណោះស្រាយដទៃទៀតត្រូវតែត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយប្រុងប្រយ័ត្ន។¹³

សូមពិចារណាដូចខាងក្រោមប្រភពនៃជំនួយ:

a. ប្រមូលប្រភពហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួន

ការបញ្ចូលប្រាក់សន្សំផ្ទាល់ខ្លួន របស់អ្នក ប៉ុន្តែគួរអាចយក វាទៅពេលមានស្ថានភាពបន្ទាន់ប៉ុណ្ណោះ។ អ្នកអាចធ្វើការងារក្រៅម៉ោង ដើម្បីផ្តល់ថវិកាគាំទ្រដល់ អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ នេះមានន័យថា ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់អ្នកក្រៅម៉ោង រហូតដល់អ្នកអាចទទួលបានថវិកាគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់អ្នកពេញម៉ោង។ ប្រសិនបើអ្នកធ្វើការអោយគេ អ្នកត្រូវតែធ្វើការបន្តទៀត រហូតដល់អាជីវកម្មអ្នកមានស្ថិរភាពលំហូរនៃអតិថិជន និងមានប្រាក់ចំណេញ។

ដើម្បីកាត់បន្ថយ ក្នុងការចំណាយ អ្នកប្រហែលជាអាចពិចារណា ដើម្បីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់អ្នកនៅផ្ទះរហូតដល់អ្នកប្រាកដថាមានប្រាក់ចំណូល និងប្រាក់ចំណេញអំពីអាជីវកម្មនេះ។ ការិយាល័យនិងឧបករណ៍ប្រើប្រាស់គឺជាផ្នែកមួយធំនៃការចំណាយសម្រាប់អាជីវកម្មជាច្រើន។ អ្នកអាចលក់របស់របរផ្ទាល់ខ្លួនដែលអ្នកមិនត្រូវការ និងប្រើសាច់ប្រាក់សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកអាចពិចារណាពីការជួលឬទិញឧបករណ៍ចាស់ៗដែលបានគេប្រើប្រាស់រួចដើម្បីកាត់បន្ថយមូលនិធិ រហូតដល់អ្នកមានប្រាក់គ្រប់គ្រាន់ដើម្បីទិញរបស់របរសំខាន់ៗចាំបាច់ថ្មី។¹⁴

ក្រុមគ្រួសាររបស់ វិត្វីយ៉ា មានប្រាក់សន្សំមួយចំនួនដែលនាងបានប្រើសំរាប់ផ្តល់ហិរញ្ញវត្ថុដល់ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដុតនំខ្លី របស់នាង។ ដោយសារតែនាង និងស្វាមីរបស់នាងជាសមាជិកក្នុងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការក្នុងតំបន់ ហើយនាងជាសមាជិកភាពនៅក្នុងស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ នាងអាចប្រើប្រាស់ប្រភពផ្តល់មូលនិធិជាច្រើនដែលធ្វើអោយនាងសម្រេចចិត្តមិនប្រើប្រាស់ប្រាក់សន្សំរបស់គ្រួសារនាង។ នាងអាចសួរធនាគារថាតើនាងត្រូវដាក់ប្រាក់សន្សំចំនួនប៉ុន្មានសម្រាប់សងប្រាក់កម្ចីទៅធនាគារវិត្វីយ៉ា នឹងពិចារណាក្នុងការចូលទៅជិតមិត្តភក្តិ និងសាច់ញាតិរបស់នាង ហើយសុំឱ្យពួកគេក្លាយជាដៃគូនៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់គាត់ហើយពួកគេមានការរួមចំណែកនូវដើមទុនក្នុងអាជីវកម្មរបស់គាត់។ នាងអាចនឹងខ្ចីប្រាក់ ពីក្រុមគ្រួសារនិងមិត្តភក្តិ ដែលមានការប្រាក់ទាប។ នាងអាច ទាញយកអត្ថប្រយោជន៍នៃកាតព្វកិច្ចធានារ៉ាប់រង និងគោលការណ៍របស់សន្តិសុខសង្គមរបស់រដ្ឋាភិបាល។ វិត្វីយ៉ា ត្រូវបាន

¹³ Janet Attard, "Where to get money to start a business". Available from <http://www.businessknowhow.com/money/startupmoney.htm>.
¹⁴ <http://www.bizmove.com>.

រស់នៅតាម បែបសន្សំសំចៃបំផុត ដើម្បីធ្វើអោយនាងអាចបង់ប្រាក់កម្ចីរបស់នាងរួមទាំងការប្រាក់ រហូតដល់ពេល ដែលអាជីវកម្មរបស់គាត់បានទទួលនូវ ផលចំណេញកាន់តែច្រើន ។

① អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

ការប្រើម៉ាស៊ីនស្វែងរក រកអោយឃើញនូវអ្វីដែលជាយន្តការសម្រាប់ហិរញ្ញវត្ថុឬការលើកទឹកចិត្តពីរដ្ឋាភិបាល របស់អ្នកដើម្បីផ្តល់ដល់ ម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូច និងសហគ្រិន។ សូមពិនិត្យមើលថាតើអ្នកមានសិទ្ធិទទួលបាន ការលើកទឹកចិត្តទាំងនេះ? ហើយតើអ្នកទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍អ្វីខ្លះពីពួកគេ?

b. ខ្លឹមប្រាក់ពីធនាគារនិងស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ

អនុវត្តសម្រាប់ប្រាក់កម្ចីអាជីវកម្មតូចតាមរយៈធនាគារឬស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុដែលផ្តល់ជូននូវអត្រាការប្រាក់ទាប។ ការប្រៀបធៀបអត្រាការប្រាក់ក្នុងចំណោមធនាគារនិងស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ។

ដើម្បីអនុវត្តសម្រាប់ប្រាក់កម្ចីធនាគារពិតមាន ទូទៅដែលអ្នកនឹងត្រូវការដើម្បីផ្តល់ឱ្យធនាគាររាប់បញ្ចូលនូវសកម្មភាព ដូចខាងក្រោម:

- » គោលបំណងនៃប្រាក់កម្ចី
- » តារាងតុល្យការព្យាករ ថ្ងៃបើកគណនី(សម្រាប់អាជីវកម្មថ្មី)
- » សេចក្តីលម្អិត
- » ចំនួនទឹកប្រាក់នៃការវិនិយោគនៅក្នុងអាជីវកម្មដោយម្ចាស់ (s)
- » ការព្យាករនៃប្រាក់ចំណូល
- » ការចំណាយនិងលំហូរសាច់ប្រាក់
- » របាយការណ៍នៃការចុះហត្ថលេខាហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួន
- » ទំរង់ប្រវត្តិរបស់អ្នក

អ្នកអាចត្រូវការផែនការអាជីវកម្មមួយជាផ្លូវការ។ ប្រសិនបើអ្នកកំពុងតែព្យាយាមដើម្បីទទួលបានជំនួយដើម្បីភាពរីក ចំរើននៃ អាជីវកម្មរបស់អ្នក បានចាប់ផ្តើមរួចទៅហើយនោះ អ្នកនឹងត្រូវការរាយការណ៍ ពីអាជីវកម្មហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ រយៈពេលបីឆ្នាំចុងក្រោយនេះអំពីការទទួលបានប្រាក់ពីអតិថិជន ការសងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងបំណុល។ កុំមានការភ្ញាក់ផ្អើល ប្រសិនបើ ធនាគារនេះបានបដិសេធមិនអោយអ្នកខ្ចី ព្រោះធនាគារជាទូទៅ មានការប្រុងប្រយ័ត្នជាមួយនឹងការផ្តល់ ប្រាក់កម្ចីចំពោះការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មទាំងនេះ។

ធនាគារមួយចំនួន ផ្តល់ជូននូវឥណទានទិញផ្ទះដោយស្មើភាពគ្នា ដែលអនុញ្ញាត ឱ្យអ្នកខ្ចីបានច្រើន អាចដល់ទៅ

75 ភាគរយនៃតម្លៃ វាយតម្លៃនៃផ្ទះរបស់អ្នក ដោយអាស្រ័យលើតម្លៃនៃផ្ទះរបស់អ្នកនិងអ្វីដែលអ្នកនៅជំពាក់នៅលើកម្ចីទិញផ្ទះនោះ ជម្រើសនេះអ្នកអាចធ្វើការផ្តល់នូវចំនួនប្រាក់ ក្នុងការប្រើប្រាស់ សម្រាប់ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកនឹងត្រូវប្រឈម ជាមួយហានិភ័យខ្លាំងណាស់ដែលបានដាក់ផ្ទះបញ្ចាំនៅធនាគារ អ្នកនឹងអាចបាត់បង់ផ្ទះរបស់អ្នក ប្រសិនបើមុខជំនួញបរាជ័យហើយអ្នកមិនអាចសងប្រាក់កម្ចីនោះទៅធនាគារវិញបាន ។ ប្រសិនបើអ្នកសម្រេចចិត្តទៅផ្លូវមួយនេះ អ្នកត្រូវ អានព័ត៌មានច្បាប់អំពីឥណទានទិញផ្ទះអោយបានច្បាស់លាស់។

នៅប្រទេសខ្លះ ប្រពៃណី និងការប្រព្រឹត្ត អាចកំណត់ថាស្ត្រីមិនត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យខ្ចី ដោយគ្មានការយល់ព្រមពីប្តីរបស់ខ្លួន។ ដូចគ្នានេះដែរពួកគេអាចនឹងមិនត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើការសាកសួរទល់មុខគ្នាឬអំឡុងពេលប្រតិបត្តិការនៅក្នុងធនាគារដោយគ្មានស្នាមមីរបស់ពួកគេឡើយ ។ ខណៈពេលដែលគោលនយោបាយប្រទេស អាចជួយសម្រាលនូវស្ថានភាពនេះ ការអនុវត្តទាំងនេះអាច ជាការសំខាន់ដែលអ្នកនិយាយជាមួយដៃគូរបស់អ្នក និងសមាជិកក្រុមគ្រួសារ ព្រមទាំងក្រុមគាំទ្រ និងបុគ្គលគួរឱ្យគោរព គួរឱ្យទុកចិត្តនៅក្នុងសហគមន៍អំពីការផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដើម្បីទទួលបាននូវការគាំទ្ររបស់ពួកគេមុនពេលការអនុវត្តនៃអាជីវកម្មចាប់ផ្តើមឡើងរបស់អ្នក។ ត្រូវបញ្ជាក់អោយបានច្បាស់អំពីផលប្រយោជន៍នៃ អាជីវកម្មនេះដើម្បីក្រុមគ្រួសារ និងសហគមន៍របស់អ្នក។

① អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

ការប្រើប្រាស់ម៉ាស៊ីនស្វែងរក មើលទៅលើធនាគារដែលកំពុងផ្តល់មូលនិធិសម្រាប់ម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចនិងសហគ្រិន។ ប្រៀបធៀបអត្រាការប្រាក់របស់ធនាគារទាំងនេះ ប្រសិនបើអ្នកជាសមាជិកនៃគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ឬសហប្រតិបត្តិការមួយ ប្រៀបធៀបអត្រាការប្រាក់នៃស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ ទាំងនេះជាមួយ នឹងអត្រាការប្រាក់របស់ធនាគារ។

ប្រសិនបើអ្នកកំពុងពិចារណាលើប្រាក់កម្ចី ដោយមានស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុណាមួយ បន្ទាប់មកសិក្សាតម្រូវការ ប្រាក់កម្ចី និងលក្ខខណ្ឌការទូទាត់របស់ពួកគេ។ សូមពិចារណា

- » ថាតើប្រើប្រាស់នៃ ដំណើរការឥណទានបន្តឬក៏ ហិរញ្ញប្បទានឥណទានសម្រាប់មួយដង
- » ប្រសិនបើដៃគូឬបុគ្គលិករបស់អ្នកត្រូវការនូវ ដំណើរការនៃឥណទាន
- » ប្រសិនបើអ្នកចង់កំណត់កាលវិភាគនូវការសងត្រឡប់មួយ
- » ថាតើថាអត្រាការប្រាក់ថេរឬ អាចប្រែប្រួល
- » ប្រសិនបើអ្នកអាចយកតម្លៃនៃការសងប្រាក់ត្រឡប់ពីកម្ចីឬបណ្តាញឥណទាន

c. ការផ្តល់ថវិកាពីរដ្ឋាភិបាល និងជំនួយពីអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល ឬប្រាក់កម្ចីដែលមាន អត្រាការ

ប្រាក់ទាប

រដ្ឋាភិបាលអាចមានកម្មវិធីផ្តល់ថវិកាសម្រាប់ការចិញ្ចឹមជីវិតនិងគម្រោងសហគ្រាសខ្នាតតូចសម្រាប់ស្ត្រី។ អ្នកអាចស្វែងយល់បន្ថែម អំពីបញ្ហានេះដោយស្វែងរកលើគេហទំព័រពី ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល និងមិនមែនរដ្ឋាភិបាល។ ក្រុមអ្នកគាំទ្រក្នុងស្រុកនិងសហប្រតិបត្តិការអាចមានព័ត៌មានអំពីជំនួយប្រាក់កម្ចីមានអត្រាការប្រាក់ទាប។

d. មូលធិទូលំទូលាយ

ការផ្តល់សេវា crowdfunding ផ្តល់នូវជម្រើសដែលអាចសម្រេចបានសម្រាប់អាជីវកម្មខ្នាតតូចដើម្បីស្នើនូវជំនួយវេទិកា crowdfunding ដែលមានភាពជាក់លាក់ទៅនឹងវិស័យឧស្សាហកម្មដែលខុសគ្នា។ គេហទំព័រកំពុងមានការចាប់អារម្មណ៍ ពីសំណាក់សហគ្រិនស្ត្រី: [HTTPS: //www.funddreamer.com/](https://www.funddreamer.com/) ។ នេះគឺជា crowdfunding វេទិកាសម្រាប់ស្ត្រី និងក្រុមជនជាតិភាគតិច។ វាអាចស្នើនូវទឹកប្រាក់មួយចំនួនតូច ពីមនុស្សជាច្រើនប្រសិនបើអ្នកអាចចាប់អារម្មណ៍ពួកគេនៅក្នុងគម្រោងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ចាប់តាំងពីពេលនេះគឺជាការបណ្តាក់ទុនសាធារណៈនោះអ្នកនឹងលាតត្រដាង បង្ហាញផលិតផលអាជីវកម្មរបស់អ្នកជាសាធារណៈ នេះអាចជាជម្រើសដ៏ អាក្រក់ប្រសិនបើអ្នកត្រូវការរក្សាការសម្ងាត់ ពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកត្រូវតែពិចារណាពីកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ទិដ្ឋភាពផ្លូវច្បាប់ ដែលនឹងតម្រូវឱ្យមានសេវាកម្មរបស់មេធាវីសម្រាប់ប៉ាតង់ និងការព្រួយបារម្ភស្រដៀងគ្នានេះដែរ។

① អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

សូមមើលនៅ <https://www.funddreamer.com>, <https://www.gofundme.com/> និង <http://crowdrise.com/> ។ មើលប្រសិនបើមានផលិតផលឬសេវាកម្មដែលស្រដៀងគ្នាទៅនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នកនិងថាតើពួកគេបានទទួលជោគជ័យនៅក្នុងការស្នើប្រាក់សម្រាប់ផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់ពួកគេ។ សិក្សាអំពីរបៀបដែលយុទ្ធនាការទាំងនេះបានលើកស្ទួយផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ពួកគេដើម្បីស្ថាបនិកសក្តានុពល និងការប្រៀបធៀបពួកគេនឹងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់អ្នក។

2.3.4. ការធ្វើផែនការធនាគារ និងរៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញ

នៅពេលដែលអ្នកទទួលបានទុនសម្រាប់ ធ្វើអាជីវកម្មរបស់អ្នកពីប្រភពផ្ទាល់ខ្លួននិងខាងក្រៅ អ្នកនឹងចាំបាច់ត្រូវមានវិធីដើម្បីរក្សាថវិកាសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក នៅក្នុងកន្លែងមានសុវត្ថិភាពមួយ។ ការបើកគណនីធនាគារ សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងជួយអ្នក ក្នុងការត្រួតពិនិត្យហិរញ្ញវត្ថុ អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ សូមប្រាកដថា អ្នកបានបែងចែកគណនីធនាគារអាជីវកម្មរបស់អ្នក ពីគណនីធនាគារផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។ សិក្សាពីគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិនៃការជ្រើសរើសធនាគារ ដែលនៅក្បែរអាសយដ្ឋានអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ រក្សាកំណត់ត្រាធនាគារសម្រាប់ឯកសារអាជីវកម្ម

ការរក្សាកំណត់ត្រានិងគោលបំណងគណនេយ្យ។ ក្រៅពីការរក្សាកំណត់ត្រាតាមប្រព័ន្ធដី ពិចារណាពីការប្រើប្រាស់ កម្មវិធី ICT សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ។

នៅឯការចាប់ផ្តើមនេះ Victoria បានមានការពិបាកក្នុងការបំបែកមូលនិធិផ្ទាល់ខ្លួនរបស់នាងពីមូលនិធិអាជីវកម្មរបស់ នាង។ នាងបានចាត់វិធានការ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានេះ តាមរយៈការសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ការគ្រប់គ្រង ហិរញ្ញវត្ថុពាណិជ្ជកម្ម ហើយសួរទៅកាន់អ្នកដែលធ្លាប់ធ្វើអាជីវកម្មរបៀបនេះដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាហិរញ្ញវត្ថុ។ ក្នុងការបង្កើតកំណត់ត្រាហិរញ្ញវត្ថុនៃការចាប់ផ្តើមឡើងរបស់អ្នកមានប្រព័ន្ធកត់ត្រាពាក់ព័ន្ធដូចខាងក្រោមនេះ ត្រៀមខ្លួនជាស្រេច:

- » កំណត់ត្រាបញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌងាយស្រួលក្នុងការត្រួតពិនិត្យស្តុកទំនិញ
- » ព្យាករណ៍ការលក់ដើម្បីធ្វើផែនការនៃផលិតកម្ម
- » ប្រព័ន្ធគណនេយ្យស្តង់ដារត្រូវបានទទួលស្គាល់ដោយច្បាប់
- » តម្រូវការរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

១ អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

ប្រព័ន្ធធនាគារអនឡាញ

សូមពិនិត្យមើលការជាមួយធនាគារដើម្បីមើលថាប្រសិនបើមានជាជម្រើសលើប្រព័ន្ធធនាគារអនឡាញ និងការស្វែងយល់ពីការផ្តល់សេវាដែលពួកគេបានផ្តល់ជូននិងការគិតលុយសេវាសម្រាប់អាជីវកម្មខ្នាត តូចនេះ។ សូមព្យាយាមបំពេញនៅក្នុងសេចក្តីតម្រូវការលម្អិត នៅក្នុងតារាង 14 ។

Table 14. តារាងបង់ប្រាក់ទៅធនាគារតាមតាមអ៊ីនធឺណិត

Monthly plan fee	
Monthly transactions in plan fee	
Monthly items on deposit	
Excess per-item fees – in addition to monthly plan fee	
Transaction fees over plan limit	
Deposits over plan limit	
Deposits contents limit	

- Notes on deposit	
- Coins on deposit	
- Cheques on deposit	
Monthly paper statement fee	

2.3.5. ការទិញឧបករណ៍សម្ភារៈនិងវត្ថុធាតុដើម

នៅពេលដែលផែនការអាជីវកម្ម ត្រូវបានសរសេរ និងធនធានសម្រាប់អាជីវកម្ម អាចរកបាន សំភារៈ និងឧបករណ៍ ដែលចាំបាច់នៅក្នុងអាជីវកម្ម ត្រូវតែទិញមុនពេលការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម និងផលិតកម្ម។ នេះរួមបញ្ចូលតម្រូវការ កំណត់សំគាល់ អត្តសញ្ញាណក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ ការចរចានិងផ្តល់រង្វាន់ ការគ្រប់គ្រងការដឹកជញ្ជូន និងការដំឡើងនៃ គ្រឿងម៉ាស៊ីន និងឧបករណ៍រួមទាំងប្រព័ន្ធប្រើប្រាស់ទឹក ភ្លើង និងការតុបតែងផ្សេងៗ ។ ក្នុងផែនការនេះអ្នកអាច ពិចារណាលទ្ធកម្មនៃការបែងចែកឧបករណ៍ ICT បាន (កុំព្យូទ័រ ទូរស័ព្ទដៃ ជាមួយសម្ភារៈនៃល្បឿន អ៊ីនធឺណិត ម៉ាស៊ីនព្រីន និងម៉ាស៊ីនថត) និងកម្មវិធីកុំព្យូទ័រមួយចំនួនដូចជា (for word processing, spreadsheets, drawing tools, etc.) ដែលនឹងមានប្រយោជន៍សម្រាប់អ្នកធ្វើអាជីវកម្ម។

វិចិត្រវិយ៉ា បានរកឃើញនូវគ្រឿងផ្សំដ៏ល្អដែលមានតម្លៃទាបបំផុត។ អ្វីដែលនាងអាចធ្វើបានក្រៅពីការសាកសួរនៅ តាមទីផ្សារ និងបានបង្កើតអាជីវកម្ម ដែលជាកន្លែងដែលពួកគេទទួលបានគ្រឿងផ្សំតាមរយៈ បណ្តាញអនឡាញដើម្បី រកមើលប្រភពផ្សេងទៀតសម្រាប់វត្ថុធាតុដើមរបស់នាង។

① **ដែលត្រូវធ្វើ**

ស្វែងរកបណ្តាញអនឡាញសម្រាប់ប្រភព និងចែកចាយវត្ថុធាតុដើម និងតម្រូវការឧបករណ៍នៅក្នុងអាជីវកម្ម របស់អ្នក។ រៀបចំលិខិតស្តង់ដារដើម្បីស្នើរគោលការណ៍ដោយ ប្រើប្រាស់អ៊ីម៉ែលដើម្បីបង្កើតសារ។ ស្វែងរកអោយឃើញប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ប្រើប្រាស់តាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិតដោយឥតគិតថ្លៃដូចជា កម្មវិធី Skype Viber ឬ WhatsApp ដើម្បីប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអតិថិជនរបស់ខ្លួន។

កន្លែងទីផ្សារអនឡាញដូចជា Alibaba.com និងម៉ាស៊ីនស្រាវជ្រាវដូចជា Google.com អាចត្រូវបានប្រើដើម្បីស្វែងរក រហ័សសម្រាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់មានសក្តានុពលតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ។ បណ្តាញស្រាវជ្រាវអនឡាញ អាចសន្សំ ពេលវេលា និងប្រាក់កាក់ដោយសារតែព័ត៌មានដែលអាចទទួលបាន ដោយមិនចាំបាច់ធ្វើដំណើរទៅកាន់តំបន់ផ្សេងទៀត ដើម្បី ស្វែងរកក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់។

ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ សម្រាប់ការសម្របសម្រួល ការដឹកជញ្ជូន និងការចែកចាយអាចត្រូវបានធ្វើឡើងនៅក្នុងល្បឿនលឿន និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពក្នុងការចំណាយ (បើប្រៀបធៀបទៅនឹងមធ្យោបាយដែលមានវ័យចំណាស់ដូចជានៃការទំនាក់ទំនងដោយជួបផ្ទាល់ ការសរសេរសំបុត្រឬទូរសារ) តាមរយៈកម្មវិធីដែលអនុញ្ញាតសម្រាប់ការហៅទូរស័ព្ទជាសំឡេងឬវីដេអូនៅលើអ៊ីនធឺណិត ។ ឧទាហរណ៍នៃកម្មវិធីទាំងនេះរួមមានកម្មវិធី Skype, Viber និង WhatsApp ។

2.3.6. ការជួលធនធានមនុស្ស

ដោយសំដៅទៅលើផែនការផលិតកម្មនិងទីផ្សាររបស់អ្នក កំណត់អត្តសញ្ញាណនិងការចុះបញ្ជីនូវចំនួននិងគុណភាពនៃធនធានមនុស្សដែលអ្នកត្រូវការ។ វានឹងក្លាយជាឧត្តមគតិដើម្បី:

- a. រៀបចំតារាងសាមញ្ញដែលធ្វើបញ្ជីពីភារកិច្ចជាក់លាក់និងប្រភេទនៃមនុស្សដែលអ្នកនឹងត្រូវការ។ ធ្វើបញ្ជីឈ្មោះ និងរៀបរាប់អំពីភារកិច្ចច្បាស់លាស់ និងការទទួលខុសត្រូវ សម្រាប់តំណែងនីមួយៗដែលនឹងបម្រើជាមគ្គុទេសក៍របស់អ្នកក្នុងការរៀបចំកិច្ចសន្យាជាមួយ។
- b. សម្រាប់តំណែងនីមួយៗនៅលើតារាង ធ្វើបញ្ជីពីរាយប្រាក់ឈ្នួល ប្រាក់ខែ អត្ថប្រយោជន៍និងដែលបានទាមទារសំណងផ្សេងទៀតដោយច្បាប់។
- c. ធ្វើតារាងទូទៅនៃតម្រូវការសម្រាប់ការជ្រើសរើសនិងការជួលបុគ្គលិក រួមបញ្ចូលទាំងព័ត៌មានដែលអ្នកនឹងត្រូវការ ពីទំរង់បែបបទ ដូចជាលិខិតយោង ប្រវត្តិរូបនិងសេចក្តីយោង។
- d. ផ្តល់អាទិភាពមុខតំណែងដែលអ្នកត្រូវការដើម្បីជួលបុគ្គលិកក្នុងអំឡុងពេលចាប់ផ្តើមរបស់អ្នក។
- e. កំណត់ធនធានមនុស្សដែលមានជំនាញអាជីពផ្សេងទៀតដែលអាចជួយ អាជីវកម្មបាន។ ពួកគេរួមមាន :

គណនេយ្យករ មេធាវី ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងនិងធនាគារិក។ រៀបរាប់ពីទំនាក់ទំនងនៃធនធានដែលមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈនីមួយៗទៅនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍ "គណនេយ្យករអាចប្រើបាននៅលើមូលដ្ឋានម៉ោងក្រៅម៉ោងពេលដែលត្រូវការ កិច្ចព្រមព្រៀងដំបូងអំពាវនាវឱ្យផ្តល់សេវាមិនឱ្យលើសពី X ម៉ោងក្នុងមួយខែនៅ xx.xx \$ ក្នុងមួយម៉ោង»។
- f. ដើម្បីណែនាំអ្នកបន្ថែមទៀតក្នុងការរៀបចំតម្រូវការធនធានមនុស្សរបស់អ្នក ឆ្លើយសំណួរដូចខាងក្រោមនេះ:
 - »តើអ្វីទៅជាតម្រូវការផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកនៅពេលនេះ?
 - »តើជំនាញអ្វីដែលមនុស្សសំខាន់ម្នាក់ៗត្រូវតែមាន?
 - »តើមនុស្សដែលយើងត្រូវការអាចមានដែរទេ? ចុះឈ្មោះពួកគេ បញ្ជាក់ពីការងារពេញម៉ោងឬក៏ក្រៅម៉ោងជាមួយ

នឹងអត្រានៃប្រាក់ខែផងដែរ។

- g. ធ្វើរបាយការណ៍លំអិតលើកាលវិភាគលើការងារប្រចាំ សប្តាហ៍ និងប្រចាំខែយ៉ាងហោចណាស់ធ្វើសំរាប់ឆ្នាំដំបូង។
ប្រសិនបើអ្នកមានគម្លាតណាមួយនៅក្នុងជំនាញផ្ទាល់ខ្លួន នឹងបញ្ជាក់ថាតើបញ្ហាទាំងនេះអាចឈ្នះបាន ដោយ
វគ្គបណ្តុះបណ្តាល ការទិញសេវាកម្មពីខាងក្រៅ ឬពីអ្នកមៅការបន្ត។

បណ្តាប្រទេសមួយចំនួនមានបណ្តាញគេហទំព័រការងារជាតិឬមូលដ្ឋានដែលនិយោជកអាចប្រកាសដំណឹងជ្រើស
រើសបុគ្គលិក។ ម៉ាស៊ីនស្រាវជ្រាវអាចជួយឱ្យរកឃើញបញ្ជីឈ្មោះទំនាក់ទំនង សេវាកម្ម វិជ្ជាជីវៈជំនាញដែលគួរត្រូវ
បានទាមទារសំរាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។

III. ដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នក

លទ្ធផលនៃការសិក្សា

- » បង្ហាញនូវមុខងារអាជីវកម្មនេះមានភាពខុសគ្នានៅក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមួយនិងថាតើICT អាចត្រូវបានអនុវត្ត ដើម្បីសម្រួលដល់មុខងារទាំងនេះបានយ៉ាងដូចម្តេច?
- » ចូរយល់តម្លៃនៃការការពារអាជីវកម្មមួយនៅក្នុងការទាក់ទងទៅនឹងផ្នែកច្បាប់ រាងកាយនិង ការគំរាមកំហែងតាមបណ្តាញអនឡាញ
- » យល់ដឹងពីសារៈសំខាន់នៃការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃនៃការអនុវត្តអាជីវកម្ម

មុខជំនួញដែលចាប់ផ្តើមដំបូងតម្រូវឱ្យសហគ្រិនគ្រប់គ្រងដោយផ្ទាល់។ មុខងារអាជីវកម្មទូទៅមានចំនួនប្រាំបីនៅក្នុង ដំណើរការអាជីវកម្មមួយ។ មុខងារចំនួនប្រាំបីស្របនឹងផែនការអាជីវកម្មនេះ បានរៀបចំមុនពេលការចាប់ផ្តើម អាជីវកម្ម។ មុខងារទាំងនេះរួមមាន៖

1. ការគ្រប់គ្រងទូទៅ
2. ការទិញ
3. ផលិតកម្ម
4. ទីផ្សារ
5. ទំនាក់ទំនងសាធារណៈ
6. ធនធានមនុស្ស
7. រដ្ឋបាល
- 8 ហិរញ្ញវត្ថុ

មុខងារនេះអាចត្រូវបានរួមបញ្ចូលនៅក្នុងការអនុវត្តអាស្រ័យលើទំហំនៃអាជីវកម្ម។ ផ្នែកនេះបានពិភាក្សាគ្នានៃមុខងារ ទាំងនេះនិងពិនិត្យមើលពីរបៀបអោយស៊ីជម្រៅអាចជួយអ្នកឱ្យអនុវត្តមុខងារទាំងនេះអោយបានល្អប្រសើរជាងមុន។

3.1. មុខងារអាជីវកម្ម

3.1.1. ការគ្រប់គ្រងទូទៅ

ការគ្រប់គ្រងទូទៅ មានន័យថា នរណាម្នាក់ ត្រូវតែមើលការខុសត្រូវលើអាជីវកម្ម។ ការគ្រប់គ្រងតម្រូវឱ្យមានការធ្វើផែនការ រៀបចំ បុគ្គលិក សំរេបសំរួល និងការត្រួតពិនិត្យ។

សហគ្រិនជាធម្មតាធ្វើបានទាំងអស់នៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មនេះ។ គោលដៅ និងគោលបំណងគឺត្រូវបានកំណត់នៅក្នុងផែនការអាជីវកម្ម។ ទោះបីជាមានកត្តាជាច្រើនដែលអាចប្រកួតប្រជែងផែនការនិងសកម្មភាពជំនួស ត្រូវតែត្រូវបានទទួលយកយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏អ្នកត្រូវតែអាចធ្វើឱ្យ មានតុល្យភាពការគ្រប់គ្រង និងភាពបត់បែនអាស្រ័យលើបរិស្ថានខាងក្នុងនិងខាងក្រៅអាជីវកម្ម។ ភាពជាអ្នកដឹកនាំ និងការសម្រេចចិត្ត គឺជាការងារស្នូលនៃមុខងារនៃការគ្រប់គ្រងនេះ។

បើទោះបីជាសហគ្រាសអាជីវកម្មតូច រចនាសម្ព័ន្ធនៃសកម្មភាពអាជីវកម្មមួយត្រូវតែមាននៅក្នុងកន្លែងរួមមានភារកិច្ចនិងការទទួលខុសត្រូវ របស់បុគ្គលិក និងខ្សែសង្វាក់នៃបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងស្ថាប័នអាជីវកម្ម។ សហគ្រិនត្រូវតែអាចជួលមនុស្សដែលត្រឹមត្រូវ សមស្របនឹងការងារដើម្បីសម្រេចបានដល់គោលដៅ របស់កម្មវត្ថុអាជីវកម្ម។

មុខងារសំរេបសំរួល នៃការគ្រប់គ្រងពាក់ព័ន្ធ នឹងការទំនាក់ទំនង ការត្រួតពិនិត្យ និងទិសដៅនៃអាជីវកម្ម។ មុខងារគ្រប់គ្រងនៃការគ្រប់គ្រង ការសម្តែងតាមស្តង់ដារពាក់ព័ន្ធ នឹងការបង្កើត និងការត្រួតពិនិត្យ នៃការផលិតភាពនិងទិន្នផលនៃអាជីវកម្ម។

ការប្រើប្រាស់កម្មវិធី ICT ដែលអាចមានប្រយោជន៍ដល់អ្នកគ្រប់គ្រង ក្នុងការធ្វើផែនការមួយសំរេបសំរួល និងអនុវត្តមុខងារអាជីវកម្មទាំងអស់។ នេះរួមបញ្ចូលទាំងការរៀបចំការព្យាករណ៍ការលក់ ការគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ណ រៀបចំការទិញនិងផលិត សម្របសម្រួល និងទំនាក់ទំនងជាមួយបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ និងអតិថិជន និងការ លើកកម្ពស់ផលិតផល ផ្សព្វផ្សាយផលិតផលនិងសេវាកម្ម ។

វាជាការសំខាន់ណាស់សម្រាប់អាជីវកម្មដែលបាន រក្សាទុកទិន្នន័យរបស់អាជីវកម្ម នៅផ្នែកកណ្តាល រួមទាំងឯកសារ

អាជីវកម្មផ្សេងៗ ។ Web-based គឺជាដំណោះស្រាយដ៏ល្អដែលមានមូលដ្ឋានដែលអាចរកបានដោយឥតគិតថ្លៃ ឬសម្រាប់ការចុះឈ្មោះប្រចាំខែដែលអនុញ្ញាតគ្រប់អាជីវកម្មដើម្បីរក្សាទុកនិងចែករំលែកឯកសារ។ ដំណោះស្រាយទាំងនេះរួមបញ្ចូលទាំងប្រអប់ Dropbox និង Google Drive ។

មានឈុតមួយនៃកម្មវិធីដែលគាំទ្រដល់ប្រតិបត្តិការនៃអាជីវកម្មដូចជាការគឺ:

- » <http://appsoncloud.com/> - ឧបករណ៍នេះអាចជួយឱ្យអ្នករក្សាទុកកំណត់ត្រាធនធានមនុស្សការរៀបចំទំនាក់ទំនងគ្រប់គ្រងស្ថានភាពអតិថិជននិងគម្រោងការទាំងនោះ
- » <http://www.apptivo.com> - នេះគឺជាការប្រមូលនៃកម្មវិធី ដែលគ្របដណ្តប់ការគ្រប់គ្រងគម្រោងការចំនួន 40 គ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងអតិថិជន តារាងពេលវេលា, សារពើភ័ណ្ឌនិងច្រើនទៀត

3.1.2. បញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌនិងការទិញវត្ថុធាតុដើមនិងឧបករណ៍

អ្នកអាចរៀបចំសៀវភៅបញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌមួយដើម្បីជួយគ្រប់គ្រងគ្រប់ទំនិញចេញនូវទំនិញឬធាតុគ្រប់ពេល នៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ វានឹងជាប្រយោជន៍ដើម្បីរួមបញ្ចូលការចំណាយបច្ចុប្បន្ននៃវត្ថុធាតុដើមនៅក្នុងសៀវភៅបញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌ (សូមមើលតារាងទី 15) ។ អ្នកប្រហែលជាចង់សាកល្បងជាកម្មវិធីគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ឌដូចជា Skywareinventory.com ។

Table 15. បញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌ

Date of inventory	List of raw materials		Supplier	Current quantity	Cost of purchase	Date of purchase	Date of expiration	Notes

ក្នុងការទិញវត្ថុធាតុដើម សៀវភៅបញ្ជីសម្រាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ជាមួយនឹងព័ត៌មានដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្គត់ផ្គង់របស់ពួកគេ តម្លៃ គុណភាព លក្ខណៈពិសេស និងលេខទំនាក់ទំនង គឺមានប្រយោជន៍ណាស់ (សូមមើលតារាងទី 16) ។

Table 16. បញ្ជីអ្នកផ្គត់ផ្គង់

List of suppliers	Suppliers	Price list (wholesale or retail)	Quality and specifications	Contact information	Notes

ដូចគ្នានេះដែរកម្មវិធីសៀវភៅបញ្ជីដែលអាចត្រូវបានប្រើដើម្បីរៀបរាប់ពីសម្ភារៈ និងឧបករណ៍ ការបញ្ជាក់ឬលក្ខខណ្ឌរបស់ពួកគេ និងព័ត៌មានផ្សេងទៀតដើម្បីតាមដានស្ថានភាពរបស់ពួកគេ (សូមមើលតារាងទី 17)

Table 17. បញ្ជីសំភារៈនិងឧបករណ៍

Equipment and tools	Specifications	Cost of unit	Date of purchase	Cost of repair	Date of repair	Status	Inspection date	Recommendation	Notes

3.1.3. ផលិតកម្ម

ផលិតកម្មគ្របដណ្តប់ដំណើរការ និងប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រដើម្បីផ្លាស់ប្តូរនូវវត្ថុធាតុដើម ទំនិញបញ្ចប់ពាក់ កណ្តាលសម្រេច ការប្រជុំរង និងធាតុចូលអរូបីដូចជាគំនិតការនិងចំណេះដឹងចូលទៅក្នុងទំនិញនិងសេវាកម្ម។ ធនធានត្រូវបានគេប្រើនៅក្នុងដំណើរការនេះដើម្បីបង្កើតលទ្ធផលមួយសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ឬការផ្លាស់ប្តូរតម្លៃ¹⁵

¹⁵ BusinessDictionary.com, "Production". Available from <http://www.businessdictionary.com/definition/production.html>.

ដើម្បីសម្រេចបាននូវវិធីសាស្ត្រស្តង់ដារមួយ វាជាការសំខាន់ដើម្បីចុះបញ្ជីក្នុងដំណើរការផលិតនិងការកំណត់ពេលវេលាដែលបានទាមទារនូវវត្ថុធាតុដើមនិងបរិមាណដែលត្រូវការ ត្រូវការពលកម្ម និងការចំណាយដែលត្រូវគ្នាដើម្បីផលិតផលិតផលមួយ។ តារាងទី 18 អាចបញ្ជាក់ ដើម្បីចងក្រងឯកសារដំណើរការពីជំហានមួយទៅជំហានមួយនៅក្នុងផលិតកម្ម។

Table 18. ឯកសារនៃដំណើរការផលិតកម្ម

Process (steps)	Time	Raw material and quantity required	Cost of materials	Labour (personnel) required	Cost of labor	Outputs (quantity)	Notes
Prepare and measure ingredients	20 min	½ cup unsalted butter, room temperature ¾ cup brown sugar ¾ cup white sugar 2 eggs 1 teaspoon vanilla extract 12 ounces chocolate chips 2 ¼ cups flour ½ teaspoon salt ½ teaspoon baking soda	Total 3.67 per batch	1 assistant for preparation and packing	11 per hour	65 pieces	
Clean and prepare equipment	5 min	Preheat oven to 350°F or 180°C	Cost of electricity				
Mix and sift the dry ingredients	5 min						
Cream the butter and sugars in a separate bowl	10 min						
Add eggs and vanilla	5 min						

Table 18. ឯកសារនៃដំណើរការផលិតកម្ម (ត)

Process (steps)	Time	Raw material and quantity required	Cost of materials	Labour (personnel) required	Cost of labor	Outputs (quantity)	Notes
Stir in flour mixture	5 min						
Mix in chocolate chips or dried fruits	5 min						
Drop spoonful of batter onto baking sheet	5 min						
Bake cookies	15 min						
Remove cookies to cool	15 min						
Decorate	15 min						
Pack	15 min						

ដើម្បីធានាថាខ្លួនយើងសម្របសម្រួល វិត្រីយ៉ា គឺមានបទដ្ឋាននៃគុណភាពស្តង់ដារពេលដែលនាងបានផលិតនំវត្តថ្មី នាងមានឯកសារបញ្ជាក់ពីដំណាក់កាលមួយទៅដំណាក់កាលមួយទៀតដែលនាងបានធ្វើ រួមទាំងការវាស់វែងពេលវេលាដែលបានប្រើតាមនីតិវិធីរបស់នាង។ នាងប្រើកម្មវិធីសៀវភៅបញ្ជីចំពោះឯកសារដែលមានសារសំខាន់ៗតាមដំណាក់កាលនីមួយៗសំរាប់ការផលិតរបស់នាង ដូចដែលបានបង្ហាញ ក្នុងតារាងទី 18 ក្រៅពីស្តង់ដារ ការកំណត់ឯកសារតាមដំណាក់កាល នេះអាចជួយនាងក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណការងារខ្លះ ដែលនាងអាចកាត់បន្ថយពេលវេលានិងការចំណាយ។

ការអភិវឌ្ឍផលិតផល

ដើម្បីធ្វើឱ្យអាជីវកម្មរបស់នាង កាន់តែស្វាហាប់ថែមទៀត វិត្រីយ៉ាបានគិត ពីវិធីដើម្បីកែលម្អផលិតផលរបស់នាង។ នាងបានចំណាយពេលវេលា នៅក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផល។ នាងត្រូវការឯកសារ ដើម្បីដំណើរការកត់ត្រានៃកំណែភាសាផ្សេងគ្នានៃផលិតផលផងដែរ។ នាងអាចធ្វើឱ្យការប្រើប្រាស់កម្មវិធីសៀវភៅបញ្ជីនិងកម្មវិធីវាយអត្ថបទដើម្បីចង

ក្រុងឯកសារដំណើរការនេះ។ តារាងទី 19 អាចត្រូវបានប្រើ ដើម្បីវាយការណ៍នៅលើជម្រើសផលិតផលថ្មីនិងជួយសម្រួលដល់ការចំណាយនិងការទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍វិភាគថ្លៃឯកតាសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិនៃជម្រើស។

Table 19. ការចំណាយនិងអត្ថប្រយោជន៍ការវិភាគនៃជម្រើសផលិតផលថ្មី

Factors	Existing condition	New option	Costs	Benefits
Substitution				
Combination				
Amplify				
Minimize				
Put to other use				
Eliminate				
Re-arrange				

3.1.4. ទីផ្សារនិងការលក់

នៅក្នុងការដឹកជញ្ជូនទីផ្សារ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការធ្វើផែនការ ការផ្តល់និងគ្រប់គ្រងលំហូរ នៃទំនិញអ្នកអាចរក្សាសៀវភៅបញ្ជីនិងទីផ្សារនៅលើកម្មវិធីវាយអត្ថបទ ដែលនឹងជួយអោយការវិភាគព័ត៌មានដែលបានកត់ត្រារួច និងការធ្វើរបាយការណ៍បានយ៉ាងឆាប់រហ័ស។

ចំពោះការផ្សព្វផ្សាយផលិតផលនិងសេវាកម្មដែលមានកម្មវិធី ICT សម្រាប់ការបង្កើតនិងការរៀបចំ ដូចជាខិត្តប័ណ្ណកូនសៀវភៅ និងប័ណ្ណអាជីវកម្មមាន។ ផលិតផល អាចត្រូវបានទំនាក់ទំនងតាមរយៈ ការប្រើប្រាស់សារអ៊ីមែលការបង្កើតគេហទំព័រ តាមប្រព័ន្ធផ្ញែងសារជាអក្សរ តាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម។ ប៉ុន្តែកុំភ្លេច បច្ចេកវិទ្យា ដែលមានវ័យចំណាស់ ដូចជាការប្រើប្រាស់នៃវិទ្យុទូរទស្សន៍ និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ពសម្រាប់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម។ អ្នកអាចរកឃើញថាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទាំងនេះមានការពេញនិយមកាន់តែច្រើនជាមួយនឹងអតិថិជនដែលអ្នកមានបំណងដើម្បីកំណត់គោលដៅនេះ។

មានគេហទំព័រមួយត្រូវបានក្លាយជាការចាំបាច់ណាស់ ក្នុងទីផ្សារអាជីវកម្ម វាជាគេហទំព័រ ដែលត្រូវបានធ្វើឱ្យ ទាន់សម័យក្នុងតម្លៃយ៉ាងថោក បើធៀបទៅនឹងសម្ភារៈទីផ្សារដែលបានបោះពុម្ព វាបានផ្តល់ព័ត៌មានអំពី អាជីវកម្មអ្នក ទៅដល់អតិថិជន ដើម្បីមានចំណាប់អារម្មណ៍រយៈពេល 24 ម៉ោងក្នុងមួយថ្ងៃ។ គេហទំព័រនេះ ដូចជាដូចជា Blogger.com, Wordpress.com ហើយ Wix.com អាចត្រូវបានប្រើដើម្បីបង្កើតវេបសាយអាជីវកម្មមូលដ្ឋាន។ បណ្តាញសង្គមដូចជាហ្វេសប៊ុកអាចត្រូវបានប្រើដើម្បីលើកកម្ពស់អាជីវកម្មផងដែរ។

