



សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ
និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច



សារណាមក្នុងការសិក្សា

ការប្រែប្រួលបច្ចេកវិទ្យាទៅលើសេវាកម្ម
តោលនីយដ្ឋាន McDonald's របស់ប្រទេសចិន

ស្រាវជ្រាវចាប់ពីថ្ងៃទី២៣ ខែមីនា ឆ្នាំ២០២២ ដល់ថ្ងៃទី២៣ ខែឧសភាឆ្នាំ២០២២

ស្រាវជ្រាវដោយ

និស្សិតឈ្មោះ: កញ្ញា.ឡុយ ពិស័រ
កញ្ញា.វិទ្យា សុំណាលីង

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

លោកស្រីបណ្ឌិត ឡុង ម៉ាមីឌី

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រគ្រប់គ្រងធុរកិច្ច

ជំនាន់ទី ៦

ឆ្នាំចូលសិក្សា

ឆ្នាំសរសេរសារណា

២០១៨

២០២២

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ជាបឋម ក្នុងនាមយើងនិស្សិត **ឈ្មោះ ឡុយ ពិសិដ្ឋា និង វិទ្យា ស៊ីណាលីង** ដែលជានិស្សិតថ្នាក់ បរិញ្ញាបត្រគ្រប់គ្រងធុរកិច្ច កំពុងសិក្សាឆ្នាំទី៤ ក្រុម M₄B₁ និងM₄A₁ នៃសាកលវិទ្យាល័យ **ភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច** សូមធ្វើការគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅជូនចំពោះ៖

- **លោកឪពុក អ្នកម្តាយ** ដែលលោកទាំងពីរជាអ្នកមានគុណដែលបានផ្តល់កំណើត ចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សាកូនអស់ពីកម្លាំងកាយចិត្ត លោកបានខិតខំពុះពារគ្រប់ឧបសគ្គទាំង អស់ដើម្បីកូនផ្តល់ភាពកក់ក្តៅក្នុងគ្រួសារ ជាពិសេសផ្តល់នូវជំនួយប្រៀបប្រដៅល្អៗ និង ផ្តល់ផ្គត់ផ្គង់រាល់ការចំណាយក្នុងការសិក្សារបស់កូនរហូតដល់យើងអាចរៀនសូត្រ បន្តមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។
- **ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការ លោក លោកស្រីសាកលវិទ្យាធិការរង ព្រឹទ្ធមុនីស្រី ព្រឹទ្ធមុនីរង លោកគ្រូនិងអ្នកគ្រូសាស្ត្រាចារ្យ ព្រមទាំងបុគ្គលិកទាំងអស់នៃ សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច** ដែលបានយក ចិត្តទុកដាក់បង្ហាត់បង្រៀន ផ្តល់ចំណេះដឹង និងជំនួយល្អៗព្រមទាំងចែករំលែកបទ ពិសោធន៍ និងការកសាងខ្លួនក្នុងសង្គមអោយបានផ្លែផ្លូវ ធ្វើជាពលរដ្ឋល្អនិងជាសរសរ ទ្រូងរបស់ប្រទេសជាតិនាពេលថ្ងៃអនាគត។
- ជាពិសេស សាស្ត្រាចារ្យ **ឡុង ម៉ាមីឌី** ដែលមិនត្រឹមតែបង្ហាត់បង្រៀនក្នុងថ្នាក់ប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងជួយជ្រោមជ្រែង ណែនាំ បង្ហាត់បង្ហាញ ពន្យល់ តម្រង់ទិសក្នុងការសរសេរសារណា នេះឡើង ទាំងដែលពួកខ្ញុំមិនមានបទពិសោធន៍ពីមុនមក។ លើសពីហ្នឹងទៅទៀត អ្នកគ្រូបាន ជួយកែសម្រួលពីចំណុចខ្វះខាតផ្សេងៗលើអត្ថបទសារណាមួយនេះ អោយរឹតតែស៊ីជម្រៅលើ អត្ថន័យ ភាពត្រឹមត្រូវ ច្បាស់លាស់ និងប្រាកដនិយម។

ជាចុងក្រោយនេះ យើងទាំងអស់គ្នាសូមគោរពដឹងគុណ និងសូមបួងសួងដល់វត្តស័ក្តិសិទ្ធិទាំងអស់នៅ ក្នុងលោក សូមជួយតាមជួយថែរក្សាការពារ លោកឪពុក អ្នកម្តាយ ព្រមទាំងលោកគ្រូ អ្នកគ្រូ សាស្ត្រាចារ្យទាំង អស់ ទទួលបានសេចក្តីសុខ មានសុខភាពល្អ ជោគជ័យក្នុងការបំពេញភារកិច្ច និងជួបប្រទះតែពុទ្ធពរទាំងបួន ប្រការគឺ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ និងពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អារម្ភកថា

បន្ទាប់ពីបានសិក្សានៅ **សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច** ជំនាញ **គ្រប់គ្រងធុរកិច្ច** អស់រយៈពេល៤ឆ្នាំមកនេះ យើងទាំងពីរនាក់បានទទួលនូវចំណេះដឹងយ៉ាងច្រើន ទាំងទ្រឹស្តី និងការលើកឡើងជាឧទាហរណ៍ក្នុងសង្គមជាក់ស្តែងដែលបានណែនាំយ៉ាងក្បោះក្បាយ ពី សំណាក់សាស្ត្រាចារ្យល្បីៗ ដែលបានធ្វើអោយការសិក្សារបស់យើងកាន់តែមានភាពរីកចម្រើនឡើង។ ក្នុង ចំណោមប្រធានបទទាំងអស់ គឺយើងបានចាប់អារម្មណ៍លើប្រធានបទដែលទាក់ទងទៅនឹងការប្រើប្រាស់ បច្ចេកវិទ្យានៅក្នុងអាជីវកម្មជាងគេ។ យើងដឹងស្រាប់ហើយថានៅលើសកលលោកនេះ បច្ចេកវិទ្យាគឺមានការ រីកចម្រើនឡើងជាខ្លាំងក្នុងយុគសម័យឌីជីថលនេះ មិនថាការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នា ការធ្វើអាជីវកម្ម ការសិក្សា ស្រាវជ្រាវអំពីសម័យបុរាណ ឬក៏ការព្យាករណ៍សម្រាប់ថ្ងៃអនាគតទេ គឺសុទ្ធសឹងតែមានការប្រើប្រាស់បច្ចេក វិទ្យាស្ទើរតែទាំងអស់។ បើយើងក្រឡេកទៅមើលការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទៅលើផលិតកម្មវិញ គឺយើងសង្កេត ឃើញថា វាមានភាពខុសគ្នាពីការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទៅលើសេវាកម្ម ដោយសារតែមានការប្រែប្រួលសព្វ បែបយ៉ាង បន្ទាប់ពីបច្ចេកវិទ្យាបានជ្រាបចូលទៅក្នុងអាជីវកម្ម។ អាស្រ័យដោយការយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើ ចំណុចខាងលើនេះ រួមផ្សំជាមួយនឹងចំណង់ចំណូលចិត្តផ្ទាល់របស់យើងផង វាជាហេតុនាំអោយយើងបាន សម្រេចចិត្តលើកយកប្រធានមួយនេះមកធ្វើការបកស្រាយលំអិតគឺ៖ **ការប្រែប្រួលបច្ចេកវិទ្យាទៅលើ សេវាកម្មភោជនីយដ្ឋាន McDonald's របស់ប្រទេសចិន** ដើម្បីចងក្រងធ្វើជាសារណាសម្រាប់ បញ្ចប់ឆ្នាំទី៤នេះ។

ជាចុងក្រោយ យើងសង្ឃឹមនិងជឿជាក់យ៉ាងមុតមាំថាសារណានេះ នឹងផ្តល់ជាសំណេរ ក៏ដូចជាគំនិត ល្អៗ ដើម្បីបានជាឯកសារដែលមានប្រយោជន៍ដល់សង្គមជាតិទាំងមូល ដើម្បីអាចស្វែងយល់ឲ្យបានស៊ីជម្រៅ បន្ថែមទៀតជាមួយនឹងប្រធានបទដែលយើងបានស្រាវជ្រាវមួយនេះ និងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់បណ្តានិស្សិត ជំនាន់ក្រោយទុកជាឯកសារសម្រាប់ស្រាវជ្រាវបន្តទៀត។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការចងក្រងឯកសារមួយ នេះច្បាស់ណាស់នឹងមានកង្វះខាត និងកំហុសខុសឆ្គងទាំងអត្ថន័យ និងអក្ខរាវិរុទ្ធដោយជៀសមិនផុតឡើយ។ ដូចនេះ ក្រុមយើងខ្ញុំនឹងទទួលនូវមតិវិចិត្រ ក្នុងន័យស្ថាបនាពីសំណាក់សាស្ត្រាចារ្យ មិត្តនិស្សិតគ្រប់រូបដើម្បី បំពេញនូវកង្វះខាតទាំងឡាយ ព្រមទាំងកែលម្អស្នាដៃមួយនេះអោយកាន់តែប្រសើរឡើង។

មាតិកា

ទំព័រ

បញ្ជីអក្សរកាត់	iv
បញ្ជីរូបភាព	v

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ហា	១
២. ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	២
៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ	២
៤. ទំហំ និងដែនកំណត់	៣
៥. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ	៣
៦. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ	៤
ក. ប្រភេទនៃវិធីសាស្ត្រក្នុងការស្រាវជ្រាវ	៤
ខ. ការប្រមូលទិន្នន័យ	៥
គ. វិធីសាស្ត្រវិភាគទិន្នន័យ	៥
៧. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ	៦

ជំពូកទី១

រំលឹកទ្រឹស្តី

១.១ និយមន័យ	៧
១.១.១ ការប្រែប្រួល	៧
១.១.២ បច្ចេកវិទ្យា	៧
១.១.៣ សេវាកម្ម	៨
១.១.៤ ភោជនីយដ្ឋាន	៨
១.២ ការប្រែប្រួលសេវាកម្ម	៩
១.២.១ ការប្រែប្រួលក្នុងតម្រូវការ	៩

១.២.២ ការប្រែប្រួលក្នុងការផ្គត់ផ្គង់	៩
១.២.៣ ការប្រែប្រួលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់	៩
១.២.៤ ថ្លៃដើមប្រែប្រួល	១០
១.៣ ប្រភេទនៃសេវាកម្មក្នុងភោជនីយដ្ឋាន	១០
១.៤ ប្រភេទនៃភោជនីយដ្ឋាន	១១
១.៤.១ ភោជនីយដ្ឋាន (Restaurant)	១១
១.៤.២ ភោជនីយដ្ឋានសណ្ឋាគារ (Hotel Restaurant)	១៣
១.៤.៣ ភោជនីយដ្ឋានបម្រើដោយខ្លួនឯង(Self Service Restaurant).....	១៤
១.៤.៤ ភោជនីយដ្ឋានអាហាររហ័ស(Fast Food Restaurant)	១៥
១.៤.៥ ភោជនីយដ្ឋានជំនាញ(Specialized Restaurant)	១៥
១.៤.៦ ភោជនីយដ្ឋានអាហារតាម(Diet Restaurant).....	១៥
១.៤.៧ អាហារដ្ឋាន (Canteen).....	១៦
១.៥ ការពិពណ៌នាទូទៅអំពីបច្ចេកវិទ្យា	១៧
១.៥.១ ដំណើរនៃការវិវត្តន៍របស់បច្ចេកវិទ្យា	១៧
១.៥.២ គុណសម្បត្តិនៃបច្ចេកវិទ្យាលើអាជីវកម្ម	២០
១.៥.២.១ ការកាត់បន្ថយថ្លៃដើម.....	២០
១.៥.២.២ ផលប្រយោជន៍ផ្សេងៗទៀត	២១
១.៥.៣ គុណវិបត្តិនៃបច្ចេកវិទ្យាលើអាជីវកម្ម.....	២៥

ជំពូកទី២

ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's

២.១ ជីវប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's	២៨
២.១.១ បង្កើតឡើងដោយលោក Richard និង Maurice McDonald	២៨
២.១.២ ប្រវត្តិលោក Ray Kroc និងការចូលរួមជាមួយក្រុមហ៊ុន McDonald's	២៨
២.២ ប្រវត្តិក្រុមហ៊ុន McDonald's ចូលទៅវិនិយោគក្នុងប្រទេសចិន	៣១

ជំពូកទី៣

ប្រតិបត្តិការបច្ចេកវិទ្យារបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's នៅក្នុងប្រទេសចិន

៣.១ ក្រុមហ៊ុន McDonald's ដែលកំពុងប្រើបច្ចេកវិទ្យានៅទសវត្សរ៍ចុងក្រោយនៅក្នុងប្រទេសចិន	៣៣
៣.១.១ ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា Dynamic Yield	៣៥
៣.១.២ ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា Plexure.....	៣៧
៣.១.៣ ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា Apprente	៣៨
៣.១.៤ ការទូទាត់ប្រាក់តាមប្រព័ន្ធខ្ចីជីថល	៤១
៣.១.៤.១ អំពីប្រព័ន្ធទូទាត់ WeChat Pay	៤១
៣.១.៤.២ អំពីប្រព័ន្ធទូទាត់ QQ Wallet	៤២
៣.១.៤.៣ អំពីប្រព័ន្ធទូទាត់ Apple Pay	៤២
៣.១.៤.៤ អំពីប្រព័ន្ធទូទាត់ Alipay	៤៤
៣.២ ឥទ្ធិពលបច្ចេកវិទ្យានៅប្រទេសចិនទៅលើ McDonald's	៤៦
៣.៣ ភាពប្រឈម និងអត្ថប្រយោជន៍របស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's ពីបច្ចេកវិទ្យានៅប្រទេសចិននា	
ទសវត្សរ៍ចុងក្រោយ	៤៨
៣.៣.១ បញ្ហាប្រឈមបច្ចេកវិទ្យានៅប្រទេសចិននាទសវត្សរ៍ចុងក្រោយ	៤៨
៣.៣.២ អត្ថប្រយោជន៍នៃបច្ចេកវិទ្យានៅប្រទេសចិននាទសវត្សរ៍ចុងក្រោយ.....	៤៩

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន	៥១
២. ការផ្តល់អនុសាសន៍	៥៣

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីអក្សរកាត់

AI	: Artificial Intelligent
KIOSK	: Kommunikasjon Intergrert Offernting Service Kontor
ICT	: Information and Communications Technology
CNBC	: Consumer News and Business Channel
API	: Application Programing Interface
SDK	: Software Development Kit
P2P	: People to People
QR	: Quick response
NFC	: Near Field Communication
PIN	: Postal Index Number
IOS	: IDevice Operating System
CVV	: Card Verification Value
Wi-Fi	: Wireless Fidelity

បញ្ជីរូបភាព

- រូបភាពទី១ ៖ គោជនីយដ្ឋានបុរាណ
- រូបភាពទី២ ៖ លោក Ray Kroc
- រូបភាពទី៣ ៖ ថ្ងៃបើកសម្ពោធរបស់ McDonald's នៅក្រុងប៉េកាំង
- រូបភាពទី៤ ៖ ស្លាកសញ្ញាក្រុមហ៊ុន Dynamic Yield
- រូបភាពទី៥ ៖ ស្លាកសញ្ញាក្រុមហ៊ុន Plexure
- រូបភាពទី៦ ៖ ស្លាកសញ្ញាក្រុមហ៊ុន Apprente
- រូបភាពទី៧ ៖ ស្លាកសញ្ញាប្រព័ន្ធ We Chat Pay
- រូបភាពទី៨ ៖ ស្លាកសញ្ញាប្រព័ន្ធ QQ Wallet
- រូបភាពទី៩ ៖ ស្លាកសញ្ញាប្រព័ន្ធ Apple Pay
- រូបភាពទី១០ ៖ ស្លាកសញ្ញាប្រព័ន្ធ Alipay
- រូបភាពទី១១ ៖ ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មក្រុមហ៊ុន McDonald's សម្រាប់អបអរសាទរឆ្នាំថ្មី
- រូបភាពទី១២ ៖ ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មក្រុមហ៊ុន McDonald's អំពីកង់សាកថ្មី
- រូបភាពទី១៣ ៖ សកម្មភាពអតិថិជន McDonald's បរិភោគ និងធាក់កង់សាកថ្មី

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ជាក់

នាពេលសម័យបច្ចុប្បន្ននេះ អាជីវកម្មផ្នែកម្ហូបអាហាររហ័សកំពុងទទួលបានការពេញនិយមពីចំណោមយុវវ័យជុំវិញពិភពលោក។ ទន្ទឹមនឹងនោះក៏មានភោជនីយដ្ឋានជាច្រើនដែលកំពុងបន្តដំណើរការលក់របស់ខ្លួននៅក្នុងទីផ្សារជាតិ និងអន្តរជាតិ។ ក្នុងនោះផងដែរ ភោជនីយដ្ឋានដែលបានជាប់ចំណាត់ថ្នាក់លេខ១នៅលើពិភពលោកផ្នែកអាហាររហ័សបើផ្អែកលើប្រាក់ចំណូល ចំនួនបុគ្គលិក និងចំនួនទីតាំង ដោយយោងតាមសៀវភៅ យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ម៉ាកលំដាប់ពិភពលោក។ McDonald's មានសាខាជិត៤ម៉ឺនកន្លែង ជាង១០០ប្រទេស។ នៅឆ្នាំ២០២០ ក្តីតែត្រូវឆ្លងកាត់វិបត្តិកូវីដ-១៩ ក៏ដោយ ចំណូលរបស់ McDonald's ថយចុះតែ១០% ប៉ុណ្ណោះ គឺធ្លាក់មកត្រឹម១៩,២១ប៊ីលានដុល្លារ រីឯប្រាក់ចំណេញបានធ្លាក់២១% មកត្រឹម៤,៧៣ប៊ីលានដុល្លារ។ McDonald's ខុសពីភោជនីយដ្ឋានផ្សេងៗ ដែលអតិថិជនទៅទទួលទានយូរៗម្តងវាជាប្រភេទអាហារលឿនដែលមានអតិថិជនជាច្រើនទទួលជាប្រចាំ។ ជាការពិត អាហារនៅ McDonald's មិនមែនមានឈ្មោះល្បីល្បាញដោយសារតែមានរសជាតិឆ្ងាញ់លើសគេនោះទេ។ មានហាងល្បីៗ ហាងឆ្ងាញ់ៗ ច្រើនណាស់ មុននឹងក្រោយ McDonald's ចាប់ផ្តើមប្រតិបត្តិការ។ នៅឆ្នាំ១៩៤០ McDonald's មានភាពល្បីល្បាញ និងការរីកលូតលាស់ត្រឹមក្នុងកម្រិតសហគមន៍ប៉ុណ្ណោះ។ លោក Ray Kroc បានទិញសិទ្ធិចែកចាយបន្ត McDonald's បានពង្រីកខ្លួនជុំវិញសហរដ្ឋអាមេរិក និងបន្តក្លាយជាម៉ាកយីហោលំដាប់ពិភពលោក។ ប៉ុន្តែមិនមែនមានន័យថាគ្រប់ប្រទេសទាំងអស់ សុទ្ធតែត្រូវបានក្រុមហ៊ុន McDonald's ធ្វើការវិនិយោគនោះទេ។¹

នៅប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះនៅតំបន់អាស៊ីមានតួរលេខនៃចំនួនសាខាច្រើនជាងគេ ជាពិសេសប្រទេសចិន និងប្រទេសជប៉ុន។ ទោះបីប្រទេសចិនបានឈរជើងនៅចំណាត់ថ្នាក់លេខ១ក្នុងតំបន់អាស៊ី ក៏ពិតមែនតែនៅសម័យឌីជីថលនេះ យើងប្រាកដជាដឹងច្បាស់ថាមានការប្រកួតប្រជែងច្រើនហើយខ្លាំងក្លាទៀតផងមិនថាតាមប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គម ឬនៅសង្គមផ្ទាល់នោះទេ។ ការវិវត្តន៍ពីមួយសម័យកាលទៅសម័យកាលរបស់បច្ចេកវិទ្យាកាន់តែជឿនលឿន។ ការជឿនលឿនរបស់បច្ចេកវិទ្យាតែងតែមានការជះឥទ្ធិពលទៅមជ្ឈដ្ឋាននានា អ្វីដែលពិសេសនោះ វាបានជះឥទ្ធិពលដល់របៀបរបបរស់នៅរបស់មនុស្សក្នុងសម័យនីមួយៗផងដែរ។

¹ សេង ពិសិដ្ឋ និង កា សុវណ្ណដាលីន, យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ម៉ាកលំដាប់ពិភពលោក, McDonald's: ប្រើតម្លាភាពដោះស្រាយការធ្លាក់ប្រជាប្រិយភាព, (ភ្នំពេញ: ឆ្នាំ២០២១), ទំព័រទី២៣៩

បែបនេះហើយ ឥទ្ធិពលនៃបច្ចេកវិទ្យាមានការជម្រុញ និងប្រឈមអ្វីខ្លះទៅលើការវិនិយោគរបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's នៅប្រទេសចិន។

២. បំណែងបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

McDonald's ជាក្រុមហ៊ុនយក្សមួយដែលមានចំនួនបុគ្គលិក សាខា ព្រមទាំងចំណូលច្រើនជាងគេបំផុតនៅក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្មអាហារឆាប់រហ័ស របស់សហរដ្ឋអាមេរិក។ ភាពបត់បែនទៅតាមកូម៉ូនីស្ត និងការច្នៃប្រឌិតផលិតផលថ្មីជាផ្នែកមួយ ដែលជំរុញអោយមានការជោគជ័យស្ទើរតែមួយសតវត្សរ៍មកហើយ។ ការរីកចម្រើនផ្នែកលក់សិទ្ធិធ្វើអាជីវម្មបន្ត (Franchise) នៅជុំវិញសហរដ្ឋអាមេរិក បានជំរុញអោយក្រុមហ៊ុន McDonald's មកវិនិយោគនៅក្នុងតំបន់អាស៊ី ជាពិសេសប្រទេសចិនជាប្រទេសដែលមានប្រជាជនច្រើន និងការប្រើប្រាស់ បច្ចេកវិទ្យាមានភាពជឿនលឿនមិនចាញ់ប្រទេសដែលនៅលោកខាងលិចប៉ុន្មានទេ។ នៅពេលប្រទេសមួយមានភាពជឿនលឿនផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ជាទូទៅការប្រើប្រាស់នៃមុខងារវាក៏មានភាពខុសប្លែកពីប្រទេសដទៃទៀតដែរ។ ទាំងនេះជាបញ្ហាដែលធ្វើអោយមានការចោទជាសំនួរជាច្រើន ទាក់ទងទៅនឹងការវិនិយោគរបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's នៅប្រទេសចិន។ ក្នុងនោះផងដែរក៏មាន៣សំនួរធំមកធ្វើការចោទសួរផងដែរ ៖

- តើបច្ចេកវិទ្យានៅប្រទេសចិន ជះឥទ្ធិពលអ្វីខ្លះទៅលើសេវាកម្មលក់របស់ McDonald's នាទសវត្សរ៍ចុងក្រោយ?
- តើក្រុមហ៊ុន McDonald's នៅក្នុងប្រទេសចិនបានប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាអ្វីខ្លះនៅក្នុងការលក់ផលិតផលរបស់ខ្លួននាទសវត្សរ៍ចុងក្រោយនេះ?
- តើក្រុមហ៊ុន McDonald's មានការប្រឈម និងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីការប្រែប្រួលបច្ចេកវិទ្យាអ្វីខ្លះនៅប្រទេសចិននាទសវត្សរ៍ចុងក្រោយ?

៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

គោលបំណងកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះមាន ៖

- ស្វែងយល់អំពីសារៈសំខាន់នៃការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យានៃក្នុងគោជនីយដ្ឋាន
- ស្វែងយល់អំពីភាពបត់បែនរបស់គោជនីយដ្ឋាននាសម័យបច្ចេកវិទ្យាទៅតាមប្រទេសជឿនលឿន
- ស្វែងយល់អំពីស្ថានភាពបច្ចេកវិទ្យាលើវិស័យគោជនីយដ្ឋានសព្វថ្ងៃ
- ស្វែងយល់អំពីបញ្ហានៃការប្រឈមមុខរបស់គោជនីយដ្ឋានក្នុងយុគសម័យបច្ចេកវិទ្យា។

៤. ទំហំនិងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ

ចេញពីការសិក្សាដ៏ស៊ីជម្រៅមួយជាក់លាក់ ការកំណត់ពីកម្រិតព្រំដែនដើម្បីធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវគឺ ពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់។ ក្នុងទសវត្សរ៍ចុងក្រោយនេះជាសម័យកាលពេញទៅដោយបច្ចេកវិទ្យា ដែលជាហេតុនាំអោយយើងមានការសម្រេចលើកយកពីការស្រាវជ្រាវស្តីអំពីប្រធានាបទ៖ **ការប្រែប្រួលបច្ចេកវិទ្យាទៅលើសេវាកម្មភោជនីយដ្ឋាន McDonald's ប្រទេសចិន។** ដោយយើងបានដឹងហើយថាក្រុមហ៊ុន McDonald's ជាប្រភេទភោជនីយដ្ឋានលក្ខណៈអន្តរជាតិមួយដែលមានទិន្នន័យនិងព័ត៌មានផ្សេងៗដែលមានលក្ខណៈទូលំទូលាយ។ នៅក្នុងយុគសម័យឌីជីថលការធ្វើអាជីវកម្មមួយគឺ តែងតែពឹងផ្អែកទៅលើបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីជំនួយក្នុងការដំណើរការប្រព័ន្ធប្រតិបត្តិការដោយមិនអាចខ្វះបាន។ សូម្បីតែការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់អាជីវកម្មនានា សុទ្ធតែប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីជួយជំរុញល្បឿននៃការលក់អោយកាន់តែបានប្រសើរឡើងជាលំដាប់ផងដែរ។ ប៉ុន្តែអ្វីដែលយើងបានកំណត់ពីទំហំនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះគឺ ត្រឹមថា៖ **ការប្រែប្រួលបច្ចេកវិទ្យានៃសេវាកម្មលក់ក្នុងភោជនីយដ្ឋាន McDonald's នៅប្រទេសចិននាទសវត្សរ៍ចុងក្រោយប៉ុណ្ណោះ។**

៥. សារៈសំខាន់ក្នុងការស្រាវជ្រាវ

ជាការពិតណាស់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវមួយ ប្រសិនបើមិនអាចស្វែងរកឃើញពីសារៈសំខាន់បាននោះទេ វាហាក់បីដូចជាឥតន័យខ្លឹមសារទាល់តែសោះ។ ដូច្នេះក្រោយពីការសិក្សាស្រាវជ្រាវហើយយើងបានរំពឹងថា នឹងអាចចាប់យកនូវដំណើរការ និងប្រតិបត្តិការយ៉ាងឆ្លាតវៃទៅលើការទាញយកបច្ចេកវិទ្យាមកប្រើប្រាស់មុន លើមុខងារនៃការគ្រប់គ្រងសេវាកម្មភោជនីយដ្ឋានមួយយ៉ាងច្បាស់លាស់។ ម្យ៉ាងវិញទៀតក្តីសង្ឃឹមយ៉ាងមុតមាំជាងនេះទៅទៀតនោះ គឺការកែប្រែក្លាយទៅដឹងច្បាស់ការឈានចាប់យកឱកាសដែលបានមកពីបច្ចេកវិទ្យារបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's ផងដែរ។ ក្រៅពីនេះយើងក៏បានរំពឹងដែរថានឹងអាច៖

➤ **ចំពោះអាជីវកម្ម**

- អាចជួយដល់វិនិយោគិនដែលចាប់អារម្មណ៍លើក្រុមហ៊ុន McDonald's អាចសិក្សាស្វែងយល់អោយស៊ីជម្រៅបន្ថែមទៀតទៅលើដំណាក់កាលនៃបច្ចេកវិទ្យារបស់ក្រុមហ៊ុនដែលកំពុងប្រើប្រាស់
- អាចស្វែងយល់ពីបទពិសោធន៍នៃការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យារបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's ធ្លាប់ឆ្លងកាត់ជាច្រើនឆ្នាំ
- អាចស្វែងយល់ពីផលវិជ្ជមាននិងអវិជ្ជមាននៃការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យារបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's
- អាចស្វែងយល់ពីរបៀបដោះស្រាយបញ្ហាក្នុងក្រុមហ៊ុន McDonald's ជាមួយនឹងបច្ចេកវិទ្យា។

➢ ចំពោះខ្លួនឯង

- ពង្រឹងសមត្ថភាពនៃការស្រាវជ្រាវជាលក្ខណៈផ្លូវការបន្ថែមមួយកម្រិតទៀត
- ស្គាល់ពីវិសាលភាព និងផលិតផលបែបសេវាកម្មអាជីវកម្មដែលបានភ្ជាប់ដោយបច្ចេកវិទ្យាទំនើបៗ
- យល់ដឹងពីពាណិជ្ជកម្មដែលមានលក្ខណៈស្តង់ដារអន្តរជាតិដូចជា McDonald's
- ស្គាល់ពេលប្រតិបត្តិការ ការគ្រប់គ្រង និងការផ្គត់ផ្គង់សេវាដោយបច្ចេកវិទ្យារបស់ McDonald's។

➢ ចំពោះនិស្សិតមិត្ត អ្នកអាន និងអ្នកស្រាវជ្រាវដទៃទៀត

- បង្កើនចំណេះដឹង ដល់អ្នកអាន
- បង្កើតឯកសារអោយរឹតតែសម្បូរបែបបន្ថែមទៀត
- អាចអោយនិស្សិតជំនាន់ក្រោយធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវបន្តទៀតដោយមានភាពងាយស្រួល។

៦.វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

ក.ប្រភេទនៃវិធីសាស្ត្រក្នុងការស្រាវជ្រាវ

វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវរបស់អត្ថបទសិក្សាស្រាវជ្រាវមួយ គឺប្រើប្រាស់នូវវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវតាមបែបគុណវិស័យ (Qualitative Research Approach)។ វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវបែបគុណវិស័យ គឺជាវិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវវិទ្យាសាស្ត្រសង្គមដោយត្រូវការ នឹងធ្វើការប្រមូលទិន្នន័យដោយមិនមែនជាលេខ (Non-numerical Data)។ ហើយវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវមួយនេះមានគោលបំណងព្យាយាមបកស្រាយអត្ថន័យចេញពីទិន្នន័យ ដោយប្រមូលបានដើម្បីជាប្រយោជន៍ក្នុងការយល់ដឹង អោយកាន់តែច្បាស់លាស់អំពីជីវិតនៅក្នុងសង្គមតាមរយៈ ការសិក្សារបស់ប្រជាជន ឬទីកន្លែងដែលមានទីកន្លែងដែលបានជ្រើសរើសក្នុងការស្រាវជ្រាវ។

វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវបែបគុណភាពនេះមានដូចជាការសង្កេតមើលដោយផ្ទាល់ ការស្ទង់មតិ ការសម្ភាស បែបស៊ីជម្រៅ ការពិភាក្សាសម្ភាសលើជាក្រុម ការវិភាគមានមាតិកា ការសង្កេតផ្ទាល់ដោយរស់នៅជាមួយនឹងក្រុមមនុស្សដែលត្រូវការសង្កេត ឬសួរដោយផ្ទាល់មាត់ជាមួយនឹងមនុស្សដែលមានបទពិសោធន៍ជាដើម ។

ការជ្រើសរើសយកវិធីសាស្ត្របែបគុណភាពនេះក៏ដោយសារតែប្រធានបទទាមទារអោយបកស្រាយ ច្បាស់លាស់ពីបាតុភូត ឬស្ថានភាពដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តហើយត្រូវការវិភាគស៊ីជម្រៅទៅលើបញ្ហាដែលកើតមានឡើង ដែលបញ្ហាទាំងអស់នោះមិនអាចយកនូវតួលេខមកវាយតម្លៃបាន។ ជាងនេះទៅទៀត យើងខ្ញុំមានគោលបំណងចង់ដឹងអោយកាន់តែច្បាស់អំពីហេតុផល គំនិត និងការជំរុញផ្សេងៗ

នៃបញ្ហា ឬបាតុភូត។ ហើយតាមរយៈវិធីសាស្ត្របែបគុណភាពនេះ ពួកយើងនឹងយល់កាន់តែច្បាស់អំពីប្រសិទ្ធភាព
នៃបញ្ហា និងការសិក្សាយ៉ាងស៊ីជម្រៅទៅលើបញ្ហាផងដែរ។²

ខ.ការប្រមូលទិន្នន័យ

ចំពោះទិន្នន័យដែលយើងលើកយកមកធ្វើការស្រាវជ្រាវនេះ គឺមានត្រឹមតែ **ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ**
(Secondary Data) មួយប្រភេទតែប៉ុណ្ណោះដែលបានត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាប្រភេទវិធីសាស្ត្របន្ទាប់បន្សំនៃ
ការប្រមូលទិន្នន័យ(Secondary Methods of data collection) ដែលជាទិន្នន័យប្រមូលដោយនរណាម្នាក់
មុនហើយមិនមាន ការពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងអត្ថបទសិក្សាស្រាវជ្រាវដែលប្រើប្រាស់ទិន្នន័យទាំងនោះ ដោយបាន
ប្រមូលទិន្នន័យទាំងនោះក្នុងពេលវេលាណាមួយនៅក្នុងអតីតកាល ហើយប្រើប្រាស់ក្នុងគោលបំណងដទៃ។ ហើយ
ទិន្នន័យនេះត្រូវបានអ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវផ្សេងទៀតយកមកប្រើប្រាស់ ក្លាយទៅជាទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំដោយវា
ខុសគ្នាពី**ទិន្នន័យចម្បង** (Primary Data) ដែលជាទិន្នន័យទាំងឡាយណាដែលទទួលបានដល់ដៃអ្នក
ស្រាវជ្រាវជាលើកដំបូងដោយខ្លួនគាត់ផ្ទាល់ (Ajayi ២០១៧)។³

ការប្រមូលទិន្នន័យរបស់អត្ថបទស្រាវជ្រាវមួយនេះត្រូវបានប្រមូលចេញពី សៀវភៅ អត្ថបទសិក្សា
ស្រាវជ្រាវ ករណីសិក្សាផ្សេងៗក្នុងទម្រង់ជាឯកសារក្រដាស និងឯកសារតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត។ យ៉ាងណាមិញ
នៅក្នុងការជ្រើសរើសទិន្នន័យយកមកប្រើប្រាស់នៅក្នុងអត្ថបទសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ គឺត្រូវបានឆ្លងកាត់ការ
ចម្រាញ់ជាច្រើនលើក ដោយធ្វើការជ្រើសរើសតែទិន្នន័យ ឬអត្ថបទពាក់ព័ន្ធទាំងឡាយណាដែលមានតម្លៃ ឬ
អាចបន្ថែមម្ល៉េះក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវមួយនេះប៉ុណ្ណោះ។

គ.វិធីសាស្ត្រវិភាគទិន្នន័យ

ទិន្នន័យដែលប្រមូលបានតាមរយៈការស្រាវជ្រាវតាមបណ្តាឯកសារនានា និងតាមរយៈការស្រាវជ្រាវ
នៅតាមបណ្តាញអ៊ីនធឺណិត ដោយផ្ដោតទៅលើការវិភាគអំពីបច្ចេកវិទ្យានៃសេវាកម្មគ្រប់គ្រងនៅក្នុងវិស័យ
បម្រើអាហាររៀបរៀងនៅក្នុងភោជនីយដ្ឋាន។ ជាមូលដ្ឋានក្នុងការវិភាគវែកញែក និងផ្តល់ជាសេចក្តីសន្និដ្ឋាន
ឡើងតាមរយៈការប្រើប្រាស់វាបច្ចេកវិទ្យាដែលកំពុងតែអនុវត្តនៅក្នុងប្រទេសចិន ដែលអាចផ្តល់ជាទិន្នន័យ

² Taylor & Francis,2005, Strategic global human resource management research in the twenty-first century: an endorsement of the mixed-method research methodology, www.tandfonline.com,

ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភាឆ្នាំ២០២២

³ Researchgate,2017, Primary Sources of Data and Secondary Sources of Data, www.researchgate.net.

ទាញយកនៅថ្ងៃទី ២៦ ឧសភា ឆ្នាំ២០២២

គ្រប់គ្រាន់ហើយបន្ទាប់មកក៏ធ្វើការបង្ហាញថាទិន្នន័យ និងតារាងដែលបានទាញយកមកដាក់ក្នុងខ្លឹមសារនៃ អត្ថបទសិក្សានេះហើយដែលអាចផ្តល់ជាការអធិប្បាយអំពីលទ្ធផលនីមួយៗបាន។

៧. បទសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

នៅក្នុងសារណាបញ្ចប់ការសិក្សានេះយកបានបែងចែកជាបីជំពូកសំខាន់មានដូចខាងក្រោម៖

ជំពូកទី១៖ នៅក្នុងជំពូកនេះយើងផ្ដោតសំខាន់ទៅលើរំលឹកទ្រឹស្តី ព្រមទាំងរៀបរាប់លម្អិតអំពីប្រភេទសេវាកម្ម ម្ហូបអាហារ ប្រភេទអាជីវកម្មជួន ការប្រែប្រួលសេវាកម្ម និងដំណើរការការវិវត្តន៍របស់បច្ចេកវិទ្យាដោយក្នុង នោះយើងបានលើកយកពីគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិមួយចំនួនមកធ្វើការបកស្រាយផងដែរ។

ជំពូកទី២៖ គឺយើងសិក្សាពីស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនអំពីការវិវត្តន៍របស់ក្រុមហ៊ុនមកដល់បច្ចុប្បន្ននេះ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន គុណតម្លៃ និងសិក្សាទៅលើទីតាំងធំៗរបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's នៅក្រៅប្រទេស ផងដែរ។

ជំពូកទី៣៖ នៅក្នុងជំពូកនេះយើងនឹងសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីប្រតិបត្តិការ ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗរបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's នៅក្នុងប្រទេសចិន ឥទ្ធិពលនៃវិជ្ជានៅក្នុងប្រទេសចិនទៅលើក្រុមហ៊ុន McDonald's ដែលក្នុង នោះក៏មានចេញនូវលទ្ធផលសិក្សាស្រាវជ្រាវទាំងបញ្ហាប្រឈមមុខ និងអត្ថប្រយោជន៍ដែលកើតចេញពីបច្ចេកវិទ្យា លើសេវាកម្មអាជីវកម្មជួន McDonald's ផងដែរ។

ជំពូកទី១

រំលឹកទ្រឹស្តី

១.១. និយមន័យ

១.១.១ ការប្រែប្រួល

ការប្រែប្រួល គឺការប្រែចុះប្រែឡើង ឬការប្រែត្រឡប់ខុសពីប្រក្រតីដើម។⁴

ការប្រែប្រួលបែងចែកជាពីរធំៗគឺ៖

- ការប្រែប្រួលដែលកើតឡើងដោយសកម្មភាពរបស់មនុស្សដែលជាអ្នកធ្វើអោយកើតមានឡើង។
- ការប្រែប្រួលដែលមានការកើតឡើងដោយឯកឯង។

១.១.២ បច្ចេកវិទ្យា

បច្ចេកវិទ្យាគឺជា ការប្រើប្រាស់ចំណេះដឹងផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រសម្រាប់គោលបំណងឬការអនុវត្តជាក់ស្តែងមិនថានៅក្នុងឧស្សាហកម្ម ឬក្នុងជីវិតប្រចាំថ្ងៃរបស់យើងនោះទេ។ ដូច្នេះជាមូលដ្ឋាននៅពេលដែលយើងប្រើចំណេះដឹងអំពីវិទ្យាសាស្ត្ររបស់យើង ដើម្បីសំរេចគោលបំណងណាមួយជាក់លាក់នោះគឺយើងកំពុងប្រើបច្ចេកវិទ្យាហើយ។ វាមានច្រើនជាងនេះទៅទៀត បច្ចេកវិទ្យាជាពាក់ព័ន្ធនឹងចំណែកជាក់លាក់នៃឧបករណ៍នានាប៉ុន្តែទាំងនេះអាចមានលក្ខណៈសាមញ្ញមិនគួរអោយជឿ។ បច្ចេកវិទ្យាអាចជាឧបករណ៍ រួមមានគ្រឿងយន្ត បម្រែបម្រួល ការរៀបចំ និងរបៀបប្រើប្រាស់ដោយមនុស្ស។ ជាមួយនឹងបច្ចេកវិទ្យាអាចធ្វើអោយមនុស្សស្វែងរកនូវភាពងាយស្រួលដូចជា៖

- អាហារ
- ស្លៀកបំពាក់
- លំនៅ
- ការការពារ
- ទំនាក់ទំនង
- ការកម្សាន្ត។⁵

⁴ ឌីវ ស៊ាន,វចនានុក្រមខ្មែរសម្រាប់សិស្ស,(ភ្នំពេញ៖ឆ្នាំ២០១៨),ទំព័រទី៣៣០

⁵ Wikimedia Foundation,2020;“ Definition of Technology ”, www.wikipedia.org,ទាញយកនៅថ្ងៃទី១ខែឧសភាឆ្នាំ២០២២

១.១.៣ សេវាកម្ម

សេវាកម្ម គឺជាវត្ថុមានតម្លៃ ដែលយើងមិនអាចាត់តាំង ប៉ះ និងមើលឃើញ។^៦ ម៉្យាងវិញទៀតវាក៏ជា សកម្មភាព ឬផលប្រយោជន៍ដែលផ្តល់អោយតាមរយៈការលក់ដែលជាអរូបិយផងដែរ។

តាមទ្រឹស្តីរបស់លោក Philip Kotler សេវាកម្មគឺជាទម្រង់នៃផលិតផលដែលមានដូចជាសកម្មភាព ផលប្រយោជន៍ ការផ្តល់ចិត្តដែលផ្តល់មកដើម្បីទិញជាអរូបិយ ហើយមិននាំអោយមានកម្មសិទ្ធិលើអ្វីទាំង អស់។ សេវាកម្ម ផ្តល់នូវផលិតផលអរូបិយដូចជា គណនេយ្យ ធនាគារ ការពិគ្រោះយោបល់ ការសម្អាត ការ អប់រំ ការធានារ៉ាប់រង ការព្យាបាល និងសេវាកម្មផ្គត់ផ្គង់ម្ហូបអាហារជាដើម។^៧

ដោយហេតុថាសេវាកម្មដែលកំពុងប្រតិបត្តិការនៅក្នុងសកលលោកមានច្រើនប្រភេទ ដូច្នេះយើងនឹងលើក យកតែសេវាកម្មតែមួយគត់មកបកស្រាយគឺសេវាកម្មផ្គត់ផ្គង់ម្ហូបអាហារ។

សេវាកម្មផ្គត់ផ្គង់ម្ហូបអាហារ គឺជាសេវាកម្មក្នុងការរៀបចំ និងការផ្គត់ផ្គង់អាហារ ឬភេសជ្ជៈ ដែលសេវា កម្មនេះ ផ្តល់សេវាកម្មអាហារសម្រាប់បម្រើទៅតាមកម្មវិធី ឬទៅតាមទីកន្លែងផ្សេងៗ។

ខណៈដែលមានប្រទេសមួយចំនួនដូចជា សហរដ្ឋអាមេរិកដែលអនុញ្ញាតអោយម្ហូបអាហារគ្រប់ប្រភេទទាំង អស់អាចទទួលយកបានពីប្រទេសផ្សេងទៀត ប៉ុន្តែក៏មានប្រទេសមួយចំនួនក៏មិនបានទទួលយកផងដែរដូចជា អាវ៉ាប់ រួមដែលមិនទទួលយកសាច់ជ្រូកនៅក្នុងបញ្ជីមុខម្ហូបរបស់ខ្លួន ឬឥណ្ឌាដែលសាច់គោត្រូវបានគេចាត់ទុកថា ជាអាហារហាមឃាត់។^៨

១.១.៤ ភោជនីយដ្ឋាន

ជាទូទៅកន្លែងដែលផ្តល់នូវអាហារ និងភេសជ្ជៈគ្រប់ប្រភេទគេហៅថា ភោជនីយដ្ឋាន (Restaurant)។ យើងអាចបែងចែកកន្លែងផ្តល់អាហារ និងភេសជ្ជៈទាំងនោះជា៖

- ភោជនីយដ្ឋាន (Restaurant)
- ភោជនីយដ្ឋានសណ្ឋាគារ (Hotel Restaurant)
- ភោជនីយដ្ឋានបម្រើដោយខ្លួនឯង(Self Service Restaurant)

