



Small Business
Competitiveness

សៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់អាជីវករ
អង្គការអន្តរជាតិខាងការងារ
ការប្រកួតប្រជែងវិស័យអាជីវកម្មខ្នាតតូចនៅអាស៊ាន
ជាកម្មសិទ្ធិរបស់ ៖



International
Labour
Organization



ការប្រកួតប្រជែងវិស័យអាជីវកម្មខ្នាតតូចនៅអាស៊ាន ដែលរៀបចំឡើងដោយអង្គការអន្តរជាតិខាងការងារ (ILO-SBC) ទទួលបានអាជ្ញាប័ណ្ណពី Creative Commons Attribution-NonCreative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported License.



អត្តសញ្ញាណ ៖ អ្នកត្រូវផ្តល់អំណះអំណាងយោងត្រឹមត្រូវ បង្ហាញពីអាជ្ញាប័ណ្ណ និងបញ្ជាក់ថា តើមានការកែប្រែ ឬយ៉ាងណា។ អ្នកត្រូវបំពេញតាមលក្ខខណ្ឌនេះឲ្យបានសមស្រប ប៉ុន្តែមិនមែនតាមវិធីដែលបង្ហាញថា អ្នកផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណព្រមព្រៀងជាមួយអ្នក ឬការប្រើប្រាស់របស់អ្នកឡើយ។



មិនមែនសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្ម ៖ អ្នកមិនត្រូវប្រើប្រាស់ឯកសារនេះសម្រាប់គោលបំណងពាណិជ្ជកម្មឡើយ។



ចែករំលែកតែមួយ ៖ ប្រសិនបើអ្នកកែសម្រួល ផ្លាស់ប្តូរ ឬបន្ថែមលើឯកសារនេះ អ្នកត្រូវបង្ហាញពីការចូលរួមចំណែករបស់ខ្លួន ក្រោមអាជ្ញាប័ណ្ណតែមួយនឹងអាជ្ញាប័ណ្ណដើម។

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/legalcode>



រៀបរៀងឡើងដោយ ៖



មាតិកា

ការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសតាមសហគមន៍ (C-BED) V

 កម្រងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់អាជីវករ V

 សារចំពោះក្រុមសិក្ខាកាម.....vii

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ១ ៖ សេចក្តីផ្តើម 1

 សកម្មភាព ១ ក ៖ ការស្គាល់គ្នា.....1

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២ ៖ ការវាយតម្លៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក.....5

 សកម្មភាព ២ ក ៖ កត្តាកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម5

 សកម្មភាព ២ ខ ៖ ការវិភាគ SWOT.....9

 សកម្មភាព ២ គ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន13

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៣ ៖ ការធ្វើទីផ្សារអាជីវកម្មរបស់អ្នក 15

 សកម្មភាព ៣ ក ៖ រៀបរាប់ពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក..... 15

 សកម្មភាព ៣ ខ ៖ ការវិភាគទីផ្សារ.....20

 សកម្មភាព ៣ គ ៖ ផលិតផល ទឹកកន្លែង ការផ្សព្វផ្សាយ23

 សកម្មភាព ៣ ឃ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន.....31

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៤ ៖ ការរៀបចំថវិកា និងការកំណត់ថ្លៃលក់.....34

 សកម្មភាព ៤ ក ៖ ដឹងពីចំណាយ ថ្លៃ និងប្រាក់ចំណេញរបស់អ្នក34

 សកម្មភាព ៤ ខ ៖ ដឹងពីចំណាយរបស់អ្នក (អថេរ/ថេរ).....35

 សកម្មភាព ៤ គ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន..... 44

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៥ ៖ ប្រព័ន្ធសម្រាប់ការកែលម្អ..... 47

 សកម្មភាព ៥ ក ៖ ការដោះស្រាយបញ្ហាទូទៅក្នុងអាជីវកម្ម47

 សកម្មភាព ៥ ខ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន..... 49

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៦ ៖ ផែនការសកម្មភាពអាទិភាព..... 53

សកម្មភាព ៦ ក ៖ ផែនការសកម្មភាពអាទិភាព.....	53
ក្រដាសផ្ទាំងធំ	57
ក្រដាសផ្ទាំងធំសម្រាប់សកម្មភាព ៤ ក ៖	57
ក្រដាសផ្ទាំងធំសម្រាប់សកម្មភាព ៥ ក ៖	58

ការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសតាមសហគមន៍ (C-BED)

ការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសតាមសហគមន៍ (C-BED) គឺជាកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល ដែលចំណាយតិច និងបង្កើតថ្មីដែលរៀបចំឡើងដោយអង្គការអន្តរជាតិខាងការងារ (ILO) ដើម្បីគាំទ្រការអភិវឌ្ឍជំនាញ និងការបង្កើនសិទ្ធិអំណាចដល់សហគមន៍ មូលដ្ឋានក្នុងការកែលម្អជីវភាពរស់នៅ ផលិតភាព និងលក្ខខណ្ឌការងារកាន់តែ ប្រសើរឡើង។

ក្នុងនាមជាវិធីសាស្ត្រមួយនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល កម្មវិធី C-BED មានលក្ខណៈ ពិសេស ពោលគឺកម្មវិធីនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងតាមរបៀបមិត្តអប់រំមិត្ត ការសិក្សាផ្នែកតាមសកម្មភាព ដោយមិនមានតួនាទីគ្រូបង្រៀន អ្នកជំនាញ ឬទីប្រឹក្សា ខាងក្រៅដែលមានជំនាញតាមផ្នែកឡើយ។ ផ្ទុយទៅវិញ សិក្ខាកាមក្នុងកម្មវិធី C-BED សហការគ្នាធ្វើសកម្មភាព និងកិច្ចពិភាក្សាជាបន្តបន្ទាប់ ដោយមានការណែនាំតាម ជំហានសាមញ្ញៗក្នុងសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។ ចំណេះដឹង ជំនាញ និង សមត្ថភាពថ្មីៗត្រូវបានបង្កើតឡើងតាមរយៈការបង្ហាត់បង្ហាញរបស់សិក្ខាកាម និងការ ចែករំលែកចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ផ្ទាល់ខ្លួន។ តាមវិធីនេះ កម្មវិធី នេះគឺជាជម្រើសដែលចំណាយតិច និងមាននិរន្តរភាពសម្រាប់អង្គភាព ឬ សហគមន៍នានា។

កម្មវិធី C-BED ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយផ្អែកលើកម្រងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលស្នូល ចំនួន ២ ដែលរៀបចំឡើងដើម្បីអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពសម្រាប់ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម និងការដំណើរការអាជីវកម្ម តាមរយៈការផ្តោតសំខាន់លើការធ្វើទីផ្សារ ការគ្រប់គ្រង ហិរញ្ញវត្ថុ និងការរៀបចំផែនការសកម្មភាព។ ទាំងនេះសុទ្ធតែជាចំណុចសំខាន់ក្នុង កម្មវិធី C-BED សម្រាប់អ្នកដែលចង់ក្លាយជាសហគ្រិន និងកម្មវិធី C-BED សម្រាប់អ្នកធ្វើអាជីវកម្មខ្នាតតូច។ ម្យ៉ាងវិញទៀត កម្មវិធីនេះកំពុងបង្កើតកម្រង ឧបករណ៍ជាច្រើនសម្រាប់ពង្រឹងសមត្ថភាព និងបង្កើនជំនាញអាជីវកម្មសម្រាប់វិស័យ មួយចំនួន។ កម្រងឧបករណ៍ទាំងនេះអាចយកមកអនុវត្តក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល ដាច់ដោយឡែក ឬចម្រុះក្នុងទម្រង់ជាម៉ូឌុល រួចបញ្ចូលទៅក្នុងកម្មវិធីដែលមាន ស្រាប់។

កម្រងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់អាជីវករ

កម្រងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

កម្រងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់អាជីវករត្រូវបានប្រើប្រាស់ ដើម្បីជួយដល់ អាជីវករ ឬអ្នកដែលចង់ក្លាយជាអាជីវករក្នុងការចាប់ផ្តើម និងកែលម្អអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ។ វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទាំងនេះផ្តោតលើគោលការណ៍អាជីវកម្មសំខាន់ៗសម្រាប់ជា មូលដ្ឋាន ដោយផ្អែកលើអ្វីដែលសិក្ខាកាមបានដឹងពីមុនអំពីការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ ខ្លួន និងជួយពួកគេឲ្យស្វែងយល់បន្ថែម។ ម្យ៉ាងទៀត វាអាចប្រើប្រាស់ជាមូលដ្ឋាន នៃការសិក្សាពីឧបករណ៍កម្មវិធី C-BED ផ្សេងទៀត ដូចជា SBO ឬ AE។ សិក្ខាកាម ចែករំលែកបទពិសោធន៍ និងផ្តល់ផែនការសកម្មភាពអាទិភាព (យ៉ាងហោចណាស់ សកម្មភាព ៣ សម្រាប់បង្ហាញពីការកែលម្អអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ)។ នៅពេលបញ្ចប់ វគ្គបណ្តុះបណ្តាល សិក្ខាកាមនឹង ៖

- ពង្រឹង និងបង្កើនចំណេះដឹងមានស្រាប់ស្តីពីការធ្វើអាជីវកម្មក្នុងទីផ្សារ
- មានសមត្ថភាពក្នុងការវិភាគផ្នែកការងារ ឬស្ថានភាពការងារបច្ចុប្បន្ន
- មានសក្តានុពលនៃការអភិវឌ្ឍសហគ្រាស
- កំណត់បាននូវជំហាន និងសកម្មភាពនានាដើម្បីកែលម្អអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ឬ ចាប់ផ្តើមគំនិតអាជីវកម្មថ្មី
- ធ្វើសេចក្តីសម្រេចពីសកម្មភាពនៅពេលអនាគត
- ចាប់ផ្តើមរៀបចំផែនការកិច្ចសហការ និងទំនាក់ទំនងប្រកបដោយ ប្រសិទ្ធភាព។

គោលការណ៍នៃការអនុវត្តល្អ (GPG) ៖

ក្នុងពេលបណ្តុះបណ្តាល សិក្ខាកាមនឹងទទួលបានព័ត៌មាន និងមានចំណេះដឹង ស្តីពីគោលការណ៍នេះ ដែលពួកគេនឹងអាចយកទៅប្រើប្រាស់ដើម្បីជំរុញការសិក្សា និង គាំទ្រពួកគេក្នុងបង្កើត ឬកែលម្អអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ គោលការណ៍នេះរៀបរាប់ពី ការអនុវត្តល្អបំផុត ឧបករណ៍ និងសកម្មភាពជាច្រើនទៀត ដែលបំពេញបន្ថែមលើអ្វី ដែលមានបង្ហាញក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីជំរុញយល់សិក្ខាកាមក្នុងការ

បង្កើត ឬកែលម្អអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ លំហាត់ទាំងនេះអាចអាស្រ័យលើ គោលការណ៍នៃការអនុវត្តល្អ ប៉ុន្តែប្រសិនបើសិក្ខាកាមមិនមានគោលការណ៍នេះទេ ពួកគេនៅតែអាចដំណើរការទៅមុខបាន ហើយក្នុងករណីចាំបាច់ ពួកគេត្រូវរំលង សកម្មភាពនោះ។ សូមសម្គាល់សញ្ញាខាងក្រោម ៖



សញ្ញានេះមានន័យថា ដើម្បីទទួលបានព័ត៌មានបន្ថែម។

អ្នកគួរអានគោលការណ៍នៃការអនុវត្តល្អ

សារចំពោះក្រុមសិក្ខាកាម

ក្រោយពេលបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលកម្មវិធី C-BED អ្នកនឹងមានផែនការច្បាស់ លាស់សម្រាប់ជំហានជាក់ស្តែងមួយចំនួនដែលអ្នកអាចប្រើប្រាស់ដើម្បីចាប់ផ្តើម ឬកែលម្អអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកនឹងមានការយល់ដឹងកាន់តែច្រើនពីគោលការណ៍ គ្រឹះនៃការធ្វើអាជីវកម្ម ហើយអ្នកនឹងបានចាប់ផ្តើមបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយ អ្នកផ្សេងទៀតក្នុងសហគមន៍ ដែលអាចជួយ ឬសហការជាមួយអ្នកដើម្បីសម្រេចបាន ជោគជ័យរួមនៅពេលខាងមុខ។

វិធីសាស្ត្រនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ មានលក្ខណៈខុសប្លែកពីវិធីសាស្ត្រអប់រំ ប្រពៃណី ពោលគឺមិនមានគ្រូបង្រៀន គ្រូឧទ្ទេស ឬអ្នកជំនាញដើម្បីជួយអ្នកឡើយ។ ផ្ទុយទៅវិញ អ្នកនឹងត្រូវសហការគ្នាធ្វើការជាក្រុម ដើម្បីអនុវត្តតាមការណែនាំជា ជំហានសាមញ្ញៗសម្រាប់កិច្ចពិភាក្សា និងសកម្មភាពក្នុងសៀវភៅណែនាំ វគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ។ ដោយសារតែមិនមានប្រធានក្រុម សមាជិកក្រុមទាំងអស់គ្នា ប្តូរវេនគ្នាអានព័ត៌មាន និងការណែនាំឲ្យសមាជិកក្រុមស្តាប់ ហើយ សមាជិកក្រុមទាំងអស់នឹងចែករំលែកការទទួលខុសត្រូវលើការតាមដានពេលវេលា។ តាមវិធីថ្មីនេះ យើងនឹងសិក្សាពីគ្នាទៅវិញទៅមក តាមរយៈការចែករំលែកមតិយោបល់ ជំនាញ ចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍។ ដើម្បីសម្រេចកិច្ចការនេះ សមាជិកក្រុមទាំងអស់ត្រូវចូលរួមក្នុងកិច្ចពិភាក្សា។

មុនពេល និងក្រោយពេលវគ្គបណ្តុះបណ្តាល អ្នកនឹងត្រូវបានស្នើឲ្យបំពេញការ ស្ទង់មតិមួយដើម្បីស្វែងយល់ពីផលប៉ះពាល់នៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។ ព័ត៌មានទាំងនេះ នឹងត្រូវរក្សាជាសម្ងាត់ និងប្រើប្រាស់ដើម្បីកែលម្អឯកសារវគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងការ

រៀបចំកម្មវិធីនៅថ្ងៃខាងមុខ។ សិក្ខាកាមមួយចំនួនអាចនឹងត្រូវបានទាក់ទងនៅថ្ងៃខាងមុខ ក្រោយរយៈពេល ៣ ៦ ឬ ១២ ខែ ដើម្បីបំពេញការស្ទង់មតិមួយទៀតសម្រាប់ការសិក្សាពីផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

ការណែនាំក្នុងសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ មានលក្ខណៈងាយស្រួលអនុវត្តតាម និងបានផ្តល់ពេលវេលាកំណត់សម្រាប់ជំហាននីមួយៗផងដែរ។ សូមសម្គាល់សញ្ញាខាងក្រោមទាំងនេះ ៖



នៅពេលអ្នកឃើញសញ្ញានេះ សូមអានឲ្យឮៗ។



នៅពេលអ្នកឃើញសញ្ញានេះ មានន័យថា អ្នកកំពុងអានការណែនាំ និងធ្វើសកម្មភាព។



នៅពេលអ្នកឃើញសញ្ញានេះ សូមចែករំលែកព័ត៌មានក្នុងក្រុម។



សញ្ញានេះបង្ហាញអ្នកពីពេលវេលាប៉ាន់ស្មាននៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។



ប្រើប្រាស់ក្រដាសផ្ទាំងធំដែលមានក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ ១។ ប្រសិនបើអ្នកមិនមានក្រដាសផ្ទាំងធំ សូមប្រើក្រដាសបន្ថែម ឬសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។

មុនពេលអ្នកចាប់ផ្តើមវគ្គបណ្តុះបណ្តាល សូមអនុវត្តតាមជំហានសាមញ្ញៗខាងក្រោមដើម្បីត្រៀមរៀបចំ។

- បំពេញការស្ទង់មតិមុនពេលចាប់ផ្តើមវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។ សួរអ្នករៀបចំប្រសិនបើអ្នកមិនមានឯកសារចម្លង ឬមិនទាន់បានបំពេញការស្ទង់មតិនោះ។
- បែងចែកជាក្រុមតូចៗដែលមានសមាជិក ៥-៧ នាក់។ អ្នករៀបចំនឹងណែនាំអ្នកពីវិធីសម្រេចការងារនេះបានល្អបំផុត។
- រើសសមាជិកក្រុមម្នាក់សម្រាប់ស្ម័គ្រចិត្តចាប់ផ្តើមវគ្គបណ្តុះបណ្តាលឲ្យធ្វើជា “អ្នកអានក្នុងក្រុម”។ “អ្នកអានក្នុងក្រុម” មានតួនាទីអានព័ត៌មាន និងការណែនាំសកម្មភាពឲ្យសមាជិកក្រុមស្តាប់។ រាល់សមាជិកក្រុមដែលចេះអក្សរអាចធ្វើជា

“អ្នកអានក្នុងក្រុម” បាន ហើយអ្នកគួរឱ្យរវៃនសមាជិកក្រុមឱ្យធ្វើជា
“អ្នកអានក្នុងក្រុម” ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ។

សមាជិកក្រុមទាំងអស់ត្រូវទទួលខុសត្រូវលើការពិនិត្យពេលវេលា
ប៉ុន្តែសមាជិកក្រុមម្នាក់គួរត្រូវបានជ្រើសរើសសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលនីមួយៗ ដើម្បី
រំលឹកក្រុម នៅ ពេលវេលាកំណត់សម្រាប់ជំហានមួយ បានមកដល់។ អ្នកមិនចាំបាច់
អនុវត្តតាមពេលវេលាកំណត់តឹងរឹងពេកនោះទេ ប៉ុន្តែអ្នកត្រូវគ្រប់គ្រងពេលវេលា
សម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទាំងមូល។ ប្រសិនបើសកម្មភាពមួយមានរយៈពេលយូរ
ជាងពេលវេលាកំណត់ សូមព្យាយាមសន្សំសំចៃពេលវេលាក្នុងសកម្មភាពផ្សេងទៀត
ដើម្បីរក្សាតុល្យភាព។

សមាជិកក្រុមទាំងអស់ នឹងទទួលបានសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដូចគ្នា។
សមាជិកអាចនឹងបំពេញការងារជាបុគ្គលក្នុងការណែនាំទាំងនេះ ទន្ទឹមនឹងការងារ
ជាក្រុម។ ក្រុមអាចបំពេញសកម្មភាពរួមគ្នាលើក្រដាសផ្ទាំងធំ ប្រសិនបើមាន។

សូមចូលរួមក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដោយរីករាយ!