សម្រាប់អាជីវកម្មជាមួយ ដែលត្រូវបានកែច្នៃ នឹងត្រូវការថវិការច្រើនបន្ថែមទៀត ដូចជា សេវាកម្មលើ បណ្តាញ 99designs.com គឺជាជម្រើសទាក់ទាញសំរាប់ការ បង្កើតអាជីវកម្ម រួមទាំង អត្តសញ្ញាណគេហទំព័រមួយ។ 99designs.com អនុញ្ញាតឱ្យអាជីវកម្មដើម្បីចាប់ផ្តើមការប្រកួតរចនាម៉ូដ ដែលមានរូបភាពជាងមួយលាន របស់អ្នកឆ្នៃ ម៉ូតនៅលើពិភព។ អ្នកឆ្នៃម៉ូតបានដាក់បញ្ចូលនូវម៉ូតរបស់ពួកគេ ហើយអាជីវករអាចជ្រើសរើសទៅតាមការពេញចិត្ត របស់ខ្លួន។

ជាជម្រើសឬនៅក្នុងការបន្ថែមទៅគេហទំព័រ (អាស្រ័យលើសមត្ថភាពរបស់អ្នក) អ្នកអាចជំរុញការលក់ផលិតផល របស់អ្នកនិងនៅតាមផ្សារអនឡាញពេញនិយមដែលអ្នកអាចរកឃើញប្រសិទ្ធភាពជាងគេហទំព័រផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក ជាពិសេសប្រសិនបើ អតិថិជនគោលដៅជាច្រើនរបស់អ្នកកំពុងទស្សនាផ្សារទាំងនោះ។ ទីផ្សារនៅលើអ៊ីនធឺណិត គឺជាប្រភេទមួយ នៃគេហទំព័រ ដែលជាកន្លែងដែលផលិតផល ឬសេវាកម្មត្រូវបានផ្តល់ដោយអ្នកលក់ជាច្រើន និង ប្រតិបត្តិការត្រូវបានដំណើរការដោយប្រតិបត្តិករទីផ្សារ។ មានផ្សារបណ្តាញអនឡាញ សម្រាប់ការកើនឡើងចំនួននៃ ផលិតផលនិងសេវាកម្ម ជាមួយនឹងការឈានដល់ជាតិនិងអន្តរជាតិ។ ឧទាហរណ៍នៃទីផ្សារអនឡាញពេញនិយមរួម មានក្រុមហ៊ុន Alibaba ។ COM, AliExpress.com, Amazon.com, Lazada.com, Rakuten.com និង Zalora.com និង ebay.com ។ ក្រៅពីនេះមានផ្សារអនឡាញដែលអនុញ្ញាតឱ្យអាជីវកម្មដើម្បីប្រកាសនិងការលើកកម្ពស់កិច្ចព្រម ព្រៀងពិសេសដូចជា Groupon.com ។

នៅក្នុងការលក់ដោយផ្ទាល់ និងការធ្វើទីផ្សារ ការបង្កើតចំណុច នៃការប្រតិបត្តិការរាងកាយការលក់នេះអាចត្រូវបាន បង្កើតក្នុងភាពជាដៃគូជាមួយអ្នកផ្តល់សេវាដែលអាចជួយក្នុងការលើកកម្ពស់អាជីវកម្មនេះនៃផលិតផលឬសេវាកម្ម។ Ezetap.com និង Square.com គឺជាចំណុចនៃកម្មវិធីលក់ ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នក ដើម្បីទទួលយកការបង់ប្រាក់លើ

កាតព្វកិច្ចនិងឥណទាននៅលើឧបករណ៍យូរវែងរបស់អ្នក។

3.1.5. ការគ្រប់គ្រងមនុស្ស

ក្នុងវគ្គនៃការប្រតិបត្តិការមួយថ្ងៃទៅមួយថ្ងៃនៃអាជីវកម្ម ការគ្រប់គ្រងមនុស្សពេលខ្លះជាផ្នែកមួយយ៉ាងធំរបស់វា។ នេះរួមបញ្ចូលទាំងការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក ការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ និងទំនាក់ទំនងអតិថិជន ។ ការទំនាក់ទំនងគឺជាផ្នែកមួយហើយពេលខ្លះទាំងមូលនៃការគ្រប់គ្រង។ ហេតុដូច្នោះហើយ ការទំនាក់ទំនងមានប្រសិទ្ធភាព ចាំបាច់ត្រូវរៀបចំផែនការទំនាក់ទំនង គឺជាកត្តាចាំបាច់ដើម្បី បង្កើតទំនាក់ទំនង មាននិរន្តរភាពជាមួយមនុស្ស មិនត្រឹមតែដោះស្រាយជាមួយតែព្រឹត្តិការណ៍មូលដ្ឋានមួយប៉ុណ្ណោះទេប៉ុន្តែសំរាប់ជារៀងរាល់ថ្ងៃ។

អ្នកអាចធ្វើឱ្យការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ ICT និងកម្មវិធីផ្សេងៗដើម្បីធ្វើការទាក់ទងជាមួយមនុស្ស។ បញ្ហាប្រឈមនេះគឺជារបៀបដើម្បីធ្វើការអភិវឌ្ឍន៍មតិកាប្រាស្រ័យទាក់ទងយ៉ាងច្បាស់ដើម្បីធានាថាអ្នកអាចបង្ហាញនូវចេតនាបូសាររបស់អ្នកនៅក្នុងការទំនាក់ទំនង។

ក្នុងការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក, ការរៀបចំរបស់ពួកគេ អាចត្រូវបានអភិវឌ្ឍសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ ដែលមានប្រសិទ្ធភាពបន្ថែមទៀតនៃមតិកាសម្រាប់ជួល, ការបណ្តុះបណ្តាលនិងភ្លើង។ ដូចគ្នានេះដែរ, នេះអាចជាការអនុវត្តនៅក្នុងការអភិវឌ្ឍនៃកិច្ចសន្យាសម្រាប់បុគ្គលិកនិងការផ្គត់ផ្គង់នេះ។ នៅក្នុងទំនាក់ទំនងអតិថិជន, ការទំនាក់ទំនងគឺមានសារៈសំខាន់ក្នុងការរក្សានិងពង្រីកប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

3.1.6. ហិរញ្ញវត្ថុនិងរដ្ឋបាល

ក្តីបារម្ភចម្បងរបស់សហគ្រិន គឺបន្ទាត់បាត និងប្រាក់ចំណេញ។ អ្នកមិនអាចដឹង ពីរបៀបរកប្រាក់ចំណេញជាច្រើនដែលអ្នកត្រូវបានធ្វើទេ លុះត្រាតែអ្នកមានការធ្វើ ផែនការហិរញ្ញវត្ថុបានត្រឹមត្រូវ និងរក្សាកំណត់ត្រា។ ការរៀបចំថវិកាជាការរក្សាបាននូវគណនីធនាគារអាជីវកម្មនិងចងក្រងឯកសារស្តីពីដំណើរការទូទាត់ គណនីបង់ប្រាក់អោយគេ គណនីទទួលប្រាក់ពីគេសង និងការបង់ពន្ធផ្សេងៗ ត្រូវតែមាននៅក្នុងប្រព័ន្ធអាជីវកម្ម។

ដូចដែលបានបង្ហាញនៅក្នុងផ្នែកមុន សៀវភៅបញ្ជីអាចត្រូវបានប្រើការសម្រាប់ការងារជាច្រើននៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ពួកគេ គឺជាឧបករណ៍ដែលអស្ចារ្យសម្រាប់គណនេយ្យតាមដានហិរញ្ញវត្ថុ របស់អ្នក និងការគណនាបញ្ជីបើកប្រាក់ខែ និងសម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងការងារដទៃទៀត។

មានលេខ និងតម្លៃនៅក្នុងរូបិយប័ណ្ណ ដែលត្រូវបានបកប្រែ ក្នុងសកម្មភាពអាជីវកម្មទាំងអស់។ ទាំងនេះ ត្រូវបានឆ្លុះបញ្ចាំងនៅក្នុងការធ្វើផែនការ និងសកម្មភាពចាប់ផ្តើមឡើង នៅក្នុងផលិតកម្ម ការលក់ សូម្បីតែនៅក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ ការទំនាក់ទំនងអតិថិជន ការជួលបុគ្គលិកនិងក្នុងការចែកចាយផលិតផល។ ទាំងនេះជាហេតុផលដែលសហគ្រិនត្រូវតែមានការគ្រប់គ្រងនិងត្រួតពិនិត្យអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។

អ្នកត្រូវតែយល់ពីរបាយការណ៍ និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ព្រមទាំងការរក្សាកំណត់ត្រាសារៈសំខាន់ នូវប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុនេះ។ ហិរញ្ញវត្ថុប្រចាំថ្ងៃត្រូវតែត្រូវបានគ្រប់គ្រងទោះបីជាអាជីវកម្មនេះតូចក៏ដោយ។ អ្នកអាចប្រើឧបករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុបានច្រើន ជាងនេះទៅទៀត វាជាឱកាសដែលធ្វើអោយ អាជីវកម្មរបស់អ្នក នឹងនៅតែដំនើរការ និងរីកលូតលាស់ខ្ពស់ជាងនេះ និងទទួលបានជោគជ័យនិងបានផលចំណេញសំរាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។

តើ ICTs អាចជួយអ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់លោកអ្នកបានយ៉ាងដូចម្តេច? សម្រាប់ការព្យាករណ៍

ហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្ម អាចប្រើកម្មវិធីសៀវភៅបញ្ជីដើម្បីគណនាសាច់រៀងផ្សេងគ្នា។ ពុម្ពដែលអាចប្រើបានដោយឥតគិតថ្លៃព្យាករនៅក្នុងកម្មវិធីអាជីវកម្មដែលល្បី។ Google Docs បានផ្តល់ជូននូវទម្រង់ដែលអាចត្រូវបានចែករំលែកនិងការកែសម្រួល។

កត់ត្រាហិរញ្ញវត្ថុនិងឯកសារ

ផ្នែកសំខាន់បំផុតនៃផែនការពាណិជ្ជកម្មរបស់អ្នក គឺជាផែនការហិរញ្ញវត្ថុ។ ក្នុងការបង្កើតផ្នែកមួយ នៃឯកសារធ្វើផែនការនេះ អ្នកនឹងបង្កើតកាលវិភាគសំខាន់ណាស់ដែលថា នឹងដឹកនាំសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នកតាមរយៈបញ្ហាប្រឈមនៅក្នុងឆ្នាំដំបូង និងឆ្នាំបន្ទាប់។ ក្នុងនាមជាសហគ្រិនម្នាក់ វាជាការសំខាន់ដែលអ្នកមានចំណេះដឹងមូលដ្ឋានមួយផ្នែកគណនេយ្យ។

អាជីវកម្មខ្នាតតូចភាគច្រើន បានប្រើវិធីសាស្ត្រគណនេយ្យជា"សាច់ប្រាក់" ដើម្បីកត់ត្រានៅក្នុងប្រព័ន្ធ មានតិចតួចណាស់ដែលប្រើប្រាស់ជាសែកដោយប្រុងប្រយ័ត្នបំផុត ហើយដែលត្រូវបានកត់ត្រាទុក រាល់ការចំណាយទាំងអស់ដែលតម្រូវអោយមានឯកសារច្បាប់ដើម ដូចជា វិក័យប័ត្រ វិក័យប័ត្រទទួលប្រាក់ សំបុត្រសាច់ប្រាក់។ល។ នៅពេលដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នក មានដំណើរការកាន់ល្អ អ្នកនឹងត្រូវមាន ការស្មុគស្មាញកាន់តែច្រើនឡើង ចំពោះផ្នែកគណនេយ្យ។ ប្រព័ន្ធគណនេយ្យអាជីវកម្មខ្នាតតូចជាច្រើន គឺមានភាពងាយស្រួល ជាមួយនឹងទិន្នន័យរុក្ខិសាមញ្ញ និងសៀវភៅ ដែលមានការណែនាំលម្អិតជាភាសាដែលអាចយល់បាន និងអាចរកទិញបាននៅតាមហាងលក់កុំព្យូទ័រនានា។ ប្រសិនបើអ្នកមានអារម្មណ៍ថាចំនេះដឹងរបស់អ្នកគឺមិនគ្រប់គ្រាន់ចំពោះផ្នែកគណនេយ្យ អ្នកត្រូវតែមានជំនួយ

ការដែលមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈក្នុងការបង្កើតប្រព័ន្ធគណនេយ្យរបស់អ្នក អ្នកអាចអោយពួកគេជួយធ្វើការសំរាប់ការងារ ក្រៅម៉ោងរបស់គេក៏បាន ដើម្បីធ្វើអោយ អ្នកមានទំនុកចិត្ត និងការធានាក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកអាច ស្វែងរក សេវាកម្មអាជីវកម្មខ្នាតតូចរបស់ពួកគាត់បានតាមរយៈទូរស័ព្ទ ឬវេបសាយក្នុងស្រុក ដែលពួកគេអាចផ្តល់ជូននូវសេវា កម្មគណនេយ្យគ្រប់បែបយ៉ាងទាំងអស់។¹⁶

a. **ផែនការហិរញ្ញវត្ថុអាជីវកម្ម** ចាប់ផ្តើមដោយការធ្វើផែនការហិរញ្ញវត្ថុ assumptions- សេចក្តីថ្លែងការណ៍ ទាំងនេះគឺជាលក្ខខណ្ឌខ្លីក្រោមគម្រោងដើម្បីធ្វើប្រតិបត្តិការរបស់អ្នក។ ទាំងនេះរួមបញ្ចូលទាំង៖

- » ស្ថានភាពសុខភាពទីផ្សារ
- » កាលបរិច្ឆេទនៃការចាប់ផ្តើមឡើង
- » ការលក់ដោយប្រើប្រាស់ប័ណ្ណក្នុងប្រទេស
- » ប្រាក់ចំណេញសរុប
- » សម្ភារៈ គ្រឿងសង្ហារឹម និងការប្រកួតប្រជែង
- » ប្រាក់បៀវត្ស និងការចំណាយសំខាន់ផ្សេងទៀតដែលនឹងប៉ះពាល់ដល់ផែនការហិរញ្ញវត្ថុ

b. **ផែនការប្រតិបត្តិការដោយប្រាក់ចំណេញនិងការខាតបង់ projection-** ជាធម្មតាបាន រៀបចំជារៀងរាល់ឆ្នាំនៅលើមូលដ្ឋានក្នុងមួយខែ។ បង្កើតតារាងមួយដូចជានៅក្នុងតារាង 20 សម្រាប់ប្រាក់ ចំណេញនិងការខាតបង់ការព្យាកររបស់អ្នក។¹⁷

Table 20. **ការព្យាករពីប្រាក់ចំណេញនិងការបាត់បង់ក្នុងមួយខែ**

Sales	Amount
(-) Less: Cost of sales	xxxxxx
(=) Gross profit	xxxxx
Controllable expenses	
Operating supplies	xxx
Gross wages	xxx

¹⁶ Bizmove Management Training Institute. Available at www.bizmove.com/books/how-to-start-a-small-home-business.pdf

¹⁷ Ibid.

Repairs and maintenance	xxx
Promotion and advertising	xxx
Transportation and delivery	xxx
Bad debts	xxx
Administrative and legal	xxx
Outside labor	xxx
Miscellaneous expenses	xxx
Total controllable expenses	xxx
Fixed expenses	
Rent	xxx
Utilities	xxx
Insurance	xxx
Taxes and licenses	xxx
Interest	xx
Depreciation	xxx
Total fixed expenses	xxxx
Total expenses	xxxxxx
Gross profit less expenses = Net profit	xxxx

c. **កាលវិភាគប្រភពមូលនិធិ schedule-** នេះបង្ហាញពី ប្រភពនៃមូលនិធិរបស់អ្នក ដើម្បីបង្កើនទុន អាជីវកម្ម និងរបៀបដែលពួកគេនឹងត្រូវបានចែកចាយនៅក្នុងចំណោមទ្រព្យអសកម្មរបស់អ្នក និងមូលធន។ ដើម្បី បង្កើតកាលវិភាគនេះអ្នកនឹងចាំបាច់ត្រូវបង្កើតបញ្ជី នៃទ្រព្យសម្បត្តិទាំងអស់ដែលអ្នកមានបំណងដើម្បីប្រើប្រាស់នៅ ក្នុង ជីវកម្មរបស់អ្នក ថាតើការបណ្តាក់ទុននិមួយៗ មានតម្លៃប៉ុន្មាន ដើម្បីធ្វើជា ប្រភពមូលនិធិនៃប្រាក់ចំណេញ។ នៅក្នុងកាលវិភាគនៃប្រភពមូលនិធិរបស់អ្នក បង្ហាញពីចំនួនខែដែលប្រយោជន៍សម្រាប់រំលស់រំលោះនៃទ្រព្យអសកម្ម ។ នៅក្នុងឧទាហរណ៍របស់ Victoria ឡដុតនិ ម៉ាស៊ីនវេចខ្ចប់ តុសំរាប់ការផលិត និងគ្រឿងបរិក្ខារការិយាល័យក៏នឹងត្រូវ មានការកាត់រំលស់ផងដែរ។ អ្នកនឹងត្រូវការទិន្នន័យនេះ ដើម្បីបញ្ចូលរំលស់ប្រចាំខែ ដូចជា នៅលើការព្យាករណ៍លើ

ប្រាក់ចំណេញ និងការខាតបង់របស់អ្នក។ ទិន្នន័យទាំងអស់ កាលវិភាគនៃប្រភពមូលនិធិនឹង ត្រូវការចាំបាច់ដើម្បី បង្កើតតារាងតុល្យការ។

d. **គាំទ្រសំណុំបែបបទ sheet-** តុល្យភាព" ការគាំទ្រសំណុំបែបបទ "សំដៅទៅលើការពិតដែលថាតុល្យការ គឺកើតមុនការពិត តែវាមិនពិតប្រាកដ។ សំណុំបែបបទនេះរួមបញ្ចូលទ្រព្យសកម្ម (គ្រប់សម្ភារៈទាំងអស់បានទិញ សំរាប់ប្រើនៅក្នុងអាជីវកម្ម បំណុល (អ្វីទាំងអស់ ដែលត្រូវបានទិញដោយឥណទាន ដើមទុន (ការវិនិយោគទុន ទាំងអស់ដែលមានក្នុងអាជីវកម្ម)។ សេចក្តីថ្លែងការណ៍នេះ បានជួយបញ្ជាក់អោយយើងដឹងប្រសិនបើយើងមិនមាន ធនធានគ្រប់គ្រាន់ សំរាប់ធ្វើអាជីវកម្ម ថាការវិនិយោគនេះត្រូវការដើមទុនសរុបចំនួនប៉ុន្មាន ហើយយើង ត្រូវការ មូលនិធិចំនួនប៉ុន្មានក្នុងការធ្វើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនជាប្រចាំ។

e. **លំហូរសាច់ប្រាក់ projection-** នេះនឹងបានព្យាករលំហូរសាច់ប្រាក់ចូលទៅក្នុងនិងក្រៅនៃអាជីវកម្មរបស់ អ្នកក្នុងរយៈពេលមួយឆ្នាំ។ វាអាចជួយអ្នកមានគម្រោងកាលវិភាគនៃការទិញទំនិញ និងកំណត់ខែបរិមាណខ្ពស់និង រយៈពេលយឺត។ ការអនុវត្តការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមួយដែលមានប្រយោជន៍គឺ រក្សាសាច់ប្រាក់អោយបានគ្រប់គ្រាន់ សំរាប់អាជីវកម្មជាងការចាំបាច់ដើម្បីធ្វើប្រតិបត្តិការ ហើយការពារវាពីគ្រោះមហន្តរាយ។ អាជីវកម្មខ្នាតតូចភាគ ច្រើនត្រូវបានប្រឈមមុខនឹងការមិនមាន សាច់ប្រាក់គ្រប់គ្រាន់។ ការព្យាករលំហូរសាច់ប្រាក់ ត្រូវបានរៀបចំដើម្បី រក្សាដាននៃចំនួនទឹកប្រាក់ជាសាច់ប្រាក់ដែលត្រូវបានប្រើសំរាប់ធ្វើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ហើយជៀបទៅនឹងចំនួនទឹក ប្រាក់ដែលនឹងអាចរកបាន។

3.1.7. តើត្រូវការប្រាក់បន្ថែមទៀតដែរឬទេ?