^៦ ទួន ផល្លា, ២០១៨, គោលការណ៍មីក្រូសេដ្ឋកិច្ច, “ទំនិញ និងសេវាកម្ម”, ទំព័រទី៣

^៧ Philip Kotler, Gary Armstrong, et al., Principles of Marketing An Asian Perspective, (United Kingdom:2017), Page 245, សៀវភៅអេឡិចត្រូនិច [PRINCIPLES OF MARKETING AN ASIAN PERSPECTIVE \(fliphtml5.com\)](https://fliphtml5.com) ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៣ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២

^៨ Hitesh Bhasin, 2019 “Type of service in business” www.marketing91.com , ទាញយកនៅថ្ងៃទី ៣ ខែ ឧសភា ២០២២

- ភោជនីយដ្ឋានអាហារហ័ស(Fast Food Restaurant)
- ភោជនីយដ្ឋានជំនាញ(Specialized Restaurant)
- ភោជនីយដ្ឋានអាហារតម(Diet Restaurant)
- អាហារដ្ឋាន (Canteen)^៩

១.២ ការប្រែប្រួលសេវាកម្ម

១.២.១ ការប្រែប្រួលក្នុងតម្រូវការ

ការប្រែប្រួលតម្រូវការ គឺជាការប្រែប្រួលរវាងតម្រូវការពីរផ្សេងគ្នា ប្រែប្រួលបណ្តាលមកពីកត្តាដូចខាងក្រោម៖

- ចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន
- ចំណូលរបស់អតិថិជន
- ចំនួនរបស់អតិថិជន
- ថ្លៃទំនិញដទៃទៀត
- ក្តីសង្ឃឹមក្នុងពេលអនាគត។^{១០}

១.២.២ ការប្រែប្រួលក្នុងការផ្គត់ផ្គង់

ការប្រែប្រួលក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ គឺជាការប្រែប្រួលក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ពីរផ្សេងគ្នាហើយការប្រែប្រួលនេះបណ្តាលមកពីកត្តាដូចខាងក្រោម៖

- កត្តាថ្លៃផលិតកម្មក្នុងការផលិតទំនិញនោះបើថ្លៃឋានៈណាមួយចុះ និងថ្លៃចម្រុះឋានៈណាកើនឡើង
- បច្ចេកវិទ្យាក្នុងការផលិតទំនិញ
- ថ្លៃកត្តាផលិតកម្មដទៃទៀតដែលចូលរួមផលិតដូចគ្នា(ទំនិញជំនួស)
- ចំនួនអ្នកលក់នៅលើទីផ្សារ
- អាកាសធាតុ។^{១១}

១.២.៣ ការប្រែប្រួលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់

ការប្រែប្រួលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់គឺជា ការប្រែប្រួលទៅលើការផ្គត់ផ្គង់តែមួយគត់ដែលឆ្លើយតបនឹងកត្តាតម្លៃដោយរក្សានៅក្នុងដំណើរការ ក្រៅពីតម្លៃអោយនៅថេរដដែល។

^៩ ច្រឡឹង សុមេធា, យ៉ែម ច័ន្ទវិទ្យា និងវ៉ាត វ៉ាន់រី៖,ការគ្រប់គ្រងភោជនីយដ្ឋាន,បោះពុម្ពលើកទី៣(ភ្នំពេញ៖ អង្គរ,២០១១),ទំព័រទី២៨

^{១០} ទួន ផល្លា,២០១៨, គោលការណ៍វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច,“ការប្រែប្រួលតម្រូវការ”, ទំព័រទី៨

^{១១} ទួន ផល្លា,២០១៨, គោលការណ៍វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច,“ការប្រែប្រួលការផ្គត់ផ្គង់”, ទំព័រទី១២

- តម្លៃវត្ថុធាតុដើម
- បច្ចេកវិទ្យា
- ពន្ធ និងការឧបត្ថម្ភផលិតកម្ម
- ចំនួនអ្នកលក់នៅលើទីផ្សារ
- តម្លៃទំនិញដទៃទៀត
- ក្តីសង្ឃឹមក្នុងការប្រែប្រួលថ្លៃ។¹²

១.២.៤ ថ្លៃដើមប្រែប្រួល

ថ្លៃដើមប្រែប្រួល គឺជាថ្លៃដើមទាំងអស់ដែលប្រែប្រួលដោយផ្ទាល់ទៅនឹងការប្រែប្រួលនៃកម្រិតសកម្មភាព។ ប្រសិនបើជាកម្រិតសកម្មភាពកើនឡើង ១០% នោះថ្លៃដើមប្រែប្រួលសរុបនឹងកើនឡើង១០% ដែរ។ ប្រាសមកវិញ ប្រសិនបើជាកម្រិតសកម្មភាពកើនឡើង ១០% នោះថ្លៃដើមប្រែប្រួលសរុបនឹងកើនឡើង១០% ដែរ។ ឧទាហរណ៍ ថ្លៃដើមប្រែប្រួលរួមមានវត្ថុធាតុដើមផ្ទាល់ និងកំលាំងពលកម្មផ្ទាល់របស់ក្រុមហ៊ុនផលិត ថ្លៃដើមទំនិញដែលបានលក់ ចំណាយកែច្នៃសារលើការលក់ ចំណាយដឹកជញ្ជូនរបស់ក្រុមហ៊ុនទិញ-លក់ទំនិញ និងចំណាយសាំងសំរាប់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ និងក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន។

ថ្លៃដើមប្រែប្រួល អាចត្រូវបានគេកំណត់ថាជាថ្លៃដើមដែល **ចេញក្នុងមួយឯកតានៃកម្រិតសកម្មភាពទាំងអស់**។¹³

១.៣ ប្រភេទនៃសេវាកម្មនៅក្នុងភោជនីយដ្ឋាន

លក្ខណៈមួយចំនួនទៀតក្នុងការបែងចែកប្រភេទសេវាកម្ម គឺយោងទៅលើប្រភេទនៃភោជនីយដ្ឋានដែលគេត្រូវការ។ ហើយសេវាកម្មនោះមាន៤ ប្រភេទសំខាន់ៗដូចជា៖

- **សេវាដែលផ្តល់នៅលើតុ (Table Services):** នៅភោជនីយដ្ឋាន គឺអតិថិជនទាំងអស់ត្រូវបានអង្គុយនៅឯតុ កន្លែងដែលមានអ្នកបំរើជូន។
- **សេវាកក់ទុក (Counter Services):** នៅភោជនីយដ្ឋាន រាល់អតិថិជនទាំងអស់ដែលបានអង្គុយនៅកន្លែងកក់ទុកមុនហើយគេបំរើដោយអ្នកបំរើសេវាកម្ម និងទទួលទានម្ហូបដោយការបំរុងទុកជាមុនដោយនរណាម្នាក់។

¹² ទួន ផល្លា, ២០១៨, គោលការណ៍មីក្រូសេដ្ឋកិច្ច, “ការប្រែប្រួលបរិមាណផ្គត់ផ្គង់”, ទំព័រទី១២

¹³ ងួន ហេង និងស សុភាព, គណនេយ្យគ្រប់គ្រង, ថ្លៃដើម បរិមាណ និងប្រាក់ចំណេញ, ភ្នំពេញ, ២០១៩, ទំព័រ២៣៣

- **សេវាបំរើដោយខ្លួនឯង (Self Service):** នៅក្នុងភោជនីយដ្ឋាន ជាញឹកញយគេហៅថាប៊ូហ្វេ (Buffer) ឬ កាហ្វេតេរីយ៉ា (Cafeteria) ហើយនៅកន្លែងនោះអតិថិជន គឺឆ្លងកាត់ ឬឈរខាងមុខម្ហូបអាហារ ដែលបានដាក់តាំងរួចហើយពួកគេចាប់យកដោយខ្លួនឯង នូវប្រភេទម្ហូបអ្វីមួយដែលគេចង់បាន ហើយបន្ទាប់មកគេកាន់ម្ហូប ទាំងអស់នោះទៅកាន់តុរបស់គេដែលអង្គុយដោយខ្លួនឯង។ ជាទូទៅ ការយកចិត្តទុកដាក់របស់ភោជនីយដ្ឋានគឺ មាន Cafeteria ហេតុដូច្នេះហើយបានជាមាន Cafeteria ជាច្រើនដែលគេបានយកចិត្តទុកដាក់ធ្វើពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់សាធារណៈ។
- **សេវាយកទៅក្រៅ (Carry Out):** ភោជនីយដ្ឋាន ជាញឹកញយគេជួបប្រទះនូវប្រភេទសេវា ម្ហូបភ្លាម ភោជនីយដ្ឋានភ្លាមៗ (Fast Food) ដែលបំរើដល់កន្លែងដែលអតិថិជនបានសំណូមពរ ឬក៏ នៅ កន្លែងបំរុងកក់ទុក (Counter) ហើយបន្ទាប់មកបញ្ជូនម្ហូបអាហារទាំងនោះទៅតាមកន្លែង ដែលគេ ត្រូវការពិសារដូចជា កន្លែងធ្វើការកន្លែងសួនកំសាន្តនៅតាមរថយន្ត ឬក៏នៅក្នុងផ្ទះ។

ប្រភេទនៃភោជនីយដ្ឋានទាំងអស់នោះបានបំពេញដល់អតិថិជនជាបន្ទាន់ភ្លាម និងងាយស្រួល ភ្នាក់របស់ ជាតិ ព្រមទាំងស្គាល់ប្រភេទនៃការចម្អិនម្ហូប ហើយបំរើនៅតម្រូវការនៃការទទួលទានតាមបែបម្ហូបអាហារយ៉ាង ពិតប្រាកដ។¹⁴

១.៤ ប្រភេទនៃភោជនីយដ្ឋាន (Restaurant)

១.៤.១ ភោជនីយដ្ឋាន (Restaurant)

ក្នុងឧស្សាហកម្មម្ហូបអាហារ ភោជនីយដ្ឋានឈរជួរទីមួយក្នុងការផ្តល់អាហារ និងភេសជ្ជៈដល់អតិថិជន ដែលស្ថិតក្នុងការបម្រើសេវាកម្មទាំងកម្រិតទាប ទាំងកម្រិតខ្ពស់។ ក្នុងភោជនីយដ្ឋានបម្រើអាហារ និងភេសជ្ជៈ មានជម្រើសច្រើនប្រភេទ និងច្រើនមុខដែលគេបង្កើតឡើងដើម្បីបម្រើនូវតម្រូវការអតិថិជន ដែលអតិថិជនអាច ជ្រើសរើសនូវម្ហូបអាហារ បង្អែម ភេសជ្ជៈបានយ៉ាងច្រើនមុខទៅតាមតម្រូវការ។

នៅក្នុងបញ្ជីរាយមុខម្ហូប (Menu) គេប្រទះឃើញមានជម្រើសអាហារដែលជាទូទៅមានច្រើនប្រភេទដូចជា:

- គ្រឿងក្លែម ឬអាហារនាំមុខ (Starter/Appetizers/Horse d'oeuvre)
- ស៊ុប (Soup) ដែលមានស៊ុបត្រជាក់ ឬក្ដៅ
- ជ្រូក (Salad)
- បង្អែម (Dessert)

¹⁴ ប៊ូ ចន្ទសិរី, ២០០១, សេវាកម្មពិសេស និងមានលក្ខណៈងាយស្រួលនៅក្នុងផ្នែកម្ហូបអាហារ, មេរៀនទី១

- ផ្លែឈើ(Fruits)
- ភេសជ្ជៈគ្រប់ប្រភេទ (Beverages) ទាំងភេសជ្ជៈគ្មានអាល់កុល (Soft Drink)និងភេសជ្ជៈមានជាតិអាល់កុល(Alcoholic Drink) ដែលអាចអោយអតិថិជនជ្រើសរើសបានតាមចំណង់ចំណូលចិត្ត របស់គេ។

នៅក្នុងភោជនីយដ្ឋាន ប្រភេទនៃការបម្រើសេវាកម្ម និងលក់អាហារដល់អតិថិជនមាន ៣ បែបគឺ:

- **អាហារកម្ចីង់(A la Carte):** អតិថិជនអាចកម្ចីង់ម្ហូបអាហារទៅតាមចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់គេដែលអាហារទាំងនេះមាននៅក្នុងបញ្ជីរាយមុខម្ហូប(Menu) ហើយមុខម្ហូបនីមួយៗមានតម្លៃផ្សេងៗគ្នា។ ភោជនីយដ្ឋានប្រភេទនេះក្រោយពីកម្ចីង់រួចអតិថិជនត្រូវរង់ចាំក្នុងរយៈពេលយូរ។
- **អាហារឈុត(Set Menu):** អតិថិជនមិនអាចកម្ចីង់ម្ហូបអាហារទៅតាមចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់គេទេ គឺអតិថិជនអាចទទួលបានអាហារទៅតាមការកំណត់របស់ភោជនីយដ្ឋាន ឬទៅតាមការកំណត់របស់អ្នកកម្ចីង់សម្រាប់អតិថិជន។
- **អាហារប្រើប្រាស់(Buffer):** អតិថិជនមិនអាចកម្ចីង់ម្ហូបអាហារទៅតាមចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់គេ តែអាចជ្រើសរើសអាហារណាមួយទៅតាមចំណង់ចំណូលចិត្តដែលភោជនីយដ្ឋានរៀបចំនៅលើតុសម្រាប់អតិថិជនជ្រើសរើសដោយខ្លួនឯង។

បើយើងធ្វើការសិក្សាទៅលើការប្រើប្រាស់គ្រឿងបរិក្ខារ និងការរៀបចំតុបតែងក្នុងភោជនីយដ្ឋាន យើងក៏អាចធ្វើការបែងចែកជា ៣ ប្រភេទដែរ មានដូចជា៖

- **ភោជនីយដ្ឋានសាមញ្ញ (Simple Restaurant):** ភោជនីយដ្ឋានប្រភេទនេះគេប្រើប្រទះឃើញមាននៅតាមស្រុកស្រែចំការ ឬតំបន់ជ្វាយក្រុង។ ការប្រើប្រាស់គ្រឿងបរិក្ខារច្រើនធ្វើចេញពីដីឥដ្ឋ ឬធ្វើពីឫស្សីជាដើម។ ចំណែកឯការរៀបចំតុបតែងគឺ មានលក្ខណៈសាមញ្ញ ដែលគេច្រើនប្រើឧបករណ៍ដែលធ្វើពីថ្ម ឬស្លឹកឆ្មារ។ ក្នុងភោជនីយដ្ឋាននេះអតិថិជនអាចកម្ចីង់ម្ហូបអាហារប្រចាំតំបន់ ឬអាហារពិសេសៗប្រើប្រាស់បន្លែតាមតំបន់ដែលយើងមិនអាចស្វែងរកបាននៅតាមទីផ្សារ ដូចជាសម្លថ្នាំកំទឹក សម្លម្ហូបប្រាច់ សម្លកណ្តៀង សម្លឆ្មារប្រាច់ ជ្រក់ឆាងត្រាវជាដើម។ តម្លៃអាហារ និងភេសជ្ជៈក្នុងភោជនីយដ្ឋាននេះមានលក្ខណៈសមរម្យ។
- **ភោជនីយដ្ឋានទំនើប (Modern Restaurant):** ភោជនីយដ្ឋានប្រភេទនេះគេច្រើនប្រទះឃើញមាននៅតាមទីប្រជុំ និងក្នុងសណ្ឋាគារផ្កាយ៤ ឬសណ្ឋាគារផ្កាយ៥។ ការប្រើប្រាស់គ្រឿងបរិក្ខារច្រើនជាបរិក្ខារ ឬភាគន័រដែលមានលក្ខណៈទំនើប និងប្រណិត។ ចំណែកឯការរៀបចំតុបតែងលំអ

ក្នុងហាងក៏មានលក្ខណៈទំនើប និងប្រណិតដែរ។ គេច្រើនប្រើឧបករណ៍ដែលមានលក្ខណៈទំនើបៗ។ តម្លៃអាហារ និងភេសជ្ជៈក្នុងភោជនីយដ្ឋាននេះមានតម្លៃខ្ពស់ជាងភោជនីយដ្ឋានសាមញ្ញ។

- **ភោជនីយដ្ឋានបុរាណ (Classic Restaurant):** ភោជនីយដ្ឋានប្រភេទនេះគេច្រើនឃើញមាននៅតាមទីប្រជុំជន និងក្នុងសណ្ឋាគារផ្កាយ៤ ឬសណ្ឋាគារផ្កាយ៥។ ការប្រើនៅតាមទីប្រជុំជន និងក្នុងសណ្ឋាគារផ្កាយ៤ ឬសណ្ឋាគារផ្កាយ៥។ ការប្រើប្រាស់គ្រឿងបរិក្ខារច្រើនជាបរិក្ខារ ឬភាគន៍ដែលមានលក្ខណៈប្រណិត ដែលការចនាសម្រួលចម្លាក់។ ចំណែកឯការរៀបចំតុបតែងលំអ គឺមានលក្ខណៈបុរាណតែប្រណិត ដែលគេច្រើនប្រើឧបករណ៍ធ្វើពីដែក ឬឈើប្រកបដោយក្បូរក្បាច់រចនា និងចម្លាក់។ តម្លៃអាហារ និងភេសជ្ជៈក្នុងភោជនីយដ្ឋាននេះមានតម្លៃខ្ពស់បំផុត។

រូបភាពទី១៖ ភោជនីយដ្ឋានបុរាណ



(ប្រភព៖www.phnompenhpost.com)

១.៤.២ ភោជនីយដ្ឋានសណ្ឋាគារ (Hotel Restaurant)

ភោជនីយដ្ឋានសណ្ឋាគារ គឺជាភោជនីយដ្ឋានដែលស្ថិតក្នុងសណ្ឋាគារតែម្តងហើយជាផ្នែកមួយនៃអាជីវកម្មសណ្ឋាគារដែល សណ្ឋាគារភាគច្រើនប្រើប្រាស់ភោជនីយដ្ឋាននេះ ជាកន្លែងសម្រាប់ផ្តល់អាហារពេលព្រឹកអោយអតិថិជនដែលស្នាក់នៅក្នុងសណ្ឋាគាររបស់គេ ហើយវាក៏ជាប្រភពចំណូលទី២ បន្ទាប់ពីការលក់បន្ទប់ផងដែរ។ ភោជនីយដ្ឋានសណ្ឋាគារអាចមានច្រើនប្រភេទទៅតាមចំណាត់ថ្នាក់របស់សណ្ឋាគារ ប៉ុន្តែត្រូវតែមានប្រភេទភោជនីយដ្ឋានទូទៅមួយដែលអាចផ្តល់អាហារ និងភេសជ្ជៈដល់អតិថិជនខាងក្នុងក៏ដូចជាអតិថិជនមកពីខាងក្រៅសណ្ឋាគារ។

ភោជនីយដ្ឋាននេះមានជម្រើសអាហារ និងភេសជ្ជៈច្រើនប្រភេទដូចជា អាហារអឺរ៉ុប អាស៊ី មានទាំងម្ហូបអាហារបរទេសសម្រាប់អតិថិជនបរទេស ជាពិសេសគឺអាហារជាតិនៃប្រទេសដែលសណ្ឋាគារស្ថិតនៅថែមទៀតផង។ ជាទូទៅភោជនីយដ្ឋានសណ្ឋាគារត្រូវបានរៀបចំតាមលក្ខណៈ ៣គឺ បុរាណ សាមញ្ញ និងទំនើប។ ប៉ុន្តែគេច្រើនប្រទះឃើញភោជនីយដ្ឋានទាំងនោះច្រើនតែរៀបចំជារបៀបបុរាណ ទោះបីជាគ្រឿងបរិក្ខារដែលបំពាក់ក្នុងនោះ

មានលក្ខណៈទំនើបក៏ដោយ។ សព្វថ្ងៃនេះមានការពេញនិយមនូវភោជនីយដ្ឋានសណ្ឋាគារដែលមានត្រ៊ី ឬ របាំបុរាណប្រគំ និងលេងកំដរជូនអតិថិជនទស្សនាកំសាន្តថែមទៀតផង។

១.៤.៣ ភោជនីយដ្ឋានបម្រើដោយខ្លួនឯង (Self-Service Restaurant)

ភោជនីយដ្ឋានបម្រើសេវាកម្មខ្លួនឯង (Self-Service Restaurant) ជាកន្លែងផ្តល់អាហារ និងភេសជ្ជៈ មួយប្រភេទដែលមិនមានអ្នកបម្រើសេវាកម្មរង់ចាំជួយអតិថិជនក្នុងការកម្ទេងអាហារ ឬភេសជ្ជៈទេ។ អតិថិជន ត្រូវជ្រើសរើសដោយខ្លួនឯងនូវអាហារ និងភេសជ្ជៈតាមរយៈតារាងតម្លៃ ឬបញ្ជីតម្លៃដែលមានដាក់តាំង ឬព្យួរ នៅទីដែលអតិថិជនអាចមើលឃើញអតិថិជនត្រូវទៅយកអាហារដោយខ្លួនឯង និងពេលខ្លះត្រូវយកសម្ភារៈ ដែលប្រឡាក់ទៅកាន់កន្លែងលាងដោយខ្លួនឯងទៀតផង។ នៅក្នុងភោជនីយដ្ឋានប្រភេទនេះអតិថិជនត្រូវយក អាហារ សម្ភារៈចាប់អាហារដោយខ្លួនឯង ដោយសម្ភារៈទាំងនេះគេដាក់នៅក្បែរកន្លែងផ្តល់អាហារ (Food Counter)។ សម្ភារៈដែលអតិថិជនត្រូវយកដោយខ្លួនឯងអាចមានដូចជា សម ស្លាបព្រា កាំបិត ចង្កឹះ កែវ ទឹក។

ភោជនីយដ្ឋានបម្រើសេវាកម្មដោយខ្លួនឯង ជាប្រភេទភោជនីយដ្ឋានបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងផ្តល់ អាហារ និងភេសជ្ជៈ ដើម្បីប្រយោជន៍ដែលជាទូទៅសម្រាប់អតិថិជនបរិភោគដើម្បីចម្អុយក្រពះ ដែលមានពេលវេលា តិចតួច ដោយមិនត្រូវការការបម្រើច្រើនក្នុងគោលបំណងកាត់បន្ថយការចំណាយអោយនៅទាប។ អាហារភាគ ច្រើនជាអាហារដែលចម្អិនទុកមុនរួចជាស្រេច មុនពេលបើកទ្វារទទួលអតិថិជន។ ហេតុនេះក្នុងភោជនីយដ្ឋាន គឺយកកន្លែងទទួលទានអាហារ តម្រូវអោយមានកន្លែងផ្ទុកអាហារដែលអាចរក្សាគុណភាព អនាម័យ និងកំដៅបាន ល្អ។

