គម្រោងបង្ហាញបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីបង្កើនផលិតភាពជុំវិញតំបន់ទន្លេសាប

(ADB TA 7305-CAM)

ឯកសារបណ្តុះបណ្តាល

ស្តីអំពី

ការពង្រឹងសមត្ថភាពក្រុមកសិករផលិត និង ជំនួញស្រូវពូជ

វិច្ឆិកា ២០១១

(DRAFT)

មាតិកា

ល.រ	មាតិកា	ទំព័រ
	អារម្ភកថា	២
១	ការបង្កើត និង កសាងក្រុម	៣
២	ការប្រាស្រ័យទាក់ទង	៩
៣	ការរៀបចំអង្គប្រជុំ	១៣
៤	ការសរសេ របាយការណ៍ និង កំណត់ហេតុ	១៥
៥	ការគ្រប់គ្រង និងភាពជាអ្នកដឹកនាំ	២០
៦	ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុម	២៥
៧	មូលដ្ឋានគ្រឹះទីផ្សារ	២៩
៨	ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម	៣២
៩	ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម	៣៦
១០	ការលើកកំពស់អាជីវកម្ម	៤០
១១	និរន្តរភាពអាជីវកម្ម	៤៣

ឯកសារយោង

1. ការគ្រប់គ្រងសមាគមអាជីវកម្មធុនតូច រៀបចំដោយ អង្គការពលកម្មអន្តរជាតិ ឆ្នាំ ២០០៧
2. សៀវភៅមគ្គុទេសបណ្តុះបណ្តាលគ្រូបង្គោលសំរាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ រៀបចំដោយអង្គការល្ងថេរ៉ាន បំរើពិភពលោក ឆ្នាំ ២០០៥
3. ចាប់ផ្តើម និង ការកែលំអរអាជីវកម្មរបស់អ្នករៀបចំអង្គការល្ងថេរ៉ានបំរើពិភពលោក ឆ្នាំ ២០០៧
4. អង្គការ FAO សៀវភៅធនធានសម្រាប់អន្តរក្រុមៈ ការណែនាំសម្រាប់បង្កើតសមាគមកសិករតូចៗ និងបណ្តាញការងារ

អារម្ភកថា

គម្រោងបង្ហាញបច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីបង្កើនផលិតភាពជុំវិញតំបន់ទន្លេសាប (TSTD) ជាគម្រោងជំនួយបច្ចេកទេសដែលផ្ដល់សហ–ហិរញ្ញប្បទានឥតសំណង សម្រាប់អនុវត្តដោយ រដ្ឋាភិបាលហ្វាំងឡង់ មូលនិធិជែគូអ៊ី–អាស៊ី និងចែករំលែកពុទ្ធិនៃសាធារណៈរដ្ឋកូរ៉េ និង ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី (ADB) ។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាចូលរួមបដិភាគមិនមែនជាថវិកា (ធនធានមនុស្ស ការិយាល័យបំពេញការងារ...) សម្រាប់អនុវត្តគម្រោង។ ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី ជាអ្នកចាត់ចែងប្រតិបត្តិការផ្ទាល់ជំនួសមុខឱ្យម្ចាស់ជំនួយ។ គម្រោង បានធ្វើការសាកល្បងបង្ហាញបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្ម និង ផ្ដល់សេវាព័ត៌មានជនបទ ដើម្បីបង្កើន និងពង្រីកប្រាក់ចំណូលរបស់គ្រួសារកសិករខ្នាតតូចក្នុងខេត្ត កំពង់ចាម កំពង់ធំ សៀមរាប និង បន្ទាយមានជ័យ។

ឯកសារបណ្ដុះបណ្ដាលស្ដីពី *ការពង្រឹងក្រុមកសិករផលិតស្រូវពូជលក់* នេះត្រូវបានរៀបចំចងក្រងឡើងដោយផ្អែកលើឯកសារយោងនានា ព្រមទាំងបទពិសោធន៍ល្អជាក់ស្ដែងរបស់អ្នកអនុវត្តផ្ទាល់ ក្នុងគោលបំណងចងក្រងជាបង្គុំឯកសារជំនួយស្មារតី និងពង្រឹងនូវសមត្ថភាពដល់ក្រុមកសិករអាជីវកម្ម នៅតាមសហគមន៍ឱ្យទទួលបាននូវគំនិតសម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្មរបស់ពួកគាត់ ឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។ ការធ្វើអាជីវកម្មជាក្រុមនៅតាមជនបទឱ្យទទួលបានជោគជ័យ គឺជាកិច្ចការមួយលំបាក ដោយសារស្ថានភាពរស់នៅ ចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍នៃការរកស៊ីរួមគ្នា របស់កសិករនាពេលបច្ចុប្បន្ននៅមានកំរិតនៅឡើយ។ ឯកសារនេះ ត្រូវបានរៀបចំឡើងដើម្បីជួយសម្រួលកិច្ចដំណើរការ និងគ្រប់គ្រងក្រុមមានប្រសិទ្ធភាព តាមរយៈការកសាងសមត្ថភាពសមាជិកក្រុម លើផ្នែក កសាងក្រុម ការប្រាស្រ័យទាក់ទង ការដឹកនាំក្រុម ក៏ដូចជាស្ដីពី គោលគំនិតគ្រឹះនៃការចាប់ផ្ដើម និងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មជាក្រុម។ វាក៏អាចជា ឯកសារប្រឹក្សាយោបល់ស្ដីពី កិច្ចការជំនួញរបស់ក្រុមកសិករដែលចាប់ផ្ដើមអាជីវកម្មរួមគ្នា នៅតាមជនបទ។

យើងខ្ញុំសូមស្វាគមន៍ចំពោះការកែលម្អ និង ការផ្ដល់យោបល់នានាដើម្បីជាកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការពង្រឹងនូវគុណភាពនៃឯកសារ នេះក្នុងគោលបំណងចូលរួមចំណែកអភិវឌ្ឍន៍ប្រទេសជាតិ តាមរយៈការអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សនៅកម្ពុជា ជាពិសេស កសិករនៅតាមជនបទ។

ការអនុវត្តន៍កម្មវិធីធ្វើបង្ហាញ ស្ដីពី *ផលិតកម្មពូជស្រូវសម្រាប់លក់ជាក្រុម* នេះ អាចដំណើរការបានដោយសារមានការគាំទ្រពីថ្នាក់ដឹកនាំគម្រោង និង ក្រុមទីប្រឹក្សាគម្រោង TSTD និង ពីមន្ទីរកសិកម្មខេត្ត ទាំងបួន។

អ្នករៀបរៀង:

លោក សំ សំណាង អ្នកជំនាញផ្នែកក្សេត្រសាស្ត្រ / បន្លែ របស់គម្រោង TSTD

អ៊ីម៉ែល : Samnang_news@yahoo.com

កែសម្រួលដោយ

លោក លីវ លាងហ៊ី អ្នកជំនាញផ្នែកផ្សព្វផ្សាយ និងបច្ចេកវិទ្យារបស់គម្រោង TSTD

អ៊ីម៉ែល: livleanghy@gmail.com

មេរៀនទី១ ការបង្កើត និង កសាងក្រុមការងារ

១. សេចក្តីផ្តើម

ជាទូទៅក្រុមការងារ ឬ ក្រុមសហគមន៍មូលដ្ឋានមួយ ត្រូវបានរៀបចំឡើង តាមរយៈការប្រជុំឯកភាពគ្នា ក្រោមគំនិតផ្តួចផ្តើមដោយសហគមន៍ផ្ទាល់ ឬ ក្រុមការងារ ដែលមានបំណងចូលរួមនៅក្នុងការងារអភិវឌ្ឍន៍ ឬក៏ដោយអាជ្ញាធរដែនដី។ ដើម្បីផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់ការអនុវត្តន៍ការងារ និង ជាប្រយោជន៍ដល់ការបង្កើតក្រុមឱ្យក្លាយជាក្រុមស្របច្បាប់នោះ ការរៀចចំរចនាសម្ព័ន្ធ គឺជាជំហានសំខាន់បំផុត នៅក្នុងដំណើរការគ្រប់គ្រង និង ការងារជាក្រុម។

នៅក្នុងការរៀបចំរចនាសម្ព័នក្រុមនេះ មានវិធីជាច្រើនដែលបានប្រើដូចជា ការចាត់តាំង,ការបោះឆ្នោត និង ការស្ម័គ្រចិត្ត ជាដើម។ ប៉ុន្តែនៅប៉ុន្មានទស្សវត្សចុងក្រោយនេះ ការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធរយៈការបោះឆ្នោត ជាវិធី មានប្រជាប្រិយ និង មានប្រសិទ្ធភាព ដែលត្រូវបានគេប្រើ។

ក្រោយពីការបោះឆ្នោតជ្រើសតាំងរចនាសម្ព័ន្ធរួចហើយ ជាទូទៅ ការទទួលស្គាល់ ពីអាជ្ញាធរដែនដី ដូចជា ឃុំ និង មន្ទីរពាក់ព័ន្ធ ជាកត្តាចាំបាច់មួយ ដែលធ្វើឱ្យក្រុមក្លាយទៅជាក្រុមស្របច្បាប់នៅក្នុងកំរិតថ្នាក់មូលដ្ឋាន។

ការបង្កើតក្រុម អាចសំរេចបានដោយងាយស្រួល បើមានការគាំទ្រពីសំណាក់អាជ្ញាធរ ប៉ុន្តែប្រការដែលលំបាកគឺការថែរក្សា និង ជំរុញឱ្យក្រុមនេះក្លាយជាក្រុម ដែលមានសក្តានុពល និង រឹងមាំ និង មាននិរន្តភាពលើការងារ ។ យន្តការជាច្រើនត្រូវបានធ្វើឡើង ដូចជាការរៀបចំតួនាទីភារកិច្ច ការពង្រឹងសមត្ថភាព ការគាំទ្រទាំងស្មារតី និង ថវិកា...... ជាដើម។ បទពិសោធន៍ជាច្រើនត្រូវបានបង្ហាញ និង លើកឡើង ដើម្បីជាការរៀនសូត្រនៅក្នុងការពង្រឹងក្រុមការងារនេះ។

ដើម្បីឱ្យកាន់តែយល់ច្បាស់ និង ចូលរួមចំណែកនៅក្នុងការពង្រឹងសមត្ថភាពក្រុមសហគមន៍មូលដ្ឋាន មេរៀននេះ នឹងជួយមួយចំណែកដល់ការបង្កើននូវសន្ទុះការងាររបស់ក្រុម។

២. និយមន័យក្រុម

- **ក្រុម (Group) :** ជា *ទំនាក់ទំនងបឋម* (រវាងបុគ្គល) សំដៅចែកចាយពត៌មាន និងធ្វើការសំរេចចិត្ត ដើម្បីជួយដល់មនុស្សម្នាក់ៗ ឱ្យអនុវត្តការងារទៅតាមភារៈកិច្ចទទួលខុសត្រូវរបស់គេ ដាច់ដោយឡែករៀងៗខ្លួន។

- **ក្រុមការងារ (Team):** គឺជាក្រុមមនុស្ស ដែលសមាជិកបុគ្គលិកម្នាក់ៗខិតខំប្រឹងប្រែងរួមគ្នាដើម្បីសំរេចលទ្ធផលការងារ បានល្អប្រសើរ ជាជាងគ្រាន់តែទាក់ទងស្វែងរកការចូលរួមយោបល់ពីបុគ្គលិកម្នាក់ៗ។

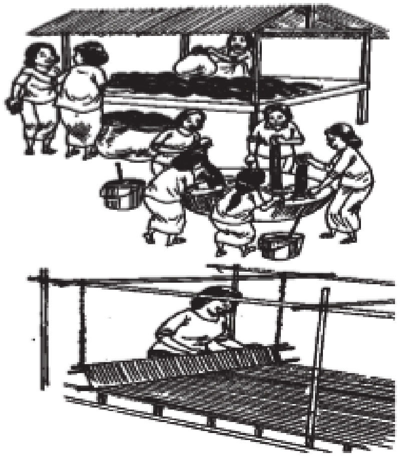
ជំហាននានាក្នុងការបង្កើតក្រុម

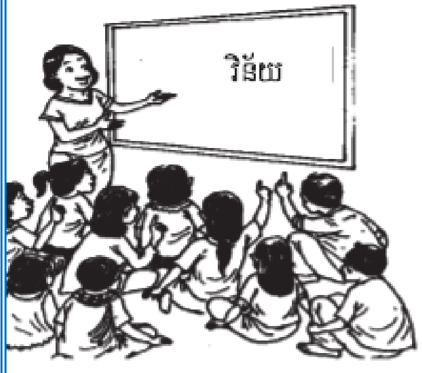
បង្កើតការយល់ដឹង

កំណត់សមាជិកភាព

រៀបចំប្រជុំលើកដំបូង

កំណត់គោលបំណង

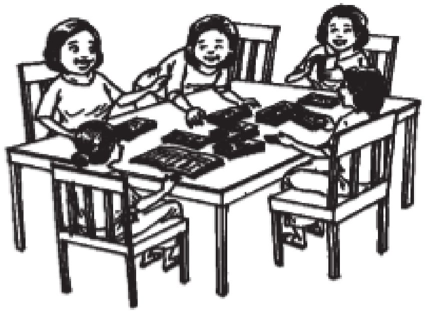

សំរេចការងារធ្វើជាបុគ្គល និងការងាររួមគ្នា
និងបែងចែកការងារ

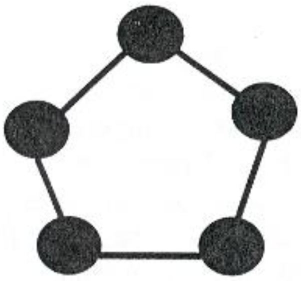


រៀបចំវិន័យ

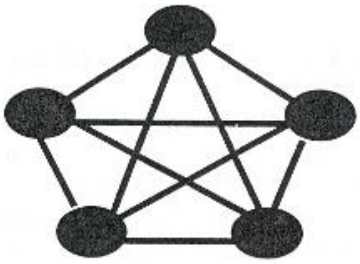
ជ្រើសរើសអ្នកដឹកនាំ

ធ្វើផែនការអាជីវកម្ម


សំរេចលើការចាត់ចែងហិរញ្ញវត្ថុ



ក្រុម (group)



ក្រុមការងារ (team)

ក្រុម (group)		ក្រុមការងារ (team)
ចែកចាយពត៌មាន	គោលបំណង	អនុវត្តការងាររួមគ្នា
បុគ្គលម្នាក់ៗ	ភាពទទួលខុសត្រូវ	បុគ្គលម្នាក់ៗ និងជួយគ្នាទៅវិញទៅមក
យុទ្ធសាស្ត្រ និងលក្ខណៈ ផ្សេងៗគ្នា	ជំនាញ	លក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់បំពេញឱ្យគ្នា

៣. ហេតុអ្វីបានជាធ្វើការងារជាក្រុម ?

- **ក្រុមផ្តល់ការគាំទ្រ:** ពួកគេមិនអាចធ្វើការតែម្នាក់ឯង ហើយទទួលភារៈកិច្ចទាំងអស់បានទេ ប៉ុន្តែក្រុមអាចក្លាយទៅជាធនធានមួយសម្រាប់គាំទ្រ និងលើកទឹកចិត្តគ្នា។ ភាពប្រឈមមុខ និងភាពតានតឹង អាចនាំឱ្យមានបន្ទុកធ្ងន់ និង មានការទាមទារខ្លាំងទៅលើការងារ ដែលអាចធ្វើឱ្យមនុស្សបោះបង់ចោលនូវការយល់ចិត្តជាមួយអ្នក ដូច្នេះអ្នកគួរតែរួបរួមគ្នា ដើម្បីដោះស្រាយវា។
- **ក្រុមអាចជួយដោះស្រាយភាពស្មុគ្រស្មាញ បានល្អ:** ការធ្វើការងាររួមគ្នាអាចឱ្យយើងផ្លាស់ប្តូរការងារស្មុគ្រស្មាញ ឬ លំបាក ទៅជាភាពងាយស្រួល ធ្វើឱ្យការងារអាចគ្រប់គ្រងបាន ។ គ្មាននរណាដែលមានការលំបាក ឬ ទទួលបន្ទុកភារៈកិច្ចការធ្ងន់ម្នាក់ឯង ដែលធ្វើឱ្យមានភាពស្មុគ្រស្មាញទៅដល់សកម្មភាពផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេទេ។ ដូច្នេះ ការចែករំលែកសកម្មភាពរួមគ្នាត្រូវកាត់បន្ថយភាពស្មុគ្រស្មាញ។
- **ក្រុមការងារអាចមានទំនោរទៅរកភាពច្នៃប្រឌិត និងផលិតភាពខ្ពស់:** គំនិតយោបល់ល្អៗជាច្រើនដែលបានបញ្ចូលនូវរបៀបថ្មី គឺជាលទ្ធផលបានមកពីការប្រមូលផ្តុំគំនិតទាំងអស់ ដែលទទួលបានពីបុគ្គលនិមួយៗ។ លក្ខណៈសំបូរបែបផ្សេងៗគ្នា នៃប្រវត្តិចំណេះដឹងផ្សេងៗ ជំនាញផ្សេងៗ និងបទពិសោធន៍ផ្សេងៗ អាចនាំមកនូវគំនិតច្នៃប្រឌិត និង ផលិតភាពខ្ពស់ក្នុងក្រុមការងារ។
- **ក្រុមការងារជាធម្មតាតែងតែនាំមកនូវដំណោះស្រាយមួយដ៏ល្អ:** ការសំរេចចិត្តមួយដ៏ល្អ រឺ ការដោះស្រាយបញ្ហាយ៉ាងសមរម្យ គឺតែងតែកើតឡើងតាមរយៈក្រុមមិនមែនតាមរយៈបុគ្គលទេ។ ការផ្លាស់ប្តូរនូវគំនិតខុសៗគ្នាផ្ទាល់ខ្លួន ដែលមកពីគោលទស្សនៈផ្សេងៗជាទូទៅអាចនាំឱ្យឆ្ពោះទៅរកសកម្មភាពដ៏ប្រសើរ។ ទាំងនេះ គឺជាទំនោរឆ្ពោះទៅ រកការប្រៀបធៀបនូវគំនិតយោបល់ និងគំនិតប្រឈមមុខផ្សេងៗ ដែលអនុញ្ញាត្តិឱ្យយើងពិនិត្យឡើងវិញនិងថ្លឹងថ្លែង ពិចារណារកជំរើសផ្សេងៗគ្នា។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ការសំរេចចិត្តរួមគ្នា គឺជាលទ្ធផលនៃការព្រមព្រៀងគ្នារវាងសមាជិក ក្រុមទាំងអស់។

