

Small Business
Competitiveness

**ការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសតាមសហគមន៍ (C-BED)
សម្រាប់អ្នកដែលចង់ក្លាយជាសហគ្រិនក្នុងវិស័យ
ទេសចរណ៍**

*អង្គការអន្តរជាតិខាងការងារ (ILO) - ការប្រកួតប្រជែងវិស័យ
អាជីវកម្មខ្នាតតូចនៅអាស៊ី*

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>



Small Business
Competitiveness

រៀបរៀងឡើងដោយ ៖



មាតិកា

ការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសតាមសហគមន៍ (C-BED)..... v

កម្រងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់អ្នកដែលចង់ក្លាយជាសហគ្រិនក្នុងវិស័យទេសចរណ៍.... v

សារចំពោះក្រុមសិក្ខាកាម.....vii

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ១ ៖ សេចក្តីផ្តើម..... 1

សកម្មភាព ១ ក ៖ ការស្គាល់គ្នា..... 1

សកម្មភាព ១ ខ ៖ ការវាយតម្លៃកត្តាជះឥទ្ធិពល 2

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២ ៖ ការជ្រើសរើសគំនិតអាជីវកម្ម..... 5

សកម្មភាព ២ ក ៖ ការបំផុសគំនិតអាជីវកម្ម..... 5

សកម្មភាព ២ ខ ៖ ការជ្រើសរើសលក្ខណវិនិច្ឆ័យសម្រាប់គំនិតអាជីវកម្ម..... 6

សកម្មភាព ២ គ ៖ ការវិភាគ SWOT 10

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២.៥ ៖ វដ្តជីវិតរបស់មនុស្ស..... 16

សកម្មភាព ២.៥ ៖ វដ្តជីវិត..... 16

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៣ ៖ ការកំណត់គំនិតអាជីវកម្ម និងអតិថិជនសក្តានុពល 19

សកម្មភាព ៣ ក ៖ ការរៀបរាប់ពីគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក 19

សកម្មភាព ៣ ខ ៖ ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ..... 22

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៤ ៖ ការធ្វើទីផ្សារ 29

សកម្មភាព ៤ ក ៖ កំណត់លក្ខណៈផលិតផលរបស់អ្នក 30

សកម្មភាព ៤ ខ ៖ ការជ្រើសរើសទីតាំង 33

សកម្មភាព ៤ គ ៖ ការផ្សព្វផ្សាយពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក 37

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៥ ៖ ការកំណត់ថ្លៃលក់ 41

សកម្មភាព ៥ ក ៖ អតិថិជន និងការប្រកួតប្រជែង 41

សកម្មភាព ៥ ខ ៖ ការប៉ាន់ស្មានតម្រូវការផលិតកម្ម និងការលក់ប្រចាំខែ	43
សកម្មភាព ៥ គ ៖ ថ្លៃដើម.....	46
សកម្មភាព ៥ ឃ ៖ ការបង្កើតប្រាក់ចំណេញ.....	51
វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៦ ៖ កត្តាកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម.....	54
សកម្មភាព ៦ ក ៖ កត្តាកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម.....	54
វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៧ ៖ ផែនការសកម្មភាព	58
សកម្មភាព ៧ ក ៖ ការចាត់វិធានការ	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 កម្មវិធីនេះគឺ ជាជម្រើសដែលចំណាយតិច និងមាននិរន្តរភាពសម្រាប់អង្គភាព ឬសហគមន៍នានា។

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 ឬចម្រុះក្នុងទម្រង់ជាមួយគ្នា រួចបញ្ជូលទៅក្នុងកម្មវិធីដែលមានស្រាប់។

កម្រងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់អ្នកដែលចង់ក្លាយជាសហគ្រិនក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

កម្មវិធីការអភិវឌ្ឍសហគ្រាសតាមសហគមន៍ (C-BED) សម្រាប់អ្នកដែលចង់ក្លាយ

ជាសហគ្រិនគឺជាវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដំបូងដ៏សមស្របសម្រាប់សិក្ខាកាម ដែលចេះអក្សរតិចតួច និងមានសារប្រយោជន៍សម្រាប់គ្រប់គ្នាដែលចង់ទទួលបានចំណេះដឹងមូលដ្ឋានពីការបង្កើត និងដំណើរការអាជីវកម្ម។ សិក្ខាកាមនឹងស្វែងរកឱកាសដើម្បីធ្វើការផ្លាស់ប្តូរក្នុងជីវិតរបស់ខ្លួន តាមរយៈការស្វែងរក ឬផ្លាស់ប្តូរមុខរបរ ឬកែលម្អលក្ខខណ្ឌការងាររបស់ខ្លួន។ ពួកគេនឹងទទួលបានសមត្ថភាពសំខាន់ៗក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម និងការសិក្សាសំខាន់ៗ។ សម្រាប់ព័ត៌មានស្តីពីលក្ខណវិនិច្ឆ័យក្នុងការជ្រើសរើស សិក្ខាកាម សូមអានគម្រោងកម្មវិធីសិក្សា C-BED។ បន្ទាប់ពីបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល សិក្ខាកាមនឹង ៖

- ទទួលបានចំណេះដឹងស្តីពីការអភិវឌ្ឍសហគ្រាស
- ទទួលបានជំនាញសំខាន់ៗក្នុងការពិចារណាពីការងារសក្តានុពល ឬស្ថានភាពការងារបច្ចុប្បន្ន
- បង្កើនចំណេះដឹងស្តីពីការអភិវឌ្ឍសហគ្រាស
- ស្វែងយល់ពីជំហានផ្សេងៗក្នុងការចាប់ផ្តើម ឬកែលម្អអាជីវកម្ម
- ពង្រឹងទំនុកចិត្តក្នុងការសម្រេចចិត្ត រៀបចំផែនការ និងចាត់វិធានការនៅថ្ងៃខាងមុខ
- ដឹងពីសក្តានុពលនៃទំនាក់ទំនង និងកិច្ចសហការ។

សក្តានុពលសម្រាប់អាជីវកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍នៅប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ី

សក្តានុពល សម្រាប់ការឈានជើងចូលក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍នៅប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ីមិនដែលមានភាពប្រសើរឡើងឡើយ។

ភាពសម្បូរបែបនៃសម្បត្តិធម្មជាតិ សត្វព្រៃ ឆ្នេរសមុទ្រដ៏វែងអន្លាយ និងប្រជុំកោះដ៏ច្រើន រមណីយដ្ឋាន សកម្មភាពកំសាន្ត និងផ្សេងៗទៀត ទីក្រុងដែលជាបណ្តុំវប្បធម៌ចម្រុះ និងមុខម្ហូបប្លែកៗក្នុងប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ី សុទ្ធតែជាចំណុចទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរណ៍ជាច្រើនពីតំបន់អាស៊ាន និងបរទេស។ យោងតាមទីភ្នាក់ងារស្ថិតិជាតិ (BPS) ប្រទេសនេះមានចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍រហូតដល់ ៨,៨ លាននាក់កាលពីឆ្នាំមុនជាតួលេខដែលកើនឡើងថេរក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំកន្លងមកនេះ។ ប្រាក់ចំណូលពី

វិស័យទេសចរណ៍កាលពីឆ្នាំមុនមានប្រមាណ ១០ ពាន់លានដុល្លារក្នុងប្រាក់ចំណូលពី ការទូទាត់បរទេស ពោលគឺបានកើនឡើង ១ ពាន់លានដុល្លារលើសឆ្នាំ ២០១២។

កំណត់ត្រាចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍បច្ចុប្បន្ន បង្ហាញពីឱកាសសម្រាប់សហគ្រិន ក្នុងការផ្ដោតលើអាជីវកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងដោយមានផែនការ អាជីវកម្មជោគជ័យ ដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណេញខ្ពស់។ កម្រង វគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះគឺសម្រាប់ជួយដល់សហគ្រិនក្នុងការបង្កើតផែនការអាជីវកម្ម ល្អិតល្អន់ ដែលជាផ្នែកដ៏សំខាន់នៃភាពជោគជ័យក្នុងការទទួលបានហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម និងជួយអ្នកឲ្យមានដំណើរការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពឆ្ពោះ ទៅសម្រេចគោលដៅ។ វានឹងផ្តល់គំនិតល្អៗដើម្បីជំរុញឲ្យអ្នកទាញយកប្រយោជន៍ពី ឱកាសនានាក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ដែលកំពុងមានកំណើននេះ និងកាត់បន្ថយ ឱកាសនៃភាពបរាជ័យ។

សារចំពោះក្រុមសិក្សាកាម

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 អ្នកនឹងត្រូវបានស្នើឲ្យបំពេញការស្ទង់មតិមួយដើម្បីស្វែងយល់ពីឥទ្ធិពលនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។ ព័ត៌មានទាំងនេះនឹងត្រូវរក្សាជាសម្ងាត់ និងប្រើប្រាស់ដើម្បីកែលម្អឯកសារវគ្គបណ្តុះបណ្តាល ក៏ដូចជាការរៀបចំកម្មវិធីនៅថ្ងៃខាងមុខ។ សិក្ខាកាមមួយចំនួនអាចនឹងត្រូវបានទាក់ទងនៅថ្ងៃខាងមុខ ក្រោយរយៈពេល ៣ ៦ ឬ ១២ ខែ ដើម្បីបំពេញការស្ទង់មតិមួយទៀតសម្រាប់ការសិក្សាពីផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

ការណែនាំក្នុងសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ មានលក្ខណៈងាយស្រួលអនុវត្តតាម និងបានផ្តល់ពេលវេលាកំណត់សម្រាប់ជំហាននីមួយៗផងដែរ។ សូមសម្គាល់សញ្ញាទាំងនេះ ៖



សញ្ញានេះមានន័យថា សូមអានឲ្យឮៗ។



នៅពេលអ្នកឃើញសញ្ញានេះ មានន័យថា អ្នកកំពុងអានការណែនាំ និងធ្វើសកម្មភាព។



នៅពេលអ្នកឃើញសញ្ញានេះ សូមចែករំលែកព័ត៌មានក្នុងក្រុម។



សញ្ញានេះបង្ហាញអ្នកពីពេលវេលាប៉ាន់ស្មាននៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។



ប្រើប្រាស់ក្រដាសផ្ទាំងធំដែលមានក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ ១។ ប្រសិនបើអ្នកមិនមានក្រដាសផ្ទាំងធំ សូមប្រើក្រដាសបន្ថែម ឬសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។

មុនពេលអ្នកចាប់ផ្តើមវគ្គបណ្តុះបណ្តាល សូមអនុវត្តតាមជំហានសាមញ្ញៗខាងក្រោមដើម្បីត្រៀមរៀបចំ។

- បំពេញការស្ទង់មតិមុនពេលចាប់ផ្តើមវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។ សួរអ្នករៀបចំប្រសិនបើអ្នកមិនមានឯកសារចម្លង ឬមិនទាន់បានបំពេញការស្ទង់មតិនោះ។
- បែងចែកជាក្រុមតូចៗដែលមានសមាជិក ៥-៧ នាក់។ អ្នករៀបចំនឹងណែនាំអ្នកពីវិធីសម្រេចការងារនេះបានល្អបំផុត។

- រើសសមាជិកក្រុមម្នាក់សម្រាប់ស្ម័គ្រចិត្តចាប់ផ្តើមវគ្គបណ្តុះបណ្តាល ឲ្យធ្វើជា “អ្នកអានក្នុងក្រុម”។ “អ្នកអានក្នុងក្រុម” មានតួនាទីអានព័ត៌មាន និងការណែនាំសកម្មភាពឲ្យសមាជិកក្រុមស្តាប់។ រាល់សមាជិកក្រុមដែលចេះអក្សរអាចធ្វើជា “អ្នកអានក្នុងក្រុម” បាន ហើយអ្នកគួររៀនសមាជិកក្រុមឲ្យធ្វើជា “អ្នកអានក្នុងក្រុម” ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ។

សមាជិកក្រុមទាំងអស់ត្រូវទទួលខុសត្រូវលើការពិនិត្យពេលវេលា ប៉ុន្តែសមាជិកក្រុមម្នាក់គួរត្រូវបានជ្រើសរើសសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលនីមួយៗ ដើម្បីរំលឹកក្រុមនៅពេលវេលាកំណត់សម្រាប់ជំហានមួយ បានមកដល់។ អ្នកមិនចាំបាច់អនុវត្តតាមពេលវេលាកំណត់តឹងរឹងពេកនោះទេ ប៉ុន្តែអ្នកត្រូវគ្រប់គ្រងពេលវេលាសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទាំងមូល។ ប្រសិនបើសកម្មភាពមួយមានរយៈពេលយូរជាងពេលវេលាកំណត់ សូមព្យាយាមសន្សំសំចៃពេលវេលាក្នុងសកម្មភាពផ្សេងទៀតដើម្បីរក្សាតុល្យភាព។

សមាជិកក្រុមទាំងអស់ នឹងទទួលបានសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដូចគ្នា។ សមាជិកអាចនឹងបំពេញការងារជាបុគ្គលក្នុងការណែនាំទាំងនេះ ទន្ទឹមនឹងការងារជាក្រុម។ ក្រុមអាចបំពេញសកម្មភាពរួមគ្នាលើក្រដាសផ្ទាំងធំ ប្រសិនបើមាន។

សូមចូលរួមក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដោយរីករាយ!

វិធានបណ្តុះបណ្តាលទី ១ ៖
សេចក្តីផ្តើម

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ១ ៖ សេចក្តីផ្តើម



៥០ នាទី



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ យើងនឹងធ្វើសកម្មភាពពីដើម្បីឲ្យសិក្ខាកាមស្គាល់គ្នា និងយល់ដឹងពីវិធីសាស្ត្រនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលកម្មវិធី C-BED។ វគ្គនេះមានគោលបំណងសិក្សាពីគ្នាទៅវិញទៅមកក្នុងពេលធ្វើសកម្មភាពក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលទាំង ៧។ យើងសិក្សាដោយមិនមានគ្រូបង្រៀនឡើយ។ ដូច្នោះ យើងគួរជួយគ្នាចែករំលែកគំនិត និងបទពិសោធន៍ផ្សេងៗ និងសួររសំណួរក្នុងក្រុម ប្រសិនបើយើងមិនយល់គោលគំនិត ឬសកម្មភាពណាមួយ។

សកម្មភាព ១ ក ៖ ការស្គាល់គ្នា



ក្នុងសកម្មភាព ១ ក យើងនឹងបានស្គាល់សមាជិកក្នុងក្រុម និងសិក្សាពីគំនិតអាជីវកម្មរៀងៗខ្លួន។ ដើម្បីធ្វើសកម្មភាពនេះ យើងត្រូវមានប៊ិច និងក្រដាសដែលអាចហែកចេញបាន។

ដំបូង យើងនឹងអានការណែនាំទាំងអស់មុនពេលចាប់ផ្តើមដំហានទី ១។ នៅពេលអស់ពេលសម្រាប់ដំហាននីមួយៗ អ្នកអានក្នុងក្រុមនឹងបង្ហាញពីពេលវេលានៅសល់ ដើម្បីឲ្យសមាជិកអាចបន្តទៅដំហានបន្ទាប់ រហូតដល់បញ្ចប់សកម្មភាពទាំងមូល។



១៥ នាទី

- គូររូបភាពបង្ហាញពីអាជីវកម្មបច្ចុប្បន្ន ឬគំនិតអាជីវកម្មថ្មី (៥ នាទី)។
- សិក្ខាកាមម្នាក់ៗនឹងណែនាំខ្លួនក្នុងក្រុម ដោយបង្ហាញពីឈ្មោះ កន្លែងកំណើត រួចបង្ហាញរូបភាពអាជីវកម្ម និងពន្យល់ចំណុចសំខាន់ៗ។ សិក្ខាកាមម្នាក់ៗមានពេលមួយនាទីដើម្បីណែនាំខ្លួន (៥ នាទី)។
- បង្ហាញគំនូរលើជញ្ជាំងជិតនោះ ឬដាក់កណ្តាលតុ (៥ នាទី)។



ក្នុងសកម្មភាពទី ១ នេះ យើងបានស្គាល់សមាជិកក្នុងក្រុម និងចែករំលែកគំនូរ និងពិភាក្សាពីគំនិតអាជីវកម្ម។ ឥឡូវនេះ យើងអាចបន្តទៅសកម្មភាពបន្ទាប់បាន។

សកម្មភាព ១ ខ ៖ ការវាយតម្លៃកត្តាជះឥទ្ធិពល



ក្នុងសកម្មភាព ១ ខ យើងនឹងវាយតម្លៃកត្តាជះឥទ្ធិពលផ្សេងៗដែលជំរុញទឹកចិត្តរបស់យើង ក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម។ ចំណុចដែលយើងចង់ដឹង បទពិសោធន៍ពីមុនរបស់យើង និងបុគ្គល សំខាន់ៗក្នុងជីវិតរបស់យើងសុទ្ធតែជះឥទ្ធិពលលើយើង។ ការដឹងពីកត្តាជះឥទ្ធិពលទាំងនេះអាចជួយយើង ឲ្យមានការយល់ដឹងច្រើនពីអាទិភាពរបស់យើង និងរបៀបដែលអាទិភាពទាំងនោះជះឥទ្ធិពលលើជម្រើសអាជីវកម្មរបស់យើង។