វិធានបណ្តុះបណ្តាលទី ១ ៖
សេចក្តីផ្តើម

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ១ ៖ សេចក្តីផ្តើម



២០ នាទី



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ អ្នកនឹងបានស្គាល់សមាជិកផ្សេង និងវិធីសាស្ត្រនៃការសិក្សាក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ។ យើងសិក្សាដោយមិនមានគ្រូបង្រៀនឡើយ។ អ្នកជួយគ្នាចែករំលែកបទពិសោធន៍ផ្សេងៗ និងសួរសំណួរ ប្រសិនបើអ្នកមិនយល់ពីសកម្មភាពណាមួយ។ អ្នកត្រូវធ្វើសកម្មភាព ១។ គោលបំណងនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះគឺ ៖

- កំណត់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល ការកំណត់ពេលវេលាសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល ការរំពឹងទុក និងការរៀបចំសិក្ខាសាលា
- ស្គាល់ឈ្មោះសិក្ខាកាមមួយចំនួន
- យល់ពីវិធីសាស្ត្រនៃការសិក្សាក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល ដូចជា សកម្មភាព និងការងារក្រុម។

សកម្មភាព ១ ក ៖ ការស្គាល់គ្នា



ក្នុងសកម្មភាព ១ ក អ្នកត្រូវណែនាំខ្លួនដោយសង្ខេបដើម្បីជាការស្គាល់គ្នា។



២០ នាទី

១. សិក្ខាកាមម្នាក់ៗណែនាំខ្លួន ដោយផ្តល់ព័ត៌មានពី ៖

- ឈ្មោះពេញ និងឈ្មោះហៅក្រៅ ដែលអ្នកចូលចិត្តប្រើក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល
- អាសយដ្ឋានហាង ឬផ្សារ
- រយៈពេលបើកអាជីវកម្ម (ប្រសិនបើអាច)

- គោលបំណងរបស់អ្នកក្នុងការចូលរួមវគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងក្តីរំពឹងទុករបស់អ្នកដើម្បីជួយដល់អាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។
២. សិក្ខាកាមម្នាក់ៗចែករំលែករូបថត ឬគំនូរផលិតផលរបស់ខ្លួនដែលលក់ដាច់បំផុតដល់សិក្ខាកាមផ្សេងទៀត។ បង្ហាញព័ត៌មានទាំងនេះលើជញ្ជាំង ឬនៅកណ្តាលតុ ឬបង្ហាញតាមទូរស័ព្ទចល័ត។
៣. បំពេញក្នុងសន្លឹកខាងក្រោម (ប្រសិនបើមិនធ្វើពេលនេះ អ្នកអាចធ្វើក្នុងពេលសម្រាកញ្ញាំអាហារសម្រន់ និងសម្រាកញ្ញាំបាយថ្ងៃត្រង់បាន)។

តារាង ១ ក ៖ ព័ត៌មានរបស់សិក្ខាកាម		
ឈ្មោះសិក្ខាកាម	អាសយដ្ឋានហាង ឬផ្សារ	លេខទូរស័ព្ទ/អ៊ីម៉ែល



ក្នុងវគ្គនេះ អ្នកបានស្គាល់សមាជិកក្រុម និងព័ត៌មានមួយចំនួនពីអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។



**វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២ ៖
ការវាយតម្លៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក**

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២ ៖ ការវាយតម្លៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក



៩០ នាទី



១



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ អ្នកនឹងធ្វើសកម្មភាពមួយចំនួនដើម្បី វាយតម្លៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកត្រូវធ្វើសកម្មភាព ៣។ វគ្គនេះមានគោលបំណង ៖

- យល់ពីកត្តាដែលជះឥទ្ធិពលដល់អាជីវកម្មរបស់អ្នក
- យល់ពីកត្តាដែលកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក
- ប្រើប្រាស់ SWOT ជាឧបករណ៍សម្រាប់ស្វែងយល់ពីកត្តាជោគជ័យខាងក្នុង និង ឱកាសខាងក្រៅ ឬការគំរាមកំហែងលើអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

សកម្មភាព ២ ក ៖ កត្តាកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម



ក្នុងសកម្មភាព ២ ក អ្នកនឹងផ្ដោតលើកត្តាសំខាន់ៗមួយចំនួនដែលកំណត់ភាពជោគជ័យ ក្នុងអាជីវកម្ម។ ការពិភាក្សាក្នុងចំណោមសមាជិកក្រុមនឹងជួយអ្នកកំណត់កត្តាជះឥទ្ធិពលលើ អាជីវកម្មរបស់អ្នក។



៤៥ នាទី

១. ពិភាក្សាក្នុងក្រុមពីពាក្យគន្លឹះក្នុងតារាងពាក្យក្នុងតារាង ២ ក ខាងក្រោម។ ជ្រើសរើសពាក្យសំខាន់ៗចំនួន ៥ សម្រាប់ក្រុមរបស់អ្នក។ ពិភាក្សាពីលំដាប់ពាក្យ រហូតដល់ព្រមព្រៀងគ្នា (៥ នាទី)។

២. ក្រុមនីមួយៗបង្ហាញពីលក្ខណៈសំខាន់ៗទាំង ៥ របស់ខ្លួនលើក្រដាសផ្ទាំងធំ ឬ ក្រដាសធំ (៥ នាទី)។

៣. សួរសំណួរខាងក្រោម (១០ នាទី) ៖

- តាមក្រុមទាំងអស់មានលក្ខណៈដូចគ្នាអ្វីខ្លះ?
- តើពាក្យណាខ្លះដែលត្រូវបានពិភាក្សាច្រើនបំផុត? ហេតុអ្វី?

- តើមានពាក្យណាដែលទាក់ទងតែនឹងស្ត្រី ឬទេ? ហេតុអ្វី?

៤. នៅពេលអ្នកបញ្ចប់សកម្មភាពនេះ សូមវាយតម្លៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងរូបអ្នកផ្ទាល់ក្នុងនាមជាពាណិជ្ជករមួយរូប។

៥. ពិភាក្សាការវាយតម្លៃរបស់អ្នកក្នុងក្រុម និងឆ្លុះបញ្ចាំងលើចំណុចខាងក្រោម ៖

- តើអ្នកអាចរៀបពាក្យទាំងនេះជាក្រុមបានដែរ ឬទេ? ខ. ពាក្យដែលពាក់ព័ន្ធនឹងហិរញ្ញវត្ថុ ការធ្វើទីផ្សារ បុគ្គលិក។ល។
- តើអ្នកអាចគិតពីការរៀបរយលំដាប់ពាក្យទាំងនេះ ទៅតាមកម្រិតភាពងាយស្រួល-លំបាក ក្នុងការលើកឡើងបានដែរ ឬទេ?
- តើអ្នកអាចគិតពីរបៀបដែលអ្នកនឹងធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ ឬទេ? តើអ្នកដឹងពីអ្វីដែលត្រូវធ្វើ ឬទេ? (ខ. មានការរៀបចំប្រសើរជាងមុន ស្វែងរកការណែនាំពីអ្នកដទៃ ឬស្រាវជ្រាវរកឯកសាររៀនសូត្រ ដូចជា សៀវភៅ ទស្សនាវដ្តី អ៊ីនធឺណិត)។

តារាង ២ ក ៖ កត្តាកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម

ពាក្យគន្លឹះ		
កន្លែងប្រកបអាជីវកម្ម/លក់	ដឹងពីតម្រូវការរបស់អតិថិជន	តម្លៃលក់ល្អប្រសើរ
ដឹងពីចំណាយក្នុងអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំ	ថ្លៃដើមផលិតផល	ការឧបត្ថម្ភពីគ្រួសារ
ផលិតផលមានគុណភាពល្អ	បុគ្គលិក/និយោជិតដែលរស់	បច្ចេកទេសធ្វើទីផ្សារល្អប្រសើរ
ការទាក់ទាញអតិថិជន	ផលិតផលដែលមាន	និយោជិតជំនាញ
ការស្តុកទុកបានល្អ	មិនមានផលិតផលខូចគុណភាព	ភាពអាចរកបាននៃប្រាក់កម្ចី
ដឹងពីកិច្ចការប្រចាំថ្ងៃរបស់អ្នក	លក្ខខណ្ឌការងារល្អប្រសើរ	ការរៀបចំល្អប្រសើរ
កន្លែងធ្វើការស្អាត	អតិថិជនគ្រប់គ្រាន់	ការតាមដានសាច់ប្រាក់
កន្លែងធ្វើការមានការរៀបចំ	ដឹងពីប្រភេទចំណាយរបស់អ្នក	អ្នកជំនួញដ៏ល្អ

ពេញចិត្តនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក	ផលិតផលមានសភាពល្អ	ការដឹងពីចំណូលរបស់អ្នក
គ្រឿងបរិក្ខារមានដំណើរការល្អ	ដឹងពីកិច្ចការរបស់និយោជិត	ការដឹងពីបំណុលរបស់អ្នក
អតិថិជនត្រឡប់មករកអ្នកវិញ		
កត្តាសំខាន់ៗទាំង ៥ ដែលកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម		
កត្តាសំខាន់ៗទាំង ៥ ក្នុងអាជីវកម្ម	មូលហេតុនៃការជ្រើសរើស	តើអ្នកធ្វើកិច្ចការនេះបានល្អប្រសើរ ឬទេ? ដាក់ពិន្ទុ ៖ ☺ ល្អ ☹ ធម្មតា ⊖ ត្រូវកែលម្អ
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

ការវាយតម្លៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក					
	កត្តាកំណត់ជោគជ័យ	☺ ល្អ	☹ ធម្មតា	⊖ មិនល្អ	តើខ្ញុំអាចធ្វើអ្វីបានខ្លះ?
1.	កន្លែងប្រកបអាជីវកម្ម/លក់				
2.	ដឹងពីចំណាយក្នុងអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំ				
3.	គុណភាពផលិតផល				
4.	អតិថិជន				
5.	ការស្តុកទុកផលិតផល				

6.	កិច្ចការប្រចាំថ្ងៃ និងទម្លាប់				
7.	កន្លែងធ្វើការស្អាត				
8.	កន្លែងធ្វើការមានការរៀបចំ				
9.	ពេញចិត្តនឹងអាជីវកម្ម				
10.	ដំណើរការគ្រឿងបរិក្ខារ				
11.	ដឹងពីបំណុលរបស់អ្នក				
12.	ដឹងពីតម្រូវការអតិថិជន				
13.	ថ្លៃដើមផលិតផល				
14.	តម្លៃលក់				
15.	ផលិតផលដែលមាន				
16.	ផលិតផលខូចគុណភាព				
17.	ផលិតភាពរបស់បុគ្គលិក				
18.	លក្ខខណ្ឌការងារបុគ្គលិក				
19.	អតិថិជនគ្រប់គ្រាន់				
20.	ចំណាយសរុប				
21.	ផលិតផលមានសភាពល្អ				
22.	ដឹងពីកិច្ចការរបស់បុគ្គលិក				
23.	អតិថិជនជនគ្រឿងមកវិញ				
24.	តម្លៃលក់				
25.	គ្រួសារជួយឧបត្ថម្ភអ្នក				
26.	បច្ចេកទេសធ្វើទីផ្សារ				
27.	បុគ្គលិកជំនាញ និងគួរឲ្យ ទុកចិត្ត				
28.	ភាពអាចរកបាននៃប្រាក់កម្ចី				
29.	ការកត់ត្រាចូលបញ្ជី				
30.	ការតាមដានលំហូរ				

	សាច់ប្រាក់				
31.	អ្នកជំនួញល្អ				
32	ដឹងពីប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នក				



ក្នុងសកម្មភាពនេះ អ្នកបានផ្ដោតលើកត្តាជាច្រើនដែលជះឥទ្ធិពលលើអាជីវកម្ម និងបង្ហាញពីពាក្យគន្លឹះសំខាន់ៗមួយចំនួន។ ក្រៅពីនេះ អ្នកបានវាយតម្លៃខ្លួនឯងក្នុងនាមជាអ្នកជំនួញម្នាក់ និងអាជីវកម្មរបស់អ្នកធៀបនឹងកត្តាទាំងនេះ។ មានកត្តាជាច្រើនដែលនឹងជះឥទ្ធិពលលើអាជីវកម្មរបស់អ្នក ហើយប្រសិនបើអ្នកអាចស្វែងរកកត្តាដែលជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានលើអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ នោះអាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងប្រសើរឡើង។

សកម្មភាព ២ ខ ៖ ការវិភាគ SWOT



ក្នុងសកម្មភាព ២ ខ អ្នកនឹងបំពេញការវិភាគ **SWOT** ដែលជាឧបករណ៍ប្រើប្រាស់សម្រាប់ស្វែងរកបញ្ហាក្នុងអាជីវកម្ម ដូចជា ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ និងកត្តាខាងក្រៅដែលជំរុញអាជីវកម្ម ឬហានិភ័យដែលអាចបំផ្លាញអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

SWOT ៖

- ចំណុចខ្លាំង (s) ៖ ក្នុងអាជីវកម្ម
- ចំណុចខ្សោយ (w) ៖ ក្នុងអាជីវកម្ម
- ឱកាស (o) ៖ មកពីខាងក្រៅអាជីវកម្ម
- ការគំរាមកំហែង (T) ៖ មកពីខាងក្រៅអាជីវកម្ម

ចំណុចខ្លាំង ៖ ធ្វើឲ្យអាជីវកម្មអ្នកទទួលបានគុណប្រយោជន៍លើអាជីវកម្មស្រដៀងគ្នា។ ឧ. ផលិតផលមានគុណភាព ឬទីតាំងល្អសម្រាប់ការលក់។

ចំណុចខ្សោយ ៖ ផ្នែកដែលអ្នក និងអាជីវកម្មរបស់អ្នកមិនមានលក្ខណៈល្អប្រសើរ។
ឧ. អ្នកផ្គត់ផ្គង់មិនចិតថេរ ឬថ្លៃដើមខ្ពស់លើការដឹកជញ្ជូនផលិតផល។

ឱកាស ៖ ជាអ្វីដែលកើតមានក្រៅអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដែលអាចជួយដល់អ្នកបាន។ ឧ. ផ្ទះសំណាក់ថ្មីក្នុងតំបន់ ឬអ្នកទេសចរណ៍ដែលប្រើប្រាស់ចំណាត់ចំណុះក្រុង។

ការគំរាមកំហែង ៖ ជាអ្វីដែលស្ថិតនៅខាងក្រៅអាជីវកម្ម ដែលអាចបង្កបញ្ហាដល់អាជីវកម្មរបស់អ្នក និងកាត់បន្ថយប្រាក់ចំណេញ។ ឧ. គំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នកមានការពេញនិយម ហើយអ្នកផ្សេងទៀតចម្លងគំនិតនោះ ឬមានភ្ញៀវទេសចរណ៍តិចតួចដែលនឹងទិញផលិតផលរបស់អ្នក។

នៅពេលចំណុចខ្លាំង និងឱកាសមានច្រើនជាងចំណុចខ្សោយ និងការគំរាមកំហែងអ្នកមានភាពម្ចាស់ការលើអាជីវកម្ម និងអាចប្រឈមនឹងហានិភ័យរំពឹងទុកបាន។ នៅពេលចំណុចខ្សោយ និងការគំរាមកំហែងមានច្រើនជាងចំណុចខ្លាំង និងឱកាស អ្នកត្រូវចាត់វិធានការដោយប្រុងប្រយ័ត្នដើម្បីសង្គ្រោះអាជីវកម្ម។