ភោជនីយដ្ឋានប្រភេទនេះត្រូវជ្រើសរើសកន្លែងដែលស្ថិតនៅជិតគ្រឹះស្ថានសាធារណៈ សហគ្រាស ឬ គ្រឹះស្ថានសិក្សា ឬទីប្រជុំជនដែលមានអតិថិជន ឬទេសចរណ៍ឆ្លងកាត់ច្រើន ព្រោះអតិថិជនភាគច្រើនគឺ បរិភោគអាហារនៅទីនេះជំនួសអោយការបរិភោគនៅតាមផ្ទះរបស់ខ្លួន។

អតិថិជនភាគច្រើនគេមិនត្រូវការ អ្នកបម្រើសេវាកម្មដែលចំណាយពេលយូរហើយអស់ប្រាក់ ច្រើននោះទេ។ គេត្រូវការម្ហូបអាហារភ្លាមៗ ហើយតម្លៃថោក។ ភោជនីយដ្ឋានបែបនេះមានកន្លែងអង្គុយ ឬឈរ សម្រាប់បរិភោគ ស្របតាមចំណង់ចំណូលចិត្តអតិថិជន។

ជាទូទៅភោជនីយដ្ឋានបែបនេះ គេឃើញមាននៅក្នុងទីក្រុង និងតាមតំបន់ទេសចរណ៍សម្រាប់ បម្រើទេសចរផងដែរ។

១.៤.៤. ភោជនីយដ្ឋានអាហាររហ័ស (Fast Food Restaurant)

ភោជនីយដ្ឋានអាហាររហ័ស ជាកន្លែងលក់អាហារ និងភេសជ្ជៈម្យ៉ាងដែលកំពុងពេញនិយមនៅទូទាំងពិភពលោកជាពិសេសស្រុកខ្មែរសព្វថ្ងៃ។ ជាទូទៅអតិថិជនត្រូវកម្លាំងអាហារ ឬភេសជ្ជៈនៅកន្លែងផ្តល់អាហារ (Food Counter) និងក្រោយពីបង់ប្រាក់រួចមក គេត្រូវកាន់ថាសអាហារ (ដែលបានកម្លាំង និងបង់ប្រាក់រួចនោះ) ឆ្ពោះទៅកាន់តុបរិភោគដោយខ្លួនឯង។ ជម្រើសអាហារភាគច្រើនជាអាហារដែលអាចចម្អិនបានក្នុងរយៈពេលខ្លីបំផុត ឬជាអាហារដែលគ្រាន់តែត្រូវការចម្អិនសម្រេចចុងក្រោយប៉ុណ្ណោះ។ ជាទូទៅជម្រើសអាហារមិនសូវមានច្រើនប្រភេទទេ ហើយច្រើនតែអាហារដែលងាយៗ ដូចជាអាហារចៀន ដុត អាំង ឬអាហារត្រជាក់។ ក្នុងសម័យបច្ចុប្បន្ននេះភោជនីយដ្ឋានអាហាររហ័សមានប្រជាប្រិយភាពក្នុងចំណោមយុវវ័យ និងទេសចរណ៍ទេសដែលមានពេលវេលាខ្លីក្នុងការ ទស្សនាទីក្រុង ឬតំបន់រមណីយដ្ឋានណាមួយ។ មានក្រុមហ៊ុនភោជនីយដ្ឋានអាហាររហ័សមួយចំនួនទទួលបានជោគជ័យជាខ្លាំង រហូតដល់ផ្តល់សិទ្ធិលក់បន្តក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនទៅក្រុមហ៊ុនដទៃ នៅពាសពេញពិភពលោក ដូចជាក្រុមហ៊ុន McDonald's, Wendy's, Burger King, KFC, Hardee's, A&W Root Beer, Dairy Queen, Churches Fried Chicken, Long John Silver's, Domino's, Taco Bell, Taco John, Arby's, Orange Julius, Der Wiener schnitzel and Dunkin' Donuts ។

១.៤.៥ ភោជនីយដ្ឋានជំនាញ (Specialized Restaurant)

ជាប្រភេទភោជនីយដ្ឋាន ដែលមានជំនាញពិសេសខាងផ្នែកអាហារណាមួយ ហេតុនេះជម្រើសប្រភេទអាហារផ្តោតជាសំខាន់លើអាហារដែលជំនាញនោះ ហើយវត្ថុធាតុដើមក្នុងការប្រើប្រាស់ក៏ផ្តោតជាសំខាន់ទៅលើគ្រឿងផ្សំជាពិសេសនោះដែរ។ ភោជនីយដ្ឋានប្រភេទនេះដំណើរការដូចគ្នាទៅនឹងភោជនីយដ្ឋានទូទៅ ដែលជម្រើសអាហារមានដូចជាអាហារនាំមុខ អាហារសំខាន់ បង្អែម និងភេសជ្ជៈគ្រប់ប្រភេទទាំងភេសជ្ជៈមានជាតិអាល់កុល ទាំងភេសជ្ជៈគ្មានជាតិអាល់កុល។

ភោជនីយដ្ឋានប្រភេទនេះគេសង្កេតឃើញមានដូចជាភោជនីយដ្ឋាន Steak House, Sea Food and Grill Restaurant។ល។

១.៤.៦ ភោជនីយដ្ឋានអាហារតម្រូវ (Dietetic Restaurant)

ភោជនីយដ្ឋានប្រភេទនេះ គឺជាប្រភេទភោជនីយដ្ឋានដែលផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើការផ្តល់ អាហារប្រកបដោយផលិតផលសុខភាព និងអាហារដែលអតិថិជនមួយចំនួនដែលមានបញ្ហាខាងសុខភាពអាចបរិភោគបាន។ ហេតុនេះអតិថិជនគោលដៅ គឺអតិថិជនដែលមានការជ្រើសរើសអាហារក្នុងគោលបំណងសុខភាព ក៏ដូចជាតម្រូវការអាហារក្នុងការព្យាបាលជំងឺអ្វីមួយ។

សព្វថ្ងៃនេះភោជនីយដ្ឋានប្រភេទនេះ កាន់តែមានគេនិយមចូលចិត្តឡើងៗ ដោយសារកាន់តែមានអ្នកយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការបរិភោគកាន់តែច្រើនណាស់ដែរ ក្នុងគោលបំណងសុខភាព សោភ័ណភាព និងរូបសម្បត្តិ។ ជម្រើសអាហារភាគច្រើនអាហារដែលប្រើវត្ថុធាតុដើមជាបន្លែដែលសម្បូរទៅដោយ វីតាមីន ប្រូតេអ៊ីន ដូចជា បន្លែបៃតង និងគ្រាប់ធញ្ញជាតិដើម។ អាហារដែលតម្រូវបានច្រើនគឺអាហារដែលប្រើសាច់ និងខ្លាញ់ច្រើន ដែលគេជំនួយដោយប្រេងក្រូជាតិ ឬគ្រាប់ធញ្ញជាតិ។

ភោជនីយដ្ឋានបែបនេះពុំទាន់មានការរីកចម្រើនទូលំទូលាយទេនៅក្នុងស្រុកខ្មែរយើងសព្វថ្ងៃ។ គេប្រទះឃើញមានតែពីរ ឬបីប៉ុណ្ណោះនៅក្នុងទីក្រុងភ្នំពេញទាំងមូល។

១.៤.៧ អាហារដ្ឋាន (Canteen)

ជាកន្លែងផ្តល់អាហារ និងភេសជ្ជៈនៅក្នុងគ្រឹះស្ថានទាំងឡាយដូចជា រោងចក្រ សហគ្រាស ក្រសួង មន្ទីរ និងគ្រឹះស្ថានសិក្សា។ អាហារដ្ឋានគឺបើកឡើងក្នុងគោលបំណងផ្តល់អាហារ និងភេសជ្ជៈជាសំខាន់ដល់បុគ្គលិក និយោជិក និងសិស្សានុសិស្សនៃគ្រឹះស្ថានទាំងនោះ។ ហេតុនេះតម្លៃអាហារ និងភេសជ្ជៈជាសំខាន់ដល់បុគ្គលិក និយោជិក និងសិស្សានុសិស្សនៃគ្រឹះស្ថានទាំងនោះ។ ហេតុនេះតម្លៃអាហារ និងភេសជ្ជៈជាទូទៅត្រូវថោកជាងនៅកន្លែងផ្សេងៗទៀត។ អាហារជាទូទៅសាមញ្ញ មិនសូវមានជម្រើសមុខម្ហូបច្រើនប៉ុន្មានទេ ហើយភាគច្រើនគឺមានរៀបចំជាអាហារឈុត (Set Menu)។ ឯជម្រើសភេសជ្ជៈ គឺមានតែភេសជ្ជៈដែលគ្មានជាតិអាល់កុល និងទឹកផ្លែឈើប៉ុណ្ណោះ។ ការរៀបអាហារជាឈុតនេះមានផលប្រយោជន៍យ៉ាងច្រើនដល់សង្គម ព្រោះថាការបរិភោគទៅតាមបែបបទត្រឹមត្រូវនាំមកនូវសុខភាព និងអាចជួយលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពសង្គម ក៏ដូចជាជួយរួមចំណែកក្នុងការប្រើប្រាស់ផលិតផលក្នុងស្រុក និងមានតម្លៃថោក។ មានអាហារដ្ឋានខ្លះត្រូវបាន ការជួយឧបត្ថម្ភជ្រោមជ្រែងពីម្ចាស់សហគ្រាស ឬរដ្ឋក្នុងការជួយសម្រាលដល់កម្មករ និយោជិក ក៏ដូចជាសិស្សានុសិស្សផងដែរដែលជាហេតុធ្វើអោយអាហារមានតម្លៃថោក។ ការបម្រើជាទូទៅ គឺអតិថិជនត្រូវបម្រើដោយខ្លួនឯងដូចគ្នាទៅនឹងភោជនីយដ្ឋានបម្រើខ្លួនឯងដែរ។¹⁵

¹⁵ ច្រឡឹង សុមេធា, យ៉ែមច័ន្ទវិទូ និងវ៉ាត វ៉ាន់រី៖ ការគ្រប់គ្រងភោជនីយដ្ឋាន, បោះពុម្ពលើកទី៣(ភ្នំពេញ៖ អង្គរ, ២០១១), ទំព័រទី២៨

១.៥ ការពិពណ៌នាទូទៅអំពីបច្ចេកវិទ្យា

១.៥.១ ដំណើរនៃការវិវត្តន៍របស់បច្ចេកវិទ្យា



Samual F. B. Morse, c.
1857

នៅប្រហែលឆ្នាំ១៨៣៥ លោក Samuel Moses បានបង្កើត ទូរគមនាគមន៍ដោយបង្កើតជាគំរូដ៏អស្ចារ្យបំផុត នៃការអភិវឌ្ឍន៍បច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រវត្តិ សាស្ត្រក្នុងរយៈពេលដ៏ខ្លីមួយ បានផ្លាស់ប្តូរជីវិតរបស់យើងយ៉ាងខ្លាំង ។ Telegraph គឺជាបុរេបច្ចេកវិទ្យាមុនគេស្តីអំពីអ៊ីនធឺណិត ហើយ Telegraph គឺជា សារអេឡិចត្រូនិចដំបូង។ នៅក្នុងសតវត្សរ៍ទី១៨វិញ ប្រជាជនទូទៅនៅលើ ពិភពលោកទាំងមូល ភាគច្រើនរស់នៅក្នុងភូមិតូចៗនៅតាមទីជនបទហើយប្រកប របរចិញ្ចឹមជីវិតដោយ ការដាំដុះ ចិញ្ចឹមសត្វ ឬសកម្មភាព សិប្បកម្មផ្សេងៗទៀត។ ប្រជាជនភាគចំណីអាហារដែលបានមកពីដំណាំដែលគេបានដាំដោយខ្លួន ស្លៀកសម្លៀកបំពាក់ និងប្រើប្រាស់ សម្ភារៈដែលគេធ្វើការផលិតដោយខ្លួនឯង ហើយសកម្មភាពទិញដូរក៏មានយ៉ាងតិចតួចបំផុត។ នៅពេលនោះអ្វីៗ ទាំងអស់ត្រូវធ្វើការផលិតដោយដៃ ដោយកម្លាំងមនុស្ស ឬសត្វចិញ្ចឹម ដូចជា គោ ក្របី ឬសេះ ជាដើម ហើយ សកម្មភាពនៃការផលិតភាគច្រើនឡើងតែតាមផ្ទះ ជាលក្ខណៈគ្រួសារដែលផ្តល់ផលក្នុងកម្រិតទាប ប្រាក់ចំណូល តិច ហើយប្រជាជនភាគច្រើនមានជីវភាពខ្សោយ។ ក៏ប៉ុន្តែនៅចុងសតវត្សរ៍ទី១៨ ពិភពលោកបានស្គាល់នូវការ វិវឌ្ឍន៍សំខាន់បំផុតមួយ ដែលគេអោយឈ្មោះថា **“បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម”** ជាចំណុចបត់នៃការផ្លាស់ប្តូរបៀបរស់នៅ របស់មនុស្សជាតិដោយពឹងផ្អែកជាចម្បងលើសកម្មភាពកសិកម្ម ទៅជាការប្រកបរបរចិញ្ចឹមជីវិត។ អ្វីៗបានចាប់ ផ្តើមឡើងជាដំបូង នៅក្នុងចក្រភពអង់គ្លេស គឺបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មចាប់ផ្តើមចេញ ពីចក្រភពអង់គ្លេស ដោយសារកត្តាច្រើនយ៉ាង។ កត្តាសំខាន់ទីមួយ គឺវត្ថុធាតុដើម។ ចក្រភពអង់គ្លេស គឺជាប្រទេសដែលសម្បូរ ទៅដោយរ៉ែផ្សេងៗ និងរ៉ែដែក ដែលជាវត្ថុធាតុដើមសំខាន់បំផុតក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្ម។ កត្តាសំខាន់ទីពីរ គឺនៅលើចំណេះដឹង។ នៅក្នុងអំឡុងសតវត្សរ៍ទី១៨ អង់គ្លេសមានអ្នកប្រាជ្ញល្បីៗជាច្រើន។ អ៊ីសាក់ ញូតុន (Isaac Newton) ដែលជាអ្នកប្រាជ្ញមានឈ្មោះល្បីល្បាញបំផុតរហូតមកទល់នឹងពេលបច្ចុប្បន្ននេះគឺជាអ្នក ប្រាជ្ញជនជាតិអង់គ្លេស។ ក្រៅពីញូតុន ចក្រភពអង់គ្លេសនៅមានអ្នកប្រាជ្ញជាច្រើនទៀត ជាពិសេសខាងផ្នែករូប វិទ្យា និងផ្នែកវិស្វកម្ម។ ចំណេះដឹងរបស់អ្នកប្រាជ្ញទាំងនេះបានចូលរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការបង្កើតប ច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗជាច្រើនដូចជា ការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការប្រើថាមពលទឹក ការប្រើផ្សងថ្មជាប្រភពថាមពល ជំនួសអុស ការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការប្រើថាមពលទឹក ការប្រើផ្សងថ្មជាប្រភពថាមពលជំនួសអុស ការ បង្កើតម៉ាស៊ីនដើរដោយចំហាយទឹក បច្ចេកទេសក្នុងការផលិតដែកជាលក្ខណៈឧស្សាហកម្មព្រមទាំង

បច្ចេកទេសខាងផ្នែកមេកានិច ក្នុងការបង្កើតគ្រឿងម៉ាស៊ីនផ្សេងទៀតសម្រាប់ប្រើទៅលើវិស័យផលិតកម្ម ជំនួសដោយការផលិតដោយដៃវិញ។

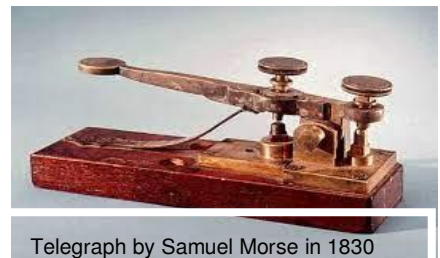
កត្តាដ៏សំខាន់មួយទៀត ដែលនាំអោយមានបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មនៅអង់គ្លេស គឺជាកត្តានយោបាយ និងសង្គម។ ចាប់តាំងពីមានបដិវត្តន៍បង្កើតរបបរដ្ឋធម្មនុញ្ញនៅចុងសតវត្សទី១៧ ចក្រភពអង់គ្លេស គឺជាប្រទេសមួយដែលមានស្ថេរភាពទាំងផ្នែកនយោបាយ និងសង្គម។ ម្យ៉ាងវិញទៀត រដ្ឋាភិបាលចក្រភពអង់គ្លេសតែងតែប្រកាន់យកនូវនយោបាយបើកចំហរ ក្នុងវិស័យឯកជន ជានយោបាយដែលលើកទឹកចិត្តដល់អ្នកបង្កើតសហគ្រាសឯកជន និងអ្នកបង្កើតទ្រឹស្តី ឬបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗដែលអាចបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការផលិត។ លើសពីនេះទៅទៀតនោះ ចក្រភពអង់គ្លេសនៅពេលនោះគឺជាមហាអំណាចដែលមានដែនដីអាណានិគមយ៉ាងធំធេងនៅទូទាំងពិភពលោក។ ដែនដីអាណានិគមទាំងនោះ គឺជាប្រភពវត្ថុធាតុដើមដ៏សំខាន់មួយផងដែរ ហើយវាក៏ជាទីផ្សារដ៏ចម្បងមួយ សម្រាប់លក់ផលិតផល ។ នៅពេលដែលទីផ្សារកើនឡើង វាធ្វើអោយសហគ្រាសអង់គ្លេសកាន់តែនាំគ្នាខិតខំប្រឹងប្រែងដើម្បីរកវិធីផលិតទំនិញអោយបានកាន់តែច្រើន និងកាន់តែលឿន។

ទាំងអស់នេះហើយ ដែលនាំអោយវិស័យឧស្សាហកម្មនៅចក្រភពអង់គ្លេសស្គាល់នូវភាពជឿនលឿនជាងគេនៅអំឡុងចុងសតវត្សទី១៨ និងដើមសតវត្សទី១៩។ នៅពេលនោះរដ្ឋាភិបាលអង់គ្លេសបានព្យាយាមទប់ស្កាត់មិនអោយបច្ចេកវិទ្យាឧស្សាហកម្មរបស់ខ្លួនត្រូវរីកសាយភាយទៅកាន់ប្រទេសផ្សេងៗទេ ក៏ប៉ុន្តែកិច្ចការដែលខិតខំប្រឹងប្រែងនេះ ត្រូវទទួលបានជោគជ័យដោយសារតែមានវិស្វករ ឬកម្មករជំនាញព្រមទាំងសហគ្រិនអង់គ្លេសខ្លះបាននាំគ្នាធ្វើចំណាកស្រុក ដើម្បីទៅស្វែងរកឱកាសការងារ ឬឱកាសធ្វើជំនួញនៅប្រទេស។ បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មក៏បានរីកសាយភាយចេញពីអង់គ្លេស ទៅកាន់ប្រទេសផ្សេងទៀតនៅអឺរ៉ុបដោយចាប់ផ្តើមពី ប៊ែលហ្សិក បារាំង អាល្លឺម៉ង់ និងស៊ុយអែត ហើយបន្ទាប់មកទៀត ចេញពីអឺរ៉ុបទៅដល់សហរដ្ឋអាមេរិក។ គិតត្រឹមពាក់កណ្តាលសតវត្សទី១៩ បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មបានចាក់គ្រឹះយ៉ាងមាំ នៅទូទាំងតំបន់អឺរ៉ុបខាងលិច និងនៅឆ្នេរប៉ែកខាងកើតនៃសហរដ្ឋអាមេរិក។ វិស័យដែលមានការជឿនលឿនខ្លាំងជាងគេនៅពេលនោះ គឺវិស័យវាយនភ័ណ្ឌ ការផលិតដែក និងបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការផលិតម៉ាស៊ីន ជាពិសេសម៉ាស៊ីនដើរដោយចំហាយទឹក។ នៅតាមបណ្តាប្រទេសដែលឆ្លងកាត់នូវ បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មគេសង្កេតឃើញមានរោងចក្រថ្មីៗរីកដុះដាលដូចផ្សិត នៅគ្រប់ទីកន្លែងហើយហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធខាងផ្នែកដឹកជញ្ជូនក៏មានការរីកចម្រើនខ្លាំង។ កាលពីមុនមនុស្សធ្វើដំណើរ ឬដឹកជញ្ជូនទំនិញពីកន្លែងមួយដោយថ្មើរជើង ឬដោយរទេះសេះ។ ការធ្វើ

ដំណើរតាមផ្លូវទឹកវិញត្រូវធ្វើឡើងតាមទូកដោយប្រើក្ដោង ឬចែវ។ ប៉ុន្តែបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មបាននាំទៅរក ការបង្កើតមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនថ្មី ដែលអាចដឹកទំនិញបានច្រើន បានលឿន និងក្នុងរយៈពេលយូរជាងមុន។

នៅដើមសតវត្សទី១៩ វិស្វករអាមេរិចបានសាងសង់កប៉ាល់ពាណិជ្ជកម្មដើរដោយម៉ាស៊ីនប្រើចំហាយទឹកជាលើកដំបូង ហើយក្រោយមកទៀតនៅពាក់កណ្តាលសតវត្សទី១៩ កប៉ាល់ដើរដោយចំហាយទឹកបានក្លាយជាមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនឆ្លងកាត់មហាសមុទ្រអាត្លង់ទិច។ នៅដើមសតវត្សទី១៩នោះដែរ បច្ចេកវិទ្យានៃម៉ាស៊ីនដើរដោយចំហាយទឹកក៏ត្រូវបាន វិស្វករយកទៅប្រើនៅក្នុងវិស័យដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវដែកផងដែរ តាមរយៈការផលិតក្បាលរថភ្លើងដើរដោយចំហាយទឹក។ នៅឆ្នាំ១៨៣០ ប្រព័ន្ធដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវដែកត្រូវបានដាក់អោយដំណើរការជាលើកដំបូង ដោយតភ្ជាប់ពីទីក្រុង Liverpool ទៅទីក្រុង Manchester ។