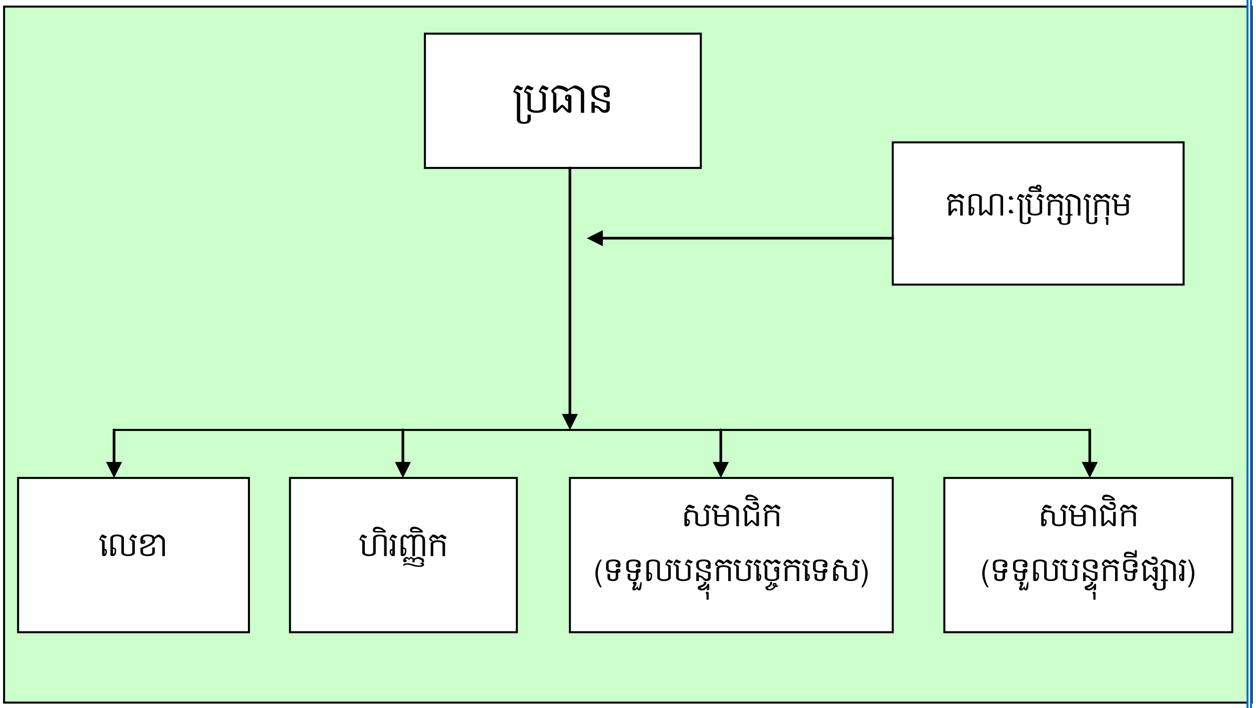
៤. គុណសម្បត្តិ និង គុណវិបត្តិនៃការធ្វើការងារជាក្រុម

គុណសម្បត្តិ និង គុណវិបត្តនៃការធ្វើអាជីវកម្មរួមគ្នា

ប្រភេទអាជីវកម្ម	គុណសម្បត្តិ	គុណវិបត្តិ
អាជីវកម្មជាលក្ខណៈបុគ្គល	-សេចក្តីសំរេចចិត្តអាចធ្វើបានឆាប់ ហើយងាយស្រួល និងឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់បុគ្គល -ប្រាក់ចំណេញជារបស់បុគ្គល	- អាជីវកម្មជាលក្ខណៈបុគ្គលមានកំលាំងតិច - ថ្លៃចំណាយខ្ពស់ជាង - រាល់ការទទួលខុសត្រូវ និងបន្ទុកការងារ គឺជារបស់អាជីវករម្នាក់ៗ
អាជីវកម្មជាក្រុម	-អាចចែករំលែកបន្ទុកការងារគ្នា -ធនធានអាចបញ្ចូលគ្នាបាន -ពួកគេមានកំលាំង សំលេង និង ឥទ្ធិពលក្នុងការចរចារ -សមាជិកអាចរៀនពីគ្នា -គេអាចសន្សំលើការចំណាយ -គេអាចចរចារដើម្បីបានតំលៃថោកជាងនៅពេលទិញវត្ថុធាតុដើមរួមគ្នា -គេអាចផលិតបានច្រើន ហើយបំពេញតាមតំរូវការបញ្ជាទិញច្រើន - ជំនួញធំ មានន័យថាប្រាក់ចំណេញច្រើន	-ការសំរេចចិត្តលើរឿងអ្វីៗចំណាយពេលយូរ ហើយមិនឆ្លើយតបនឹងតំរូវការរបស់មនុស្សផ្សេងៗគ្នា -សមាជិកខ្លះ អាចឆ្លៀតឱកាសលើសមាជិកផ្សេងៗ -វាមានការលំបាកក្នុងការធ្វើការធ្វើអាជីវកម្មរួមគ្នា បើសិនជាមិនមានការទុកចិត្តគ្នា រវាងសមាជិកក្នុងក្រុម

៥. ការបែងចែកតួនាទី និង ភារកិច្ច របស់គណៈកម្មការក្រុម

ក. គំរូរចនាសម្ព័ន្ធ និង តួនាទីរបស់ក្រុមការងារសហគមន៍មូលដ្ឋាន



ខ. គំរូ តួនាទី និង ភារកិច្ច របស់ ក្រុមសហគមន៍មូលដ្ឋាន

តួនាទីគណៈកម្មការគ្រប់គ្រងក្រុមផលិតស្រូវពូជ

ប្រធានគណៈកម្មការគ្រប់គ្រងក្រុម

- ដឹកនាំការកំណត់តម្រូវការ អាទិភាពសំរាប់រៀបចំផែនការផលិតកម្ម និងជំនួញ
- ពង្រឹងការអនុវត្តន៍បទបញ្ញាត្តិផ្ទៃក្នុង និង សេចក្តីសំរេចរបស់ក្រុម ដើម្បីធានាបាននូវដំណើរការរលូននៃប្រត្តិបត្តិការជំនួញ និងការគ្រប់គ្រង ដឹកនាំក្រុម
- ដើរតួនាទីជំនួសឱ្យក្រុម ការពារទ្រព្យសម្បត្តិ និងផលប្រយោជន៍ស្របច្បាប់របស់ក្រុម
- ទំនាក់ទំនង សម្របសម្រួលជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីស្វែងរកការគាំទ្របន្ថែម និងផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានថ្មីៗបន្តដល់ក្រុម
- រៀបចំ ចាត់ចែងកម្មវិធីប្រជុំជាប្រចាំ និងរាយការណ៍ពីភាពជឿនលឿននៃសកម្មភាពជំនួញរបស់ក្រុម
- សំរេចលើកិច្ចការរបរជំនួញរបស់ក្រុម ដើម្បីផលប្រយោជន៍របស់ក្រុម ដោយផ្អែកលើគោលដៅរួមរបស់ក្រុម
- ដោះស្រាយបញ្ហាកើតមានឡើងក្នុងក្រុម និង ចុះហត្ថលេខាលើសំណុំឯកសាររបស់ក្រុម
- ចូលរួមជួយដល់ក្រុមក្នុងដំណើរការទីផ្សាររបស់ក្រុម និង ការងារជំនួញផ្សេងៗទៀត របស់ក្រុម

លេខា/អនុប្រធាន

- ជាជំនួយដល់គណៈកម្មការក្នុងការងារកត់ត្រា កំណត់ហេតុអង្គប្រជុំ របាយការណ៍ដើម្បីដាក់ជូនក្រុម និងសន្និបាតសំរេច
- ជំនួយការដល់ប្រធានក្នុងការងារដឹកនាំក្រុមនៅពេលប្រធានអវត្តមាន និងផ្ទេរសិទ្ធិឱ្យ
- រៀបចំចាត់ចែងការងារប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃរបស់ក្រុម

- ចូលរួមរៀបចំផែនការ ថវិកា របរជំនួញរបស់ក្រុម
- ថែរក្សារាល់សំណុំឯកសាររបស់ក្រុម និងរាយការណ៍ជូនអង្គប្រជុំ
- ចូលរួមជួយដល់ក្រុមក្នុងដំណើរការទីផ្សាររបស់ក្រុម និងការងារជំនួញផ្សេងៗទៀត របស់ក្រុម

ហិរញ្ញិក / បេឡាករ

- ធ្វើបញ្ជីចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុម
- ប្រមូលថវិកាជំនួញរបស់ក្រុម និង ពីភាគីផ្សេង ដែលមានទំនាក់ទំនងជំនួញជាមួយក្រុម
- រៀបចំបញ្ជីខ្ចី សង និងបញ្ជីគណនេយ្យជំនួញរបស់ក្រុម
- រាយការណ៍ចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមដល់ក្រុម
- ថែរក្សាឱ្យគង់វង់នូវទ្រព្យសម្បត្តិ ប្រាក់កាស់ ដែលក្រុមប្រគល់សិទ្ធិឱ្យរក្សាទុកដាក់
- គ្រប់គ្រងឱ្យមានសណ្តាប់ធ្នាប់ និងបានគង់វង់រាល់ឯកសារបញ្ជីស្នាមរបស់ក្រុម
- ចូលរួមជួយដល់ក្រុមក្នុងដំណើរការទីផ្សាររបស់ក្រុម និងការងារជំនួញផ្សេងៗទៀតរបស់ក្រុម

សមាជិកទទួលបន្ទុកត្រួតពិនិត្យបច្ចេកទេសផលិត

- ជាជំនួយដល់ ក្រុមនិងគណៈកម្មការក្នុងការត្រួតពិនិត្យបច្ចេកទេសផលិតទៅតាមស្តង់ដាដែលបានកំនត់
- ជាជំនួយដល់ក្រុមក្នុងការរៀបចំផែនការផលិតកម្មរបស់ក្រុម
- ចុះត្រួតពិនិត្យ និងផ្តល់ការណែនាំទៅតាម បទដ្ឋានបច្ចេកទេសដែលក្រុមកំនត់
- ត្រួតពិនិត្យគុណភាពគ្រាប់ពូជដែលបានផលិតដែល លក់ចេញ និងទិញចូល
- រៀបចំកត់ត្រានូវរាល់ទិន្នន័យស្តុក និង លក់ចេញរបស់ក្រុម
- ចូលរួមជួយដល់ក្រុមក្នុងដំណើរការទីផ្សាររបស់ក្រុម និងការងារជំនួញផ្សេងៗទៀតរបស់ក្រុម

សមាជិកទទួលបន្ទុកទីផ្សារ

- ជំនួសមុខឱ្យក្រុម ទំនាក់ទំនង ជាមួយអតិថិជនក្នុងការលក់ផលិតផល
- រៀបចំ និង រក្សារាល់ឯកសារ និងទិន្នន័យលក់របស់ក្រុមដើម្បីរាយការណ៍ជូនក្រុម
- ទទួលខុសត្រូវក្នុងការងារទីផ្សារ
- ជាជំនួយដល់ក្រុមក្នុងការរៀបចំផែនការផលិតកម្ម និងលក់ ហើយរាយការណ៍ជូន ក្រុម
- រៀបចំកត់ត្រានូវរាល់ទិន្នន័យស្តុក និង លក់ចេញរបស់ក្រុម
- ចូលរួមជួយដល់ក្រុមក្នុងដំណើរការទីផ្សាររបស់ក្រុម និងការងារជំនួញផ្សេងៗទៀតរបស់ក្រុម

=============

មេរៀនទី២ ការប្រាស្រ័យទាក់ទង

១. ការប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលមានប្រសិទ្ធភាព

ការប្រាស្រ័យទាក់ទង គឺជាការស្វែងយល់។ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងនៅក្នុងអង្គការ និង ការទំនាក់ទំនងជាមួយដៃគូខាងក្រៅ ដែលមានប្រសិទ្ធភាព គឺជាកត្តាដ៏ចាំបាច់សំរាប់ភាពជោគជ័យនៅក្នុងក្រុម/សហគមន៍។

ការប្រាស្រ័យទាក់ទង មានពីរប្រភេទ ៖

ការទំនាក់ទំនងផ្ទៃក្នុង: ជាការទំនាក់ទំនងក្នុងក្រុម/សហគមន៍ ។ គ្រប់ផ្នែកនៃក្រុមអាជីវកម្ម អ្នកគ្រប់គ្រង បុគ្គលិក និងសមាជិក ត្រូវចែករំលែកនូវព័ត៌មាននឹងគ្នា ដើម្បីបង្កើតបានការយល់ដឹងរួមគ្នារបស់ក្រុមទាំងមូល ស្តីពី *គោលដៅ* ដែលក្រុមកំពុងបោះជំហានទៅ និង អ្វីដែលត្រូវអនុវត្ត ដើម្បីបានសំរេច *គោលដៅ* នោះ ។

ទំនាក់ទំនងខាងក្រៅ: ជាការធ្វើទំនាក់ទំនងទៅក្រៅក្រុម/សហគមន៍ ។ ក្រុមត្រូវការផ្សព្វផ្សាយពីទស្សនៈ និង សេវាកម្មរបស់ខ្លួន នៅក្នុងសង្គម និង សហគមន៍។ សំខាន់ជាងនេះទៅទៀត គេត្រូវផ្សព្វផ្សាយអំពីចំណាប់អារម្មណ៍រួម និង តំរូវការរបស់សមាជិកក្រុម ទៅដល់អ្នកពាក់ពន្ធ័សំខាន់ៗ ។

ការប្រាស្រ័យទាក់ទងមានធាតុ ២ សំខាន់ គឺ ការបញ្ជូន និង ការទទួល ។ វាជាដំណើរការ ដែលមានទិសដៅទៅមក សំរាប់ឱ្យអ្នកបញ្ជូន និង អ្នកទទួលសារ ធ្វើការជាមួយគ្នា ។ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងល្អ កើតមានឡើង នៅពេលដែលអ្នកទទួល យល់បាននូវខ្លឹមសារទាំងស្រុង ។

→

អ្នកបញ្ជូន	សារ	អ្នកទទួល

←

➢ **អ្នកបញ្ជូនសារត្រូវ ៖**

- គិតអំពីអ្វី ដែលគេចង់ធ្វើការប្រាស្រ័យទាក់ទង
- បញ្ជូនខ្លឹមសារ ទៅតាមវិធីណាដែលច្បាស់ ងាយយល់
- ត្រួតពិនិត្យមើលថាតើអ្នកទទួលសារ បានយល់ច្បាស់(ពីសារដែលបានបញ្ជូន) ហើយឬនៅ
- កុំធ្វើការសន្និដ្ឋាន

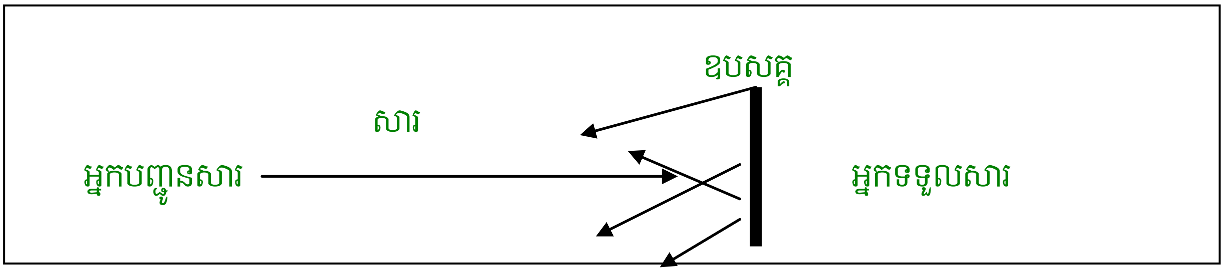
➢ **អ្នកទទួលសារត្រូវ ៖**

- យកចិត្តទុកដាក់
- កុំប្រញាប់ធ្វើការសន្និដ្ឋាន
- សួរសំនួរ ដើម្បីបញ្ជាក់ទៅលើខ្លឹមសារ
- ត្រួតពិនិត្យមើលថាតើ បានយល់សារ(ដែលទទួលបាន) ទាំងស្រុងដែរឬទេ

ក្នុងដំណើរការប្រាស្រ័យទាក់ទង អ្នកទទួលសារ វិភាគសារដែលទទួលបាន ដោយផ្អែកលើទស្សនៈនិង បទពិសោធន៍ជីវិតរបស់ខ្លួន ដែលអាចខុសប្លែកពីទស្សនៈ និងបទពិសោធន៍ របស់អ្នកបញ្ជូនសារ ។ ដូច្នេះ អ្នកទាំងពីរ នេះត្រូវតែផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើការយល់ដឹងរួមគ្នា(ស្តីពីសារប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នានោះ)។ កាលណាអ្នកទទួលសារ បានយល់ដឹងអំពីអត្ថន័យរបស់សារបានកាន់តែច្បាស់ នោះទំនាស់ និងការយល់ច្រឡំ មានកាន់តែតិច ហើយ គោលបំណងនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទង ក៏បានសំរេច ។

២. ឧបស័គ្គក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទង

ទោះបីជាមនុស្សភាគច្រើនដឹងថា គេត្រូវការ ការប្រាស្រ័យដ៏ល្អនៅក្នុង ក្រុម/សហគមន៍អាជីវកម្មក៏ដោយ ក៏ជារឿយៗ វាមិនបានកើតឡើងបែបនេះឡើយ ។ នេះដោយសារ តែមានអ្វីមួយនៅបាំងផ្លូវ ដែលឱ្យឈ្មោះថាជា "**ឧបសគ្គ**" ហើយវាជាអ្នកដែលធ្វើមិនឱ្យសារ ឆ្លងកាត់បាន ។ អ្នកបញ្ជូនសារអាចគិតថា គេបានបញ្ជូនសាររួច ហើយ ប៉ុន្តែអ្នកទទួលសារមិនទាន់បានទទួលវាទេ ។



វាមានសារៈសំខាន់ក្នុងការយល់ដឹងអំពីឧបសគ្គ ដើម្បីឱ្យដឹងថានៅពេលដែលវាកើតឡើង យើងអាចដោះស្រាយបានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ។ បញ្ហាមួយចំនួន ដែលគេបានកំណត់ថាជាឧបសគ្គ នៅក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទង មាន ៖

- ភាសា រួមទាំងភាសាប្រើតាមតំបន់ ដែលអ្នកមកពីក្រៅតំបន់ លំបាក ឬ មិនអាចយល់បាន ឬ យល់ខុស
- ឋានៈក្នុងសង្គម
- លំបាកចំពោះទីកន្លែង - សំលេងអ៊ូអរ
- ពេលវេលាមិនគ្រប់គ្រាន់
- បរិយាកាសមិនល្អ
- បញ្ហាយេនឌរ៍ (ការយល់ឃើញ/ឱ្យតំលៃពីឋានៈ តួនាទីស្ត្រី ឬ ឥរិយាបទសង្គម/សហគមន៍ មកលើស្ត្រី)
- វប្បធម៌ខុសគ្នា
- គោលបំណង និងការរំពឹងទុកខុសគ្នា
- ភាសាកាយវិការ
- ការរំខានផ្សេងៗ
- .....។ល។

ក្រៅអំពីបញ្ហាខាងលើនេះ នៅមានបញ្ហាផ្សេងៗទៀតទាក់ទងនឹងការស្តាប់ ដែលធ្វើឱ្យយើងទទួលសារមិនបានច្បាស់:

ម្តងស្តាប់ម្តងឈប់: មនុស្សភាគច្រើនគិតលឿនជាងនិយាយ ៤ ដង ។ នេះមានន័យថា អ្នកស្តាប់នៅសល់ពេល ៣/៤ ក្នុងមួយនាទី (ជាពេលទំនេរ) សំរាប់ការស្តាប់ ១នាទី ។ ជួនកាលអ្នកស្តាប់លែងស្តាប់ក្នុងពេល ៣/៤ នាទីនេះ ហើយ បែរជាគិតរឿងផ្សេងទៅវិញ ហើយខកខានមិនបានសង្កេតមើលព័ត៌មានតាមរយៈកាយវិការ និងពាក្យសំដី។ អ្នកស្តាប់ អាចបញ្ចៀសបញ្ហានេះបាន ដោយយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើពាក្យពេជន៍ឱ្យបានច្រើន និងពិនិត្យមើលទៅលើភាសាកាយវិការ ដទៃទៀត (ដូចជា ការស្ទាក់ស្ទើរ និងកាយវិការដៃជើង ជាដើម) ។

