

# គំនិតផ្តួចផ្តើមបង្កើតមុខរបរ សំរាប់អតិថិជនជនបទកម្ពុជា (C-BIRD)



ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ



សមាគមធនាគារនោវកម្ពុជា

ធនាគារអតិថិជនជនបទ  
SSTA4575-CAM: C-BIRD

### **អារម្ភកថា**

សៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍អាជីវកម្មនេះ រៀបរៀង និងសរសេរឡើងដោយលោក **កង ច័ន្ទតារាវត្ត** ដែលជាប្រធានផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចនៃវិទ្យាស្ថានកម្ពុជាដើម្បីសិក្សាការអភិវឌ្ឍន៍ (អ្នកជំនាញការផ្នែកអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ) ក្រោមការសំរបសំរួលជាមួយធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី សមាគមធនាគារនៅកម្ពុជា និងក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ ។

បើគ្មានការរំលែកពត៌មាន បទពិសោធន៍ និងគំនិតយោបល់ពីសំណាក់ស្ថាប័នខាងលើទេ សៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍អាជីវកម្មនេះ នឹងមិនអាចកើតជារូបរាងឡើយ ។ អ្នកនិពន្ធ សូមថ្លែងអំណរគុណជាពិសេសចំពោះការគាំទ្រដែលបានធ្វើឡើងតាំងពីពេលចាប់ផ្តើមរហូតដល់បញ្ចប់សៀវភៅសំណាក់បុគ្គលិកនៃក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ សមាគមធនាគារនៅកម្ពុជា និងធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី ។

លើសពីនេះទៅទៀត អ្នកនិពន្ធ សូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ចំពោះការរួមចំណែករបស់ក្រុមការងារគំរោងដែលបានចំណាយពេលវេលា ពត៌មាន និងអនុសាសន៍ល្អៗ ក្នុងការរៀបរៀងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍អាជីវកម្មនេះឡើង ។ អ្នកនិពន្ធក៏សូមថ្លែងអំណរគុណផងដែរ ចំពោះអាជីវករ វិស័យឯកជន និងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលចំពោះការលះបង់ពេលវេលា និងការចូលរួមពិនិត្យកែលម្អ ។

ក្រុមការងារនៃគំរោងរៀបចំសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍អាជីវកម្ម មានដូចជា:

- លោក **វ៉ែនឌី យុន** សមាគមធនាគារនៅកម្ពុជា
- លោក **ខូវ ប៊ុនឆាយ** សមាគមធនាគារនៅកម្ពុជា
- លោក **ឆារស័ វ៉ាន់** សមាគមធនាគារនៅកម្ពុជា
- លោក **ច្រីក សុធា** សមាគមធនាគារនៅកម្ពុជា
- លោកស្រី **ឡុង ផល្លា** ក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ
- លោក **វៃ សេង** ក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ
- លោក **ចាន់ សុភា** ក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ
- លោក **ចាន់ សុខា** ក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ
- លោក **ធិតធើរ ប្រឹមប៊ុល** ប្រធានក្រុម SSTA ៤៥៧៥

ការបង្ហាញ និងការបកស្រាយដែលរៀបចំឡើងក្នុងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍អាជីវកម្មនេះ មិនមែនសុទ្ធតែឆ្លុះបញ្ចាំងពីគោលការណ៍ វិទ្យាស្ថានរបស់ក្រសួងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ វិធានការអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី វិសមាគមធនាគារនៅកម្ពុជានោះទេ ប៉ុន្តែជាការទទួលខុសត្រូវរបស់អ្នកនិពន្ធតែប៉ុណ្ណោះ ។