ប្រព័ន្ធទូរគមនាគមន៍វិញម្តង ត្រូវបានគេស្គាល់នូវភាពជឿនលឿនដ៏គួរអោយកត់សម្គាល់ដែរ នៅក្នុងសម័យកាលបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម ជាពិសេសតាមរយៈការបង្កើតតេឡេក្រាហ្វ (Telegraph) ដោយវិស្វករអង់គ្លេសនៅអំឡុងឆ្នាំ១៨៣០។



Telegraph by Samuel Morse in 1830

បើនិយាយខាងផ្នែកសង្គមវិញ បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មបានធ្វើអោយប្រជាជន ដែលកាលពីមុនរស់នៅតាមទីជនបទនាំគ្នាមករស់នៅប្រមូលផ្តុំគ្នា នៅតាមទីក្រុងដែលជាកន្លែងសម្បូរធនធាន និងសម្បូរការងារធ្វើ។ ការកើនឡើងនៃសមត្ថភាពផលិតបានធ្វើអោយតម្លៃសម្ភារៈប្រើប្រាស់ ជាពិសេសក្រណាត់ និងសម្លៀកបំពាក់មានការធ្លាក់ចុះ។ ប្រជាជនទូទៅមានប្រាក់ចំណូលច្រើន និងមានជីវភាពធូរធារជាងមុន។ ក៏ប៉ុន្តែ ក្នុងពេលជាមួយគ្នានោះ មានអ្នកខ្លះបានរិះគន់ថា បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មក៏បានបង្កជាបញ្ហាយ៉ាងច្រើនផងដែរ ទាក់ទងនឹងលក្ខខណ្ឌការងាររបស់កម្មករ។ កម្មករត្រូវធ្វើចំណាកស្រុក ឃ្លាតឆ្ងាយពីក្រុមគ្រួសារ និងភូមិកំណើតដើម្បីទៅធ្វើការនៅតាមទីក្រុង។ កម្មករនីមួយៗត្រូវធ្វើការពី១២ម៉ោង ទៅ១៤ម៉ោងក្នុងមួយថ្ងៃហើយរងការរំលោភបំពានសាងសង់ដោយមិនបានគិតគូរហ្មត់ចត់ អំពីសន្តិសុខ និងសុខុមាលភាពរបស់កម្មករឡើយ។

ការវិវត្តន៍យ៉ាងលឿននៃប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍ និងព័ត៌មាន(ICT) មានដូចជាទូរសព្ទដៃ អ៊ីនធឺណិត និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានសង្គមបានពង្រីកឱកាសដើម្បីពង្រីកការអភិវឌ្ឍន៍ វិស័យបច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍

និងព័ត៌មានដែលអាចផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើន ដល់ការកាត់បន្ថយការចំណាយបង្កើតប្រសិទ្ធភាពការងារលុយ បំបាត់គម្លាតភូមិសាស្ត្រ និងសង្គមទទួលបានការចែករំលែកព័ត៌មានយ៉ាងឆាប់រហ័ស និងមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។¹⁶

១.៥.២ គុណសម្បត្តិនៃបច្ចេកវិទ្យាលើអេឌីចកម្ម

១.៥.២.១. ការកាត់បន្ថយថ្លៃដើម (Cost Reduction)

- **កំលាំងពលកម្ម:** យើងដឹងហើយថាបច្ចេកវិទ្យាតែងតែបានជួយការកាត់បន្ថយថ្លៃដើម នៃកំលាំងពលកម្មគួរអោយកត់សំគាល់ ដោយសារការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីនឹងកាត់បន្ថយតម្រូវការកំលាំងមនុស្ស ហើយព្រមទាំងអាចជួយបង្កើនទិន្នផលនៃការផលិតទៀតផង។ ដូច្នេះប្រសិនបើបច្ចេកវិទ្យាចាស់ ដែលក្រុមហ៊ុនកំពុងប្រើនោះ ត្រូវការកំលាំងមនុស្សតែម្នាក់ដើម្បីដំណើរការវាក៏ដោយ ក៏បច្ចេកវិទ្យាថ្មីដែលនឹងមកជំនួសនោះ នៅតែអាចកាត់បន្ថយដូចគ្នា។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏វាមិនមែនមានន័យថាអោយតែបច្ចេកវិទ្យាថ្មីគ្រប់ប្រភេទអាចកាត់បន្ថយថ្លៃដើមបាននោះទេ។ ជួនកាលបច្ចេកវិទ្យាថ្មី ក៏អាចធ្វើអោយថ្លៃដើមពលកម្មកើនឡើងវិញដែរ ព្រោះថាបច្ចេកវិទ្យាថ្មីដែលមានលក្ខណៈទំនើបនោះត្រូវការមនុស្សដែលមានជំនាញខ្ពស់ដែរ ដើម្បីធ្វើប្រតិបត្តិការ។ តែវានៅតែមានគុណសម្បត្តិ និងផលប្រយោជន៍ជាច្រើនផ្សេងៗទៀតដែលធ្វើអោយគេជ្រើសរើស និងផលប្រយោជន៍ជាច្រើនផ្សេងៗទៀតដែលធ្វើអោយគេជ្រើសរើសយកវាមកប្រើប្រាស់នៅពេលដែលមានបច្ចេកវិទ្យាថ្មី វាទាមទារអោយមានអ្នកជំនាញខ្ពស់ដែលធ្វើអោយក្រុមហ៊ុនត្រូវចំណាយប្រាក់ឈ្នួលខ្ពស់ នោះវានឹងនាំមកនូវគុណសម្បត្តិដូចជា គុណភាពផលិតផលខ្ពស់ និងការផលិតនូវផលិតផលដែលមានលក្ខណៈសំបូររំបាប់។
- **វត្ថុធាតុដើម:** បច្ចេកវិទ្យាថ្មីអាចធ្វើអោយក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មមានជំរើសក្នុងការប្រើប្រាស់វត្ថុធាតុដើមមានតម្លៃទាបជាងមុន។
- **សន្តិសុខ និងចំនួនជងនៃស្តុក:** នៅក្នុងអង្គភាពផលិតកម្មជាច្រើន ផលប្រយោជន៍ធំមួយដែលទទួលបានពីការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីនោះ គឺការកាត់បន្ថយថ្លៃដើមស្តុក ប្រព័ន្ធបញ្ជាទិញដោយស្វ័យប្រវត្តិ ប្រព័ន្ធកំណត់កាលវិភាគផលិតកម្មដោយកុំព្យូទ័រដែលអាចធ្វើអោយដំណើរការផលិតកម្មមានលក្ខណៈប្រសើរជាងមុនជាមួយនឹងគ្រឿងបរិក្ខារទំនើបផ្សេងៗទៀតបានធ្វើអោយបរិមាណស្តុក តម្រូវការឃ្លាំងសំរាប់ស្តុកមានការថយចុះ ដែលនាំទៅដល់ការកាត់បន្ថយចំណាយលើស្តុកបានយ៉ាងច្រើន។

¹⁶ Rfi,2014 “History of Technology”, www.rfi.fr.com, ទាញយកនៅថ្ងៃទី ៥ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ២០២២

- **ការដឹកជញ្ជូននិងការបែងចែក:** ដោយសារការរីកចម្រើន នៃបច្ចេកវិទ្យាបានធ្វើអោយមធ្យោបាយ ក្នុងការដឹកជញ្ជូនមានការប្រែប្រួលជាលំដាប់ដូចជាការឆាប់រហ័ស និងចំណាយថ្លៃដើមទាបបាន ថែមមួយកម្រិតទៀត។ ការបញ្ជូនព័ត៌មានបានឆាប់រហ័សនេះវាមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងមកលើ ការដោះដូរ និងការបញ្ជូនទំនិញ។ បច្ចេកវិទ្យាទាំងនេះបានធ្វើអោយក្រុមហ៊ុនមានទំនាក់ទំនងល្អ ជាមួយអតិថិជន និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដែលធ្វើអោយការចំណាយលើ ការទិញ ការបែងចែក និង ចំណាយលើប្រតិបត្តិការផ្សេងៗទៀត មានការថយចុះ។
- **គុណភាព:** ការទទួលយកបច្ចេកវិទ្យាថ្មី នៅក្នុងដំណើរការផលិតកម្មដែលធ្វើអោយដំណើរការ ផលិតកម្មមានលក្ខណៈល្អប្រសើរជាងមុន និងបានបន្ថយនូវភាពលំអៀងជាច្រើន ក្នុងន័យនៃ គុណភាព។ អាជីវកម្មជាច្រើនបានរកឃើញថាបច្ចេកវិទ្យាថ្មី បានជួយកាត់បន្ថយនូវកាក សំណល់ នៃ ការខូចខាតនៅពេលផលិតផលមិនត្រូវបទដ្ឋាន និងបន្ថយការងារសារឡើងវិញ បានក្នុងកម្រិតមួយគួរអោយកត់សំគាល់។ ការខូចខាតមិនត្រូវបទដ្ឋាន មានការថយចុះដែល ធ្វើអោយការត្រួតពិនិត្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព ពេលនោះតម្រូវការនៃអ្នកត្រួតពិនិត្យគុណ ភាព ក៏ថយចុះដែរ។
- **ចំណាយផ្សេងៗ:** ការចំណាយលើការថែទាំការចំណាយលើថាមពលផ្សេងៗបានថយចុះជា លំដាប់បានថយចុះដោយសារតែបច្ចេកវិទ្យាថ្មី ជាពិសេសខាងផ្នែក Electronics ត្រូវការថែរក្សា និងជួសជុលតិចជាងមុនទាំងនេះក៏បានរួមចំណែកធ្វើអោយថ្លៃដើមធ្លាក់ចុះដែរ។¹⁷

១.៥.២.២ ផលប្រយោជន៍ផ្សេងៗទៀត

ក្រៅពីការកាត់បន្ថយថ្លៃដើមនៅមានផលប្រយោជន៍ផ្សេងៗទៀតមួយចំនួន ដែលអាចអោយគេទទួល បានពីបច្ចេកវិទ្យាថ្មីដូចជា:

➢ **បច្ចេកវិទ្យាក្នុងកំណើនអាជីវកម្ម**

អាជីវកម្មខ្នាតតូច និងសហគ្រាសឥឡូវនេះអាចទទួលបានការរីកចម្រើនបន្ថែមទៀតយ៉ាងងាយស្រួល ជាមួយនឹងបច្ចេកវិទ្យាចុងក្រោយបំផុត និងវេទិកាឌីជីថល។ នេះក៏ជាផលវិជ្ជមានមួយរបស់ ICT ក្នុងអាជីវកម្ម ផងដែរ។ អាជីវកម្មអាចរីកចម្រើនពីអតិថិជនក្នុងស្រុកទៅអន្តរជាតិ ដោយសារភាពងាយស្រួលនៃតំណភ្ជាប់ ទំនាក់ទំនងតាមរយៈអ៊ីនធឺណិត។ មិនចាំបាច់មានការិយាល័យធំ និងក្រុមធំ ដើម្បីពង្រីកអាជីវកម្ម។

¹⁷ Turban, Mclean, Wetherbe, 1996, "Information Technology for Management"

ខាងក្រោមនេះជាគន្លឹះ និងបច្ចេកទេសដ៏អស្ចារ្យបំផុតមួយចំនួនដែលស្ទើរតែគ្រប់គ្នាប្រើដើម្បីពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ៖

- ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម

មនុស្សរាប់ពាន់លាននាក់នៅជុំវិញពិភពលោកប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមជាញឹកញាប់។ ផលិតផល ឬអាជីវកម្មអាចត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងងាយស្រួលនៅលើគេហទំព័រប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម។ វានឹងជួយណែនាំអាជីវកម្មដល់មនុស្សជុំវិញពិភពលោក។ ការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម អាចជាជំនួយដ៏ល្អក្នុងការពង្រីកអាជីវកម្ម។

- គេហទំព័រ

អ្នកប្រើប្រាស់ស្វែងរកតាមរយៈអ៊ីនធឺណិតសម្រាប់កិច្ចព្រមព្រៀងដ៏ល្អបំផុតនៅលើអ៊ីនធឺណិត។ គេហទំព័រដែលមានខ្លឹមសារល្អ និងសាមញ្ញអាចកំណត់អាជីវកម្មបានយ៉ាងល្អប្រសើរ និងជួយក្នុងការកែលម្អ។

- កម្មវិធីទូរស័ព្ទ

កម្មវិធីទូរស័ព្ទអាចត្រូវបានបង្កើតឡើងសម្រាប់ភាពងាយស្រួលសម្រាប់អតិថិជន។ ឧបករណ៍ទូរស័ព្ទចល័តត្រូវបានប្រើប្រាស់គ្រប់ពេលវេលា គ្រប់ទីកន្លែងដោយអតិថិជន។ វាជួយក្នុងការចាត់ថ្នាក់ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។ វាបង្កើតការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន និងជួយបង្កើតរូបភាពដ៏ល្អនៃអាជីវកម្ម។

- សេវាកម្មគាំទ្រអតិថិជន

ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន គឺចាំបាច់ហើយវាត្រូវបានធ្វើអោយកាន់តែងាយស្រួលជាមួយនឹងបច្ចេកវិទ្យា។ អតិថិជនមកពីគ្រប់ជ្រុងនៃពិភពលោកអាចចូលប្រើសិទ្ធិផ្តាច់មុខតូចៗ ឬទាក់ទងក្រុមហ៊ុនដើម្បីធ្វើការតវ៉ាឬសាកសួររូបវន្ត។

➤ **បច្ចេកវិទ្យាក្នុងការទូទាត់អាជីវកម្ម**

ជាមួយនឹងភាពជឿនលឿននៃបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល និងកម្មវិធី ប្រតិបត្តិការ និងដំណើរការទូទាត់ប្រាក់ឥឡូវនេះកាន់តែងាយស្រួល មានសុវត្ថិភាព និងគ្មានការអាក់អន់ណាមួយឡើយ។ ឥឡូវនេះការទូទាត់អាចត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត ហើយដំណើរការគឺមានលឿនលឿនជាង បើប្រៀបធៀបទៅនឹងការបង់ប្រាក់ធម្មតា។ អតិថិជនអាចទិញទំនិញ ឬធ្វើកិច្ចព្រមព្រៀងអាជីវកម្មពីផ្ទះរបស់គាត់បានយ៉ាងងាយស្រួល។ e-wallets លើកទឹកចិត្ត អតិថិជនអោយទិញទំនិញក្នុងប្រទេស ក៏ដូចជាអន្តរជាតិតាមរយៈហាងអនឡាញបានយ៉ាងរហ័ស។

➤ **បច្ចេកវិទ្យា និងលំហូរព័ត៌មានអាជីវកម្ម៖**

អាជីវកម្មកំពុងវិវឌ្ឍជាបន្តបន្ទាប់ ហើយតម្រូវការទីផ្សារនៅតែបន្តផ្លាស់ប្តូរពីពេលមួយទៅពេលមួយ។ បច្ចេកវិទ្យាអ៊ីនធឺណិតផ្តល់នូវព័ត៌មាន និងប្រភពចុងក្រោយបំផុត ដើម្បីសិក្សាពី យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ និងអាជីវកម្មថ្មីៗ ដើម្បីជៀសវាងការខាតបង់ និងដើម្បីទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍កាន់តែច្រើនឡើងពីការផ្លាស់ប្តូរ។ លំហូរព័ត៌មាននេះជួយអោយយល់អំពីនិន្នាការ ការប្រកួតប្រជែង និងតម្រូវការទីផ្សារគោលដៅនៃអាជីវកម្មនីមួយៗ។

ខាងក្រោមនេះ គឺជាឧទាហរណ៍មួយចំនួននៃលំហូរព័ត៌មាន ដែលមាននៅលើអ៊ីនធឺណិតសម្រាប់អាជីវកម្មគ្រប់ប្រភេទ។

1. ការពិពណ៌នាអំពីអាជីវកម្ម តម្រូវការ និងសេវាកម្ម។
2. គម្រោង និងការដេញថ្លៃផ្សេងៗគ្នាត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយតាមអ៊ីនធឺណិត។
3. កន្លែងការងារទំនេរ និងការជ្រើសរើសបុគ្គលិកធ្វើឡើងតាមអ៊ីនធឺណិត។
4. និយោជិតត្រូវបានជ្រើសរើសទៅកាន់ក្រុមហ៊ុនមកពីប្រទេសផ្សេងៗគ្នា ទៅតាមការដែលចង់បាន
5. ចំណេះដឹងអាជីវកម្ម ឬការងារ។

➤ **បច្ចេកវិទ្យាក្នុងការរក្សាកំណត់ត្រាអាជីវកម្ម៖**

អាជីវកម្មពឹងផ្អែកជាចម្បងលើកំណត់ត្រា វិធីសាស្ត្រធម្មតានៃការរក្សាកំណត់ត្រាគឺមិនសូវជាមានប្រសិទ្ធភាព ព្រមទាំងធ្វើអោយយើងនឿយហត់។

ជាមួយនឹងបច្ចេកវិទ្យាចុងក្រោយបំផុត ការរក្សាកំណត់ត្រានិងការតាមដានតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកគឺមានដំណើរការកាន់តែងាយស្រួលជាងមុន។ ទិន្នន័យដ៏ធំរបស់អាជីវកម្ម ព្រមទាំងបុគ្គលិក អាចនឹងត្រូវបានរក្សាទុកនៅលើប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រតែមួយ។

អត្ថប្រយោជន៍មួយចំនួននៃបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការរក្សាកំណត់ត្រាអាជីវកម្ម មានដូចជា៖

1. កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកអាចចម្លងបានយ៉ាងងាយ
2. អាចធ្វើប្តូរចែករំលែកយ៉ាងងាយស្រួល
3. អាចរក្សាទុកនៅទីតាំងផ្សេងគ្នា ក្នុងឯកសារផ្សេងគ្នា ដើម្បីជៀសវាងការលួចនិងគ្រោះថ្នាក់
4. អាចសិក្សាយ៉ាងងាយស្រួល
5. អាចកែសម្រួលយ៉ាងងាយស្រួល
6. ការគណនាត្រូវបានធ្វើឡើងដោយកុំព្យូទ័រ ដូច្នេះឱកាសនៃកំហុសគឺមានកាន់តែតិច។

➢ **បច្ចេកវិទ្យាក្នុងការវិភាគទិន្នន័យអាជីវកម្ម៖**

ការវិភាគទិន្នន័យអាជីវកម្ម គឺជាទិដ្ឋភាពទូលំទូលាយ និងសំខាន់នៃអាជីវកម្ម។ បច្ចេកវិទ្យាបានព្យាករណ៍ទុកដោយឧបករណ៍ស្ថិតិ កម្មវិធី និងឧបករណ៍ដែលអាចរកបាននៅពេលនេះ ដែលប្រមូលផ្តុំនិងចងក្រងទិន្នន័យអាជីវកម្ម។

ទិន្នន័យ គឺមានតួនាទីដើរតួយ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម។ ទិន្នន័យដែលបានចងក្រង គឺចាំបាច់ដើម្បីតាមដានវឌ្ឍនភាពដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅ និងវិភាគកិច្ចការអាជីវកម្ម។ ការវិភាគទិន្នន័យអាជីវកម្ម គឺជាការចាំបាច់ ហើយមិនអាចទុកចោលបានទេ ប្រសិនបើទិន្នន័យ ត្រូវបានបាត់បង់។

ការរីកចម្រើនផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា អាចជួយដល់អាជីវកម្មក្នុងការវិភាគទិន្នន័យដែលប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពដូចជា៖

1. ត្រូវការពេលវេលាតិចដើម្បីវិភាគទិន្នន័យ
2. នាំមកបំភ្លឺការពិតដែលលាក់កំបាំងនៃអាជីវកម្ម
3. ការវិភាគលើការចំណាយ ការផលិត និងបុគ្គលិកសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មកាន់តែប្រសើរ
4. ប៉ាន់ប្រមាណប្រាក់ចំណេញ ឬហានិភ័យនៃអាជីវកម្មកាន់តែប្រសើរ
5. ជួយអោយយល់ច្បាស់ពីអាជីវកម្ម
6. ជួយក្នុងការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម
7. ជួយស្វែងយល់ពីធាតុចូល និងលទ្ធផលនៃអាជីវកម្ម

➢ **សន្តិសុខ និងសុវត្ថិភាពក្នុងអាជីវកម្មនៃបច្ចេកវិទ្យា**

សន្តិសុខ និងសុវត្ថិភាពដែលស្ថិតនៅជាបញ្ជីអាទិភាព។ ផលវិជ្ជមាន និងមានប្រយោជន៍បំផុតនៃបច្ចេកវិទ្យាដែលអាចបំពេញចិត្តម្ចាស់អាជីវកម្មគឺសន្តិសុខ និងសុវត្ថិភាពនៃអាជីវកម្ម ដែលពួកគេបានសាងសង់ដោយការខិតខំប្រឹងប្រែងទាំងយប់ទាំងថ្ងៃ។

បច្ចេកវិទ្យាបានជួយយ៉ាងច្រើនក្នុងការធានា និងសន្សំអាជីវកម្មតាមវិធីផ្សេងៗគ្នា។ វាអាចបែងចែកជាពីរប្រភេទគឺ៖

១. ឧបករណ៍

រួមបញ្ចូលឧបករណ៍បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលទាំងអស់ ដែលជួយការពារទ្រព្យសម្បត្តិអាជីវកម្មពីធម្មជាតិ ការវាយប្រហារតាមរាងកាយ និងការលួច។ ឧបករណ៍បែបនេះគឺ៖

- ការមេរ័សុវត្ថិភាព ប្រើសម្រាប់ការពារទ្រព្យសម្បត្តិអាជីវកម្មពីការលួច។
- ឧបករណ៍ស្តោនម្រាមដៃ គឺអនុញ្ញាតតែអ្នកដែលមានការអនុញ្ញាត អោយទៅកាន់តំបន់

នៃទ្រព្យសម្បត្តិអាជីវកម្ម។

- ឧបករណ៍ចាប់សញ្ញាដែលមានសំឡេងឆ្លងក្នុងករណីអគ្គិភ័យ និងគ្រាអាសន្នដើម្បីគ្រប់គ្រងស្ថានភាពភ្លាមៗ។