ខាងក្រោមនេះជាឧទាហរណ៍មួយនៃការវិភាគ SWOT។

ចំណុចខ្លាំង	ចំណុចខ្សោយ
<p>ទីតាំងដំបូងគេក្នុងទីផ្សារមូលដ្ឋាន</p> <p>លក់ផលិតផលច្រើនប្រភេទ</p> <p>ស្គាល់អ្នកផលិតវត្ថុសិប្បកម្មជាច្រើន</p> <p>មានជំនាញផ្គត់ផ្គង់ផលិតផល និងចរចា</p> <p>តម្លៃផលិតផលបានល្អ</p>	<p>ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុមិនចិតថេរ</p> <p>មិនមានការធ្វើទីផ្សារ ឬផែនការអភិវឌ្ឍន៍</p>
ឱកាស	ការគំរាមកំហែង
<p>ភ្ញៀវទេសចរណ៍ជាច្រើនមកកាន់តំបន់នេះ</p> <p>មានសណ្ឋាគារ និងផ្ទះសំណាក់កាន់តែច្រើន</p> <p>មានទំនាក់ទំនងល្អជាមួយប្រជាជនមូលដ្ឋាន និងអាជីវកម្មជាច្រើន</p>	<p>គូប្រកួតប្រជែងអាចចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម</p> <p>ស្រដៀងគ្នាបានដោយងាយ ដែលអាចធ្វើឲ្យការលក់ថយចុះ។</p>
<p>មានចំណុចខ្លាំងច្រើនជាងចំណុចខ្សោយ? បាទ/ចាស <input checked="" type="checkbox"/> ទេ <input type="checkbox"/></p> <p>មានឱកាសច្រើនជាងការគំរាមកំហែង? បាទ/ចាស <input checked="" type="checkbox"/> ទេ <input type="checkbox"/></p> <p>តើខ្ញុំអាចកែលម្អចំណុចខ្សោយ និងការគំរាមកំហែងបានយ៉ាងដូចម្តេច?</p> <p>ខ្ញុំនឹងកែលម្អអាជីវកម្មដោយយកចិត្តទុកដាក់ខ្លាំងលើហិរញ្ញវត្ថុ និងការធ្វើទីផ្សារ។</p>	

ខ្ញុំនឹងផ្តល់សេវាល្អដល់អ្នកផលិត និងអតិថិជនដើម្បីឲ្យខ្ញុំនៅតែអាចបន្តឈានមុខក្នុងអាជីវកម្មបាន។
ខ្ញុំនឹងប្រើប្រាស់មិត្តភក្តិ គ្រួសារ និងបណ្តាញរបស់ខ្ញុំដើម្បីគាំទ្រ និងជំរុញអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំ។



២៥ នាទី

១. តាមរយៈការគិតពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក សរសេរចំណុចជាច្រើនស្តីពីចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមកំហែង (៥ នាទី)។

២. ធ្វើការជាគូក្នុងក្រុម។ ដោយប្រើប្រាស់លក្ខណវិនិច្ឆ័យក្នុងសកម្មភាព ២ ក (កត្តាសំខាន់ៗទាំង ៥ ដែលកំណត់ជោគជ័យ) ពិនិត្យពាក្យដែលគ្របដណ្តប់ច្រើនបំផុត រួចពិភាក្សាពីពាក្យទាំងនេះ (១០ នាទី)។

៣. សួរសំណួរខាងក្រោមដើម្បីបង្ហាញពីភាពស្រដៀងគ្នា និងដោះស្រាយបញ្ហាក្នុងក្រុម (១០ នាទី) ៖

- តើគូណាដែលមានអំណះអំណាងស្រដៀងគ្នា? ពាក្យណាខ្លះ?
- តើគូណាមានបញ្ហាប្រឈមដែលពួកគេមិនដឹងរបៀបដោះស្រាយ? ប្រសិនបើមាន តើគូផ្សេងក្នុងក្រុមដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនេះដោយរបៀបណា?
- តើអ្នកកំពុងទទួលបានគំនិត ស្តីពីបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួនក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក ឬ?

តារាង ២ ខ ៖ ការវិភាគ SWOT

ចំណុចខ្លាំង	ចំណុចខ្សោយ
ឱកាស	ការគំរាមកំហែង
<p>មានចំណុចខ្លាំងច្រើនជាងចំណុចខ្សោយ? បាទ/ចាស <input checked="" type="checkbox"/> ទេ <input type="checkbox"/></p> <p>មានឱកាសច្រើនជាងការគំរាមកំហែង? បាទ/ចាស <input checked="" type="checkbox"/> ទេ <input type="checkbox"/></p> <p>តើខ្ញុំអាចកែលម្អចំណុចខ្សោយ និងការគំរាមកំហែងបានយ៉ាងដូចម្តេច?</p> <p>ខ្ញុំនឹង</p> <p>ខ្ញុំនឹង</p> <p>ខ្ញុំនឹង</p>	



ក្នុងសកម្មភាពនេះ អ្នកបានប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ទី ២ ដើម្បីកំណត់កត្តាខាងក្នុង និងខាងក្រៅ ដែលជះឥទ្ធិពលវិជ្ជមាន និងអវិជ្ជមានលើអាជីវកម្ម។ មានកត្តាជាច្រើនដែលជះឥទ្ធិពលលើ អាជីវកម្ម ហើយប្រសិនបើអ្នកអាចរកឃើញ និងផ្លាស់ប្តូរ អាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងប្រសើរឡើង។

សកម្មភាព ២ គ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន



ក្នុងសកម្មភាពចុងក្រោយនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ អ្នកនឹងសម្រេចចិត្តលើសកម្មភាពជាក់លាក់មួយចំនួនពាក់ព័ន្ធនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ដោយចង់ចាំនូវរាល់ចំណុចដែលអ្នកបានពិភាក្សាកន្លងមក សូមចំណាយពេលពីរបីនាទីដើម្បីកត់ត្រាមតិរបស់អ្នក។



១០ នាទី

១. សិក្ខាកាមម្នាក់ៗប្រើប្រាស់តារាង ២ គ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួនដើម្បីសរសេរពីការផ្លាស់ប្តូរ ១-៣ ដែលអ្នកចង់បានដើម្បីកែលម្អអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ដោយផ្អែកលើអ្វីដែលអ្នកបានសិក្សាក្នុងសកម្មភាពពីមុន តើអ្នកចង់ឲ្យមានការកែលម្អដែរ ឬទេ? ប្រសិនបើមាន សូមសម្រេចចិត្តពីប្រព័ន្ធដែលអ្នកនឹងអនុវត្ត ឬកែលម្អ។
២. កត់ត្រារបៀបដែលអ្នកនឹងធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ
៣. កត់ត្រាពីពេលវេលាដែលអ្នកនឹងធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ
៤. នៅទីបំផុត បញ្ជាក់ពីអ្នកដែលនឹងទទួលខុសត្រូវលើការផ្លាស់ប្តូរនេះ។

តារាង ២ គ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន			
ការផ្លាស់ប្តូរ	វិធី	ពេលវេលា	អ្នកទទួលខុសត្រូវ



ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២ អ្នកបានផ្ដោតលើការវាយតម្លៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដែលជួយអ្នកក្នុងការកំណត់កត្តាដែលជួយដល់អាជីវកម្មឲ្យជោគជ័យ និងកំណត់ចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយខាងក្នុង និងឱកាស និងការគំរាមកំហែងខាងក្រៅ។ សូមអានផ្នែកទី ១ នៃ **GPG** ដើម្បីទទួលបានព័ត៌មានបន្ថែម។

**វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៣ ៖
ការធ្វើទីផ្សារអាជីវកម្មរបស់អ្នក**

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៣ ៖ ការធ្វើទីផ្សារអាជីវកម្មរបស់អ្នក



៩៥ នាទី



២



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះផ្តោតលើភាពចាំបាច់នៃផែនការទីផ្សារ និងផ្តល់សកម្មភាពក្នុងការបង្កើតផែនការមួយសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ផែនការទីផ្សារត្រូវបានបង្កើតឡើងពីការវិភាគអតិថិជន និងការវិភាគទីផ្សារ និងរួមបញ្ចូលគោលការណ៍នៃការធ្វើទីផ្សារ “4 P” ៖ ផលិតផល ទីកន្លែង ការផ្សព្វផ្សាយ និងថ្លៃ។ អាជីវកម្មដែលមានប្រសិទ្ធភាពទាំងអស់សុទ្ធតែត្រូវការផែនការទីផ្សារ ដើម្បីឲ្យអាជីវកម្មទទួលបានអតិថិជនច្រើន។ ផែនការទីផ្សារជាកត្តាចាំបាច់ ប្រសិនបើអ្នកត្រូវសរសេរផែនការអាជីវកម្ម។ ផែនការអាជីវកម្មជាឯកសាររៀបរាប់លម្អិត និងពន្យល់ពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ការសរសេរផែនការអាជីវកម្មជាលំហាត់ដ៏មានប្រយោជន៍សម្រាប់អ្នក ព្រោះវាជួយរៀបចំគំនិត របស់អ្នក និងរៀបចំផែនការសម្រាប់ការលូតលាស់អាជីវកម្ម។ អ្នកត្រូវធ្វើសកម្មភាព ៤។ វគ្គនេះមានគោលបំណង ៖

- រៀបរាប់ពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដោយប្រើពាក្យគន្លឹះដើម្បីឲ្យអ្នកដទៃទៀតយល់ពីសកម្មភាពរបស់អ្នក និងវិធីរបស់អ្នក
- ផ្តោតលើផ្នែកសំខាន់ៗនៃផែនការអាជីវកម្ម
- ទទួលបានខ្លឹមសារសង្ខេបនៃផែនការទីផ្សារ និងទស្សនាទានសំខាន់ៗនៃការធ្វើទីផ្សារ។

សកម្មភាព ៣ ក ៖ រៀបរាប់ពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក



ក្នុងសកម្មភាពនេះ អ្នកនឹងសិក្សាពីរបៀបរៀបរាប់ពីអាជីវកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ដំបូង យើងនឹងអានករណីសិក្សា និងឧទាហរណ៍ មុនពេលបំពេញការរៀបរាប់ពីអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ឯកសារគំរូ។ ការរៀបរាប់អាជីវកម្មជួយអ្នកឆ្លើយសំណួរខាងក្រោម ៖

- ផលិតផលដែលជាតម្រូវការរបស់អតិថិជន?
- ផលិតផលដែលត្រូវលក់?
- អតិថិជនគោលដៅ?
- របៀបលក់ផលិតផល?



ករណីសិក្សា

(៥ នាទី) ដុមស៊ីឡើវីរស់នៅក្នុងទីក្រុងតូចមួយ ជាមួយកូនៗវ័យជំទង់ពីរនាក់ របស់គាត់។ គាត់ទិញ និងលក់វត្ថុសិប្បកម្មផលិតក្នុងស្រុក ក្នុងផ្សារថ្មើរជើងមួយនៅថ្ងៃ សៅរ៍។ អាជីវកម្មនេះមានដំណើរការល្អក្នុងរយៈពេលពីរឆ្នាំកន្លងមក។ ដុមអាចទទួល បានវត្ថុសិប្បកម្មគ្រប់គ្រាន់ពីភូមិជុំវិញ ហើយគាត់មានការផ្លាស់ប្តូរស្តុកយ៉ាងល្អ។ គាត់កំពុងគិតចង់ពង្រីកអាជីវកម្មដោយរាប់បញ្ចូលជម្រើសផ្សេងទៀតសម្រាប់ការលក់ ដោយសារគាត់បានកត់សម្គាល់ថា មានភ្ញៀវទេសចរណ៍កាន់តែច្រើនក្នុងតំបន់ដែល ស្នាក់នៅក្នុងផ្ទះសំណាក់ និងផ្ទះអ្នកស្រុក។ ដុមបានវាយតម្លៃអាជីវកម្មបច្ចុប្បន្ន របស់ខ្លួន និងចង់កែលម្អការធ្វើទីផ្សារ និងការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ។ ក្រៅពីនេះ គាត់ចង់ ខ្ចីប្រាក់ពីពូរបស់គាត់ ដែលផ្តល់លក្ខខណ្ឌសងប្រាក់ដ៏ល្អ ដូចជា អត្រា ការប្រាក់ទាបបំផុត។ មុនពេលគាត់វិនិយោគ គាត់ចង់ដឹងពីសុវត្ថិភាពសាច់ប្រាក់ របស់គាត់ និងចង់ដឹងថាតើដុមអាចសងប្រាក់ឲ្យគាត់តាមខែបានដែរ ឬយ៉ាងណា។ ដូច្នេះ គាត់បានតម្រូវឲ្យដុមរៀបចំផែនការអាជីវកម្មដោយមានការព្យាករមួយចំនួន។

ការរៀបរាប់ពីអាជីវកម្មរបស់ដុមស៊ីឡើវី	
ឈ្មោះអាជីវកម្ម	
ប្រភេទអាជីវកម្ម	<input type="checkbox"/> អ្នកផលិត <input type="checkbox"/> អ្នកផ្តល់សេវា <input checked="" type="checkbox"/> អ្នកលក់រាយ <input type="checkbox"/> អ្នកលក់ដុំ
តើផលិតផលបំពេញតម្រូវការអ្វីខ្លះ?	វត្ថុសិប្បកម្មសម្រាប់ប្រជាជនមូលដ្ឋាន អ្នកដំណើរ និង ភ្ញៀវទេសចរណ៍ដើម្បីគាំទ្រសិប្បករក្នុងមូលដ្ឋាន (ឧ. ការទទួលខុសត្រូវក្នុងសង្គម) អំណោយសម្រាប់

	ពិធីបុណ្យ និងព្រឹត្តិការណ៍ពិសេស (ឧ. ទិវាបុណ្យម្តាយ និងប័ណ្ណសម្រាប់ថ្ងៃទទួលសញ្ញាបត្រ) និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ពីថ្ងៃឈប់សម្រាក/ដំណើរកំសាន្តរបស់ពួកគេ។
តើអាជីវកម្មនេះនឹងផលិតផលិតផលអ្វី?	គ្មានទេ។ ផលិតផលត្រូវបានទិញពីសិប្បករក្នុងមូលដ្ឋាន
អតិថិជនគោលដៅ?	អ្នកដែលរស់នៅ ធ្វើការ ឬធ្វើដំណើរកំសាន្តក្នុងទីក្រុង។
របៀបលក់ផលិតផល?	ក្នុងទីផ្សារ ផ្ទះសំណាក់ ចំណាត់ចែងក្រុង ហាងកាហ្វេ និងក្នុងទីផ្សារដែលមាន “ព្រឹត្តិការណ៍” ពិសេស (ឧ. ការទទួលសញ្ញាបត្រ ៖ ក្រៅសាលានៅថ្ងៃទទួលសញ្ញាបត្រ)

និយមន័យមួយចំនួន ៖

- **អ្នកផលិត ៖** ធ្វើ/ផលិតផលិតផល
- **អ្នកលក់ដុំ ៖** ផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលក្នុងបរិមាណច្រើន (ដុំ) និងលក់ឲ្យអ្នកលក់រាយ។ ពួកគេមិនលក់ដោយផ្ទាល់ដល់សាធារណៈជនឡើយ។ ប្រសិនបើអ្នកលក់រាយអាចឈប់ទិញពីអ្នកលក់ដុំ (ឧ. ពួកគេទទួលបានផលិតផលពីអ្នកផលិត) ពួកគេមិនចាំបាច់បង់ចំណាយរបស់អ្នកលក់ដុំឡើយ។ ដូច្នោះ ផលិតផលតែងតែមានតម្លៃថោក។ គេនឹងត្រូវការអ្នកលក់ដុំ ប្រសិនបើអ្នកលក់មិនអាចទទួលបានផលិតផលពីអ្នកផលិត។
- **អ្នកផ្តល់សេវា ៖** មិនលក់ផលិតផល ប៉ុន្តែលក់សេវា (ឧ. ការជួសជុលម៉ាស៊ីនដេរ ការកាត់សក់)។



៣០ នាទី

១. ពិភាក្សាពីចំណងជើងនីមួយៗនៃផែនការអាជីវកម្ម។ សូមអានតារាងផ្ទៀងផ្ទាត់ផែនការអាជីវកម្មខាងក្រោម និងផ្នែកទី ១ នៃ GPG។
២. អានការពន្យល់ខាងក្រោមពីតារាងផ្ទៀងផ្ទាត់ផែនការអាជីវកម្ម។ អ្នក

មិនចាំបាច់អានព័ត៌មានទាំងអស់ក្រោមចំណងជើងនីមួយៗឡើយ ព្រោះព័ត៌មានភាគច្រើននឹងត្រូវបានបង្ហាញលម្អិតក្នុងម៉ូឌុលនៅពេលក្រោយ។ អ្នកគួរផ្ដោតសំខាន់លើផ្នែកស្តីពីការវិភាគទីផ្សារ និងផែនការទីផ្សារ។

៣. យើងបានអានពីករណីសិក្សារបស់ជុម។ ឥឡូវនេះ យើងនឹងបំពេញការរៀបរាប់ពីអាជីវកម្មរបស់អ្នកក្នុងតារាង ៣ ក។ ធ្វើការជាគូ (១០ នាទី)។

៤. ចែករំលែកការរៀបរាប់របស់អ្នកក្នុងក្រុម (១០ នាទី)។

៥. ពិភាក្សាក្នុងក្រុមពីសំណួរខាងក្រោម (៥ នាទី)

- តើគូពិភាក្សាទាំងបីមានចំណុចខុសគ្នា និងចំណុចស្រដៀងគ្នាអ្វីខ្លះ?
- តើអ្នកយល់ថា សកម្មភាពនេះនឹងជួយអ្នកធ្វើអ្វីខ្លះ?