### មាតិកា

**អារម្ភកថា** ----- ២

អំពីសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍ ----- ៥

ដំណាក់កាលនៃការចាប់ផ្តើមធ្វើអាជីវកម្ម ----- ៧

**ជំពូក ១. គំនិតធ្វើអាជីវកម្ម** ----- **៨**

**ជំពូក ២. យល់ដឹងអំពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក** ----- **៩**

    ទិដ្ឋភាព ----- ៩

    គួរប្រកួតប្រជែង ----- ១១

    អ្នកផ្គត់ផ្គង់សម្ភារៈ និងវត្ថុធាតុដើម ----- ១២

    តម្រូវការទុន ----- ១៣

    តម្រូវការផ្លូវច្បាប់ ----- ១៥

    ទីកន្លែងអាជីវកម្ម ----- ១៥

**ជំពូក ៣. ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម** ----- **១៧**

**ជំពូក ៤. ដំណើរការអាជីវកម្ម** ----- **១៩**

    ការគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ណ ----- ១៩

    ការគ្រប់គ្រងផលិតកម្ម ----- ២១

    ការធ្វើបញ្ជីគណនេយ្យ ----- ២១

    ទំនាក់ទំនងនៅក្នុងអាជីវកម្ម ----- ២២

    ការបង់ពន្ធ ----- ២៣

**ឯកសារភ្ជាប់បន្ថែមសម្រាប់ដំណាក់កាលទាំងអស់នៃការធ្វើអាជីវកម្ម** ----- **២៥**

    ទំនាក់ទំនងដើម្បីបានបញ្ជីឈ្មោះសមាគមអាជីវកម្ម ----- ២៥

    សៀវភៅស្តីអំពីអាជីវកម្ម ----- ២៥

    ប្រព័ន្ធឱ្យសាយដែលមានប្រយោជន៍ដល់សហគ្រាសថ្មីថ្មោង ----- ២៦

**ឯកសារភ្ជាប់បន្ថែមសម្រាប់ដំណាក់កាល ២ - យល់ដឹងអំពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក** ----- **២៧**

    វិធានព័ត៌មានតាមអ៊ិនធឺណែត ----- ២៧

ពិព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្ម-----២៨  
 សៀវភៅទូរស័ព្ទ ទំព័រលឿង ----- ៣០  
 ពាក្យសុំខ្ចីប្រាក់ ----- ៣១  
 ការបើកគណនីក្រុមហ៊ុន-----៣២  
 បញ្ជីឈ្មោះអាជ្ញាប័ណ្ណ-----៣៣  
**ឯកសារភ្ជាប់បន្ថែមសំរាប់ដំណាក់កាល ៣ - ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម----- ៣៨**  
 គំរូណែនាំអំពីការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម ----- ៣៨  
**ឯកសារភ្ជាប់បន្ថែមសំរាប់ដំណាក់កាល ៤ - ដំណើរការអាជីវកម្ម----- ៣៩**  
 ពន្ធលើផលរបរ----- ៣៩  
 សន្ទានុក្រុម----- ៤០

## អំពីសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍

### តើសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍នេះនិយាយអំពីអ្វីខ្លះ?

ការរៀបរៀងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍អាជីវកម្មសំរាប់សហគ្រិនថ្មីក្នុងប្រទេសកម្ពុជានេះ គឺជាគំរោងមួយ ក្នុងចំណោមគំរោងបួន ដែលចេញមកពីគំរោងស្តីពីគំនិតផ្តួចផ្តើមបង្កើតមុខរបរសំរាប់អភិវឌ្ឍន៍ជនបទកម្ពុជា (C-BIRD) ។ ហេតុផលដ៏សំខាន់ក្នុងការរៀបរៀងនូវសៀវភៅនេះឡើង គឺដើម្បីផ្តល់ជាជំនួយដល់សហគមន៍ ជនបទ អោយបានយល់ដឹងកាន់តែប្រសើរឡើងអំពីគោលការណ៍នៃអាជីវកម្ម និងរបៀបបង្កើត ព្រមទាំង ដំណើរការអាជីវកម្មផ្ទុះតូចក្នុងប្រទេសកម្ពុជាបច្ចុប្បន្ននេះ។ ការយល់ពិតប្រាកដអំពីគោលការណ៍នៃអាជីវកម្ម គឺជាតំរូវការដ៏ចុងបំផុតដើម្បីទទួលបាននូវជ័យជំនះក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម។

សៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍នេះ ត្រូវបានរៀបរៀងយោងទៅតាមបទពិសោធន៍ការងារនៅតាមមូលដ្ឋាន និងប្រវត្តិ នៃអាជីវករក្នុងស្រុក រួមមានសមាគមអាជីវកម្មផ្ទុះតូច និងមធ្យមក្នុងខេត្តមួយចំនួនក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

### តើសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍នេះ រៀបចំសំរាប់នរណា?

សៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍នេះ មានសារៈប្រយោជន៍ចំពោះអ្នកដែលចង់ក្លាយជាសហគ្រិន អាជីវករ និងអ្នកដែល កំពុងធ្វើការងារជំរុញការអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្មជនបទ។

លើសពីនេះ សៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍ លើកកំពស់ទំនាក់ទំនងគ្នាទៅវិញទៅមក រវាងវិស័យឯកជន និងសហគមន៍ ជនបទ ក្នុងគោលបំណងជួយស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុក្នុងការពង្រីកឥណទានអោយទៅដល់សហគ្រាសផ្ទុះតូច និង មធ្យមនៅជនបទ។

ចំណុចខាងក្រោមនេះ បញ្ជាក់ជូនអ្នកអានថា តើសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍ជាអ្វី ហើយវាមិនមែនជាអ្វី។

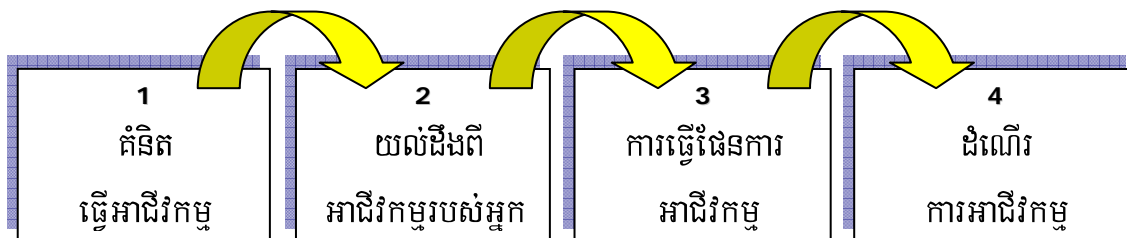
### សៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍នេះគឺជា៖

- ក្បួនដឹងមួយស្រួលមួយដែលប្រកបទៅដោយអនុសាសន៍ងាយយល់ ជាពិសេសអំពីវិធីបង្កើតអាជីវកម្មថ្មី
- ប្រភពដែលបង្ហាញប្រក ដើម្បីធ្វើការទំនាក់ទំនងស្នើសុំព័ត៌មាន វិយោបល់បន្ថែម
- សៀវភៅដែលអ្នកអានស្រួលយល់ដោយសារមានពន្យល់ទ្រឹស្តីគន្លឹះមួយចំនួន

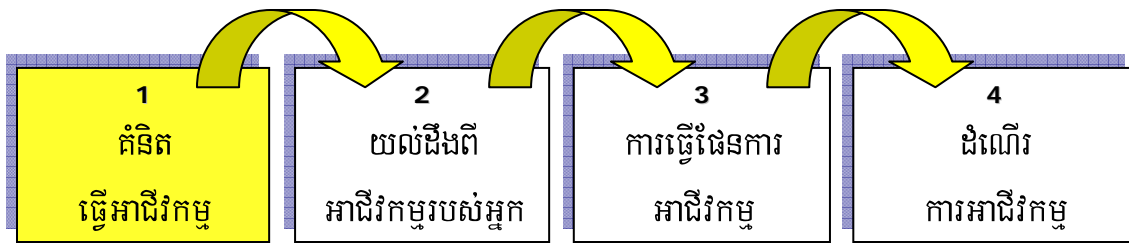
**សៀវភៅបង្កើតស្តង់ដារនេះគឺមិនមែនជា:**

- ក្បួនដែលត្រូវតែធ្វើតាមរាល់ចំណុចទាំងអស់ពាក់ព័ន្ធនឹងការបង្កើត ព្រមទាំងដំណើរការអាជីវកម្ម  
នោះទេ
- សៀវភៅសិក្សាអាជីវកម្ម
- ក្បួនសំរាប់ដំណោះស្រាយរាល់បញ្ហាអាជីវកម្មដែលសហគ្រិនប្រឈម ដូចជាបញ្ហាថាតើអាជីវកម្ម  
អាចរស់ទេ? តើវាចំណេញទេ? រឺតើវាអាចលូតលាស់ទេ?