២. កម្មវិធី

ជាមួយនឹងបច្ចេកវិទ្យាអ៊ិនត្រីប(Encryption)ចុងក្រោយបំផុត ជាទិន្នន័យរបាយការណ៍អាជីវកម្ម និងឯកសារដែលត្រូវបានការពារដោយពាក្យសម្ងាត់ជាខ្លាំងពីដៃគូប្រកួតប្រជែង និងកាត់ក្នុងបន្តិចទៀត។ វាអាចចែករំលែកដោយសុវត្ថិភាព ឬរក្សាការសម្ងាត់នៅលើកុំព្យូទ័រ។ ឧទាហរណ៍នៃបច្ចេកវិទ្យាសន្តិសុខ និងសុវត្ថិភាពអាជីវកម្មគឺ៖

- ការអ៊ិនត្រីប (Encryption) ទិន្នន័យអាជីវកម្ម ដើម្បីការពារវាពីអ្នកប្រើប្រាស់ដែលគ្មានការអនុញ្ញាត
- កម្មវិធីស្នាមម្រាមដៃប្រើដើម្បីបើកទិន្នន័យអាជីវកម្ម
- ការផ្ទុកឯកសារក្នុងប្រព័ន្ធដែលជាកន្លែងផ្តល់នូវការផ្ទុកឯកសារដើម្បីការពារពីកំហុសឆ្គង និងការបាត់បង់។

១.៥.៣ គុណវិបត្តិនៃបច្ចេកវិទ្យាលើអេស៊ីវកម្ម

ផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមាននៃបច្ចេកវិទ្យា ទាក់ទងនឹងអាជីវកម្មជាធម្មតាស្ថិតក្នុងទម្រង់នៃការបាត់បង់អាជីវកម្មសន្តិសុខសង្គម និងកាត់បន្ថយការរីកចម្រើនរបស់បុគ្គលិក។ ឥទ្ធិពលអវិជ្ជមាននៃបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន អាចមានភាពខុសប្លែកគ្នានៅក្នុងអាជីវកម្មផ្សេងៗគ្នា និងអ្វីដែលបច្ចេកវិទ្យាកំពុងត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់ការងារសំខាន់តិច ឬច្រើន។

➢ ការពឹងផ្អែកលើបច្ចេកវិទ្យា៖

ការពឹងផ្អែកលើបច្ចេកវិទ្យាគឺជាកង្វល់ដ៏ធំមួយ។ ឧបករណ៍ និងកម្មវិធីឌីជីថល ជាច្រើនត្រូវបានបង្កើតឡើងសម្រាប់ ធ្វើអាជីវកម្ម ឬប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មពីចម្ងាយ។ យើងកំពុងប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាជាញឹកញាប់រហូតយើងបានផ្លាស់ប្តូរទម្លាប់អាជីវកម្មរបស់យើង ហើយវាកំពុងជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដល់អាជីវកម្មរបស់យើងយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរ។ សូម្បីតែបញ្ហាតូចមួយនៅក្នុងបច្ចេកវិទ្យា ក៏អាចកាត់ផ្តាច់ដំណើរការអាជីវកម្មបានដែរ ។ ឧទាហរណ៍ដ៏ល្អមួយនឹងជាការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិតសម្រាប់ការទិញទំនិញតាមអ៊ីនធឺណិត។ ប្រសិនបើមានបញ្ហាណាមួយនៅក្នុង Webserver នៃហាងអនឡាញ នោះវានឹងត្រូវបានកាត់ផ្តាច់ពីអតិថិជន ហើយដំណើរការអាជីវកម្មនឹងបញ្ឈប់ដោយសារតែមិនមានវិធីជំនួសអាជីវកម្ម។

នៅក្នុងពិភពសម័យទំនើប បច្ចេកវិទ្យាកំពុងកំណត់ផ្លូវសម្រាប់យើងក្នុងការរស់នៅ។ ហើយយើងបានកំណត់ជីវិតរបស់យើង ទៅតាមវា។ ឧទាហរណ៍នៃភាពអាស្រ័យលើ កាតឥណទាន រូបិយប័ណ្ណគ្រីបតូ (Cryptocurrency) ប្រតិបត្តិការទូរស័ព្ទ និងមនុស្សយន្តសម្រាប់ផលិត និងដំណើរការ។

➤ **ការពង្រីកបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ៖**

អាជីវកម្មទំនើប ត្រូវបានពឹងផ្អែកលើប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់គោលបំណងជាច្រើន។ ដោយអាស្រ័យហេតុនេះទើបឈានដល់ចំណុចមួយដែលបច្ចេកវិទ្យាត្រូវ ធ្វើអោយប្រសើរឡើងដើម្បីរក្សាការប្រកួតប្រជែង។ បច្ចេកវិទ្យាវិគ្គន៍ជាបន្តបន្ទាប់ទៅតាមពេលវេលា។ បច្ចេកវិទ្យាដែលមានស្រាប់នឹងមានការហួសសម័យ ហើយការធ្វើអោយលទ្ធផលប្រសើរជាងមុន គឺយើងត្រូវការចំណាយច្រើន។ វាមិនត្រឹមតែមានការធ្វើអោយប្រសើរឡើងតែការចំណាយប្រាក់ប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏មានការថែទាំផងដែរ។ ជាធម្មតា ឧបករណ៍បច្ចេកវិទ្យាមិនអាចថែទាំដោយជាងមេកានិចក្នុងស្រុកបានទេ។ ក្រុមហ៊ុនផ្តល់សេវាកម្ម ឬក្រុមហ៊ុននឹងផ្តល់សេវាថែទាំ ក្នុងតម្លៃខ្ពស់។

➤ **ហានិភ័យសុវត្ថិភាពដោយសារបច្ចេកវិទ្យា៖**

អាជីវកម្មពឹងផ្អែកលើការប្រើប្រាស់កុំព្យូទ័រ និងឧបករណ៍ឌីជីថលសម្រាប់ប្រតិបត្តិការ។ ការពឹងផ្អែកលើបច្ចេកវិទ្យាបានធ្វើអោយអាជីវកម្មប្រឈមនឹងហានិភ័យផ្នែកសុវត្ថិភាព។ កិច្ចព្រមព្រៀងពាណិជ្ជកម្ម និងប្រតិបត្តិការភាគច្រើនធ្វើឡើងតាមរយៈកុំព្យូទ័រ និងការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិត។ ការធ្វេសប្រហែសណាមួយពីនិយោជិត ឬកម្មករអាចបង្ហាញពីតំបន់អាជីវកម្មរបស់អ្នកទៅកាន់ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក ពួក Hacker ឬការក្លែងបន្លំតាមអ៊ីនធឺណិត។ អ្នកវាយប្រហារតាមអ៊ីនធឺណិត តែងតែស្វែងរកភាពងាយរងគ្រោះ ដើម្បីវាយប្រហារ និងក្លែងបន្លំអ្នកនៅក្នុងអាជីវកម្ម។ យោងតាមការស្ទង់មតិក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ អាជីវកម្ម ៣២% ត្រូវបានរងផលប៉ះពាល់ដោយការលួចចូលក្នុងប្រព័ន្ធ។ ពួក Hacker អាចលួចយកព័ត៌មានសំខាន់ ពាក្យសម្ងាត់ និងព័ត៌មាននៅលើគណនីធនាគារដែលអាចបណ្តាលអោយមានការខាតបង់រាប់លាន។ យោងតាមការស្ទង់មតិថ្មីៗនេះ ពួក Hacker ក្នុងឆ្នាំ ២០១១ រកចំណូលបានជាង ១០ ពាន់លានដុល្លារ។ ជនរងគ្រោះខាតបង់បំផុតនៃការលួចចូលឆ្នាំ ២០១១ គឺក្រុមហ៊ុន Sony ។ នៅក្នុងខែមេសា ឆ្នាំ ២០១១ ពួកHacker បានបិទបណ្តាញ Sony PlayStation និងលួចព័ត៌មានដូចជា ឈ្មោះអ្នកប្រើប្រាស់ អាស័យដ្ឋាន និងព័ត៌មានកាតឥណទាន ដែលមានតម្លៃ ១៧១ លានដុល្លាររបស់ Sony ។

➢ **ការវិនិយោគដោយសារបច្ចេកវិទ្យានៅកន្លែងធ្វើការ ៖**

បុគ្គលិកកំពុងតែប្រើប្រាស់ បច្ចេកវិទ្យាដើម្បីបង្កើនផលិតភាព និងប្រសិទ្ធភាព។ ប៉ុន្តែបច្ចេកវិទ្យានេះក៏កំពុងជំរុញការផ្តោតអារម្មណ៍ និងការយកចិត្តទុកដាក់របស់បុគ្គលិកនៅឆ្ងាយពីការងារ។ ដូចដែលយើងទាំងអស់គ្នាប្រើប្រាស់ឥតឈប់ឈរតាមរយៈបណ្តាញ និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម ហើយយើងកំពុងតែការប្រើប្រាស់ទូរស័ព្ទចល័តសម្រាប់គោលបំណងផ្សេងៗ។ ការដាស់តឿនដោយ ការជូនដំណឹងពីកម្មវិធីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមផ្សេងៗ និងតាម រយៈអ៊ីមែលនៅលើទូរសព្ទអាចវិនិយោគនៅពាក់កណ្តាលម៉ោងធ្វើការ ហើយម៉ោងដែលត្រូវបានចាត់តាំងសម្រាប់ការងារត្រូវបានខូចក្នុងទំនាក់ទំនងសង្គមតាមរយៈកម្មវិធី និងអ៊ីមែល ឬសារជាអក្សរដែលបំផ្លាញដល់កម្រិតផលិតភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ផលិតភាពរបស់បុគ្គលិកបានប៉ះពាល់ដោយអវិជ្ជមាន ហើយការវិនិយោគទាំងនេះ ហើយអាចកាត់បន្ថយវឌ្ឍនភាព។

➢ **ការធ្វើការងារលើលដោយសារបច្ចេកវិទ្យា៖**

ការប្រកួតប្រជែងកាន់តែខ្លាំងបានបង្កអោយ មានបន្ទុកការងារលើសចំណុះលើបុគ្គលិកដូចជាម្ចាស់អាជីវកម្ម។ ការប្រឆាំងប្រជែងបានបណ្តាលអោយមានបញ្ហារបស់និយោជិតអាជីវកម្ម និងម្ចាស់អាជីវកម្ម ដោយសារពួកគេជាប់ពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងអាជីវកម្ម ឬធ្វើការតាមទូរសព្ទ និងកុំព្យូទ័រយូរដៃគ្រប់ពេល។ ចំណងនៃបច្ចេកវិទ្យា និងការងារ កើតឡើងមានគ្រប់ទីកន្លែង។ អ្នកជំងឺមិនអាចរក្សាតុល្យភាពរវាងការងារ និងផ្ទះ ដែលនាំអោយមានជំងឺបាក់ទឹកចិត្ត និងស្រួស។ ដូច្នេះ ជំនួសមកវិញពីការធ្វើអោយជីវិតមានភាពងាយស្រួល ដោយបច្ចេកវិទ្យាងាយស្រួល ងាយនាំអោយមានការបាក់ទឹកចិត្ត និងជីវិតតានតឹង។¹⁸

¹⁸ Nidda Rohaila,(2022),Top 15 Positive and Negative Impacts of Technology on Business”

www.niddarohaila.com , ទាញយកនៅថ្ងៃទី ៨ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

ជំពូកទី២

ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's

២.១ ជីវប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's

២.១.១ បង្កើតឡើងដោយលោក Richard និង Maurice McDonald

ភោជនីយដ្ឋាន McDonald's ដំបូង ត្រូវបានបើកនៅឆ្នាំ ១៩៤០ ដោយបងប្អូនប្រុស Maurice ("Mac") និង Richard McDonald (Dick) នៅ San Bernardino រដ្ឋ California ។ ដើមឡើយវាជាប្រភេទហាង drive-in ដែលមានមុខម្ហូបជាច្រើនសម្រាប់អតិថិជន។ នៅឆ្នាំ ១៩៤៨ McDonald's កែប្រែអាជីវកម្មឡើងវិញ ភោជនីយដ្ឋានតូចនេះត្រូវបានចនាឡើងដើម្បីផលិតអាហារក្នុងបរិមាណច្រើនក្នុងតម្លៃទាប។ ដើម្បីសម្រេចបាននូវចំណុចទាំងនេះ ពួកគេបានកំណត់បញ្ជីមុខម្ហូប ដែលបង្ហាញតែហាំប៊ីហ្គី បន្ទះដំឡូងបំពង (ក្រោយមកត្រូវបានជំនួសដោយដំឡូងបំពង) ភេសជ្ជៈ និងនំ ហើយបានបង្កើតទម្រង់ដ៏សាមញ្ញ និងមានប្រសិទ្ធភាពដែលពួកគេរចនាហាងរបស់ខ្លួនតាមស្តង់ដារឆាប់រហ័ស ដែលអនុញ្ញាតអោយចុងភោជនីយដ្ឋានធ្វើការបានលឿន បើកន្លែងតូច និងបង្ហាញពីអនាម័យក្នុងហាង។ នេះគឺជាបញ្ចូលទាំងសេវាបម្រើដោយខ្លួនឯង ដែលមិនត្រូវការបុគ្គលិក សម្រាប់អ្នករត់តុ និងបម្រើសេវាកម្ម ហើយអតិថិជនបានទទួលអាហាររបស់ពួកគេយ៉ាងឆាប់រហ័ស។ ការ ច្នៃប្រឌិត ទាំងនេះ បានធ្វើអោយពួកគេលក់ត្រឹមតែ ១៥សេនក្នុងមួយហាំប៊ីហ្គី ប្រហែលពាក់កណ្តាលនៃតម្លៃភោជនីយដ្ឋានដែលជាគូប្រកួតប្រជែង។¹⁹

២.១.២ ប្រវត្តិលោក Ray Kroc និងការចូលរួមជាមួយក្រុមហ៊ុន McDonald's

Ray Kroc កើតក្នុងទីក្រុង Chicago រដ្ឋ Illinois ។ នៅ ឆ្នាំ ១៩០២ លោកបានឈប់រៀន ដើម្បីចូលរួមជាមួយអង្គការសង្គ្រោះបន្ទាន់របស់កាកបាទក្រហមក្នុងសង្គ្រាមលោកលើកទីមួយ។ សង្គ្រាមបានបញ្ចប់ លោក Ray បានត្រឡប់ទៅផ្ទះវិញ ដើម្បីរកប្រាក់ចិញ្ចឹមជីវិតជាតន្ត្រីករ ហើយក្រោយមកលក់ពែងក្រដាស។ នៅឆ្នាំ ១៩៣៩ គាត់បានក្លាយជាអ្នកចែកចាយផ្តាច់មុខនៃ ម៉ាស៊ីនក្រឡុក (ម៉ាស៊ីនក្រឡុកទឹកដោះគោ)។²⁰

Ray Kroc អាចលក់បានរហូតដល់ ៨,០០០គ្រឿងក្នុងមួយឆ្នាំក្នុងរដូវក្តៅ។ ប៉ុន្តែក្រោយមកការលក់បានធ្លាក់ចុះបន្តិចម្តងៗ។ ហើយភ្លាមៗនោះមានការបញ្ជាទិញរហូតដល់ ៨ គ្រឿងពីមនុស្សតែម្នាក់។ លោក

¹⁹ The Editors of Encyclopaedia Britannica, "McDonald's American corporation", www.britannica.com, ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

²⁰ McDonald's, "McDonald's History", www.mcdonalds.com, ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

Ray មានការងឿឆ្ងល់ថា តើគោជនីយដ្ឋានប្រភេទណាដែលចង់ធ្វើទឹកដោះគោក្រឡុក ៤០កែវ (ម៉ាស៊ីនមួយធ្វើបាន៥កែវ) ក្នុងពេលមួយ? Ray Kroc បានប្រញាប់ទៅមើលដោយផ្ទាល់ភ្នែកនៅ San Bernardino រដ្ឋ California ។ ប៉ុន្តែ McDonald's ដែលគាត់បានឃើញគឺខុសគ្នាពីការគិតរបស់គាត់ វាគ្រាន់តែជាហាងអាហារហ៊ុយស្ទូចមួយ។ ដោយគ្មានអ្នករត់តម្កល់ មុខម្ហូបនេះរួមបញ្ចូលតែបំប៉នប្រី ដំឡូងបំពង និងភេសជ្ជៈមួយចំនួនប៉ុណ្ណោះ។ ជាមួយនឹងជួរមនុស្សដ៏វែងអន្លាយ ជួរនីមួយៗចំណាយពេលមិនលើសពី ៣០ វិនាទីទេ អ្នកគ្រាន់តែដើរទៅទិញ ហើយយកចេញទៅអង្គុយញ៉ាំនៅកន្លែងណាដែលអ្នកចង់បាន។ Ray Kroc មិនធ្លាប់ឃើញសកម្មភាព ដូចនេះពីមុនមក McDonald's មិនបានខ្លះខ្វាយពេលវេលាក្នុងសេវាកម្មអតិថិជនទេ។ ហាងរបស់ពួកគេពោរពេញទៅដោយអាហារមានគុណភាព និងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងដ៏អស្ចារ្យ ដែលមានល្បឿនលឿន។ សម្រាប់គាត់ McDonald's គឺលើសពីគោជនីយដ្ឋានធម្មតាទៅទៀត ប៉ុន្តែវា ជាកន្លែងប្រជុំសម្រាប់មនុស្សគ្រប់ភេទ គ្រប់វ័យ និងគ្រប់ថ្នាក់ ។

Ray Kroc មិនអាចរង់ចាំនិយាយជាមួយ Dick និង Mac McDonald ដែលជាបងប្អូនប្រុសដ៏អស្ចារ្យពីរនាក់។ គាត់បានព្យាយាមបញ្ចុះបញ្ចូលពួកគេអោយលក់សិទ្ធិផ្តាច់មុខ ប៉ុន្តែពួកគេមិនបានយល់ព្រមនោះទេព្រោះការពង្រីកសាខាធ្វើអោយមានការលំបាកក្នុងការគ្រប់គ្រងគុណភាព។ គាត់បានប្រាប់បងប្អូនទាំង២ អំពីការធ្វើអាជីវកម្ម ដើម្បីបើកហាងរបស់ពួកគេនៅជុំវិញប្រទេស។ ដំបូងឡើយពួកគេមិនបានបង្ហាញចំណាប់អារម្មណ៍ពីព្រោះពួកគេ ពេញចិត្តនឹងកម្រិតនៃជោគជ័យហាងតែមួយគត់ ដែលមានហើយមានអារម្មណ៍ថាពួកគេមិនចាំបាច់ធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតទេ។

រូបភាពទី២៖ លោក Ray Kroc



(ប្រភព៖ www.theatlantic.com)

ទោះជាយ៉ាងណាលោកRay មិនចុះចាញ់ឡើយ ព្រោះពេលត្រឡប់ទៅ Chicago វិញភ្លាមៗ គាត់ក៏បានចាប់ផ្តើមធ្វើសេចក្តីព្រៀងកិច្ចសន្យាសម្រាប់សិទ្ធិធ្វើសិទ្ធិផ្តាច់មុខ McDonald's នៅទូទាំងសហរដ្ឋអាមេរិក។

វិក្រហ្វនឆាយទាំងអស់ត្រូវតែដូចគ្នា។ ទាំងការប្រើប្រាស់ឈ្មោះ McDonald's និងនិមិត្តសញ្ញា M ពណ៌លឿង មិនអាចផ្លាស់ប្តូរបានទេ។ លុះត្រាតែបងប្អូនទាំងពីរយល់ព្រមកិច្ចសន្យាក៏ចែងថា គាត់នឹងកាន់កាប់ចំណែក ១.៩% នៃការលក់សិទ្ធិផ្តាច់មុខនីមួយៗ ដោយ ១.៤% ទៅ លោក Ray និង ០.៥% ទៅ McDonald Brothers ដោយគ្មានបងប្អូនទាំងពីរធ្វើអ្វីនោះទេ។ ជាមួយនឹងការផ្តល់ជូននេះ ទីបញ្ចប់ បងប្អូនទាំងពីរបាន យល់ព្រមអោយ លោក Ray ធ្វើជាម្ចាស់សិទ្ធិផ្តាច់មុខ។ នៅឆ្នាំ ១៩៥៥ លោក Ray បានបើកសិទ្ធិផ្តាច់មុខ McDonald's ដំបូងនៅ Des Plaines ។ រដ្ឋ Illinois មួយឆ្នាំក្រោយមក លោក Ray បានលក់សិទ្ធិផ្តាច់មុខ ចំនួន ១៨ ដែលលក់ដាច់អស់ ប៉ុន្តែបញ្ហានោះគឺថាពួកគេមិនអាចរកប្រាក់ចំណេញបាន។²¹

លោក Ray Kroc មើលឃើញថាលោក Dick និង Mac ជាឧបសគ្គ ដែលធ្វើអោយអាជីវកម្មរបស់គាត់ មានការរីកចម្រើនយឺតជាងអ្វីដែលគួរ។ គាត់ចង់មានសេរីភាព ពីបងប្អូនអោយបានឆាប់តាមដែលអាចធ្វើទៅ បាន ហើយឱកាសរបស់ Ray Kroc បានមកដល់ នៅពេលដែល Dick និង Mac ចាប់ផ្តើមនិយាយអំពីការចូលនិវត្តន៍។ ក្រោយមក Ray Kroc បានទិញយក McDonald's ក្នុងតម្លៃ ២.៧លានដុល្លារ។ Ray Kroc រកវិធីខ្ចីលុយ ចំនួនច្រើន ដើម្បីទទួលបានអ្វីៗគ្រប់យ៉ាង រួមទាំងឈ្មោះ McDonald's ហើយត្រូវរកវិធីបង្វែរលុយមកវិញ ។ ដោយផ្អែកលើប្រាក់ចំណូលរបស់គាត់នៅពេលនោះគឺឆ្នាំ ១៩៦១ វាចំណាយពេលគាត់ប្រហែល ៣០ ឆ្នាំដើម្បី សងបំណុលរបស់គាត់។ ការពង្រីកយ៉ាងឆាប់រហ័ស ដោយគ្មានយុត្តាធិការរបស់ Dick និង Mac គាត់បាន សងបំណុលទាំងអស់របស់គាត់ក្នុងរយៈពេលត្រឹមតែប្រាំមួយឆ្នាំប៉ុណ្ណោះ។ បន្ទាប់មក លោក Dick និង Mac បានបន្តដំណើរការ ហាងរបស់ពួកគេនៅ San Bernardino ប៉ុន្តែត្រូវប្តូរឈ្មោះទៅជា The Big M ដោយសារ តែឈ្មោះ McDonald's មិនអាចប្រើប្រាស់បានឡើយ រហូតដល់ប្រាំមួយឆ្នាំក្រោយ ហាង Big M របស់បងប្អូន ទាំងពីរត្រូវបិទទ្វារ ។ មិនយូរប៉ុន្មាន McDonald's បានពង្រីកទៅកាន់ប្រទេសផ្សេងៗជុំវិញពិភពលោក ហើយនៅ ឆ្នាំ ២០០៣ ក្រុមហ៊ុនមានហាងច្រើនជាង ៣១,០០០ នៅក្នុង ១១៩ ប្រទេសជុំវិញពិភពលោក។²²