ដំបូង យើងនឹងអានការណែនាំទាំងអស់មុនពេលចាប់ផ្តើមជំហានទី ១ នៃសកម្មភាព នេះ។ អ្នកអានក្នុងក្រុមនឹងតាមដានពេលវេលា និងរំលឹកយើងពីពេលដែលត្រូវបន្តទៅ ជំហានបន្ទាប់។ ឥឡូវនេះ យើងអាចចាប់ផ្តើមសកម្មភាព ១ ខ បាន។



៣៥ នាទី

- សមាជិកម្នាក់ៗគួរចំពេញសន្លឹកស្វ័យវាយតម្លៃដោយខ្លួនឯង។ ក្រុមនឹងជួយដល់ សមាជិកក្រុមដែលមិនចេះអក្សរ (៥ នាទី)។
- សមាជិកក្រុមម្នាក់ៗប្រើប្រាស់សន្លឹកស្វ័យវាយតម្លៃ ដើម្បីបង្ហាញក្រុមពីកត្តាជះឥទ្ធិ ពលលើខ្លួន (១០ នាទី)។
- ពិភាក្សាក្នុងក្រុមពីរបៀប ដែលកត្តាជះឥទ្ធិពលទាំងនេះពាក់ព័ន្ធនឹងគំនិតអាជីវកម្ម និងការជំរុញទឹកចិត្តរបស់យើង (១៥ នាទី)។

តារាង ១ ខ ៖ ការវាយតម្លៃកត្តាជះឥទ្ធិពលរបស់ខ្ញុំ

ចំណាប់អារម្មណ៍របស់ខ្ញុំ - ការងារដែលខ្ញុំចង់ដឹង និងចូលចិត្តធ្វើ (ទទួលបាន ឬមិនទទួលបាន ប្រាក់កម្រៃ)

បទពិសោធន៍របស់ខ្ញុំ ៖ ខ្ញុំមានបទពិសោធន៍ការងារ (ដូចជា ការបណ្តុះបណ្តាល និងការអប់រំ) ៖

បុគ្គលគំរូរបស់ខ្ញុំ ៖ ខ្ញុំកោតសរសើរមនុស្សមួយចំនួនដែលខ្ញុំស្គាល់ (គ្រូសារ មិត្តភក្តិ គ្រូបង្រៀន អ្នកជំនួញ អ្នកដឹកនាំសហគមន៍។ល។)



ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ១ យើងបានសិក្សាបន្ថែមទៀតពីសមាជិកក្រុម និងស្វែងយល់ពី កត្តាជះឥទ្ធិពលផ្សេងៗលើការជំរុញទឹកចិត្តរបស់យើងក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម។ យើងមានការ យល់ដឹងច្រើនពីចំណាប់អារម្មណ៍របស់យើង និងរបៀបដែលចំណាប់អារម្មណ៍ទាំងនោះ ពាក់ព័ន្ធនឹងគំនិតអាជីវកម្មដែលបានកំណត់កន្លងមក។

**វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២ ៖
ការជ្រើសរើសគំនិតអាល័យកម្ម**

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២ ៖ ការជ្រើសរើសគំនិតអាជីវកម្ម



១២០ នាទី



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២ យើងនឹងធ្វើសកម្មភាព ៣ ដើម្បីជួយដល់ការបង្កើត និងវាយតម្លៃគំនិតអាជីវកម្មផ្សេងៗ និងកំណត់គំនិតអាជីវកម្មដែលមានសក្តានុពល បំផុត។ នៅពេលបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល សមាជិកក្រុមនឹងជ្រើសរើសបន្តធ្វើការរួមគ្នា លើគំនិតអាជីវកម្មរួមមួយ ឬជួយគ្នាបង្កើតផែនការសម្រាប់ចំណាប់អារម្មណ៍អាជីវកម្ម ផ្ទាល់ខ្លួន។ តាមរយៈការធ្វើការរួមគ្នាក្នុងវគ្គផ្សេងៗ សមាជិកក្រុមម្នាក់ៗនឹងអភិវឌ្ឍ ជំនាញសំខាន់ៗសម្រាប់ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម។

សកម្មភាព ២ ក ៖ ការបំផុសគំនិតអាជីវកម្ម



ក្នុងសកម្មភាពនេះ យើងនឹងធ្វើការជាក្រុមដើម្បីបំផុសគំនិតអាជីវកម្មថ្មីៗ និងគំនិតច្នៃប្រឌិត ជាច្រើន។ យើងគួរផ្តោតលើការកំណត់គំនិតប្លែកៗជាច្រើនដែលមិនធ្លាប់មានក្នុងសហគមន៍ ព្រោះយើងអាចមានការលំបាកក្នុងការសម្រេចបានជោគជ័យ ប្រសិនបើមានមនុស្សច្រើនពេកធ្វើ អាជីវកម្មដូចគ្នាក្នុងកន្លែងតែមួយ។

នៅពេលបំផុសគំនិត ប្រការសំខាន់គួរពិចារណាពីប្រភេទអាជីវកម្ម និងសកម្មភាព ផ្សេងៗ។ ក្នុងអំឡុងពេលបំផុសគំនិត អ្នកគួរពិចារណាពីផ្នែកនៃវិស័យទេសចរណ៍ដែល ពាក់ព័ន្ធបំផុតនឹងសហគមន៍របស់អ្នក។ គិតពីតម្រូវការ និងអ្វីដែលអ្នកអាចផ្គត់ផ្គង់ដោយ ងាយ និងក្នុងតម្លៃសមស្រប។

ភាគច្រើននៃចំណុចទាំងនេះពឹងផ្អែកលើទីតាំង។ មានអ្នកផ្តល់សេវា ទេសចរណ៍ជាច្រើននៅជុំវិញតំបន់ទេសចរណ៍ល្បីៗជាងនៅតំបន់ទីក្រុង។ ឧ. អាចមាន ឱកាសជាច្រើនសម្រាប់សណ្ឋាគារ និងហាងតូចៗក្នុងទីក្រុង។ អ្នកត្រូវឆ្លុះបញ្ចាំងលើតម្រូវ ការដែលអ្នកអាចផ្តល់ជូនបាន ដោយផ្អែកលើធនធានក្នុងសហគមន៍។ គំនិតអាជីវកម្មអាច ផុសចេញពីផ្នែកខុសៗគ្នាក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដូចជា ៖

- ភោជនីយដ្ឋាន
- ផ្ទះសំណាក់

- ការផ្តល់សេវា
- ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍
- ការដឹកជញ្ជូន ។



២៥ នាទី

1. ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីបង្កើតតារាងគំនិតអាជីវកម្ម និងកត់ត្រាលើក្រដាស។ ត្រូវព្យាយាមកំណត់គំនិតអាជីវកម្មថ្មីៗ និងគំនិតច្នៃប្រឌិតនានា។ គំនិតទាំងនោះគួរសរសេរ ឬបង្ហាញលើក្រដាសផ្ទាំងធំ ប្រសិនបើមាន ឬប្រើប្រាស់ក្រដាស A4។ សមាជិកក្រុមម្នាក់ៗគួរផ្តល់គំនិតយ៉ាងហោចណាស់ ៣ និងផ្តល់ការពន្យល់ខ្លីពីគំនិតនីមួយៗ មុនពេលកត់ត្រា (១០ នាទី)។
2. បន្ទាប់ពីការបំផុសគំនិតអាជីវកម្មតាមវិធីនេះ ជំហានបន្ទាប់គឺការវាយតម្លៃល្បឿន និងដោយប្រើញាណលើសក្តានុពលជោគជ័យនៃគំនិតនីមួយៗ។

$$\text{ដាក់សញ្ញា} + \text{សម្រាប់គំនិតដែលក្រុមយល់ថាមានសក្តានុពលខ្ពស់}$$

$$\text{ឬដាក់សញ្ញា} - \text{សម្រាប់គំនិតដែលមានសក្តានុពលទាប។}$$
 ប្រការសំខាន់ត្រូវពិភាក្សាពីមូលហេតុដែលគំនិតមួយមានសក្តានុពលទាប ឬខ្ពស់ មុនពេលក្រុមធ្វើការសម្រេចចិត្ត (១៥ នាទី)។
3. ជំហានចុងក្រោយគឺការបង្ហាញតារាងនោះឲ្យក្រុមបានឃើញ។



ក្នុងសកម្មភាពនេះ យើងបានបង្កើតគំនិតអាជីវកម្មផ្សេងៗ និងធ្វើការវាយតម្លៃដោយប្រើញាណលើសក្តានុពលនៃគំនិតនីមួយៗ។ ការវាយតម្លៃដោយញាណតែងតែទទួលបានលទ្ធផលពីចំណាប់អារម្មណ៍ផ្ទាល់ខ្លួន និងទំនុកចិត្តរបស់យើងលើគំនិតទាំងនោះ។ យ៉ាងនេះក្តី ការវាយតម្លៃប្រភេទនេះអាចនឹងមិនបានផ្តោតលើលក្ខខណ្ឌចាំបាច់មួយចំនួនសម្រាប់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម។ ក្នុងសកម្មភាពបន្ទាប់ យើងនឹងសិក្សាពីលក្ខណវិនិច្ឆ័យដែលគួរប្រើប្រាស់ដើម្បីជ្រើសរើសគំនិតអាជីវកម្មដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់។

សកម្មភាព ២ ខ ៖ ការជ្រើសរើសលក្ខណវិនិច្ឆ័យសម្រាប់គំនិតអាជីវកម្ម



អាជីវកម្មជោគជ័យលក់អ្វីដែលអតិថិជនត្រូវការ ឬចង់បាន ក្នុងតម្លៃដែលសមស្របសម្រាប់ពួកគេ ប៉ុន្តែអាជីវកម្មជោគជ័យក៏គួរបង្កើតប្រាក់ចំណូលគ្រប់គ្រាន់ និងធ្វើឲ្យអ្នកពេញចិត្តផងដែរ។ សម្រាប់មូលហេតុទាំងនេះ ប្រការសំខាន់អ្នកត្រូវវាយតម្លៃល្អិតល្អន់លើគំនិតអាជីវកម្មដែលបានជ្រើសរើស។

ក្នុងសកម្មភាពនេះ យើងនឹងសិក្សាពីកត្តាសំខាន់ៗបីសម្រាប់ការជ្រើសរើសគំនិត អាជីវកម្មល្អប្រសើរ។

1. ជំនាញ

ជំនាញផ្សេងៗក្នុងផ្នែកជាច្រើន អាចជាកត្តាចាំបាច់ក្នុងការដំណើរការ អាជីវកម្មដោយជោគជ័យ។ ជំនាញទាំងនេះអាចរួមមានចំណេះដឹងជាក់ស្តែង ឬ សមត្ថភាពក្នុងការធ្វើកិច្ចការមួយចំនួន ឬអាចជាជំនាញទូទៅក្នុងការធ្វើទំនាក់ទំនង ជាមួយអ្នកដទៃ និងរៀបចំសកម្មភាព។ ការចេះធ្វើម្ហូប កាត់សក់ ឬជួសជុលម៉ាស៊ីន សុទ្ធតែជាឧទាហរណ៍នៃជំនាញជាក់ស្តែង។ ការមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រងពេលវេលា ដោយប្រសិទ្ធភាព រៀបចំកិច្ចការ និយាយភាសាផ្សេង ឬធ្វើការបានល្អជាមួយអ្នកដទៃ សុទ្ធតែជាឧទាហរណ៍នៃជំនាញទូទៅដែលអាចផ្តល់ប្រយោជន៍ដល់អាជីវកម្ម។ អ្នកប្រហែលជាបានប្រើប្រាស់ជំនាញទាំងនេះនៅផ្ទះ សាលារៀន កន្លែងធ្វើការ ឬក្នុង សហគមន៍។

2. ធនធាន

អ្នកមិនអាចដំណើរការអាជីវកម្មជោគជ័យដោយមិនមានវត្ថុធាតុដើម ដី គ្រឿងបរិក្ខារ ទុន បុគ្គលិក និងកិច្ចការចាំបាច់ផ្សេងទៀតបានឡើយ។ នៅពេលរៀបចំផែនការ អាជីវកម្មថ្មី អ្នកប្រហែលជាមិនទាន់មានធនធានចាំបាច់ទាំងអស់ ប៉ុន្តែប្រការសំខាន់ អ្នកត្រូវមានលទ្ធភាពទទួលបានធនធានទាំងនេះពីក្នុង និងជុំវិញសហគមន៍។

3. តម្រូវការ

អាជីវកម្មទាំងអស់ផលិតទំនិញ ឬផ្តល់សេវាទៅតាមតម្រូវការ។ ខណៈដែល សហគ្រិនអាចនឹងបង្កើតតម្រូវការដោយបង្កើតផលិតផលថ្មី អាជីវកម្មផ្សេងទៀតនឹង ផ្តោតលើការបំពេញតម្រូវការមានស្រាប់ក្នុងសហគមន៍។ ក្នុងករណីណាក៏ដោយ ប្រការ សំខាន់អាជីវកម្មត្រូវផលិតអ្វីដែលអតិថិជនត្រូវការ ឬចង់បាន។

អ្នកអានក្នុងក្រុមនឹងអានជំហាននានាសម្រាប់សកម្មភាព ២ ខ។



៥៥ នាទី

1. អានតារាងគំរូដែលរៀបរាប់ពីជំនាញ ធនធាន និងតម្រូវការកំណត់ដោយក្រុមក្នុង វគ្គបណ្តុះបណ្តាល C-BED ពីមុន។ អ្នកអានក្នុងក្រុមនឹងអានផ្នែកដែលបង្ហាញក្នុង តារាងម្តងមួយៗ ហើយក្រុមនឹងពិភាក្សាពីចំណុចស្រដៀងគ្នា និងចំណុចខុសគ្នានៃអ្វី ដែលមានក្នុងសហគមន៍របស់អ្នក (១០ នាទី)។
2. បង្កើតក្រុមដែលមានសមាជិក ២ ឬ ៣ នាក់ដើម្បីបំពេញជំហានបន្ទាប់។
3. ប្រើប្រាស់តារាង ២ ខ (១) ដើម្បីរៀបរាប់ជំនាញដែលអ្នកមាន។ បង្ហាញពីជំនាញរបស់ អ្នក ដែលអាចមិនពាក់ព័ន្ធដោយផ្ទាល់នឹងចំណាប់អារម្មណ៍អាជីវកម្មរបស់អ្នក (៥ នាទី)
4. បន្ទាប់មក រៀបរាប់ពីធនធានដែលអ្នកមានលទ្ធភាពទទួលបាន ដូចជា ធនធានដែល អាចនឹងមិនពាក់ព័ន្ធដោយផ្ទាល់នឹងចំណាប់អារម្មណ៍អាជីវកម្មរបស់អ្នក (៥ នាទី)។
5. រៀបរាប់ពីទំនិញ និងសេវាក្នុងកូឡេនតម្រូវការ ដែលសហគមន៍ត្រូវការ ឬចង់បាន។ រៀបរាប់ពីទំនិញ និងសេវាដែលអាចនឹងមិនពាក់ព័ន្ធដោយផ្ទាល់នឹងចំណាប់អារម្មណ៍ អាជីវកម្មរបស់អ្នក (៥ នាទី)។
6. ត្រឡប់ចូលក្រុមវិញ និងកត់ត្រាគំនិតអាជីវកម្មដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់ពីសកម្ម ភាព ២ ក ទៅក្នុងតារាង ២ ខ (២) (៥ នាទី)។
7. ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីប្រៀបធៀបជំនាញដែលអ្នកបានកំណត់ និងកំណត់ចំណុចចាំបាច់ ក្នុងគំនិតអាជីវកម្មដែលបានរៀបរាប់។ សមាជិកក្រុមម្នាក់ៗគួរចូលរួមក្នុងកិច្ច ពិភាក្សា។ ប្រសិនបើជំនាញជាច្រើនក្នុងក្រុមរបស់អ្នកត្រូវគ្នានឹងគំនិតអាជីវកម្ម សូមគូស ✓✓ ក្នុងកូឡេនជំនាញ។ ប្រសិនបើមានតែជំនាញមួយត្រូវគ្នានឹង គំនិតអាជីវកម្ម សូមគូស ✓ ក្នុងកូឡេនជំនាញ។ ប្រសិនបើមិនមានជំនាញណា ត្រូវគ្នានឹងគំនិតអាជីវកម្ម សូមគូស X ក្នុងកូឡេនជំនាញ (១០ នាទី)។
8. បន្តធ្វើការជាក្រុម និងធ្វើដំណើរការនេះឡើងវិញដើម្បីកំណត់ធនធាន និងតម្រូវការ (១០ នាទី)។
9. ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីពិភាក្សាពីសំណួរខាងក្រោម ៖