ពាក្យពេជន៍ដែលប៉ះពាល់ដល់អារម្មណ៍ ៖ សំរាប់អ្នកខ្លះ ពាក្យពេជន៍មួយចំនួនអាចធ្វើឱ្យមានប្រតិកម្មផ្លូវចិត្ត ។ នៅពេលស្តាប់ឮពាក្យទាំងនោះ (ដូចជា កុម្មុយនីស្ត សហករណ៍ អំពើពុករលួយ...) ពួកគេបាក់ទឹកចិត្ត ហើយឈប់ស្តាប់ ។ យើង លែងមានការទាក់ទងជាមួយអ្នកបញ្ជូនសារ ហើយបរាជ័យក្នុងការស្វែងយល់ ។ ជំហានដំបូងដើម្បីជំនះលើបញ្ហា នេះ គឺយើងត្រូវដឹងថា ពាក្យណាខ្លះដែលប៉ះពាល់អារម្មណ៍របស់យើងជាបុគ្គល ហើយព្យាយាមបន្តស្តាប់ដោយបើកចិត្តឱ្យទូលាយ នៅពេលដែលពាក្យទាំងនោះត្រូវបានគេប្រើ នោះ។

ឆាប់ធ្វើការសន្និដ្ឋាន ៖ ជួនកាល យើងធ្វើការសំរេចភ្លាមៗថា ប្រធានបទដែលគេកំពុងនិយាយ មានលក្ខណៈគួរឱ្យធុញទ្រាន់ មិនពាក់ពន្ធ័ ឬក៏គ្មានន័យសម្រាប់យើង ហើយក៏ឈប់ស្តាប់ទៅ ។ ជារឿយៗ យើងធ្វើការសន្និដ្ឋានអំពីអ្វីដែលអ្នកនិយាយនឹងលើកឡើង ហើយនឹងបញ្ចប់បែបណានោះ ហើយក៏សំរេចមិនបាច់ស្តាប់ដល់ចុងបញ្ចប់ឡើយ ពីព្រោះយើងនឹងមិនបានដឹងអ្វីថ្មីឡើយ ។ វាជាការប្រសើរជាង បើសិនជាយើងបើកចិត្តឱ្យទូលាយស្តាប់ដើម្បីសិក្សាមើលថាតើវាជាការពិត ឬ អត់ ។

ធ្វើពុតជាស្តាប់ ៖ ជួលកាលយើងមើលទៅហាក់បីជាយើងកំពុងស្តាប់ តែតាមការពិតយើងមិនបានស្តាប់ទេ ។ ផ្ទុយទៅវិញ យើងកំពុងតែស្រមៃអំពីអ្វីមួយផ្សេង ។ ទោះបីជាយើងខំសំលឹងមើលទៅអ្នកនិយាយ តែទឹកមុខរបស់យើងកំពុងតែស្រមៃអំពីរឿងផ្សេង អ្នកនិយាយ អាចដឹងថាយើងអត់ស្តាប់ទេ ។ បើសិនជាយើងដឹងថាយើងកំពុងយល់សុបិន្តទាំងពេលថ្ងៃ ឬក៏ បើអ្នកជាអ្នកបញ្ជូនសារ ហើយមើលឃើញថា អ្នកស្តាប់កំពុងតែធ្វើពុតជាស្តាប់ អ្នកគួរតែសំណូមពរឱ្យមានការសំរាក ឬ ផ្លាស់ប្តូរបរិយាកាស ។

ពិបាកពេក មិនអាចចាប់បាន ៖ ជួនកាលយើងសំរេចចិត្តថាប្រធានបទពិបាកយល់ពេកសម្រាប់យើង ហើយយើងក៏ឈប់ស្តាប់ទៅ ។ នៅពេលដែលយើងស្តាប់រឿងអ្វីមួយ ដែលស្មុគស្មាញ យើងត្រូវតែខិតខំតាមដាន និងស្វែងយល់អំពីអ្វី ដែលគេកំពុងនិយាយ ។ បើយើងពិបាកយល់ អ្នកផ្សេងៗទៀតក៏ប្រហែលជាអញ្ចឹងដែរ ។ បើយើងនៅក្នុងក្រុមណាមួយ យើងអាចជួយអ្នកផ្សេង និងខ្លួនឯងបាន ដោយស្នើសុំឱ្យមានការបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់ ដោយមានឧទាហរណ៍ជាមួយផង ។

ខ្ញុំមិនជឿ ៖ មនុស្សមិនចង់ឱ្យគេបដិសេធនូវអ្វី ដែលជាការពេញចិត្ត ទស្សនៈ និងភាពលំអៀងរបស់ខ្លួនទេ។ ដូចនេះនៅពេលដែលអ្នកនិយាយលើកឡើងពីអ្វីដែលប្រឆាំងនឹងគំនិត ឬ ជំនឿរបស់យើង យើងអាចឈប់ស្តាប់ ដោយមិនដឹងខ្លួន ឬក៏មានអារម្មណ៍ថា គេបញ្ឆោះឱ្យខ្លួន ហើយធ្វើផែនការប្រឆាំងតបត ។ ជំហានទី ១ ដើម្បីទប់ស្កាត់បញ្ហាបែបនេះ គឺត្រូវយល់ដឹងពីភាពលំអៀង និងទស្សនៈរបស់ខ្លួន ហើយដាក់វាទុកនៅមួយដុំ ទើបយើងអាចបើកចិត្តឱ្យទូលាយក្នុងការស្តាប់។ ពេលនោះយើងអាចយល់ខ្លឹមសារបានល្អប្រសើរ ហើយឆ្លើយតបយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ។

៣. វិធីធ្វើឱ្យការប្រាស្រ័យទាក់ទងកាន់តែប្រសើរឡើង

ជំនួយមួយចំនួនសម្រាប់ធ្វើឱ្យមធ្យោបាយទំនាក់ទំនងនៅក្នុងក្រុម/សហគមន៍ កាន់តែប្រសើរ ៖

- បែងចែកព្រឹត្តប័ត្រដែលមានព័ត៌មានសំខាន់ៗ ទៅឱ្យសមាជិកដោយផ្ទាល់
- បង្កើតប្រព័ន្ធមួយសម្រាប់ឱ្យសមាជិកដើម្បីបញ្ចេញយោបល់ ឬ កង្វល់របស់គេ ដើម្បីធ្វើឱ្យប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ក្រុម/សហគមន៍ កាន់តែមានភាពប្រសើរឡើង។
- ចែករំលែកព័ត៌មាន ជាពិសេសព័ត៌មានអំពីហិរញ្ញវត្ថុ ឱ្យបានទាន់ពេលទៅឱ្យសមាជិកគ្រប់ៗគ្នា
- រៀបចំកិច្ចប្រជុំខ្លីៗឱ្យបានទៀងទាត់
- នៅក្នុងកិច្ចប្រជុំទាំងនេះ ត្រូវធ្វើឱ្យប្រាកដថាសមាជិកម្នាក់ៗ យល់ពីកិច្ចពិភាក្សា ឯកភាព និងចូលរួមជួយខ្លះៗ ដើម្បីធ្វើឱ្យការទំនាក់ទំនងរវាងក្រុម/សហគមន៍ និងអ្នកខាងក្រៅ កាន់តែល្អប្រសើរឡើង
- បោះពុម្ពសៀវភៅតូច ដែលនិយាយយ៉ាងសង្ខេបអំពី ក្រុម/សហគមន៍ និងមានព័ត៌មានអំពីប្រយោគបេសកកម្ម គោលបំណង និង សេវាកម្មរបស់ក្រុម
- ប្រើប្រាស់ប្រពន្ធ័ផ្សព្វផ្សាយមួយចំនួនដូចជា កាសែត វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍
- បោះពុម្ពផ្សព្វផ្សាយរបាយការណ៍សង្ខេបហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុម ជូនដល់អ្នកពាក់ពន្ធ័ដែលចាប់អារម្មណ៍
- ក្តាប់យកឱកាសក្នុងការកសាងទំនាក់ទំនងជាមួយអង្គការ ស្ថាប័ន្ន ផ្សេងៗ នៅពេលទៅចូលរួមប្រជុំ សិក្ខាសាលា និង ការតាំងពិពណ៌នានា ។

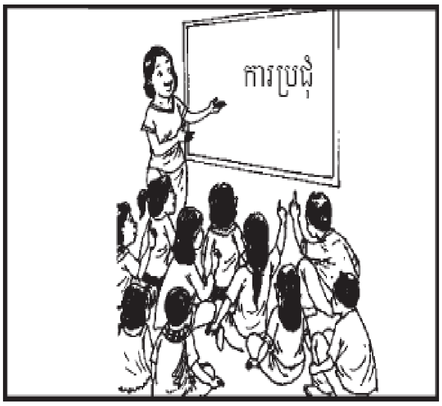
=============

មេរៀនទី៣ ការរៀបចំអង្គប្រជុំ

១. និយមន័យ

ការប្រជុំ គឺនៅពេលណាដែលមនុស្សពីរ ឬ ច្រើននាក់ មកជួបជុំគ្នាដើម្បីផ្តល់ និងទទួលព័ត៌មាន ចែករំលែកគំនិតពិភាក្សា ពីបញ្ហានានាដែលប៉ះពាល់ដល់គេ ឬ ដើម្បីធ្វើការសំរេចចិត្ត។ អង្គប្រជុំ គឺជាផ្នែកដ៏សំខាន់មួយនៃការចូលរួមរបស់សមាជិក និងជាពិសេសសម្រាប់ការអនុវត្តន៍បែបលទ្ធិប្រជាធិបតេយ្យ។ យើងប្រើប្រាស់ពេលវេលាជាច្រើននៅក្នុងជីវិត ជាលក្ខណៈក្រុម/សហគមន៍អាជីវកម្ម។ ដូច្នេះជាការសំខាន់ គឺត្រូវប្រើពេលវេលាអង្គប្រជុំនេះឱ្យមានប្រយោជន៍បំផុត។

សមាជិកក្រុមចង់បានការប្រជុំមួយ ដែលមានគោលបំណងច្បាស់លាស់ និង លទ្ធផលក្នុងការសំរេចចិត្តច្បាស់លាស់។



២.ជំហានក្នុងការរៀបចំចាត់ចែងអង្គប្រជុំ

ជំហានទី ១ ៖ ការរៀបចំអង្គប្រជុំ

សកម្មភាពមួយចំនួន ដែលត្រូវរៀបចំ មុនបើកអង្គប្រជុំ រួមមាន ៖

- សំរេចអំពីគោលបំណងនៃកិច្ចប្រជុំ៖ តើការប្រជុំនេះរៀបចំដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មានដល់សមាជិក? ឬ ជាការប្រមូលព័ត៌មាន? ឬក៏ ជាការពិភាក្សាពីបញ្ហាពិសេសអ្វីមួយ? ដើម្បីសំរេចថា តើត្រូវអនុវត្តសកម្មភាពប្រជុំយ៉ាងណា?
- បង្កើតគោលបំណងប្រជុំ ដែលមានលក្ខណៈ
  - ជាក់លាក់
  - អាចវាស់វែងបាន
  - អាចសំរេចបាន
  - ប្រាកដនិយម
  - កំណត់ពេលវេលាច្បាស់លាស់
- ជ្រើសរើសមនុស្សឱ្យត្រូវសម្រាប់ចូលរួមប្រជុំៈ អ្នកដែលមានចំណែកក្នុងការពិភាក្សា និងអ្នកដែលអាចទទួល និង បញ្ជូនព័ត៌មាន ទៅកាន់អ្នកដទៃបាន។
- តើពេលណាសមរម្យបំផុតសម្រាប់ស្ត្រី ក៏ដូចជា បុរស? តើទីកន្លែងណាដែលសមរម្យសម្រាប់ការប្រជុំអាចប្រារព្ធធ្វើទៅបានស្ងាត់ (មិនមានការរំខាន) និង មានសំភារៈឧបទ្ទេសជំនួយគ្រប់គ្រាន់។
- សំរេចថាអ្នកណានឹងដឹកនាំ ឬ ធ្វើជាប្រធានបទអង្គប្រជុំ ហើយអ្នកណាជាអ្នកសរសេរកំណត់ហេតុ។
- រៀបចំរបៀបវារៈសម្រាប់ការប្រជុំ ហើយបញ្ចូលប្រធានបទទាំងអស់សំរាប់ពិភាក្សា។
- រៀបចំធ្វើលិខិតអញ្ជើញ ដែលមានបញ្ជាក់ច្បាស់លាស់ពីគោលបំណងរបស់អង្គប្រជុំ ប្រធានបទដែលនឹងត្រូវពិភាក្សា ពេលវេលា និងទីកន្លែងប្រជុំ និង អ្វីដែលគេត្រូវយកជាប់មកជាមួយ។

ជំហានទី ២ ៖ ការប្រព្រឹត្តិទៅនៃអង្គប្រជុំ

- ជ្រើសរើសអ្នកសម្របសម្រួល ដែលមានជំនាញ/បទពិសោធន៍ទំនាក់ទំនងល្អ និងស្តាប់បានល្អ។
- រៀបចំបន្ទប់ប្រជុំ ៖ រៀបកៅអីជារង្វង់មូល ដើម្បីបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ការពិភាក្សាគ្នាដោយចំហ ហើយអាចឱ្យអ្នកផ្សេងទៀតមើលឃើញអ្នកនិយាយ ដោយមិនចាំបាច់ ងាកខ្លួនទេ។
- ធ្វើឱ្យប្រាកដប្រជាថាអ្នកសម្របសម្រួល និងអ្នកចូលរួមទាំងអស់ បានណែនាំខ្លួនឱ្យស្គាល់គ្នា
- បើកការពិភាក្សា និងផ្តល់នូវព័ត៌មានសំខាន់ៗ ដោយច្បាស់លាស់
- ពន្យល់ពីរបៀបវារៈ និងស្នើសុំការឯកភាពទៅលើប្រធានបទ និងលំដាប់លំដោយនៃការពិភាក្សា។
- បើចាំបាច់ មានរបាយការណ៍ប្រជុំលើកមុន ហើយស្នើសុំការឯកភាពលើរបៀវារៈអង្គប្រជុំនោះ។
- ណែនាំការពិភាក្សា និងធ្វើយ៉ាងណាឱ្យគ្រប់សមាជិកអង្គប្រជុំអាចចូលរួម ហើយគ្មាននរណាម្នាក់ដាក់សម្ពាធលើការពិភាក្សានោះឡើយ។
- ធានាថាមានការឯកភាពគ្នាលើលទ្ធផលប្រធានបទនីមួយៗ។ ព្យាយាមឈានឱ្យដល់ការសំរេចចិត្តដោយសម្លេងឯកច្ឆ័ន្ទ ឬ ដោយការបោះឆ្នោត។ តើត្រូវប្រមូលព័ត៌មានបន្ថែមដោយរបៀបណា ប្រសិនបើអ្នកចូលរួមមិនមានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់សំរាប់ឈានទៅរកការសំរេចបានល្អ។

ជំហានទី ៣ ៖ ការបញ្ចប់អង្គប្រជុំ

- ពិនិត្យការសំរេចចិត្តសំខាន់ៗឡើងវិញ ព្រមទាំងផែនការសកម្មភាពដើម្បីអនុវត្តការសំរេចចិត្តទាំងនោះ
- ចាត់ចែងមនុស្សឱ្យទទួលភារកិច្ច ដែលនឹងត្រូវអនុវត្ត ហើយរៀបចំពេលវេលា និងកំណត់ពេលការងារ
- ស្នើសុំចម្លើយតបអំពីការប្រជុំនោះ

ជំហានទី ៤ ៖ របាយការណ៍ប្រជុំ

- រួមមាន ៖ ឈ្មោះរបស់អង្គភាព ដែលបានអញ្ជើញឱ្យចូលរួមប្រជុំ គោលបំណង ទីកន្លែង ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំ និងម៉ោងពេលប្រជុំ ហើយ និងបញ្ជីឈ្មោះអ្នកចូលរួម។

- រៀបរាប់ការសំរេចចិត្តផ្សេងៗដែលបានធ្វើ និងកត្តាសំខាន់ៗនៃការពិភាក្សាដែលនាំឱ្យមានការសំរេចនោះ។

============

មេរៀនទី៤ ការសរសេររបាយការណ៍ និង កំណត់ហេតុ

១- របាយការណ៍

➢ **សេចក្តីផ្តើម:**

របាយការណ៍គឺជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់ សំរាប់បង្ហាញពីសកម្មភាពដែលបានអនុវត្តកន្លងមក។ វាក៏អាចជាព័ត៌មានមួយ សម្រាប់ចែកចាយ ឬ ផ្សព្វផ្សាយឱ្យមជ្ឈដ្ឋាននានា បានដឹង ទាំងអ្នកខាងក្នុង និងក្រៅ។ ពិសេសជាងនេះទៅទៀត ជារបាយការណ៍សម្រាប់ផ្តល់ជូនអ្នកគ្រប់គ្រងរបស់យើងឱ្យដឹងអំពីលទ្ធផល ដើម្បីធ្វើការគាំទ្រ ក្នុងការអនុវត្តន៍ការងារបន្ត។ ការធ្វើសកម្មភាព ហើយគ្មានរបាយការណ៍ពីលទ្ធផល គឺយើងបានដឹងតែម្នាក់ឯង ដោយគ្មានអ្នកផ្សេងដឹង ប្រៀបដូចជាពាក្យមួយឃ្លា ថា " **ធ្វើការគ្មានរបាយការណ៍ ប្រៀបដូចជា យើងគ្មានធ្វើអ្វីទាំងអស់"** ។

ដើម្បីរៀបចំឱ្យបានជារបាយការណ៍មួយ យើងត្រូវចោទសួរថា យើងបានធ្វើអ្វី? នៅពេលណា? ហេតុអ្វីបានធ្វើ? ធ្វើជាមួយអ្នកណា? នៅកន្លែងណា? និង ធ្វើដោយរបៀបយ៉ាងដូចម្តេច?។