McDonald's ឥឡូវនេះមានតម្លៃ ១៨៥ ពាន់លានដុល្លារ ច្រើនជាង ៦៨,០០០ ដងច្រើនជាងតម្លៃលោក Ray ទិញពីបងប្អូន។

²¹ Longtunman,2021, ความยิ่งใหญ่ของ McDonald's ที่จุดเริ่มต้นมาจาก "การหักหลัง", www.longtunman.com, ទាញយកនៅថ្ងៃ ១ ខែសីហា ឆ្នាំ ២០២២

²² Thaismescenter,2022, Ray Kroc ผู้ปั้นแฟรนไชส์ McDonald's เปลี่ยนอะไรมานโลกใบนี้!, www.thaismescenter.com, ទាញយកនៅថ្ងៃ ១ ខែសីហា ឆ្នាំ ២០២២

២.២ ប្រវត្តិក្រុមហ៊ុន McDonald's ចូលទៅវិនិយោគក្នុងប្រទេសចិន

ភោជនីយដ្ឋាន McDonald's បានរីកចម្រើនពីភាគខាងត្បូង ដោយបើកនៅទីក្រុង Shenzhen ដែលជាទីក្រុងតូចមួយនៅជិតទីក្រុងហុងកុង។ ក្រុង Shenzhen ត្រូវបានប្រកាសជាតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេសក្នុងឆ្នាំ ១៩៧៩ ហើយជាតំបន់ដំបូងគេដែលត្រូវបានបើកអោយជនបរទេស។ ពន្ធទាប ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រាន់ និងការជ្រៀតជ្រែកតិចពីរដ្ឋាភិបាលបានទាក់ទាញ McDonald's អោយបើកភោជនីយដ្ឋានដំបូងរបស់ខ្លួននៅក្នុងប្រទេសចិនដ៏គោក នៅឆ្នាំ ១៩៩០ នៅទីក្រុង Shenzhen ដែលធ្វើអោយប្រទេសចិនក្លាយជាប្រទេស ទី ៥៣ ដែលមាន McDonald's។ ពីរឆ្នាំក្រោយមក McDonald's ទីបំផុតបានចូលទីក្រុងប៉េកាំង ហើយបានបើកភោជនីយដ្ឋានធំជាងគេបំផុតនៅលើពិភពលោក។ ការចនាឱ្យមិត្តសញ្ញា M ពណ៌លឿងដ៏ធំអាចមើលឃើញពីចម្ងាយ ហើយរូប Ronald ដែលជាតំណាងអោយ McDonald's បានដាក់តាំងនៅថ្ងៃបើកសម្ពោធនៅខែមេសា ឆ្នាំ ១៩៩២ ជាពិសេសទៀតនោះ៖ អតិថិជនជាងបួនម៉ឺននាក់ត្រូវបានបម្រើដោយបុគ្គលិកជិតមួយពាន់នាក់។

រូបភាពទី៣៖ ថ្ងៃបើកសម្ពោធរបស់ McDonald's នៅក្រុងប៉េកាំង



(ប្រភព៖ www.gushiciku.cn)

ប៉ុន្តែពីរឆ្នាំក្រោយមក McDonald's បានជាប់ពាក់ព័ន្ធនឹងជម្លោះដីធ្លីប្រឆាំងនឹងរដ្ឋាភិបាលក្រុងប៉េកាំង។ ដោយ McDonald បានចុះកិច្ចសន្យាធ្វើក្នុងត្រាការជួលកន្លែងធ្វើអាជីវកម្មរយៈពេល២០ឆ្នាំ។ ហើយរដ្ឋាភិបាលបានយកលេសដោយលើកឡើងថារដ្ឋាភិបាលត្រូវយកកន្លែងនោះដើម្បីធ្វើពាណិជ្ជកម្ម លំនៅដ្ឋាន និងការវិបល័យផ្សេងទៀត ដែលគ្រោងដោយរដ្ឋាភិបាលហុងកុង។ អគារជុំវិញទាំងអស់ត្រូវបានវាយកម្ទេច ខណៈភោជនីយដ្ឋានអាមេរិក គឺជាអគារឯកោលរចនាចំណុះចំណុះបែក។ ការតស៊ូផ្លូវច្បាប់បានអូសបន្លាយរយៈពេលពីរឆ្នាំ ហើយបានបញ្ចប់នៅពេលដែលទីក្រុងប៉េកាំងបានយល់ព្រមបង់ថ្លៃសេវា McDonald's ចំនួន ១២.៣ លានដុល្លារ។ នៅឆ្នាំ ១៩៩៦ កន្លែងលក់ថ្មីត្រូវបានបើកនៅចម្ងាយ ១៥០ ម៉ែត្រពីទីតាំងចាស់ ដែលវាបន្តដំណើរការ

រហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ នៅចុងឆ្នាំ ១៩៩៦ មានហាងចំនួន ២៩ នៅក្នុងទីក្រុងប៉េកាំង។ ខ្សែសង្វាក់ ភោជនីយដ្ឋានMcDonald'sប្រទេសចិនព្យាយាមបញ្ចូលរសជាតិក្នុងស្រុក និងម្ហូបបែបប្រពៃណីទៅក្នុង ចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន ក្នុងនោះផងដែរMcDonald's ផ្តល់ជូនការដឹកជញ្ជូន ២៤ ម៉ោង ការប្រើវ៉ាយ ហ្វាយ(Wi-Fi)ក្នុងហាងឥតគិតថ្លៃ និងសេវាកម្មផ្សេងៗដែលធ្លាប់ប្រើកន្លងមក ដូចជាការបើកបរឆ្លងកាត់ (drive-through) និងអាហារឆឹករាយ (happy meal)។

អស់រយៈពេល ២៧ ឆ្នាំបន្ទាប់ពីការមកវិនិយោគលើកដំបូងរបស់ខ្លួនទៅកាន់ប្រទេសចិន McDonald's មានសាខាប្រហែល ២,៥០០ ដែលរីករាលដាលពាសពេញប្រទេស។ កាលពីខែសីហាឆ្នាំ២០១៦ McDonald's បានប្រកាសពីផែនការរបស់ខ្លួនក្នុងការបើកភោជនីយដ្ឋានថ្មីចំនួន ២,០០០ នៅទូទាំងប្រទេស ចិនក្នុងរយៈពេល ៥ ឆ្នាំ ដោយនាំអោយចំនួនសរុបកើនដល់ ៤,៥០០ នៅឆ្នាំ ២០២២។²³ តាមទិន្នន័យបាន បង្ហាញថានៅឆ្នាំ២០២០ ភោជនីយដ្ឋាន McDonald'sប្រទេសចិនមាន ចំនួន៣,៥០០ហាង និងបានជាប់ចំណាត់ថ្នាក់លេខ ២ ដែលមានចំនួនភោជនីយដ្ឋានច្រើនជាងគេលើពិភពលោក។²⁴

²³ Ayana ,2017, The History of McDonald's in China, www.blogs.transparent.com

ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២២

²⁴ Atlasbig, Countries by McDonald's Restaurants, www.atlasbig.com

ទាញយកនៅថ្ងៃទី២២ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

ជំពូកទី៣

ប្រតិបត្តិការបច្ចេកវិទ្យារបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's នៅប្រទេសចិន

ក្រុមហ៊ុន McDonald's បានជះឥទ្ធិពលទៅកាន់ប្រទេសចិនដែលជាប្រទេសមានវប្បធម៌យ៉ាងចំណាស់ ជាពិសេសគឺផ្នែកអាហារឋាននេះតែម្តង។ អាហារឋានដែលមានដើមកំណើតមកពីសហរដ្ឋអាមេរិចមួយនេះបានបញ្ចូលនូវបច្ចេកវិទ្យាជាច្រើន ទៅកាន់សង្គមដែលពិតមកក្នុងការដោយ ស្វ័យប្រវត្តិក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនឲ្យកាន់តែទំនើបក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ។ ទោះជា McDonald's បានឈានចូលទីផ្សារប្រទេសចិនដោយមានបញ្ហាជាមួយវប្បធម៌ទំនាក់ទំនងក្នុងប្រទេសក៏ពិតមែន ប៉ុន្តែ McDonald's ទាំងមូលបាន ខិតខំស្វែងរកបច្ចេកវិទ្យាចុងក្រោយថ្មីៗ និងធ្វើការដណ្តើមទីផ្សារពីសំណាក់យុវវ័យយ៉ាងសកម្មក្នុងប្រទេសចិន។ ដោយឡែក អ្នកវិទ្យាសាស្ត្រអាមេរិចមួយរូបបានបង្កើតពាក្យថា McDonalization ដោយសំដៅទៅលើដំណើរការនៃភាពជឿជាក់អាហារឋាន ដែលកំពុងគ្របដណ្តប់វិស័យកាន់តែច្រើនឡើងៗនៅទូទាំងពិភពលោក។ ការវិវត្ត នៃបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ បានធ្វើអោយការទំនាក់ទំនងរបស់សង្គមកាន់តែមានភាពងាយស្រួលថែមមួយកម្រិតទៀត។ ការបង្កើនបច្ចេកវិទ្យាដែលធ្វើឲ្យមានសកម្មភាពទំនាក់ទំនងសង្គមកាន់តែមានភាពសាមញ្ញបច្ចេកវិទ្យាក៏ជាចំណែកចូលរួមសកម្មភាពសកលការរូបនីយកម្មដែលជាពាក្យគេប្រើជាញឹកញាប់ ដើម្បីពិពណ៌នាការឈានទៅរកការរួមបញ្ចូលគ្នានៃទីផ្សារផ្សេងៗគ្នានៅលើពិភពលោក។

៣.១ ក្រុមហ៊ុន McDonald's ដែលបានប្រើបច្ចេកវិទ្យានៅទសវត្សរ៍ចុងក្រោយនៅក្នុងប្រទេសចិន

ជាការពិតណាស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's មិនមែនពឹងផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាសុទ្ធសាតទេ ប៉ុន្តែភាពជឿជាក់អាហារឋានមួយនេះក៏មានផ្នែកខ្លះៗក៏បានប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដែរ។ បច្ចេកវិទ្យាដែលពួកគេ ប្រើប្រាស់ដើម្បីបង្កើនផលិតភាពបុគ្គលិក ការចម្អិនចំណីអាហារដែលមានល្បឿនលឿនជូនអតិថិជន និងការប្រើបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអតិថិជនកាន់តែជិតស្និទ្ធជាងមុន។ ស្របពេលដែលបច្ចេកវិទ្យាកំពុងអភិវឌ្ឍក្រុមហ៊ុន McDonald's ក៏បានបន្ថែមមុខងារថ្មីៗ ពង្រឹងខ្លួនជាការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យានៅក្នុងសង្វាក់ផលិតកម្មរបស់ខ្លួនដើម្បីស្វែងរកអតិថិជនអោយចំគោលដៅ។ McDonald's នឹងជួលវិស្វករ អ្នកវិទ្យាសាស្ត្រទិន្នន័យ និងអ្នកបច្ចេកទេសផ្សេងទៀត ដើម្បីចូលរួមជាមួយ McD Tech Labs ការធ្វើបែបនេះវាជាយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារមួយ ដើម្បីស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ និងបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។

នៅខាងក្រោមនេះគឺជា សកម្មភាពវិនិយោគដោយការទិញក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា និងការសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាក្នុងស្រុក រួមទាំងការបកស្រាយខ្លះៗអំពីក្រុមហ៊ុននីមួយៗ៖

ប្រកាសកិច្ចព្រមព្រៀងទិញក្រុមហ៊ុនរវាង McDonald's និង Dynamic Yield ក្នុងតម្លៃ៣០០លាន ដុល្លារនៅថ្ងៃទី២៥ ខែមីនាឆ្នាំ២០១៩ដែលកិច្ចព្រមព្រៀងនេះមានរយៈពេល២០ឆ្នាំ។ ក្រុមហ៊ុន Fast Food ដ៏ធំនេះបាននិយាយថា ខ្លួនបានយល់ព្រមទិញ Dynamic Yield ដែលមានឯកទេសខាងបច្ចេកវិទ្យាកំណត់ ផ្ទាល់ខ្លួន និងការសម្រេចចិត្ត។ បច្ចេកវិទ្យារបស់ Dynamic Yield នឹងបង្ហាញម៉ូឌុលឌីជីថលរបស់ McDonald's ផ្លាស់ប្តូរដោយផ្អែកទៅលើកត្តាផ្សេងៗគ្នា ដូចជាអាកាសធាតុ និងចរាចរណ៍ភោជនីយដ្ឋានបច្ចុប្បន្ន។ ការកែលម្អ ទាំងនោះមានដូចជាការបន្ថែមបញ្ជាសម្រាប់បម្រើខ្លួនឯង និងបន្ទះម៉ឺនុយឌីជីថល គឺសំដៅជំរុញការលក់ដោយ បង្កើនភាពងាយស្រួលសម្រាប់អតិថិជន។ បច្ចេកវិទ្យាក៏អាចណែនាំមុខម្ហូបក្នុងម៉ឺនុយដែលកំពុងពេញនិយម និង បង្ហាញមុខម្ហូបបន្ថែមភ្លាមៗទៅកាន់ការបញ្ជាទិញរបស់អតិថិជនដោយផ្អែកលើការជ្រើសរើសបច្ចុប្បន្នរបស់ពួកគេ។²⁵

នៅខែមេសា ឆ្នាំ២០១៩ក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធរបស់សាជីវកម្ម McDonald's ទិញភាគហ៊ុន 9.9% នៅ ក្នុង Plexure។ ក្រុមហ៊ុននេះជាក្រុមហ៊ុនរបស់ប្រទេសនូវវ៉ែលសេឡង់ ដែលមានមុខងារក្នុងការបង្កើតកម្មវិធី នៅប្រព័ន្ធទូរស័ព្ទ (mobile app)។²⁶

ថ្ងៃទី ១០ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ ២០១៩ ក្រុមហ៊ុន McDonald's បានប្រកាសនូវកិច្ចព្រមព្រៀងមួយអំពីការទិញ ក្រុមហ៊ុន Apprente ដែលជាក្រុមហ៊ុនផ្នែកអភិវឌ្ឍន៍សំលេង នៅសន្ទនាតាមសំឡេងក្នុងបច្ចេកវិទ្យាប្រព័ន្ធ AI ។

McDonald's ប្រទេសចិនបានប្រកាសថាអតិថិជនអាចជ្រើសរើសពីវិធីទូទាត់ផ្សេងៗ រួមទាំងកាត ធនាគារ Apple Pay Alipay WeChat Pay និង QQ Wallet មិនថាពួកគេកុម្មុំអាហារនៅបញ្ជីរ ម៉ាស៊ីន បញ្ជាទិញដោយខ្លួនឯង ឬទូរសព្ទដៃដើម្បីយកអាហារនៅហាងនោះទេ។²⁷

នៅក្នុងខែកញ្ញា ឆ្នាំ ២០១៩ McDonald's ប្រទេសចិន និង WeChat Pay បានប្រកាសរួមគ្នាថាភាគីទាំង ពីរនឹងធ្វើកិច្ចសហប្រតិបត្តិការយ៉ាងទូលំទូលាយនៅក្នុង បទពិសោធន៍នៃការទទួលទានអាហារបែប ឌីជីថល ដោយនាំមុខគេក្នុងការតភ្ជាប់ McDonald's WeChat Pay។²⁸

²⁵ Cnbc, (2019), McDonald's signs its largest deal in 20 years, acquiring tech to personalize the drive-thru menus, www.cnbc.com, ទាញយកនៅថ្ងៃទី ២៧ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២

²⁶ Wired, (2019), McDonald's Doubles Down on Tech With Voice AI Acquisition, www.Wired.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៨ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២

²⁷ McDonald's China, 随时随地的用餐体验, www.mcdonalds.com.cn , ទាញយកនៅថ្ងៃទី៤ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២២

²⁸ Ebrun, (2016), 麦当劳微信支付的背后竟还有这些想法, www.eburn.com , ទាញយកនៅថ្ងៃទី29 ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២

ថ្ងៃទី ១៨ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ ២០១៦ McDonald'sរបស់ប្រទេសចិន បានចាប់ផ្តើមនៅថ្ងៃនេះ ដែលអនុញ្ញាតអោយអតិថិជនប្រើប្រាស់ Apple Pay ដែលជាវិធីសាស្ត្រទូទាត់ហ្វីស និងសុវត្ថិភាព ដែលនាំមកនូវរូបរាងថ្មីចំពោះការទូទាត់តាមទូរស័ព្ទ។

នៅក្នុងខែមីនាឆ្នាំ២០១៦ McDonald's បានសហការជាមួយក្រុមហ៊ុន Ant Financial ដែលជាក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធនៃសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុរបស់ Alibaba ដែលជាអ្នកលេងអេឡិចត្រូនិកដ៏ធំបំផុតរបស់ប្រទេសចិនដើម្បីចាប់ផ្តើមទទួលយកការទូទាត់តាមទូរស័ព្ទនៅក្នុងភោជនីយដ្ឋានជាង ២,១០០ របស់ខ្លួននៅក្នុងប្រទេសចិនដោយប្រើ Alipay ។²⁹

៣.១.១ អ៊ីតិក្រុមហ៊ុន Dynamic Yield

គឺជាឧបករណ៍អនុញ្ញាតដែលត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីជួយដល់ស្ថាប័ន និងអាជីវកម្មដើម្បីជំរុញការចូលរួមរបស់អតិថិជន និងបង្កើនការលក់។³⁰ នៅក្នុងសម័យបច្ចេកវិទ្យាជំរឿនលឿននេះ ក្រុមហ៊ុន McDonald's បានមើលឃើញពីអត្ថប្រយោជន៍នៃបច្ចេកវិទ្យា និងបានសម្រេចទទួលយកនូវបច្ចេកវិទ្យា AI មកប្រតិបត្តិការនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។ កាលពីខែមីនា ឆ្នាំ២០១៩ ក្រុមហ៊ុននេះបានទិញក្រុមហ៊ុនរបស់ប្រទេសអ៊ីស្រាអែលដែលមានឈ្មោះថា Dynamic Yield នៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងមួយដែលត្រូវបានគេរាយការណ៍ថាមានតម្លៃជាង ៣០០ លានដុល្លារ ដែលជាកិច្ចព្រមព្រៀងធំបំផុតក្នុងរយៈពេល ២០ឆ្នាំ។ ការដែលកំពុងចាប់ផ្តើមនៅដំណាក់កាលទី២នៃចក្ខុវិស័យរបស់ខ្លួន និងទទួលយកការធ្វើបដិវត្តន៍កម្មវិធីបង្កើនសមត្ថភាពក្នុងការជម្រុញនូវកំណើនប្រាក់ចំណូលយ៉ាងច្រើនតាមអ៊ីនធឺណិតនិងការពង្រីកខ្លួនទៅក្នុងពិភពនៃបច្ចេកវិទ្យា។³¹

បើយោងតាមការស្នើសុំThe Wall Street Journal ប៉ុន្តែការទិញនេះមានសារៈសំខាន់ជាយុទ្ធសាស្ត្រហើយស្ថិតនៅក្នុងល្បឿនផែនការរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលនិយាយអំពីការកែលម្អទំនាក់ទំនងអតិថិជនតាមរយៈភាពងាយស្រួលជាងមុន។ ការបន្ថែមបច្ចេកវិទ្យា Dynamic Yield ចូលទៅក្នុងភោជនីយដ្ឋានអាចជួយកែលម្អមីនុយដោយអាស្រ័យទៅលើអាកាសធាតុក្នុងតំបន់ពេលថ្ងៃក្តៅ។ វាអាចណែនាំនូវរបស់របរ

²⁹ Paymentsjournal,(2015), McDonald's and Alipay Partner on Payments for 2,100 Restaurants in China, www.paymentsjournal.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៨ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២

³⁰ CompareCamp, Dynamic Yield Review: Pricing, Pros, Cons & Features,www.comparecamp.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២២

³¹ Anthony Ha,2019, McDonald's is acquiring Dynamic Yield to create a more customized drive-thru, www.techcrunch.com. ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២២

បន្ថែមដែលអាចដំណើរការបានល្អជាមួយនឹងការបញ្ជាទិញ ដែលមានស្រាប់និងបង្ហាញទំនិញរបស់អតិថិជន ដែលពេញនិយមក្នុងភោជនីយដ្ឋាន។ កម្មវិធី Drive Thru ដែលបានបង្កើតដោយ Dynamic Yield អាចធ្វើឱ្យ ការលក់កើនឡើងដល់ទៅ ៧០%។

ខាងក្រោមនេះបង្ហាញពីមុខងារដែលក្រុមហ៊ុនបានកំណត់ឡើង៖

- ការរួមបញ្ចូល និងការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យអតិថិជន
- ការផ្តល់ជាអនុសាសន៍ ឬការផ្តល់ជាព័ត៌មានដែលមានភាពជាក់លាក់
- ការផ្ញើសារដោយផ្អែកទៅលើសកម្មភាព
- មុខងារ Trigger Function(ជំរុញសារផ្ទាល់ខ្លួននៅលើកម្មវិធីទូរស័ព្ទ និងអ៊ីមែលនៅពេលមាន ព្រឹត្តិការណ៍សំខាន់ៗ បើកដំណើរការអ៊ីមែលផ្ទាល់ខ្លួនដោយស្វ័យប្រវត្តិ និងផ្តល់ការជូនដំណឹង ទៅដល់អតិថិជន)។
- ការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពដោយការធ្វើតេស្ត A/B (វាជាវិធីសាស្ត្រនៃការប្រៀបធៀបគេហទំព័រ ឬកម្មវិធីពីរផ្សេងគ្នា ដើម្បីកំណត់ថាតើមួយណាដំណើរការប្រសើរជាង)។