- តើគំនិតអាជីវកម្មណាដែលមានសក្តានុពលបំផុត ដោយផ្អែកលើការវាយតម្លៃ ជំនាញ ធនធាន និងតម្រូវការ?
- តើវាដូចគ្នានឹងអាជីវកម្មដែលបានកំណត់ថាមានសក្តានុពលខ្ពស់ក្នុងសកម្មភាព ២ ក ឬទេ? (៥ នាទី)។

គំរូ ៖ លក្ខណវិនិច្ឆ័យសម្រាប់ការជ្រើសរើសគំនិតអាជីវកម្ម		
ជំនាញ	ធនធាន	តម្រូវការ
កាត់ដេរ ចម្អិនត្រី ធ្វើផ្គុំកបង្ការ ដាំបន្លែ និយាយពីវិទ្យាសាស្ត្រ ជួសជុលម៉ូតូ ជំនាញគណនេយ្យ	ផ្ទៃដី និងបន្លែ ផលិតផលព្រៃឈើ សញ្ញាបត្រពីសាលាបច្ចេកទេស ប្រាក់កម្ចីមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុពីធនាគារ ដីសម្រាប់ជួលនៅជិតផ្សារក្នុង មូលដ្ឋាន	ឱសថបុរាណ សាច់ស្រស់ បន្លែសរីរាង្គ អ្នករចនាគេហទំព័រ មគ្គុទេសន៍ទេសចរណ៍ ជាងជួសជុលកង់

តារាង ២ ខ (១) ៖ លក្ខណវិនិច្ឆ័យសម្រាប់ការជ្រើសរើសគំនិតអាជីវកម្ម		
ជំនាញ	ជំនាញ	ជំនាញ

តារាង ២ ខ (២) ៖ ការផ្តល់ឯកសារវិនិច្ឆ័យអាជីវកម្មទៅនឹងជំនាញ ធនធាន និងតម្រូវការរបស់អ្នក				
☺☺		☺		☹
(ត្រូវគ្នាទាំងអស់ ឬ ២ នឹងជំនាញ ធនធាន ឬតម្រូវការរបស់អ្នក)		(ត្រូវគ្នា ១ នឹងជំនាញ ធនធាន ឬតម្រូវការរបស់អ្នក)		(មិនត្រូវគ្នានឹងជំនាញ ធនធាន ឬតម្រូវការរបស់អ្នក)
គំនិតអាជីវកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍	ជំនាញ	ធនធាន	តម្រូវការ	



ក្នុងសកម្មភាពនេះ យើងបានវាយតម្លៃគំនិតអាជីវកម្មផ្សេងៗដោយពិចារណាពីកត្តាសំខាន់ៗបី ដែលកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម ៖ ជំនាញ ធនធាន និងតម្រូវការ។ ការវាយតម្លៃប្រភេទនេះមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការពិនិត្យតថភាពនៃគំនិតអាជីវកម្ម ដែលអ្នកចាប់អារម្មណ៍ និងទទួលបានចំណេះដឹងច្រើនពីគំនិតដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់បំផុត។ ក្នុងសកម្មភាពបន្ទាប់ យើងនឹងសិក្សាពីជំហានចុងក្រោយនៃការវាយតម្លៃគំនិតអាជីវកម្ម។

សកម្មភាព ២ គ ៖ ការវិភាគ SWOT



ការវិភាគ SWOT គឺជាវិធីសាមញ្ញ ប៉ុន្តែមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការវាយតម្លៃចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយនៃអាជីវកម្មសក្តានុពលរបស់អ្នក និងឱកាស និងការគំរាមកំហែងដែលអ្នកនឹងប្រឈម។ ការវិភាគ SWOT អាចប្រើប្រាស់សម្រាប់ប្រភេទនៃការសម្រេចចិត្តទាំងអស់។

អត្ថន័យនៃ SWOT ៖

- ចំណុចខ្លាំង (S)
- ចំណុចខ្សោយ (W)
- ឱកាស (O)

- ការគំរាមកំហែង (T)

ចំណុចខ្លាំង ជាលក្ខណៈសម្បត្តិរបស់អ្នក ឬក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដែលផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍លើគូប្រកួតប្រជែង និងទាក់ទាញអតិថិជន។ ឧ. ផលិតផលមានគុណភាពល្អ អាចបម្រើអតិថិជនដោយនិយាយភាសាអង់គ្លេស ឬភាសាក្នុងតំបន់ ឬមិនមានគូប្រកួតប្រជែងក្នុងមូលដ្ឋាន។

ចំណុចខ្សោយ ជាលក្ខណៈសម្បត្តិរបស់អ្នក ឬក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នកដែលមិនល្អ និងអាចកែលម្អបាន។ ឧ. ទីតាំងអាជីវកម្មនៅឆ្ងាយពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដែលបង្កើនចំណាយលើការដឹកជញ្ជូនវត្ថុធាតុដើម បុគ្គលិកមិនទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកសេវាអតិថិជន ឬក៏អ្នកមានជំនាញហិរញ្ញវត្ថុខ្សោយក្នុងការគ្រប់គ្រងគណនីអាជីវកម្ម។

ឱកាស ជាអ្វីដែលកើតមានក្រៅអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដែលអ្នកអាចទាញប្រយោជន៍ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យ។ ឧ. មហាវិថីថ្មីមួយបានបង្កើនចំនួនភ្ញៀវទេសចរណ៍មកកាន់ភូមិរបស់អ្នក ឬក៏អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលក្នុងមូលដ្ឋានចាប់ផ្តើមផ្តល់កម្មវិធីហិរញ្ញវត្ថុដល់សហគ្រិន។

ការគំរាមកំហែង ជាអ្វីដែលកើតមានក្រៅអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដែលអាចបង្កឧបសគ្គដល់ជោគជ័យអាជីវកម្ម និងកាត់បន្ថយប្រាក់ចំណេញ។ ឧ. អាជីវកម្មរបស់អ្នកអាចមានការពេញនិយមខ្លាំង។ ហេតុនេះ អ្នកដទៃអាចចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មស្រដៀងគ្នា និងមានការប្រកួតប្រជែងច្រើន ឬក៏សមាជិកគ្រួសាររបស់អ្នកមិនទូទាត់សម្រាប់ទំនិញ និងសេវាដែលពួកគេទិញពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

នៅពេល**ចំណុចខ្លាំង** និង**ឱកាស**មានច្រើនជាង**ចំណុចខ្សោយ** និង**ការគំរាមកំហែង** អ្នកអាចមានទំនុកចិត្តកាន់តែខ្លាំងថា គំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងទទួលបានជោគជ័យហើយអ្នកនឹងកាន់តែយល់ដឹងពីហានិភ័យនានា។ ក្នុងករណីខ្លះ **ចំណុចខ្សោយ** និង**ការគំរាមកំហែង**មានលក្ខណៈធ្ងន់ធ្ងរ រហូតដល់អ្នកត្រូវពិចារណាពីគំនិតអាជីវកម្មថ្មី។

បន្ទាប់មក យើងនឹងអានការណែនាំទាំងអស់មុនពេលចាប់ផ្តើមជំហានទី ១ នៃសកម្មភាពនេះ។ ត្រូវចាំថា សមាជិកក្រុមម្នាក់គូរទទួលខុសត្រូវលើការតាមដានពេលវេលា និងរំលឹកក្រុមពីពេលដែលត្រូវបន្តទៅជំហានបន្ទាប់។ ឥឡូវនេះ យើងអាចបន្តទៅសកម្មភាព ២ គ បាន។



៤៥ នាទី

1. ពិនិត្យឧទាហរណ៍នៃការវិភាគ SWOT សម្រាប់អ្នកលក់វត្ថុសិប្បកម្មឡើងវិញ។ អ្នកអានក្នុងក្រុមនឹងអានផ្នែកនីមួយៗឲ្យក្រុមស្តាប់ (៣ នាទី)។
2. ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីអាន ពិភាក្សា និងឆ្លើយសំណួរពាក់ព័ន្ធនឹង SWOT ៖
 - តើមានចំណុចខ្លាំងច្រើនជាងចំណុចខ្សោយ ឬទេ?
 - តើមានឱកាសច្រើនជាងការគំរាមកំហែង ឬទេ?
 - តើយើងអាចដោះស្រាយចំណុចខ្សោយ និងការគំរាមកំហែងបានដោយរបៀបណា? (៧ នាទី)។
3. បំពេញតារាង ២ គ ៖ សមាជិកក្រុមអាចធ្វើកិច្ចការនេះក្នុងសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល ឬលើក្រដាសផ្ទាំងធំ ប្រសិនបើមាន (៣ នាទី)។
4. ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីផ្តោតលើសកម្មភាព ២ ខ និងជ្រើសរើសគំនិតអាជីវកម្ម ២ ដែលមានសក្តានុពលបំផុត (២ នាទី)។
5. ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីវិភាគ SWOT សម្រាប់គំនិតអាជីវកម្មនីមួយៗដែលបានជ្រើសរើស។ ព័ត៌មានដែលអ្នកបានកំណត់ក្នុងសកម្មភាព ២ ក និង ២ ខ អាចជួយអ្នកបាន។ បន្ទាប់ពីបំពេញតារាងនីមួយៗ ត្រូវពិភាក្សា និងឆ្លើយសំណួរនៃការវាយតម្លៃ ៖
 - តើមានចំណុចខ្លាំងច្រើនជាងចំណុចខ្សោយ ឬទេ?
 - តើមានឱកាសច្រើនជាងការគំរាមកំហែង ឬទេ?
 - តើយើងអាចដោះស្រាយចំណុចខ្សោយ និងការគំរាមកំហែងបានដោយរបៀបណា? (២០ នាទី)។
6. បន្ទាប់ពីបញ្ចប់ការវិភាគ SWOT និងសំណួរវាយតម្លៃ ក្រុមត្រូវសម្រេចពីគំនិតអាជីវកម្មដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់បំផុត និងគួរបង្កើតឡើងក្នុងសកម្មភាពបន្ទាប់ (១០ នាទី)។

គំរូ ៖ ការវិភាគ SWOT សម្រាប់អ្នកលក់វត្ថុសិប្បកម្ម

ចំណុចខ្លាំង	ចំណុចខ្សោយ
<p>ទីតាំងដំបូងក្នុងផ្សាររាត្រីសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរណ៍ និងលក់ចម្លាក់ឈើចម្រុះមុខស្គាល់អ្នកផលិតល្អៗដើម្បីទិញចម្លាក់គុណភាពល្អពីទីជិតៗ</p>	<p>គ្មានបទពិសោធន៍ក្នុងការលក់វត្ថុសិប្បកម្ម</p>
ឱកាស	ការគំរាមកំហែង
<p>មិនសូវមានអ្នកលក់វត្ថុសិប្បកម្មចម្រុះមុខក្នុងភូមិជិតខាង ថ្ងៃឈប់សម្រាកនៅថ្ងៃខាងមុខនឹងបង្កើនការលក់</p>	<p>គូប្រកួតប្រជែងអាចចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដូចគ្នានេះ ដែលធ្វើឲ្យការលក់ធ្លាក់ចុះ។</p>
<p>តើមានចំណុចខ្លាំងច្រើនជាងចំណុចខ្សោយ ឬទេ? បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>តើមានឱកាសច្រើនជាងការគំរាមកំហែង ឬទេ? បាទ/ចាស <input type="checkbox"/> ទេ <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>យើងអាចដោះស្រាយចំណុចខ្សោយ និងការគំរាមកំហែងបានដោយរបៀបណា? ខ្ញុំនឹងលក់វត្ថុសិប្បកម្មកាន់តែច្រើនមុខដើម្បីកាន់តែមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែង។</p> <p>ខ្ញុំនឹងពិភាក្សាជាមួយមិត្តភក្តិ និងគ្រួសារដើម្បីស្វែងយល់ពីរបៀបលក់ក្នុងទីផ្សារ។</p>	

តារាង ២ គ ៖ ការវិភាគ SWOT របស់អ្នក

ចំណុចខ្លាំង	ចំណុចខ្សោយ
ឱកាស	ការគំរាមកំហែង

តើមានចំណុចខ្លាំងច្រើនជាងចំណុចខ្សោយ ឬទេ? បាទ/ចាស ទេ

តើមានឱកាសច្រើនជាងការគំរាមកំហែង ឬទេ? បាទ/ចាស ទេ

តើខ្ញុំអាចដោះស្រាយចំណុចខ្សោយ និងការគំរាមកំហែងបានដោយរបៀបណា?



ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២ អ្នកបានសិក្សាពីដំណើរការនៃការវាយតម្លៃគំនិតអាជីវកម្មដ៏រៀបរយ និងចំណាប់អារម្មណ៍របស់យើង និងជំនាញ ធនធាន និងតម្រូវការដែលមាន។ ប្រសិនបើគំនិតអាជីវកម្មនោះមានចំណុចខ្លាំង និងឱកាសច្រើនជាងចំណុចខ្សោយ ឬការគំរាមកំហែង វាជាចំណុចល្អប្រសើរ។ ក្នុងវគ្គបន្ទាប់ យើងនឹងបង្កើតគំនិតអាជីវកម្មបន្ថែម និងចាប់ផ្តើមរៀបចំផែនការលម្អិត។

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២.៥ ៖
វគ្គជំរុញវិធានបស់មនុស្ស

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ២.៥ ៖ វដ្តជីវិតរបស់មនុស្ស



៤០ នាទី



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

សហគ្រិនជាស្ត្រីកំពុងប្រឈមនឹងបញ្ហាថ្មីៗច្រើនជាងបុរសក្នុងការចាប់ផ្តើម និងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន។ ជាញឹកញាប់ ស្ត្រីមានការទទួលខុសត្រូវជាប្រពៃណីក្នុងការចាត់ចែងការងារគ្រួសារ និងថែទាំកូន។ ស្ត្រីអាចមានការលំបាកក្នុងការមានពេលវេលាគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីផ្តោតលើការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។ វគ្គនេះមានគោលបំណងកំណត់ និងពិភាក្សាពីបញ្ហាប្រឈមទាំងនេះ ក៏ដូចជាបំផុសគំនិតវិវេកវិធីសាស្ត្រដែលស្ត្រីអាចគ្រប់គ្រងគ្រួសារ និងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។

សកម្មភាព ២.៥ ៖ វដ្តជីវិត



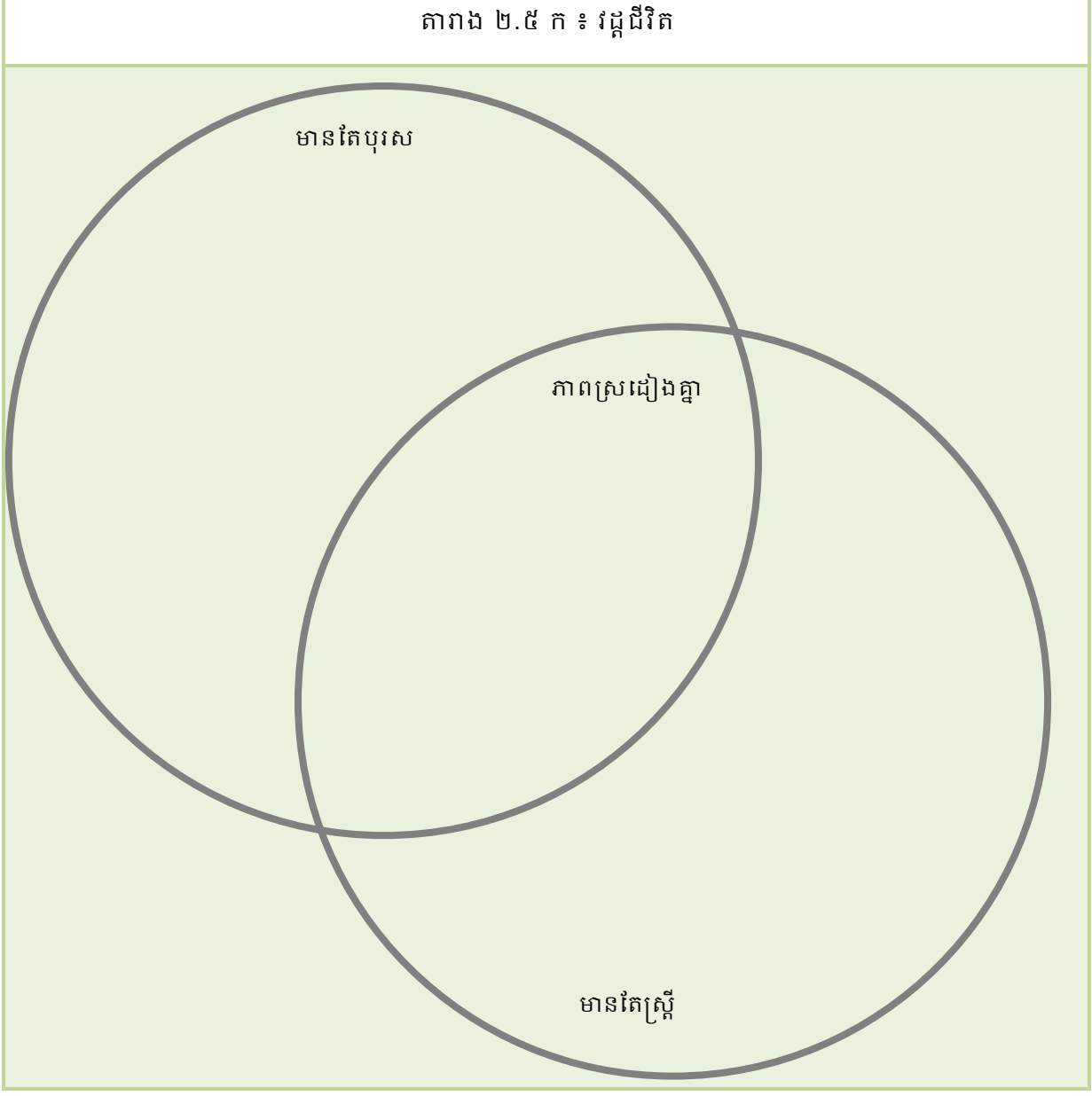
សកម្មភាព ២.៥ នឹងផ្តោតលើវដ្តជីវិតរបស់មនុស្ស និងភាពខុសគ្នារវាងស្ត្រី និងបុរសក្នុងដំណាក់កាលនីមួយៗនៃជីវិត។ សិក្ខាកាមគួរពិភាក្សាពីភាពខុសគ្នានៃបន្ទុកការងារការទទួលខុសត្រូវ ប្រាក់ចំណូល និងការសម្រេចចិត្ត។