តារាងផ្ទៀងផ្ទាត់ផែនការអាជីវកម្ម*	
<p>សេចក្តីសង្ខេបប្រតិបត្តិ ៖</p> <ul style="list-style-type: none"> • ឈ្មោះអាជីវកម្ម • ឈ្មោះម្ចាស់ • ទស្សនៈវិស័យ (ក្នុងរយៈពេល ៥ ឆ្នាំខាងមុខ) • រចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម អ្នកចូលរួម និងទីកន្លែង • រៀបរាប់ពីផលិតផល និងរបៀបផលិត/ធ្វើ • ឱកាសទីផ្សារសម្រាប់ការលក់ • គោលដៅការលក់ក្នុងរយៈពេល ១, ២, ៣ ឆ្នាំខាងមុខ • នៅពេលខ្ចីប្រាក់ ៖ រាប់បញ្ចូលចំនួន របៀបប្រើប្រាស់ និងរបៀបដែលអ្នកធានាការទូទាត់សង ដោយផ្អែកលើជោគជ័យអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ 	
<p>ការរៀបរាប់ពីអាជីវកម្ម</p> <ul style="list-style-type: none"> • លក្ខណៈរបស់ផលិតផល ជាពិសេសធៀបនឹងគូប្រកួតប្រជែង • ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃអាជីវកម្ម ដូចជា ការកំណត់ថ្លៃលក់ និងការធ្វើទីផ្សារ 	
<p>ការវិភាគទីផ្សារ</p>	

<ul style="list-style-type: none"> • ការរៀបរាប់ជាក់លាក់ពីផលិតផល ដូចជា ទំហំ វត្ថុធាតុ ទម្ងន់ • ការរៀបរាប់ពីអតិថិជន និងមូលហេតុដែលពួកគេទិញផលិតផលរបស់អ្នក • ការវាយតម្លៃសក្តានុពលទីផ្សារ (ឧ. ភ្ញៀវទេសចរណ៍ច្រើន ឬសណ្ឋាគារថ្មីៗ) • ទីផ្សារលក់ប្រកួតប្រជែង មូលហេតុដែលអ្នកនឹងមានប្រៀបជាអ្នកដទៃ • ចំណុចលក់លេចធ្លោ (ឧ. ប្រភពក្នុងមូលដ្ឋាន សរីរាង្គ ឬមាននិរន្តរភាព) 	
<p>ផែនការគ្រប់គ្រង</p> <ul style="list-style-type: none"> • រចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម អ្នកទទួលខុសត្រូវ និងអ្នកគាំទ្រអាជីវកម្ម 	
<p>ផែនការទីផ្សារ</p> <ul style="list-style-type: none"> • ផ្លែសមស្របសម្រាប់អតិថិជន និងផ្លូវរបស់គូប្រកួតប្រជែង • ការចែកចាយ (ឧ. កន្លែងលក់ ការកម្មង់តាមប្រៃសណីយ៍។ល។) • ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយ។ 	
<p>ផែនការហិរញ្ញវត្ថុ</p> <ul style="list-style-type: none"> • ទឹកប្រាក់កម្ចីចាំបាច់សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ (ឬចាប់ផ្តើម) អាជីវកម្ម • ហិរញ្ញប្បទានថ្ងៃខាងមុខ នៅពេលអស់ប្រាក់កម្ចី ដោយផ្អែកលើកំណើនប្រាក់ចំណេញ • ការព្យាករប្រសិទ្ធភាពការងារ ដូចជា តួលេខប៉ាន់ស្មានដើម្បីបង្ហាញពីកំណើន • របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ការប៉ាន់ស្មានប្រាក់ចំណូលសរុប ចំណាយសរុប និងការវិនិយោគសរុបរបស់អ្នក (រួមទាំងទ្រព្យសកម្ម) • របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលដែលបង្ហាញពីប្រសិទ្ធភាពការងារប៉ាន់ស្មានក្នុងរយៈពេលចាប់ពី ៣ ឆ្នាំឡើងទៅ ប្រាក់ចំណូលសរុប និងចំណាយសរុប • ការវិភាគចំណុចស្រង់ដើមដែលបង្ហាញថា ប្រាក់ចំណូលពីការលក់គឺខ្ពស់ជាងចំណាយ (ឧ. ចំណាយក្នុងអាជីវកម្ម និងទុនចំណាយ) • ការព្យាករលំហូរសាច់ប្រាក់ដើម្បីបង្ហាញពីធនធានហិរញ្ញវត្ថុចាំបាច់ • មូលធន (ទ្រព្យសកម្ម) ដូចជា សំភារៈក្នុងអាជីវកម្ម វត្ថុធាតុ និងគ្រឿងបរិក្ខាររបស់អ្នក។ 	

តារាង ៣ ក ៖ ការរៀបរាប់ពីអាជីវកម្ម	
ឈ្មោះអាជីវកម្ម	
ប្រភេទអាជីវកម្ម	<input type="checkbox"/> អ្នកផលិត <input type="checkbox"/> អ្នកផ្តល់សេវា <input type="checkbox"/> អ្នកលក់រាយ <input type="checkbox"/> អ្នកលក់ដុំ <input type="checkbox"/> ផ្សេងៗ
តើផលិតផលបំពេញតម្រូវការអ្វីខ្លះ?	
តើអាជីវកម្មនេះនឹងផលិតផលអ្វី?	
អតិថិជនគោលដៅ?	
របៀបលក់ផលិតផល?	



ការប្រើប្រាស់ឯកសារគំរូដូចក្នុងសកម្មភាព ៣ ក នឹងផ្តល់ក្របខណ្ឌមួយដល់អ្នកក្នុងការរួមបញ្ចូលព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធចាំបាច់ទាំងអស់ដើម្បីរៀបរាប់លម្អិតពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ សកម្មភាពជាច្រើនក្នុងម៉ូឌុលនេះ នឹងផ្តោតលើជំនាញក្នុងការសរសេរផែនការលម្អិតសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។

សកម្មភាព ៣ ខ ៖ ការវិភាគទីផ្សារ



ក្នុងសកម្មភាព ៣ ខ អ្នកនឹងឈានដល់ចំណុចបន្តបន្ទាប់ក្នុងការសរសេរផែនការទីផ្សារ។



(៥ នាទី) ជំហានបន្ទាប់ក្នុងការសរសេរផែនការទីផ្សារគឺត្រូវវិភាគទីផ្សារ ពោលគឺការស្វែងយល់ពីអតិថិជន និងគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក។ តើអ្នកធ្វើសកម្មភាពនេះដោយរបៀបណា?

១. ពិភាក្សាជាមួយអតិថិជនដែលមានសក្តានុពល ៖

- តើពួកគេចង់ទិញផលិតផលអ្វី?
- តើពួកគេយល់យ៉ាងណាចំពោះអ្នកផ្សេងទៀតដែលលក់ផលិតផលស្រដៀងគ្នា?

២. អង្កេតអាជីវកម្មរបស់គូប្រកួតប្រជែង ៖

- តើពួកគេលក់ផលិតផលដែលមានគុណភាព ប្រភេទ ទំហំ។ល។ អ្វីខ្លះ?
- តើពួកគេកំណត់ថ្លៃលក់ប៉ុន្មាន?
- តើពួកគេទាក់ទាញអតិថិជនដោយរបៀបណា? តើពួកគេមានការផ្តល់ជូន និងការបញ្ចុះតម្លៃអ្វីខ្លះ?

៣. សាកសួរមិត្តភក្តិ គ្រួសារ និងអ្នកជំនួញផ្សេងទៀត ៖

- តើផលិតផលអ្វីដែលលក់ជាច្រើន?
- តើពួកគេយល់យ៉ាងណាចំពោះអាជីវកម្មរបស់អ្នក?
- តើពួកគេយល់យ៉ាងណាចំពោះផលិតផលគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក?
- តើពួកគេទាក់ទាញអតិថិជនដោយរបៀបណា?



២៥ នាទី

១. ពិភាក្សាពីក្រាហ្វិកសម្រាប់អាជីវកម្មសិប្បកម្មរបស់ផ្ទះស៊ីទុរី។ តើនរណាខ្លះ ដែលជាអតិថិជនរបស់គាត់? តើពួកគេមានតម្រូវការ និងចំណង់ចំណូល ចិត្តអ្វីខ្លះ? (៥ នាទី)។

២. ធ្វើការជាគូដើម្បីបំពេញក្រាហ្វិកទេរស្រដៀងគ្នាសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក (១០ នាទី)។

៣. សួរសំណួរខាងក្រោមដើម្បីជំរុញការពិភាក្សា (១០ នាទី)។

- តើអ្នកបានទទួលអតិថិជនថ្មីៗ ដែលមិនមែនជាបុគ្គល ឬអាជីវករផ្សេងទៀត ឬទេ?
- ចុះតម្រូវការ (ឧ. ប្រភេទវត្ថុសិប្បកម្ម) និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់ពួកគេ វិញ (ឧ. ទំហំ ទ្រង់ទ្រាយ ពណ៌ តាមយេនឌ័រ ព្រឹត្តិការណ៍តាមរដូវកាល ដូចជា ទិវាបុណ្យម្តាយ និងព្រឹត្តិការណ៍ពិសេសៗ ដូចជា ថ្ងៃទទួល សញ្ញាបត្រ ឬសង្ក្រាន)? តើអ្នកអាចផ្គត់ផ្គង់ដល់ព្រឹត្តិការណ៍ពិសេសៗ និង

បុណ្យអ្វីខ្លះ?

អតិថិជនសក្តានុពលរបស់ដុមស៊ីឡើ			
ចំណែកទីផ្សារ	អតិថិជនសក្តានុពល	តម្រូវការ និងចំណង់ ចំណូលចិត្តរបស់ អតិថិជន	ការវិភាគគួប្រកួតប្រជែង
1.	បុគ្គល (ម្ចាស់តូបក្នុងផ្សារ)	ស្រាល និងងាយវេចខ្ចប់ នៅពេលធ្វើដំណើរ ងាយធ្វើទៅបរទេស វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍នៃ ដំណើរកំសាន្ត	អ្នកលក់វត្ថុសិប្បកម្ម តិចតួចក្នុងទីផ្សារ ប្លុកនៃឯង អាជីវកម្មផ្សេងទៀត។ ចំណាយខ្ពស់លើការ ដឹកជញ្ជូនទំនិញពី ប្រទេសផ្សេង (លក់ តែក្នុងស្រុក)
2.	អាជីវកម្មផ្សេងទៀត (ឧ. ផ្ទះសំណាក់ ចំណាត ឡានក្រុង ហាងលក់វត្ថុ សិប្បកម្មក្នុងស្រុក វិចិត្រសាល និង ហាងកាហ្វេ)	ថ្មីៗនេះ ផ្គត់ផ្គង់ផលិត ផលដោយខ្លួនឯង (ចំណាយពេលច្រើន ដោយសារវាមិនមែនជា អាជីវកម្មសំខាន់ ហើយ ពួកគេមិនអាចចាកចេញ ពីហាងបាន) ជាទូទៅ ពួកគេមិនស្គាល់ កន្លែងស្វែងរកផលិតផល	ពេលវេលាតិចក្នុងការ ទិញ ចំណាយ ពេលច្រើនលើ អាជីវកម្មសំខាន់ (ឧ.ផ្ទះសំណាក់)
3.	សាលារៀន សាកលវិទ្យាល័យ (សិស្ស គ្រូបង្រៀន មាតាបិតាដែល រង់ចាំកូនរបស់ខ្លួន)	សិស្សមានពេល ជាក់លាក់ក្នុងការទិញ ផលិតផល និងមាន ថវិកាតិច។	មានគួប្រកួតប្រជែង តិចបំផុតក្នុងបរិវេណ សាលា

តារាង ៣ ខ ៖ ការវិភាគទីផ្សារ

ចំណែកទីផ្សារ	អតិថិជនសក្តានុពល	តម្រូវការ និងចំណង់ ចំណូលចិត្តរបស់ អតិថិជន	ការវិភាគគួប្រកួតប្រជែង
1.			
2.			
3.			



ក្នុងសកម្មភាពនេះ អ្នកបានផ្ដោតលើការវិភាគទីផ្សារសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ការវិភាគពីអតិថិជនសក្តានុពលរបស់អ្នកអាចជួយអ្នកក្នុងការស្វែងយល់ពីឱកាសអាជីវកម្មថ្មី និងបង្កើនអតិថិជនរបស់អ្នក។ អាចមានចំណែកទីផ្សារជាច្រើន។ ដូច្នោះ ត្រូវស្វែងរកលទ្ធភាពថ្មីៗដូចជា ទីកន្លែង និងរបៀបដែលអ្នកលក់ផលិតផល។ ខ. លក់ពីតូបរបស់អ្នកក្នុងផ្សារថ្មីរឹងរឹង។ អ្នកអាចទុកផលិតផលជាមួយអាជីវកម្មផ្សេងទៀតដើម្បីលក់ ឬអ្នកអាចស្វែងរកទីផ្សារតាមអ៊ីនធឺណិត ឬការកម្លាំងតាមប្រៃសណីយ៍។ មានន័យថា ការលក់ពីប័ណ្ណផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឬគេហទំព័រ។ បន្ទាប់មក អ្នកវិភាគ និងរៀបរាប់ពីតម្រូវការ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់ពួកគេ។ អ្នកត្រូវសួរពួកគេ ស្រាវជ្រាវរឿងពិតមួយចំនួនដើម្បីទទួលបានចម្លើយ។ នៅទីបំផុត អ្នកត្រូវដឹង និងវិភាគគួប្រកួតប្រជែងដើម្បីកែលម្អអាជីវកម្មឲ្យបានប្រសើរ។

សកម្មភាព ៣ គ ៖ ផលិតផល ទីកន្លែង ការផ្សព្វផ្សាយ



ក្នុងសកម្មភាព ៣ គ អ្នកនឹងស្វែងយល់ពីចំណុចសំខាន់ ៣ ក្នុង 4 P នៃការធ្វើទីផ្សារ។ យើងនឹងអានតារាងស្តីពីផលិតផល ទីកន្លែង ការផ្សព្វផ្សាយ និងថ្លៃខាងក្រោម និងផ្ដោតលើឯកសារគំរូដែលបានបំពេញមួយចំនួន មុនពេលធ្វើលំហាត់។

ផលិតផល ៖ តើអ្នកលក់ផលិតផលអ្វីខ្លះឲ្យអតិថិជន?

- ប្រភេទ ៖ កាបូប មួក កន្សែងបង់ក ស្រោមដៃ កាបូបលុយ។ល។
- ទំហំ ៖ កាបូបធំ កាបូបតូច កាបូបលុយ ខ្នាតតូច/មធ្យម/ធំ។ល។
- ម៉ូត ៖ ស្ពាយខាងក្រោយ ពាក់លើស្មា យូរដៃ។ល។
- យេនឌ័រ ឬអាយុ ៖ សមស្របសម្រាប់ទារក កុមារ មនុស្សចាស់ បុរស និង/ឬ ស្ត្រី
- គុណភាព ៖ ថោក និងថ្លៃដើមទាប ប្រភេទមធ្យម ថ្លៃ និងថ្លៃដើមខ្ពស់
- ពណ៌ ៖ ចាស់ ខ្ចី ចម្រុះ ទំនើប ប្រពៃណី។ល។
- ការដេចខ្ចប់ ៖ ថង់ផ្សារទំនើបដែលប្រើប្រាស់ឡើងវិញ ថង់ក្រដាសដែលបោះពុម្ពជាពិសេស ថង់ក្រណាត់សម្រាប់ផលិតផលថ្លៃៗ ដូចជា គ្រឿងអលង្ការ។

ទឹកថ្លៃ ៖ តើអ្នកលក់ផលិតផលឲ្យអតិថិជននៅកន្លែងណា? ដោយរបៀបណា?