➢ **ជំហាននានាក្នុងការធ្វើរបាយការណ៍**

- ***សេចក្តីផ្តើម:*** ពិពណ៌នាសង្ខេបពីកិច្ចការដែលបានធ្វើ។ ដើម្បីសរសេរសេចក្តីផ្តើមបាន គឺត្រូវចោទសួរ ខ្លួនឯងនូវសំនួរបានធ្វើអ្វី? នៅទីណា? ពេលណា? ជាមួយអ្នកណា? និង ហេតុអ្វីបានជាធ្វើ ?។
- ***គោលបំណង ឬ ទិសដៅ:*** ចំណុចនេះត្រូវអធិប្បាយ អំពីមូលហេតុដែលធ្វើនេះ ឱ្យបានច្បាស់លាស់។
- ***វិធីសាស្រ្ត:*** ត្រូវពិពណ៌នាអំពី តើធ្វើកិច្ចការនេះដោយវិធីណា?។
- ***ទីកន្លែង:*** ត្រូវប្រាប់ពីទីកន្លែងដែលធ្វើ។
- ***កាលបរិច្ឆេទ:*** ត្រូវប្រាប់ពីថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំ និង ម៉ោងពេលដែលធ្វើ ។
- ***អ្នកចូលរួម:*** ត្រូវប្រាប់អ្នកអានឱ្យដឹងថានរណាខ្លះ ដែលបានចូលរួមការធ្វើ
- ***លទ្ធផលនឹងផែនការ:*** ក្នុងរបាយការណ៍ ចំណុចនេះសំខាន់ណាស់ សំរាប់អ្នកអាន ព្រោះគេចង់ដឹងពីលទ្ធផលនៃសកម្មភាពដែលយើងបានបំពេញ ដែលអាចជា វិជ្ជមាន ឬ អវិជ្ជមាន។ នៅក្នុងនេះ ក៏ត្រូវបង្ហាញពីផែនការសកម្មភាព ដែលគ្រោងនឹងអនុវត្ត បន្ទាប់ពីទទួលលទ្ធផលពីការធ្វើកិច្ចការនេះ (អាចធ្វើជាតារាងភ្ជាប់ក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ)។
- ***ផលវិបាក:*** ប្រសិនបើមានហេតុការអ្វី ដែលធ្វើឱ្យមានការរាំងស្ទះ បណ្តាលឱ្យប៉ះពាល់ដល់ គុណភាព នៃលទ្ធផលនោះ ត្រូវរាយការណ៍នៅទីនេះ។
- ***សំនូមពរ:*** តើអ្នកចង់ឱ្យអ្នកអាន ឬ អ្នកគ្រប់គ្រងជួយអ្វីខ្លះដល់យើង ដើម្បីធ្វើឱ្យផែនការសកម្មភាពនេះសំរេចលទ្ធផលបានល្អប្រសើរ។
- ***ឧបសម្ព័ន្ធ:*** ដើម្បីឱ្យរបាយការណ៍ កាន់តែមានសុក្រិតភាព ត្រូវមានឯកសារភ្ជាប់មកជាមួយផងដែរ ដូចជា: បញ្ជីឈ្មោះអ្នកចូលរួមដោយមានចុះហត្ថលេខា ឬ ស្នាមមេដៃ តារាងសង្ខេបលទ្ធផល (បើមាន) ឯកសារនានាដែលពាក់ព័ន្ធ រូបថតបើមាន...... ជាដើម។

២- កំណត់ហេតុប្រជុំ

➢ អ្វីទៅជាកំនត់ហេតុ

មានមតិជាច្រើនបានឱ្យនិយមន័យផ្សេងៗគ្នាទៅតាម ការយល់ឃើញ, បទពិសោធន៍ការងាររបស់គេរៀងៗខ្លួន ទៅលើពាក្យថា កំនត់ហេតុ, របៀបនៃការកត់ត្រា, ខ្លឹមសារដែលត្រូវកត់ត្រា, ... ជាដើម។ ប៉ុន្តែទោះបីជាមានការឱ្យនិយមន័យ ឬ ការរៀបចំ របៀបកត់ត្រាខុសគ្នាយ៉ាងណាក៏ដោយ ខ្លឹមសារជារួមគឺ " **ជាការកត់ត្រា នូវរាល់ខ្លឹមសារសំខាន់ៗ នៃអង្គប្រជុំមួយ ដើម្បីជាភស្តុតាង និងជារបាយការណ៍លំអិតសំរាប់ឱ្យអ្នកពាក់ព័ន្ធបាន ដឹងពីខ្លឹមសារ, លទ្ធផលនៃការប្រជុំ។** "

➢ ទម្រង់/ជំហាននៃការសរសេរកំនត់ហេតុ

ជារួមមានគំរូជាច្រើន ដែលត្រូវបានរៀបចំឡើងតំរូវទៅតាមការស្ថាប័ន ឬ អ្នកអានដែលជាអ្នកគ្រប់គ្រងនីមួយៗ។ ប៉ុន្តែ ជារួមសំខាន់បំផុតត្រូវចងចាំថា តើព័ត៌មានអ្វីខ្លះ ដែលត្រូវឱ្យអ្នកអានដឹង ដោយពុំបាច់មានអ្នកនៅរងចាំពន្យល់ បន្ថែមក្រោយពីអង្គប្រជុំត្រូវបានបញ្ចប់។ ជាទូទៅនៅក្នុងកំនត់ហេតុចែកចេញជា **បួនផ្នែកសំខាន់ៗគឺ**

- **សេចក្តីផ្តើម:** នៅក្នុងផ្នែកនេះជាទូទៅចាប់ផ្តើមចេញពី កាលបរិច្ឆេទនៃអង្គពិធី និង មូលហេតុនៃការប្រជុំព្រមជាមួយនិងអ្នកចូលរួម ដោយមានតួលេខសរុប ដែលត្រូវតែបញ្ជាក់ពីការប្រភេទអ្នកចូលរួម ដូចជា តួនាទី, ស្ត្រី បុរស... ជាដើម។
- **របៀបវារៈនៃការប្រជុំ:** របៀបវារៈនៃការប្រជុំត្រូវបានកត់ត្រាលំអិតព្រមជាមួយនឹងអ្នកទទួលខុស ត្រូវតាមរបៀបវារៈនីមួយៗផងដែរ។
- **លទ្ធផលប្រជុំ:** នៅក្នុងផ្នែកនេះ អ្នកកត់ត្រាត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើលទ្ធផលប្រជុំពិភាក្សាតាមរបៀបវារៈនីមួយៗ ដោយផ្តោតសំខាន់ទៅលើលទ្ធផលដែលបានឯកភាពគ្នា នឹងផែនការបន្ត បើមានជាជាងលើ ការជជែកលំអិតពេករបស់បុគ្គលនីមួយៗ។ នៅចុងបញ្ចប់ នៃផ្នែកលទ្ធផលនេះ អ្នកកត់ត្រាត្រូវបង្ហាញពីលទ្ធផលរួម ដែលបានឯកភាពគ្នាសំខាន់ៗ។
- **សេចក្តីបញ្ចប់:** នេះជាផ្នែកចុងក្រោយដែលជាទូទៅគឺ បង្ហាញពីបរិយាកាសនៃអង្គពិធី និង ពេលវេលាបញ្ចប់ រួមទាំងថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំ ដោយមានការចុះហត្ថលេខា ប្រធានអង្គពិធី និង អ្នកកត់ត្រា។
- **ឯកសារភ្ជាប់:** នៅផ្នែកនេះ អ្នកកត់ត្រាត្រូវទទួលខុសត្រូវក្នុងការភ្ជាប់នូវបញ្ជីវត្តមានដែលមានឈ្មោះ និងហត្ថលេខា អ្នកចូលរួមទាំងអស់ ព្រមជាមួយឯកសារភ្ជាប់នានា បើមាន ដូចជា លិខិតបទដ្ឋានដែលបានបង្ហាញនៅក្នុងពិធី, ឯកសារផ្សេងៗទៀត.... ជាដើម។

គំរូឯកសារ

កំណត់ហេតុប្រជុំក្រុមកសិករផលិតស្រូវពូជ

កាលពីថ្ងៃទី............ខែ..................ឆ្នាំ............ក្រុមកសិករផលិតស្រូវពូជ............... .... បានរៀបចំកិច្ចប្រជុំនៅភូមិ..............................ឃុំ.............................. ស្រុក................................ ....ខេត្ត...ដែលមានសមាជិកក្រុមចូលរួមចំនួន.........../..........នាក់ (សរុប/ស្រី)លើចំនួនសមាជិកសរុប.........../..........នាក់ (ភ្ជាប់បញ្ជីវត្តមាន) ។ ព្រមទាំងភ្ញៀវចូលរួមមាន៖

....

....

....

....

....

....

របៀបវារៈនៃការប្រជុំមាន៖

....

....

....

....

....

....

....

បន្ទាប់ពីបានពិភាក្សាផ្លាស់ប្តូរយោបល់គ្នាអស់រយៈពេល....................រួចមកអង្គប្រជុំធ្វើការសំរេចដូចខាងក្រោម៖

សេចក្តីសម្រេច	សម្លេងគាំទ្រ
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....

....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....

កិច្ចប្រជុំបានបញ្ចប់នៅវេលាម៉ោង..ក្នុងបរិយាកាស សាមគ្គីភាព និង យោគយល់គ្នា។

ធ្វើនៅ...................................ថ្ងៃទី..........ខែ........ឆ្នាំ ២០........

បានឃើញ និងឯកភាព   រៀបចំដោយ

ប្រធានក្រុម

បញ្ជីវត្តមានសមាជិកក្រុម

ល.រ	ឈ្មោះ	ភេទ	តួនាទីក្រុម [1]	ហត្ថលេខា	ផ្សេងៗ
១					
២					
៣					
៤					
៥					
៦					
៧					
៨					
៩					
១០					
១១					
១២					
១៣					
១៤					
១៥					
១៦					
១៧					
១៨					
១៩					
២០					

[1] ប្រើកូដសំគាល់: (១)=ប្រធាន / (២)=អនុប្រធាន / (៣)=លេខាធិការ / (៤)=សមាជិកក្រុម / (៥)=គណៈប្រឹក្សា/ភ្ញៀវ

មេរៀនទី៥ ការគ្រប់គ្រង និង ភាពជាអ្នកដឹកនាំ

១. ការដឹកនាំជាអ្វី?

-ជាការពិពណ៌នាអំពីបុគ្គលិកលក្ខណៈ ឥទ្ធិពល អាកប្បកិរិយា អំណាច ការសំរេចគោលបំណង និងការអភិវឌ្ឍ ភាពទំនាក់ទំនងល្អ។

-ភាពជាអ្នកដឹកនាំ ត្រូវមាន ឥទ្ធិពល-អំណាច មកលើអ្នកដទៃដើម្បីប្រតិបត្តិការងារ

-បង្កើតចក្ខុវិស័យ ដែលជារូបភាពខាងក្នុងផ្លូវប្រាជ្ញា-ខួរក្បាល និង ការមើលឃើញអំពីអ្វីដែលជាការវិវឌ្ឍន៍ សំរាប់អនាគត និងការផ្លាស់ប្តូរ

-ជាអ្នកថែរក្សាសកម្មភាពរបស់អង្គការ(ក្រុម) ឱ្យមានជីវិតរស់នៅជានិរន្តភាព

២. មុខងារដឹកនាំ

-ជាការបង្ហាញឱ្យឃើញនូវសមត្ថភាពរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង ដែលបានចូលរួមផ្ទាល់ក្នុងការជំរុញណែនាំ សកម្មភាព របស់អ្នកក្រោមបង្គាប់ ឱ្យប្រព្រឹត្តិតាមគោលដៅដែលបានកំនត់។

-ការដឹកនាំពាក់ព័ន្ធច្រើនទៅនឹងសីលធម៌ ស្មារតី វិន័យ របស់និយោជិកក្នុងការងារ

-អ្នកដឹកនាំ ត្រូវចេះប្រើល្បិចគ្រប់សិល្បវិធី ដើម្បីទាក់ទាញ និយោជិក(ឬ អ្នកក្រោមបង្គាប់)ឱ្យបំពេញការងារ

-ជាការទំនាក់ទំនងចូលរួមផ្ទាល់ជាមួយនិយោជិក បង្ហាត់បង្រៀនពួកគេ ស្តាប់ការកែតំរូវ ជំរុញទឹកចិត្តគេ ត្រួតពិនិត្យគេ ដើម្បីកុំឱ្យប្រាស់ចាកពីគោលដៅ ដែលបានកំនត់ក្នុងផែនការ។

៣. លក្ខណៈពិសេស និងជំនាញខ្លះដែលអ្នកដឹកនាំមាន

- សេចក្តីអង់អាច
- មានការភ្ញាក់រលឹក
- មានភាពស្មោះត្រង់
- មានទំនុកចិត្តលើខ្លួនឯង
- មានថាមពល
- មានចំណេះដឹង
- មានជំនាញនៃការគ្រប់គ្រង
- រាងកាយ
- មានអំណាចស្របច្បាប់
- មានអំណាចផ្តល់រង្វាន់
- មានអំណាចដាក់ទណ្ឌកម្ម
- មានអំណាចលើកសរសើរ
- មានអំណាចឯកទេស

៤. ការរៀបចំខ្លួនសំរាប់ភាពជាអ្នកដឹកនាំ

-សង្កត់ធ្ងន់លើការអនុវត្តន៍

-គិតគូរដល់សមាជិក

-មានភាពស្មោះត្រង់

-ជំរុញទឹកចិត្ត

-ការសសើរ និងការទទួលស្គាល់

-ផ្ទេរស្វ័យភាព

-បញ្ជាក់ឱ្យច្បាស់ពីមុខងារ

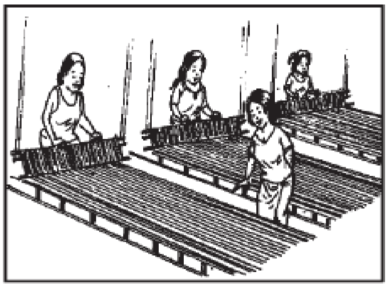
-កំនត់ឱ្យល្អ

-កម្មសិក្សានិងការហ្វឹកហ្វឺន

-ការផ្សព្វផ្សាយពត៌មាន

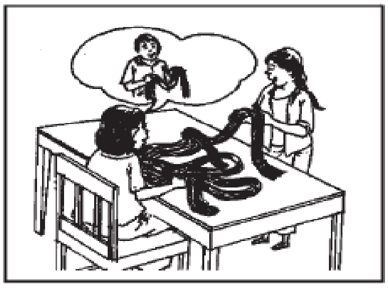
-រៀបចំប្រព័ន្ធផ្តល់រង្វាន់
-ចូលរួមក្នុងការសំរេចចិត្ត
-អ្នកតំណាង
-ទិទៀន និងទណ្ឌកម្ម
-ធ្វើផែនការ
-សំរបសំរួល
-គ្រប់គ្រងជំលោះ
-សំរបសំរួលការទំនាក់ទំនង

៣. អ្នកតំបាញ

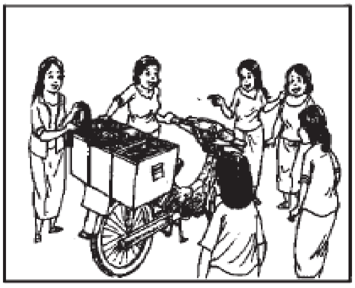


ស្ត្រីមួយក្រុមសំរេចចិត្តបង្កើតក្រុមអ្នកតម្បាញ

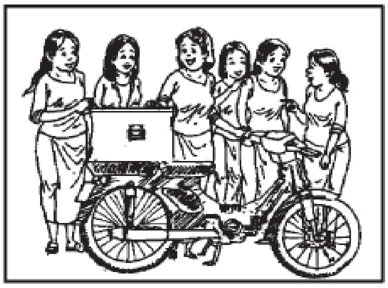
អ្នកដឹកនាំក្រុមរៀបការជាមួយអ្នកផលិតអំបោះ



ការលក់រួមគ្នាទទួលបានប្រាក់ចំណេញច្រើនជាងពីមុន ហើយពួកគេមានសេចក្តីរីករាយណាស់



មានស្ត្រីម្នាក់មកប្រាប់ក្រុមនេះថាគាត់លក់ថ្លៃ ៦០០០/ម៉ែត្រ



ក្រុមចង់ទិញអំបោះពីស្ត្រីនោះ

តែអ្នកដឹកនាំ និងប្តីរបស់គាត់មិនយល់ស្រប

ជំលោះក៏បានកើតឡើងរវាងសមាជិកជាមួយអ្នកដឹកនាំនិងប្តីរបស់គាត់

៥. សារៈសំខាន់នៃភាពជាអ្នកដឹកនាំល្អ

ការដឹកនាំត្រូវបានគេឱ្យនិយមន័យថា ជាដំណើរការប្រើឥទ្ធិពលទៅលើមនុស្ស ដើម្បីជួយឱ្យការខិតខំរបស់ពួកគេឈានទៅសំរេចគោលដៅជាក់លាក់ ។

ការដឹកនាំនិងការគ្រប់គ្រង គឺជាការងារពីរផ្សេងគ្នា ៖

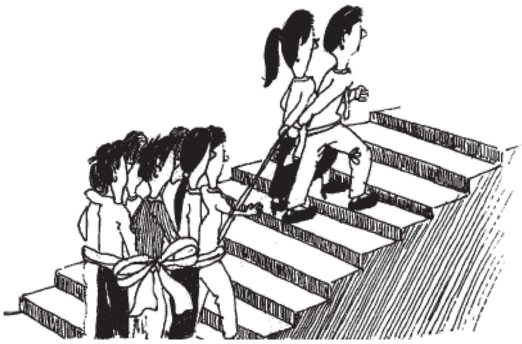
- ដឹកនាំ គឺជាការនៅពីមុខដើម្បីបង្ហាញផ្លូវ ដូចនេះអ្នកដឹកនាំ គឺអ្នកណែនាំ ឬ តម្រង់ទិសសំរាប់ក្រុម
- ការគ្រប់គ្រង គឺជាការទទួលខុសត្រូវចំពោះកិច្ចការនានារបស់ក្រុម/អង្គភាព ដូចនេះអ្នកគ្រប់គ្រង គឺជាអ្នកត្រួតពិនិត្យកិច្ចការនៅក្នុងក្រុម/អង្គភាព ។

ក្រុម/សហគមន៍អាជីវកម្មខ្លះមានទាំងអ្នកដឹកនាំ (ជាប្រធាន)និង អ្នកគ្រប់គ្រង (អគ្គលេខាធិការ) ដែលមានតួនាទីផ្សេងៗគ្នា ។ តែនៅក្នុង ក្រុម/សហគមន៍ខ្លះទៀត កិច្ចការទាំងពីរនេះត្រូវបានគេដាក់បញ្ចូលគ្នា ។ នេះមានន័យថាអ្នកដឹកនាំ ត្រូវតែមានជំនាញគ្រប់គ្រងឱ្យបានរឹងមាំដែរ ។

ភាពជោគជ័យរបស់ក្រុម/អង្គភាព/សហគមន៍ និងអង្គភាពអាជីព គឺ ពឹងផ្អែកលើអ្នកដឹកនាំ ។ អ្នកដឹកនាំដែលមានទំនាក់ទំនងល្អ និងស្មោះត្រង់ ធ្វើឱ្យសមាជិក មានការទុកចិត្តគ្នានៅក្នុងក្រុម/សហគមន៍របស់ពួកគេ ។

➢ **តើអ្នកដឹកនាំល្អ មានចរិតលក្ខណៈដូចម្តេចខ្លះ? អ្នកដឹកនាំល្អគួរ ៖**

- ដឹងរឿងលំអិតពីអង្គភាព ដោយរាប់ទាំងសេចក្តីត្រូវការ និងយោបល់ទាំងឡាយរបស់សមាជិក
- យល់ពីបរិយាកាសនយោបាយ សង្គម និងច្បាប់ ដែលប៉ះពាល់ដល់សមាជិក
- ស្វែងរក និងទទួលបានការគាំទ្រពីខាងក្រៅ ដែលអង្គភាពត្រូវការ
- ជាអ្នកនៅមុខមួយជំហាននៃព្រឹត្តិការណ៍ទាំងឡាយ ដោយមានផែនការល្អ ប៉ុន្តែធ្វើសកម្មភាពភ្លាមៗនៅពេលមានភាពបន្ទាន់ ។
- កសាងការឯកភាពជាផ្លូងមួយនៅក្នុងអង្គភាព ដោយបង្ហាញបញ្ជាក់ពីទស្សនៈវិស័យច្បាស់លាស់នៃអនាគតរបស់ខ្លួន។
- ជាអ្នកមានសមត្ថភាពដោះស្រាយបញ្ហានានា និងធ្វើការសម្រេច
- ធ្វើការទាក់ទងបានល្អ ហើយលើកទឹកចិត្តសមាជិក និងបុគ្គលិក
- ទទួលយកការតិទៀន និងរៀនសូត្រពីសមាជិក
- ជាអ្នកដែលសមាជិកងាយស្រួលធ្វើការទាក់ទងជាមួយ