ទុនបង្វិលគ្រប់គ្រាន់ ជានិច្ចកាលសំរាប់ការធ្វើអាជីវកម្ម គឺមានភាពចាំបាច់ណាស់ ចំពោះការទទួលបាននូវភាព ជោគជ័យ។ ចាប់តាំងពីការកត់ត្រាហិរញ្ញវត្ថុអ្នកនឹងអាចកំណត់ថាតើអាជីវកម្មរបស់អ្នក នឹងត្រូវការប្រាក់ច្រើនជាង ប្រាក់ដែលត្រូវបានមកដោយសារការលក់។ តើអ្នកត្រូវធ្វើដូចម្តេច? អ្នកអាចត្រូវការទទួលការវិនិយោគិន ខ្លឹមបន្ថែម ឬឥណទានពីធនាគារដើម្បីបំពេញនូវតម្រូវការអាជីវកម្មរបស់អ្នកក្នុងអំឡុងប៉ុន្មានខែដែលពុំទាន់មានដំណើរការល្អ នេះ ហើយប្រាក់កម្ចីនេះ អ្នកត្រូវសងធនាគារវិញនៅក្នុងខែដែលការលក់របស់អ្នក បានច្រើនជាងការចំណាយរបស់ អ្នក។

សហគ្រិនត្រូវតែមានថវិកាដើម្បីប្រើថវិកានិងដើម្បីធ្វើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ អ្នកត្រូវតែត្រូវយល់ដឹងអំពី សម្ភារៈ និង សេវាកម្មដែលសំខាន់ចាំបាច់បំផុត ដើម្បីធ្វើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ កត់ត្រាល្មោះសម្ភារៈទាំងអស់ ជាមួយតម្លៃដែល

បានចំណាយ វាអាចជួយអ្នកអោយដឹងច្បាស់ការគ្រប់គ្រងការចំណាយរបស់អ្នក។

ក្នុងចំណោមបញ្ហាប្រឈមដែលបានជួបប្រទះជាញឹកញាប់ដោយសហគ្រិនគឺការប្រើប្រាស់មូលនិធិផ្ទាល់ខ្លួនលាយឡំជាមួយនឹងអាជីវកម្ម។ ប្រសិនបើអាចធ្វើទៅបានអ្នកគួរតែជៀសវាងការអនុវត្តបែបនេះ។ ការធ្វើលំហាត់អនុវត្តដែលអាចជួយអ្នកក្នុងការធ្វើបញ្ជីដាច់ដោយឡែកសម្រាប់ការចំណាយផ្ទាល់ខ្លួន និងអាជីវកម្ម។ ជម្រើសមួយទៀតគឺត្រូវមានគណនីធនាគារដាច់ដោយឡែកសម្រាប់មូលនិធិផ្ទាល់ខ្លួននិងអាជីវកម្ម។ សហគ្រិនត្រូវតែបង្កើតប្រព័ន្ធសំឡេងនៃការថតហិរញ្ញវត្ថុដោយដៃឬដោយស្វ័យប្រវត្តិថាតើការប្រើប្រាស់កុំព្យូទ័រដើម្បីបង្ហាញកំណត់ត្រានៃការផ្តល់មូលនិធិនិងចំណាយ។

Figure 3. ការបែងចែកមូលនិធិផ្ទាល់ខ្លួន និងអាជីវកម្ម



ថវិកាគឺជាអ្វី? ថវិកាគឺជាផែនការចំណាយមួយ។ ថវិកាគឺជាដំណើរការមួយដែលជួយប៉ាន់ស្មានអំពីចំនួនទឹកប្រាក់ដែលនឹងត្រូវចំណាយសម្រាប់តម្រូវការផ្សេងៗ ជាមួយនឹងប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នក។ ការរៀបចំថវិកាជួយអ្នកឱ្យ អាចរំពឹងទុកការប្រើប្រាស់ប្រាក់សម្រាប់តម្រូវការផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក និងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។¹⁸

ថវិកាអាជីវកម្មគឺជាការប៉ាន់ប្រមាណលម្អិតនៃការចំណាយទាំងអស់ដែលត្រូវការនៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ តម្លៃនៃការចំណាយអាចត្រូវបានទទួលពីក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ផ្សេងៗគ្នា ដើម្បីប្រៀបធៀបអំពីតម្លៃរបស់វា។ តម្លៃពេលខ្លះ អាចខុសគ្នានៅក្នុងថវិកាព្យាករណ៍ យកតម្លៃដែលខ្ពស់បំផុតដើម្បីការពារការកើនឡើងតម្លៃចំពោះទំនិញ។ អ្នកអាចរួមបញ្ចូលផែនការជាមួយថវិការបំរុង ចំនួនពី 5 ទៅ 10 ភាគរយនៃការចំណាយសរុប។ តើអ្វីទៅជាប្រភពនៃការផ្តល់មូលនិធិសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក? ការធ្វើថវិកាមិនមែនផ្ដោតទៅលើការចំណាយប៉ុណ្ណោះទេ គឺត្រូវកត់ត្រាអំពីមូលនិធិរបស់គម្រោងដែលជាដើមទុនសំរាប់អនុវត្តគម្រោងរបស់អ្នក។ ដូចបានរៀបរាប់ខាងលើនេះប្រភពនៃមូលនិធិអាចត្រូវបានយកចេញពីប្រាក់សន្សំផ្ទាល់ខ្លួន តាមរយៈការផ្តល់ប្រាក់កម្ចី ឬប្រាក់បានមកពីវិនិយោគិនរបស់អ្នក។

¹⁸ For more information on personal budgeting see <http://www.mymoneycoach.ca/>.

តើ ICTs ជួយអ្នកក្នុងរបៀបចំការថវិកាយ៉ាងដូចម្តេច? កុំភ័យទេ មួយដែលមានកម្មវិធីផ្សេងៗដូចជា Google Sheets Microsoft Excel និងកម្មវិធីការិយាល័យ Calc អាចជួយអ្នកក្នុងការកត់ត្រាការចំណាយថវិកានិងការចំណាយរបស់អ្នក។ អ្នកអាចប្រើកម្មវិធី ICT ទាំងនេះចំពោះការធ្វើថវិកានិងតាមដានការចំណាយអាជីវកម្មនិងផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកដោយឡែកពីគ្នា។

ចំពោះគណនេយ្យ និងរក្សាបញ្ជីមានសេវាកម្មនៅតាមបណ្តាញអនឡាញដូចជា Freshbooks.com និង Xero.com ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអាជីវកម្មដើម្បីធ្វើការកត់ត្រាប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន។

3.2. ការការពារខ្លួន និងអាជីវកម្មរបស់អ្នក

3.2.1. ការអនុលោមតាមច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិ

សហគ្រិនស្រ្តីដែលជាម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចត្រូវតែអនុវត្តតាមច្បាប់ដែលផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណអាជីវកម្មរបស់ប្រទេសនោះ។ ការបង្កើតក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មតូចមួយ ដើម្បីបង្កើតកិច្ចសន្យាតាមផ្លូវច្បាប់ អ្នកត្រូវតែមានការយល់ច្បាស់ជាមួយច្បាប់ធ្វើជំនួញនៅក្នុងប្រទេសរបស់អ្នកនិងមានសិទ្ធិចូលដំណើរការទៅជាមួយមេធាវីបើមានបញ្ហាផ្លូវច្បាប់កើតឡើងជាមួយអតិថិជន ឬបុគ្គលិក។ អ្នកត្រូវសរសេរ រួចពិនិត្យឡើងវិញ និងចុះហត្ថលេខា លើកិច្ចសន្យាផ្នែកច្បាប់ និងកិច្ចព្រមព្រៀងលក់។ នៅពេលដែលបញ្ហាច្បាប់កើតមានឡើង អ្នកនឹងត្រូវការសេវាកម្មមេធាវីជាការចាំបាច់។

3.2.2. ធានារ៉ាប់រងសម្រាប់អាជីវកម្មនិងខ្លួនអ្នកផ្ទាល់

ការទទួលបានគោលការណ៍ពីក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងអាចការពារកេរ្តិ៍ឈ្មោះអាជីវកម្មរបស់អ្នកបាននៅពេលដែលមានគ្រោះមហន្តរាយធម្មជាតិ និងហិរញ្ញវត្ថុកើតឡើង។ ជ្រើសរើសយកគោលនយោបាយធានារ៉ាប់រងដែលល្អបំផុតដែលអាចការពារអាជីវកម្មរបស់អ្នកដោយប្រៀបធៀបលក្ខខណ្ឌនិងតម្លៃ។ រកមើលនៅក្នុងកំណត់ត្រាបទរបស់ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រង និងការរកអោយឃើញនូវអ្វីដែលសហគ្រិនផ្សេងទៀតគិតអំពីក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងទាំងនេះ។

① អ្វីដែលត្រូវធ្វើ

ស្វែងរកសម្រាប់ភ្នាក់ងារធានារ៉ាប់រងយ៉ាងហោចណាស់ចំនួនបីដែលផ្តល់នូវការការពារលក្ខណៈសម្បត្តិ និងជីវិត។ ប្រៀបធៀបការចំណាយនិងអត្ថប្រយោជន៍របស់ពួកគេ។

3.2.3. សន្តិសុខក្នុងបណ្តាញអនឡាញនិងនៅក្រៅបណ្តាញ

មានបញ្ហាដែលសំខាន់ដែលអ្នកត្រូវរក្សាទុកនៅក្នុងចិត្តនៅពេលដែលអ្នកសម្រេចចិត្តដើម្បីប្រើICTនៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

ប្រសិនបើអ្នក សម្រេចចិត្តក្នុងការប្រើប្រាស់កុំព្យូទ័រ និង ICT ទូទៅរបស់អ្នក ក្នុងការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់អ្នក ធនធានមនុស្ស សារពើភ័ណ្ឌ និងឯកសារជាច្រើនសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក កុំភ្លេចសុវត្ថិភាពកុំព្យូទ័រគឺសំខាន់បំផុត។ វាគឺជាការណែនាំដ៏ល្អដើម្បីដំឡើង និងការប្រើកម្មវិធីកំចាត់មេរោគ។ នៅលើបណ្តាញអ៊ីនធឺណិតអ្នកអាចរកឃើញការជំរើសល្អៗ ការវិភាគនៃការកំចាត់មេរោគជាច្រើននិងឧបករណ៍សន្តិសុខអ៊ីនធឺណិតដែលអាចប្រើបាន និងដោយឥតគិតថ្លៃ ។

ដោយប្រើម៉ាស៊ីនស្រាវជ្រាវ អ្នកនឹងរកឃើញការវិភាគល្អនៃឧបករណ៍ឥតគិតថ្លៃ ដែលអាចប្រើបានព្រមទាំងភ្ជាប់ទៅកន្លែងដែលជាកន្លែងដែលអ្នកអាចទាញយកផលិតផលនៃជម្រើសរបស់អ្នក។

បញ្ហាសន្តិសុខផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកថាតើតាមប្រព័ន្ធអនឡាញឬក្រៅបណ្តាញ។

លើបណ្តាញអនឡាញ ជៀសវាងការបន្លំ និងការលួចបន្លំ និងពីសារនៃអ៊ីមែលរបស់អ្នក និងតាមគណនីលើបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមអាចតម្រូវឱ្យអ្នកដើម្បីបង្ហាញពាក្យសម្ងាត់របស់អ្នក (ការលួចអត្តសញ្ញាណ) និងព័ត៌មានដែលមានសារៈសំខាន់ផ្សេងទៀតដូចជា លេខគណនីធនាគារ កាតព្វកិច្ច និងអ្វីដែលដូច ។ ត្រូវប្រុងប្រយ័ត្នចំពោះសារ "អ្នកមានរហ័ស" និងការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនានា។

ក្រៅបណ្តាញ អ្នកត្រូវតែការពារនៃបរិវេណអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ធានាឱ្យបាននូវការបំភ្លឺអោយបានច្បាស់ និងកែតម្រូវឬការដំឡើងខ្សែអគ្គិសនី។ ប្រសិនបើ អ្នកអាចមានលទ្ធភាពទិញវា បណ្តាក់ទុននៅក្នុងម៉ាស៊ីនថតកុំព្យូទ័រ (CCTV) ដែលអ្នកអាចត្រួតពិនិត្យលើសកម្មភាពអាជីវកម្មរបស់អ្នកបាន។

កម្មសិទ្ធិបញ្ញា (IPR)

សហគ្រិនត្រូវតែយល់ដឹងអំពីកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ នៅពេលដែលអ្នកបានបង្កើតផលិតផលដែលមានតែមួយគត់និងជាផ្នែកមួយនៃប្រភេទរបស់ខ្លួន ដែលអ្នកអាចអនុវត្តសម្រាប់សិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ វាមានន័យថា អ្នកអាចរីករាយជាមួយនិងការការពារការប្រើប្រាស់នៃការបង្កើតអ្វីមួយរបស់អ្នក ក្នុងរយៈពេលមួយដែលអ្នកអាចទាមទារសិទ្ធិអាជីវកម្មលើវា។

នៅតាមបណ្តាប្រទេសមានច្បាប់ជាច្រើន ដែលបានគ្រប់គ្រងលើកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ ក្រៅពីការបង្កើតថ្មីទាំងនេះអាចរួមបញ្ចូលផ្នែកអក្សរសាស្ត្រ ការងារសិល្បៈ ការរចនា និងមិត្តសញ្ញា ឈ្មោះនិងរូបភាព ដែលត្រូវបានប្រើដោយម៉ាកអាជីវកម្ម¹⁹ ស្វែងរកអោយឃើញពីបញ្ហានេះដូច្នោះអ្នកអាចធានាថាផលិតផលរបស់អ្នកត្រូវបានការពារ។

នៅពេលដូចគ្នានេះដែរ អ្នកនឹងត្រូវមានការប្រុងប្រយ័ត្នចំពោះការធ្វើគ្រាប់តាម ឬមានយឺតយ៉ាវក្លែងក្លាយ ជាពិសេសប្រសិនបើអ្នកគឺជាអ្នកលក់បន្តនៅក្នុងអាជីវកម្ម។ អ្នកត្រូវតែមានការប្រុងប្រយ័ត្នអំពីបញ្ហានេះដូច្នោះថាអ្នកនឹងមិនមានរឿងផលវិបាក ទៅលើផ្លូវច្បាប់នោះឡើយ។ សូមប្រាកដថា អ្នកមិនត្រូវរំលោភច្បាប់ណាមួយដែលទាក់ទងទៅនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដើម្បីជៀសវាងនូវផលវិបាកទាំងឡាយណាដែលមិនចាំបាច់។

① **អ្វីដែលត្រូវធ្វើ**
ដើម្បី ឱ្យមានការយល់ដឹងអំពីច្បាប់ របស់កម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅប្រទេសរបស់អ្នក ស្រាវជ្រាវលើបណ្តាញគេហទំព័រ និងបង្កើនចំណេះដឹង តាមរយៈការអានបញ្ញតិពាណិជ្ជកម្មពាណិជ្ជកម្ម របស់រដ្ឋាភិបាលក្នុងការទាក់ទងទៅនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

3.3. ការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃ

ការតាមដានត្រួតពិនិត្យ និងការវាយតម្លៃប្រាប់អ្នកពីរបៀបអាជីវកម្មរបស់អ្នកកំពុងបានដំណើរការ ផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នកដែលរៀបរាប់អំពីមុខងារ និងសកម្មភាពដែលស្ថិតនៅក្រោមមុខងារជារៀងរាល់ត្រូវតែរួមបញ្ចូលសូចនាករ (indicator) ដើម្បីវាយតម្លៃពី ភាពជោគជ័យអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកនឹងត្រូវការដើម្បីអភិវឌ្ឍវិធានការសម្តែងនិងបទដ្ឋានក្នុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

ឧទាហរណ៍ សូចនាករ (indicator) សំខាន់សម្រាប់ការប្រតិបត្តិទីផ្សារ អាចវាយតម្លៃ ពីសកម្មភាពទីផ្សារ និងការចំណាយរបស់អ្នកប៉ះពាល់ដល់ការលក់និងគណនីចំណាយរបស់អ្នក។ ជាមួយព័ត៌មាននេះអ្នកអាចសម្រេចចិត្តកន្លែងដែលត្រូវបង្កើន ឬបន្ថយការចំណាយ និងកំណត់អោយដឹងអំពីការទទួលមកវិញការវិនិយោគរបស់អ្នក។ ការអភិវឌ្ឍនិងការតាមដានសូចនាករ (indicator) ប្រតិបត្តិការរបស់អ្នកសំខាន់គឺការលើកទឹកចិត្តការលក់ជាច្រើនដូចជាការបញ្ចុះតម្លៃ និងការផ្សព្វផ្សាយព្រមទាំងការបំរើសេវាអតិថិជនរបស់អ្នក វាអាចប្រាប់អ្នកពីរបៀបដែលពួកគេបានរួមចំណែកធ្វើឱ្យមានការកើនឡើងឬថយចុះក្នុងការលក់ និងអំពីប្រាក់ចំណេញ។

¹⁹ <http://www.wipo.int/about-ip/en/>

ត្រួតពិនិត្យនិងវាយតម្លៃផ្តល់ផងដែរនូវអ្នកបានរីកចម្រើនសូចនាករ (indicator) ទាក់ទងនឹងគោលដៅនានាប្រចាំឆ្នាំ យុទ្ធសាស្ត្ររបស់អ្នក គោលដៅ និងអាចប្រាប់អ្នកពីទិដ្ឋភាពនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នកដែលអ្នកត្រូវការដើម្បីកែលម្អ។ វា អាចវាយតម្លៃពីការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន គុណភាពផលិតផល និងរូបភាពអាជីវកម្មរបស់អ្នកនៅលើទីផ្សារ។ វាអាច ប្រាប់អ្នកថាតើអ្នកកំពុងទទួលបានជោគជ័យក្នុងការលក់ ឬបាត់បង់គោលដៅលក់ និងប្រាក់ចំណេញរបស់អ្នក។

ការអង្កេតមានរួមបញ្ចូលទាំងការសង្កេត និងការតាមដានពិនិត្យមើលកត្តាហានិភ័យនៅក្នុងអាជីវកម្ម។ នៅក្នុងម៉ូឌុល W1: ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មដោយប្រើ ICT មានហានិភ័យជាច្រើនប្រភេទត្រូវបានលើកឡើង។ អ្នកត្រូវតែដឹងអំពីកត្តា ហានិភ័យទាំងនេះដែលនឹងប៉ះពាល់ដល់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ការត្រួតពិនិត្យខាងក្រៅសំដៅទៅលើការធ្វើឱ្យទាន់ សម័យចំនេះដឹងរបស់អ្នក អំពីនិន្នាការដែលនឹងប៉ះពាល់ដល់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍ការកើនឡើងនៅក្នុង ការចំណាយឬតម្លៃថាមពលប្រេងឥន្ធនៈ នឹងប៉ះពាល់ដល់តម្លៃ និងការចំណាយលើវត្ថុធាតុដើម។ ជាលទ្ធផលនោះ តម្លៃនៃផលិតផលរបស់អ្នកនឹងត្រូវបានរងផលប៉ះពាល់។

ក្នុងករណីជាច្រើន ការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃត្រូវបានទុកនៅក្នុងអាជីវកម្ម។ វាត្រូវតែត្រូវបានចង្អុលបង្ហាញថាក ផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នកដូចជាការកំណត់គោលដៅត្រូវបានភ្ជាប់ជាមួយនឹងការត្រួតពិនិត្យ និងការវាយតម្លៃនៃប ្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ ដូច្នេះគោលដៅច្បាស់របស់អ្នកគឺគោលបំណងនិងគោលដៅដ៏ឆ្លាតវៃ ល្អប្រសើរជាងនេះអ្នក អាចកំណត់សូចនាករ (indicator) លើការអនុវត្តវិធានការគន្លឹះ។

ឧទាហរណ៍នៃសូចនាករ (indicator) លើប្រតិបត្តិការសំខាន់ៗដែលត្រូវបានទាក់ទងទៅនឹងការងារជាប្រចាំថ្ងៃ ប្រចាំខែ និងប្រចាំឆ្នាំរៀបរយនឹងទិន្នផលការលក់របស់អ្នកជាមួយគោលដៅលក់របស់អ្នក។ គុណភាពផលិតផល ការតវ៉ាពីអតិថិ ជន ឬការកោតសរសើរអំពីអតិថិជន គឺជាផ្នែកមួយផ្សេងទៀតដែលអ្នកអាចកំណត់គោលដៅ និងពិនិត្យមើលលទ្ធ ផលដោយផ្អែកលើមតិ និងការប្រមូលផ្តុំទិន្នន័យ។ នៅក្នុងផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក អ្នកអាចកំណត់សូចនាករ (indicator) សំខាន់របស់អ្នកនៅក្នុងគោលបំណងដើម្បីបង្កើតយន្តការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃរបស់អ្នក (រួមបញ្ចូល ទាំងរបាយការណ៍លក់ មតិរបស់អតិថិជន និងរបាយការណ៍ពីក្រុមការងារ)

ផែនការសវនកម្ម ត្រូវតែត្រូវបានកំណត់ពេលវេលា ដើម្បីជួយអ្នកក្នុងការតាមដាន វាយគោលដៅ និងវាស់ស្កង់ ប្រតិបត្តិការរបស់អ្នក។ ការត្រួតពិនិត្យត្រូវតែរួមបញ្ចូលទាំងបរិយាកាសអាជីវកម្ម និងរបៀបផលិតផល និងដៃគូប្រកួត ប្រជែងរបស់អ្នកត្រូវ បានអនុវត្តនៅលើទីផ្សារនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌហិរញ្ញវត្ថុ។ កម្មវិធីកំណត់ពេលវេលា និងឧបករណ៍ សម្រាប់ការវាយតម្លៃដូចជាបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងប្រតិបត្តិការផលិតផលអាចត្រូវបានប្រើសម្រាប់គោលបំណង នេះ។

Table 21 ផ្តល់នូវឧទាហរណ៍មួយនៃ កិច្ចសហប្រតិបត្តិការស្វែងរកអាជីវកម្ម សាជីវកម្ម Tesco²⁰

Goal focus	Key performance	Target	Actual	Variance
Buying and selling products responsibly	Supplier viewpoint: % of scores that are positive to the question "I am treated with respect"	74%	71%	-3%
Caring for the environment	Reduction in carbon emissions from our stores built before 2006 year on year	3.5%	4.9%	+1.4%
Creating good jobs and careers	% of staff being trained for their next job using the Options Scheme	6%	5.8%	-0.2%
Providing colleagues and customers with healthy options	Colleagues and customers are active with the company	9.3 million	9.5 million	+0.2 million

តើ ICT អាចជួយអ្នកដើម្បីតាមដាននិងវាយតម្លៃអាជីវកម្មរបស់អ្នកបានដូចម្តេច? មានទិន្នន័យពាណិជ្ជកម្មរបស់អ្នក ផ្ទាល់នៅលើកម្មវិធី software អាចអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកដើម្បីពិនិត្យនិងតាមដាននូវការអនុវត្តអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ កម្មវិធី កុំព្យូទ័រផ្សេងៗ អាចផ្តល់ព័ត៌មានសង្ខេបឱ្យអ្នកបានយ៉ាងងាយស្រួល ដែលអាចជួយអ្នកក្នុងការតាមដានការរីកចម្រើន នៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

²⁰ TESCO Business Case Study

IV. ការបិទអាជីវកម្ម

លទ្ធផលនៃការសិក្សា

ទទួលស្គាល់ការតភ្ជាប់រវាងការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃនិងការបិទអាជីវកម្មមួយនេះ

ការត្រួតពិនិត្យ និងការវាយតម្លៃរបាយការណ៍ល្អមួយ ដែលអាចប្រាប់អ្នក ថា តើអាជីវកម្មរបស់អ្នកត្រូវតែមកដល់ទីបញ្ចប់ ដូចដែលបានរៀបរាប់នៅក្នុងម៉ូឌុល WJ: ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មមួយដោយប្រើបច្ចេកវិទ្យា ICT មូលហេតុមួយចំនួននៃអាជីវកម្ម

ការបរាជ័យនេះ គឺដោយសារតែហេតុផលដូចខាងក្រោម: មិនមានគោលដៅអាជីវកម្ម និងចក្ខុវិស័យខ្ពស់ជាងមុន ចំណេះដឹងមិនគ្រប់គ្រាន់ និងខ្វះសមត្ថភាពនៅក្នុងអាជីវកម្ម កង្វះនៃការផ្ដោតអារម្មណ៍ ការភ័យខ្លាចនៃការបរាជ័យ ការភ័យខ្លាចនៃអ្វីដែល ដែលអ្នកឯទៀតនឹងនិយាយ កង្វះនៃការលើកទឹកចិត្ត ខ្វះការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ ការប្រើប្រាស់ដើមទុនមិនគ្រប់គ្រាន់ undercapitalization និង គ្មានការងារជាក្រុម ឬមានតិចតួច និងខ្វះការចែករំលែកជាមួយនឹងមនុស្សផ្សេងទៀត។²¹

ដូច្នេះ អាជីវកម្មបានចាប់ផ្ដើម ហើយក្នុងរយៈពេលពីរឆ្នាំនេះ ដែលជាដំណាក់កាលសំខាន់បំផុត មុនពេលដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងអាចឈានទៅកាន់ដំណាក់កាលរីកចម្រើនកើតឡើងបាន។

ការបិទអាជីវកម្មមួយ អាចនឹងមិនចាំបាច់មាន ដោយសារតែការបរាជ័យរបស់សហគ្រិនទេ។ វាអាចកើតឡើងដោយសារតែនរណាម្នាក់ចង់ទិញអាជីវកម្មរបស់អ្នក ឬការបញ្ចូលគ្នាជាមួយនឹងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនរបស់គេ។ មូល

²¹ Tito Philips, Jnr, "7 Reasons why most entrepreneurs fail in business", *Naijapreneur*, undated. Available from <http://www.naijapreneur.com/why-entrepreneurs-fail/>.