៤០ នាទី

1. ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីកំណត់ដំណាក់កាលក្នុងវដ្តជីវិតរបស់មនុស្ស។ សរសេរដំណាក់កាលទាំងនេះលើក្រដាសផ្ទាំងធំ ប្រសិនបើមាន ឬកត់ត្រាក្នុងតារាង ២.៥ ក ខាងក្រោម (១០ នាទី)។
2. ចំណាំ ៖ សម្រាប់ជាការណែនាំ ដំណាក់កាលទាំងអស់ដែលអាចកំណត់បានរួមមាន ពេលកើត កុមារភាព វ័យជំទង់ ពេញវ័យ មជ្ឈិមវ័យ ចូលនិវត្តន៍ និងស្លាប់។
3. ធ្វើការជាគូ។ គូនីមួយៗត្រូវផ្តោតលើវដ្តមួយ។ ធ្វើការជាគូដើម្បីកត់ត្រាភាពស្រដៀងគ្នា និងភាពខុសគ្នារវាងស្ត្រី និងបុរសក្នុងវដ្តនីមួយៗ (១៥ នាទី)។

4. ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីពិភាក្សាពីភាពស្រដៀងគ្នា និងភាពខុសគ្នាដែលគូនីមួយៗ បានកំណត់។ បំផុសគំនិតពីរបៀបគ្រប់គ្រងភាពខុសគ្នាទាំងនេះ។ សង្ខេបពីវិធី ដែលស្ត្រីអាចថែទាំគ្រួសារ និងកូន និងមានពេលធ្វើអាជីវកម្ម (១៥ នាទី)។



 ក្នុងវគ្គនេះ យើងបានផ្តោតលើវដ្តជីវិតរបស់ស្ត្រី និងបុរស និងបញ្ហាប្រឈមរបស់ស្ត្រីក្នុងការ ធ្វើអាជីវកម្ម និងដំណោះស្រាយបញ្ហាទាំងនេះ។

**វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៣ ៖
ការកំណត់គំនិតអោយវាក្យ
និងអតិថិជនសក្តានុពល**

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៣ ៖ ការកំណត់គំនិតអាជីវកម្ម និងអតិថិជនសក្តានុពល



៤០ នាទី



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

ឥឡូវនេះ យើងបានជ្រើសរើសគំនិតអាជីវកម្មចរាស់ហើយ។ ជំហានបន្ទាប់គឺការចាប់ផ្តើមផែនការអាជីវកម្ម។ ចំណុចនេះនឹងជួយអ្នកក្នុងការរៀបចំគំនិត និងយល់ដឹងច្រើនពីរបៀបបង្កើតអាជីវកម្ម។ ប្រសិនបើសមាជិកក្រុមមានគំនិតអាជីវកម្មរួម ពួកគេអាចបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលដែលនៅសល់ ដោយពង្រីកគំនិតនោះ។ សមាជិកក្រុមអាចបំពេញវគ្គដែលនៅសល់ដោយផ្ដោតលើគំនិតអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួនជាមួយក្រុម។

នៅពេលបញ្ចប់វគ្គនេះ អ្នកនឹងអាចរៀបរាប់ពីគំនិតអាជីវកម្មលម្អិត យល់ពីវិធីស្រាវជ្រាវទីផ្សារមូលដ្ឋាន និងកំណត់ច្បាស់ពីអតិថិជនសក្តានុពលរបស់អ្នក។

សកម្មភាព ៣ ក ៖ ការរៀបរាប់ពីគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក



ក្នុងសកម្មភាពបន្ទាប់ អ្នកនឹងបង្កើតគ្រោងធម្មតានៃផែនការអាជីវកម្ម។ ចំណុចនេះនឹងរៀបរាប់ពីអាជីវកម្មដោយលម្អិត ដើម្បីឲ្យអ្នកដទៃយល់បានច្បាស់ពីអ្វីដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកផលិត និងអតិថិជនសក្តានុពលរបស់អ្នក។

មានគំនិតអាជីវកម្មច្បាស់លាស់

ប្រការសំខាន់ត្រូវមានការរៀបរាប់ពីអាជីវកម្មពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យទេសចរណ៍ ដែលគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ។ ការមានទស្សនវិស័យច្បាស់លាស់នឹងជួយអ្នកបង្ហាញខ្លឹមសារពិតប្រាកដនៃទិដ្ឋភាពអាជីវកម្មរបស់អ្នកចំពោះអ្នកដទៃ ជួយអ្នកឲ្យដឹងពីអត្ថន័យពេញលេញនៃគំនិតរបស់អ្នក និងរក្សាឲ្យអ្នកផ្ដោតលើគោលដៅ និងគោលបំណង។ នៅពេលបង្កើតផែនការ សូមព្យាយាមរៀបរាប់លម្អិត។ ខ. ការបើកហាងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍គួរអាចកំណត់ជាក់លាក់ជាហាង ដែលផ្តល់ផ្តល់តម្រូវការរបស់ក្រុមគ្រួសារនៅថ្ងៃវិស្សមកាលនៅឆ្នេរសមុទ្រ ការលក់ផលិតផលពាក់ព័ន្ធនឹងឆ្នេរសមុទ្រ។



២៥ នាទី

- 1) អ្នកអានក្នុងក្រុមនឹងអានរឿងរ៉ាវរបស់កញ្ញា Koodo ឲ្យក្រុមស្តាប់ (៥ នាទី)។
- 2) ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីពិនិត្យឡើងវិញលើគ្រោងផែនការអាជីវកម្ម សម្រាប់ហាងនំប៉័ង Miss K's Delicious Bread និងពិនិត្យភាពត្រឹមត្រូវនៃព័ត៌មានទាំងនោះ (៥ នាទី)។
- 3) ដោយប្រើប្រាស់តារាង ៣ ក ជួយគ្នាបំពេញគ្រោងផែនការអាជីវកម្មសម្រាប់គំនិតអាជីវកម្មដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់ដែលបានជ្រើសរើស បន្ទាប់ពីសកម្មភាព ២ គ (១៥ នាទី)។

រឿងរ៉ាវរបស់កញ្ញា Koodo

កញ្ញា Koodo រស់នៅក្នុងភូមិមួយមិនឆ្ងាយពីទីក្រុង។ ក្រោយពេលរៀនចប់ គាត់បានចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មលក់នំប៉័ងនៅតូបក្នុងផ្សារ។ មិនមានហាងនំប៉័ងភូមិឡើយ។ ដូច្នោះ កញ្ញា Koodo យល់ថា នំប៉័ងរបស់គាត់នឹងមានតម្រូវការខ្ពស់។ ក្រៅពីនេះ គាត់ចង់លក់នំប៉័ងទៅអាជីវករផ្សេងទៀត ដែលអាចប្រើប្រាស់នំប៉័ងរបស់គាត់ជាគ្រឿងផ្សំជាមួយមុខម្ហូបរបស់ពួកគេ។

ម្តាយរបស់កញ្ញា Koodo មានភាពល្បីល្បាញក្នុងការដុតនំ ហើយគាត់នឹងជួយបង្រៀនកញ្ញា Koodo ពីរូបមន្តសម្ងាត់មួយចំនួន និងអនុញ្ញាតឲ្យកញ្ញាប្រើប្រាស់ចង្ក្រាន និងគ្រឿងបរិក្ខាររបស់គាត់សម្រាប់ដុតនំ។ កញ្ញា Koodo មានសំណាង ព្រោះមីងរបស់គាត់មានតូបលក់ផ្លែឈើដ៏ជោគជ័យក្នុងផ្សារ។ អ្នកមីងបានអនុញ្ញាតឲ្យកញ្ញាជួលផ្នែកខ្លះនៃតូបដើម្បីលក់នំប៉័ង។ កញ្ញា Koodo នឹងដាក់ឈ្មោះអាជីវកម្មថា “Ms. K's Delicious Breads”។ ទោះបីជាកញ្ញាមិនមានបទពិសោធន៍អាជីវកម្ម ប៉ុន្តែគាត់ជឿជាក់ថា គាត់អាចរៀនសូត្រយ៉ាងលឿនពីម្តាយ និងមីងរបស់គាត់។

គំរូ ៖ គំរូឯកសារគំនិតអាជីវកម្មរបស់ Koodo	
ឈ្មោះអាជីវកម្ម	Ms. K's Delicious Breads
ប្រភេទអាជីវកម្ម	<input type="checkbox"/> អ្នកផលិត <input type="checkbox"/> អ្នកផ្តល់សេវា <input checked="" type="checkbox"/> អ្នកលក់រាយ <input type="checkbox"/> អ្នកលក់ដុំ
តម្រូវការទំនិញ/សេវាដែលត្រូវបំពេញ	នំដុតក្នុងភូមិ
ទំនិញ/សេវាដែលត្រូវផលិត/ផ្តល់	នំប៉័ង
អតិថិជនគោលដៅ	អ្នកភូមិ អាជីវករក្នុងផ្សារ
របៀបលក់	ផ្សារក្នុងមូលដ្ឋាន

តារាង ៣ ក ៖ ការរៀបរាប់ពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក	
ឈ្មោះអាជីវកម្ម	
ប្រភេទអាជីវកម្ម	<input type="checkbox"/> អ្នកលក់រាយ <input type="checkbox"/> អ្នកលក់ដុំ <input type="checkbox"/> អ្នកផលិត <input type="checkbox"/> អ្នកផ្តល់សេវា <input type="checkbox"/> កសិកម្ម
ផលិតផលដែលត្រូវផលិត	

សេវាដែលត្រូវផ្តល់ឱ្យ	
អតិថិជនគោលដៅ	
ទីតាំងអាជីវកម្ម	



ក្នុងសកម្មភាពនេះ អ្នកបានបង្កើតគ្រោងគោលមួយនៃគំនិតអាជីវកម្មដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់។ គ្រោងនេះគឺសម្រាប់ចែករំលែកគំនិតគោលនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នកជាមួយអ្នកដទៃ និងជាគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ផ្នែកផ្សេងៗនៃអាជីវកម្ម ដែលត្រូវបញ្ជាក់លម្អិតក្នុងផែនការអាជីវកម្ម។

សកម្មភាព ៣ ខ ៖ ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ



បន្ទាប់ពីបានគ្រោងគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក ជំហានបន្ទាប់គឺបង្កើតផែនការពីរបៀបលក់ផលិតផល ឬសេវា។ ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យក្នុងផែនការអាជីវកម្មទាំងនេះ អ្នកត្រូវអាចកំណត់អតិថិជនសក្តានុពល តម្រូវការ និងការចង់បានរបស់ពួកគេ និងតម្លៃសមស្របសម្រាប់ពួកគេ។ សកម្មភាពទាំងអស់ក្នុងអាជីវកម្មដើម្បីស្វែងរកព័ត៌មានទាំងនេះហៅថា ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ។

ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារអាចមានលក្ខណៈសាមញ្ញ ៖

១. ពិភាក្សាជាមួយអតិថិជនសក្តានុពល ៖

- តើពួកគេចង់ទិញផលិតផល/សេវាអ្វី?
- តើតម្រូវការពិសេស ឬការរំពឹងទុកអ្វីខ្លះពីទំនិញ និងសេវាទាំងនេះ ដែលទាក់ទាញពួកគេ?
- តើពួកគេយល់យ៉ាងណាចំពោះអាជីវកម្មផ្សេងទៀត ដែលលក់ផលិតផល និងសេវាស្រដៀងគ្នានេះ?

២. អង្កេតអាជីវកម្មរបស់គូប្រកួតប្រជែង ៖

- តើទំនិញ ឬសេវារបស់ពួកគេមានគុណភាពល្អ ឬទេ?
- តើពួកគេកំណត់ថ្លៃប៉ុន្មាន?
- តើអ្វីជាភាពខុសគ្នារវាងអាជីវកម្មដែលជោគជ័យបំផុត និងជោគជ័យតិចបំផុត?
- តើពួកគេទាក់ទាញអតិថិជនដោយរបៀបណា?

៣. សាកសួរមិត្តភក្តិ គ្រួសារ និងអ្នកជំនួញផ្សេងទៀត ៖

- តើពួកគេយល់យ៉ាងណាពីគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក?
- តើផលិតផល និងសេវាអ្វីដែលលក់ដាច់?
- តើពួកគេយល់យ៉ាងណាចំពោះផលិតផលគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក?

ព័ត៌មានដែលប្រមូលបានក្នុងការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ គួរត្រូវបានកត់ត្រាក្នុងតារាងវិភាគទីផ្សារ។ ក្រៅពីនេះ អ្នកគួរពិចារណាពី ៖

- តម្រូវការដែលផលិតផល/សេវារបស់អ្នកបំពេញឲ្យ?
- ហេតុអ្វីបានជាក្លៀវទេសចរណ៍ចង់ទិញទំនិញ/សេវាពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក? តើផលិតផលរបស់អ្នកអាចផ្តល់ប្រយោជន៍ដល់អតិថិជនដោយរបៀបណា?
- តើផលិតផល ឬសេវារបស់អ្នកមានតម្រូវការពេញមួយឆ្នាំ តាមរដូវកាល ឬមិនទៀងទាត់?

- តើនឹងមានការលក់បានច្រើនបំផុតតាមរដូវកាល និងការប្រែប្រួលចំនួនភ្ញៀវ ទេសចរណ៍ និងប្រាក់ចំណូល ឬទេ?
- តើនរណាខ្លះជាគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក? តើពួកគេទាក់ទាញភ្ញៀវ ទេសចរណ៍ដោយរបៀបណា? តើផលិតផលរបស់អ្នកមាននៅកន្លែងផ្សេងទៀតក្នុង ទីផ្សារតំបន់របស់អ្នក ឬទេ?
- តើអ្វីជាចំណុចលេចធ្លោរនៃផលិតផលរបស់អ្នក (ភាពងាយស្រួល គុណភាព សេវា តម្លៃ)?
- តើអតិថិជនទូទាត់ដោយរបៀបណា? (ត្រូវមានម៉ាស៊ីនឆ្លុះបញ្ចាំងឥណទាន ឬ គណនេយ្យករ)
- តើនឹងមានកំណើនចំនួនអតិថិជន ឬទេ?

ការដឹងពីអតិថិជនគោលដៅរបស់អ្នក និងការកំណត់ទីផ្សារគោលដៅក៏ជាប្រការ សំខាន់ក្នុងការផ្តល់ផលិតផល ឬសេវារបស់អ្នកផងដែរ។ អ្នកត្រូវស្គាល់អ្នកដែលនឹង ទិញផលិតផលរបស់អ្នក និងអ្វីដែលពួកគេចង់បាន ដើម្បីកំណត់ពីរបៀបទាក់ទាញ ពួកគេ។ សូមពិចារណាចំណុចខាងក្រោម ៖

- តើនរណានឹងទិញផលិតផល ឬសេវារបស់អ្នក?
- តើអតិថិជនរបស់អ្នកមាននៅទីណាខ្លះ? តើពួកគេមកពីណា? ហេតុអ្វី? តើ ពួកគេធ្វើដំណើរឆ្ងាយប៉ុណ្ណា? តើពួកគេនឹងចំណាយពេល និងប្រាក់ប៉ុន្មានក្នុង តំបន់របស់អ្នក?
- តើភ្ញៀវទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់របស់អ្នកមកទីនេះដើម្បីកំសាន្ត សិក្សា វិស្សមកាល ជាក្រុម ឬអាជីវកម្ម?
- តើអតិថិជននឹងមកពីអាជីវកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ទូទៅក្នុងតំបន់របស់អ្នក ឬ ពួកគេនឹងត្រូវបានទាក់ទាញឲ្យចូលមកកាន់អាជីវកម្មរបស់អ្នក ដោយ ព្រឹត្តិការណ៍ពិសេស ឬការផ្សព្វផ្សាយ? តើតំបន់របស់អ្នកជាតំបន់ទាក់ទាញភ្ញៀវ ទេសចរណ៍ ឬជាតំបន់ឆ្លងកាត់?
- តើនរណានឹងធ្វើការសម្រេចចិត្តទិញផលិតផលរបស់អ្នក (ឪពុក/ម្តាយ)? តើ

នរណាជះឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្តទិញ (កុមារ)?