- **ការគ្រប់គ្រងរាប់បញ្ចូលមុខងារដូចខាងក្រោម ៖**
  - **ការធ្វើសេចក្តីសម្រេច ៖** ការជ្រើសរើសសកម្មភាពមួយ ពីក្នុងចំណោមជំរើសជាច្រើន ។
  - **ការរៀបចំ ៖** ការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធ និងការបែងចែកការងារ ។
  - **ការធ្វើផែនការ ៖** ការរំពឹងទុកសម្រាប់ពេលអនាគត និងការគិតអំពីលទ្ធភាពផ្សេងៗទៀត ។
  - **ការត្រួតពិនិត្យ ៖** ការវាស់វែងការងារ ធៀបនឹងកត្តាបង្ហាញជាក់ស្តែងទាំងឡាយ ។
  - **ការប្រាស្រ័យទាក់ទង ៖** ការបញ្ជូនគំនិត ព័ត៌មាន និងការណែនាំដោយមានប្រសិទ្ធភាព ។
  - ការតម្រង់ទិសដៅ ការណែនាំ និងត្រួតពិនិត្យអ្នកក្រោមបង្គាប់ ដើម្បីឆ្ពោះទៅរកគោលដៅរួម ។

៦. បែបបទផ្សេងៗនៅក្នុងការដឹកនាំ

ទោះបីជាអ្នកដឹកនាំម្នាក់ៗមានបែបបទផ្សេងៗគ្នា យើងអាចបង្ហាញភាពខុសប្លែកគ្នារវាងបែបបទដឹកនាំ

ដឹកនាំផ្តាច់ការ ឬ ដឹកនាំទៅតាមឋានានុក្រម	ជាការដឹកនាំប្រើសិទ្ធិអំណាចផ្ទាល់ហើយបទបញ្ជាសាមញ្ញ សំរេចចិត្តដោយគ្មានការពិគ្រោះយោបល់ មានសិទ្ធបង្ខំឱ្យធ្វើតាម ប្រើការបំភិតបំភ័យ គំរាមគំហែង និងពិន័យ ដើម្បីសំរេចតាមវិធីរបស់គេ។
ដឹកនាំតាមលទ្ធិប្រជាធិប្បតេយ្យ ឬ ដឹកនាំដោយយកចិត្តទុកដាក់សំខាន់ទៅលើមនុស្ស	ជាការដឹកនាំតាមការជំរុញឱ្យនិយោជិក(ឬ អ្នកការោមបង្គាប់) ចូលរួមពិភាក្សា និងមានទំនាក់ទំនងសេរី គិតពីអារម្មណ៍របស់និយោជិក ដែលចូលរួមក្នុងការធ្វើសេចក្តីសំរេចចិត្ត បង្ហាញនូវគំនិត ឱ្យសួរ បង្ហាញពីបញ្ហា និង ទទួលការផ្តល់យោបល់ហើយ ធ្វើការសំរេចចិត្ត។

ជាទូទៅ បែបបទដឹកនាំដោយយកចិត្តទុកដាក់សំខាន់ទៅលើមនុស្ស មានអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើន ។ វាជួយធ្វើឱ្យសមាជិក របស់សហគមន៍ មានអារម្មណ៍ថាក្រុម/សហគមន៍ ជារបស់គេ និង មានកំលាំងចិត្តក្នុងការចូលរួមនូវអ្វីដែលគេអាចធ្វើបាន ។ អ្នកដឹកនាំដែលប្រើប្រាស់បែបបទដឹកនាំទៅតាមឋានានុក្រម តែងតែបង្កើតបរិយាកាសមួយដែលធ្វើឱ្យមនុស្ស ធ្វើការទៅតាមការបញ្ជា ជាជាងការគិតគូរចំពោះខ្លួនឯង ។

អ្នកដឹកនាំដែលល្អ ជាអ្នកដឹកនាំដែលមានភាពបត់បែន និងចេះប្រើបែបបទដឹកនាំមួយណាដែលសមស្របទៅតាមស្ថានភាព។ **ឧទាហរណ៍** ដូចជានៅក្នុងស្ថានភាពបន្ទាន់ គេត្រូវផ្លាស់ប្តូរពីបែបបទដឹកនាំដោយយកចិត្តទុកដាក់សំខាន់ទៅលើមនុស្ស មកប្រើប្រាស់បែបបទដឹកនាំទៅតាមឋានានុក្រម វិញ ។

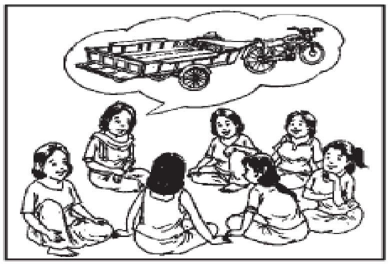
៧. បញ្ហាជាក់លាក់នៃភាពជាអ្នកដឹកនាំ

បទពិសោធន៍របស់ក្រុម/សហគមន៍អាជីពនៅក្នុងបណ្តាប្រទេសមួយចំនួនបង្ហាញថាៈ

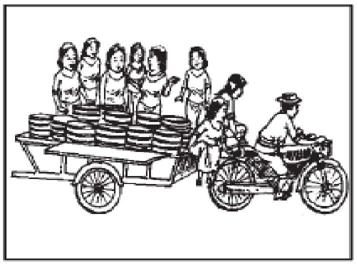
- អ្នកដឹកនាំខ្លះបានក្លាយជាអ្នកមានអំណាចខ្លាំង ហើយបន្ទាប់មកអង្គភាពនេះ ត្រូវពឹងផ្អែកលើគាត់ ។ ការណ៍នេះ តម្រូវឱ្យមានការចែករំលែកការទទួលខុសត្រូវ និង លើកទឹកចិត្តចំពោះអ្នកដែលមានសក្តានុពលភាពជាអ្នកដឹកនាំ ។
- អង្គភាពខ្លះដែលមានសមាជិកភាពភាគច្រើនជាស្ត្រី មានបុរសជាអ្នកដឹកនាំ ។ អង្គភាពនោះគួរលើកទឹកចិត្ត ទាំងស្ត្រី និង បុរស ឆ្ពោះទៅរកការទទួលខុសត្រូវលើភាពជាអ្នកដឹកនាំ ហើយប្រសិនបើចាំបាច់ គួរតែសម្រួលពេលវេលាអង្គប្រជុំនានា ឱ្យតម្រូវតាមសេចក្តីត្រូវការរបស់ស្ត្រី ។

- មនុស្សដែលមានឥទ្ធិពល ដូចជាអ្នកដឹកនាំតាមប្រពៃណីនៅតាមមូលដ្ឋាន មិនចាំបាច់ក្លាយជាអ្នកដឹកនាំក្រុម/សហគមន៍ឡើយ ។ ពួកគេអាចដើរតួនាទីខាងការគាំទ្រសីលធម៌ និងសេចក្តីថ្លៃថ្នូរ និងត្រូវស្នើឱ្យចូលរួមនៅពេលណាដែលមានករណីវិបត្តិ ឬ ជាផ្នែកមួយនៃការធ្វើសេចក្តីសម្រេចជាផ្លូវការដ៏សំខាន់មួយ ។

ក្រុម/សហគមន៍អាជីវកម្មមួយគួរមានក្រុមអ្នកដឹកនាំ ដែលត្រូវបានចាត់តាំងឡើង និងមានការទទួលខុសត្រូវដោយ ឡែកៗពីគ្នា ដោយផ្អែកលើសមត្ថភាពនិងផលប្រយោជន៍បំពេញឱ្យគ្នាទៅវិញទៅមក ។ នៅប្រទេសកម្ពុជា អ្នកដែលបានទទួលការគោរពនៅក្នុងក្រុម/សហគមន៍ ហើយមានការប្តេជ្ញាចំពោះក្រុម/សហគមន៍ ជាញឹកញាប់ត្រូវជ្រើសតាំងជាអ្នកដឹកនាំ។ ជារឿយៗ មនុស្សប្រភេទនេះត្រូវបានជ្រើសរើសពីចំណោមអ្នកដឹកនាំ សហគ្រិនរដ្ឋការស៊ីវិល ដែលចូលនិវត្តន៍ ឬ អ្នកជំនាញការដែលមានបទពិសោធន៍ ។

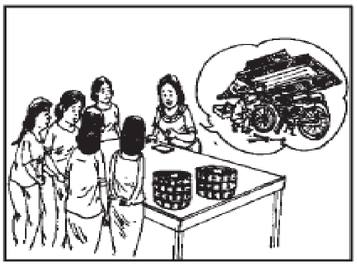


ប្រធានក្រុមត្បាញកន្ទ្រក ស្នើឱ្យក្រុមទិញរ៉ឺម៉កម៉ូតូមួយសំរាប់ដឹកកន្ទ្រកទៅលក់



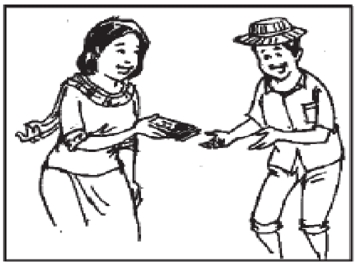
គាត់និយាយថា បងប្រុសរបស់គាត់អាចឱ្យខ្ចីលុយសិន ។ សមាជិកផ្សេងៗក៏យល់ស្របតាមសំណើរ

នៅពេលទិញរ៉ឺម៉កបានហើយ ប្រធាននិងបងប្រុសចាប់ផ្តើមមានផែនការថ្មី



ប្រធានក្រុមប្រាប់សមាជិកថា ចាប់ពីពេលនេះទៅ ពួកគេត្រូវបង់ថ្លៃថែទាំរ៉ឺម៉ក បន្ទាប់ពីពេលដឹកទៅលក់ម្តងៗ

សមាជិកចាប់ផ្តើមបង់ថ្លៃថែទាំ



ប្រធានក្រុម និងបងប្រុសសប្បាយចិត្តណាស់នឹងផែនការនេះណាស់

ប៉ុន្តែក្រោយមកសមាជិកបានដឹងថា ប្រធានមិនដែលបង់ថ្លៃថែទាំនេះទេ ។ ដំណោះក៏ចាប់ផ្តើម

មេរៀនទី ៦ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុម

១. សារៈសំខាន់នៃការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុល្អ

ការមានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុដ៏ល្អមួយ មានសារៈសំខាន់ណាស់ សំរាប់ក្រុម/សហគមន៍ និងការធ្វើអាជីវកម្ម ។ ក្រុម/សហគមន៍អាជីវកម្ម ត្រូវផ្តល់ព័ត៌មានឱ្យបានច្បាស់លាស់ ទៅឱ្យសមាជិកខ្លួនអំពីការចំណាយផ្សេងៗដែលកើតមានឡើង និង ប្រាក់ចំណូលផ្សេង ។ ដូចនេះ គេត្រូវការវិធីសាស្ត្រសំរាប់ការកត់ត្រាដែលមានភាពសាមញ្ញមួយ ប៉ុន្តែមានប្រសិទ្ធភាព។

មូលហេតុដែលនាំឱ្យមានឱនភាព (ការចុះខ្សោយ) របស់ក្រុម/សហគមន៍មួយ គឺ ការមិនចុះសម្រុង ឬ ការមិនទុកចិត្តគ្នា ជុំវិញបញ្ហាហិរញ្ញវត្ថុ។ បើគ្មានប្រព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុមួយ ដែលមានតម្លាភាព ងាយយល់បាន និងអាចដំណើរការបាន ប្រធាន និង សមាជិក មិនអាចធ្វើ ការសំរេចចិត្តបានសមរម្យឡើយ។

ចរិតលក្ខណៈរបស់ប្រព័ន្ធគណនេយ្យមួយដែលល្អ រួមមានៈ

- ព័ត៌មានស្តីពីចំណូល និងចំណាយ គឺត្រូវបានប្រមូលក្នុងលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធ។
- ការប្រមូលទិន្នន័យ ជានិច្ចកាល ត្រូវតែមានលក្ខណៈបច្ចុប្បន្នភាព។ រយៈពេលចន្លោះរវាងប្រតិបត្តិការដែលបានធ្វើឡើង និង ពេលវេលាដែលត្រូវកត់ត្រាក្នុងគណនី គឺត្រូវមានគម្លាតអប្បបរិមា(តិច)បំផុត។
- ព័ត៌មានត្រូវរៀបចំ និងផ្តល់ទៅឱ្យបុគ្គលិក (សមាជិក) ដែលពាក់ព័ន្ធនៅក្នុងក្រុម/អង្គភាព។
- មិនមានការចំណាយណាមួយ ត្រូវបានធ្វើឡើងឡើយ លើកលែងតែមានការព្យាករណ៍នៅក្នុងថវិកា ឬមានការ អនុញ្ញាតិនៅក្នុងច្បាប់របស់ក្រុម/សហគមន៍។
- រាល់ឯកសារ និង សៀវភៅគណនេយ្យ ត្រូវចាក់សោរទុកនៅពេលណា ដែលមិនមានការប្រើប្រាស់។
- រាល់ការចុះបញ្ជី គឺត្រូវសរសេរដោយទឹកខ្មៅ ហើយមិនត្រូវធ្វើការកោសលុបឡើយ។
- ប្រព័ន្ធគណនេយ្យត្រូវមានតម្លាភាព ហើយមានភាពងាយយល់សំរាប់សមាជិក និងអ្នកដឹកនាំ។
- ត្រូវមានរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុសំខាន់ៗ សំរាប់ឱ្យសមាជិកពិនិត្យ។

ក្រុម/សហគមន៍អាជីវកម្ម ត្រូវមាននីតិវិធីច្បាស់លាស់ ដែលបញ្ជាក់ថា អ្នកណាអាចមានសិទ្ធសំរេចក្នុងការចំណាយ ។ ជាទូទៅ វាត្រូវមានហត្ថលេខាពីរនាក់ សំរាប់ការចំណាយនីមួយៗ ដើម្បីឱ្យមានតម្លាភាព។ ហិរញ្ញិក និង អ្នកកត់ត្រាចំណូលចំណាយ ជាទូទៅអាចមានសិទ្ធិសំរេចទៅលើការចំណាយតូចៗ។ រីឯការចំណាយធំៗ គួរត្រូវមានការសំរេចពីប្រធានក្រុម/សហគមន៍ និង ហិរញ្ញិក ។ ការចំណាយសំខាន់ៗ ត្រូវតែមានការយល់ព្រមពីគណៈកម្មការថ្នាក់ខ្ពស់។ ជារឿយៗ ធនាគារត្រូវការគំរូហត្ថលេខា របស់គណៈកម្មការ ដើម្បីឱ្យគេអាចផ្ទៀងផ្ទាត់មានការចុះហត្ថលេខាត្រឹមត្រូវលើប័ណ្ណឥណទាន។ បើសិនជាគណៈកម្មការថ្នាក់ខ្ពស់ លាឈប់ពីក្រុម/សហគមន៍ ឬ មានអ្នកមកជំនួស ក្រុម/សហគមន៍ត្រូវបញ្ជូនឈ្មោះ និង គំរូហត្ថលេខាថ្មី ទៅឱ្យធនាគារ។

២. ផែនការថវិកា

ផែនការថវិកា គឺជាផែនការហិរញ្ញវត្ថុ ដែលបង្ហាញនូវការសង្ឃឹមទុករបស់សហគមន៍ពីចំណូល និងចំណាយសម្រាប់រយៈពេលមួយ ដែលជាទូទៅគឺ សម្រាប់មួយឆ្នាំ។ វាឆ្លុះបញ្ចាំងពីផែនការសកម្មភាព រួមទាំងការគ្រោងចំណាយ និង ការប៉ាន់ប្រមាណចំណូល ដែលរំពឹងទុក ផ្អែកតាមចំណូលពីមុន ហើយនិងចំណូលព្យាករណ៍ពីសកម្មភាពថ្មីៗ។

គំរូគម្រោងថវិកា ៖

ចំណាយ	ចំណូល
-ប្រាក់ខែ .... -ការធ្វើដំណើរ .... -ថ្លៃឈ្នួលគ្រូបណ្តុះបណ្តាល .... -ថ្លៃឧបករណ៍សំភារៈផលិតកម្ម	- ថ្លៃបញ្ជីសមាជិកភាព .... - ប្រាក់សប្បុទានផ្សេងៗ .... - ចំណូលមកពីការបណ្តុះបណ្តាល .... - ចំណូលមកពីការការលក់ផលិតផល ....
សរុប ៖	សរុប ៖

៣. ការព្យាករណ៍អំពីលំហូរសាច់ប្រាក់

ក្រុម/សហគមន៍អាជីវកម្មដែលមានថវិកាចំណូល និង ចំណាយច្រើនគួរសម គួរធ្វើការព្យាករណ៍អំពីលំហូរសាច់ប្រាក់របស់ខ្លួនឱ្យបានទៀងទាត់ ដើម្បីឱ្យប្រាកដថា ក្រុម/សហគមន៍មានថវិកានៅក្នុងដៃ នៅពេលត្រូវការចំណាយ។ ការព្យាករណ៍អាចឱ្យក្រុម/សមាគមបានដឹង ថាតើនឹងមាន ចំណូលប៉ុន្មាន និង ចំណាយប៉ុន្មានសម្រាប់ខែបន្ទាប់ ។ គេក៏ដឹងថា តើក្រុម/សហគមន៍នឹងខ្វះខាតថវិកាប៉ុន្មាន? ហើយត្រូវចាត់វិធានការបង្ការយ៉ាងណា? ដូចជាការខ្ចីប្រាក់ពីក្រៅបន្ថែមជាដើម។

ឧទាហរណ៍ផែនការលំហូរសាច់ប្រាក់មានដូចតទៅ ៖

ផែនការលំហូរសាច់ប្រាក់						
ខ្ទង់ចំណាយ ចំណូល	មករា	កុម្ភៈ	មិនា	មេសា	ឧសភា	មិថុនា
ប្រាក់ចំណូល						
ថ្លៃសមាជិកភាព	៣០០០០	៣៥០០០				
ចំណូលបានពីការលក់	១០០០០	៨០០០				
ការផ្តល់សេវាកម្ម	៣០០០	៤០០០				
សរុបចំណូល	៤៣០០០	៤៧០០០				
ប្រាក់ចំណាយ						
បៀវត្សរ៍						
ថ្លៃជួល						
សំភារៈ						

៤. សៀវភៅបេឡា និងសៀវភៅចំណូលចំណាយ

សៀវភៅបេឡា និងសៀវភៅចំណូលចំណាយ គឺបង្ហាញពីសាច់ប្រាក់ដែលបានទទួល និងការចំណាយដោយក្រុម/សហគមន៍ ។ សមតុល្យរបស់សៀវភៅបេឡា គឺបង្ហាញពីចំនួនសាច់ប្រាក់នៅក្នុងដៃ ។ សៀវភៅចំណូល និងចំណាយ គឺ បង្ហាញពីប្រភពសាច់ប្រាក់ដែលបានទទួល និង គោលបំណងសាច់ប្រាក់ដែលបានចំណាយ។

កាលបរិច្ឆេទ	បរិយាយ	សាច់ប្រាក់			សន្សំ	ការលក់	ប្រាក់ខែ	សំភារៈការិ.	ការធ្វើដំណើរ
		ចូល	ចេញ	សមតុល្យ					