ហេតុផ្សេងទៀតអាចនឹងមាន ដែលមិនពាក់ព័ន្ធជាមួយ ការគ្រប់គ្រងរបស់សហគ្រិនទេដូចជាវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសមួយ កង្វះវត្ថុធាតុដើម ការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយជាដើម។

ពេលដែលអាជីវកម្មមួយបិទ គឺវាដូចនៅពេលដែលបើកដែរ គឺមានរឿងសំខាន់ៗដែលត្រូវតែទទួលស្គាល់នូវអ្វីដែលយើងបានធ្វើកន្លងមក។ មានគោលនយោបាយ ឬលក្ខខណ្ឌច្បាប់ខ្លះៗដែលអ្នកត្រូវតែប្រកាន់ខ្ជាប់ទៅនឹងទឹកនៃសំរាប់ធ្វើអាជីវកម្មនេះ។ ដូច្នោះការបិទតម្រូវឱ្យរាយការណ៍ទៅអាជ្ញាធរ បង់ប្រាក់ខែដល់បុគ្គលិករបស់អ្នក លក់ឧបករណ៍ និងការផ្គត់ផ្គង់ផ្សេងៗ ហើយធានាថាអ្នកបានធ្វើតាមទាំងអស់នូវរាល់តម្រូវការផ្នែកច្បាប់និងសង្គមផ្សេងទៀត។

V. សេចក្តីសង្ខេប

ម៉ូឌុលនេះផ្តល់នូវគោលការណ៍ណែនាំជាមូលដ្ឋានស្តីពីការបង្កើតអាជីវកម្មមួយនិងបង្ហាញពីទិដ្ឋភាពនានានៃមុខងារអាជីវកម្មនិងប្រតិបត្តិការ។ ម៉ូឌុលនេះផ្តល់ជូនផងដែរអំពីការប្រើប្រាស់ ICTs អាចជួយជាច្រើនក្នុងការធ្វើឱ្យអាជីវកម្មអ្នកអោយមានប្រសិទ្ធភាព និងដើម្បីអោយសហគ្រិនសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់ពួកគេ។

ការចាប់ផ្តើមដំណើរការអាជីវកម្មមួយតម្រូវឱ្យមានច្រើននៃការរៀបចំផ្លូវចិត្ត លើកទឹកចិត្តនិងពេលវេលាមួយ។ វាអាចជាការស្មុគស្មាញនៅពេលដំបូងចាប់តាំងពីវាតម្រូវឱ្យមានច្រើន នៃការរៀបចំនិងភាពអាចរកពេលវេលាមួយ, ការធ្វើតេស្តចំណង់ចំណូលចិត្តនិងភាពអត់ធ្មត់នៃសហគ្រិនសូម្បីតែបើអាជីវកម្មនេះគឺជាខ្នាតតូចក៏ដោយ។ ដូចដែលបានបង្ហាញនៅក្នុងម៉ូឌុលនេះ, មានឱកាសដើម្បីទទួលបានជោគជ័យនៅពេលដែលអ្នកដាក់ចិត្តនិងបេះដូងរបស់អ្នកទៅវាមាន។ ប៉ុន្តែប្រសិនបើទោះបីជាអ្នកបរាជ័យនៅលើកដំបូង, វាមិនមែនមានន័យថាអាជីវកម្មនេះបានបញ្ចប់។ មេរៀននៃការបរាជ័យនេះអាចធ្វើឱ្យស៊ីជម្រៅនៃការយល់ដឹងពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

មួយចំនួននៃមេរៀនដែលបានរៀនពីការបរាជ័យនិងទទួលបានជោគជ័យរួមមាន:

- » ស្វែងរកគោលបំណងខ្ពស់និងត្រូវបានច្បាស់លាស់នៃទស្សនៈវិស័យរបស់អ្នក
- » ការមានចំនេះដឹងគ្រប់គ្រាន់និងសមត្ថភាពនៅលើអាជីវកម្មនេះ
- » ការដាក់ការផ្ដោតអារម្មណ៍បន្ថែមទៀតលើការអាជីវកម្មការកាត់បន្ថយនិងការប្រឈមមុខនឹង»ការភ័យខ្លាចនៃការបរាជ័យនេះ
- » ការលើកទឹកចិត្តខ្លួនអ្នកនិងដឹងថាអ្វីដែលជំរុញឱ្យអ្នកដើម្បីឱ្យមានកាន់តែច្រើនស្មោះនិងការខ្វះខាតបន្តគោលដៅនិងកម្មវត្ថុអាជីវកម្មរបស់អ្នក
- » ការរៀនពីរបៀបដើម្បីគ្រប់គ្រងមូលនិធិរបស់អ្នក
- » ការធ្វើឱ្យមនុស្សកាន់តែច្រើនដើម្បីជឿថានៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក
- » សូមអោយមនុស្សជួយអ្នកក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់អ្នក

ការរៀនពីអាជីវកម្ម មួយនេះគឺជាដំណើរការដែលកំពុងបន្តមួយ។ ចូលរួមនៅក្នុងក្រុមជួយខ្លួនឯងនិងបានក្លាយជាសមាជិករបស់សមាគមអាជីវកម្មនិងបណ្តាញអាចសំលៀងជំនាញរបស់អ្នក។ អ្នកអាចទទួលបាននៃវគ្គសិក្សាដោយឥតគិតថ្លៃដើម្បីបង្កើនចំណេះដឹងនិងជំនាញរបស់អ្នកនៅក្នុងអាជីវកម្ម។

ពីទស្សនៈវិស័យច្បាស់លាស់និងយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មត្រូវតែមានផែនការដែលមិនត្រូវដេញនៅក្នុងថ្មប៉ុន្តែមួយដែលជា

ថាមន្តដោយផ្អែកលើអ្វីដែលអ្នកបានរៀនពីបរិស្ថានខាងក្នុងនិងខាងក្រៅរបស់អ្នក។ គំរោងជាផ្នែកមួយនៃរដ្ឋនៅក្នុងគ្រប់
ដំណាក់កាលនៃអាជីវកម្មមួយ៖ នៅលើ Envisioning និងការធ្វើផែនការលម្អិតអ្នកចាប់ផ្តើមឡើងនិងការអនុវត្តនិងបន្ទាប់មក
បានតាមដាននិងវាយតម្លៃដូច្នោះអ្នកជាថ្មីម្តងទៀតអាចធ្វើផែនការនិងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងសកម្មភាព
អាជីវកម្មក្នុងរដ្ឋនេះ។

ពីម៉ូឌុលនេះយើងបានរៀនពី៖

- » មានសកម្មភាពជាច្រើន ដែលត្រូវបានតម្រូវ ក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្ម។ ការធ្វើបញ្ជីមួយ និងការប្រើការបែងចែក
ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICT និង បែបបទនៃកម្មវិធីដែលអាចសម្រួលដល់ការងារ។
- » ជាសហគ្រិនម្នាក់អ្នកត្រូវតែអនុវត្តតាមតម្រូវការផ្នែកច្បាប់នៅក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម ដំណើរការអាជីវកម្មនិងការបិទ
អាជីវកម្ម។
- » ធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារជួយអ្នកឱ្យក្នុងការកំណត់ពីជំហានទាំង៥PS: អតិថិជនរបស់អ្នក (មនុស្ស); តម្លៃតែមួយគត់
ផលិតផលរបស់អ្នក! តម្លៃសមហេតុផលផលិតផលអាចត្រូវបានលក់នៅក្នុងទីផ្សារ; របៀបផលិតផលអាចឈានដល់
អតិថិជន (កន្លែង); និងរបៀបដែលអតិថិជនអាចដឹងថាអ្វីដែលជាការផ្តល់ជូន (ការផ្សព្វផ្សាយ) ។
- » ធនធានគឺមានសារៈសំខាន់ដើម្បីរៀបចំនិងប្រមូលផ្តុំនៅក្នុងការចាប់ផ្តើមឡើងហើយនៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម។
ធនធានទាំងនេះ ត្រូវបានកំណត់អត្តសញ្ញាណ ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធតុលាការ និងត្រូវបានរាប់បញ្ចូល ។ នៅក្នុងការគៀងគរ
នៃប្រភពធនធាននេះវាជាការសំខាន់ដែលអ្នកអាចស្វែងរកព័ត៌មានល្អក្នុងការអភិវឌ្ឍផែនការនិងអនុវត្តសកម្មភាពអាជីវ
កម្មរបស់អ្នក។ មនុស្សគឺផ្នែកមួយសំខាន់ នៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក, មិនត្រឹមតែជាអតិថិជននោះទេ ទេប៉ុន្តែជាក្រុមគាំទ្រ
របស់អ្នក។ អ្នកត្រូវការដើម្បីបង្កើននូវជំនាញសង្គមរបស់អ្នកនៅក្នុងអាជីវកម្មទាក់ទងនឹងការលើកកម្ពស់ពាណិជ្ជកម្ម, ប
ណ្តាញ, ធនធានអគារនិងដើមទុនហើយគ្រប់គ្រងក្រុមអាជីវកម្មរបស់អ្នក។
- » ការស្វែងរកព័ត៌មានទុកចិត្តបាននិងមានតម្លៃគឺជាគន្លឹះក្នុងការរៀនពីរបៀបដែលអ្នកអាចគៀងគរធនធានអាជីវកម្មរបស់អ្ន
ក។
- » អ្នកត្រូវតែអត់ធ្មត់ ក្នុងការកត់ត្រាហិរញ្ញវត្ថុរបស់អ្នក រួមបញ្ចូលទាំងការចំណាយ និងការលក់របស់អ្នកនិង
ការរៀបចំផែនការថវិការបស់អ្នក។ អ្នកអាចពិចារណា លើការរៀបចំលើប្រព័ន្ធគណនេយ្យ និងប្រព័ន្ធ
របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីជួយអ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់លោកអ្នក។ អ្នកត្រូវតែចែកមូលនិធិផ្ទាល់ខ្លួននិង
អាជីវកម្មរបស់អ្នក។
- » អ្នកត្រូវតែអាចត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃនៃការអនុវត្តអាជីវកម្ម, រៀនពីវា និងធ្វើឱ្យលទ្ធផលនៃការត្រួតពិនិត្យនិងការ
វាយតម្លៃជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ធ្វើផែនការសារពើពន្ធក្រោយនិងរដ្ឋនៃអាជីវកម្ម។

ឧបសម្ព័ន្ធ

សេចក្តីណែនាំដល់អ្នកសម្របសម្រួល

A. គោលបំណងនៃម៉ូឌុល

គោលបំណងនៃម៉ូឌុលនេះគឺដើម្បីណែនាំសហគ្រិនស្រ្តីដែលមានសក្តានុពលដើម្បីចាប់ផ្តើម និងគ្រប់គ្រងមុខជំនួញមួយនិងថាតើ ICTs អាចជួយអ្វីនៅក្នុងដំណើរការនេះ។ វាផ្តល់នូវគំនិតអាជីវកម្មជាមូលដ្ឋាន, ឧបករណ៍វិភាគនិងកម្មវិធី ICT ជាមូលដ្ឋាននៅក្នុងការចាប់ផ្តើមនិងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម។ នៅក្នុងការពិចារណានៃតម្រូវការនិងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់សហគ្រិនស្រ្តីម៉ូឌុលនេះបានផ្តល់នូវឧទាហរណ៍ជាករណីសិក្សានិងសកម្មភាពស្នើសម្រាប់ស្រ្តីដើម្បីចាប់ផ្តើមអនុវត្ត ICT និងមិនមែនជាឧបករណ៍វិស័យ ICT ដើម្បីអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ គោលបំណងសំខាន់នៃការរៀនសូត្រម៉ូឌុលគឺ:

- O1 ដើម្បីផ្តល់នូវគោលការណ៍ណែនាំជាមូលដ្ឋានស្តីពីការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មមួយ
- O2 ដើម្បីធ្វើបទបង្ហាញពីទិដ្ឋភាពនានានៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម
- O3 ដើម្បីណែនាំប្រយោជន៍នៃកម្មវិធី ICT នៅក្នុងការចាប់ផ្តើមឡើងនិងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមួយ

B. លទ្ធផលនៃការសិក្សា

ពេលបញ្ចប់នៃម៉ូឌុលនេះអ្នកចូលរួមនឹងអាច:

- L1- ការទទួលបានមកវិញពីការផ្តល់អំណាចដល់ស្រ្តីជាមួយនឹងសហគ្រិននិងការប្រើប្រាស់ICTក្នុងការចាប់ផ្តើមឡើងនិងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមួយ
- L2 - រើករណីចំពោះទំនាក់ទំនងរបស់ស្រ្តីភាពជាសហគ្រិនជាមួយនិងដែនទូទៅនៃអាជីវកម្ម, ពិសេសមានគម្រោងរៀបចំនិងការគ្រប់គ្រងរបស់សហគ្រាសមួយនិង ICT អាចមានប្រយោជន៍នៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម។
- L3 - សារៈសំខាន់នៃការលើកទឹកចិត្តឱ្យតម្លៃចំពោះសហគ្រិន និងត្រូវការសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងពេលវេលានៅក្នុងការបន្តអាជីវកម្មមួយ
- L4- ទទួលស្គាល់ពីសារៈសំខាន់នៃការអនុវត្តតាមបទប្បញ្ញត្តិរដ្ឋាភិបាលនិងស្តង់ដារនៅក្នុងអាជីវកម្មL5- យល់ដឹងពីអ្វីដែលទីផ្សារនិងតម្លៃនៃការរៀបចំនិងធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារនៅក្នុងអាជីវកម្ម
- L6- កំណត់និងវិភាគដំណើរការនៃធនធាននិងការរៀបចំគម្រោងនិងក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្មមួយ
- L7- យល់នូវមុខងារអាជីវកម្មនេះមានភាពខុសគ្នានៅក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមួយនិងរបៀបអាយស៊ីធីអាចត្រូវបានអនុវត្តដើម្បីសម្រួលដល់មុខងារទាំងនេះ
- L8- ដឹងគុណចំពោះតម្លៃនៃការការពារអាជីវកម្មរបស់មួយនៅក្នុងទំនាក់ទំនងទៅនឹងការគំរាមកំហែងផ្នែកច្បាប់, រាងកាយនិងលើបណ្តាញ

L9- យល់ដឹងពីសារៈសំខាន់នៃការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃនៃការអនុវត្តអាជីវកម្មនេះ

L10- ទទួលស្គាល់ការតភ្ជាប់រវាងការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃនិងការបិទអាជីវកម្មមួយនេះ

ចំណាំ: នេះមិនមែនជាការពិតណាស់អក្ខរកម្មវិស័យ ICT ។ មានកម្មវិធីដែលផ្តោតលើអក្ខរភាព ICT គឺជាអ្នកបណ្តុះបណ្តាល។ អ្នកសម្របសម្រួលតភ្ជាប់ជាមួយស្ថាប័នសិក្សាមួយដែលអង្គការរដ្ឋាភិបាលមួយរដ្ឋាភិបាលឬមិនមែនជាអាចទទួលបាននៃកម្មវិធីមុនពេលបណ្តុះបណ្តាលប្រព្រឹត្តិមុខុលនេះ។

C. គោលបំណងទស្សនិកជននិងរយៈពេលស្នើ

ចំពោះគោលនយោបាយ

សម្រាប់អ្នកតាក់តែងគោលនយោបាយនៃគោលបំណងនេះគឺដើម្បីសង្ខេបគោលនយោបាយអំពីម៉ូឌុលបទបង្ហាញនេះអាចរត់បានប្រហែល 30 នាទីទៅមួយម៉ោង។

សម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលលើអ្នកសម្របសម្រួល

ប្រសិនបើមានគោលបំណងនៃការបណ្តុះបណ្តាលនេះគឺដើម្បីធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលលើគ្រូបង្គោល សិក្សារយៈពេលនៃការបណ្តុះបណ្តាលនេះនឹង អាស្រ័យលើមូលដ្ឋានលើការបណ្តុះបណ្តាល លើអ្នកចូលរួម។ អ្នកទាំងនោះបានសុំជាមួយការប្រើប្រាស់កម្មវិធីកុំព្យូទ័រលើតុនិងទូរស័ព្ទដៃនឹងមានពេលវេលាងាយស្រួលរុករកសម្ភារៈនិងការធ្វើលំហាត់។ ចំពោះអ្នកដែលមានចំណេះដឹងមានកម្រិតឬគ្មានចំណេះដឹងលើICT វានឹងមានប្រយោជន៍សម្រាប់ពួកគេក្នុងការទទួលយកការបង្រៀនអក្ខរកម្ម ICT ដែលមានមុនពេលកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល WIF ។ ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលអាចមានប្រយោជន៍ដើម្បីបញ្ចូលគ្នានូវមានចំណេះដឹងមានកម្រិតឬគ្មានចំណេះដឹងលើ ICT ជាមួយនឹងអ្នកដែលចេះអកដឹងលើវិស័យ ICT ។ វានឹងមានប្រយោជន៍ប្រសិនបើអ្នកចូលរួមក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ (ដែលនឹងមានអ្នកសម្របសម្រួល) ដែលមានបទពិសោធន៍លើអាជីវកម្មមួយចំនួននៅក្នុងការលក់ផលិតផលឬបញ្ជូនសេវាកម្មទាំងក្នុងនឹងវិស័យផ្លូវការឬមិនផ្លូវការ។ រយៈពេលនៃការបណ្តុះបណ្តាលអាចចំណាយរយៈពេល 1 ទៅ 2 ថ្ងៃឬ 8 ទៅ 16 ម៉ោង។

សម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនស្ត្រី

ប្រសិនបើមានគោលបំណងនៃការបណ្តុះបណ្តាលនេះគឺដើម្បីបណ្តុះបណ្តាលសហគ្រិនស្ត្រី, បណ្តុះបណ្តារយៈពេលនៃការនឹងជាថ្មីម្តងទៀត អាស្រ័យលើមូលដ្ឋាននៃចំណេះដឹងរបស់សហគ្រិនស្ត្រី។ វាត្រូវបានគេណែនាំថាអ្នកដែលមានចំណេះដឹង ICT នៅមានកម្រិតឬគ្មានចំណេះដឹងលើ ICTដោយ ជាការបណ្តុះបណ្តាអក្ខរភាពICT មុនពេលកម្មវិធីខ្សែ WIF ី នេះ។ ក្នុង

វគ្គបណ្តុះបណ្តាល វាអាចមានប្រយោជន៍ដើម្បីបញ្ចូលគ្នានូវអស់អ្នកដែលចំណេះដឹង ICT នៅមានកម្រិតបុគ្គលចំណេះដឹង លើ ICT ជាមួយនឹងអ្នកដែលចេះអក្សរវិស័យ ICT ។ រយៈពេលនៃការបណ្តុះបណ្តាលនេះអាចប្រើរយៈពេល 12 ម៉ោងនៅ មូលដ្ឋាន 2 ម៉ោងច្រើនហួសកំណត់ក្នុងរយៈពេលមួយឬពីរសប្តាហ៍ដើម្បីធានាថាស្រ្តីអាចយកពេលវេលាចេញពីការទទួល ខុសត្រូវប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគេក្នុងការចូលរួមនៅក្នុងវគ្គសិក្សានេះ។

D. ការរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

ការប្រព្រឹត្តបណ្តុះបណ្តាលត្រូវការវិភាគ។ អ្នកដែលជាអ្នកសម្របសម្រួលមួយត្រូវតែពិនិត្យមើលផ្ទៃខាងក្រោយនៃអ្នកចូលរួម។ ស្វែងយល់អំពីអាយុរបស់ពួកគេនិងស្ថានភាពស៊ីវិល (ថាតើការរៀបការឬនៅលើវិវាហរ, បទពិសោធន៍ សហគ្រិនរបស់ពួកគេនិងផ្ទៃខាងក្រោយវិស័យ ICT (ថាតើពួកគេប្រើទូរស័ព្ទដៃនិង / ឬកុំព្យូទ័រតើពួកគេដឹងអំពីរបៀបប្រើកម្ម វិធីសាមញ្ញ) ។ វានឹងមានប្រយោជន៍ប្រសិនបើអ្នកចូលរួមអាចចែករំលែកការរំពឹងទុករបស់ពួកគេមុនពេល បណ្តុះបណ្តាល។ នេះនឹងជួយអ្នកមានគម្រោងបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីផ្តល់ការរំពឹងទុករបស់អ្នកចូលរួមផងដែរ។ បណ្តុះបណ្តាល ត្រូវការវិភាគអាចត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈការស្ទាបស្ទង់មតិសំណួរខ្លីៗអ្នកចូលរួមបណ្តុះបណ្តាលចាំបាច់ត្រូវបំពេញមុន ពេលបណ្តុះបណ្តាល។

មូលដ្ឋាននីយកម្ម។ បច្ចុប្បន្នអង្គការសហប្រជាជាតិ APCICTWIFI សម្ភារៈមានចែងទុកក្នុងភាសាអង់គ្លេស។ ការបកប្រែនៃ គំនិតនិងការធ្វើលំហាត់ប្រាណនេះអាចត្រូវបានទាមទារនៅក្នុងប្រទេសមួយចំនួន។ អ្នកត្រូវតែមានសុំជាមួយប្រវត្តិសេដ្ឋ កិច្ចសង្គមនិងវប្បធម៌ដែលជាអ្នកចូលរួមក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលនិងការបណ្តុះបណ្តាលដល់កែសម្រួលទៅតាមបរិបទក្នុង មូលដ្ឋានរបស់ខ្លួន។ នេះជាប់ពាក់ព័ន្ធនឹងការអភិវឌ្ឍនិងការប្រើប្រាស់ក្នុងស្រុកនិងការធ្វើលំហាត់ប្រាណករណីនិងបាតុកម្ម នៃកម្មវិធីក្នុងស្រុកនិងគេហទំព័រដែលមានមតិភាសាក្នុងមូលដ្ឋាន។ លំហាត់ដោយប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម ដែលមានប្រជាប្រិយភាពឬវេបសាយអាចជាសកម្មភាពចាប់ផ្តើមសម្រាប់អ្នកចូលរួម។ ឧទាហរណ៍ប្រសិនបើរដ្ឋាភិបាល របស់ប្រទេសនេះមានគេហទំព័រដែលផ្តល់នូវអំពីការចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្មនិងការទទួលបានអាជ្ញាប័ណ្ណបង្ហាញនិងការ ពិភាក្សាដោយផ្ទាល់ទៅគេហទំព័រនេះ។ ដូចគ្នានេះដែរការប្រើប្រាស់