១ ១

1. មុនពេលចាប់ផ្តើមសកម្មភាពនេះ អ្នកអានក្នុងក្រុមនឹងអានការស្រាវជ្រាវទីផ្សាររបស់កញ្ញា Koodo ឲ្យក្រុមស្តាប់។ ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីពិភាក្សាពីរបៀបដែលកញ្ញាអាចប្រើប្រាស់ព័ត៌មានក្នុងការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មរបស់គាត់។ ព័ត៌មានដែលគាត់ប្រមូលបានស្តីពីថ្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជន និងថ្លៃរបស់គូប្រកួតប្រជែង ត្រូវបានកត់ត្រាក្នុងតារាងមួយទៀតដែលអ្នកនឹងពិនិត្យឡើងវិញនៅពេលក្រោយ (១០ នាទី)។
2. ធ្វើការជាមួយសមាជិក ១-២ នាក់ផ្សេងទៀតក្នុងក្រុមដើម្បីពិភាក្សាពីគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងបំពេញព័ត៌មានការស្រាវជ្រាវទីផ្សារក្នុងតារាង ៣ ខ នៃសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។
 - ក្នុងកូឡេនទី ១ រៀបរាប់ពីអតិថិជនគោលដៅ។
 - ក្នុងកូឡេនទី ២ កំណត់ប្រភពផ្តល់ព័ត៌មានស្តីពីទីផ្សាររបស់អ្នក។
 - ក្នុងកូឡេនទី ៣ រៀបរាប់ប្រភេទទំនិញ និងសេវាដែលជាតម្រូវការរបស់អតិថិជន។
 - ក្នុងកូឡេនទី ៤ រៀបរាប់ពីតម្រូវការ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន។ ពិចារណាពីការជំរុញទឹកចិត្ត និងទឹកនៃរូង របៀប និងភាពញឹកញាប់នៃការទិញរបស់ពួកគេ។
 - ក្នុងកូឡេនទី ៥ រៀបរាប់ព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធនឹងគូប្រកួតប្រជែង (១៥ នាទី)។
3. ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីចែករំលែកលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវទីផ្សាររបស់អ្នក ដើម្បីកំណត់ថាតើមានភាពខុសគ្នា ឬយ៉ាងណា។ សមាជិកម្នាក់ៗគួរចូលរួមក្នុងកិច្ចពិភាក្សា និងគួរធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពកំណត់ត្រារបស់អ្នកដោយបន្ថែមព័ត៌មានថ្មី ដែលទទួលបានពីក្នុងក្រុម (១៥ នាទី)។

តារាងគំរូ ៖ ការស្រាវជ្រាវទីផ្សាររបស់កញ្ញា Koodo

អតិថិជនសក្តានុពល	ប្រភពផ្តល់ព័ត៌មានទីផ្សារ	ទំនិញនិងសេវាដែលមានតម្រូវការ	តម្រូវការ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន	ការវិភាគគួប្រកួតប្រជែង
សមាជិកសហគមន៍មូលដ្ឋានជាពិសេសអ្នកដែលមានសមាជិកគ្រួសារវ័យក្មេង	ការអង្កេតគួប្រកួតប្រជែងនិងការពិភាក្សាជាមួយអតិថិជនសក្តានុពល	នំប៉័ងសម្រាប់ធ្វើសាន់រិច	ចង់ទិញនំប៉័ងដុតថ្មីរៀងរាល់ថ្ងៃ	ហាងនំជិតបំផុតគឺស្ថិតនៅចម្ងាយ ៣០ គីឡូម៉ែត្រពីទីក្រុង។ នៅក្នុងភូមិ គេអាចទិញនំប៉័ងតាមហាង ៧១១ ក្នុងមូលដ្ឋាន ប៉ុន្តែវាមិនដុតថ្មីទេ។ ហាង ៧១១ ក៏លក់នំដុតជាច្រើន ដូចជា នំខេក និងនំប៊ីស្តីតផងដែរ។
អាជីវករក្នុងភូមិ និងមីងរបស់ខ្ញុំ	ការអង្កេតគួប្រកួតប្រជែងនិងការពិភាក្សាជាមួយអ្នកជំនួញក្នុងមូលដ្ឋាន	នំប៉័ងសម្រាប់ធ្វើបង្កែមក្នុងមូលដ្ឋាននំប៉័ងស្ងួតលក់តាមប្រាសាទសម្រាប់ធ្វើចំណីត្រី	ចង់បានការផ្គត់ផ្គង់ដែលមានតម្លៃថោកបំផុត	អាជីវករក្នុងមូលដ្ឋានសហការគ្នាដើម្បីទិញនំប៉័ងច្រើនពីហាងនំក្នុងទីក្រុង។ អ្នកលក់ក្នុងមូលដ្ឋានបញ្ជូននំដោយគិតថ្លៃទាប (ម្តង/សប្តាហ៍)។

តារាង ៣.២ ៖ ព័ត៌មានការស្រាវជ្រាវទីផ្សាររបស់អ្នក

អតិថិជន សក្តានុពល	ប្រភពផ្តល់ ព័ត៌មានទីផ្សារ	ទំនិញ និងសេវា ដែលមាន តម្រូវការ	តម្រូវការ និង ចំណង់ ចំណូលចិត្ត របស់អតិថិជន	ការវិភាគគូប្រកួតប្រជែង



ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារជាអ្វីដែលអាជីវកម្មជោគជ័យត្រូវអនុវត្តជាប្រចាំ។ តម្រូវការ និងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជនតែងតែផ្លាស់ប្តូរ ហើយគូប្រកួតប្រជែងតែងតែព្យាយាម បំពេញតម្រូវការនោះ។ វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៣ បានជួយអ្នកអភិវឌ្ឍជំនាញបង្កើតគ្រោងផែនការ អាជីវកម្ម និងការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ។ ក្នុងវគ្គបន្ទាប់ អ្នកនឹងប្រើប្រាស់ព័ត៌មាននេះដើម្បីបង្កើតផែនការទីផ្សារ។

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៤ ៖
ការធ្វើទីផ្សារ

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៤ ៖ ការធ្វើទីផ្សារ



១២០ នាទី



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

ផែនការទីផ្សារកំណត់ពីយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មដើម្បីធ្វើឲ្យទំនិញ និងសេវាទាក់ទាញអតិថិជនសក្តានុពល។ អ្នកបង្កើតផែនការទីផ្សារជាជំហានម្តងមួយៗ ដោយសម្រេចចិត្តពីយុទ្ធសាស្ត្រដែលអ្នកនឹងប្រើប្រាស់ក្នុងផ្នែកផ្សេងៗនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ផ្នែកសម្រេចចិត្តទាំងនេះហៅថា **4 P** ៖

- **P ->ផលិតផល** ៖ ទំនិញ ឬសេវាដែលអ្នកនឹងលក់ឲ្យអតិថិជន
- **P ->ទីកន្លែង** ៖ របៀប និងកន្លែងដែលអ្នកនឹងលក់ផលិតផលឲ្យអតិថិជន
- **P ->ការផ្សព្វផ្សាយ** ៖ របៀបដែលអ្នកបង្ហាញអតិថិជនពីផលិតផល ឬសេវារបស់អ្នក និងរបៀបដែលអ្នកទាក់ទាញអតិថិជន
- **P ->ថ្លៃ** ៖ កម្រិតថ្លៃរបស់ទំនិញ និងសេវារបស់អ្នកសម្រាប់អតិថិជន។


ផ្នែកស្តីពីការធ្វើទីផ្សារក្នុងផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក គួរតែមានលក្ខណៈរឹងមាំបំផុត។ អ្នកត្រូវអាចបង្ហាញគំនិតរបស់អ្នកបានច្បាស់លាស់ និងដោយសង្ខេបទៅអតិថិជន។ គំនិតដែលមិនមានការផ្សព្វផ្សាយលក់ដែលមានប្រសិទ្ធភាព និងការបង្ហាញដ៏ទាក់ទាញ នឹងមិនទទួលបានជោគជ័យឡើយ។ អ្នកត្រូវបង្កើតកេរ្តិ៍ឈ្មោះស្នាដៃ និងមូលដ្ឋានអតិថិជន។ អ្នកត្រូវពិចារណាចំណុចខាងក្រោម ៖

- តើអ្នកចង់បង្ហាញពីអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនក្នុងទីផ្សារដោយរបៀបណា? (លក់តម្លៃថោក ប៉ុន្តែមានគុណភាពល្អ ផ្ដោតលើអតិថិជន គុណភាពខ្ពស់ ងាយស្រួលលេចធ្លោរ)
- តើក្រុមហ៊ុនអ្នកមានឈ្មោះ និងផ្លាកសញ្ញាអ្វី? តើអ្នកនឹងមានអគារ ឬទេ? តើវាមានលក្ខណៈដូចម្តេច? តើអ្នកនឹងពាក់ឯកសណ្ឋាន ឬទេ?
- តើអ្នកនឹងផ្ដោតលើលក្ខណៈសំខាន់អ្វីខ្លះសម្រាប់អតិថិជន?

- ត្រូវចងចាំពីអាយុ ភេទ ប្រាក់ចំណូល កម្រិតអប់រំ និងស្ថានភាព អាពាហ៍ពិពាហ៍របស់អតិថិជន។
- កំណត់កត្តាដែលអាចជះឥទ្ធិពលលើសមត្ថភាពអាជីវកម្មអ្នក ក្នុងការបង្កើតការ លក់ (ធាតុអាកាស ការផ្លាស់ប្តូរបទប្បញ្ញត្តិស្តីពីច្បាប់ ឬបរិស្ថាន ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធរូបវន្ត ការផ្លាស់ប្តូរផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា)។
- តើអ្នកនឹងទាក់ទាញ រក្សា និងបង្កើនអតិថិជនដោយរបៀបណា?
- តើអ្នកនឹងកំណត់ថ្លៃ ផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងផ្សព្វផ្សាយផលិតផល សេវា ឬការ ទាក់ទាញរបស់អ្នកដោយរបៀបណា?
- តើនរណានឹងក្លាយជាដៃគូផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម? តើការិយាល័យភ្ញៀវ ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកមានហិរញ្ញប្បទានសម្រាប់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឬទេ?
- តើអ្នកគួរផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅកន្លែងណាខ្លះ (ផ្លាកពាណិជ្ជកម្ម វិទ្យុ កាសែត ស្លាកតាមផ្លូវ ប័ណ្ណព័ត៌មាន អ៊ីនធឺណិត)? តើការផ្សាយនីមួយៗត្រូវចំណាយ ប៉ុន្មាន? តើការផ្សាយណាដែលលេចធ្លោរំបំផុតក្នុងសហគមន៍របស់អ្នក?

ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ យើងនឹងសិក្សាពីផលិតផល ទីតាំង និងការផ្សព្វផ្សាយ។ យើងនឹងសិក្សាពីថ្លៃក្នុងវគ្គមួយផ្សេងទៀត។

សកម្មភាព ៤ ក ៖ កំណត់លក្ខណៈផលិតផលរបស់អ្នក

 យើងនឹងចាប់ផ្តើមផែនការទីផ្សារដោយកំណត់លក្ខណៈមួយចំនួននៃផលិតផល និងសេវា របស់អ្នក និងការរៀបរាប់ពីចំណុចដែលធ្វើឲ្យផលិតផល និងសេវាទាំងនោះមានលក្ខណៈ ពិសេស ឬខុសប្លែកពីគូប្រកួតប្រជែង។

 **២៥ នាទី**

- 1) ស្តាប់អ្នកអានក្នុងក្រុមអានផែនការផលិតផលរបស់កញ្ញា Koodo និងពិភាក្សាពីរបៀប ដែលផែនការនោះមានលក្ខណៈខុសប្លែក ប្រសិនបើអាជីវកម្មរបស់កញ្ញា Koodo ផ្តល់ សេវាជំនួសឲ្យផលិតផល (៥ នាទី)។

- 2) បង្កើតតារាង ៤ ក ឡើងវិញ ៖ គំរូឯកសារផែនការទីផ្សារផលិតផលលើក្រដាសផ្ទាំងធំ។ ប្រសិនបើមិនមានក្រដាសនេះ សមាជិកក្រុមអាចធ្វើការក្នុងសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល (៣ នាទី)។
- 3) ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីបំពេញផែនការទីផ្សារផលិតផលសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវារបស់អ្នក។ អ្នកអាចរៀបរាប់ពីផលិតផលខុសៗគ្នា ១-៣ ប៉ុន្តែផលិតផលនីមួយៗត្រូវបានរៀបរាប់ក្នុងតារាងរៀបចំផែនការដោយឡែក ដែលអ្នកត្រូវបង្កើតឡើងវិញលើក្រដាសដោយឡែក (១៥ នាទី)។

គំរូ ៖ ផែនការទីផ្សាររបស់កញ្ញា Koodo	
ផលិតផល (ទំនិញ ឬសេវា)	នំប៉័ង
គុណភាព	នំប៉័ងដុតស្រស់ៗ ធ្វើដោយដៃ និងមានសំបកស្រួយ
ពណ៌	សាច់នំប៉័ងស សំបកក្រមៅ
ទំហំ	ទំហំមធ្យម (១២ ចំណិត)
ការវេចខ្ចប់	ស្បោងថ្នាំ
លក្ខណៈលេចធ្លោរ របស់ផលិតផល ធៀបនឹង គូប្រកួតប្រជែង	ធ្វើដោយដៃ និងដុតស្រស់ៗរៀងរាល់ថ្ងៃ។

តារាង ៤ ក ៖ ផែនការទីផ្សារផលិតផល

<p>ផលិតផល (ទំនិញ ឬសេវា)</p>	
<p>គុណភាព</p>	
<p>ពណ៌</p>	
<p>ទំហំ</p>	
<p>ការវេចខ្ចប់</p>	
<p>លក្ខណៈលេចធ្លោរ របស់ផលិតផល ធៀបនឹង គូប្រកួតប្រជែង</p>	



ក្នុងសកម្មភាពនេះ អ្នកបានផ្ដោតលើការកំណត់លក្ខណៈផលិតផលរបស់អ្នក និងសារៈសំខាន់នៃការធ្វើទីផ្សារ។

សកម្មភាព ៤ ខ ៖ ការជ្រើសរើសទីតាំង



ជំហានបន្ទាប់នៃផែនការទីផ្សាររបស់អ្នក គឺការសម្រេចជ្រើសរើសទីតាំងសម្រាប់អាជីវកម្ម។ ការមានទីតាំងត្រឹមត្រូវ អាចមានលក្ខណៈខុសប្លែកគ្នារវាងភាពជោគជ័យ និងបរាជ័យ ប៉ុន្តែសារៈសំខាន់របស់ទីតាំងគឺអាស្រ័យលើប្រភេទអាជីវកម្មរបស់អ្នក គ្រឿងបរិក្ខារ ការផ្គត់ផ្គង់ និងធនធានដែលអ្នកត្រូវការ និងទីតាំងរបស់អតិថិជន។

អ្នកគួរពិចារណាពីទីតាំងអាជីវកម្មរបស់ឲ្យបានល្អិតល្អន់។ អ្នកគួរគិតពីភាពងាយស្រួលនៃការទទួលបាន (តើផលិតផលរបស់អ្នកនឹងអាចផ្តល់ជូនអតិថិជនដោយងាយស្រួល និងលឿនដោយរបៀបណា?) ការបង្ហាញពីអាជីវកម្ម (តើវានឹងស្ថិតតាមមហាវិថីដែលភ្ញៀវទេសចរណ៍ធ្វើដំណើរឆ្លងកាត់ ឬ?) លំហូរចរាចរណ៍ ចំណត អគារ និងអាជីវកម្មផ្សេងទៀតដែលនៅជុំវិញទីតាំងអាជីវកម្មរបស់អ្នក (តើអាជីវកម្មអ្នកនឹងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីការស្ថិតនៅជិតអាជីវកម្មផ្សេងទៀត ឬទេ?) តើវានឹងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីលំហូរចរាចរណ៍ និងចំណែកនៃចំណាយលើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយ ឬទេ?)។

ប្រការសំខាន់ត្រូវពិចារណាពីសំណួរស្តីពីដំណើរការ ៖

- តើនរណានឹងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់អ្នក? តើអ្នកនឹងជួលបុគ្គលិក ឬទេ? ប្រសិនបើជួល តើនរណាដែលអ្នកទុកចិត្តឲ្យបម្រើការងារនេះ?
- តើខ្ញុំត្រូវមានអាជ្ញាប័ណ្ណ និងលិខិតអនុញ្ញាត និងបង់ថ្លៃឈ្នួលអ្វីខ្លះដើម្បីចុះបញ្ជីអាជីវកម្ម?
- តើអ្នកត្រូវការលេខទូរស័ព្ទ ទីផ្លាការិយាល័យ ឬគេហទំព័រ ឬទេ?