### ដំណាក់កាលនៃការចាប់ផ្តើមធ្វើអាជីវកម្ម



ដំណាក់កាលដំបូងមុននឹងចាប់ផ្តើមដើម្បីបង្កើតអាជីវកម្មថ្មី គឺជាការពិចារណាលើគំនិតធ្វើអាជីវកម្ម។ ដើម្បីធ្វើអោយប្រាកដថា ប្រាក់របស់ពួកគេ កំពុងតែវិនិយោគទៅក្នុងគំរោងដ៏ល្អមួយនោះ វិនិយោគគិតជាទូទៅតែងតែពិចារណាទៅលើគំនិត និងជំរើសជាច្រើនប្រភេទជាពិសេសការចំណេញ វិភាគនៃគំនិត វិជ្ជាវិស័យនីមួយៗ។ មុនពេលធ្វើការសំរេចចិត្តចុងក្រោយ ថាតើប្រាក់ត្រូវវិនិយោគទៅទិសណានោះ វិនិយោគគិត គួរព្យាយាមសិក្សារាល់ស្ថានភាពសំខាន់ៗទាំងអស់ ដែលអាចកើតមានដល់អាជីវកម្មនាពេលអនាគត ដូចជាស្ថានភាពទីផ្សារ និងតម្រូវការទុន និងតម្រូវការផ្លូវច្បាប់។ បន្ទាប់មក លទ្ធផលទាំងអស់ ត្រូវបញ្ចូលទៅក្នុង "ផែនការអាជីវកម្ម" សំរាប់ធ្វើការវាយតម្លៃបន្តទៀត។ ផ្អែកទៅលើ "ផែនការអាជីវកម្ម" នេះ ប្រសិនបើអាជីវកម្មដែលបានជ្រើសរើសនោះ សមស្របទៅនឹងលក្ខខណ្ឌរបស់វិនិយោគគិត គេនឹងចាប់ផ្តើមដំណើរអាជីវកម្មនោះតែម្តង។ ជំពូកបន្តបន្ទាប់ នឹងពន្យល់យ៉ាងល្អិតល្អន់ពីដំណាក់កាលជាមូលដ្ឋានទាំងនេះម្តងមួយៗ ក្នុងគោលបំណងដើម្បីបង្ហាញផ្លូវដល់សហគ្រិន (ដែលមានសមត្ថភាព) ធ្វើយ៉ាងណាអោយគំនិតធ្វើអាជីវកម្មរបស់គេក្លាយជាការពិត។



### ជំពូក ១. គំនិតធ្វើអាជីវកម្ម

ដំណាក់កាលដំបូងនៃការរៀបចំចាប់ផ្តើមដំណើរការអាជីវកម្ម គឺត្រូវសិក្សាលើគំនិតធ្វើអាជីវកម្មជាមុន ។ អ្នកត្រូវប្រមូលគំនិតផ្សេងៗរបស់អ្នក រួចហើយធ្វើការពិចារណាទៅលើ គុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិ នៃគំនិតនីមួយៗ ។ ខាងក្រោម នេះ គឺជាគន្លឹះមួយចំនួនដើម្បីធ្វើការជ្រើសរើសអាជីវកម្មដ៏ល្អមួយ<sup>១</sup> ៖

- រកអាជីវកម្មណាដែលមានទីផ្សារនាពេលអនាគត
- ត្រូវជៀសវាងរាល់ អាជីវកម្មលើ " របស់របរប្រើប្រាស់ " ទាំងឡាយណាដែលការប្រកួតប្រជែងផ្នែកទាំងស្រុងទៅលើថ្លៃទំនិញ
- អាជីវកម្ម សេវាកម្មភាគច្រើន ឈ្នះចាញ់លើតម្លៃ

**អ្នកដែលអាចផ្តល់យោបល់មានដូចជា៖**

- គ្រួសារ និងមិត្តភ័ក្ត
- អាជីវករដែលទទួលបានជោគជ័យ
- សមាគមអាជីវកម្ម
- អាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន
- បើកអាជីវកម្ម