បណ្តាញសង្គមដែលមានប្រជាប្រិយភាពដើម្បីបង្ហាញពីរបៀបអាជីវកម្មក្នុងស្រុកទីផ្សារផលិតផលរបស់ខ្លួននឹងកាន់តែមាន អត្ថន័យដល់អ្នកចូលរួមនិងបានអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេដើម្បីយល់ពាក់ព័ន្ធនិងការប្រើប្រាស់របស់អាយស៊ីធីយ៉ាងឆាប់រហ័ស។

ការត្រៀមរៀបចំសម្រាប់ការអនុវត្តន៍លំហាត់ តម្រូវឱ្យមានការអនុវត្តនិងការធ្វើតេស្តមុន។ មានក្រុមមួយនៃមិត្តរួមការងារ ដើម្បីជួយអ្នកក្នុងការធ្វើតេស្តមុនការធ្វើលំហាត់ នៃធ្វើមូលដ្ឋាននីយកម្មនៃការផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវមតិគ្រឡប់ និងការផ្តល់យោបល់

សម្រាប់ការកែលម្អការធ្វើលំហាត់។ ប្រសិនបើមានសម្ភារៈនិងឧបករណ៍ត្រូវបានត្រូវការមួយចំនួននៃការធ្វើលំហាត់ ធ្វើឱ្យប្រាកដថាទាំងនេះគឺត្រៀមខ្លួនជាស្រេចមុនពេលធ្វើសកម្មភាពនេះ។

E. ការចែកចាយនិងការប្រព្រឹត្តទៅនៃការបណ្តុះបណ្តុះបណ្តាល

ការប្រើប្រាស់នៃភាសាមូលដ្ឋានត្រូវបានពេញចិត្តនិងបានរកឃើញថាមានប្រសិទ្ធិភាពបន្ថែមទៀត។

ដើម្បីជំរុញការពិភាក្សាគោលការណ៍មួយចំនួននៃការអប់រំមនុស្សពេញវ័យត្រូវបានរកឃើញមានប្រយោជន៍និងមានប្រសិទ្ធិភាព។ ជាពិសេសអ្នកជាអ្នកសម្របសម្រួលត្រូវផ្តល់ពេលវេលាសម្រាប់អ្នកចូលរួមដើម្បីទទួលបាន ការពិភាក្សាពីចំណេះដឹង និងបទពិសោធផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ។ អ្នកត្រូវតែអាចបន្ថយការភ័យខ្លាចរបស់អ្នកចូលរួមពីថ្នាក់ធម្មតាឬការពិភាក្សាតាមប្រពៃណីនិងធ្វើឱ្យច្បាស់លាស់ថាការបណ្តុះបណ្តាលនេះគឺជាឱកាសដើម្បីសាកល្បងគំនិតរបស់ពួកគេជាមួយនឹងកម្មវិធីដោយផ្ទាល់ដល់ជីវិតរបស់ពួកគេ។ លើកទឹកចិត្តឱ្យពួកគេដើម្បីចែករំលែកគំនិតនិងបទពិសោធន៍ជួយអ្នកក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណបរិបទនិងកម្រិតនៃបទពិសោធន៍ផ្សេងៗ។ ការនេះនឹងផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវអារម្មណ៍ដោយផ្ទាល់ និងអាច បណ្តុះបណ្តាលដើម្បីបំពេញនូវការរំពឹងទុករបស់អ្នកចូលរួម និងនៅពេលជាមួយគ្នានេះការបំពេញនូវគោលបំណងនៃម៉ូឌុល។ ផ្នែកមួយនៃការរៀបចំរបស់អ្នកសម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលនេះគឺដើម្បីមានសំណួរមួយចំនួនសាមញ្ញត្រៀមខ្លួនជាស្រេចនិងមិនបំភិតបំភ័យនៃការផ្តួចផ្តើមលើការពិភាក្សា។

ការស្នើនូវវិធីសាស្ត្រ ដ៏ទៃផ្សេងទៀត រួមបញ្ចូល:

ការនិទានរឿងនិងការប្រើប្រាស់នៃបទពិសោធន៍ផ្ទាល់ខ្លួន។ វិធីសាស្ត្រនេះគឺមានអនុភាពខ្លាំងណាស់និងទទួលបានការយកចិត្តទុកដាក់របស់អ្នកចូលរួម។ ប្រសិនបើអ្នកមានបទពិសោធន៍សហគ្រិន អ្នកអាចចែករំលែករឿងរ៉ាវផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកធ្វើអោយអ្នកចូលរួមមានការជក់ចិត្តជាមិនខាន។

ការប្រើប្រាស់ករណីសិក្សាក្នុងស្រុកនិងការធ្វើលំហាត់។ យ៉ាងហោចណាស់មានលំហាត់ករណីសិក្សានៅក្នុងស្រុកចំនួន៣ ដើម្បីលើកមកសិក្សា និងធ្វើលំហាត់ ដោយត្រៀមខ្លួនជាស្រេចដើម្បីពន្យល់ពីគំនិតនិងសារស្នូលនៃប្រធានបទដែលនឹងត្រូវពិភាក្សាក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ។ ប្រសិនបើមានកុំព្យូទ័រនិងមានសេវាអ៊ីនធឺណេតនៅនឹងកន្លែងដែលអាច បង្ហាញវីដេអូខ្លីអំពីករណីរបស់សហគ្រិនស្ត្រីក្នុងស្រុកដែលទទួលបានជោគជ័យ។ ប្រសិនបើការទាំងនេះគឺមិនអាចប្រើបាននៅឡើយទេ អ្នកអាចបកប្រែ វីដេអូមួយចំនួនជាភាសារបស់អ្នក។ វាត្រូវបានគេលើកទឹកចិត្តផងដែរចំពោះការ ផលិតវីដេអូខ្លី និងរូបថតខ្លះៗដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីបរិបទនៅក្នុងស្រុក។

ការផ្តល់សិទ្ធិអំណាច និងការចូលរួមបទពិសោធន៍នៃការងារជំនួញ។ ប្រសិនបើអ្នកចូលរួមមានការផ្តល់សិទ្ធិអំណាច និងបទពិសោធន៍ក្នុងការងារជំនួញ សូមអនុញ្ញាត្តិអោយពួកគាត់ចែករំលែកបទពិសោធន៍ក្នុងអំឡុងពេលពិភាក្សា។ ពួកគេអាចជាធនធានមនុស្សរបស់អ្នកបាន នៅលើប្រធានបទជាក់ស្តែង ហើយធ្វើអោយមានភាពងាយស្រួលសំរាប់អោយអ្នកអាចធ្វើការវិភាគតម្រូវផ្សេងៗក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលរបស់អ្នក។

ការប្រើប្រាស់នៃការប្រកួត និងសកម្មភាពជាក្រុម។ នៅមានការប្រកួតជាក្រុម និងសកម្មភាពលេងតួនាទីក្នុងអំឡុងពេលហ្វឹកហាត់ដើម្បីផ្តល់ជីវិតឱ្យចូលរួម។

សកម្មភាពជាក្រុម។ ជាធម្មតាការចូលរួមរបស់ស្ត្រីមានអារម្មណ៍ថាមានភាពងាយស្រួលនិងទំនុកចិត្តនៅក្នុងក្រុមជាពិសេសនៅក្នុងការធ្វើសមយុទ្ធនេះ។ អ្នកប្រហែលជាអាចពិចារណាបង្កើតក្រុមចម្រុះដោយបាននាំមកនូវអ្នកដែលមាន និងមិនមានចំណេះដឹងផ្នែកវិស័យ ICT ហើយអ្នកដែលមាន និងគ្មានបទពិសោធក្នុងការធ្វើជំនួញ។ អារម្មណ៍និងបរិយាកាសក្នុងអំឡុងពេលបណ្តុះបណ្តាលអាចត្រូវបានចំឡើងបង្កើតឡើងដើម្បីអោយអ្នកដែលបានដឹងច្រើនជួយធ្វើការចែករំលែកការទទួលខុសចំពោះអ្នកដែលអាចដឹងតិចតួចអំពីប្រធានបទដែលត្រូវបានលើកមកពិភាក្សា។

ទូកទឹកកក។ មានសកម្មភាពរយៈពេលខ្លីនិងសង្ខេបខ្លះដើម្បីត្រៀមខ្លួនជាស្រេចក្នុងការបំបាត់ករណីអ្នកចូលរួមមានអារម្មណ៍ងងឹតយឺតយ៉ាវរំភើបចិត្ត។

ពិនិត្យនិងសេចក្តីសង្ខេបនៃសារសំខាន់និងប្រធានបទ។ វាជាការសំខាន់ដើម្បីធ្វើឡើងវិញ ពិនិត្យឡើងវិញនិងសង្ខេបទិដ្ឋភាពសំខាន់នៃប្រធានបទនេះ។ សូមឱ្យអ្នកចូលរួមបានធ្វើការនេះប្រសិនបើពួកគេមានឆន្ទៈនិងតែងតែផ្តល់នូវឱកាសសម្រាប់អ្នកចូលរួមក្នុងការចែករំលែកការយល់ដឹងរបស់ពួកគេដែលទាក់ទងទៅនឹងប្រធានបទនេះនិងសារស្នូល។

F. ការត្រួតពិនិត្យមើលការបណ្តុះបណ្តាលនិងការវាយតម្លៃ

ប្រសិនបើការបណ្តុះបណ្តាលបង្កើតបានជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីរបស់ស្ថាប័នមួយ (មិនថាជាអង្គការរដ្ឋាភិបាលឬមិនមែនរដ្ឋាភិបាល) សកម្មភាពដូចខាងក្រោមត្រូវបានស្នើឱ្យអនុវត្តតាមអ្នកចូលរួមនៃកម្មវិធីនេះ:

G. ការត្រួតពិនិត្យមើលការបណ្តុះបណ្តាលនិងការវាយតម្លៃ

ប្រសិនបើការបណ្តុះបណ្តាលបង្កើតបានជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីរបស់ស្ថាប័នមួយ (មិនថាជាអង្គការរដ្ឋាភិបាលឬមិនមែន រដ្ឋាភិបាល) សកម្មភាពដូចខាងក្រោមត្រូវបានស្នើឱ្យអនុវត្តតាមអ្នកចូលរួមនៃកម្មវិធីនេះ:

ការតាមដាននៃការចូលរួម។ វគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះត្រូវការវិភាគអាចត្រូវបានយកជាទិន្នន័យមូលដ្ឋានសម្រាប់កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល។ កម្មវិធី WIFI របស់ UN-APCICT នឹងមានការចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការដឹងពីប្រសិទ្ធភាព និងផលប៉ះពាល់នៃការបណ្តុះបណ្តាលនៅក្នុងប្រទេសផ្សេងគ្នា ជាពិសេសកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលម៉ូឌុលនៅក្នុងជីវិតរបស់អ្នកចូលរួមផងដែរ។ ស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាលឬកម្មវិធីអាចរចនាម្លេបណ្តុះបណ្តាលសាមញ្ញដើម្បីវាស់ស្ទង់ពីប្រសិទ្ធភាពនៃកម្មវិធីនេះ។

សហគមន៍ ឬ ការរៀបចំស្ត្រី។ ការគាំទ្រសម្រាប់សហគ្រិនស្ត្រីនៅក្នុងសហគមន៍អាចរួមបញ្ចូលជាមួយអង្គការរបស់ស្ត្រីក្នុងការបន្តការពង្រឹងអំណាចសេដ្ឋកិច្ចសកម្មភាពយ៉ាងសកម្មរបស់ពួកគេ។ ពួកគេអាច បង្កើតការជួយខ្លួនឯង ឬក្រុមគាំទ្រដែលនឹងផ្តល់នូវកន្លែងមួយសម្រាប់សហគ្រិនស្ត្រីដើម្បីចែករំលែកចំណេះដឹង បទពិសោធន៍ និងការគាំទ្រគ្នាទៅវិញទៅមកនៅក្នុងបញ្ហាអាជីវកម្ម និងបញ្ហាផ្ទាល់ខ្លួនផ្សេងៗ។

ការហ្វឹកហាត់ និងការណែនាំ។ ស្ត្រីអាចត្រូវបានគាំទ្របន្ថែមទៀតដល់ពួកគេ ដូចជាការ ផ្តល់សេវាការធ្វើអាជីវកម្ម និង ការបង្វឹកវិស័យ ICT និងការណែនាំ។ នៅក្នុងគ្រូបង្វឹកសហគ្រិនស្ត្រីនឹងត្រូវបានធ្វើការសម្របសម្រួលដើម្បីអនុវត្តគោលដៅសកម្មភាពទាក់ទងនឹងការធ្វើផែនការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ចាប់ផ្តើមឡើង និងការគ្រប់គ្រង។ នៅក្នុងការផ្តល់ប្រឹក្សា សហគ្រិនស្ត្រីនឹងត្រូវបានផ្តល់ជំនួយនិងការណែនាំបន្ថែមទៀតឱ្យបានជាក់លាក់ ដូច្នេះពួកគេអាចយកសកម្មភាពរបស់ពួកគេដើម្បីឈានទៅកាន់កម្រិតបន្ថែមទៀត។

ការវាយតម្លៃនៃលទ្ធផលសិក្សា។ វានឹងក្លាយជាការល្អបំផុត បើសិនជាស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាល ឬកម្មវិធីសិក្សាអាចរួមបញ្ចូលទាំងកម្មវិធី WIFI ជាផ្នែកមួយនៃសកម្មភាពវាយតម្លៃស្ថាប័ននេះឬកម្មវិធីនោះ។ លទ្ធផលនៃការសិក្សាអាចត្រូវបានប្រើជាការណែនាំមួយដើម្បីវាស់ស្ទង់ពីផលប៉ះពាល់នៃការបណ្តុះបណ្តាលនេះ។ UN-APCICT អាចត្រូវបានស្នើសម្រាប់ការគាំទ្រ ការអភិវឌ្ឍន៍សំណួរផ្សេងៗសំរាប់ការវាយតម្លៃគោលបំណងនេះ។

H. កាលប្បវត្តិដែលបានស្នើ ការរៀបរាប់ និង រយៈពេលនៃប្រធានបទសម័យ

ផ្នែកទីមួយ: សេចក្តីផ្តើមដើម្បីគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ ICTs	
ផ្នែកទី 1: សេចក្តីផ្តើមនិង ទិដ្ឋភាពទូទៅ	លទ្ធផលសិក្សា: L1 - សូមនឹកចាំអំពីទំនាក់ទំនងរវាងការផ្តល់សិទ្ធិអំណាចដល់ស្ត្រីជាមួយភាពជាសហគ្រិន និងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICTs ក្នុងការចាប់ផ្តើមធ្វើអាជីវកម្ម និងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមួយ

(រយៈពេលដែលបាន

ស្មើ៖ 30 នាទី)

ប្រធានបទគន្លឹះ៖
ការណែនាំទៅកាន់ម៉ូឌុល

អ្នកដែលជាអ្នកសម្របសម្រួលនឹងចូលរួមអ្នកក្នុងការរំលឹកឡើងវិញនូវអ្វីដែលពួកគេបានរៀនអំពីម៉ូឌុលស្ទួលលើអំណាចដល់ស្ត្រី ភាពជាសហគ្រិន ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម និងតួនាទីរបស់ ICTs ។

L2 - ដឹងគុណចំពោះការទំនាក់ទំនងជាទូទៅតាមបណ្តាញអនឡាញផ្សេងៗរបស់អាជីវកម្មដូចជាការធ្វើគម្រោងយ៉ាងជាក់លាក់ ការចាប់ផ្តើមធ្វើអាជីវកម្ម និងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម និងថា តើ ICTs អាចមានសារៈប្រយោជន៍យ៉ាងដូចម្តេចសំរាប់ដំណើរការប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មអ្នកនឹងពន្យល់ពីវដ្តដំណើរការអាជីវកម្ម និងការទំនាក់ទំនងរវាងផែនការអាជីវកម្ម ការចាប់ផ្តើមធ្វើអាជីវកម្ម និងការគ្រប់គ្រងសកម្មភាពអាជីវកម្មនេះ។ អ្នកនឹងបង្ហាញជាឧទាហរណ៍មួយចំនួនជីវិតពិតនៃរបៀបសហគ្រិនស្ត្រីកំពុងប្រើអាយ ICTs នៅដំណាក់កាលផ្សេងគ្នាទាំងនេះនៃវដ្ត។

<p>វគ្គ 2: ការលើកទឹកចិត្តនិងពេលវេលាដែលអាចរកបាន</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា៖ L3 - សារៈសំខាន់នៃការលើកទឹកចិត្តឱ្យតម្លៃចំពោះសហគ្រិន និងតម្រូវការសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងពេលវេលានៅក្នុងការបន្តអាជីវកម្មមួយ</p>
<p>(រយៈពេលដែលបានស្មើ៖ 45 នាទី)</p>	<p>ប្រធានបទគន្លឹះ៖ ការលើកទឹកចិត្តនិងពេលវេលាអាចរកបានរបស់សហគ្រិនស្ត្រី</p> <p>អ្នកនឹងដឹកនាំអ្នកចូលរួមក្នុងការពិនិត្យឡើងវិញអំពីលក្ខណៈរបស់សហគ្រិនដែលចង់បាន (ពីប្រធានបទស្ទួល) និងជួយសម្រួលដល់ការពិភាក្សាស្តីពីការលើកទឹកចិត្តនិងការគ្រប់គ្រងពេលវេលាមួយ។ អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានណែនាំប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ ICT នៅក្នុងការគ្រប់គ្រងពេលវេលា។</p>

ផ្នែកខៈ B
ការបង្កើតអាជីវកម្ម

<p>វគ្គ 3: គោរពតាមបទ ប្បញ្ញត្តិជាតិ និង ថ្នាក់ មូលដ្ឋាន</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា: L4 - ទទួលស្គាល់ពីសារៈសំខាន់នៃការអនុវត្តតាមបទប្បញ្ញត្តិរដ្ឋាភិបាល និងស្តង់ដារនៅក្នុង អាជីវកម្ម</p>
<p>(រយៈពេលដែលបាន ស្នើ: 60 នាទី)</p>	<p>ប្រធានបទគន្លឹះ: អនុវត្តតាមបទប្បញ្ញត្តិអាជីវកម្មជាតិ និង ថ្នាក់មូលដ្ឋាន</p> <p>អ្នកដែលជាអ្នកសម្របសម្រួលនឹងបង្ហាញពីសារៈសំខាន់នៃការអនុលោមតាមលក្ខខណ្ឌ តម្រូវរបស់រដ្ឋាភិបាល។ ប្រធានបទនេះនឹងត្រូវបានភ្ជាប់ជាមួយវគ្គសិក្សាទៅលើការការពារ អាជីវកម្ម។</p> <p>បើសិនជាប្រទេសម្ចាស់ផ្ទះនេះមានគេហទំព័រជាមួយនឹងការពារលើតម្រូវការឧស្សាហកម្ម អាជីវកម្ម ពន្ធ តម្រូវការសុខភាព។ល។ អ្នកនឹងណែនាំគេហទំព័រនោះ ទៅដល់អ្នកចូលរួមក្នុង កិច្ចប្រជុំនេះ។</p>

វគ្គទី 4:

លទ្ធផលសិក្សា:

ការធ្វើការស្រាវជ្រាវទី

ផ្សារ

L5 - យល់ដឹងពីអ្វីដែលទីផ្សារនិងតម្លៃនៃការរៀបចំនិងធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារនៅក្នុងអាជីវកម្ម

(រយៈពេលដែលបាន

ស្នើ: 180 នាទី)

ប្រធានបទគន្លឹះ:

តើអ្វីទៅគឺជាទីផ្សារមួយ

តើអ្វីជាការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ

អ្នកនឹងពិភាក្សា និងធ្វើឱ្យអ្នកចូលរួមបានដឹងអំពីបរិយាកាសការធ្វើអាជីវកម្មនៅម៉ូឌុល W1: ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មមួយដែលប្រើ ICT ។ ការពិភាក្សានឹងផ្តោតលើធាតុផ្សេងៗនៃទីផ្សារ និងផលប្រយោជន៍នៃការធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ។ អ្នកនឹងប្រើករណីដើរតាម និងករណី ឧទាហរណ៍ផ្សេងៗដើម្បីលើកជួបបង្កើនការយល់ដឹងរបស់អ្នកអំពីគំនិតនិងវិធីសាស្ត្រគន្លឹះ។

តើធ្វើដូចម្តេចដើម្បីធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ

អ្នកនឹងចូលរួមអ្នកចូលរួមនៅក្នុងជំហាននិងវិធីផ្សេងគ្នានៃការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដោយបង្ហាញ ឧទាហរណ៍ជាច្រើន។ អ្នកនឹងចូលរួមនៅក្នុងការរៀបចំរបស់មគ្គុទេសក៍សំភាសន៍និងសំណួរ ស្ទង់មតិមួយដែលបានគ្របដណ្តប់ដោយ 5Ps នៅក្នុងទីផ្សារ។ អ្នកនឹងពិភាក្សាអំពីរបៀប ដែលអ្នកចូលរួមនឹងធ្វើការសំភាសន៍នេះ។ បន្ទាប់មកនឹងត្រូវបានដាក់ជាក្រុមយោងតាម 5Ps សម្រាប់សមយុទ្ធលើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារមួយនេះ។ ពិភាក្សាលើរបៀប វិភាគទិន្នន័យ និងការប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដោយប្រើប្រាស់ ICTs នឹងដើម្បីអនុវត្តតាម។

5Ps នៅក្នុងទីផ្សារ

អ្នកនឹងនាំអ្នកចូលរួមក្នុងការពិភាក្សានៃ 5Ps នេះ: ប្រជាជន ផលិតផល តម្លៃ ទីកន្លែងនិង ការផ្សព្វផ្សាយ។ ការប្រើមេរៀនពីសកម្មភាពដែលក្រុមនេះរួមទាំងករណីនិងការធ្វើលំហាត់ រួមគ្នា ដោយប្រើកម្មវិធី ICTs ជាច្រើនដើម្បីនាំមកនូវជាមួយនឹងផែនការទីផ្សារកាន់តែប្រសើរ សម្រាប់ជាករណីជំនួញ (s) ។