- អតិថិជនមកទិញផលិតផលនៅតូប ឬស្តង់របស់អ្នក
- អ្នកលក់ផលិតផលឲ្យអាជីវកម្មផ្សេង ដែលនឹងមានទំនាក់ទំនងជាមួយភ្ញៀវទេសចរណ៍ និងអ្នកដំណើរ
- ចុះការកម្ទង់តាមប្រៃសណីវិញ? (ឧ. សម្រាប់អតិថិជនដើរកំសាន្តដែលបានត្រឡប់ទៅផ្ទះវិញ)
- តើអ្នកបានគិតពីការលក់តាមបណ្តាញអ៊ីនធឺណិត ឬហ្វេសប៊ុក ឬទេ? (ការកម្ទង់តាមប្រៃសណី)
- តើទីតាំងណាដែលល្អបំផុតសម្រាប់អតិថិជនរបស់អ្នក?
- តើអតិថិជននឹងទៅកំសាន្តនៅទីណាខ្លះ?
- តើខ្ញុំអាចដឹកជញ្ជូនផលិតផលទៅតូបបានដែរ ឬទេ?
- តើមានសេវាផ្សេងទៀត ដូចជា ទឹក អគ្គិសនី បន្ទប់ទឹក ឬ

បន្ទប់ផ្លាស់សម្លៀកបំពាក់ ឬទេ? (សម្រាប់សាកសម្លៀកបំពាក់ថ្មី)

- តើខ្ញុំត្រូវពិចារណាពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់នៅពេលជ្រើសរើសទីតាំង ឬទេ?
- តើខ្ញុំនៅតែអាចរកប្រាក់ចំណេញបាន ឬទេ ប្រសិនបើខ្ញុំនៅឆ្ងាយពីអ្នកផលិត?
- តើខ្ញុំអាចលក់តាមកន្លែងរបស់អ្នកផ្សេងទៀតបានដែរ ឬទេ? (ឧ. ទូក្នុងចំណាត់ ឡានក្រុង ការតាំងបង្ហាញលើជញ្ជាំងក្នុងផ្ទះសំណាក់ ឬតូបក្នុង ការិយាល័យក្រុង)
- តើការជួលមានតម្លៃប៉ុន្មាន?

ការផ្សព្វផ្សាយ ៖ តើអ្នកនឹងអាចឲ្យអតិថិជនដឹងពីផលិតផលរបស់អ្នកដោយ របៀបណា? តើអ្នកនឹងជំរុញពួកគេឲ្យទិញដោយរបៀបណា?

- សញ្ញានៅតូបសំខាន់របស់អ្នក (ឧ. ម៉ោងបិទ និងបើក លេខទូរស័ព្ទ ឈ្មោះរបស់ អ្នក ឈ្មោះអាជីវកម្ម និងអ៊ីម៉ែល)
- តើអ្នកពន្យល់លើប័ណ្ណអាជីវកម្ម ប័ណ្ណព័ត៌មាន ឬស្លាក ពីដើមកំណើត ផលិតផលរបស់អ្នក និងរបៀបដែលអ្នកកំពុងគាំទ្រអ្នកផលិតក្នុងមូលដ្ឋាន និងជំរុញវប្បធម៌ និងសិប្បកម្មជនជាតិ ឬទេ? តើអ្វីជាចំណុចលក់លេចធ្លោរ របស់អ្នក (USP)?
- តើអ្នកមានការជូនដំណឹង ឬប័ណ្ណព័ត៌មានដែលបង្ហាញពីការបញ្ចុះតម្លៃ សម្រាប់ការទិញចាប់ពី ១០ នៃផលិតផលតែមួយ ឬការលើកទឹកចិត្ត ដូចជា “ទិញ ២ ថែម ១” ឬទេ?
- ចុះការធានាគុណភាពវិញ?

ថ្លៃ ៖ តើអ្នកនឹងកំណត់ថ្លៃលក់ប៉ុន្មាន? ថ្លៃមានសារៈសំខាន់បំផុត។ ប្រសិនបើកំណត់ខ្ពស់ពេក អ្នកនឹងលក់មិនដាច់ ប៉ុន្តែប្រសិនបើកំណត់ទាបពេក អ្នកនឹងមិនបានប្រាក់ចំណេញឡើយ។ ការកំណត់ថ្លៃមានក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៣។

គំរូ		
ផលិតផល		
	ខ. កាបូបយូរដៃ	ខ. កាបូបលុយធ្វើពីបារអង្ករ
គុណភាព	ក្រណាត់កប្បាសលាបពណ៌ ធម្មជាតិ ដេរដោយដៃ	ប្រើប្រាស់ឡើងវិញ បារដែលបាន លាងសម្អាត ដេរថ្មីរំពឹងដើម្បី ភាពជាប់ មិនជ្រាបទឹក
ពណ៌	ខ្មៅ/ក្រហម	ខុសគ្នាទៅតាមបារដែលប្រើប្រាស់ ក្នុងពេលផលិត
ទំហំ	14" x 9" x 22"	6" x 3"
ការវេចខ្ចប់	Cellophane	ស្លាកអាជីវកម្ម
ចំណុចលក់លេចធ្លោរ (អ្វីដែលលេចធ្លោរ)	រចនាក្នុងស្រុក ធ្វើដោយដៃ	ថ្លៃដើមទាបបំផុតសម្រាប់វត្ថុធាតុ បារអង្ករកែច្នៃឡើងវិញ ប្រភពប្រកប ដោយនិរន្តរភាព
ទឹកនៃឯ		
ទីតាំងនោះ ៖ <input checked="" type="checkbox"/> ជួល <input type="checkbox"/> ជាម្ចាស់ <input type="checkbox"/> ជួលបន្ត <input type="checkbox"/> លក់/សេង <input type="checkbox"/> ផ្សេងៗ		
ទីតាំង	ចំណាត់ឡានក្រុងធំ	ផ្ទះសំណាក់ Lucky's
ហេតុអ្វី?	អ្នកដំណើរ និងភ្ញៀវ ទេសចរណ៍ជាច្រើនធ្វើដំណើរតាម ឡានក្រុង។ ខ្ញុំមិនចាំបាច់លក់ទេ គឺ គ្រាន់តែផ្គត់ផ្គង់ និងប្រមូលប្រាក់ រៀងរាល់សប្តាហ៍។	មិត្តភក្តិធ្វើការទីនេះ ផ្ទះសំណាក់រវល់ មិនចាំបាច់លក់ គឺគ្រាន់តែផ្គត់ផ្គង់ ប្រមូលប្រាក់/ខែ នឹងស្មើរកស៊ុកបន្ថែម
គុណវិបត្តិ?	បាត់សញ្ញា ផលិតផលខ្លះត្រូវបានចោរ លួច/បាត់	គ្មាន
ការជួល	ទេ។ បង់កម្រៃជើងសារ (៥% នៃ ទំនិញលក់ទាំងអស់)	មិនគិតថ្លៃ។ ពួកគេគាំទ្រអាជីវកម្មក្នុង ស្រុក។
ការផ្សព្វផ្សាយ		
ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម		

ប្រភេទ	ព័ត៌មានលម្អិត	ថ្លៃដើម
សញ្ញាសម្រាប់ តូបក្នុងផ្សារ	អ្នករចនាស្លាក ដែលមានឈ្មោះអាជីវកម្ម ម្ចាស់ លេខ ទូរស័ព្ទ	\$30
ប័ណ្ណអាជីវកម្ម	ដូចខាងលើដែរ ប៉ុន្តែរាប់បញ្ចូល USP (ឧ. មាននិរន្តរភាព ក្នុងស្រុក ធ្វើដោយ ដែរ។ល។)	\$12
ស្លាកផលិតផល (ដូចខាងលើ ឬមាន តែស្លាក)	ស្លាកតូចស្អិតដែលអាចបកចេញ បានលើសំបកវេចខ្ចប់ មានឈ្មោះ និង លេខទូរស័ព្ទ	\$5
ការផ្សព្វផ្សាយ		
ប្រភេទ	ព័ត៌មានលម្អិត	ថ្លៃដើម
ការបញ្ចុះតម្លៃតាម រដូវកាល	បញ្ចុះតម្លៃ ១០% សម្រាប់ទិវាបុណ្យ ម្តាយ បញ្ចុះតម្លៃ ២០% សម្រាប់ការលក់លាងឃ្លាំងរដូវរំហើយ	១០% នៃប្រាក់ចំណូលសម្រាប់ អំឡុងពេលដូចគ្នា
ទិញដុំ	បញ្ចុះតម្លៃ ២០% សម្រាប់ការទិញ ផលិតផលតែមួយចាប់ពី ៥ ឡើងទៅ ធ្វើតាមប្រៃសណីដោយឥតគិតថ្លៃ សម្រាប់ការទិញលើសពី ១០០ ដុល្លារ	ថ្លៃធ្វើតាមប្រៃសណី ២ ដុល្លារ/១០០ ១/៥
ទិញ ២ ថែម ១ (រាល់ពេល)	គ្រប់ពេលទាំងអស់ រាប់ទាំង ពេលមានតម្រូវការទាប រដូវភ្លៀង បុណ្យចូលឆ្នាំចិន	១/៣
ឧទាហរណ៍		
ផលិតផល		
	ឧ. កាបូបយូរដៃ	ឧ. កាបូបលុយធ្វើពីបារអង្ករ
គុណភាព	ក្រណាត់កប្បាសលាប	ប្រើប្រាស់ឡើងវិញ បារដែលបាន លាងសម្អាត ដេរថ្មេរពីរជាន់ដើម្បី

	ពណ៌ធម្មជាតិ ដេរដោយដៃ	ភាពជាប់ មិនជ្រាបទឹក
ពណ៌	ខ្មៅ/ក្រហម	ខុសគ្នាទៅតាមបារដែលប្រើប្រាស់ ក្នុងពេលផលិត
ទំហំ	14" x 9" x 22"	6" x 3"
ការវេចខ្ចប់	Cellophane	ស្លាកអាជីវកម្ម
ចំណុចលក់លេចធ្លោរ (អ្វីដែលលេចធ្លោរ)	រចនាក្នុងស្រុក ធ្វើដោយដៃ	ថ្លៃដើមទាបបំផុតសម្រាប់វត្ថុធាតុ បារអង្ករកែច្នៃឡើងវិញ ប្រភពប្រកប ដោយនិរន្តរភាព
ទឹកនៃឯង		
ទីតាំងនោះ ៖ <input checked="" type="checkbox"/> ជួល <input type="checkbox"/> ជាម្ចាស់ <input type="checkbox"/> ជួលបន្ត <input type="checkbox"/> លក់/សេង <input type="checkbox"/> ផ្សេងៗ		
ទីតាំង	ចំណាត់ទ្រានក្រុងធំ	ផ្ទះសំណាក់ Lucky's
ហេតុអ្វី?	អ្នកដំណើរ និងភ្ញៀវ ទេសចរណ៍ជាច្រើនធ្វើដំណើរតាម ទ្រានក្រុង។ ខ្ញុំមិនចាំបាច់លក់ទេ គឺ គ្រាន់តែផ្គត់ផ្គង់ និងប្រមូលប្រាក់ រៀងរាល់សប្តាហ៍។	មិត្តភក្តិធ្វើការទីនេះ ផ្ទះសំណាក់រវល់ មិនចាំបាច់លក់ គឺគ្រាន់តែផ្គត់ផ្គង់ ប្រមូលប្រាក់/ខែ នឹងស្មើរកស៊ុកបន្ថែម
គុណវិបត្តិ?	បាត់សញ្ញា ផលិតផលខ្លះត្រូវបានចោរ លួច/បាត់	គ្មាន
ការជួល	ទេ។ បង់កម្រៃជើងសារ (៥% នៃ ទំនិញលក់ទាំងអស់)	មិនគិតថ្លៃ។ ពួកគេគាំទ្រអាជីវកម្មក្នុង ស្រុក។
ការផ្សព្វផ្សាយ		
ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម		
ប្រភេទ	ព័ត៌មានលម្អិត	ថ្លៃដើម
សញ្ញាសម្រាប់ តួបក្នុងផ្សារ	អ្នករចនាស្លាក ដែលមានឈ្មោះអាជីវកម្ម ម្ចាស់ លេខ ទូរស័ព្ទ	\$30

ប័ណ្ណអាជីវកម្ម	ដូចខាងលើដែរ ប៉ុន្តែរាប់បញ្ចូល USD (ឧ. មាននិរន្តរភាព ក្នុងស្រុក ធ្វើដោយ ដែរ។ល។)	\$12
ស្លាកផលិតផល (ដូចខាងលើ ឬមាន តែស្លាក)	ស្លាកតូចស្អិតដែលអាចបកចេញ បានលើសំបកវេចខ្ចប់ មានឈ្មោះ និង លេខទូរស័ព្ទ	\$5
ការផ្សព្វផ្សាយ		
ប្រភេទ	ព័ត៌មានលម្អិត	ថ្លៃដើម
ការបញ្ចុះតម្លៃតាម រដូវកាល	បញ្ចុះតម្លៃ ១០% សម្រាប់ទិវាបុណ្យ ម្តាយ បញ្ចុះតម្លៃ ២០% សម្រាប់ការលក់លាងឃ្លាំងរដូវរំហើយ	១០% នៃប្រាក់ចំណូលសម្រាប់ អំឡុងពេលដូចគ្នា
ទិញដុំ	បញ្ចុះតម្លៃ ២០% សម្រាប់ការទិញ ផលិតផលតែមួយចាប់ពី ៥ ឡើងទៅ ធ្វើតាមប្រៃសណីដោយឥតគិតថ្លៃ សម្រាប់ការទិញលើសពី ១០០ ដុល្លារ	ថ្លៃធ្វើតាមប្រៃសណី ២ ដុល្លារ/១០០ ១/៥
ទិញ ២ ថែម ១ (រាល់ពេល)	គ្រប់ពេលទាំងអស់ រាប់ទាំង ពេលមានតម្រូវការទាប រដូវភ្លៀង បុណ្យចូលឆ្នាំចិន	១/៣




៣០ នាទី


១. ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីបំពេញគំរូឯកសារស្តីពីផលិតផលគំរូ និងទឹកនៃឯកសារតារាង ៣ គ។
២. បន្ទាប់មក ពិភាក្សាពីគំនិតមួយចំនួនសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នក ដូចជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម។
៣. ធ្វើការជាបុគ្គលដើម្បីរៀបចំផ្ទាំងរូបភាពទំហំ A4 ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ វាអាចមានព័ត៌មានអំពីអាជីវកម្ម ឬការផ្តល់ជូនពិសេស។ ត្រូវចាំថា ផ្ទាំងរូបភាពត្រូវតែអាចអានបានពីចម្ងាយ (ឧ. ពីជ្រុងម្ខាងនៃផ្លូវ)។ ដូច្នោះ ត្រូវរៀប ចំគំនូរ និងសំណេរដែលងាយអាន មានរចនាបទស្អាត ពាក្យសរសេរត្រូវ ពណ៌ខ្មៅ និងច្បាស់លាស់។ នៅពេលអ្នកបញ្ចប់រួចរាល់ ព្យួរផ្ទាំងរូបភាពរបស់អ្នកលើជញ្ជាំង។

តារាង ៣ គ ៖ ផលិតផល ទឹកនៃឯកសារ ការផ្សព្វផ្សាយ		
ផលិតផល		
	ផលិតផលទី ១	ផលិតផលទី ២
គុណភាព		
ពណ៌		
ទំហំ		
ការដេចខ្ចប់		
ចំណុចលក់លេចធ្លោរ (អ្វីដែលលេចធ្លោរ)		
ទឹកនៃឯកសារ		
ទីតាំងនោះ ៖ <input checked="" type="checkbox"/> ជួល <input type="checkbox"/> ជាម្ចាស់ <input type="checkbox"/> ជួលបន្ត <input type="checkbox"/> លក់/សេង <input type="checkbox"/> ផ្សេងៗ		
	ទីតាំងទី ១	ទីតាំងទី ២ (ជម្រើស)

ហេតុអ្វី?		
គុណវិបត្តិ?		
ការជួល		

 សកម្មភាពនេះបានបង្ហាញពីរបៀបសរសេរព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធនឹងផលិតផល ទឹកផ្លែឈើ និងការផ្សព្វផ្សាយ ហើយអ្នកមានឱកាសរៀបចំសំភារ/ឯកសារផ្សព្វផ្សាយមួយចំនួនសម្រាប់អាជីវកម្ម។ គោលការណ៍ 4 P គឺជាសមាសធាតុសំខាន់បំផុតនៃផែនការទីផ្សារ។ ក្នុងផ្នែក ២.៣ នៃ GPG អ្នកអាចរកបាននូវឯកសារគំរូទេរ (ដែលមានឧទាហរណ៍) សម្រាប់ការវិភាគ 4P។ សូមប្រើប្រាស់ឯកសារគំរូទាំងនេះដើម្បីធ្វើការវាយតម្លៃល្អប្រសើរពីអាជីវកម្មនៅថ្ងៃខាងមុខ។

សកម្មភាព ៣ យ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន

 ក្នុងសកម្មភាពចុងក្រោយនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ អ្នកនឹងសម្រេចចិត្តលើសកម្មភាពជាក់លាក់មួយចំនួនពាក់ព័ន្ធនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ដោយចង់ចាំនូវរាល់ចំណុចដែលអ្នកបានពិភាក្សាកន្លងមក សូមចំណាយពេលពីរបីនាទីដើម្បីកត់ត្រាមតិរបស់អ្នក។

 ១០ នាទី

១. សិក្ខាកាមម្នាក់ៗប្រើប្រាស់តារាង ៣ យ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួនដើម្បីសរសេរពីការផ្លាស់ប្តូរ ១-៣ ដែលអ្នកចង់បានដើម្បីកែលម្អអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ដោយផ្អែកលើអ្វីដែលអ្នកបានសិក្សាក្នុងសកម្មភាពពីមុន តើអ្នកចង់ឲ្យមានការកែលម្អដែរ ឬទេ? ប្រសិនបើមាន សូមសម្រេចចិត្តពីប្រព័ន្ធដែលអ្នកនឹងអនុវត្ត ឬកែលម្អ។
២. កត់ត្រារបៀបដែលអ្នកនឹងធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ
៣. កត់ត្រាពីពេលវេលាដែលអ្នកនឹងធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ
៤. នៅទីបំផុត បញ្ជាក់ពីអ្នកដែលនឹងទទួលខុសត្រូវលើការផ្លាស់ប្តូរនេះ។