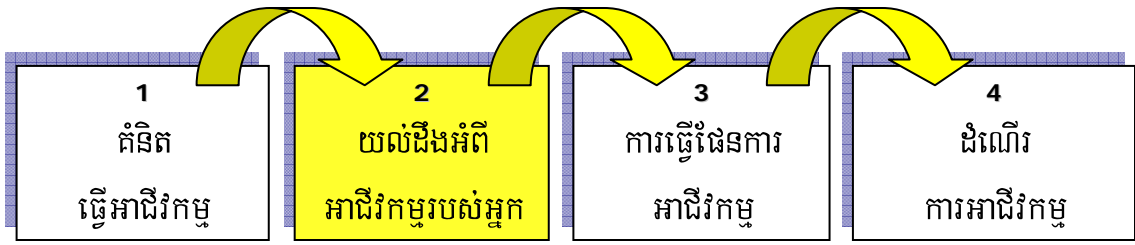


**បទពិសោធន៍៖ ការទទួលបានគំនិតធ្វើអាជីវកម្ម**  
 ស្ត្រីម្នាក់ភោជនីយដ្ឋានម្នាក់ អាយុ ៣២ឆ្នាំ នៅទីក្រុងភ្នំពេញ  
 “បន្ទាប់ពីខ្ញុំបានរៀបការចមក ខ្ញុំនិងប្តីរបស់ខ្ញុំ ចង់ក្រោកឈរដោយខ្លួនឯង មិនចាំបាច់ពឹងអ្នកដទៃ ។ យើងបានពិភាក្សាគ្នាចង់ចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មមួយ ។ ចុងបញ្ចប់ យើងបានសំរេចចិត្តបើកភោជនីយដ្ឋាន ” ។



<sup>១</sup> រូបសាមញ្ញ៖ [www.smetoolkit.org](http://www.smetoolkit.org)



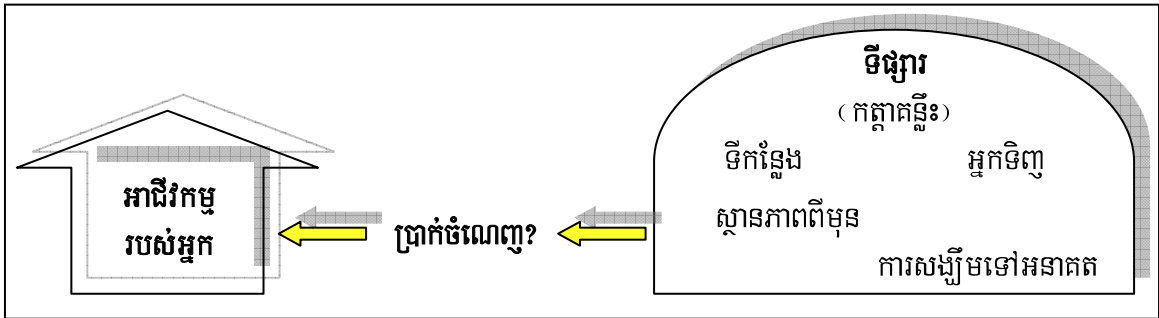


**ជំពូក ២. យល់ដឹងអំពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក**

បន្ទាប់ពីអ្នកនិករគំនិតធ្វើអាជីវកម្មរួចហើយ វាជាការចាំបាច់ណាស់ក្នុងការទទួលបានព័ត៌មានបន្ថែមទៀតអំពីអាជីវកម្មនោះ ដូចជា ទីផ្សារ ការប្រកួតប្រជែង អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងតម្រូវការចាំបាច់ផ្សេងៗទៀត។ ព័ត៌មាននេះ អាចជួយអ្នកក្នុងការបង្កើតនូវយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីកាត់បន្ថយភាពប្រថុយប្រថានបាន។ អ្នកអាចប្រមូលព័ត៌មានតាមរយៈការពិភាក្សាជាមួយមនុស្សផ្សេងៗគ្នា ដូចជាអាជីវករផ្សេងទៀតដែលមានអាជីវកម្មដូចគ្នា សមាគមអាជីវកម្ម និងមិត្តភក្តិ និង/ឬ តាមរយៈការស្រាវជ្រាវព័ត៌មានតាមអ៊ីនធឺណែត<sup>២</sup> ។

**ទីផ្សារ**

ប្រាក់ចំណេញរបស់អ្នកនាពេលអនាគត វានឹងអាស្រ័យទៅលើទំហំនៃទីផ្សារ ប្រភេទនៃអតិថិជន និងតម្រូវការរបស់អតិថិជនជាដើម ។