<p>ផ្នែកទី 5: ការរៀបចំធនធាន (រយៈពេលដែលបានស្នើ: 90 នាទី)</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា:</p> <p>L6 - កំណត់និងវិភាគដំណើរការនៃធនធាននិងការរៀបចំធនធានក្នុងការបង្កើតអាជីវកម្មមួយ</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ:</p> <p>ព័ត៌មានស្វែងរក ការទំនាក់ទំនង ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់អាជីវកម្មនេះ: ការធ្វើឱ្យប្រាក់ដែលអាចប្រើបាន ផែនការធនាគារ និងរៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ការទិញឧបករណ៍សម្ភារៈនិងវត្ថុធាតុដើម ជួលធនធានមនុស្ស</p> <p>អ្នកនឹងពិភាក្សាពីប្រធានបទនីមួយៗជាមួយនឹងការប្រើប្រាស់នៃករណីដើរតាម និងទិន្នផលពីបទពិសោធន៍របស់អ្នកចូលរួម។</p> <p>អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានណែនាំអំពីសារៈប្រយោជន៍នៃគេហទំព័រមួយចំនួននិងកម្មវិធី ICT ខ្លះៗ និងព័ត៌មានផ្សេងៗទៀតដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការធ្វើអាជីវកម្មជាដើម។</p>
--	--

ផ្នែកគ: C
ការធ្វើអាជីវកម្ម

<p>ផ្នែកទី 6: មុខងារពាណិជ្ជកម្ម (រយៈពេលដែលបានស្នើ: 180 នាទី)</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា:</p> <p>L7 - យល់នូវមុខងារអាជីវកម្មនេះមានភាពខុសគ្នានៅក្នុងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មនេះ និងរបៀបប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ICTs ដើម្បីជួយសម្រួលដល់មុខងារទាំងនេះ</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ:</p> <p>មុខងារអាជីវកម្ម តើប្រព័ន្ធ ICTs អាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងការគ្រប់គ្រងទូទៅ ការគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ណ ផលិតកម្ម ទីផ្សារនិងលក់ ធនធានមនុស្ស ហិរញ្ញវត្ថុនិងរដ្ឋបាលបានយ៉ាងដូចម្តេច ?</p> <p>អ្នកដែលជាអ្នកសម្របសម្រួលនឹងណែនាំមុខងារអាជីវកម្មផ្សេងគ្នានិងអ្វីដែលជាទិដ្ឋភាពទាំងនេះ។ អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានផ្តល់នូវគំរូដោយប្រើប្រាស់ករណីនេះតាមរយៈការបង្ហាញពីការប្រើប្រាស់កម្មវិធី ICTs និង ការធ្វើលំហាត់រួមគ្នានៅលើអនុគមន៍ដែលបានជ្រើស។</p>
---	---

<p>ផ្នែកទី 7: ការការពារអាជីវកម្មរបស់អ្នក (រយៈពេលដែលបានស្នើ: 45 នាទី)</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា: L8 - ចូរយល់អំពីគុណតម្លៃនៃការការពាររបស់អាជីវកម្មមួយនៅក្នុងទំនាក់ទំនងទៅនឹងការគំរាមកំហែងផ្នែកច្បាប់ រាងកាយ និងនៅលើបណ្តាញអនឡាញ</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ: ការអនុលោមតាមច្បាប់ផ្លូវច្បាប់ធម្មតា ការវិនិយោគនៅក្នុងការធានារ៉ាប់រងសម្រាប់អាជីវកម្ម សន្តិសុខបណ្តាញនិងនៅក្រៅបណ្តាញ ការដាក់ពាក្យសុំនិងការសង្កេតសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា</p> <p>អ្នកនឹងភ្ជាប់នៅលើការអនុលោមតាមច្បាប់ពីប្រធានបទច្បាប់នៅវគ្គ 3 លើការអនុវត្តតាមបទប្បញ្ញត្តិជាតិនិងថ្នាក់មូលដ្ឋាន។ ប្រធានបទស្តីពីការវិនិយោគការធានារ៉ាប់រងនេះនឹងត្រូវបានពិភាក្សានៅក្នុងការទាក់ទងទៅហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបរាងនិងសុវត្ថិភាពការងាររបស់ប្រជាជន។ សន្តិសុខបណ្តាញនឹងត្រូវបានពិភាក្សានៅក្នុងការទាក់ទងទៅនឹងការគំរាមកំហែងនៃការប្រើកុំព្យូទ័រនិងអ៊ីនធឺណិត។ អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានផ្តល់ការណែនាំស្តីពីរបៀបការពារខ្លួននិងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេតាមអនឡាញ។ បញ្ហាដែលទាក់ទងជាមួយការដាក់ពាក្យសុំនិងអ្នកសង្កេតការណ៍ នឹងត្រូវបានចែករំលែកនិងពិភាក្សានៅក្នុងកិច្ចប្រជុំនេះផងដែរ។</p>
<p>ផ្នែកទី 8: ការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃ (រយៈពេលដែលបានស្នើ: 30 នាទី)</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា: L9 - យល់ដឹងពីសារៈសំខាន់នៃការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃនៃការអនុវត្តអាជីវកម្ម</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ: ការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃ (នៅក្នុងការទាក់ទងទៅនឹងផែនការអាជីវកម្ម)</p> <p>អ្នកនឹងណែនាំមុខងារនៃការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃ និងសារៈសំខាន់របស់ខ្លួនសម្រាប់តាមដានការអនុវត្តនៃអាជីវកម្ម។</p> <p>អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានស្នើដើម្បីចូលរួមក្នុងការធ្វើលំហាត់ជាក្រុមដែលនឹងជួយឱ្យពួកគេកំណត់អត្តសញ្ញាណធនធានដោយប្រើប្រាស់ឧបករណ៍វិស័យ ICT និងមិនប្រើប្រាស់វិស័យ ICT</p>
<p>ផ្នែកទី 9: បិទអាជីវកម្មនេះ</p>	<p>លទ្ធផលសិក្សា:</p>

<p>(រយៈពេលដែលបានស្នើ: 30 នាទី)</p>	<p>L10 - ទទួលស្គាល់ទំនាក់ទំនងរវាងការត្រួតពិនិត្យនិងការវាយតម្លៃ និងការបិទអាជីវកម្មមួយ</p> <p>ប្រធានបទគន្លឹះ: ការបិទអាជីវកម្ម</p> <p>អ្នកនឹងភ្ជាប់ប្រធានបទការបិទអាជីវកម្ម ដើម្បីត្រួតពិនិត្យនិងវាយតម្លៃ ជាមួយ កត្តាមួយចំនួនដែលពាក់ព័ន្ធដល់ការបិទអាជីវកម្មនិងការបរាជ័យ។</p> <p>អ្នកចូលរួមនឹងត្រូវបានបញ្ចូលអំពីតម្រូវការផ្នែកច្បាប់នៅក្នុងការបិទអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។</p>
<p>សម័យប្រជុំលើកទី 11: សេចក្តីសង្ខេបនិងការសន្និដ្ឋាន</p> <p>(រយៈពេលដែលបានស្នើ: 30 នាទី)</p>	<p>នៅក្នុងវគ្គនេះ សូមសួរទៅកាន់អ្នកចូលរួមអោយគេបង្ហាញថាតើពួកគេបានរៀនអ្វីខ្លះអំពីម៉ូឌុលនេះ។ ការរៀនសូត្រនេះនឹងត្រូវបានសង្ខេបទាក់ទងនឹងលទ្ធផលសិក្សាជាគោលដៅដែលបានរំពឹងទុកនៃម៉ូឌុល។</p>

I. សៀវភៅលំហាត់ខ្នាតតូច

សម្រាប់ទឹកនៃដែលគ្មានកុំព្យូទ័រនិងអ៊ីនធឺណែត និងសម្រាប់សិក្ខាកាមដែលមានចំណេះដឹង ICT មានកម្រិត និងចង់ធ្វើលំហាត់ដោយដៃអ្នកអាចរៀបចំសៀវភៅលំហាត់ខ្នាតតូចនិងចម្លងតារាងដែលអាចផ្តល់នូវការវិភាគដែលមានប្រយោជន៍ដល់សិក្ខាកាម។ អ្នកអាចបង្កើតសៀវភៅលំហាត់ខ្នាតតូចដែលសិក្ខាកាមអាចប្រើប្រាស់ជាសៀវភៅកត់ត្រាដើម្បីបង្ហាញពីការរីកចម្រើនរបស់ពួកគេនៅក្នុងម៉ូឌុលនេះ។

J. ការប្រកួតសហគ្រិន WIFI

គោលបំណង: ដើម្បីបង្ហាញពីប្រព័ន្ធអេកូនៃភាពជាសហគ្រិននិងបរិស្ថានអាជីវកម្មតាមរយៈការប្រកួតមួយ។

បរិយាយ: ការប្រកួតនេះជាការរៀនអនុវត្ត។ វានឹងត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈសកម្មភាពលេងដើរតូ ។ វាមានកាលវិភាគតឹង។ ការធ្វើលំហាត់ប្រាណទាំងមូលនឹងត្រូវបានធ្វើឡើងសរុបចំនួន ៣០នាទីតាមពីក្រោយដោយវគ្គ ២០នាទីមួយសម្រាប់អ្នកចូលរួមដើម្បីចែករំលែកការសិក្សារបស់ពួកគេ។

1. សិក្ខាកាមម្នាក់ៗនឹងមានតួនាទីមួយក្នុងការលេង (សិក្ខាកាមមួយចំនួនទៀតនឹងត្រូវដើរតួនាទីច្រើន) ។ សហគ្រិនលក់

រាយនឹងមានតួនាទីដដែលៗនៅក្នុងជុំទាំង៥ ។ សម្រាប់អ្នកដទៃទៀតនឹងត្រូវបានផ្តល់តួនាទីច្រើន។

2. សកម្មភាពសរុបមាន៥ជុំដែលជុំនីមួយៗជាមធ្យមមាន ៥នាទី

- »ជុំទី ០ - ៥ នាទី - ការណែនាំទូទៅ
- »ជុំទី ១ - ៥ នាទី - អ្នកលក់រាយទិញពីអ្នកលក់ជុំ
- »ជុំទី ២ - ៥ នាទី - អ្នកលក់រាយខ្ចីលុយពីធនាគារ/ស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ
- »ជុំទី ៣ - ៥ នាទី - ផលិតកម្ម
- »ជុំទី ៤ - ៧ នាទី - មធ្យោបាយលក់
- »ជុំទី ៥ - ៥ នាទី - អតិថិជនទិញពីអ្នកលក់រាយ

Preparation of materials:

1. វត្ថុធាតុដើមសម្រាប់សហគ្រិនលក់រាយ (ទាំងនេះនឹងត្រូវបានលក់ដោយអ្នកលក់ជុំ)

- » Cupcakes ឬនំប៉័ង (២៥ ជុំ)
- » គ្រឿងបន្ថែម:
 - សណ្តែកដីស្ងួត ១កញ្ចប់ ២៥ ក្រាម ខ្ទប់ទុក ១០ ទៅ ១៥ ដង
 - Marshmallows- ១កញ្ចប់ ២០ ក្រាម ខ្ទប់ទុក ១០ ទៅ ១៥ ដង
 - បន្ទះឈើបស្ចុក្សឡឬ M&Ms ២០ ក្រាម ខ្ទប់ទុក ១០ ទៅ ១៥ ដង
 - ដីអង្កាមបានឬស្ករគ្រាប់ sprinkles ១៥ ក្រាម ខ្ទប់ទុក ១០ ទៅ ១៥ ដង
 - Raisins ១០កញ្ចប់ ៥ ក្រាមគ្នា ខ្ទប់ទុក ១០ ទៅ ១៥ ដង

2. ឧបករណ៍សម្រាប់សហគ្រិនលក់រាយ (ទាំងនេះនឹងត្រូវបានលក់ដោយអ្នកលក់ជុំ)

- » ស្លាបព្រា សមនិងកាំបិត (៥ ឈុត)
- » ថាសឬបានក្រដាស (៥ ឈុត) ខ្ទប់យោងទៅតាមចំនួនអ្នកលក់ជុំ
- » កន្ត្រៃ (5 គូ) ខ្ទប់យោងទៅតាមចំនួនអ្នកលក់ជុំ
- » ស្កុតថ្លា (៥ជុំ) ខ្ទប់យោងទៅតាមចំនួនអ្នកលក់ជុំ
- » ក្រដាសស (៥ ឈុត- ១ឈុតមាន៣) ខ្ទប់យោងទៅតាមចំនួនអ្នកលក់ជុំ
- » បិចហ្វឺត ខ្មៅដៃឬបិច ខ្ទប់យោងទៅតាមចំនួនអ្នកលក់ជុំ
- » ថង់ក្រដាសសម្រាប់ប្រើដើម្បី ខ្ទប់គ្រឿងបន្ថែម២ក្រាម -សរសេរយោងទៅតាមវត្ថុធាតុដើមឬឧបករណ៍
- » ស្រោមដៃ (៥ ឈុត- ១ឈុតមាន២)

- » របាំងមុខ (៥ ឈុត- ១ឈុតមាន២)
- » សំណាញ់សក់ (៥ ឈុត- ១ឈុតមាន២)

3. សកម្មភាពនេះ នឹងត្រូវការតុធំ១ និងកៅអីចំនួន១០តុ និង កៅអីរៀបជុំវិញជារង្វង់។ ដាក់តុ និងកៅអី៥ឈុតនៅផ្នែកម្ខាង នៃរង្វង់និង ៥ឈុតនៅលើផ្នែកម្ខាងទៀតជាមួយឃ្លាតពីគ្នា។ នៅលើតុធំសម្ភារៈទាំងអស់ នឹងត្រូវបានដាក់បង្ហាញ សម្រាប់សិក្ខាកាម ជ្រើសរើសយោងទៅតាមតួនាទីរបស់ពួកគេ។
4. បោះពុម្ពតួនាទីដែលបានផ្តល់ឱ្យខាងក្រោម។ បត់ក្រដាសតួនាទីផ្សេងៗគ្នាដែលកាត់រួច បន្ទាប់មកដាក់វាទៅក្នុងបាន ថ្នាំ។
5. រូបិយប័ណ្ណ WIFI - ប្រើក្រដាស ៣ ពណ៌ដើម្បីបង្កើតរូបិយប័ណ្ណ WIFI ។ ផ្តល់តម្លៃ សម្រាប់ ពណ៌នីមួយៗដូចខាងក្រោម៖ ខ្សែ WIFI ១.០០ WIFI ១០.០០ និង WIFI ០.២៥ (កាក់) ។ ចំនួន រូបិយប័ណ្ណ WIFI ដែលនឹងត្រូវបានផលិត អាស្រ័យលើ ចំនួននៃសិក្ខាកាម។ ដាក់ប្រាក់នៅក្នុងស្រោមសំបុត្រសរសេរស្លាកយោងតាមតួនាទី។

សេចក្តីណែនាំ: អ្នកដែលជាអ្នកសម្របសម្រួលនឹង-

- i. ណែនាំការប្រកួតដោយចែករំលែកគោលបំណងនៃសកម្មភាព។
- ii. អោយសិក្ខាកាមស្វែងរកដៃគូ។
- iii. ចាត់តាំងអ្នកត្រួតពិនិត្យពេលវេលាក្នុងមួយជុំ។
- iv. អោយសិក្ខាកាមមួយគូៗ ជ្រើសរើសតួនាទីពីបានថ្នាំ។ គូនីមួយមិនត្រូវប្រាប់គូផ្សេងទៀតពីតួនាទីរបស់ពួកគេ។
- v. គូនីមួយៗត្រូវដើររកគុរបស់ពួកគេ។ ផ្នែកខាងឆ្វេងគឺសម្រាប់សហគ្រិនលក់រាយនិងផ្នែកខាងស្តាំគឺសម្រាប់ សហគ្រិនលក់ដុំ ធនាគារ ស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុនិងអធិការកិច្ចអាជីវកម្ម, ពន្ធនិងសុខភាព។
- vi. អោយគូនីមួយៗ អានសេចក្តីណែនាំដែលបានផ្តល់ឱ្យនៅលើក្រដាសដែលពួកគេបានជ្រើសរើស។ គូនីមួយៗមាន ៣ នាទីដើម្បីពិភាក្សាអំពីតួនាទីរបស់ពួកគេ។
- vii. ចែកប្រាក់ WIFI នៅពេលដែលតួនាទីទាំងអស់ ត្រូវបានកំណត់ ។

Role	Total WIFI amount	Number of WIFI 10.00	Number of WIFI 1.00	Number of WIFI 0.25
Wholesale entrepreneur 1	150	12	25	20
Wholesale entrepreneur 2	100	8	15	20
Wholesale entrepreneur 3	70	5	15	20

Wholesale entrepreneur 4	50	3	15	20
Wholesale entrepreneur 5	20	1	5	20
Retail entrepreneur 1	70	5	15	20
Retail entrepreneur 2	100	8	15	20
Retail entrepreneur 3	50	3	15	20
Retail entrepreneur 4	25	1	10	20
Retail entrepreneur 5	10		5	20
Bank and microfinance institution	150 (plus 50 for consumer role in Round 5)	17	25	20
Business, tax and health inspector	50	3	15	20

- viii. ជុំនីមួយៗនឹងត្រូវបានកំណត់ពេលវេលា ហើយអ្នកនឹងប្រកាសពីជុំនីមួយៗ។
- ix. នៅជុំចុងក្រោយ អ្នកនឹងសួរសហគ្រិនចំនួនប្រាក់ដែលពួកគេទទួលបាន។
- x. បន្ទាប់ពីការលេងតូនាទីនេះ អ្នកនឹងដឹកនាំសិក្ខាកាមក្នុងការពិភាក្សាដើម្បីចែករំលែកការយល់ដឹងរបស់ពួកគេ។

កំណត់សំគាល់

សហគ្រិនលក់ដុំ 1. ផលិតផលផ្សេងទៀតរបស់អ្នកគឺមានលក់ដុំ cupcakes (លក់ដុំគឺយ៉ាងហោចណាស់មានចំនួន ៥ បំណែកក្នុងការលក់ម្តងៗ)។ តម្លៃចំណាយនៃ cupcakes មួយនេះគឺនៅ WIFI 1.00 ។ អ្នកលក់ដុំនឹងលក់ cupcakes នៅចន្លោះ: WIFI 3.00- WIFI 5.00 ។

ផលិតផលផ្សេងទៀតរបស់អ្នកគឺ toppings cupcakes (លក់ដុំគឺយ៉ាងហោចណាស់ 3 កញ្ចប់ក្នុងការលក់ម្តង) ។ តម្លៃការចំណាយនៃ toppings cupcakes ក្នុងមួយដុំគឺ WIFI 0.50 ។ អ្នកនឹងលក់ toppings cupcakes លក់ដុំ WIFI 1.00 - WIFI 2.00 ។

អ្នកទិញរបស់អ្នកគឺជាសហគ្រិនលក់រាយ។ ពួកគេនឹងដៃកតថ្លៃជាមួយអ្នក ហើយវាអាស្រ័យទៅលើអ្នកក្នុងការកំណត់តម្លៃលក់ដុំដើម្បីអោយទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។

នៅជុំទី 5 អ្នកនឹងត្រូវក្លាយជាអ្នកបានប្រើប្រាស់។ អ្នកនឹងក្លាយជាក្រុមមួយ ដែលមានចំណាត់ថ្នាក់អតិថិជន A ដែលមានន័យថាអ្នកគឺជាអ្នកជ្រើសរើសយ៉ាងខ្លាំងនៃផលិតផលដែលអ្នកទិញដោយផ្អែកទៅលើគុណភាពផលិតផល។ អ្នកនឹងត្រូវបានទិញផលិតផលរបស់អ្នកលក់រាយនឹង cupcakes ។ អ្នកនឹងជ្រើសរើសដែលល្អបំផុតនៃអ្នកលក់រាយ មួយដែលមានគុណភាពសមទៅនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់អ្នកដោយមិនខ្វល់អំពីតម្លៃឡើយ។

សហគ្រិនលក់ដុំ 2 . ផលិតផលសំខាន់របស់អ្នកគឺ cupcakes toppings (លក់ដុំគឺយ៉ាងហោចណាស់មានចំនួន ៣ កញ្ចប់ក្នុងការលក់ម្តងៗ)។ តម្លៃចំណាយនៃ cupcakes toppings ក្នុងមួយកញ្ចប់គឺនៅWIFI 0.50 ។ អ្នកលក់ដុំនឹងលក់ cupcakes នៅចន្លោះ: WIFI1.00- WIFI 2.00 ។

ផលិតផលផ្សេងទៀតរបស់អ្នកគឺមានលក់ដុំ cupcakes (លក់ដុំគឺយ៉ាងហោចណាស់មានចំនួន ៥ បំណែកក្នុងការលក់ម្តងៗ)។ តម្លៃចំណាយនៃ cupcakes មួយនេះគឺនៅ WIFI 1.00 ។ អ្នកលក់ដុំនឹងលក់ cupcakes នៅចន្លោះ WIFI 3.00- WIFI 5.00 ។

អ្នកទិញរបស់អ្នកគឺជាសហគ្រិនលក់រាយ។ ពួកគេនឹងជជែកតម្លៃជាមួយអ្នក ហើយវាអាស្រ័យទៅលើអ្នកក្នុងការកំណត់តម្លៃលក់ដុំដើម្បីអោយទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។

នៅជុំទី 5 អ្នកនឹងត្រូវក្លាយជាអ្នកបានប្រើប្រាស់។ អ្នកនឹងក្លាយជាក្រុមមួយដែលមានចំណាត់ថ្នាក់អតិថិជន A ដែលមានន័យថាអ្នកគឺជាអ្នកជ្រើសរើសយ៉ាងខ្លាំងនៃផលិតផលដែលអ្នកទិញដោយផ្អែកទៅលើគុណភាពផលិតផល។ អ្នកនឹងត្រូវបានទិញផលិតផលរបស់អ្នកលក់រាយនឹង cupcakes ។ អ្នកនឹងជ្រើសរើសដែលល្អបំផុតនៃអ្នកលក់រាយ មួយដែលមានតម្លៃសមទៅនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់អ្នកដោយមិនខ្វល់អំពីតម្លៃឡើយ។

សហគ្រិនលក់ដុំ 3. ផលិតផលរបស់អ្នកគឺជា cupcakes toppings (លក់ដុំគឺយ៉ាងហោចណាស់មានចំនួន ៣ បំណែកក្នុងការលក់ម្តងៗ)។ តម្លៃការចំណាយ cupcakes toppings នេះគឺនៅ WIFI 0 50. អ្នកលក់ដុំនឹងលក់ cupcakes នៅ WIFI 1.00- ខ្សែ WIFI 2.00 ។ អ្នកទិញរបស់អ្នកគឺជាសហគ្រិនលក់រាយ។ ពួកគេនឹងជជែកតម្លៃជាមួយអ្នក ហើយវាអាស្រ័យទៅលើអ្នក ក្នុងការកំណត់តម្លៃលក់ដុំដើម្បីអោយទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។