តារាង ៣ យ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន

ការផ្លាស់ប្តូរ	វិធី	ពេលវេលា	អ្នកទទួលខុសត្រូវ



ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ អ្នកបានស្វែងយល់ និងរៀបរាប់ពីអតិថិជន និងវិភាគទីផ្សាររបស់អ្នក ៖ របៀប និងទីកន្លែងសម្រាប់លក់ផលិតផល។ ជារួម វគ្គនេះបានជួយអ្នកឲ្យពិចារណាពីការបង្កើតផែនការទីផ្សារសម្រាប់អាជីវកម្ម។ ផ្នែកទី ២ នៃ **GPG** មានព័ត៌មានបន្ថែមទៀត។

**វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៤ ៖
ការរៀបចំថវិកា និងការកំណត់ថ្លៃលក់**

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៤ ៖ ការរៀបចំថវិកា និងការកំណត់ថ្លៃលក់



៦០ នាទី



៣



១



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ មានគោលបំណងស្វែងយល់ពីប្រភេទផ្សេងៗនៃចំណាយក្នុងអាជីវកម្មពាក់ព័ន្ធនឹងតម្លៃលក់ផលិតផលដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។ វគ្គនេះផ្តោតលើចំណាយ និងការគណនាប្រាក់ចំណេញ។ អ្នកត្រូវធ្វើសកម្មភាព ៣។ វគ្គនេះមានគោលបំណង ៖

១. ស្វែងយល់ពីចំណាយថេរ និងចំណាយអថេរ
២. ប្រើប្រាស់ចំណាយសរុបដើម្បីកំណត់ថ្លៃលក់
៣. គណនាប្រាក់ចំណេញក្នុងអាជីវកម្ម។

សកម្មភាព ៤ ក ៖ ដឹងពីចំណាយ ថ្លៃ និងប្រាក់ចំណេញរបស់អ្នក



ក្នុងសកម្មភាព ៤ ក អ្នកនឹងបានដឹងពីរបៀបគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ ដែលរួមមានចំណាយក្នុងអាជីវកម្ម និងការកំណត់ថ្លៃលក់ផលិតផល។ ដើម្បីទទួលបានតួលេខទាំងនេះ យើងត្រូវចាប់ផ្តើមពីការប៉ាន់ស្មានបរិមាណនៃការលក់ប្រចាំខែ។



ចំណុចនីមួយៗក្នុងផ្នែកនេះឆ្លើយតបនឹងឧទាហរណ៍មួយដែលមានបង្ហាញក្នុងក្រដាសផ្ទាំងធំ (ឬក្រដាសលើតុរបស់អ្នក)។ យើងនឹងអានចំណុចនេះ និងពិនិត្យមើលក្រដាសផ្ទាំងធំ។

១. ការប៉ាន់ស្មានថ្លៃផលិតផល ៖

[១០ នាទី] តើអ្នកនឹងកំណត់ថ្លៃប៉ុន្មានសម្រាប់អតិថិជន? ដើម្បីបានប្រាក់ចំណេញ ថ្លៃដែលសមស្របសម្រាប់អតិថិជន ត្រូវខ្ពស់ជាងចំណាយរបស់អ្នក និងធៀបនឹងថ្លៃរបស់គូប្រកួតប្រជែង។ ដើម្បីកំណត់ថ្លៃលក់ អ្នកត្រូវដឹងពី ៖

- ថ្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជនសក្តានុពលរបស់អ្នក
- ថ្លៃរបស់គូប្រកួតប្រជែង ៖ ខ្ពស់បំផុត និងទាបបំផុតក្នុងទីផ្សារសម្រាប់ផលិតផលប្រភេទតែមួយ

- ចំណាយរបស់អ្នកក្នុងការដឹកជញ្ជូនផលិតផលទៅចំណុចលក់ ដូចជា ទីផ្សារ។
ប្រើប្រាស់ក្រដាសផ្ទាំងធំទី ១ ដើម្បីបង្ហាញឧទាហរណ៍នេះ។

២. ការប៉ាន់ស្មានការលក់ប្រចាំខែ

នៅពេលអ្នកបានប៉ាន់ស្មាន អ្នកអាចគណនាការលក់ប្រចាំខែបាន។ អ្នកអាចសម្រេចគោលដៅនេះតាមវិធីជាច្រើន ៖

- ការប្រៀបធៀបនឹងតួលេខលក់សម្រាប់អំឡុងពេលតែមួយកាលពីឆ្នាំមុន
- ការប្រៀបធៀបនឹងអ្នកលក់វត្ថុសិប្បកម្មផ្សេងទៀត
- ការអង្កេតជាមួយអតិថិជនសក្តានុពល
- ការសាកល្បងតាមមូលដ្ឋាន ដោយមានប្រភេទផលិតផលមួយចំនួន
តូចសម្រាប់សាកល្បង ៖ អ្វីដែលលក់ឆាប់ជាង បរិមាណ។ល។
(នេះមិនមែនជាវិធីល្អឡើយ ប្រសិនបើត្រូវចំណាយខ្ពស់)
- ការកម្មង់ទុកមុន ៖ កិច្ចព្រមព្រៀងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរតែងតែល្អជាង
ការព្រមព្រៀងជាពាក្យសំដី។

ប្រើប្រាស់ក្រដាសផ្ទាំងធំទី ១ ដើម្បីបង្ហាញឧទាហរណ៍នេះ (៥ នាទី)។



ក្នុងសកម្មភាពនេះ អ្នកបានផ្ដោតលើរបៀបប៉ាន់ស្មានតម្លៃសម្រាប់ផលិតផល និងបរិមាណផលិតផលដែលអ្នកអាចលក់/ខែ។ នៅពេលអ្នកមានតួលេខទាំងពីរនេះ អ្នកអាចផ្ដោតលើការគណនាថ្លៃដើមបាន។

សកម្មភាព ៤ ខ ៖ ដឹងពីចំណាយរបស់អ្នក (អថេរ/ថេរ)



(១០ នាទី) ឥឡូវនេះ អ្នកបានដឹងពីបរិមាណផលិតផលដែលអ្នកនឹងអាចលក់បាន និងការប៉ាន់ស្មានពីតម្លៃលក់ ប៉ុន្តែអ្នកមិនអាចបញ្ជាក់តួលេខទាំងនេះបានឡើយ រហូតទាល់តែអ្នកបានគណនាថ្លៃដើមនៃការលក់ផលិតផល។ មានប្រភេទចំណាយពាក់ព័ន្ធខុសៗគ្នាជាច្រើន។ ក្នុងសកម្មភាព ៤ ខ យើងនឹងអាននិយមន័យនៃប្រភេទចំណាយផ្សេងៗ។

តារាងនេះមាននិយមន័យប្រភេទចំណាយជាច្រើន។ យើងនឹងអាននិយមន័យទាំងនោះដើម្បីជួយអ្នកធ្វើសកម្មភាពបន្ទាប់។ អ្នកគួរចងចាំពី ៖

- ចំណាយអថេរ ៖ កើនឡើង និងថយចុះទៅតាមបរិមាណការងារ ឬបរិមាណ

លក់។

- ចំណាយថេរ ៖ នៅដដែល ដោយមិនអាស្រ័យនឹងអ្វីដែលអ្នកធ្វើ/ផលិត និងអ្វីដែលអ្នកលក់ឡើយ។

ពាក្យគន្លឹះ:	និយមន័យ
ចំណាយអថេរ	ចំណាយអថេរប្រែប្រួលទៅតាមបរិមាណលក់ និងរួមបញ្ចូលថ្លៃដើម វត្ថុធាតុដើម និងកម្លាំងពលកម្ម។ អ្នកលក់វត្ថុសិប្បកម្មនឹងបញ្ចូលចំណាយដូចជា ការដឹកជញ្ជូន និងការផ្ញើផលិតផលតាមប្រៃសណីយ៍អតិថិជន។ល។ ឧ. ការហៅទូរស័ព្ទជាចំណាយអថេរ ប៉ុន្តែមិនមែនលើទូរស័ព្ទឡើយ ព្រោះចំណាយនេះប្រែប្រួលទៅតាមភាពញឹកញាប់ និងរយៈពេលនៃការហៅទូរស័ព្ទ។
វត្ថុធាតុដើម	សំដៅលើវត្ថុធាតុចាំបាច់សម្រាប់ផលិតផលផលចុងក្រោយ។ ឧ. សំបក ដេចខ្ទប់គ្រឿងអលង្ការ ឬស្លាកសម្រាប់ផលិតផល។ វត្ថុធាតុដើមចាត់ទុកជាចំណាយអថេរ ព្រោះវាប្រែប្រួលទៅតាមបរិមាណផលិតផលលក់។
ចំណាយលើកម្លាំងពលកម្ម	ចំណាយលើកម្លាំងពលកម្មគឺប្រាក់ឈ្នួលដែលអ្នកបង់ឲ្យខ្លួនឯង និយោជិត ឬកម្រៃជើងសារដែលបើកឲ្យអ្នកលក់ (ឧ. អ្នកគ្រប់គ្រងទូក្នុងចំណាត់ទូរស័ព្ទ)។ ចំណាយលើកម្លាំងពលកម្មចាត់ទុកជាចំណាយអថេរ ព្រោះវាប្រែប្រួលទៅតាមអ្វីដែលអ្នកលក់ (ឧ. អ្នកគ្រប់គ្រងទូរស័ព្ទ ៖ មិនទទួលបានប្រាក់ឈ្នួលទៀងទាត់ ប៉ុន្តែទទួលបានកម្រៃតាមភាគរយនៃការលក់)។ ដូចគ្នានេះដែរ ប្រាក់ឈ្នួលរបស់អ្នកគួរអាស្រ័យលើប្រសិទ្ធភាពការងាររបស់អ្នក។
ចំណាយថេរ	ចំណាយថេរនៅដដែល ដោយមិនអាស្រ័យនឹងបរិមាណលក់ឡើយ។ ឧ. ចំណាយលើការជួលតូបក្នុងផ្សាររាត្រីថ្ងៃសៅរ៍ ទូរស័ព្ទ។ល។



១០ នាទី

១. ឥឡូវនេះ យើងនឹងធ្វើលំហាត់ខ្លីមួយ។

២. ប្រសិនបើសិក្ខាកាមអាចក្រោកឈរបាន (ឧ. មិនមានអ្នកជិះរទេះរុញ ឬពិបាកដើរ ឬឈរក្នុងរយៈពេលខ្លី) សូមចាប់ផ្តើមលំហាត់ដោយ

តម្រូវឲ្យគ្រប់គ្នាក្រោកឈរ។

៣. អ្នកអានក្នុងក្រុមនឹងអានប្រយោគ និងស្វែងរកចម្លើយត្រឹមត្រូវ។ ប្រសិនបើអ្នកយល់ថា ចំណាយដែលរៀបរាប់ខាងលើជាចំណាយថេរ សូមអង្គុយចុះ។ ប្រសិនបើយល់ថាជាចំណាយអថេរ សូមក្រោកឈរ។

៤. អ្នកដែលឆ្លើយខុសគួរចាកចេញពីក្រុមធំ។

៥. អ្នកឈ្នះជាអ្នកដែលបន្តក្រោកឈររហូតដល់សំណួរចុងក្រោយ។

៦. ពិនិត្យមើលសន្លឹកចម្លើយខាងក្រោម នៅពេលអ្នកធ្វើលំហាត់រួច ដើម្បីរកមើលចំណុចដែលអ្នកឆ្លើយខុស។

៧. នៅពេលអ្នកបានបញ្ចប់លំហាត់នេះ អ្នកអានក្នុងក្រុមនឹងអានឧទាហរណ៍នៃការរៀបចំថវិការ និងការគណនាថ្លៃដើមឲ្យអ្នកស្តាប់។

ផ្នែក/មុខ	អថេរ	ថេរ
ការជួលតូបប្រចាំខែ		
កម្រៃជើងសារសម្រាប់ទូក្នុងចំណាត់ឡានក្រុង		
ការទូទាត់ប្រាក់កម្ចីលើការទិញម៉ូតូ		
ការហ្វេសសម្រាប់បុគ្គលិក		
អគ្គិសនីក្នុងតូប		
កាតទូរស័ព្ទ		
ផលិតផលសម្អាត		

តែម និងការវេចខ្ចប់ផលិតផលសម្រាប់ផ្ញើទៅបរទេស		
ការទូទាត់សន្តិសុខសង្គមរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម		
ការទូទាត់ប្រាក់ខ្ចីពីលោកពូ		
ការទូទាត់ថ្លៃឈប់សម្រាកសម្រាប់ម្ចាស់អាជីវកម្ម		
ចំណាយលើការដឹកជញ្ជូនដើម្បីប្រមូលផលិតផលតាមភូមិ		
ចំណាយលើកន្លែងស្នាក់នៅដើម្បីអង្កេតពិពណ៌នាពាណិជ្ជកម្មវត្ថុសិប្បកម្មក្នុង ទីក្រុង		
កម្រាលតុថ្មីក្នុងតូប		
កន្ត្រៃ		
សញ្ញាថ្មីសម្រាប់ទូតាំង		
ប័ណ្ណអាជីវកម្មដែលមានស្លាក		
ប្រអប់ជ័រមានគម្របដើម្បីដឹកជញ្ជូនផលិតផលទៅផ្សារ		
ការវេចខ្ចប់ផលិតផល		

សន្លឹកចម្លើយ ផ្នែក/មុខ	អថេរ	ថេរ
ការជួលតូបប្រចាំខែ		✓
កម្រៃជើងសារសម្រាប់ទូក្នុងចំណាត់ឡានក្រុង	✓	
ការទូទាត់ប្រាក់កម្ចីលើការទិញម៉ូតូ		✓
ការហ្វេសសម្រាប់បុគ្គលិក		✓
អគ្គិសនីក្នុងតូប		✓
កាតទូរស័ព្ទ		✓
ផលិតផលសម្អាត		✓
តែម និងការវេចខ្ចប់ផលិតផលសម្រាប់ផ្ញើទៅបរទេស	✓	
ការទូទាត់សន្តិសុខសង្គមរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម		✓
ការទូទាត់ប្រាក់ខ្ចីពីលោកពូ		✓
ការទូទាត់ថ្លៃឈប់សម្រាកសម្រាប់ម្ចាស់អាជីវកម្ម		✓

ចំណាយលើការដឹកជញ្ជូនដើម្បីប្រមូលផលិតផលតាមភូមិ		✓
ចំណាយលើកន្លែងស្នាក់នៅដើម្បីអង្កេតពិពណ៌នាពាណិជ្ជកម្មវត្ថុសិប្បកម្មក្នុងទីក្រុង		✓
កម្រាលតុថ្មីក្នុងតូប		✓
កន្ត្រៃ		✓
សញ្ញាថ្មីសម្រាប់ទូតាំង		✓
ប័ណ្ណអាជីវកម្មដែលមានស្លាក		✓
ប្រអប់ជ័រមានគម្របដើម្បីដឹកជញ្ជូនផលិតផលទៅផ្សារ		✓
ការវេចខ្ចប់ផលិតផល	✓	



(២០ នាទី) ឥឡូវនេះ យើងនឹងអានឧទាហរណ៍ និងឯកសារគំរូមួយចំនួនដែលនឹងជួយអ្នកក្នុងការគណនាថ្លៃដើម និងប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នក ដោយផ្អែកលើចំណាយថេរ និងចំណាយអថេររបស់អ្នក។ ប្រសិនបើអ្នកមិនអាចស្រង់ដើមបាន ពេលគឺការគ្របដណ្តប់លើចំណាយទាំងអស់ដែលអាជីវកម្មអាចបរាជ័យ។ បន្ទាប់មក អ្នកត្រូវបន្ថយចំណាយ ឬបង្កើនថ្លៃ និងការលក់។ ឧទាហរណ៍ចំណាយទាំងនេះដកស្រង់ពីអាជីវកម្មរបស់ជ័មស៊ីឡី។

ចំណាយលើវត្ថុធាតុដើម (អថេរ)			
វត្ថុធាតុដើម	បរិមាណ	ថ្លៃ/ឯកតា	ចំណាយ/ផលិតផល
ស្បែកពណ៌ត្នោត មានបោះពុម្ពស្លាក	1	\$10 សម្រាប់ 100	\$0.10
ស្លាកបកបិទ	1	\$5 សម្រាប់ 100	\$0.05
ចំណាយសរុប លើផលិតផលមួយ	\$0.15		
សរុប/ខែ	18.8 (យកចេញពីការគណនាពីមុន)		
ចំណាយ/ខែ	\$2.28 សម្រាប់ចំណាយអថេរលើវត្ថុធាតុដើម		