កំនត់សំគាល់

- **ចំណូលៈ** គឺជាប្រាក់ ឬ បំណុលទាំងឡាយណា ដែលត្រូវបង់ចូលមកក្នុងក្រុម/សហគមន៍
- **ចំណាយៈ** គឺជាប្រាក់ទាំងឡាយណាដែលបានចាយ ដោយសមាជិក ឬ គណៈកម្មការក្រុម/សហគមន៍ ទោះជាការចំណាយនោះសម្រាប់ ការងាររដ្ឋបាល ឬ សម្រាប់ធ្វើអាជីវកម្ម ក៏ដោយ
- **សមតុល្យៈ** គឺជាប្រាក់ដែលមានក្រោយទូទាត់រវាងចំណូល និង ចំណាយ មានន័យថា ចំណូល ដក ចំណាយ គឺជាសមតុល្យប្រាក់ មានក្នុងក្រុម/សហគមន៍

៥. របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

អ្នកដឹកនាំរបស់ក្រុម/សហគមន៍អាជីវកម្ម ត្រូវតែរាយការណ៍តាមកាលកំណត់ជូនដល់សមាជិកអំពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុម/សហគមន៍ ។ ព័ត៌មានត្រូវតែបង្ហាញក្នុងភាពច្បាស់លាស់ និងការទាក់ទងគ្នា ដើម្បីឱ្យសមាជិកមានលទ្ធភាពយល់ពីស្ថានភាពថវិការបស់ក្រុម/សហគមន៍ខ្លួន ។ ព័ត៌មានដែលធ្វើឱ្យមានការភាន់ច្រឡំ និងមិនត្រឹមត្រូវ អាចនាំឱ្យមានការមិនទុកចិត្តគ្នា ក្នុងចំណោមសមាជិកក្រុម។

វិធីមួយដើម្បីបង្ហាញលទ្ធផលហិរញ្ញវត្ថុសំរាប់រយៈពេលណាមួយជាក់លាក់ គឺ តាមរយៈ របាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញ និងប្រាក់ខាត ឬ អាចហៅថា របាយការណ៍ចំណូល និងចំណាយ ដែលមានដូចខាងក្រោម ៖

ចំណាយ	ចំណូល
....	....
សរុប ៖	**សរុប ៖**

របាយការណ៍សមតុល្យ ៖

របាយការណ៍សមតុល្យ គឺបង្ហាញពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុម/សហគមន៍អាជីវកម្ម នៅពេលណាមួយ។ វាបង្ហាញអំពីថវិកាក្នុងដៃ ចំនួនថវិកានៅក្នុងធនាគារ និងទ្រព្យសម្បត្តិទាំងអស់ ដែលក្រុម/សហគមន៍មាន ព្រមទាំងបំណុលដែលក្រុម/សហគមន៍នៅជំពាក់។ ទ្រព្យសម្បត្តិរបស់ក្រុម/សហគមន៍ ត្រូវបានគណនា ដោយបូកបញ្ចូលនូវអ្វីដែលក្រុម/សហគមន៍មាន និងដកចេញនូវអ្វី ដែលក្រុម/សហគមន៍ជាប់ជំពាក់។

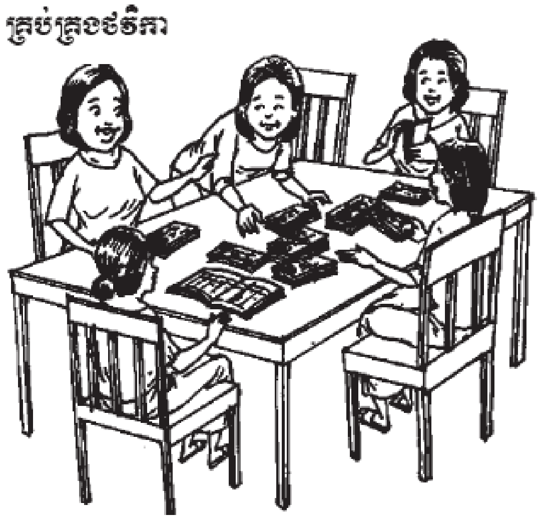
របាយការណ៍សមតុល្យ ៖

ទ្រព្យសម្បត្តិ	បំណុល
-សាច់ប្រាក់នៅក្នុងដៃ .... -សាច់ប្រាក់នៅក្នុងធនាគារ .... -កូនបំណុល និងប្រាក់បុរេដែលបានបង់ឱ្យ .... -ថ្លៃសមាជិកភាព .... -ថ្លៃឈ្នួលដែលបានបង់មុន .... -ស្តុកវត្ថុធាតុដើម និង ទំនិញ .... -ផលិតផលសម្រាប់លក់ .... -អចលនទ្រព្យ .... -គ្រឿងឧបករណ៍ការិយាល័យ	ម្ចាស់បំណុល ៖ -ចំណាយលើផ្ទៃថ្លៃអគ្គិសនី ៖ .... -កម្ចី ៖ .... -ដើមទុន ៖ .... ប្រាក់ដែលរកបាននៅឆ្នាំ ....
សរុប ៖	សរុប ៖

៦. នីតិវិធីសវនកម្ម

សវនកម្ម គឺជាអធិការកិច្ច (ការផ្ទៀងផ្ទាត់) លើគណនេយ្យរបស់អង្គភាព ។ សវនកម្ម រួមមាន ៖

- រៀបចំជាមួយហិរញ្ញិក ដើម្បីពិនិត្យរាល់សៀវភៅគណនេយ្យ និងបញ្ជីស្នាមនានា
- មើលឱ្យច្បាស់ថា តួលេខនៅក្នុងសៀវភៅបេឡាបានបូកសរុបត្រឹមត្រូវ ហើយគ្មានចំណាយណាមួយ ផ្ទុយនឹងច្បាប់ ឬ បទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងរបស់ក្រុម/សហគមន៍
- ពិនិត្យមើលសាច់ប្រាក់នៅក្នុងដៃ
- ផ្ទៀងផ្ទាត់មើលវិក្កយប័ត្រ
- ផ្ទៀងផ្ទាត់មើលបញ្ជីចំណាយ ដោយធៀបនឹងប័ណ្ណចំណាយ។
- ប្រៀបធៀបសមតុល្យប្រាក់របស់ក្រុម/សហគមន៍នៅក្នុងធនាគារ ជាមួយនឹងចំនួនទឹកប្រាក់ ដែលបានកត់ត្រា នៅក្នុងសម្រង់គណនីធនាគារ។
- ពិនិត្យមើលបញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌឧបករណ៍។
- ពិនិត្យ និងបញ្ជាក់លើតារាងតុល្យភាព។



ចប់

=============

មេរៀនទី៧ មូលដ្ឋានគ្រឹះទីផ្សារ

១. ការងារទីផ្សារ

កាលណាសិក្សាពីទីផ្សារ យើងត្រូវផ្តោតទៅលើ អតិថិជន តំលៃ និង ការផ្សព្វផ្សាយ។

ក. អតិថិជន

អតិថិជន គឺជាអ្នកដែលទិញទំនិញ ឬ សេវាកម្មរបស់អាជីវករ ។ គោលបំណងនៃការធ្វើអាជីវកម្ម គឺប្រាក់ចំណេញ ។ អាជីវករអាចរកប្រាក់ចំណេញបានពីអតិថិជន ។ ដូចនេះ អតិថិជនទាំងឡាយ គឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ សំរាប់អាជីវកម្ម ។ អាជីវករតែងចាត់ទុកអតិថិជន ជាស្តេច ។

ខ.តំលៃ

តំលៃក៏ជាផ្នែកមួយសំខាន់ដែរ ។ ប្រសិនបើអ្នកផ្តល់នូវអ្វីដែលអតិថិជនទាំងនោះត្រូវការពេញចិត្ត និងចង់បាន នៅក្នុងតំលៃមិនសមហេតុផលទេ ពួកគេនឹងទៅរកនៅកន្លែងផ្សេងទៀត ហើយគេនឹងមិនមករកយើងទៀតទេ។

គ. ការផ្សព្វផ្សាយ

អតិថិជនដែលពេញចិត្តនឹងទំនិញ ឬ សេវារបស់យើង គឺ ពួកគេមកម្តងហើយ ម្តងទៀត ។ ពួកគេនឹងប្រាប់មិត្តភ័ក្រ និង មនុស្សដទៃទៀត អំពីអាជីវកម្មរបស់យើង មានន័យថា គេជួយផ្សព្វផ្សាយឱ្យយើង។ នៅពេលដែលអតិថិជន ពេញចិត្តកាន់តែច្រើន មានន័យថា ការលក់របស់យើង នឹងកើនឡើង ហើយប្រាក់ចំណេញ របស់យើងកាន់តែកើនឡើងដែរ។

២. ហេតុដូចម្តេចបានជាអតិថិជនទិញទំនិញ?

- អតិថិជនទាំងឡាយទិញទំនិញ ទិញផលិតផល និងសេវាកម្មនានា គឺដើម្បីបំពេញសេចក្តីត្រូវការរបស់គេ។ អតិថិជនម្នាក់ៗ មានការចង់បានខុសៗគ្នា។ ខ្លះត្រូវការ
    - អាហារ ពីព្រោះគេត្រូវការបរិភោគ។
    - កង់ ពីព្រោះគេត្រូវការដឹកជញ្ជូន។
    - សំលៀកបំពាក់ស្អាតៗ ពីព្រោះគេចង់ឱ្យមើលទៅ គេចាប់អារម្មណ៍ និង មានការទាក់ទាញ។
    - ទូរទស្សន៍ ឬ វិទ្យុសំរាប់ពត៌មាន និង ការកំសាន្ត ។
    - អាវអៀម ដើម្បីការពារសំលៀកបំពាក់របស់ពួកគេ ។
    - ការសិក្សាដើម្បីបង្កើនចំណេះវិជ្ជា និងដើម្បីចំណូលខ្ពស់។

៣. ការងារទីផ្សារ និងដៃគូប្រកួតប្រជែង

ដៃគូប្រកួតប្រជែង គឺ រវាងអាជីវកម្មកំពុងដំណើរការទាំងឡាយ ដែលផ្តល់ផលិតផល ឬ សេវាកម្មប្រហាក់ប្រហែលគ្នានឹងសេវាកម្ម ឬ ផលិតផលរបស់អ្នក ។ អ្នកត្រូវចេះរៀនសូត្រពីដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក ។ ជាមួយនឹងចំណេះដឹងស្តីពីបែបបទអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ អ្នកអាចយកមកវិភាគ និង រកវិធីជួយឱ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នកបានជោគជ័យ។

៤. បង្គុំម៉ាឃីតធីង

ការសិក្សាយល់ដឹងពីបង្គុំម៉ាឃីតធីង មានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់គ្រប់អាជីវកម្ម ។ អាជីវករដែលរកស៊ីទទួលបានជោគជ័យ ច្រើនតែជាអ្នកដែលយល់ច្បាស់លាស់ និង អនុវត្តបានប្រសើរពីបង្គុំម៉ាឃីតធីង។

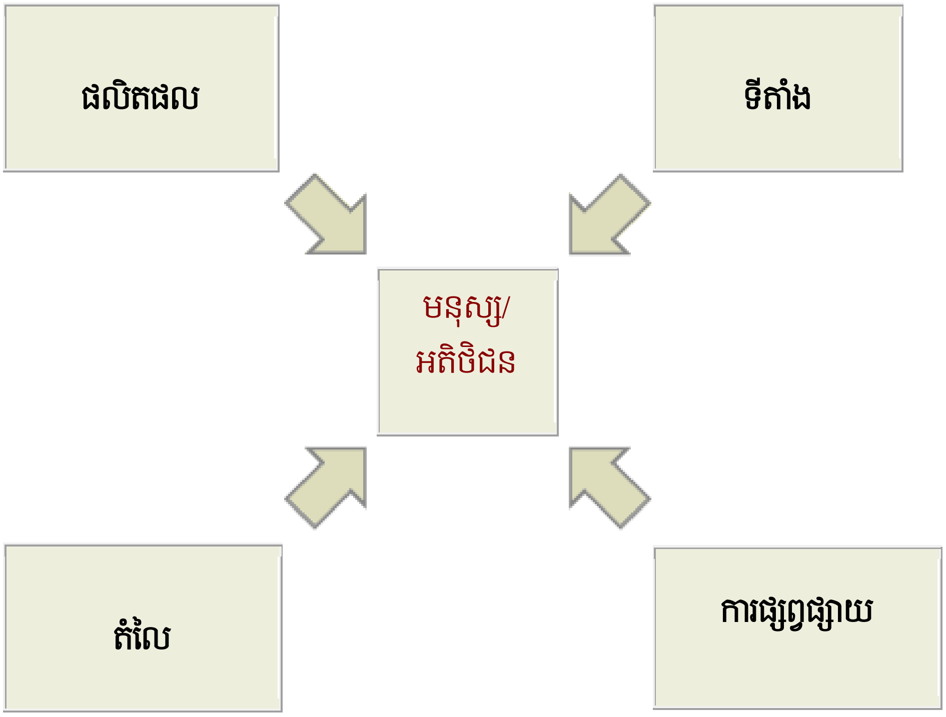
នៅពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម យើងត្រូវតែគិតពី បង្គុំម៉ាឃីតធីង ឱ្យបានច្បាស់លាស់ ។ ការសំរេចចិត្តធ្វើអាជីវកម្ម ដែលទទួលបានជោគជ័យ គឺ អាស្រ័យលើការចេះវិភាគទៅលើការគ្រប់គ្រងបង្គុំម៉ាឃីតធីង។ បង្គុំម៉ាឃីតធីង មានសមាសភាគ៥ ដូចខាងក្រោម:

១-ផលិតផល ឬ សេវា
២-តំលៃ
៣-ទីតាំង (កន្លែងចែកចាយ)
៤-ការផ្សព្វផ្សាយ
៥ មនុស្ស/ អតិថិជន

បង្គុំម៉ាឃីតធីង ជាចំណុចដែលអ្នកគ្រប់គ្រងទីផ្សារ អាចត្រួតពិនិត្យបាន អាចកែសំរួលបាន អាចកែលំអបាន ដើម្បីបំពេញឱ្យត្រូវចិត្តអតិថជននៅក្នុងទីផ្សារគោលដៅ ។ ទីផ្សារគោលដៅ គឺជាអតិថិជន ដែលមានសក្តានុពលសម្រាប់ផលិតផលរបស់យើង។

គំនូសបំព្រួញបង្គុំសមាសធាតុម៉ាឃីតធីង (ការធ្វើទីផ្សារ) មានដូច ដ្យាក្រាមខាងក្រោម៖

បង្គុំសមាសធាតុម៉ាឃីតធីង (The Marketing Mix)



១-ផលិតផល: ផលិតផលអាចជាទំនិញ និងសេវា។

- **ទំនិញ គឺជាសំភារៈ** ឧបករណ៍ របស់ប្រើប្រាស់ ដែលបានផលិតឡើង ឬ បង្កើតឡើង ដើម្បីដោះស្រាយតំរូវការរបស់អតិថិជន បើនិយាយឱ្យខ្លី គឺសម្រាប់ អតិថិជនទិញ។
- **សេវាកម្ម គឺជាសកម្មភាពទាំងឡាយណា ដែលផ្តល់នូវអ្វីមួយ** ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការជាសាធារណៈ ដូចជា វិស័យទេសចរ ធនាគារ ការលក់ទំនិញ ដែលជាផ្នែកមួយនៃសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេស ឬ ក្រុមហ៊ុនមួយ

២- តំលៃ = តំលៃសំរេច = ថ្លៃលក់

តំលៃសំរេច គឺជាតំលៃ ដែលបូកសរុបជាមួយខ្ទង់ប្រាក់ចំណេញរួច ឬ តំលៃប្រៀបធៀបជាមួយគូរប្រជែង។ តំលៃមិនមែនគិតត្រឹមតែតំលៃផលិតទេ តែត្រូវគិតទាំងការបញ្ចុះតំលៃ ការបង់ពន្ធ ការបង់ការប្រាក់ ចំណាយពលកម្ម និង ចំណាយផ្សេងៗ រួមទាំងការចំណាយទៅលើការផ្សព្វផ្សាយផងៗ

៣-ទីតាំង

ទីតាំង គឺជាកន្លែងសំរាប់ដាក់លក់ទំនិញ ឬ សម្រាប់ចែកចាយទំនិញ។ **ទីតាំងល្អ គឺទីតាំងដែលសមស្រប ជាមួយនឹងមុខអាជីវកម្ម។** ជាទូទៅ ទីតាំង ត្រូវស្អាត ទូលាយ មានខ្យល់អាកាសល្អ មានអនាម័យ មានកន្លែងចត រថយន្ត ម៉ូតូ ។ល។

៤-ការផ្សព្វផ្សាយ

ការផ្សព្វផ្សាយ គឺ ការឃោសនាផ្តល់ដំណឹង ទៅឱ្យអតិថិជនដែលមានសក្តានុពល ក្នុងការទិញទំនិញរបស់យើង ។ ការផ្សព្វផ្សាយធ្វើឱ្យតំលៃផលិតផលកើនឡើង ដូចនេះយើងត្រូវធ្វើការវិភាគឱ្យបានត្រឹមត្រូវ នៅពេលធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ។ ការផ្សព្វផ្សាយនៅជនបទ អាចធ្វើតាមរយៈការនិយាយប្រាប់គ្នា ពីមាត់មួយទៅមាត់មួយ។

តារាងសង្ខេបរបស់បង្គុំម៉ាឃើតធីង

ផលិតផល	តំលៃ	ទីតាំង	ការផ្សព្វផ្សាយ
▪ មុខងារ ▪ រូបរាង ▪ គុណភាព ▪ អនាម័យ ▪ ការវេចខ្ចប់ ▪ ផ្លាកសញ្ញា ▪ ការធានា ▪ សេវា/ការគាំទ្រ	▪ មានតារាងតំលៃ ▪ មានការបញ្ចុះតំលៃ ▪ ការចុះតំលៃ ▪ ការឱ្យទិញជឿ ▪ តំលៃការផ្សព្វផ្សាយ	▪ ច្រកអតិថិជន ▪ ចំនួនអតិថិជន ▪ ការគ្រប់ដណ្តប់ទីផ្សារ ▪ ទីតាំងសមស្រប ▪ មានបរិយាកាសល្អ ▪ មានជាសុខភាព ▪ កន្លែងចតម៉ូតូ កង់	▪ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ▪ អ្នកលក់និយាយប្រាប់ ▪ ទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ▪ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ▪ និយាយតៗ គ្នា

៥. មនុស្ស

P5 = មនុស្សដែលអាចជាអតិថិជន (ដែលត្រូវសិក្សាឱ្យដឹងពីតម្រូវការបច្ចុប្បន្ន ឬ និន្នាការតម្រូវការនាពេលអនាគត ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍/ បង្កើតផលិតផល ឬ សេវាថ្មី ឆ្លើយតបចំតម្រូវការ ដែលបានកំណត់រកឃើញនោះ។

=============

មេរៀនទី៨ ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម

១. ប្រភេទអាជីវកម្មនៅជនបទ

នៅជនបទ មិនសូវមានអាជីវកម្មធំៗទេ ។ អាជីវកម្មតាមទីជនបទ ច្រើនតែមានទំនាក់ទំនងទៅនឹងកសិកម្ម និងការលក់ដូរ ។ ប្រភេទអាជីវកម្មនៅជនបទ មានដូចជា៖