២៥ នាទី

- 1) អានក្នុងក្រុមនូវផែនការទីតាំងសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ Koodo។ នៅពេលអ្នកពិនិត្យឡើងវិញលើផែនការនោះ សូមពិភាក្សាថាតើសមាជិកក្រុមយល់ស្របនឹងជម្រើសរបស់គាត់ ឬយ៉ាងណា និងចំណុចដែលអ្នកនឹងធ្វើខុសពីនេះ ប្រសិនបើអ្នកជារូបគាត់ (៥ នាទី)។
- 2) ធ្វើការជាគូដើម្បីបំពេញផែនការទីតាំងសម្រាប់អាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន (១០ នាទី)។
- 3) ត្រឡប់ចូលក្រុមវិញ និងប្តូរវេនគ្នាចែករំលែកផែនការទីតាំង។ សមាជិកក្រុមគួរផ្តល់មតិយោបល់ល្អៗស្តីពីផែនការនីមួយៗ មុនពេលបន្តទៅជំហានបន្ទាប់ (១០ នាទី)។
- 4) មុនពេលបន្តទៅផ្នែកបន្ទាប់ សូមពិភាក្សាដោយសង្ខេបក្នុងក្រុមពីប្រភេទទីតាំងផ្សេងៗដែលសហគ្រិនអាចជ្រើសរើស និងដែលមានលក្ខណៈទូទៅក្នុងសហគមន៍របស់អ្នក។ តើទីតាំងទាំងនេះមានចំណុចខ្លាំង និងឱកាសអ្វីខ្លះ? តើទីតាំងទាំងនេះមានទំនាក់ទំនងដូចម្តេចទៅនឹងសុវត្ថិភាពកន្លែងធ្វើការ? (៥ នាទី)។

តារាង ៤ ខ ៖ ផែនការទីតាំងសម្រាប់ទីតាំងអាជីវកម្មរបស់ Koodo

ទីតាំងអាជីវកម្ម	
ប្រភេទទីតាំង	
ស្ថានភាព	ជួល
	ជាម្ចាស់
	ត្រូវសាងសង់
	ផ្សេងទៀត (សូមបញ្ជាក់)
មូលហេតុនៃការជ្រើសរើស	
គុណសម្បត្តិរបស់ទីតាំង	
គុណវិបត្តិរបស់ទីតាំង	
សុវត្ថិភាពកន្លែងធ្វើការ- ការគំរាមកំហែង/មុខសញ្ញា គ្រោះថ្នាក់	
តម្លៃជួល/ខែ	
ចំណាយ ទាំងនេះរាប់បញ្ចូល	

គំរូ ៖ ផែនការទីតាំងសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ Koodo	
ទីតាំងអាជីវកម្ម	ខ្ញុំនឹងជួលផ្នែកខ្លះនៃតូបរបស់មីងខ្ញុំក្នុងផ្សារ។
ប្រភេទទីតាំង	កន្លែងលក់រាយ/ខ្នាតធំ (តូបក្នុងផ្សារ)
ស្ថានភាព	ជួល X
	ជាម្ចាស់
	ត្រូវសាងសង់
	ផ្សេងទៀត (សូមបញ្ជាក់)
មូលហេតុនៃការជ្រើសរើស	មានទីតាំងល្អ ចំកន្លែងដែលអតិថិជនរបស់ខ្ញុំទិញម្ហូប។
គុណសម្បត្តិរបស់ទីតាំង	ទីតាំងនេះមានតម្លៃថោក ព្រោះខ្ញុំជួលបន្តពីមីង។
គុណវិបត្តិរបស់ទីតាំង	តូបអាហារស្ថិតនៅក្រោយផ្សារ ៖ មិនមានអតិថិជនច្រើនដើរកាត់។
សុវត្ថិភាពកន្លែងធ្វើការ -ការគំរាមកំហែង /មុខសញ្ញាគ្រោះថ្នាក់	គ្មានបំពង់ពន្លត់អគ្គិភ័យ ឬគ្រឿងបរិក្ខារ កន្លែងអ្វីអរ ដែលមិនសូវមានខ្យល់អាកាសល្អ ក្តៅ
ថ្លៃជួល/ខែ	៣០ ដុល្លារ
ចំណាយទាំងនេះ រាប់បញ្ចូល	តែលើថ្លៃជួល



យើងបានសិក្សាពីកត្តាសំខាន់ៗដែលត្រូវពិចារណា នៅពេលជ្រើសរើសទីតាំងសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ឥឡូវនេះ យើងអាចបន្តទៅសកម្មភាពបន្ទាប់ ៖ ការផ្សព្វផ្សាយ។

សកម្មភាព ៤ គ ៖ ការផ្សព្វផ្សាយពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក



ក្នុងសកម្មភាពនេះ យើងនឹងសិក្សាពីរបៀបបង្កើតផែនការដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនដោយផ្សព្វផ្សាយពីអាជីវកម្ម និងផលិតផលរបស់យើង។ យើងប្រហែលជាមានគំនិតមួយចំនួនពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ប៉ុន្តែប្រការសំខាន់ត្រូវចាំថា ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មគ្រាន់តែជាវិធីមួយនៃការផ្សព្វផ្សាយពីអាជីវកម្មប៉ុណ្ណោះ។

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ជាការផ្តល់ព័ត៌មានដល់អតិថិជនដើម្បីឲ្យពួកគេចាប់អារម្មណ៍ទិញផលិតផល ឬសេវារបស់អ្នក។ វាតែងតែផ្តោតលើលក្ខណៈផលិតផលដែលខុសប្លែក ឬល្អជាងគូប្រកួតប្រជែង។

យុទ្ធសាស្ត្រលក់ ផ្តោតសំខាន់លើអ្វីដែលអ្នកអាចធ្វើបានដើម្បីជំរុញអតិថិជនឲ្យទិញ ឬទិញផលិតផលរបស់អ្នកកាន់តែច្រើន នៅពេលចូលមកកាន់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។

នៅពេលបំផុសគំនិតសម្រាប់ផែនការផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នក ប្រការសំខាន់ត្រូវពិចារណាពីចំណាយ និងចាំថា អ្នកមិនចាំបាច់ធ្វើទាំងពីរ ឬមួយណានោះទេ។ ចំណុចសំខាន់បំផុតគឺត្រូវសម្រេចចិត្តពីផែនការដែលនឹងធ្វើឲ្យមានកំណើនប្រាក់ចំណេញ ឬការលក់។ ផែនការទាំងនេះអាចមានរយៈពេលខ្លី ៖ ពីរ/បីម៉ោង ឬថ្ងៃ ឬរយៈពេលវែងជាច្រើនសប្តាហ៍ ខែ ឬឆ្នាំ។



២៥ នាទី

1. អានក្នុងក្រុមនូវផែនការផ្សព្វផ្សាយសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ Koodo។ នៅពេលអ្នកពិនិត្យឡើងវិញលើផែនការនេះ សូមពិភាក្សាថាតើអ្នកយល់ស្របលើជម្រើសរបស់គាត់ ឬយ៉ាងណា និងអ្វីដែលអ្នកនឹងធ្វើខុសពីនេះ ប្រសិនបើអ្នកជាគាត់ (៥ នាទី)។
2. រួមគ្នាបំពេញតារាង ៤ គ ដោយប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រផ្សេងៗសម្រាប់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការជំរុញការលក់ ដែលសមាជិកក្រុមបានដឹង និងមានបទពិសោធន៍។ មានការបញ្ចូលឧទាហរណ៍ពីអាជីវកម្មរបស់ Koodo រួចជាស្រេច។ នៅពេលអ្នកទទួលបានគំនិតទាំងនេះ សូមព្យាយាមបញ្ចូលទាំងវិធីសាស្ត្រដែលមានលក្ខណៈទូទៅក្នុងសហគមន៍ និងវិធីសាស្ត្រថ្មីៗ និងថ្លៃប្រឌិត (៥ នាទី)។

3. ធ្វើការជាគូដើម្បីបង្កើតផែនការផ្សព្វផ្សាយសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អ្នកអាចប្រើប្រាស់តារាង ៥ គ ដើម្បីរៀបចំផែនការ (១៥ នាទី)។
4. ត្រឡប់ចូលក្រុមជំរុញ និងប្តូរវេនគ្នាចែករំលែកផែនការផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នកជាមួយក្រុម។ សមាជិកក្រុមគួរផ្តល់មតិយោបល់ល្អៗស្តីពីផែនការនីមួយៗ មុនពេលបន្តទៅជំហានបន្ទាប់ (១០ នាទី)។

គំរូ ៖ ផែនការផ្សព្វផ្សាយសម្រាប់ Koodo		
ផែនការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម		
វិធីសាស្ត្រ	ព័ត៌មានលម្អិត	រយៈពេលកំណត់
សញ្ញាខាងមុខតូប	ដាក់សញ្ញានៅខាងមុខតូបដោយផ្សព្វផ្សាយពីឈ្មោះអាជីវកម្ម និងប្រភេទទំនំប៉័ង	អចិន្ត្រៃយ៍
ប័ណ្ណអាជីវកម្ម	បង្កើតប័ណ្ណអាជីវកម្មដែលមានឈ្មោះរបស់ខ្ញុំ អាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង សម្រាប់ចែកជូនអតិថិជន នៅពេលពួកគេចាប់អារម្មណ៍លើហាងនេះ ឬនៅពេលពួកគេទិញនំ។	ត្រូវមានផ្តល់ប័ណ្ណអាជីវកម្មជានិច្ច
ព័ត៌មានទំនាក់ទំនងនៅលើស្លាកផលិតផល	បោះពុម្ពលេខទូរស័ព្ទលើស្លាកផលិតផល	ត្រូវមានស្លាកលើផលិតផលជានិច្ច
ផែនការលក់		
យុទ្ធសាស្ត្រ	ព័ត៌មានលម្អិត	រយៈពេលកំណត់
ទិញ ៣ ដុំ ទទួលបានដុំទី ៤ ក្នុងតម្លៃ ៥០%	ប្រសិនបើអតិថិជនទិញ ៣ ដុំ ពួកគេនឹងទទួលបានដុំទី ៤ ក្នុងតម្លៃ ៥០%។	ម្តង/សប្តាហ៍
គំរូនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការជំរុញការលក់		
វិធីសាស្ត្រផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម	ការជំរុញការលក់	
សញ្ញា ប័ណ្ណអាជីវកម្ម ស្លាកផលិតផល	ទិញ ១ ថែម ១	

តារាង ៤ គ ៖ ផែនការផ្សព្វផ្សាយអាជីវកម្មរបស់អ្នក		
ផែនការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម		
វិធីសាស្ត្រ	ព័ត៌មានលម្អិត	រយៈពេលកំណត់
ផែនការលក់		
គំរូនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការជំរុញការលក់		
វិធីសាស្ត្រផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម	ការជំរុញការលក់	
សញ្ញា ប័ណ្ណអាជីវកម្ម ស្លាកផលិតផល	ទិញ ១ ថែម ១	



យើងបានបញ្ចប់សកម្មភាពចុងក្រោយនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៤។ ក្នុងវគ្គនេះ យើងបានសិក្សាពីរបៀបបង្កើតផែនការផលិតផល ទីតាំង និងការផ្សព្វផ្សាយក្នុងអាជីវកម្ម។ ផ្នែកចុងក្រោយនៃផែនការទីផ្សារគឺការបង្កើតផែនការកំណត់ថ្លៃ។ នេះជាផ្នែកដ៏សំខាន់បំផុតមួយនៃផែនការអាជីវកម្ម និងពាក់ព័ន្ធនឹងការគណនាចំណាយក្នុងអាជីវកម្ម។

**វិធានការបណ្តោះអាសន្ន ៥ ៖
ការកំណត់ថ្លៃលក់**

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៥ ៖ ការកំណត់ថ្លៃលក់



១២០ នាទី



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

ថ្លៃគឺជាអត្រាតម្លៃដែលអ្នកកំណត់សម្រាប់អតិថិជនដែលទិញទំនិញ ឬសេវារបស់អ្នក។ អាជីវកម្មជោគជ័យលក់ទំនិញ ឬសេវាដែលអតិថិជនត្រូវការ ឬចង់បានក្នុងតម្លៃសមស្របសម្រាប់ពួកគេ ទន្ទឹមនឹងការធានាថា តម្លៃនេះខ្ពស់ជាងចំណាយរបស់អ្នកក្នុងការផលិតផលិតផល។

ដើម្បីកំណត់ថ្លៃ អ្នកត្រូវ ៖

- ដឹងពីថ្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជនសក្តានុពល
- ដឹងពីថ្លៃរបស់គូប្រកួតប្រជែង
- ដឹងពីចំណាយរបស់អ្នក។

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល នឹងបង្ហាញពីរបៀបគណនាថាតើអាជីវកម្មរបស់អ្នកចំណេញ ឬខាត។ ក្រុមត្រូវធ្វើសកម្មភាពផ្សេងៗដើម្បីប៉ាន់ស្មានថ្លៃប្រកួតប្រជែង ល្បាច់ការលក់ និងផលិតកម្មប្រចាំខែ និងលទ្ធផលចំណាយនានាក្នុងអាជីវកម្ម។

ប្រការសំខាន់ត្រូវចងចាំពីរបៀប ដែលរដ្ឋកាលនានានៃវិស័យទេសចរណ៍នឹងជះឥទ្ធិពលលើលំហូរចូលសាច់ប្រាក់ និងរបៀបដែលអ្នកអាចទូទាត់ក្នុងអំឡុងពេលមានតម្រូវការទាប (ដោយជួលបុគ្គលិកតិច ឬផ្តល់ផលិតផលផ្សេងទៀត)។ ឥឡូវនេះយើងនឹងចាប់ផ្តើមធ្វើសកម្មភាពជាមួយគ្នា។

សកម្មភាព ៥ ក ៖ អតិថិជន និងការប្រកួតប្រជែង



ក្នុងសកម្មភាពដំបូងនេះ អ្នកនឹងស្វែងយល់ពីកត្តាដែលត្រូវពិចារណានៅពេលកំណត់ថ្លៃលក់ផលិតផល ឬសេវា។

បន្ទាប់មក យើងនឹងអានការណែនាំទាំងអស់ មុនពេលចាប់ផ្តើមសកម្មភាពក្នុង ជំហានទី១។ អ្នកអានក្នុងក្រុមនឹងតាមដានពេលវេលា និងរំលឹកយើងនៅពេលត្រូវបន្ត ទៅជំហានបន្ទាប់។ ឥឡូវនេះ យើងអាចចាប់ផ្តើមសកម្មភាព ៥ ក បាន។



៣៥ នាទី

1. ធ្វើការក្នុងក្រុម ដើម្បីពិនិត្យឡើងវិញលើការស្រាវជ្រាវការកំណត់ថ្លៃផលិតផលរបស់ Koodo ពីថ្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជន និងថ្លៃរបស់គូប្រកួតប្រជែង។ ពិភាក្សាពីរបៀប ដែលគាត់ប្រមូលព័ត៌មានទាំងនេះ និងអ្វីដែលអ្នកអាចធ្វើបានដើម្បី ប្រមូលព័ត៌មានទាំងនេះ នៅពេលរៀបចំផែនការអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន (៥ នាទី)។
2. ជួយគ្នាបំពេញតារាងការស្រាវជ្រាវការកំណត់ថ្លៃលក់ផលិតផល សម្រាប់ គំនិតអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ក្នុងតារាង ៥ ក។ ប្រការសំខាន់ត្រូវមានលក្ខណៈប្រាកដប្រជា ពីថ្លៃទាំងនេះ។ ប្រសិនបើអ្នកមិនដឹងពីថ្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជន ត្រូវសួរ សមាជិកក្រុមពីថ្លៃសមស្របសម្រាប់ពួកគេ (១៥ នាទី)។
3. ប្តូរវេនគ្នាបង្ហាញពីតារាងការស្រាវជ្រាវការកំណត់ថ្លៃផលិតផលដល់ក្រុម។ សមាជិក ក្រុមនឹងផ្តល់យោបល់ត្រឡប់ និងមតិយោបល់ល្អដើម្បីកែលម្អបន្ថែម មុនពេលបន្ត ទៅសកម្មភាពបន្ទាប់ (១០ នាទី)។

គំរូ ៖ យុទ្ធសាស្ត្រកំណត់ថ្លៃលក់របស់ Koodo				
ប្រភេទ ផលិតផល (ទំនិញ ឬសេវា)	ថ្លៃមធ្យម ក្នុង ទីផ្សារ	ថ្លៃខ្ពស់បំផុតរបស់គូប្រកួតប្រជែង	ថ្លៃទាប បំផុតរបស់គូប្រកួតប្រជែង	ថ្លៃរបស់ខ្ញុំ
នំប៉័ង	\$3.50 /ដុំ	4 /ដុំ → ពីហាងនំក្នុងភូមិជិតខាង	\$2 / ដុំ → ពីហាង 711	\$3.00 /ដុំ