ដើម្បីអាចដឹងពីស្ថានភាពទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន និងពេលអនាគត អ្នកអាចសួរសំណួរដូចខាងក្រោមនេះ៖

- តើទីផ្សារនៅឯណា? ក្នុងភូមិស្រុករបស់អ្នក ក្រៅភូមិស្រុករបស់អ្នក រឺនៅបរទេស?
- តើចំនួនអ្នកទិញនៅក្នុងទីផ្សារគោលដៅរបស់អ្នកមានចំនួនប្រហែលប៉ុន្មាន?
- តើកំរិតជីវភាពរបស់អ្នកទិញដូចម្តេចដែរ?

<sup>២</sup> សូមមើលឯកសារភ្ជាប់បន្ថែមចំពោះដំណាក់កាលទី ២ សំរាប់ការបកស្រាយលំអិតអំពីវិធីរកព័ត៌មានតាមអ៊ីនធឺណែត

- សំរាប់ទីផ្សាររបស់អ្នក តើមានអាជីវកម្មចំនួនប៉ុន្មានកន្លែងហើយដែលបានផ្គត់ផ្គង់នូវសេវាកម្មវិធីលិតផលដែលអ្នកចង់លក់ឬទេ ?
- តើតំរូវការចំពោះផលិតផល /សេវាកម្មនេះ ធ្លាប់មានការកើនឡើង រីឯយចុះ រឺនៅដដែលក្នុងរយៈពេលបីឆ្នាំកន្លងមកនេះ? ចូរសិក្សាអំពីមូលហេតុ!
- តើតំរូវការផលិតផល /សេវាកម្ម អាចកើនឡើង រីឯយចុះ រឺនៅដដែលរយៈពេលបីឆ្នាំខាងមុខទៀត? ចូរសិក្សាអំពីមូលហេតុ!

ដើម្បីជំរុញផលិតផលរបស់អ្នកនៅក្នុងទីផ្សារ វិធីសាមញ្ញមួយចំនួនរួមមានដូចខាងក្រោម៖<sup>៣</sup>

- ពិព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្ម<sup>៤</sup>
- ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម តាមរយៈ សារពត៌មាន ខិតប័ណ្ណ និងទស្សនាវដ្តីនានា
- ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមទូរទស្សន៍
- ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមវិទ្យុ
- ចែកចាយផលិតផលគំរូរបស់អ្នក
- បញ្ចូលពត៌មានទំនាក់ទំនងរបស់អ្នកទៅក្នុងសៀវភៅទូរស័ព្ទ ទំព័រលឿង<sup>៥</sup>
- ទាក់ទងទៅសមាគមអាជីវកម្ម និង /វិសភាពាណិជ្ជកម្ម

**ការបំផុសទីផ្សារ៖ ពិព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្ម**



**អ្នកដែលអាចផ្តល់យោបល់រួមមាន៖**

- អ្នករកស៊ីក្នុងមុខរបរដូចគ្នា
- អតិថិជនដែលស្គាល់
- មន្ទីរច្រកទេសនៅតាមខេត្ត-ក្រុង
- សមាគមអាជីវកម្ម
- សភាពាណិជ្ជកម្ម
- វិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវ
- ក្រុមហ៊ុនប្រឹក្សាផ្នែកអាជីវកម្ម

<sup>៣</sup> សំរាប់ពត៌មានបន្ថែមអំពីរបៀបធ្វើម៉ាយេធីង សូមមើល រៀនការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មដោយខ្លួនឯង – ការជំរុញ និងការផ្សព្វផ្សាយ (MPDF) ”

<sup>៤</sup> សូមមើលឯកសារភ្ជាប់បន្ថែមចំពោះដំណាក់កាលទី ២ សំរាប់ពត៌មានបន្ថែមអំពីពិព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្ម ។

<sup>៥</sup> សូមមើលឯកសារភ្ជាប់បន្ថែមចំពោះដំណាក់កាលទី ២ សំរាប់ពត៌មានបន្ថែមអំពីសៀវភៅទូរស័ព្ទ ទំព័រលឿង ។