- **អាជីវកម្មខ្នាតតូច**
  - ធ្វើតុទូកៅអី សិប្បកម្មតូចៗ បង្កើតកន្លែងកែច្នៃផលិតផលកសិកម្ម ឬ អនុផលព្រៃឈើ
  - លក់ចំណី អាហារ នំ
  - កាត់សក់ ជួសជុលម៉ូតូ ជួសជុលម៉ាញ៉េ ទូរទស្សន៍
  - ចិញ្ចឹមសត្វ គោ ក្របី មាន់ ទា
  - បង្កើតក្រុមភ្លេងប្រពៃណីយ
  - ផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូន
  - លក់ចាប់ហួយ
  - ទិញអេតចាយ
  - បោកគក់
  - ការផលិតស្រូវពូជលល
  - ……លៗល
- **អាជីវកម្មខ្នាតមធ្យម**
  - ការលក់ផលិតផលកសិកម្ម ដូចជា ជី ពូជដំណាំ
  - បញ្ចូលអាគុយ
  - បង្កើតកសិដ្ឋាន
  - ទិញផលិតផលស្តុកទុកលក់ ឬ ប្រមូលទិញយកទៅលក់ ដូចជាស្រូវ ផលិតផលកសិកម្មជាដើម
  - ចុងភៅ ធុងបាស់ ជួលរោងការ
  - ការប្រមូលទិញស្រូវ
  - ការបណ្តាក់ជី
  - ចងការប្រាក់
  - ……លៗល

២. ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម

ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម ត្រូវចាប់ផ្តើមពីចំណុចទី១ នៃវដ្ត អាជីវកម្ម។

២.១. ការជ្រើសរើសប្រភេទអាជីវកម្ម

ក្នុងការជ្រើសរើសប្រភេទអាជីវកម្ម ត្រូវគិតគូរពិចារណាលើចំណុចដូចខាងក្រោម៖

- សមត្ថភាព និងជំនាញដែលយើងមាន ព្រោះបើមានជំនាញពិត ទើបធ្វើទៅបានជោគជ័យ។
- មានធនធាន សមស្របសម្រាប់ការចាប់ផ្តើម។
- មានតំរូវការច្រើនពីអតិថិជន ដែលមានសក្តានុពលក្នុងការទិញ។
- មានឱកាសល្អសម្រាប់ការចាប់ផ្តើមការធ្វើអាជីវកម្ម។
- មានការគាំទ្រពីគ្រួសារ និង សហគមន៍ ។

២.២. ការសិក្សាពីបង្គុំម៉ាឃីតធីង

នៅពេលដែលយើងសំរេចចិត្ត ជ្រើសរើសប្រភេទអាជីវកម្មរួចហើយ យើងត្រូវសិក្សាឱ្យបានស៊ីជំរៅអំពីបង្គុំម៉ាឃីតធីង ដូចខាងក្រោម៖

- អតិថិជន -មានអតិថិជនណាខ្លះ ដែលត្រូវការផលិតផលរបស់យើង?
-តើអតិថិជននេះមានចំនួនប្រហែលប៉ុន្មាន? ចំនួននេះអាចកើនឡើង ឬ ថយចុះ?
-តើអតិថិជនទាំងនោះមានទំហំចំណាយ ត្រឹមកំរិតណា?
-តើមានអតិថិជននៅក្រៅតំបន់ ឬ នៅទីផ្សារផ្សេងៗទៀត ដែលត្រូវការទំនិញយើង។
-អតិថិជនទាំងនេះត្រូវការជាប្រចាំ ឬ ត្រូវការម្តងម្កាល។

-ផលិតផល -ត្រូវមានគុណភាពកំរិតណា? អាចរក្សាទុកបានប៉ុន្មានថ្ងៃ? អាចធានាគុណភាពរយៈពេលយូរប៉ុណ្ណា?
-ជាផលិតផលប្រភេទណា ដែលស្របនឹងស្ថានភាពជីវភាពរបស់អតិថិជន
-តើត្រូវការផលិតចំនួនប៉ុន្មាន? ត្រូវការវត្ថុធាតុដើមពីប្រភពណាខ្លះ? ងាយរក ឬ ពិបាករក?
-ចំនួនដើមទុនសំរាប់ការផលិតប្រចាំថ្ងៃ ។
-សោភ័ណ្ឌភាព ការវេចខ្ចប់ ការថែរក្សាអនាម័យ។
-សេវាបង្កប់ ឬ បន្ថែម (ដោយឥតគិតថ្លៃ ឬ ក្នុងតំលៃបញ្ចុះណាមួយ)

-តំលៃ -តើត្រូវលក់តំលៃណាមួយដែលស្របនឹងជីវភាពរបស់អតិថិជន?
-តើតំលៃនេះ អាចប្រកួតប្រជែងនឹងអ្នកដទៃ បានឬទេ?
-តើតំលៃណាមួយដែលយើងអាចរកស៊ីចំណេញ ហើយអតិថិជនអាចទទួលយកបាន ?

-ការផ្សព្វផ្សាយ -ផ្តល់ដំណឹង តាមមិត្តភ្ក័ក បងប្អូន។
-យកចិត្តអតិថិជនដែលពេញចិត្ត ឱ្យជួយផ្សព្វផ្សាយបន្តពីផលិតផល ឬ សេវា។

-មនុស្ស/អតិថិជន: មនុស្សដែលអាចជាអតិថិជន (ដែលត្រូវសិក្សាឱ្យដឹងពីតម្រូវការបច្ចុប្បន្ន ឬ និន្នាការតម្រូវការនាពេលអនាគត ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍/ បង្កើតផលិតផល ឬ សេវាថ្មី ឆ្លើយតបចំតម្រូវការ ដែលបានកំណត់រកឃើញនោះ។

៣. ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម

៣.១-ការធ្វើផែនការថវិកា

ក-តំរូវការសំភារៈ និង ចំណាយលើសំភារៈ

លរ	ឈ្មោះសំភារៈ	ឯកតា	ចំនួន	តំលៃរាយ	តំលៃសរុប	ទិញនៅឯណា?
	សរុប					

ខ-ចំណាយសម្រាប់ដំណើរការរយៈពេល ១ ថ្ងៃ

លរ	ឈ្មោះសំភារៈ	ឯកតា	ចំនួន	តំលៃរាយ	តំលៃសរុប	ទិញនៅឯណា?
	សរុប					

-ចំណាយសម្រាប់ដំណើរការរយៈពេល ១០ ថ្ងៃ:

-ចំណាយសម្រាប់ដំណើរការរយៈពេល ៣០ ថ្ងៃ:

គ-ការរៀបចំគម្រោងកម្មវិធី

ការរៀបចំគម្រោងកម្មវិធី គឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ ព្រោះយើងត្រូវការដឹងពីចំនួនថវិកាដែលយើងត្រូវចំណាយ និង ការប៉ាន់ស្មានពីចំណូលដែលយើងអាចលក់បាន រួចគណនាពីប្រាក់ចំណេញ ។

ឃ-ការស្វែងរកប្រភពទុន

ដើមទុនជាកត្តាសំខាន់មួយ ក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។ នៅពេលយើងបូកសរុបពីទុនដែលត្រូវការសម្រាប់ចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរួចហើយ យើងត្រូវគិតគូពីប្រភពធនធាន។ ប្រភពធនធានដែលគួរយកមកធ្វើអាជីវកម្ម គួរតែៈ

១-ជាទុនដែលមានស្រេច ឬ ទុនដែលបានសន្សំទុក។

២-ជាទុនដែលបានមកពីការលក់ធនធាន ដែលអាចលក់បាន។

៣-ជាទុនដែលអាចខ្ចីបានពីបងប្អូន មិត្តភក្រ័ ដោយគ្មានការប្រាក់ ឬ ការប្រាក់តិចតួច។

៤-ជាទុនឥណទានរបស់ធនាគារភូមិ ។

៥-ទុនឥណទានពីធនាគារឯកជន ក្នុងករណីដែលមិនអាចរកទុនពីប្រភពខាងលើបាន។

ការប្រើប្រាស់ទុនពីប្រភពទី ៤ និងទី៥ ត្រូវតែមានការប្រុងប្រយត្ន័ ព្រោះជាទុនដែលមានការប្រាក់។

៣.២ ការធ្វើផែនការដំណើរការ (តារាងសកម្មភាព)

លរ	សកម្មភាព	តារាងពេលវេលាក្នុងឆ្នាំ											
		ខែ ១	ខែ ២	ខែ ៣	ខែ ៤	ខែ ៥	ខែ ៦	ខែ ៧	ខែ ៨	ខែ ៩	ខែ ១០	ខែ ១១	ខែ ១២
១	រៀបចំឈូសឆាយដី												
២	សង់រោង												
៣	ទិញសំភារៈផលិត												

៤- ការធ្វើប្រត្តិបត្តិការអាជីវកម្ម

- អនុវត្តតាមផែនការ ដែលបានគ្រោងទុក។
- កែលំអពីចំណុចខ្វះខាត ឬ បំពេញបន្ថែមនៅចំណុចដែលត្រូវការ ហើយមិនមានក្នុងផែនការ។
- ពិភាក្សាដោះស្រាយបញ្ហាជាមួយនឹងអ្នកមានពិសោធន៍ធ្វើអាជីវកម្ម នៅពេលជួបបញ្ហា។

៥- ការវាយតំលៃអាជីវកម្មដែលមាននិរន្តរភាព

-ត្រួតពិនិត្យ លើ ចំណូល ចំណាយ ចំណេញ

-ចំនួនកើនឡើង ឬ ថយចុះរបស់អតិថិជន

-ការប្រៀបធៀបជាមួយដៃគូប្រកួតប្រជែង ធ្វើការលៃលំអ បង្កំម៉ាឃីតធីង បើចាំបាច់។

-ការទទួលយកគំនិត យោបល់របស់អតិថិជន ដោយត្រូវកែលំអ បើជាមតិភាគច្រើន ឬ សមស្រប

-ការពិនិត្យលើទ្រព្យសម្បត្តិ ដែលបានប្រើកន្លងមក ការកាត់រំលោះថ្លៃទ្រព្យសម្បត្តិ។

-ប្រៀបធៀបលទ្ធផលដែលបានអនុវត្ត ជាមួយផែនការដែលបានគ្រោងទុក។

-ពិចារណាលើការពង្រីក(អាជីវកម្ម) ឬ រក្សានៅដដែល។

=============

មេរៀនទី៩ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម

ការគ្រប់គ្រង គឺជាកិច្ចការសំខាន់ណាស់ សំរាប់គ្រប់សកម្មភាព ។ ដោយឡែកការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមានសារៈសំខាន់ជាងការគ្រប់គ្រងនានា ព្រោះបើយើងគ្រប់គ្រងមិនល្អ មុខរបររបស់យើង នឹងបរាជ័យ ហើយបើមុខរបរបរាជ័យ វានឹងផ្តល់ផលលំបាកច្រើនយ៉ាង ជាមិនខាន។ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មនៅជនបទ នឹងផ្តោតលើ៖

-ការគ្រប់គ្រងមុខរបរ (បង្គុំម៉ាឃីតធីង)

-ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស

-ការគ្រប់គ្រងថវិកា

១. ការគ្រប់គ្រងមុខរបរ

ការគ្រប់គ្រងមុខរបរ គឺផ្តោតទៅលើការគ្រប់គ្រងបង្គុំម៉ាឃីតធីង មានន័យថាត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ជាប្រចាំចំពោះ៖

- **ផលិតផល** ៖ តើមុខទំនិញ ឬសេវា មានភាពប្រសើរហើយឬនៅ? តើឆ្លើយតបនឹងតំរូវការអតិថិជនឬនៅ?
- **តំលៃ** ៖ តើសមរម្យឬទេ? ថ្លៃជាងគេ ឬ ថោកជាងគេ? តើអតិថិជនពេញចិត្តនឹងតំលៃនេះដែរឬទេ?
- **ការផ្សព្វផ្សាយ**៖ តើអតិថិជន ដឹងពីអាជីវកម្មរបស់យើងកំរិតណា? គាត់ពេញចិត្តនឹងសេវាយើងឬទេ?
- **អតិថិជន** ៖ តើអតិថិជនរបស់យើងមានចំនួនថយចុះ ឬ មានចំនួនកើនឡើង ឬ នៅដដែល?

ក្រៅពីនេះ យើងក៏ត្រូវពិនិត្យតាមដានពីសកម្មភាព និងការផ្លាស់ប្តូរ របស់គូរប្រកួតរបស់យើងដែរ តើគេមានការផ្លាស់ប្តូរ ឬ កែសំរួលការរកស៊ីរបស់គេដែរឬទេ? បើមានការប្រែប្រួល តើមានការប៉ះពាល់ដល់ការរកស៊ីរបស់យើងឬទេ? បើមានការប៉ះពាល់ដល់ការរកស៊ីរបស់យើង តើយើងត្រូវដោះស្រាយយ៉ាងដូចម្តេច?

២. ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស

ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មនៅជនបទ ច្រើនតែមានលក្ខណៈតូច ហើយច្រើនតែប្រើមនុស្សដែលជាសមាជិកក្នុងគ្រួសារ ។ ទោះជាយើងប្រើតែមនុស្សនៅក្នុងគ្រួសារក៏ដោយ នៅពេលយើងធ្វើអាជីវកម្មដែលមានទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន យើងត្រូវតែបំរើអតិថិជនរបស់យើង។

ជាទូទៅអ្នកធ្វើអាជីវកម្ម ឬ អ្នកដែលមានទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន ត្រូវតែ៖

- មានការអប់រំច្បាស់លាស់ ពិសេសផ្នែកសុជីវធម៌ សំដីគួរសម ទន់ភ្លន់ ទឹកមុខញញឹមជានិច្ច។
- មានជំនាញសមស្របតាមការងារ
- ស្គាល់ច្បាស់ ពីមុខការ មុខនាទីរបស់ខ្លួន
- មានសុខភាពល្អ និង មានសំលៀកបំពាក់សមរម្យ
- មានការលើកទឹកចិត្ត ច្បាស់លាស់

៣. ការគ្រប់គ្រងថវិកា

ក្នុងអាជីវកម្ម ការគ្រប់គ្រងថវិកាជាកិច្ចការសំខាន់ និងជាកត្តាជោគជ័យ ឬ បរាជ័យរបស់អាជីវករ ។ អាជីវករនៅជនបទច្រើនបរាជ័យ ដោយសារការគ្រប់គ្រងថវិកាមិនបានល្អ ជាអាទិ៍មានដូចជា៖

- ការចេះតែដកយកលុយចេញ
- ការកាន់លុយច្រើនគ្នា
- ការចំណាយមិនដឹងមុខ
- ការជំពាក់មិនបានកត់ត្រាត្រឹមត្រូវ
- ខ្វះការសន្សំសំចៃ ។ល។

៣.១-ការកត់ត្រាថវិកា

ប៉ុន្តែវាក៏ជាការពិបាកណាស់ សម្រាប់អាជីវករនៅជនបទ ធ្វើបញ្ជីគណនេយ្យឱ្យបានត្រឹមត្រូវ ។ តែដើម្បីការគ្រប់គ្រងយ៉ាងហោចណាស់ អាជីវករត្រូវធ្វើដូចខាងក្រោម៖

-មានអ្នកកាន់ លុយតែម្នាក់គត់
-ត្រូវកត់ត្រាអ្នកដែលជំពាក់
-កត់ត្រាចំណូល ចំណាយប្រចាំថ្ងៃ
-រាប់លុយទុកប្រចាំថ្ងៃ
-បូកសរុបថវិកា ប្រចាំខែ ប្រចាំឆ្នាំ ។

មានគំរូតារាងកត់ត្រាជាច្រើន ដែលអាជីវករ យកមកប្រើបាន ឬក៏ អាចកត់ត្រានៅក្នុងសៀវភៅ ក៏បាន។ តារាងកត់ត្រា អាចមានគំរូដូចខាងក្រោម៖

បញ្ជីថវិកាចំណូលប្រចាំថ្ងៃ

ថ្ងៃទីខែឆ្នាំ	ចំណូល ប្រចាំថ្ងៃ	ចំនួន	សរុបចំណូល	សេចក្ដីផ្សេងៗ
	សរុបប្រចាំខែ ឆ្នាំ.........			

បញ្ជីថវិកាចំណាយប្រចាំថ្ងៃ

ថ្ងៃទីខែឆ្នាំ	ចំណាយ ប្រចាំថ្ងៃ	ចំនួន	សរុបចំណាយ	សេចក្ដីផ្សេងៗ
	សរុបប្រចាំខែ ឆ្នាំ......			

បញ្ជីកត់ត្រាអ្នកជំពាក់

ថ្ងៃទីខែឆ្នាំ	ឈ្មោះ ប្តី ប្រពន្ធ	ចំនួនជំពាក់	មូលហេតុជំពាក់	ថ្ងៃសន្យាសង
	សរុបប្រចាំខែ ឆ្នាំ.....			

បញ្ជីកត់ត្រាប្រាក់ចំណូល ចំណាយ ចំណេញប្រចាំខែ

ថ្ងៃទីខែឆ្នាំ	របាយការណ៍ប្រចាំ	ចំនួនចំណូលសរុប	ចំនួនចំណាយសរុប	ប្រាក់ចំណេញ	សេចក្តីផ្សេងៗ
	ខែ មករា				
	សរុបប្រចាំ ឆ្នាំ.......				