តារាង ៥ ក ៖ យុទ្ធសាស្ត្រកំណត់ថ្លៃលក់របស់អ្នក

ប្រភេទផលិតផល (ទំនិញ ឬសេវា)	ថ្លៃមធ្យម ក្នុង ទីផ្សារ	ថ្លៃខ្ពស់បំផុតរបស់គូប្រកួតប្រជែង	ថ្លៃទាបបំផុត របស់គូប្រកួតប្រជែង	ថ្លៃរបស់ខ្ញុំ



នៅពេលថ្លៃប្រកួតប្រជែងត្រូវបានកំណត់រួចរាល់ ជំហានបន្ទាប់នៃការកំណត់ថ្លៃគឺការប៉ាន់ស្មានបរិមាណដែលអ្នកអាចលក់បាន/ខែ និងបរិមាណដែលអ្នកគួរផលិតដើម្បីបំពេញតម្រូវការនេះ។ ព័ត៌មានទាំងនេះនឹងអាចឲ្យអ្នកកំណត់ប្រាក់ចំណូលរំពឹងទុកដោយផ្អែកលើថ្លៃស្មើឡើងរបស់អ្នក។

សកម្មភាព ៥ ខ ៖ ការប៉ាន់ស្មានតម្រូវការផលិតកម្ម និងការលក់ប្រចាំខែ



ក្នុងសកម្មភាពនេះ យើងនឹងសិក្សាពីវិធីគណនាផលិតកម្ម និងការលក់ប្រចាំខែ។ ដើម្បីសម្រេចគោលដៅនេះ យើងត្រូវមានគំនិតប្រាកដប្រជាពីបរិមាណដែលយើងអាចលក់បាននៅពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។ ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ សមាជិកក្រុមនឹងជួយគ្នាព្យាករណ៍លក់ដាក់ស្តែង ប៉ុន្តែសហគ្រិនដែលផ្តោតសំខាន់លើការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មី គួរធ្វើសកម្មភាពនេះឡើងវិញដោយប្រើប្រាស់ព័ត៌មានដែលប្រមូលបានតាមវិធីមួយ ឬច្រើនខាងក្រោម។

- 1) ប្រៀបធៀបជាមួយអាជីវកម្មស្រដៀងគ្នា តាមរយៈការអង្កេត ឬសាកសួរម្ចាស់អាជីវកម្ម
- 2) ស្រាវជ្រាវទីផ្សារ ដោយអង្កេតអតិថិជនសក្តានុពលពីផលិតផល ថ្លៃសមស្រប និងបរិមាណ និងភាពញឹកញាប់ដែលពួកគេទិញផលិតផលរបស់អ្នក។
- 3) សាកល្បងលើការលក់របស់អ្នកដោយចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មក្នុងទ្រង់ទ្រាយតូច ដើម្បីវាយតម្លៃថ្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជន និងបរិមាណដែលអ្នកអាចលក់បាន។
- 4) ការកម្មង់ជាមុន ជាវិធីសាស្ត្រក្នុងការទទួលបានការធានាពីអតិថិជនថ្ងៃអនាគតក្នុងការទិញផលិតផលរបស់អ្នក មុនពេលធ្វើការផលិត។ ត្រូវចាំថា កិច្ចសន្យាទិញជាលាយលក្ខណ៍អក្សរគឺល្អជាងការសន្យាជាពាក្យសំដី។

បន្ទាប់មក អ្នកអានក្នុងក្រុមនឹងអានការណែនាំខាងក្រោម មុនពេលក្រុមចាប់ផ្តើម ជំហានទី ១ នៃសកម្មភាពនេះ។



៣៥ នាទី


1. អានក្នុងក្រុមនូវតារាងប៉ាន់ស្មានការលក់ និងផលិតកម្មសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ Koodo។ ដោយសារតែអាជីវកម្មរបស់គាត់ទើបតែចាប់ផ្តើម គាត់បានប៉ាន់ស្មានសម្រាប់រយៈពេល ៦ ខែប៉ុណ្ណោះ។ ពិភាក្សាពីរបៀបដែលគាត់គណនាមធ្យមភាគប្រចាំខែ និងអ្វីដែលគាត់អាចធ្វើបានចំពោះផលិតកម្មលើសប្រសិនបើមិនមានការខូចខាតផលិតផល ឬតម្រូវការខ្ពស់ (១០ នាទី)។
2. ធ្វើការជាគូដើម្បីបំពេញផែនការប៉ាន់ស្មានការលក់ និងផលិតកម្មប្រចាំខែសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកក្នុងតារាង ៥ ខ (១៥ នាទី)។
3. ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីបង្ហាញពីការប៉ាន់ស្មានសម្រាប់អាជីវកម្មនីមួយៗ និងពិភាក្សាពីភាគរយដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់ការព្យាករណ៍ផលិតផលខូច ឬតម្រូវការខ្ពស់ ៖ តើគ្រប់គ្នាប្រើប្រាស់តួលេខ ២០% ដូចឧទាហរណ៍ ឬទេ? តើអ្នកអាចធ្វើអ្វីបានដើម្បីធានាថាអ្នកបានប្រើប្រាស់ភាគរយត្រឹមត្រូវសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក (១០ នាទី)។

គំរូ ៖ ផែនការប៉ាន់ស្មានការលក់ និងផលិតកម្មប្រចាំខែរបស់ Koodo										
ផលិតផល (ទំនិញ ឬសេវា)		ផលិតកម្ម/ការលក់ប្រចាំខែ						ផលិត កម្មសរុប	មធ្យមភាគ/ខែ (សរុបប្រចាំ ខែ/ចំនួនខែ)	
		1	2	3	4	5	6			
ព្យាករណ៍ចំនួនដុំ នំប៉័ងក្នុង តូបដែលអាច លក់ឲ្យអតិថិជន បាន	ការលក់ប៉ាន់ស្មាន	100	150	150	200	200	250	1050	នំប៉័ង 175 ដុំ /ខែ	
ដើម្បីគណនាផលិតផលខូច ឬតម្រូវការខ្ពស់ ត្រូវផលិត ២០% បន្ថែមទៀតលើសការលក់ប៉ាន់ស្មាន*										
ចំនួនដុំនំប៉័ងក្នុង តូបដែលត្រូវ	បរិមាណដែលត្រូវ ផលិត	120	180	180	240	240	300	1260	210 ដុំ/ខែ	


ផលិតលក់ឲ្យ អតិថិជន									
-----------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

*កំណត់សម្គាល់ ៖ ភាគរយនេះអាចផ្លាស់ប្តូរទៅតាមអ្វីដែលអ្នកជឿជាក់ថាសមស្របសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។

តារាង ៥ ខ ៖ ផែនការប៉ាន់ស្មានការលក់ និងផលិតកម្មប្រចាំខែរបស់អ្នក									
ផលិតផល (ទំនិញ ឬសេវា)	ផលិតកម្ម/ការលក់ប្រចាំខែ						ផលិត កម្មសរុប	មធ្យមភាគ/ខែ (សរុបប្រចាំ ខែ/ចំនួនខែ)	
	1	2	3	4	1	2			
	ការលក់ប៉ាន់ស្មាន								
	ការលក់ប៉ាន់ស្មាន								
	ការលក់ប៉ាន់ស្មាន								
ដើម្បីគណនាផលិតផលខូច ឬតម្រូវការខ្ពស់ ត្រូវផលិត% បន្ថែមទៀតលើសការលក់ប៉ាន់ស្មាន*									
	បរិមាណដែលត្រូវ ផលិត								
	បរិមាណដែលត្រូវ ផលិត								
	បរិមាណដែលត្រូវ ផលិត								

 យើងបានកំណត់ផ្ទៃប្រកួតប្រជែងសម្រាប់ផលិតផល ប៉ាន់ស្មានបរិមាណដែលអាចលក់បាន និងគណនាបរិមាណដែលត្រូវផលិតដើម្បីបំពេញតម្រូវការ។ អ្នកប្រហែលជាមានគំនិតមួយចំនួនស្តីពីប្រាក់ចំណូលដែលអ្នកអាចរកបានក្នុងអាជីវកម្មពីការលក់ ប៉ុន្តែដើម្បីដឹងពីបរិមាណប្រាក់ចំណេញអ្នកត្រូវគណនាចំណាយក្នុងអាជីវកម្ម។

សកម្មភាព ៥ គ ៖ ដឹងពីចំណាយរបស់អ្នក

 ក្នុងសកម្មភាពនេះ អ្នកនឹងស្វែងយល់ពីកត្តាសំខាន់ៗនៃចំណាយ និងរបៀបប៉ាន់ស្មានចំណាយ។ ឥឡូវនេះ យើងនឹងអានពីប្រភេទចំណាយនានាក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

ចំណាយអថេរ

ចំណាយនេះផ្លាស់ប្តូរទៅតាមបរិមាណទំនិញ និងសេវាដែលបានផលិត និងតែងតែ ពាក់ព័ន្ធនឹងវត្ថុធាតុដើម ឬកម្លាំងពលកម្ម។ សម្រាប់ការកាត់សក់ ចំណាយអថេរ រួមមាន សាច់ប្រាក់ ឬដែលលាបសក់ ចំណែកចំណាយលើកម្លាំងពលកម្មគឺការកាត់សក់ និងការ លាងសម្អាតសក់។

វត្ថុធាតុដើម

វត្ថុធាតុសំខាន់សម្រាប់ផលិតផលិតផល ឬសេវាចុងក្រោយ។ ឧ. វត្ថុធាតុដើមក្នុង ហាងអ៊ុតសក់រួមមាន សាច់ប្រាក់ និងក្រែមលាងសម្អាតសក់។ ទាំងនេះជាចំណាយអថេរ ព្រោះ វានឹងផ្លាស់ប្តូរទៅតាមបរិមាណទំនិញ និងសេវាដែលផលិត។

ចំណាយលើកម្លាំងពលកម្ម

ចំណាយទាំងនេះជាបរិមាណប្រាក់ឈ្នួលដែលអ្នកបង់ឲ្យនិយោជិត និងទឹកប្រាក់ ដែលអ្នករកបានពីអាជីវកម្មក្នុងនាមជាម្ចាស់។ ទាំងនេះជាចំណាយអថេរ ព្រោះប្រាក់ដែល អ្នកបើកឲ្យនិយោជិត និងខ្លួនឯង ផ្លាស់ប្តូរទៅតាមបរិមាណទំនិញ ឬសេវាដែលផលិត។

ចំណាយថេរ

ចំណាយនេះគឺនៅដដែល ដោយមិនផ្អែកលើបរិមាណទំនិញ និងសេវាដែលផលិត។ សម្រាប់ហាងអ៊ុតសក់ ចំណាយថេរ រួមមាន ចំណាយលើការជួល កន្លែង និងកៅអី។

យើងបានអានពីប្រភេទចំណាយនានា។ ឥឡូវនេះ យើងនឹងព្យាយាមប៉ាន់ស្មាន ចំណាយនានាក្នុងអាជីវកម្ម។ បន្ទាប់មក យើងនឹងអានការណែនាំទាំងអស់មុនពេល ចាប់ផ្តើមជំហានទី ១ នៃសកម្មភាពនេះ។



៥០ នាទី

- 1) អានតារាងគំរូខាងក្រោមស្តីពីវត្ថុធាតុដើមសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ Koodo និងពិភាក្សាពីរបៀបនៃការគណនានីមួយៗ (១៥ នាទី)។
- 2) ជួយគ្នាបំពេញការបែងចែកចំណាយលើវត្ថុធាតុដើមសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាមួយដែលត្រូវផលិតក្នុងគំនិតអាជីវកម្មនីមួយៗ-តារាង ៥ គ (១) (១០ នាទី)។
- 3) អានតារាងគំរូស្តីពីកម្លាំងពលកម្មសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ Koodo និងពិភាក្សាពីប្រាក់បៀវត្សរ៍ ឬប្រាក់ចំណូលសមស្របសម្រាប់ម្ចាស់អាជីវកម្ម- តារាង ៥ គ (២) (៥ នាទី)។
- 4) ជួយគ្នាបំពេញការបែងចែកចំណាយលើកម្លាំងពលកម្មសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាមួយដែលផលិតក្នុងគំនិតអាជីវកម្មនីមួយៗ តារាង ៥ គ (៣) (៥ នាទី)។

គំរូ ៖ ចំណាយអថេររបស់ Koodo លើវត្ថុធាតុដើម			
វត្ថុធាតុ	បរិមាណ ចាំបាច់/ផលិតផល (ដុំ)	ថ្លៃ/ឯកតា	ចំណាយ/ផលិត ផល (ដុំ) (\$)
ដំបែ	0.1 kg	1 ដុល្លារ/ kg	\$0.10
អំបិល	0.5 kg	2 ដុល្លារ/ kg	\$0.01
ប្រេង	0.5 ounces	10 សេន/ounce	\$0.05
ស៊ុត	3 គ្រាប់	10 សេន/គ្រាប់	\$0.30
ម្សៅ	0.5 kg	1 ដុល្លារ/ kg	\$0.50
ចំណាយសរុប សម្រាប់នំប៉័ងមួយដុំ	\$0.96 /ដុំ		
ផលិតកម្មសរុប/ខែ*	210 ដុំ/ខែ		
ចំណាយសរុប/ខែ**	\$201.60/ខែ		
* តម្លៃនេះយកចេញពីតារាងគំរូក្នុងសកម្មភាព ៥ ខ។			
**ដើម្បីគណនាចំណាយសរុប/ខែ ៖ ចំណាយសរុបសម្រាប់នំប៉័ង ១ ដុំ x ផលិតកម្ម/ខែ			

តារាង ៥ គ (១) ៖ ចំណាយអចេរបស់អ្នកលើវត្ថុធាតុដើមសម្រាប់ផលិតផលមួយ (ទំនិញ ឬសេវា)

វត្ថុធាតុ	បរិមាណ ចាំបាច់/ផលិតផល (ដុំ)	ថ្លៃ/ឯកតា	ចំណាយ/ផលិត ផល (ដុំ)
ចំណាយសរុប សម្រាប់ផលិតផលមួយ			
ផលិតកម្មសរុប/ខែ*			
ចំណាយសរុប/ខែ**			

គំរូ ៖ ចំណាយអថេររបស់ Koodo លើកម្លាំងពលកម្ម			
មនុស្ស	ចំនួនម៉ោង/ខែ	ចំណាយ/ម៉ោង	ចំណាយ/ខែ
Koodo	120	\$2	\$240
ចំណាយសរុប/ខែ	\$240/ខែ		

តារាង ៥ គ (២) ៖ ចំណាយអថេររបស់អ្នកលើកម្លាំងពលកម្មសម្រាប់ផលិតផលមួយ (ទំនិញ ឬសេវា)			
មនុស្ស	ចំនួនម៉ោង/ខែ	ចំណាយ/ម៉ោង	ចំណាយ/ខែ
ចំណាយសរុប/ខែ	\$240/ខែ		

គំរូ ៖ ចំណាយថេររបស់ Koodo (ធ្វើនំប៉័ង)			
សម្ភារ	ថ្លៃទិញ	អាយុកាលប្រើប្រាស់ (ខែ)	ចំណាយ/ខែ (ថ្លៃទិញ/ចំនួនខែ)
កាំបិត	\$18	12 ខែ	\$1.50
ចានគោម	\$12	24 ខែ	\$0.50
ម៉ាស៊ីនក្រឡុក	\$36	24 ខែ	\$1.50
ដែកឈើ	\$3	12 ខែ	\$0.25
ជួល/ខែ	-	-	\$60
ការដឹកជញ្ជូន/ខែ	-	-	\$15
ចំណាយសរុប/ខែ			\$78.75/ខែ

* ចំណាយទាំងពីរនេះហៅថា “ចំណាយទូទៅ”។

តារាង ៥ គ (៣) ៖ ចំណាយថេររបស់អ្នកលើផលិតផលមួយ (ទំនិញ ឬសេវា)			
សម្ភារ	ថ្ងៃទិញ	អាយុកាលប្រើប្រាស់ (ខែ)	ចំណាយ/ខែ (ថ្លៃទិញ/ចំនួនខែ)
ចំណាយសរុប/ខែ			

គំរូ ៖ ចំណាយសរុបរបស់ Koodo ក្នុងការផលិតនំប៉័ងមួយដុំ	
ប្រភេទចំណាយ	ចំណាយសរុប/ខែ
ចំណាយអថេរលើវត្ថុធាតុដើម	\$201.60
ចំណាយអថេរលើកម្លាំងពលកម្ម	\$240
ចំណាយថេរ ៖ ឧបករណ៍ និង “ចំណាយទូទៅ”	\$78.75
ចំណាយសរុប/ខែ	\$520.35

តារាង ៥ គ (៤) ៖ ចំណាយសរុបរបស់អ្នកសម្រាប់ផលិតផលមួយ (ទំនិញ ឬសេវា)	
ប្រភេទចំណាយ	ចំណាយសរុប/ខែ
ចំណាយអថេរលើវត្ថុធាតុដើម	
ចំណាយអថេរលើកម្លាំងពលកម្ម	
ចំណាយថេរ ៖ ឧបករណ៍ និង “ចំណាយទូទៅ”	
ចំណាយសរុប/ខែ	\$520.35



ក្នុងសកម្មភាពនេះ យើងបានសិក្សាពីរបៀបប៉ាន់ស្មានចំណាយប្រចាំខែសម្រាប់អាជីវកម្មដែលផលិតទំនិញ ឬសេវាមួយ ដោយគណនាចំណាយសម្រាប់វត្ថុធាតុដើម កម្លាំងពលកម្ម សម្ភារ និងទីតាំង។ មុនពេលសហគ្រិនអនុវត្តតាមផែនការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ប្រការសំខាន់ត្រូវមានការគណនាទាំងនេះសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាមួយ និងបូកសរុបច្បាស់លាស់។

សកម្មភាព ៥ យ ៖ ការបង្កើតប្រាក់ចំណេញ



ជំហានចុងក្រោយក្នុងការកំណត់ថ្លៃលក់ផលិតផលគឺត្រូវកំណត់ថាតើអ្នកចំណេញ ឬខាត ដោយផ្អែកលើការប៉ាន់ស្មានថ្លៃ ការលក់ ផលិតកម្ម និងចំណាយរបស់អ្នក។

អ្នកទទួលបានប្រាក់ចំណេញនៅពេលប្រាក់ចំណូលពីការលក់ច្រើនជាងចំណាយ។

អ្នកខាតបង់នៅពេលចំណាយច្រើនជាងប្រាក់ចំណូលពីការលក់។

ប្រសិនបើអ្នកដឹងថា អ្នកកំពុងខាតបង់ អ្នកត្រូវផ្ដោតលើចំណុចខាងក្រោមដើម្បីធ្វើការកែលម្អ ៖

- ថ្លៃ ៖ តើអ្នកអាចកំណត់ថ្លៃលក់ខ្ពស់ជាងនេះបានដែរ ឬទេ?
- ការលក់ ៖ តើអ្នកអាចលក់បានច្រើនជាងនេះដែរ ឬទេ? តើមានការផ្សព្វផ្សាយណាដែលនឹងជួយឲ្យលក់បានច្រើន ឬទេ?
- ចំណាយ ៖ តើមានវិធីកាត់បន្ថយចំណាយដែរ ឬទេ?