នៅជុំទី 5 អ្នកនឹងត្រូវបានប្រើប្រាស់។ អ្នកនឹងក្លាយជាអតិថិជនថ្នាក់ B ដែលមានន័យថាអ្នកពិតបានជ្រើសរើសទិញផលិតផលដោយផ្អែកទៅលើគុណភាពផលិតផល។ អ្នកនឹងត្រូវបានទិញផលិតផលរបស់អ្នកលក់រាយនឹង cupcakes នេះ។ អ្នកនឹងត្រូវបានទិញផលិតផលរបស់អ្នកលក់រាយនឹង cupcakes ។ អ្នកនឹងជ្រើសរើសដែលល្អបំផុតនៃអ្នកលក់រាយ មួយដែលមានគុណភាពសមទៅនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់អ្នកដោយមិនខ្វល់អំពីតម្លៃឡើយ។

សហគ្រិនលក់ដុំ 4. ផលិតផលរបស់អ្នកគឺជាឧបករណ៍សម្រាប់ cupcakes (លក់ដុំគឺយ៉ាងហោចណាស់ យ៉ាងហោចណាស់មានចំនួន 2 បំណែកក្នុងការលក់ម្តងៗ)។ តម្លៃចំណាយ សំរាប់មួយបំណែកនៃឧបករណ៍គឺ WIFI 0.50 ។ អ្នកនឹងលក់ឧបករណ៍លក់ដុំនៅចន្លោះ WIFI 1.00 - WIFI 2.00 ។ អ្នកទិញរបស់អ្នកគឺជាសហគ្រិនលក់រាយ។ ពួកគេនឹងជជែកតម្លៃជាមួយអ្នក ហើយវាអាស្រ័យទៅលើអ្នកក្នុងការកំណត់តម្លៃលក់ដុំដើម្បីអោយទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។

នៅជុំទី 5 អ្នកនឹងត្រូវបានប្រើប្រាស់នឹង cupcakes មួយ។ អ្នកនឹងក្លាយជាថ្នាក់ C និង D បានទំនិញប្រើប្រាស់ដែលមានន័យថាអ្នកគឺជាអ្នកជ្រើសរើសយ៉ាងខ្លាំងនៃផលិតផលដែលអ្នកទិញដោយផ្អែកលើតម្លៃ (តម្លៃថោកបំផុតនៅលើទីផ្សារ) ។ អ្នកនឹងត្រូវបានទិញផលិតផលរបស់អ្នកលក់រាយនឹង cupcakes នេះ។ អ្នកនឹងជ្រើសរើសដែលល្អបំផុតនៃអ្នកលក់រាយ, មួយដែលមានតម្លៃសមនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់អ្នក។

សហគ្រិនលក់ដុំ 5. ផលិតផលរបស់អ្នកគឺជាឧបករណ៍សុខភាពសម្រាប់កម្មករអាហារ ការលក់ដុំ ឬ លក់រាយ យ៉ាងហោចណាស់មានចំនួន 2 បំណែកក្នុងការលក់ម្តងៗ)។ តម្លៃចំណាយនៃឧបករណ៍មួយ នេះគឺនៅ WIFI 0.50 ។ តម្លៃរបស់ឧបករណ៍នៅចន្លោះ: WIFI 1.00 - WIFI 2.00 ។ អ្នកទិញរបស់អ្នកគឺជាសហគ្រិនលក់រាយ។ ពួកគេនឹងដៃកតតម្លៃជាមួយអ្នក ហើយវាអាស្រ័យទៅលើអ្នកក្នុងការកំណត់តម្លៃលក់ដុំដើម្បីអោយទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។

នៅជុំទី 5 អ្នកនឹងត្រូវបានជាអតិថិជននៃការប្រើប្រាស់ cupcakes មួយ។ អ្នកនឹងក្លាយជាអតិថិជនថ្នាក់ C និង D ដែលមានន័យថាអ្នកគឺជាអ្នក ជើងយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការជ្រើសរើសផលិតផលដែលអ្នកទិញដោយផ្អែកលើតម្លៃ (តម្លៃថោកបំផុតនៅលើទីផ្សារ) ។ អ្នកនឹងត្រូវបានទិញផលិតផលរបស់អ្នកលក់រាយនឹង cupcakes ។ អ្នកនឹងជ្រើសរើសដែលល្អបំផុតនៃអ្នកលក់រាយ មួយដែលមានតម្លៃសមទៅនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់អ្នក។

(ចំណាំ: នេះជាតួនាទីសហគ្រិនលក់រាយនឹងត្រូវបានបោះពុម្ព 5 ដង និងត្រូវបាន raffled ទៅ 3 ទៅ 5 គូអាស្រ័យលើទំហំនៃថ្នាក់)

សហគ្រិនលក់រាយ។ អ្នកគឺជាសហគ្រិនcupcakes មួយ។ អ្នកនឹងត្រូវតែទិញវត្ថុធាតុដើមនិងឧបករណ៍ដើម្បីផលិតផលអាហារ។ អ្នកមានដៃគូប្រកួតប្រជែងផ្សេងទៀត ដូច្នេះអ្នកនឹងចាំបាច់ត្រូវបង្កើតសេវាតម្លៃលើអាជីវកម្មរបស់អ្នក (ដើម្បីធ្វើឱ្យផលិតផលអ្នក មានភាពខុសគ្នាពីអ្នកដទៃ) ។ អ្នកនឹងត្រូវការយ៉ាងហោចណាស់ WIFI 70.00 ដែលអ្នកអាចប្រើប្រាស់បាន។ ប្រសិនបើអ្នកមិនមានចំនួនទឹកប្រាក់នេះទេ អ្នកនឹងត្រូវការខ្ចីប្រាក់ពីធនាគារឬស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ។

ជុំទី 1 - អ្នកនឹងត្រូវទិញសម្ភារៈ និងឧបករណ៍ប្រើប្រាស់ផ្សេងៗ ពីសហគ្រិនលក់ដុំ។ អ្នកនឹងត្រូវបានប្រតិបត្តិការជាមួយដើមទុនដែលមានកំណត់អ្នកត្រូវតែទទួលបានតម្លៃល្អបំផុតក្នុងគោលបំណងដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណេញច្រើន។ ប្រសិនបើអ្នកមិនមានប្រាក់គ្រប់គ្រាន់ ត្រូវរង់ចាំសម្រាប់ការប្រកួតជុំទី 2 ក្នុងការខ្ចីប្រាក់ពីធនាគារ ឬគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ។ សកម្មភាពនេះនឹងដំណើរការរយៈពេល 5 នាទី។

ជុំទី 2 - ប្រសិនបើអ្នក មិនមានដើមទុនគ្រប់គ្រាន់ អ្នកអាចចរចា និង ខ្ចីប្រាក់ពីធនាគារឬ គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ។ សកម្មភាពនេះនឹងដំណើរការរយៈពេល 5 នាទី។

ជុំទី 3- អ្នកនឹងបង្កើតផលិតផលរបស់អ្នកដោយប្រើវត្ថុធាតុដើមនិងឧបករណ៍ដែលអ្នកបានទិញ។ ខណៈពេលដែលការរៀបចំផលិតផលថ្មី អ្នកត្រូវផ្ដោតអារម្មណ៍នៅក្នុងចិត្តអំពីបញ្ហាសុវត្ថិភាពផ្នែកច្បាប់និងបញ្ហាសុខភាព។ សកម្មភាពនេះនឹងដំណើរការរយៈពេល 5 នាទី។

ជុំទី 4- អ្នកនឹងត្រូវបានគិតពីឈ្មោះសម្រាប់ផលិតផលរបស់អ្នកនិងរៀបចំដែលអ្នកនឹងលក់វា។ រៀបចំការលក់ចំនួនមួយនាទីដើម្បីពន្យល់អំពីតម្លៃតម្លៃតម្លៃតម្លៃផលិតផលរបស់អ្នកទៅឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ ។ អ្នកអាចប្រើប្រាស់ ICTក្នុងការលក់ផលិតផលរបស់អ្នកទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់។

ជុំទី 5 - អតិថិជននឹងទិញពីអ្នក។ ការនេះនឹងដំណើរការសម្រាប់ 5 នាទី។ បញ្ចុះបញ្ចូលអតិថិជនដើម្បីទិញពីអ្នក។ នៅក្នុងជុំទីនេះអ្នកនឹងត្រូវដឹងពី ប្រាក់ចំណេញដែលអ្នកទទួលបាន ឬមិនបានចំនួនប៉ុន្មាន ?

ធនាគារ អ្នកគឺជាធនាគារមួយនៅជុំទី 2។ សហគ្រិនអ្នកលក់រាយនឹងខ្ចីប្រាក់ពីអ្នក អ្នកតឹងរឹងនិងប្រាប់អ្នកលក់រាយ

នូវអ្វីដែលជាតម្រូវការរបស់អ្នកទាក់ទងនឹងអត្រាការប្រាក់និងកាលវិភាគនៃទូទាត់ត្រឡប់ហើយអ្នកនឹងចរចាជាមួយអ្នកនោះ។ អ្នកនឹងកាត់ការប្រាក់ 10 ភាគរយពីចំនួនប្រាក់កម្ចីនៃការរវាង WIFI 50.00 ទៅ WIFI100.00 ។ សកម្មភាពនេះនឹងដំណើរការរយៈពេល 5 នាទី។

នៅជុំទី 5 អ្នកនឹងត្រូវបានប្រើប្រាស់នឹង cupcakes ។ អ្នកនឹងក្លាយជាអតិថិជនថ្នាក់ C និង D ដែលមានន័យថាអ្នកគឺជាអ្នកជ្រើសរើសយ៉ាងខ្លាំងនៃផលិតផលដែលអ្នកទិញដោយផ្អែកលើតម្លៃ (តម្លៃថោកបំផុតនៅលើទីផ្សារ) ។ អ្នកនឹងត្រូវបានទិញផលិតផលរបស់អ្នកលក់រាយនៃ cupcakes នេះ។ អ្នកនឹងជ្រើសរើសអ្នកលក់រាយដែលល្អបំផុតមួយ ដែលមានតម្លៃសមនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់អ្នក។

គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ។ អ្នកគឺជាគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុក្នុងជុំទី 2 លោកអ្នកគឺជាស្ថាប័នមួយដែលជិតស្និទ្ធជាមួយស្រ្តី។ សហគ្រិនលក់រាយនឹងខ្ចីប្រាក់ពីអ្នក។ ខណៈពេលដែលអ្នកតឹងរឹង អ្នកនឹងត្រូវបានណែនាំសហគ្រិនអំពីអត្រាការប្រាក់និងកាលវិភាគទូទាត់សងវិញ។ អ្នកអាចផ្តល់ប្រាក់កម្ចីទៅឱ្យ WIFI 30.00 ទៅខ្ចីគ្នា 50.00 រាល់អ្នកទៅខ្ចីប្រាក់។ សកម្មភាពនេះនឹងដំណើរការរយៈពេល 5 នាទី។

នៅជុំទី 5 អ្នកនឹងជាអតិថិជននៃអ្នកប្រើប្រាស់ cupcakes ។ អ្នកនឹងក្លាយជាអតិថិជនថ្នាក់ B និង C ដែលមានន័យថាអ្នកគឺជាអ្នកដែលមានជំនាញបំផុត ក្នុងការជ្រើសរើសផលិតផលដែលអ្នកទិញផ្អែកទៅលើគុណភាពនិងតម្លៃ។ អ្នកនឹងត្រូវបានទិញផលិតផលពីអ្នកលក់រាយនៃ cupcakes នេះ។ អ្នកនឹងជ្រើសរើសអ្នកលក់រាយមួយដែលល្អជាងគេបំផុត ដែលមានតម្លៃសាកសមទៅនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់អ្នក។

សំណួរដើម្បីជួយសម្រួលដល់ការពិភាក្សា និងការយល់ដឹង:

- ១.តើមានអ្វីកើតឡើង? តើអ្នករកចំណូលបានប៉ុន្មាន?
- ២.តើអ្វីខ្លះបានជួយដល់សហគ្រិន?
- ៣.តើអ្វីខ្លះដែលមិនបានជួយ?
- ៤.តើអ្នកបានរៀនចេះអ្វីខ្លះពីការធ្វើលំហាត់នេះ?
- ៥. តើឧបករណ៍និងកម្មវិធី ICT អាចជួយដល់សហគ្រិនដូចម្តេចខ្លះ?

K. ធនធានបន្ថែមសម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាល/ការត្រៀមរៀបចំ

មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តាញព័ត៌មានស្រ្តី ប្រចាំអាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក យុទ្ធសាស្ត្រគំនិតច្នៃប្រឌិត សំរាប់ការចូលរួមរបស់ ស្រ្តី Andean ក្នុងវិស័យសេដ្ឋកិច្ច (២០១២-២០១៤) វគ្គបណ្តុះបណ្តាល eBiz (វគ្គបណ្តុះបណ្តាលគ្រូបង្គោលសម្រាប់សហគ្រិនស្រ្តីនៅតាមជនបទ) ។ សម្រាប់សម្ភារៈបណ្តុះបណ្តាលសូមទាក់ទង APWINC ។
[http:// www.women.or.kr/](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>

លោកDandy Victa ធ្វើការនៅផ្ទះ ភាពជាសហគ្រិន: មគ្គុទ្ទេសដាក់ស្តែង សម្រាប់ប្រជាជនហ្វីលីពីនដែលមានពិការភាព) ទីក្រុង Quezon, ក្រុមប្រឹក្សាជាតិទទួលបន្ទុក កិច្ចការជនពិការ ឆ្នាំ 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-មូលដ្ឋាន) ។ អាចរកបានពី

<https://educate.intel.com/employability/e-basics/>

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

អង្គការពលកម្មអន្តរជាតិ តើបច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍និងព័ត៌មានអាចជួយឱ្យអាជីវកម្មរបស់យើងខ្ញុំ ប្រសើរឡើងបានទេ: សៀវភៅណែនាំសង្ខេបសម្រាប់សហគ្រិនខ្នាតតូចបំផុតនិងខ្នាតតូចពីអាមេរិកឡាទីននិងតំបន់ការីប៊ី។ អាចរកបានពី

<http://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/canicthelp.pdf>

អង្គការពលកម្មអន្តរជាតិ យេនឌ័រនិងភាពជាសហគ្រិនរួមគ្នា: ខិតទៅមុខសម្រាប់ស្ត្រីនៅក្នុងសហគ្រាស- កញ្ចប់ បណ្តុះបណ្តាល និងកញ្ចប់ធនធាន (ទីក្រុងបាងកកទីក្រុងប៊ែកឡាំងនិងទីក្រុងហ្សឺណែវ ឆ្នាំ២០០៤) ។ អាចរកបានពី

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_116100.pdf.

ក្រុមហ៊ុន Microsoft និងមូលនិធិអាស៊ាន កម្មវិធីសិក្សា ICT នៅឆ្នាំ ២០១៣: កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល ICT សម្រាប់សហគ្រាសខ្នាតតូចនិងមធ្យម។ អាចរកបានពី

[http://www.unapcict.org/ecohub/resources/ ict-for-sme/training-programs-guidelines/microsoft-asean-foundation-ict-curriculum-icttraining-programs-for-small-and-medium-sized-enterprises-smes.](http://www.unapcict.org/ecohub/resources/ict-for-sme/training-programs-guidelines/microsoft-asean-foundation-ict-curriculum-icttraining-programs-for-small-and-medium-sized-enterprises-smes)

អក្ខរកម្មឌីជីថលរបស់ក្រុមហ៊ុន Microsoft ។ អាចរកបានពី

<https://www.microsoft.com/en-us/DigitalLiteracy>

គណៈកម្មការរបស់ប្រទេសហ្វីលីពីននៅលើស្រ្តី ការអភិវឌ្ឍន៍យេនឌ័រនិងម៉ូឌុលអក្ខរកម្មហិរញ្ញវត្ថុ គ្មាន

កាលបរិច្ឆេទ។ 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 ស្រ្តីជាសហគ្រិនតាមរយៈបច្ចេកវិទ្យា

គមនាគមន៍និងព័ត៌មាន៖ មគ្គុទេសក៍អនុវត្តន៍ (ញូវយ៉កនិងក្រុងហ្សឺណែវឆ្នាំ ២០១៤) ។ អាចរកបានពី

http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dtlstict2013d2_en.pdf

UNESCO-UNEVOC ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មខ្នាតតូចផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ខ្ញុំ: កញ្ចប់បណ្តុះបណ្តាលស្តីពីភាពជាសហគ្រិន ។ អាចរក

បានពី

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

អំពីអ្នកនិពន្ធ

UN-APCICT

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

- ១. **បណ្តុះបណ្តាល**-ដើម្បីបង្កើនចំណេះដឹង និងជំនាញរបស់អ្នកបង្កើតគោលនយោបាយ និងអ្នកជំនាញ វិស័យ ICT និងដើម្បីពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់អ្នកបណ្តុះបណ្តាល ICT និងគ្រឹះស្ថានបណ្តុះបណ្តាលក្នុងវិស័យ ICT នេះ
- ២. **ការស្រាវជ្រាវ**-ដើម្បីអនុវត្តការវិភាគដែលទាក់ទងនឹងការអភិវឌ្ឍ ធនធានមនុស្សនៅក្នុង វិស័យ ICT
- ៣. **ការណែនាំ**- ដើម្បីផ្តល់សេវាប្រឹក្សាលើកម្មវិធីអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សដល់សមាជិក ESCAP និងសមាជិកដែលពាក់ព័ន្ធ។

UN-APCICT មានទីតាំងស្ថិតនៅទីក្រុងអ៊ីនចុង Incheon នៃសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ

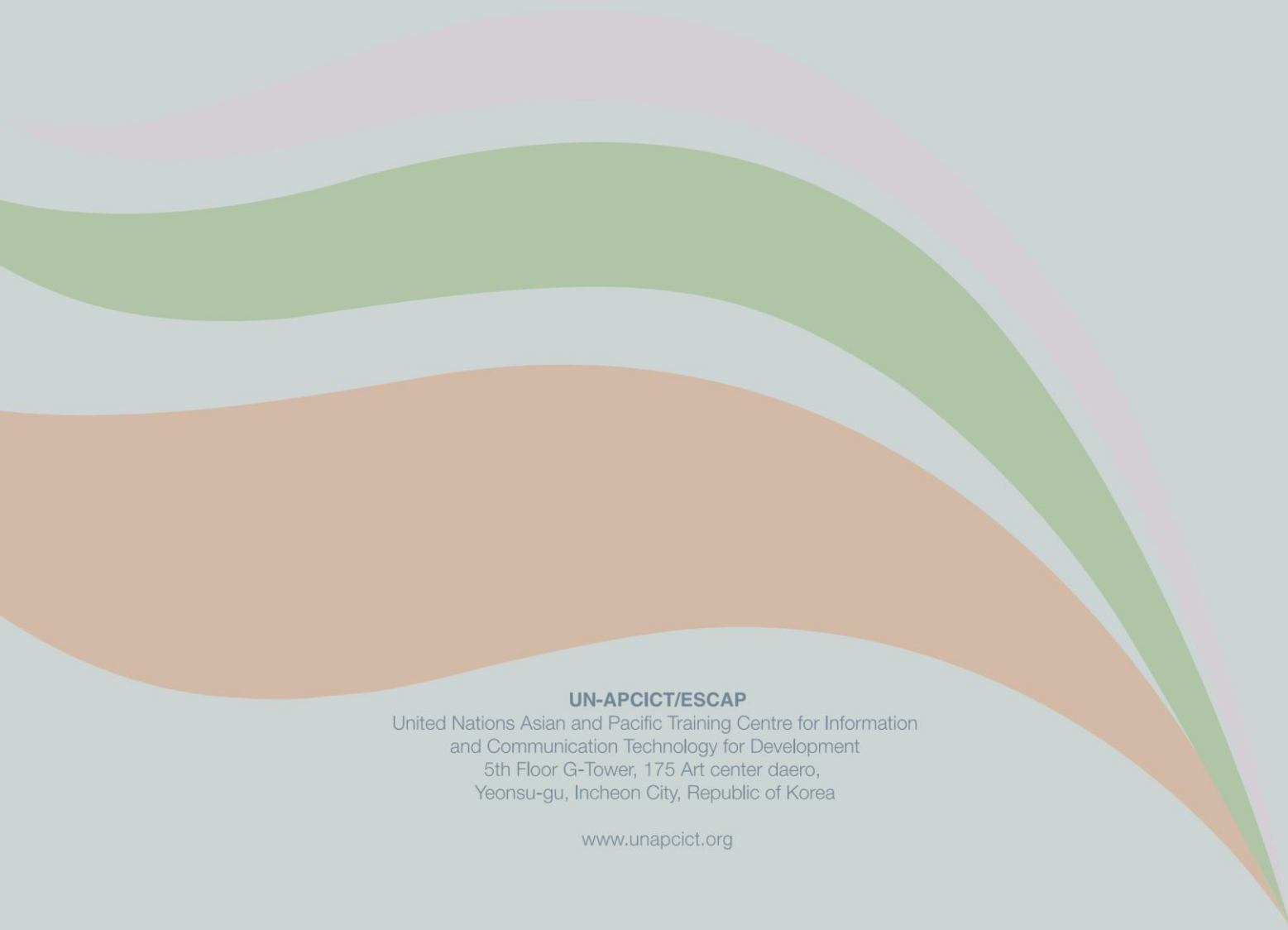
<http://www.unapcict.org>

ESCAP

គណៈកម្មការសេដ្ឋកិច្ចនិងសង្គមសម្រាប់តំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក

ESCAP គឺជាដៃគូ អភិវឌ្ឍន៍ក្នុងតំបន់របស់អង្គការសហប្រជាជាតិ និងបម្រើការជាមជ្ឈមណ្ឌលអភិវឌ្ឍន៍សង្គមនិងសេដ្ឋកិច្ចសំខាន់សម្រាប់អង្គការសហប្រជាជាតិ នៅតំបន់អាស៊ីនិងប៉ាស៊ីហ្វិក។ អាណត្តិរបស់ខ្លួន គឺដើម្បីជំរុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងសមាជិកចំនួន ៥៣ និងសមាជិកពាក់ព័ន្ធចំនួន ៩ ។ ESCAP ផ្តល់នូវតំណភ្ជាប់យុទ្ធសាស្ត្ររវាងកម្មវិធីនិងបញ្ហាថ្នាក់ប្រទេសនិងថ្នាក់សកល ។ វាគាំទ្រនិងពង្រឹងទីតាំងរដ្ឋាភិបាលនៃប្រទេសក្នុងតំបន់និងដើម្បីគាំទ្រកិច្ចប្រជុំរបស់បញ្ហាប្រឈមសេដ្ឋកិច្ចសង្គមរបស់តំបន់នេះនៅក្នុងពិភពសកលភ្ជាប់នឹងយុទ្ធសាស្ត្រ។ ការិយាល័យ ESCAP មានទីតាំងស្ថិតនៅទីក្រុងបាងកកប្រទេសថៃ។

<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