៣.២-ថ្លៃដើមក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម

- រាល់អាជីវកម្មទាំងអស់ ត្រូវមានថ្លៃដើមពីរប្រភេទគឺៈ

  - **ថ្លៃដើមមិនប្រែប្រួលៈ** ជាថ្លៃដែលទិញ សំភារៈ ឧបករណ៍ សំរាប់ការធ្វើអាជីវកម្ម ។

    ឧ. ប្រាក់ខែជួលកម្មករ ជួលផ្ទះ ធ្វើរោង ទិញគ្រឿងម៉ាស៊ីន។

  - **ថ្លៃដើមប្រែប្រួលៈ** ជាថ្លៃដែលទិញសំភារៈមកផលិតប្រចាំថ្ងៃ ឧទាហរណ៍ វត្ថុធាតុដើម ពូជស្រូវ ជី..។ល។

- ថ្លៃដើមមិនប្រែប្រួល ត្រូវគិតរំលោះប្រចាំខែ (ឬ វដ្តផលិតកម្ម) ព្រោះឧបករណ៍ទាំងនោះវាមានអាយុកាលសម្រាប់ប្រើប្រាស់ ហើយវានឹងខូចនៅពេលណាមួយ ហើយយើងត្រូវទិញថ្មីមកជំនួស។

  ឧទាហរណ៍ៈ ធុងទឹកកក មួយ មានតំលៃ ១២០០០ រៀល ហើយមានអាយុកាលប្រើប្រាស់ ១ ឆ្នាំ។

  តំលៃរំលោះប្រចាំខែ របស់វា គឺ ១០០០ រៀល ក្នុង ១ ខែ។

៣.៣. ថ្លៃដើមអាជីវកម្មទូទៅ

មុខថ្លៃដើមអាជីវកម្មទូទៅ ត្រូវគិត រួមមាន៖

- ថ្លៃទិញវត្ថុធាតុដើម
- ថ្លៃជួលផ្ទះ ឬ ជួលកម្មករ
- ការផ្សព្វផ្សាយ
- ថ្លៃសងរំលោះសំភារៈសំរាប់ផលិត
- ថ្លៃពលកម្ម
- ថ្លៃដឹកជញ្ជូន

៣.៤. ការកំណត់ថ្លៃលក់

ថ្លៃលក់ = ថ្លៃដើម + ប្រាក់ចំណេញ។

ប៉ុន្តែមុននឹងកំណត់ថ្លៃលក់ យើងត្រូវផ្ទួរផ្ទងថ្លៃលក់របស់យើង ជាមួយនឹងថ្លៃលក់របស់គូប្រកួត ។ យើងអាចបន្ថយប្រាក់ចំណេញ ដែលយើងកំណត់ខ្លះ ប្រសិនបើថ្លៃលក់របស់យើង ថ្លៃជាងថ្លៃលក់របស់គូប្រជែង។

ការកំណត់ថ្លៃលក់ គឺត្រូវប្រែប្រួលទៅតាមតំលៃវត្ថុធាតុដើម និង ថ្លៃលក់របស់គូប្រជែង។ ក្នុងករណីខ្លះ តំលៃលក់មិនអាចបន្ថយបាន តែយើងអាចបន្ថយបរិមាណទំនិញបាន ។ ការធ្វើបែបនេះ គឺដើម្បីរក្សាភាពរស់រាន នៅក្នុងទីផ្សារ។

=============

មេរៀនទី១០ ការលើកកំពស់អាជីវកម្ម

ដំណើរការទាំងអស់នៅក្នុងជីវភាពប្រចាំថ្ងៃ តែងមានការប្រែប្រួលផ្លាស់ប្តូរជាប្រចាំ ។ ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវភាពរស់នៅ នៅក្នុងស្ថានភាពដែលមានការផ្លាស់ប្តូរនេះ ការធ្វើអាជីវកម្មរបស់យើង ក៏ត្រូវមានការផ្លាស់ប្តូរដែរ ។ ការផ្លាស់ប្តូររបស់អាជីវកម្ម អាចឈានទៅកាន់តែប្រសើរ ឬ ឈានទៅកាន់តែលំបាក និងចំណេញតិច។ ដូចនេះដើម្បី រក្សាអាជីវកម្មឱ្យមានដំណើរការល្អ យើងត្រូវតែមានផែនការលើកកំពស់អាជីវកម្មរបស់យើង។

១. កត្តាដែលនាំឱ្យមានការលើកកំពស់អាជីវកម្មម

ជាទូទៅយើងសង្កេតឃើញមានកត្តាធំៗ ៣ ដែលនាំអោយមានការលើកកំពស់អាជីវកម្មៈ

១-ចំនួនប្រាក់ចំណេញរបស់យើងថយចុះ

២-មានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ពីដៃគូប្រកួតប្រជែង

៣-មានឱកាសពង្រីកអាជីវកម្ម និងបង្កើនប្រាក់ចំណូល

២. មូលហេតុដែលនាំឱ្យមានការលើកកំពស់អាជីវកម្ម

២.១-ចំនួនប្រាក់ចំណេញរបស់យើងថយចុះ

-អតិថិជនរបស់យើងថយចុះ	-ខ្សោយទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន
-បំរើសេវាកម្ម មិនទាន់សភាពការណ៍	-ទំនិញឡើងថ្លៃ
-ផលិតផលនៅតែដដែល	-ទីតាំងមិនសូវល្អ
-ការគ្រប់គ្រងធនធានមិនបានប្រសើរ	-តំលៃលក់ថោកពេក។

២.២-មានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងពីដៃគូប្រកួតប្រជែង

-សេវាកម្ម ផលិតផល របស់យើងមិនល្អដល់គេ

-ការទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនមិនបានប្រសើរ

-សំភារៈ គេមានភាពប្រសើរជាង

-តំលៃទំនិញគេថោកជាងយើង

-ការផ្សព្វផ្សាយរបស់គេ ល្អជាងយើង

២.៣-ពង្រីកអាជីវកម្ម និងបង្កើនប្រាក់ចំណូល

-មានឱកាសដាក់លក់ផលិតផលថ្មី និងចំនួនច្រើនជាងមុន

-តំរូវការអតិថិជនកើនឡើង

-មានសមត្ថភាព និងលទ្ធភាពកាន់តែប្រសើរ។

៣. ការធ្វើផែនការកែលំអ ឬ ការលើកកំពស់អាជីវកម្ម

ក្នុងចំណោមកត្តាទាំង ៣ កត្តាដែលធ្វើឱ្យយើងព្រួយបារម្ភ គឺកត្តាទី ១ និង ទី២។ ដើម្បីកែលំអការធ្វើអាជីវកម្មរបស់យើង យើងត្រូវធ្វើផែនការកែលំអ តាមកត្តានីមួយៗ។

ក-ចំនួនប្រាក់ចំណេញរបស់យើងថយចុះ

ដូចយើងរកឃើញខាងដើមហើយចំនួនប្រាក់ចំណេញថយចុះ បណ្តាលមកពី អតិថិជនរបស់យើងថយចុះ និង វត្ថុធាតុដើម ឬ ទំនិញឡើងថ្លៃ។ ដើម្បីកែលំអ យើងត្រូវធ្វើការវាយតំលៃចំណុចខ្លាំង និង ខ្សោយរបស់យើងលើ បង្គុំម៉ាឃីតធីង របស់យើង គឺ ផលិតផល តំលៃលក់ ទីកន្លែង ការផ្តល់សេវា និងការផ្សព្វផ្សាយ។
យើងត្រូវពិនិត្យមើលថា៖

- តើការទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន មានស្ថានភាពដូចម្តេច?
- តើការបំរើសេវាកម្មរបស់យើង ពេញចិត្តអតិថិជន ឬ ទេ?
- តើផលិតផលរបស់យើង នៅតែជាតំរូវការរបស់អតិថិជនឬទេ?
- តើយើងត្រូវកែលំអ ផលិតផលយើងយ៉ាងដូចម្តេច?
- តើទីតាំងលក់របស់យើង សមរម្យហើយឬនៅ?
- តើការគ្រប់គ្រងធនធានរបស់យើងបានប្រសើរ ឬទេ?
- តើតំលៃលក់របស់យើងថោកពេកឬ?
- តើយើងបានកែសំរួលអ្វីខ្លះតាមការផ្តល់យោបល់របស់អតិថិជន ហើយនៅមានអ្វីខ្លះមិនទាន់បានកែលំអ?

ក្រោយពីពិនិត្យឃើញចំណុចខ្សោយហើយ យើងត្រូវតែធ្វើផែនការកែប្រែឱ្យបានទាន់ពេល ដើម្បីលើកកំពស់ការរកស៊ីរបស់យើងឡើងវិញ ។ ក្នុងករណីដែលយើងចង់តំឡើងថ្លៃទំនិញរបស់យើង យើងត្រូវពន្យល់អតិថិជន យើងឱ្យបានច្បាស់ពីមូលហេតុ ដែលនាំឱ្យមានការឡើងថ្លៃ។

ខ-មានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងពីដៃគូប្រកួតប្រជែង

អាជីវកម្មតែងតែរងសម្ពាធពីបរិយាកាសខាងក្រៅ ពិសេសគឺ គូប្រជែង។ នៅពេលដែលចំនួនអតិថិជនយើងថយចុះ មានន័យថា យើងមិនអាចបំពេញតំរូវការរបស់គេបានល្អ ដូចនេះគេត្រូវទៅស្វែងរកការបំពេញតំរូវការរបស់គេ ពីកន្លែង (អ្នកលក់/អ្នកផ្គត់ផ្គង់) ផ្សេងទៀត។ នៅពេលនោះ យើងត្រូវសិក្សាពីចំណុចខ្សោយរបស់យើងដោយប្រៀបជាមួយនឹងគូប្រជែង ដោយផ្តោតលើ៖

- កែលំអ សេវាកម្ម ផលិតផល របស់យើងឱ្យបានប្រហាក់ប្រហែល ឬ ល្អលើគេ។
- បង្កើនការទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន ឱ្យបានប្រសើរជាងមុន ពិសេសផ្នែកសេវា។
- ពិនិត្យមើល សំភារៈឧបករណ៍ប្រើប្រាស់របស់យើង តើមានភាពទាក់ទាញឬទេ ហើយត្រូវកែលំអ បើចាំបាច់
- ពិនិត្យមើលតំលៃទំនិញ គុណភាព ការវេចខ្ចប់ បើខ្វះខាត ត្រូវធ្វើការកែលំអ។
- មួយវិញទៀតយើង ត្រូវបង្កើនចំនួនមុខទំនិញដែលអតិថិជនត្រូវការ និងសំណូមពរ។
- ប្រៀបធៀបការផ្សព្វផ្សាយរបស់យើង និងការផ្សព្វផ្សាយរបស់គេ ហើយបើមានការខ្វះខាត ត្រូវកែលំអ។

គ-ពង្រីកអាជីវកម្ម និងបង្កើនប្រាក់ចំណូល

អាជីវករដែលមានជោគជ័យ គឺអាជីវករ ដែលចាប់ផ្តើមរកស៊ីពីតូចៗ ហើយក្រោយមករីកចំរើនកាន់តែធំឡើងៗ ហើយក្លាយជាមុខរបរ តកូនតចៅ។ ដូចនេះនៅពេលដែលអាជីវកម្មរបស់យើង មានជោគជ័យ យើងត្រូវតែសិក្សាពីជោគជ័យ និង ពង្រីកឱកាសរកស៊ីរបស់យើង។ មួយទៀត អាជីវកម្មដែលមានជោគជ័យ ច្រើនតែជាអាជីវកម្ម ដែលមានលក្ខណៈចំរុះ គឺថា ត្រូវរកស៊ីឱ្យបានច្រើនមុខរបរ ដែលមានទំនាក់ទំនងគ្នា។

ការពង្រីកអាជីវកម្ម ច្រើនតែផ្សាភ្ជាប់ទៅនឹងឱកាស ដែលផ្តល់ឱ្យ។ ឧទាហរណ៍:

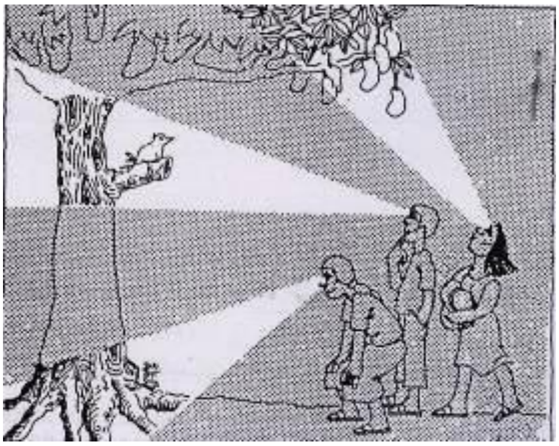
-មានអតិថិជនកាន់តែច្រើន មកទិញផលិតផលរបស់យើង

-យើងមានឱកាសផលិត និងដាក់លក់ផលិតផលថ្មីៗ និងមានចំនួនច្រើនជាងមុន

-មានអ្នកទទួលទិញផលិតផលយើងច្រើន ។

មានឱកាសដូចខាងលើតែមួយមុខ មិនទាន់គ្រប់គ្រាន់ទេ ដើម្បីបង្កើនអាជីវកម្ម ។ យើងក៏ត្រូវសិក្សាផងដែរអំពីសមត្ថភាព និង លទ្ធភាពរបស់យើង ថាតើ ប្រសិនបើយើងពង្រីក តើយើងមានលទ្ធភាព និងសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីដំណើរការ ដែរឬទេ?

ដូចនេះមុនពេលពង្រីកអាជីវកម្ម យើងត្រូវធ្វើផែនការ និង សាកល្បងសិក្សាពីផែនការរបស់យើង។ ប្រសិនបើពិនិត្យថា ផែនការរបស់យើង អាចអនុវត្តបាន អាចគ្រប់គ្រងបាន អាចទទួលខុសត្រូវបាន នុះទើបយើងចាប់ផ្តើមដំណើរការ។



============

មេរៀនទី១១ និរន្តរភាពនៃអាជីវកម្ម

និរន្តភាពនៃអាជីវកម្មមានន័យថា អាជីវកម្មនៅតែមានដំណើរការ និង ទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។ អាជីវករទាំងអស់ សុទ្ធតែចង់ឱ្យអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន មាននិរន្តភាព ។

១. កត្តាដែលនាំឱ្យអាជីវកម្មមាននិរន្តភាព

អាជីវកម្មមាននិរន្តភាព នៅពេលដែលៈ

- ផលិតផលរបស់យើងនៅតែមានទីផ្សារ (មានគេទិញ)
- អតិថិជននៅតែមានតំរូវការលើផលិតផលរបស់យើង
- ពុំទាន់មានផលិតផលណា អាចជំនួសផលិតផលរបស់យើងបាននៅឡើយទេ
- ការផ្គត់ផ្គង់របស់យើង សមស្រប/ឆ្លើយតប នឹងតំរូវការរបស់ទីផ្សារ
- តំលៃផលិតផលរបស់យើងនៅតែសមស្របនឹងជីវភាព(លទ្ធភាពអាចទិញ)របស់អតិថិជន

២. និរន្តភាពនៃអាជីវកម្ម

អាជីវកម្មមាននិរន្តភាពអាស្រ័យដោយកត្តាពីរសំខាន់គឺៈ កត្តាបរិយាកាសខាងក្នុង និង កត្តាបរិយាកាសខាងក្រៅ។

- បរិយាកាសខាងក្នុង រួមមានៈ

- ផលិតផល
- តំលៃផលិតផល
- ការផ្តល់សេវា
- ទីកន្លែងចែកចាយ

- បរិយាកាសខាងក្រៅរួមមានៈ

- តំរូវការរបស់អតិថិជន
- ស្ថានភាពប្រាក់ចំណូលអតិថិជន
- ស្ថានភាពគូប្រកួតប្រជែង
- កត្តាអនុគ្រោះផ្សេងៗ ។

ដើម្បីឱ្យមាននិរន្តភាព យើងត្រូវធ្វើការកែលំអ ឬ ផ្លាស់ប្តូរចំណុចនីមួយៗ ដែលបានលើកឡើងខាងលើ។

ក. ផលិតផលៈ

- តើអតិថិជននៅតែត្រូវការផលិតផលយើងទេ?
- តើយើងត្រូវកែលំអផលិតផលយ៉ាងណាដើម្បីឱ្យត្រូវនឹងទីផ្សារ (គុណភាព រូបរាង បរិមាណ ការវេចខ្ចប់ និងសោភ័ណ្ឌភាព) ។
- តើផលិតផលណាខ្លះ ដែលយើងត្រូវបង្កើតឡើងថ្មី និង បង្កើនបរិមាណ?

- តើផលិតផលយើង មានលក្ខណៈចំរុះ ហើយឬនៅ?

ខ. តំលៃផលិតផល

- តើតំលៃសព្វថ្ងៃ អាចរក្សាស្ថានភាពចំណេញបានហើយឬទេ?
- តើតំលៃណាមួយ ដែលអតិថិជននៅតែអាចទិញបាន?
- បើធ្វើការចុះថ្លៃ តើចំនួនអ្នកទិញ នឹងកើនឡើងឬទេ?
- បើឡើងថ្លៃជាងនេះបន្តិច តើចំនួនអតិថិជន អាចចុះប៉ុន្មាន?

គ. ការផ្តល់សេវាៈ

- តើអតិថិជនពេញចិត្តនឹងសេវាសព្វថ្ងៃរបស់យើង ដែរឬទេ?
- តើមានចំនុចណាខ្លះ ដែលយើងមិនទាន់ធ្វើការកែលំអ តាមសំណូមពររបស់អតិថិជន?
- សំភារៈ ឧបករណ៍ផលិតរបស់យើង មានលក្ខណៈទំនើបកម្មសមស្របហើយឬនៅ?

ឃ. ទីកន្លែងចែកចាយៈ

- អតិថិជនអាចមកកន្លែងលក់របស់យើង តាមវិធីណា? ងាយស្រួលរកឃើញឬទេ?
- ទីតាំងលក់របស់យើង សមស្របតាមអតិថិជនឬទេ?
- ទីតាំង និងការតុបតែង មានការទាក់ទាញភ្ញៀវដែរឬទេ?
- តើត្រូវធ្វើយ៉ាងណា ដើម្បីឱ្យអតិថិជនមកកាន់តែច្រើន?

ង. តំរូវការរបស់អតិថិជន និងទីផ្សារៈ

- តើអតិថិជននៅតែត្រូវការទិញទំនិញយើង កំរិតណា?
- តើផលិតផលរបស់យើង នាំទៅដល់ទីផ្សារណាខ្លះ?
- តើមានផលិតផលណាមួយ ដែលអាចជំនួសផលិតផលយើងបាន?
- តើមានលក្ខណៈពិសេសអ្វី ដែធ្វើឱ្យផលិតផលយើង នៅតែមានទីផ្សារ(មានគេទិញ)?

ច. ស្ថានភាពប្រាក់ចំណូលអតិថិជន

- តើចំណូលរបស់អតិថិជនកើនឡើង ឬថយចុះ?
- តើត្រូវពិចារណាតំលៃផលិតផលយើងយ៉ាងណា ដើម្បីឱ្យសមស្របនឹងស្ថានភាពរបស់ពួកគេ?
- តើត្រូវផលិតផលិតផលបែបណា ឱ្យសមស្របនឹងស្ថានរបស់ពួកគេ?
- តើត្រូវផ្តល់សេវារបៀបណា ដល់ពួកគេ?

ឆ. ស្ថានភាពគូប្រកួតប្រជែងៈ

- តើគូប្រកួតប្រជែងរបស់យើង បានធ្វើការកែលំអយ៉ាងដូចម្តេចខ្លះ?

- តើយើងអាចធ្វើការកែលំអ ដូចពួកគេដែរឬទេ?
- បើធ្វើការកែសំរួល តើអតិថិជនអាចទទួលយកបានឬទេ? តើយើងអាចចំណេញ ឬ ខាត?

ឈ. កត្តាអនុគ្រោះផ្សេងៗ

កត្តាអនុគ្រោះផ្សេងៗ រួមមានផ្លូវគមនាគមន៍ ការដឹកជញ្ជូន ការបង់ពន្ធ កំណើនសេដ្ឋកិច្ច គ្រោះធម្មជាតិ ការធ្វើដំណើរឆ្លងកាត់...។ល។ កត្តាទាំងនេះ សុទ្ធតែមានឥទ្ធិពលដល់និរន្តរភាពរបស់អាជីវកម្មយើង ដែលយើងត្រូវតែពិនិត្យសិក្សាឱ្យបានល្អិតល្អន់ផងដែរ នៅពេលយើងធ្វើផែនការដើម្បីនិរន្តរភាពអាជីវកម្មរបស់យើង។

ដូចនេះ ដើម្បីឱ្យមាននិរន្តរភាព យើងត្រូវតែចេះផ្លាស់ប្តូរ កែលំអចំណុចដូចបានពិភាក្សាខាងលើ ។ ដើម្បីកែលំអបានជោគជ័យ យើងត្រូវវិភាគពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់យើង រួមទាំងឱកាស និង ឧបសគ្គ (ការគំរាមកំហែង) ក្នុងការរកស៊ីយ៉ាងតិច ៦ ខែម្តង ដើម្បីធ្វើផែនការកែលំអឱ្យអាជីវកម្មរបស់យើង មានដំណើរការល្អ ប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

ចូរចង់ចាំ ថាអាជីវកម្ម ត្រូវមាន

ការចាប់ផ្តើម → ការកែលំអ → ការបង្កើន → និរន្តរភាព

=============

សូមឱ្យការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់អ្នក
មាន ការរីកចំរើន និង ប្រកបដោយការតាំងចិត្ត