ប្រសិនបើអ្នកមិនអាចកែលម្អបាន ឬក៏អ្នកអាចកែលម្អបាន ប៉ុន្តែនៅតែខាតបង់ ប្រការសំខាន់ត្រូវពិចារណាពីគំនិតអាជីវកម្មថ្មី។

ដើម្បីគណនាប្រាក់ចំណេញ អ្នកត្រូវប្រៀបធៀបថ្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជន និងការលក់ និងចំណាយសម្រាប់អាជីវកម្ម។ សកម្មភាពបន្ទាប់នឹងបង្ហាញអ្នកពីរបៀបសម្រេចគោលដៅនេះ ដោយប្រើប្រាស់អ្វីដែលអ្នកបានសិក្សាក្នុងសកម្មភាព ៥ ក ៥ ខ និង



៣៥ នាទី

៥ គ ។

- 1) អានក្នុងក្រុមនូវគំរូសន្លឹកប្រាក់ចំណេញសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ Koodo និងពិភាក្សាពីរបៀបគណនា (១០ នាទី)។


- 2) ធ្វើការជាគូដើម្បីបំពេញសន្លឹកប្រាក់ចំណេញ សម្រាប់គំនិតអាជីវកម្មរបស់សមាជិកម្នាក់ៗ ដោយប្រើប្រាស់ការគណនាក្នុងសកម្មភាពមុនៗ (១៥ នាទី)។
- 3) ត្រឡប់ចូលក្រុមជំរុញ និងចែករំលែកការគណនាប្រាក់ចំណេញ ឬការខាតបង់របស់សមាជិកម្នាក់ៗ។ ពិភាក្សាពីអ្វីដែលសមាជិកបានសិក្សាពីវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ និងការកែលម្អនានាក្នុងផែនការអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់ចំណេះដឹងថ្មីនេះ (១០ នាទី)។

តំរូវ ៖ សន្លឹកប្រាក់ចំណេញសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ Koodo

ជំហានទី ១	ថ្លៃរបស់ Koodo (សកម្មភាព ៥ ក)	X	ការលក់របស់ Koodo (មធ្យមភាគប្រចាំខែក្នុងសកម្មភាព ៥ ខ)	=	ការលក់ប្រចាំខែ
	\$3.50 / ដុំ		175 ដុំ		\$612.50
ជំហានទី ២	ការលក់ប្រចាំខែ		ចំណាយរបស់ Koodo (សកម្មភាព ៥ គ)		ប្រាក់ចំណេញ
	\$612.50		\$520.35		\$92.15

តារាង ៥ យ ៖ សន្លឹកប្រាក់ចំណេញសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ Koodo

ជំហានទី ១	ថ្លៃរបស់អ្នក (សកម្មភាព ៥ ក)	X	ការលក់របស់អ្នក (មធ្យមភាគប្រចាំខែក្នុងសកម្មភាព ៥ ខ)	=	ការលក់ប្រចាំខែ
ជំហានទី ២	ការលក់ប្រចាំខែ		ចំណាយរបស់អ្នក (សកម្មភាព ៥ គ)		ចំណេញ/ខាត?

 វគ្គបណ្តុះបណ្តាលស្តីពីការកំណត់ថ្លៃលក់បានបង្ហាញពីឧបករណ៍ និងយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងៗដែលសហគ្រិនអាចប្រើប្រាស់ដើម្បីកំណត់ថ្លៃលក់សមរម្យ សម្រាប់ផលិតផល។ ប្រការសំខាន់ត្រូវចាំថា ចំណាយក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងចំណាយរបស់គូប្រកួតប្រជែង នឹងជះឥទ្ធិពលលើអត្រាថ្លៃដែលអ្នកត្រូវកំណត់សម្រាប់អតិថិជន។ មុនពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មី សហគ្រិនគួរចំណាយពេលប្រមូលព័ត៌មាន និងគណនាចំណាយនៃផលិតផល ឬសេវានីមួយៗរបស់ខ្លួន។ យ៉ាងនេះក្តី ការទទួលបានប្រាក់ចំណេញមិនមែនជាសូចនាករតែមួយគត់នៃអាជីវកម្មជោគជ័យឡើយ។

**វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៦ ៖
កត្តាកំណត់លោកជ័យក្នុងអេស៊ីវកម្ម**

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៦ ៖ កត្តាកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម



៣៥ នាទី



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៦ នឹងអាចឲ្យអ្នកពិចារណាពីអាជីវកម្មជោគជ័យដែលអ្នកបានដឹង និងកំណត់កត្តាសំខាន់ៗដែលកំណត់ជោគជ័យអាជីវកម្មទាំងនោះ។

ឧទាហរណ៍មួយចំនួនរួមមាន ៖

- ផែនការអាជីវកម្មច្បាស់លាស់
- ថ្នាក់គ្រប់គ្រងមានឥរិយាបថល្អចំពោះបុគ្គលិក និងអតិថិជន
- ថ្នាក់គ្រប់គ្រងមានសមត្ថភាពប្រឈមនឹងហានិភ័យ
- ផលិតផលមានតម្រូវការខ្ពស់
- យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារច្នៃប្រឌិត
- ការរចនាផលិតផលបានល្អ
- ទីតាំងប្រកបអាជីវកម្មប្រកបដោយយុទ្ធសាស្ត្រ។

ទាំងនេះសុទ្ធសឹងជាគោលការណ៍ទូទៅទៅបំផុតនៃអាជីវកម្មជោគជ័យ ដែលអ្នកត្រូវពិចារណាសម្រាប់អាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ប៉ុន្តែនៅមានកត្តាជាច្រើនទៀត។ បន្ទាប់មក យើងនឹងអានការណែនាំទាំងអស់ មុនពេលចាប់ផ្តើមជំហានទី ១ នៃសកម្មភាពនេះ។

សកម្មភាព ៦ ក ៖ កត្តាកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម



ក្នុងសកម្មភាពនេះ អ្នកនឹងកំណត់កត្តាកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្ម ហើយអ្នកនឹងអាចកំណត់កត្តាសម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។



៣០ នាទី

1. ក្នុងជំហានដំបូងនេះ អ្នកធ្វើការជាក្រុម ហើយយើងនឹងប្រើប្រាស់ក្រដាសផ្ទាំងធំ ឬ ក្រដាសធម្មតាមួយសន្លឹក។ សមាជិកម្នាក់ៗបង្ហាញក្រុមពីឧទាហរណ៍នៃ អាជីវកម្មជោគជ័យមួយ។ ប្រាក់ក្រុមពីមូលហេតុដែលអ្នកយល់ថាអាជីវកម្ម នោះជោគជ័យ។ សរសេរព័ត៌មានលើក្រដាសផ្ទាំងធំ ឬក្រដាសសមួយសន្លឹក (១០ នាទី)។
2. ពិភាក្សាក្នុងក្រុមថាតើកត្តាកំណត់ជោគជ័យនីមួយៗនៃអាជីវកម្ម ដែលអ្នកបាន ជ្រើសរើស អាចសម្រេចបានតាមរយៈវគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងសកម្មភាពមួយចំនួន ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ ឬយ៉ាងណា។ ប្រសិនបើមិនមែន តើត្រូវមានវិធីអ្វី ផ្សេងទៀត? (១០ នាទី)។
3. ឥឡូវនេះ អ្នកត្រូវចំណាយពេលជ្រើសរើសកត្តាសំខាន់ៗបីដែលយើងចង់សម្រេច បានក្នុងអាជីវកម្ម។ សរសេរកត្តាទាំងនោះក្នុងតារាង ៦ ក និងសរសេរអ្វីដែល អ្នកត្រូវលើកឡើងពីកត្តាទាំងនេះ។ យើងនឹងរួមគ្នាលើកឡើងពីកត្តាទាំងនេះ (១០ នាទី)។

តារាង ៦ ក ៖ កត្តាកំណត់ភាពជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំ	
កត្តាកំណត់ជោគជ័យរបស់ខ្ញុំ	សកម្មភាពដែលខ្ញុំអាចធ្វើឡើងដើម្បី សម្រេចចំណុចនេះ



ក្នុងសកម្មភាព ៦ ក យើងបានពិចារណាពីកត្តាមួយចំនួនដែលកំណត់ជោគជ័យក្នុង

អាជីវកម្ម។ យើងបានពិចារណាពីអាជីវកម្មជោគជ័យរបស់មនុស្សដែលយើងស្គាល់។

យើងអាចរួមបញ្ចូលកត្តាទាំងនេះជាមួយជំនាញ ដែលយើងបានសិក្សាកន្លងមក។ ចាប់តាំងពីវគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ១ មក យើងបានសិក្សាពី ៖

- របៀបជ្រើសរើស និងវាយតម្លៃគំនិតអាជីវកម្មល្អៗ
- របៀបស្រាវជ្រាវទីផ្សារ និងវិភាគអតិថិជន
- របៀបកំណត់ព័ត៌មានលម្អិតនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក ៖ ផលិតផល ទីតាំង ការផ្សព្វផ្សាយ និងថ្លៃ
- របៀបកំណត់ថ្លៃលក់ដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណេញក្នុងអាជីវកម្ម។

ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលចុងក្រោយនេះ យើងនឹងផ្តោតលើជំនាញនានាដែលយើងបានសិក្សា និងសម្រេចចិត្តពីសកម្មភាពដែលអាចធ្វើឡើងសម្រាប់គំនិតអាជីវកម្មរបស់យើង បន្ទាប់ពីបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល។

**វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៧ ៖
ផែនការសកម្មភាព**

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទី ៧ ៖ ផែនការសកម្មភាព



៤០ នាទី



ខ្លឹមសារសង្ខេបនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលចុងក្រោយនេះនឹងពិនិត្យឡើងវិញលើជំនាញទាំងអស់ ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីកំណត់ជំហានបន្ទាប់របស់អ្នក។ វគ្គនីមួយៗក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះត្រូវគ្នានឹងជំហានមួយដែលអ្នកអាចធ្វើបាន ប្រសិនបើអ្នកសម្រេចចិត្តចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។

សកម្មភាព ៧ ក ៖ ការចាត់វិធានការ



ក្នុងសកម្មភាពចុងក្រោយនេះ យើងនឹងផ្តោតលើជំហាននីមួយៗ និងសម្រេចថាតើយើងបានត្រៀមខ្លួនដើម្បីចាត់វិធានការ ឬក៏យើងត្រូវបំពេញកិច្ចការបន្ថែមទៀត ក្រោយពេលបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល។



៣០ នាទី

- 1) នៅក្នុងក្រុម ស្តាប់អ្នកអានក្នុងក្រុមអានពីជំហាននីមួយៗក្នុងសន្លឹកកិច្ចការរៀបចំផែនការសកម្មភាព។ ក្នុងពេលស្តាប់ ត្រូវសរសេរ បាទ/ចាស ឬ ទេ ដើម្បីបង្ហាញថាតើអ្នកបានបញ្ចប់សកម្មភាពនោះ ឬយ៉ាងណា (៥ នាទី)។
- 2) ធ្វើការជាបុគ្គល ឬជាគូ ដើម្បីពិនិត្យមើលកិច្ចការដែលអ្នកបានបញ្ចប់ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ និងកត់ត្រាពីតំណលម្អិតសំខាន់ៗពាក់ព័ន្ធនឹងជំហានផ្សេងៗដែលអ្នកត្រូវឆ្លុះបញ្ចាំងនៅពេលក្រោយ។ នេះអាចជាចំណុចថ្មីដែលអ្នកបានសិក្សា ការសម្រេចចិត្តកន្លងមក ឬព័ត៌មានបន្ថែមទៀតដែលចាំបាច់ (១៥ នាទី)។
- 3) ធ្វើការក្នុងក្រុមដើម្បីជួយគ្នាកំណត់ជំហានបន្តបន្ទាប់ដែលអាចធ្វើឡើង ដើម្បីអនុវត្តផែនការជាក់ស្តែង។ សមាជិកក្រុមម្នាក់ៗត្រូវចែករំលែកផែនការសកម្មភាពជាមួយក្រុម (១៥ នាទី)។

ប្រសិនបើសមាជិកក្រុមចាប់អារម្មណ៍ យើងអាចគ្រោងជួបគ្នា
 ជាទៀងទាត់ដើម្បីពិភាក្សាពីអ្វីដែលយើងសម្រេចបានដើម្បីបញ្ចប់សកម្មភាពទាំងនេះ។

តារាង ៧ ក ៖ ការរៀបចំសកម្មភាព			
ជំហាននានាក្នុងការចាប់ផ្តើម អាជីវកម្ម	បានបញ្ចប់? បាទ/ចាស/ទេ	ព័ត៌មានលម្អិត	ជំហានបន្ទាប់
ជ្រើសរើសគំនិតអាជីវកម្មរបស់ អ្នក			
កំណត់គំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក			
ស្គាល់អតិថិជនគោលដៅរបស់ អ្នក			
សម្រេចចិត្តពីលក្ខណៈផលិត ផលរបស់អ្នក (ពណ៌ ទំហំ គុណភាព)			
ជ្រើសរើសទីតាំង			
ជ្រើសរើសយុទ្ធសាស្ត្រផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្ម និងការជំរុញការ លក់របស់អ្នក			
ដឹងពីថ្លៃរបស់គូប្រកួតប្រជែង			

<p>ដឹងពីថ្លៃសមស្របសម្រាប់អតិថិជន</p>			
<p>ប៉ាន់ស្មានចំណាយលើវត្ថុធាតុដើម គ្រឿងបរិក្ខារ កម្លាំងពលកម្ម និងចំណាយទូទៅ</p>			
<p>សម្រេចយកកត្តាកំណត់ជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក</p>			



ការរៀបចំផែនការសកម្មភាព ដែលជាសកម្មភាពដែលអ្នកបានបំពេញនៅពេលបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល គឺជាជំហានដ៏សំខាន់។ វានឹងជំរុញឲ្យអ្នកសម្រេចចិត្តពីរបៀបអនុវត្តអ្វីដែលបានរៀនក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះក្នុងការងារ និងជីវិតប្រចាំថ្ងៃ។ អ្នកអាចប្រើប្រាស់វារួមជាមួយសៀវភៅណែនាំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីកែសម្រួល និងលើកទឹកចិត្តខ្លួនឯងក្នុងការចាត់វិធានការនានា។

នេះជាចំណុចបញ្ចប់នៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។ ឥឡូវនេះ អ្នកអាចបញ្ចប់ការវាយតម្លៃបាន។ ក្នុងរយៈពេលពីរថ្ងៃក្រោយ នឹងមានសកម្មភាពតាមដានបន្តទៀត។