ចំណាយលើកម្លាំងពលកម្ម (អថេរ)			
នរណាខ្លះ?	ក្នុងមួយខែ	អត្រា	ចំណាយ/ខែ
ខ្ញុំ	5 ម៉ោង/ថ្ងៃ x 6 ថ្ងៃ/ សប្តាហ៍ x 4 សប្តាហ៍/ខែ = 120 ម៉ោង	\$1 /ម៉ោង	\$120
អ្នកគ្រប់គ្រងទូកក្នុង ចំណតឡានក្រុង	ប៉ាន់ស្មានការលក់ 10/ខែនៃផលិតផល ដែលមានតម្លៃ \$1.5 (ចេញពីការគណនា ពីមុន) = \$15	10% នៃទំនិញលក់	\$1.50
ចំណាយ/ខែ	\$121.50 សម្រាប់ចំណាយអថេរលើកម្លាំងពលកម្មអថេរ		
ភាគរយសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងទូកក្នុងចំណតឡានក្រុងអាចបញ្ចូលក្នុងការគណនា ចំណាយលើវត្ថុធាតុដើម” ប៉ុន្តែល្អបំផុតត្រូវបញ្ចូលក្នុង “ចំណាយលើកម្លាំងពលកម្ម”។			

ចំណាយថេរ (រាប់បញ្ចូលចំណាយទូទៅ)			
ផ្នែក	តម្លៃទិញ	ចំនួនខែ	ចំណាយ/ខែ
ការជួលប្រចាំខែ សម្រាប់បុគ្គលិកជួរ	-	-	\$4.00
ការជួលទូតាំងប្រចាំខែ ក្នុងហាងកាហ្វេ	-	-	\$1.00
តុសម្រាប់តូបក្នុងជួរ	\$10	24	\$0.4
ប័ណ្ណព័ត៌មានអាជីវកម្ម	\$5	12	\$0.2
សញ្ញាសម្រាប់តូបក្នុង ជួរ	\$10	24	\$0.4
សញ្ញាសម្រាប់ហាង កាហ្វេ	\$2	24	\$0.8
សញ្ញាសម្រាប់ទូក្នុង ចំណតឡានក្រុង	\$2	24	\$0.8
ធ្វើដំណើរទៅអ្នកផលិត (ម្តង/ខែ)	-	-	\$8.00
ចំណាយ/ខែ	\$15.6/ខែ សម្រាប់ចំណាយថេរ		

ចំណាយសរុប/ខែ*	
ប្រភេទចំណាយ	ចំណាយសរុប/ខែ
វត្ថុធាតុដើម (អថេរ)	\$2.26
ចំណាយលើកម្លាំងពលកម្ម (អថេរ)	\$121.50
ចំណាយទូទៅ (ថេរ)	\$15.6
ចំណាយសរុប/ខែ	\$139.36

ថ្លៃលក់ x ការលក់ - ចំណាយ = ប្រាក់ចំណេញ

ជំហានទី ១	ថ្លៃ	X	ការលក់	=	ការលក់ប្រចាំខែ
	\$1.50		104		\$156.00
ជំហានទី ២	ការលក់ប្រចាំខែ	-	ចំណាយ	=	ប្រាក់ចំណេញ
	\$156.00		\$139.36		\$17.00

យើងប្រើប្រាស់តែការលក់របស់អ្នកនៅផ្សាររាត្រីថ្ងៃសៅរ៍ប៉ុណ្ណោះ។ អ្នកត្រូវធ្វើការគណនាស្រដៀងគ្នាសម្រាប់ទូក្នុងចំណាត់ចំណាយក្រុង និងទូតាំងបង្ហាញក្នុងហាងកាហ្វេ។



យើងបានពិភាក្សាពីចំណាយសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ផុមស៊ីឡី ដោយប្រើប្រាស់គំរូដែលបានរៀបចំជាមុន។ នៅពេលត្រឡប់ទៅផ្ទះវិញ អ្នកគួររំលឹកឯកសារគំរូទទេរដែលមានក្នុងផ្នែក ៣.២ នៃ **GPG**។ បូកសរុបដោយគណនាប្រាក់ចំណេញរបស់អ្នក។



មានព័ត៌មានជាច្រើនស្តីពីការរៀបចំថវិកា និងការកំណត់ថ្លៃលក់ក្នុង **GPG**។ សូមអានផ្នែកទី ៣ ដោយល្អិតល្អន់ ព្រោះវាជាផ្នែកសំខាន់។ ក្នុងសកម្មភាពនេះ យើងបានសិក្សាបន្ថែមទៀតពីប្រភេទខុសៗគ្នានៃចំណាយ និងពិនិត្យលើឧទាហរណ៍នៃរបៀបគណនាប្រាក់ចំណេញដោយយោងតាមករណីសិក្សារបស់ផុមស៊ីឡី។

សកម្មភាព ៤ គ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន



ក្នុងសកម្មភាពចុងក្រោយនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ អ្នកនឹងសម្រេចចិត្តលើសកម្មភាពជាក់លាក់ មួយ ចំនួនពាក់ព័ន្ធនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ដោយចងចាំនូវរាល់ ចំណុចដែលអ្នកបានពិភាក្សាកន្លងមក សូមចំណាយពេលពីរបីនាទីដើម្បីកត់ត្រាមតិរបស់អ្នក។



១០ នាទី

១. សិក្ខាកាមម្នាក់ៗប្រើប្រាស់តារាង ៤ គ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួនដើម្បី សរសេរពីការផ្លាស់ប្តូរ ១-៣ ដែលអ្នកចង់បានដើម្បីកែលម្អអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ដោយផ្អែកលើអ្វីដែលអ្នកបានសិក្សាក្នុងសកម្មភាពពីមុន តើអ្នកចង់ឲ្យមានការ កែលម្អដែរ ឬទេ? ប្រសិនបើមាន សូមសម្រេចចិត្តពីប្រព័ន្ធដែលអ្នកនឹងអនុវត្ត ឬកែលម្អ។

២. កត់ត្រារបៀបដែលអ្នកនឹងធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ

៣. កត់ត្រាពីពេលវេលាដែលអ្នកនឹងធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ

៤. នៅទីបំផុត បញ្ជាក់ពីអ្នកដែលនឹងទទួលខុសត្រូវលើការផ្លាស់ប្តូរនេះ។

តារាង ៤ គ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន			
ការផ្លាស់ប្តូរ	វិធី	ពេលវេលា	អ្នកទទួលខុសត្រូវ



នេះជាវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដ៏លំបាក។ សូមព្យាយាមអានកំណត់សម្គាល់របស់អ្នក និង **GPG** ក្នុងផ្នែកទី ៣ ប្រសិនបើអ្នកត្រូវការអនុវត្តបន្ថែមទៀតលើប្រធានបទនេះ។ វគ្គនេះ ផ្តល់ខ្លឹមសារសង្ខេបពីប្រភេទចំណាយពាក់ព័ន្ធ និងផ្ដោតលើការប៉ាន់ស្មានថ្លៃ និងការលក់ប្រចាំខែ។



វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៥ ៖
ប្រព័ន្ធសម្រាប់ការកែលម្អ

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៥ ៖ ប្រព័ន្ធសម្រាប់ការកែលម្អ



៣៥ នាទី



៣



២



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ យើងនឹងបង្ហាញពីសារៈសំខាន់នៃប្រព័ន្ធអាជីវកម្ម មូលដ្ឋានដើម្បីគ្រប់គ្រងផលិតផល/ស្តុក និងសាច់ប្រាក់។ អ្នកត្រូវធ្វើសកម្មភាព ២។ វគ្គនេះមានគោលបំណង ៖

- ទទួលបានខ្លឹមសារសង្ខេបនៃប្រភេទប្រព័ន្ធ ដែលអ្នកអាចប្រើប្រាស់សម្រាប់ការ តាមដាន និងកត់ត្រាលំហូរសាច់ប្រាក់ និងផលិតផល។
- ជួយអ្នកវិភាគបញ្ហាទូទៅមួយចំនួនក្នុងអាជីវកម្ម និងបង្ហាញពីប្រព័ន្ធដែលអាច ប្រើប្រាស់បានដើម្បីដោះស្រាយ ឬកែលម្អបញ្ហាទាំងនេះ។

សកម្មភាព ៥ ក ៖ ការដោះស្រាយបញ្ហាទូទៅក្នុងអាជីវកម្ម



ក្នុងសកម្មភាព ៥ ក អ្នកនឹងផ្ដោតលើឧបករណ៍មួយចំនួនដែលយើងបានពិភាក្សាកន្លងមក និងផ្ដោតលើរបៀបដែលឧបករណ៍ទាំងនេះអាចប្រើប្រាស់ ដើម្បីជួយដោះស្រាយបញ្ហា ទូទៅក្នុងអាជីវកម្ម។ យើងនឹងអានសេណារីយ៉ូ ៤ និងបំពេញសកម្មភាពនេះ។

សេណារីយ៉ូទី ១

បងស្រីរបស់អ្នក ដែលលក់វត្ថុសិប្បកម្មនៅតូបក្នុងផ្សារក្នុងរមណីយដ្ឋានឆ្នេរ សមុទ្រមួយបានប្រាប់អ្នកថា គាត់បានជួបមនុស្សម្នាក់ដែលនឹងវិនិយោគ ប្រាក់មួយចំនួនក្នុងអាជីវកម្មរបស់គាត់។ គាត់នឹងអាចផ្លាស់ប្តូរពីការលក់ ក្នុងទីផ្សារកណ្តាលវាល ទៅជាការលក់ក្នុងតូបផ្សារមានដំបូល និងចាក់សោរបាន។ វិនិយោគិនបានសុំឲ្យគាត់ធ្វើកំណត់សម្គាល់សាមញ្ញៗមួយចំនួនក្នុងទម្រង់ជាផែនការ អាជីវកម្ម ដោយសារតែគាត់ចង់ប្រាកដថា អាជីវកម្មបងស្រីរបស់អ្នកនឹងទទួលបាន ជោគជ័យ។

សេណារីយ៉ូទី ២

មិត្តរបស់អ្នកបានប្រាប់អ្នកថា គាត់យល់ថាដល់ពេលពង្រីកអាជីវកម្មហើយ ប៉ុន្តែ គាត់មិនដឹងពីរបៀប ឬចំណុចចាប់ផ្តើមឡើយ។ គាត់ដឹងថា មានការអភិវឌ្ឍជាច្រើន ក្នុងតំបន់ ហើយអាជីវកម្មថ្មីៗខ្លះបានចាប់ផ្តើមទៅហើយ។ បញ្ហាសំខាន់របស់គាត់គឺ គាត់មិនដឹងថាតើគាត់កំពុងទទួលបានប្រាក់ចំណេញ ឬយ៉ាងណាទេ។ តើគាត់គួរ ពង្រីកអាជីវកម្ម ឬទេ?

សេណារីយ៉ូទី ៣

ស្ត្រីដែលបានជួយអ្នកលក់ផលិតផលរបស់អ្នកនៅទូក្នុងចំណាត់ចែងបានស្នើ សុំកម្មវត្ថុកាបូបលុយបន្ថែមទៀត ព្រោះគាត់បានលក់ដាច់អស់ហើយ។ នៅពេលអ្នក បញ្ជូនកាបូប និងស្នើសុំប្រាក់ដែលបានពីការលក់កាបូបពីមុន គាត់បានផ្តល់ប្រាក់ ១២ ដុល្លារ (ឧ. គាត់លក់បានកាបូប ៨ ក្នុងតម្លៃ ១,៥០ ដុល្លារ)។ អ្នកហាក់ភ័ន្តរាំងបន្តិច ដោយសារតែអ្នកតែងតែផ្តល់កាបូប ១០ ឲ្យគាត់លក់ ប៉ុន្តែគាត់និយាយថា អ្នកបានឲ្យ គាត់តែ ៨ ប៉ុណ្ណោះ។

សេណារីយ៉ូទី ៤

អ្នកត្រូវបានស្នើឲ្យផ្តល់បទបង្ហាញខ្លីមួយ ដល់ប្រជាជនក្នុងមូលដ្ឋានមួយក្រុម។ ពួកគេបានស្នើឲ្យអ្នកនិយាយពី “ការកត់ត្រាប្រតិបត្តិការ ចេញ និងចូលក្នុងអាជីវកម្ម”។



២៥ នាទី

១. លើក្រដាសផ្ទាំងធំទី ២ ឬក្រដាសលើតុ អ្នកនឹងឃើញ ឯកសារគំរូជាច្រើនដែលអ្នកបានពិភាក្សានៅថ្ងៃនេះ។
២. កំណត់បញ្ហា និងឆ្លើយសំណួរខាងក្រោមសម្រាប់សេណារីយ៉ូនីមួយៗ ៖
 - តើអ្នកនឹងប្រើប្រាស់ឯកសារមួយណា?
 - ហេតុអ្វី?

- ៣. ធ្វើការជាគូដើម្បីផ្លូវផ្ទងប្រព័ន្ធដែលមានបង្ហាញលើក្រដាសផ្ទាំងធំ ឬលើឯកសារចែកជូនចំពោះបញ្ហាក្នុងតារាង ៥ ក។
- ៤. ប្រសិនបើអ្នកមានគំនិតខុសពីគេ សូមពន្យល់ពីមូលហេតុ។
- ៥. អ្នកអាចរកបានឯកសារគំរូក្នុងផ្នែកទី ៣ នៃ GPG និងផ្នែកទី ១។

តារាង ៥ ក ៖ ប្រព័ន្ធសម្រាប់ការកែលម្អ		
ឯកសារគំរូ ដែលខ្ញុំកំណត់បាន/ទំព័រ	ខ្ញុំមានរួចហើយ	ខ្ញុំត្រូវការ
	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ
	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ
	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ
	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ
	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ
	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ
	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ
	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ	<input type="checkbox"/> បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ



អាជីវកម្មទាំងអស់ដែលជោគជ័យ និងមានការគ្រប់គ្រងល្អត្រូវមានឯកសារ ប្រព័ន្ធនិងកំណត់ត្រាមួយចំនួន ដើម្បីឲ្យម្ចាស់អាជីវកម្មដឹងពីដំណើរការ ៖ ការតាមដានផលិតផល (ស្តុក) និងកំណត់ត្រាប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុ (ប្រាក់ចេញ និងចូល)។ ប្រការសំខាន់បំផុតត្រូវមានឯកសារអាជីវកម្ម ប្រសិនបើអ្នកចង់បានប្រាក់កម្ចី ឬការគាំទ្រហិរញ្ញវត្ថុផ្សេងទៀត។ សកម្មភាពនេះជួយយើងក្នុងការផ្ដោតលើប្រព័ន្ធដែលអ្នកមាន និងប្រព័ន្ធដែលអ្នកអាចប្រើប្រាស់បាន¹។

សកម្មភាព ៥ ខ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន

¹ចម្លើយត្រឹមត្រូវសម្រាប់សកម្មភាពនេះគឺ សេណារីយ៉ូទី ១ ៖ ឯកសារគំរូផែនការអាជីវកម្ម សេណារីយ៉ូទី ២ ៖ ចំណាយសរុប/ខែ សេណារីយ៉ូទី ៣ ៖ ប័ណ្ណស្តុកផលិតផល សេណារីយ៉ូទី ៤ ៖ ការកត់ត្រាចូលបញ្ជីធម្មតា។



ក្នុងសកម្មភាពចុងក្រោយនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ
សកម្មភាពជាក់លាក់មួយចំនួនពាក់ព័ន្ធនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

អ្នកនឹងសម្រេចចិត្តលើ
ដោយចងចាំនូវរាល់

ចំណុចដែលអ្នកបានពិភាក្សាកន្លងមក សូមចំណាយពេលពីរបីនាទីដើម្បីកត់ត្រាមតិរបស់អ្នក។



១០ នាទី

១. សិក្ខាកាមម្នាក់ៗប្រើប្រាស់តារាង ៥ ខ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួនដើម្បីសរសេរពីការផ្លាស់ប្តូរ ១-៣ ដែលអ្នកចង់បានដើម្បីកែលម្អអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ដោយផ្អែកលើអ្វីដែលអ្នកបានសិក្សាក្នុងសកម្មភាពពីមុន តើអ្នកចង់ឲ្យមានការកែលម្អដែរ ឬទេ? ប្រសិនបើមាន សូមសម្រេចចិត្តពីប្រព័ន្ធដែលអ្នកនឹងអនុវត្ត ឬកែលម្អ។

២. កត់ត្រារបៀបដែលអ្នកនឹងធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ

៣. កត់ត្រាពីពេលវេលាដែលអ្នកនឹងធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ

៤. នៅទីបំផុត បញ្ជាក់ពីអ្នកដែលនឹងទទួលខុសត្រូវលើការផ្លាស់ប្តូរនេះ។

តារាង ៥ ខ ៖ ផែនការសកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួន			
ការផ្លាស់ប្តូរ	វិធី	ពេលវេលា	អ្នកទទួលខុសត្រូវ



ក្នុងសកម្មភាពនេះ អ្នកបានពិនិត្យមើលឯកសារគំរូមួយចំនួនដែលអ្នកមាន និងដឹងពីរបៀបដែលឯកសារគំរូទាំងនេះធ្វើឲ្យមានភាពខុសគ្នាក្នុងអាជីវកម្ម។ ក្រៅពីនេះ វគ្គនេះជួយអ្នកកំណត់ឯកសារគំរូដែលអ្នកអាចប្រើប្រាស់ពី **GPG** ដើម្បីអនុវត្តក្នុងអាជីវកម្មបន្ទាប់ពីវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។ ឯកសារគំរូក៏មានក្នុងផ្នែកទី ៣.៣ នៃ **GPG** ផងដែរ។



**វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៦ ៖
ផែនការសកម្មភាពអាទិភាព**

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៦ ៖ ផែនការសកម្មភាពអាទិភាព



៤០ នាទី



ដោយសារបន្ទុកការងារនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មសិប្បកម្ម វាមិនមែនជាការងាយស្រួលក្នុងការអនុវត្តការផ្លាស់ប្តូរទៅតាមការចង់បានរបស់អ្នកឡើយ។ ក្នុងវគ្គនេះ អ្នកនឹងពិនិត្យមើលការងារដែលអ្នកសម្រេចបានក្នុងអំឡុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ និងបង្កើតជាផែនការសកម្មភាពសាមញ្ញមួយដើម្បីកែលម្អអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកត្រូវធ្វើសកម្មភាពមួយ។

សកម្មភាព ៦ ក ៖ ផែនការសកម្មភាពអាទិភាព



អ្នកនឹងធ្វើការជាជំហានៗ និងតាមវគ្គនីមួយៗដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងសកម្មភាព និងផែនការសកម្មភាពដែលអ្នកបានរៀបចំឡើង។



៤០ នាទី

១. អ្នកពិភាក្សាជាក្រុម។ សមាជិកគ្រប់រូបនិយាយពីអ្វីដែលពួកគេយល់ដឹងក្នុងសកម្មភាពនីមួយៗ។ អ្នកចាប់ផ្តើមពីសកម្មភាពទីមួយនេះ។
២. សម្រាប់ជំហានបន្ទាប់ អ្នកប្រើប្រាស់តារាង ៦ ក ៖ ផែនការសកម្មភាពអាទិភាព។ អ្នកពិនិត្យមើលផែនការសកម្មភាពដែលអ្នកបានបំពេញសម្រាប់វគ្គនីមួយៗ និងជ្រើសរើសការផ្លាស់ប្តូរណាមួយដែលអ្នកនឹងចាប់ផ្តើមមុនគេ និងពេលវេលា ៖ ក្នុងរយៈពេល ១ សប្តាហ៍ ១ ខែ ឬ ២ ខែ? រៀបរាប់សកម្មភាពយ៉ាងហោចណាស់ ៣ (១៥ នាទី)។
៣. សមាជិកម្នាក់ៗបង្ហាញពីផែនការសកម្មភាពអាទិភាពរបស់ខ្លួន ចំណែកក្រុមចែករំលែកគំនិតរបស់ខ្លួនថាតើផែនការសកម្មភាពទាំងនោះគួរផ្លាស់ប្តូរ ឬក៏វាជាវិធីដ៏ល្អ។ សិក្ខាកាមម្នាក់ៗមានពេល ៥ នាទី (២៥ នាទី)។
៤. ក្នុងក្រុម អ្នកអាចប្រើប្រាស់ពេលវេលាបន្ថែមដើម្បីសម្រេចថាតើអ្នកត្រូវជួបម្តងទៀត ឬយ៉ាងណា បន្ទាប់ពីវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីអនុវត្តសកម្មភាពមួយចំនួន ដូចជា ការកំណត់ចំណាយជាដើម។ អ្នកអាចរៀបចំការជួបប្រជុំជាប្រចាំ និងពិភាក្សាពីរបៀបប្រឈមនឹងការផ្លាស់ប្តូរដែលអ្នកចង់បាន។

តារាង ៦ ក ៖ ផែនការសកម្មភាពអាទិភាព

ការផ្លាស់ប្តូរ	វិធី	ពេលវេលា	អ្នកទទួលខុសត្រូវ



ការផ្តល់អាទិភាពសកម្មភាព ដែលជាសកម្មភាពដែលអ្នកបានបំពេញនៅពេលបញ្ចប់ វគ្គបណ្តុះបណ្តាល គឺជាជំហានដ៏សំខាន់។ វានឹងជំរុញឲ្យអ្នកសម្រេចចិត្តពីរបៀបអនុវត្ត អ្វីដែលបានរៀនក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះក្នុងការងារ និងជីវិតប្រចាំថ្ងៃ។ អ្នកអាចប្រើប្រាស់វា រួមជាមួយសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីកែសម្រួល និងលើកទឹកចិត្តខ្លួនឯងក្នុងការ ចាត់វិធានការនានា។

នេះជាចំណុចបញ្ចប់នៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។ ឥឡូវនេះ អ្នកអាចបញ្ចប់ការ វាយតម្លៃបាន។ ក្នុងរយៈពេលពីរបីខែក្រោយ នឹងមានសកម្មភាពតាមដានបន្តទៀត។



ក្រដាសឆ្នាំដំ

ក្រដាសផ្ទាំងធំ

ក្រដាសផ្ទាំងធំសម្រាប់សកម្មភាព ៤ ក



១

ការប៉ាន់ស្មានថ្លៃផលិតផល*			
	1: កាបូបលុយធ្វើពីបារអង្ករ	2:	3:
ថ្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជន	\$1.50		
ថ្លៃខ្ពស់បំផុត និងទាបបំផុតរបស់គូប្រកួតប្រជែង	\$2.25 (លក់ក្នុងហាងទីក្រុង) \$1.25 (លក់តាមផ្ទះ)		
ថ្លៃរបស់ខ្ញុំ (មុនពេលបញ្ចុះតម្លៃ)	\$1.50		

ការប៉ាន់ស្មានការលក់ប្រចាំខែ					
ខែ	ផលិតផលទី	ផលិតផលទី	ផលិតផលទី	ផលិតផលទី	ផលិតផលទី
	១	២	៣	៤	៥
1	80				
2	90				
3	100				
4	150				
5	100				
6	100				
សរុប (ក្នុង)	620				

រយៈពេល ៦ ខែ)					
មធ្យមភាគប្រចាំ ខែ	104				

ក្រដាសផ្ទាំងធំសម្រាប់សកម្មភាព ៥ ក



២

សម្គាល់ ៖ ចំណុចទាំងនេះអាចត្រូវការក្រដាសផ្ទាំងធំលើសពីមួយ ប៉ុន្តែត្រូវប្រើប្រាស់នៅពេលអ្នកបានឃើញសញ្ញា និងលេខខាងលើ។

ឯកសារគំរូទី ១ ៖ ការវាយតម្លៃអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំ

	កត្តាកំណត់ជោគជ័យ	☺ ល្អ	☹ ធម្មតា	☹ មិនល្អ	តើខ្ញុំអាចធ្វើអ្វីបានខ្លះ?
1.	កន្លែងប្រកបអាជីវកម្ម/លក់				
2.	ដឹងពីចំណាយក្នុង អាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំ				
3.	គុណភាពផលិតផល				
4.	អតិថិជន				
5.	ការស្តុកទុកផលិតផល				
6.	កិច្ចការប្រចាំថ្ងៃ និងទម្លាប់				
7.	កន្លែងធ្វើការស្អាត				
8.	កន្លែងធ្វើការមានការរៀបចំ				

9.	ពេញចិត្តនឹងអាជីវកម្ម			
10.	ដំណើរការគ្រឿងបរិក្ខារ			
11.	ដឹងពីបំណុលរបស់អ្នក			
12.	ដឹងពីតម្រូវការអតិថិជន			
13.	ថ្លៃដើមផលិតផល			
14.	តម្លៃលក់			
15.	ផលិតផលដែលមាន			
16.	ផលិតផលខូចគុណភាព			
17.	ផលិតភាពរបស់បុគ្គលិក			
18.	លក្ខខណ្ឌការងារបុគ្គលិក			
19.	អតិថិជនគ្រប់គ្រាន់			
20.	ចំណាយសរុប			
21.	ផលិតផលមានសភាពល្អ			
22.	ដឹងពីកិច្ចការរបស់បុគ្គលិក			
23.	អតិថិជនជនត្រឡប់មកវិញ			
24.	តម្លៃលក់			
25.	គ្រួសារជួយឧបត្ថម្ភអ្នក			
26.	បច្ចេកទេសធ្វើទីផ្សារ			
27.	បុគ្គលិកជំនាញ និងគួរឲ្យ ទុកចិត្ត			
28.	ភាពអាចរកបាននៃប្រាក់កម្ចី			
29.	ការកត់ត្រាចូលបញ្ជី			
30.	ការតាមដានលំហូរ សាច់ប្រាក់			
31.	អ្នកជំនួញល្អ			
32.	ដឹងពីប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នក			

ឯកសារគំរូទី ២ ៖ ការរៀបរាប់ពីអាជីវកម្ម

ការរៀបរាប់ពីអាជីវកម្ម	
ឈ្មោះអាជីវកម្ម	
ប្រភេទអាជីវកម្ម	<input type="checkbox"/> អ្នកផលិត <input type="checkbox"/> អ្នកផ្តល់សេវា <input type="checkbox"/> អ្នកលក់រាយ <input type="checkbox"/> អ្នកលក់ដុំ <input type="checkbox"/> ផ្សេងៗ
តើផលិតផលបំពេញតម្រូវការអ្វីខ្លះ?	
តើអាជីវកម្មនេះនឹងផលិតផលិតផលអ្វី?	
អតិថិជនគោលដៅ?	
របៀបលក់ផលិតផល?	

ឯកសារគំរូទី ៣ ៖ តារាងផ្ទៀងផ្ទាត់ផែនការអាជីវកម្ម

តារាងផ្ទៀងផ្ទាត់ផែនការអាជីវកម្ម	✓
<p>១. សេចក្តីសង្ខេបប្រតិបត្តិ (១-៥ ខាងក្រោម)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ឈ្មោះអាជីវកម្ម • ឈ្មោះម្ចាស់ • ទស្សនៈវិស័យ (ក្នុងរយៈពេល ៥ ឆ្នាំខាងមុខ) • រចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម អ្នកចូលរួម និងទឹកនៃឯក • រៀបរាប់ពីផលិតផល និងរបៀបផលិត/ធ្វើ • ឱកាសទីផ្សារសម្រាប់ការលក់ • គោលដៅការលក់ក្នុងរយៈពេល ១, ២, ៣ ឆ្នាំខាងមុខ • នៅពេលខ្ចីប្រាក់ ៖ រាប់បញ្ចូលចំនួន របៀបប្រើប្រាស់ និងរបៀបដែលអ្នកធានាការទូទាត់សង ដោយផ្អែកលើជោគជ័យអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ 	
<p>២. ការរៀបរាប់ពីអាជីវកម្ម</p> <ul style="list-style-type: none"> • លក្ខណៈរបស់ផលិតផល ជាពិសេសរៀបរាប់នឹងគូប្រកួតប្រជែង • ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃអាជីវកម្ម ដូចជា ការកំណត់ថ្លៃលក់ និងការធ្វើទីផ្សារ 	
<p>៣. ការវិភាគទីផ្សារ</p> <ul style="list-style-type: none"> • ការរៀបរាប់ជាក់លាក់ពីផលិតផល ដូចជា ទំហំ វត្ថុធាតុ ទម្ងន់ • ការរៀបរាប់ពីអតិថិជន និងមូលហេតុដែលពួកគេទិញផលិតផលរបស់អ្នក • ការវាយតម្លៃសក្តានុពលទីផ្សារ (ឧ. ភ្ញៀវទេសចរណ៍ច្រើន ឬសណ្ឋាគារថ្មីៗច្រើន) • ទីផ្សារលក់ប្រកួតប្រជែង មូលហេតុដែលអ្នកនឹងមានប្រៀបជាអ្នកដទៃ • ចំណុចលក់លេចធ្លោ (ឧ. ប្រភពក្នុងមូលដ្ឋាន សរីរាង្គ ឬមាននិរន្តរភាព) 	
<p>៤. ផែនការគ្រប់គ្រង</p> <ul style="list-style-type: none"> • រចនាសម្ព័ន្ធអាជីវកម្ម អ្នកទទួលខុសត្រូវ និងអ្នកគាំទ្រអាជីវកម្ម 	
<p>៥. ផែនការទីផ្សារ</p>	

<ul style="list-style-type: none"> • ថ្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជន និងថ្លៃរបស់គូប្រកួតប្រជែង • ការចែកចាយ (ឧ. កន្លែងលក់ ការកម្លងតាមប្រៃសណីយ៍។ល។) • ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយ។ 	
<p>៦. ផែនការហិរញ្ញវត្ថុ</p> <ul style="list-style-type: none"> • ទឹកប្រាក់កម្ចីចាំបាច់សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ (ឬចាប់ផ្តើម) អាជីវកម្ម • ហិរញ្ញប្បទានថ្ងៃខាងមុខ នៅពេលអស់ប្រាក់កម្ចី ដោយផ្អែកលើកំណើនប្រាក់ចំណេញ • ការព្យាករណ៍ប្រសិទ្ធភាពការងារ ដូចជា តួលេខប៉ាន់ស្មានដើម្បីបង្ហាញពីកំណើន • របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ការប៉ាន់ស្មានប្រាក់ចំណូលសរុប ចំណាយសរុប និងការវិនិយោគសរុបរបស់អ្នក (រួមទាំងទ្រព្យសកម្ម) • របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលដែលបង្ហាញពីប្រសិទ្ធភាពការងារប៉ាន់ស្មាន ក្នុងរយៈពេលចាប់ពី ៣ ឆ្នាំឡើងទៅ ប្រាក់ចំណូលសរុប និងចំណាយសរុប • ការវិភាគចំណុចស្រង់ដើមដែលបង្ហាញថា ប្រាក់ចំណូលពីការលក់គឺខ្ពស់ជាងចំណាយ (ឧ. ចំណាយក្នុងអាជីវកម្ម និងទុនចំណាយ) • ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ដើម្បីបង្ហាញពីធនធានហិរញ្ញវត្ថុចាំបាច់ • មូលធន (ទ្រព្យសកម្ម) ដូចជា សំភារៈក្នុងអាជីវកម្ម វត្ថុធាតុ និងគ្រឿងបរិក្ខាររបស់អ្នក។ 	

ឯកសារគំរូទី ៤ ៖ ការប៉ាន់ស្មានថ្លៃផលិតផល

ការប៉ាន់ស្មានថ្លៃផលិតផល*			
	1: កាបូបលុយធ្វើពីបារអង្ករ	2:	3:
ថ្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជន			
ថ្លៃខ្ពស់បំផុត និងទាបបំផុតរបស់គូប្រកួតប្រជែង			
ថ្លៃរបស់ខ្ញុំ (មុនពេល			

បញ្ចុះតម្លៃ)			
--------------	--	--	--

ឯកសារគំរូទី ៥ ៖ ការប៉ាន់ស្មានការលក់ប្រចាំខែ

ការប៉ាន់ស្មានការលក់ប្រចាំខែ					
ខែ	ផលិតផលទី ១	ផលិតផលទី ២	ផលិតផលទី ៣	ផលិតផលទី ៤	ផលិតផលទី ៥
1					
2					
3					
4					
5					
6					
សរុប (ក្នុង រយៈពេល ៦ ខែ)					
មធ្យមភាគប្រចាំ ខែ					

ឯកសារគំរូទី ៦ ៖ ចំណាយសរុប/ខែ

ចំណាយសរុប/ខែ					
ប្រភេទចំណាយ	ចំណាយសរុប/ខែ				
វត្ថុធាតុដើម (អថេរ)					
ចំណាយលើកម្លាំងពលកម្ម (អថេរ)					
ចំណាយទូទៅ (ថេរ)					
ចំណាយសរុប/ខែ					
ថ្លៃ x ការលក់ - ចំណាយ = ប្រាក់ចំណេញ					
ជំហានទី ១	ថ្លៃ	x	ការលក់	=	ការលក់ប្រចាំខែ
ជំហានទី ២	ការលក់ប្រចាំខែ	-	ចំណាយ	=	ប្រាក់ចំណេញ

ឯកសារគំរូទី ៧ ៖ ប័ណ្ណស្តុកផលិតផល

ប័ណ្ណស្តុកផលិតផល
ឈ្មោះផលិតផល ៖
កូដផលិតផល ៖
អាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនងរបស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់/អ្នកផលិត ៖

ការរៀបរាប់ ៖		តម្លៃ និងតម្លៃលក់		មតិយោបល់ ៖
កាលបរិច្ឆេទ	ចូល (B/F)	ចេញ	សមតុល្យ	មតិយោបល់ ៖
សរុប				

ឯកសារគំរូទី ៨ ៖ ការកត់ត្រាចូលបញ្ជីធម្មតា

ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់					
ការកត់ត្រាចូលបញ្ជីធម្មតា ៖ បញ្ជីសាច់ប្រាក់					
ខែ ឆ្នាំ	ការរៀបរាប់	ប្រាក់ចូល ក្នុង អាជីវកម្ម	ប្រាក់ចេញ ពីអាជីវកម្ម	ចំណាយផ្ទាល់ខ្លួន	សមតុល្យ
01 st					
2 nd					
3 rd					
4 th					
5 th					
6 th					
7 th					
8 th					
9 th					

10 th					
11 th					
12 th					
13 th					
14 th					
15 th					
16 th					
17 th					
18 th					
19 th					
20 th					
21 st					
22 nd					
23 rd					
24 th					
25 th					
26 th					
27 th					
28 th					
29 th					
30 th					
31 st					
សរុប					