ក្រៅពីមុខងារសំខាន់ៗដែលក្រុមហ៊ុនDynamic Yield ធ្វើការប្រើប្រាស់ក្រុមហ៊ុនមួយនេះបានបង្កើត ក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធផ្សេងៗទៀតដើម្បីជួយអោយដំណើរការនៃក្រុមហ៊ុនមួយនេះ បង្កអោយមានភាពងាយ ស្រួលបន្ថែមទៀតទាំងពេលបច្ចុប្បន្ននិងទៅអនាគតផងដែរ។

- Digital Menu Boards: មុខងារនៃបច្ចេកវិទ្យាមួយនេះ គឺប្រើប្រាស់នៅពេលលក់អាហារ ពេលព្រឹកបានបញ្ចប់ បុគ្គលិករបស់ McDonald's នឹងប្តូរបន្ទះម៉ឺនុយដើម្បីបង្ហាញមុខម្ហូប ដែលកំពុងរង់ចាំ។ ក្តារម៉ឺនុយឌីជីថលសព្វថ្ងៃនេះមានសក្តានុពលក្នុងការបង្កើនប្រាក់ចំណូល និងប្រើតាមតែចំណូលចិត្តអតិថិជន។
- Self-Serve Kiosk: គឺជាវាជាសេវាបំប៉នខ្លះៗដោយកុំព្យូទ័រចុចអក្សរ ដែលអាចអោយ អតិថិជនចូលប្រើព័ត៌មាន ឬសេវាកម្មដោយមិនចាំបាច់មានទំនាក់ទំនងដោយផ្ទាល់ជាមួយ អ្នកលក់នោះទេ។
- Mobile orders and payment: ជាបច្ចេកវិទ្យាមួយដែល Dynamic Yieldបង្កើតឡើង សម្រាប់អតិថិជន McDonald's។ ដំបូងឡើយកម្មវិធីទូរស័ព្ទ McDonald's បានបង្កើតនៅ ឆ្នាំ២០១៧អនុញ្ញាតអោយអតិថិជនស្វែងរកម៉ឺនុយ អតិថិជនស្វែងរកម៉ឺនុយ តាមដានមើល ការធ្វើប្រមូលប្រចាំសប្តាហ៍ ស្វែងរកទីតាំងនៅក្បែរ ជាច្រើនផ្សេងទៀត។ ប៉ុន្តែឥឡូវនេះ វា

នឹងចាប់ផ្តើមអាចអតិថិជនធ្វើការបញ្ជាទិញ និងបង់ប្រាក់នៅក្នុងកម្មវិធី ក៏ដូចជាការបញ្ជាទិញតាមទូរស័ព្ទកាន់តែទូលំទូលាយ។

រូបភាពទី៤ ៖ ស្លាកសញ្ញាក្រុមហ៊ុន Dynamic Yield



(ប្រភព៖ www.dynamicyield.com)

៣.១.២ បច្ចេកវិទ្យា Plexure

គឺជាកម្មវិធីផ្នែកទីផ្សារវ័យឆ្លាតមួយដែលមានឥទ្ធិពលទៅលើការធ្វើទីផ្សារក្នុងទូរស័ព្ទដៃរបស់អ្នក និងជួយឲ្យបង្កើតការភ្ជាប់ជាមួយអតិថិជនលំដាប់ពិភពលោក។ បច្ចុប្បន្ននេះ Plexure ផ្តល់ការចូលរួមតាមទូរស័ព្ទចល័តក្នុង ៧៨ភាសាដល់អ្នកប្រើប្រាស់ជាង ១៦២លាននាក់នៅក្នុង ៥៨ប្រទេសទូទាំងពិភពលោក។ នៅថ្ងៃទី២ ខែមេសាឆ្នាំ២០១៩ សាជីវកម្ម McDonald's និង Plexure ដែលជាអ្នកដឹកនាំផ្នែក Software ដែលទាក់ទងនឹងទូរស័ព្ទដែលមានមូលដ្ឋាននៅ New Zealand បានប្រកាសធ្វើការប្រកាសពីភាពជាដៃគូជាមួយគ្នាទៅវិញមក។

រូបភាពទី៥ ៖ ស្លាកសញ្ញាបច្ចេកវិទ្យា Plexure



(ប្រភេទ៖ www.plexure.com)

Plexure បានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុង McDonald's ផ្ដោតលើការផ្លាស់ប្តូរឌីជីថលដែលផ្តល់ ថាមពលដល់កម្មវិធីទូរស័ព្ទចល័តសកលរបស់ McDonald's ។ Plexure ធ្វើឱ្យដំណើរការលក់សម្រាប់អ្នក លក់រាយមានភាពរលូន ការចូលរួម និងទទួលបានផលចំណេញដោយកំណត់អត្តសញ្ញាណអតិថិជននៅ ទីណា អ្វីដែលពួកគេចង់បាន ហើយបន្ទាប់មកសម្របសម្រួលការទិញរបស់ពួកគេ។³²

បន្ទាប់ពីការដាក់ឱ្យដំណើរការនូវការបញ្ជាទិញតាមទូរស័ព្ទ និងបង់ប្រាក់តាម MPO (Mobile Phone Organizer) របស់ពួកគេនៅខែមករា ឆ្នាំ២០២០។ ចាប់តាំងពីការដាក់អោយប្រើប្រាស់នេះមក McDonald's នៅ ទូទាំងប្រទេស បានមានការកើនឡើងនូវអតិថិជនច្រើនទ្វេដង រួមមានប្រទេសចិនផងដែរ។

ខាងក្រោមនេះ គឺជាលក្ខណៈពិសេសរបស់ក្រុមហ៊ុន Plexure :

- បញ្ជាទិញតាមទូរស័ព្ទដៃ និងបង់ប្រាក់
- កម្មវិធីគ្រប់គ្រងទិន្នន័យធំដែលមានលទ្ធភាពប្រមូលនិងវិភាគទិន្នន័យដែលអាចជឿជាក់ បាន
- ផ្តល់ជូននូវ API (Application Programming Interface) និង SDK (software Development Kit) ដែលជួយសម្រួលដល់ការភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយកម្មវិធីស្អាតហ្វូនផ្សេងទៀត។

៣.១.៣ ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា Apprente

Apprente គឺជាក្រុមហ៊ុនឯកជនមួយនៅ Mountain View រដ្ឋកាលីហ្វ័រញ៉ា ដែលបង្កើតភ្នាក់ងារ សន្ទនាតាមសំឡេងឆ្លាតវៃ និងភាពឆ្លាតវៃសម្រាប់កម្មវិធីសេវាកម្មអតិថិជន។ ដោយប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា AI ក្រុមហ៊ុនកំពុងបង្កើតប្រព័ន្ធដែលអាចរួមបញ្ចូលបានដោយធម្មជាតិ មានសមត្ថភាពយល់ដឹងពីបរិបទ និងអាច ផ្តល់នូវអារម្មណ៍ដូចគ្នានៃភាពបន្ទាន់ដែលមាននៅក្នុងអន្តរកម្មរបស់មនុស្ស។ Apprente ជួយអាជីវកម្ម និង បុគ្គលិករបស់ពួកគេកាត់បន្ថយពេលវេលារង់ចាំរបស់អតិថិជន បង្កើនផលិតភាពសេវាកម្ម និងកែលម្អគុណ ភាពបទពិសោធន៍របស់អតិថិជន។ Apprente ជាប្រព័ន្ធ AI សំលេងផ្ដោតលើការបញ្ជាទិញ ដែលអាច និយាយទៅកាន់អតិថិជនបានច្រើនភាសាសូម្បីតែគ្រាមភាសា។ McDonald's បាននិយាយថា បច្ចេកវិទ្យា

³² McDonald's, 2019, McDonald's Announces Investment in New Zealand-Based Plexure, www.corporate.mcdonalds.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២២

នេះក៏អាចប្រើក្នុងការបញ្ជាទិញតាមទូរស័ព្ទ ការបញ្ជាទិញតាម drive-thrus និងបញ្ជាតាមម៉ាស៊ីនKIOSK ផងដែរ។ ហើយការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធនេះ ធ្វើអោយក្រុមហ៊ុនមានការបញ្ជាទិញកាន់តែលឿន សាមញ្ញ និងត្រឹមត្រូវជាងមុន។³³

រូបភាពទី៦៖ ស្លាកសញ្ញាក្រុមហ៊ុន Apprente



(ប្រភព៖ www.apprente.com)

➢ វិធីធ្វើការបញ្ជាទិញដោយប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យារបស់ McDonald's តាមវិធីទាំង ៤

១.ការបញ្ជាទិញតាម Drive-Thrus

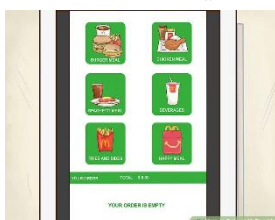


-បញ្ជាទិញ: បើកបង្ហូរចម្លងដើម្បីមើលម៉ឺនុយ ហើយគ្រាន់តែចាប់ផ្តើមនិយាយការព័ត៌មានរំលឹកបញ្ជាទិញ។ បុគ្គលិកកំពុងស្តាប់កាសត្រប់ពេល ដើម្បីទទួលការបញ្ជាទិញរបស់អតិថិជន

-កន្លែងទូទាត់: បន្តចម្លងទៅបង្អួចទូទាត់រួច បង់ប្រាក់

-កន្លែងទទួលអាហារ: ទៅបង្អួចបន្ទាប់ទៀតដើម្បីទទួលអាហារដែលនៅស្រស់ៗ ក្តៅៗ។³⁴

២.ការបញ្ជាទិញតាមម៉ាស៊ីនបញ្ជាដោយខ្លួនឯង



-ចុចលើអក្រដាសរបស់ម៉ាស៊ីន KIOSK វានឹងបង្ហាញអោយអ្នកជ្រើសរើស “Eat in” ឬ “Take out”

³³ McDonald's ,2019,McDonald's to Acquire Apprente, An Early Stage Leader in Voice Technology, www.mcdonalds.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៧ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២២

³⁴ McDonald's China,2015, 得来速, www.mcdonalds.com.cn ទាញយកនៅថ្ងៃទី៤ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

- បន្ទាប់មកវានឹងបង្ហាញម៉ឺនុយអោយអ្នកជ្រើសរើស រួចចុចលើអាហារដែលអ្នកចង់បាន
- បន្ទាប់មកនឹងលោតអក្សរក្រងអោយអ្នកផ្ទៀងផ្ទាត់ការបញ្ជាទិញ រួចចុច Yes ប្រសិនបើការបញ្ជាទិញត្រឹមត្រូវ
- ចុចចុងក្រោយធ្វើការទូទាត់ប្រាក់តាមរយៈ កាតឥណទាន ឥណពន្ធ, ទូទាត់តាមប្រព័ន្ធខ្ចីដីថល ឬសាច់ប្រាក់សុទ្ធ រួចហើយអ្នកនឹងទទួលបានលេខរៀងដើម្បីទទួលអាហារ។

៣.ការបញ្ជាទិញតាមទូរស័ព្ទ



- ទាញយកកម្មវិធី McDonald's ទៅកាន់ស្ថាពរហ្នូនតាមរយៈ App Store និង Google Play Store។
- ស្វែងរកគោដីដ៏ជ្រាលជ្រៅនៃ McDonald's ដែលនៅក្បែរទីតាំងរបស់អ្នកហើយ រួចជ្រើសរើសម៉ឺនុយដែលអ្នកចង់ទិញ
- បន្ទាប់មកអ្នកនឹងទទួលបានលេខសម្ងាត់៤ខ្ទង់ រួចជ្រើសរើសរបៀបទទួលបានអាហាររបស់អ្នក ដោយមានបីជំរើស អ្នកអាចជ្រើសរើស "Drive-Thru" ប្រាប់ពួកគេនូវលេខកូដរបស់អ្នក ទៅកាន់វាម៉ាស៊ីនបំពង់សំលេងបញ្ជា ទិញ ហើយយកអាហារនៅបង្អួចទទួលអាហារ។ ឬអ្នកអាចជ្រើសរើស "Curbside" ចតនៅក្នុងកន្លែងទទួលទំនិញដែលបានកំណត់ ហើយរង់ចាំទទួលអាហារនៅក្នុងរថយន្ត។ ជាចុងក្រោយ អ្នកអាចជ្រើសរើស "Inside the Restaurant" ហើយទៅកាន់កន្លែងបញ្ជូនទទួលអាហារ ដើម្បីរង់ចាំអាហាររបស់អ្នក។

៤.ការបញ្ជាទិញតាមរយៈកម្មវិធី McDonald's Delivery

- ចូលទៅក្នុង McDonald's Delivery app
- កំណត់ទីតាំងដែលអ្នកចង់ទទួលអាហារ
- ជ្រើសរើសមុខម្ហូបនៅក្នុងម៉ឺនុយហើយចុចពាក្យ Add to bag រួចផ្ទៀងផ្ទាត់ បន្ទាប់មកចុច Place Orderជាការស្រេច។³⁵



³⁵ Wikihow, 2021, How to Order at McDonald's, www.wikihow.com

៣.១.៤ ប្រព័ន្ធទូទាត់តាមឌីជីថល

៣.១.៤.១ អំពីប្រព័ន្ធទូទាត់ WeChat Pay

WeChat Pay (ចិន៖ 微信支付 ; pinyin: Wēixìn Zhīfù) គឺជា សេវាទូទាត់ប្រាក់តាមទូរស័ព្ទ និង កាបូបឌីជីថល ដែលបញ្ចូលទៅក្នុង WeChat ហើយមានមូលដ្ឋាននៅក្នុងប្រទេសចិន ដែលអាចអោយ អ្នកប្រើប្រាស់ធ្វើការ ទូទាត់តាមទូរស័ព្ទ និងប្រតិបត្តិការធនាគារ។ គិតត្រឹមខែមីនា ឆ្នាំ២០១៦ WeChat Pay មាន អ្នកប្រើប្រាស់ជាង ៣០០ លាននាក់។ WeChat Pay អ្នកប្រើប្រាស់ដែលបានផ្តល់ព័ត៌មានគណនីធនាគារអាច ប្រើប្រាស់កម្មវិធីដើម្បីទូទាត់វិក្កយបត្រ បញ្ជាទិញទំនិញ និងសេវាកម្ម ផ្ទេរប្រាក់ទៅអ្នកប្រើប្រាស់ផ្សេងទៀត និង បង់ប្រាក់នៅក្នុងហាង ប្រសិនបើហាងមានជម្រើសទូទាត់ WeChat Pay។ អ្នកប្រើប្រាស់អាចភ្ជាប់គណនី ធនាគារចិនរបស់ពួកគេ ក៏ដូចជា Visa , MasterCard និង JCB។

រូបភាពទី៧ ៖ ស្លាកសញ្ញាប្រព័ន្ធទូទាត់ WeChat Pay



(ប្រភព៖ www.wikipedia.org.com)

អ្នកប្រើប្រាស់ WeChat ទាំងអស់មានគណនីទូទាត់ WeChat ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ។ អ្នកប្រើប្រាស់ អាចទទួលបានសមតុល្យដោយភ្ជាប់គណនី WeChat របស់ពួកគេទៅនឹងប័ណ្ណឥណទានរបស់ពួកគេ ឬដោយ ការទទួលប្រាក់ពីអ្នកប្រើប្រាស់ផ្សេងទៀត។ សម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ WeChat Pay ដែលមិនមែនជាជនជាតិ ចិន ដំណើរការផ្ទៀងផ្ទាត់អត្តសញ្ញាណបន្ថែមនៃការផ្តល់រូបថតនៃអត្តសញ្ញាណប័ណ្ណដែលមានសុពលភាពគឺ ត្រូវបាន ទាមទារ មុនពេលមុខងារមួយចំនួនរបស់ WeChat Pay អាចប្រើបាន។ អ្នកប្រើប្រាស់ដែលភ្ជាប់ កាតឥណទានរបស់ពួកគេអាចធ្វើការបង់ប្រាក់ទៅកាន់អ្នកលក់តែប៉ុណ្ណោះ ហើយមិនអាចប្រើវាដើម្បីបញ្ចូល ទឹកប្រាក់ក្នុងសមតុល្យ WeChat បានទេ។³⁶

របៀបទាញយក និងប្រើប្រាស់កម្មវិធី WeChat Pay គឺដូចទៅនឹងរបៀបទាញយក និងប្រើប្រាស់ Alipay ដែលបានបង្ហាញក្នុងចំណុច៣.១.៤.៤។

³⁶ Wikipedia, (2013), WeChat pay, www.Wikipedia.com ,

ទាញយកនៅថ្ងៃទី ១០ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ ២០២២

៣.១.៤.២ អំពីប្រព័ន្ធទូទាត់ QQ Wallet

QQ Wallet គឺជាផលិតផលទូទាត់តាមទូរស័ព្ទពី Tenpay ដែលជាម្ចាស់ WeChat Wallet។ វារួមបញ្ចូលវិធីបង់ប្រាក់ជាច្រើន ដូចជាការទូទាត់តាមកាតធនាគារ ការទូទាត់កូដ QR និងការទូទាត់ NFC ។³⁷

រូបភាពទី៨ ៖ ស្លាកសញ្ញាប្រព័ន្ធទូទាត់ QQ Wallet



(ប្រភព៖ www.ppro.com)

៣.១.៤.៣ អំពីប្រព័ន្ធទូទាត់ Apple Pay

Apple Pay គឺជា សេវាទូទាត់ប្រាក់តាមទូរស័ព្ទ និង កាបូបឌីជីថល ដោយ Apple Inc. ដែលអនុញ្ញាតអោយអ្នកប្រើប្រាស់ធ្វើការ ទូទាត់ ដោយផ្ទាល់នៅក្នុងកម្មវិធី iOS និងនៅលើបណ្តាញដោយប្រើ Safari។ អាចប្រើប្រាស់បាននៅលើ iPhone , Apple Watch , iPad និង Mac ។ អតិថិជនរបស់ Apple Pay មិនអាចប្រើប្រាស់កម្មវិធីនេះជាមួយផលិតផលផ្សេងពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន Apple នោះទេ ។ វាជាប្រភេទការទូទាត់តាមឌីជីថល ព្រមទាំងអាចជំនួស បន្ទុះឈ្មួញ កាត ឥណទាន ឬ ឥណពន្ធ និង ប្រតិបត្តិការតាមកូដ PIN ដោយមិនប៉ះពាល់ជាមួយម៉ាស៊ីនឆ្លុះកាតទេ ។ វាមិនតម្រូវអោយត្រូវតែមានម៉ាស៊ីនឆ្លុះកាត Apple pay ទេទើបអាចទូទាត់បាននោះទេ។ អតិថិជនក៏អាចធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់តាមរយៈ Touch ID, Face ID ឬ PIN លេខសម្ងាត់។³⁸

រូបភាពទី៩៖ ស្លាកសញ្ញាប្រព័ន្ធទូទាត់ Apple Pay



(ប្រភព៖ www.wikipedia.org)

³⁷ ppro, QQ Wallet, www.ppro.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី ៥ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ ២០២២

³⁸ Wikipedia, (2022), Apple Pay, www.wikipedia.com, ទាញយកនៅថ្ងៃទី១១ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២

• របៀបប្រើប្រាស់ Apple Pay

១. របៀបបញ្ចូលប័ណ្ណឥណទាន ឬឥណទាន

-ចុចនៅ App ដែលមានឈ្មោះ "Wallet"

-ចុចលើសញ្ញាបូក  វាស្ថិតនៅជ្រុងខាងស្តាំខាងលើនៃអេក្រង់។

- ចុចលើពាក្យ Continue នៅផ្នែកខាងក្រោមនៃអេក្រង់

-រង់ចាំអោយអេក្រង់កាមេរ៉ាលេចឡើង។ នៅពេលដែលអ្នកឃើញស៊ុម

ចតុកោណលេចឡើងនៅលើអេក្រង់ អ្នកអាចបន្តបាន។

-ស្តុនផ្នែកខាងមុខកាត ហើយដាក់កាមេរ៉ារបស់ iPhone ទៅកាតត្រូវប្រាកដថាតម្រឹមតែមកាតឡើងជាមួយនឹងតែមខាងក្នុងនៃស៊ុមចតុកោណកែង ហើយកាន់ iPhone ដាក់អោយនឹងរហូតទាល់តែកាតស្កេន។

-បញ្ចូល CVV នៃកាត ចុចប្រអប់ "CVV" បន្ទាប់មកវាយលេខកូដបីខ្ទង់ដែលមាននៅខាងក្រោយកាតរបស់អ្នក។ រួចចុចពាក្យបន្ទាប់ ជាការស្រេច។



២. ការទូទាត់ដោយផ្ទាល់ជាមួយ Apple Wallet



-ត្រូវប្រាកដថាអ្នកលក់មាន NFC សម្រាប់ទូទាត់តាម Apple Pay ។ កម្មវិធីអានកាតរបស់អ្នកលក់គួរតែមានស្ល័ក្តិ "Pay" ដែលមានឡូហ្គោ Apple នៅលើវា ទោះបីជាអ្នកលក់ខ្លះនឹងមានរូបតំណាងដែលស្រដៀងនឹងរូបកសញ្ញាវិទ្យុជំនួសវិញ។ ប្រសិនបើអ្នកលក់មិនមាន NFC ទេ Apple Pay អ្នកមិនអាចប្រើកម្មវិធី Wallet ដើម្បីបង់ប្រាក់បានទេ។³⁹ អតិថិជនគ្រាន់តែកាន់ iPhone របស់ពួកគេនៅជិតសញ្ញា

NFC contactless payment ហើយអតិថិជនក៏អាចធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់តាមរយៈដាក់ម្រាមដៃ លើ Touch ID ក្នុងចុចតែមួយ ឬចុចពីរដង, Face ID ឬ PIN លេខសម្ងាត់ ចំណែកឯអ្នកប្រើ Apple Watch ផ្ទៀងផ្ទាត់ដោយចុចពីរដងលើប៊ូតុងលើឧបករណ៍ដោះសោ និងចង្អុលអេក្រង់ Apple Watch ។⁴⁰

³⁹ Wikihow, 2020, How to Use Wallet on an iPhone, www.wikihow.com, ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

⁴⁰ Pr Newswire, (2016), 麦当劳中国的顾客现可使用 Apple Pay, www.prnasia.com, ទាញយកនៅថ្ងៃទី១២ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២

៣.១.៤.៤ អំពីប្រព័ន្ធទូទាត់ Alipay

Alipay (ចិនសាមញ្ញ ៖ 支付宝; Zhīfùbǎo) គឺជាភាគីទីបីវេទិកាទូទាត់តាម ទូរសព្ទដៃនិងតាមរយៈអនឡាញ ដែលបានបង្កើតឡើងនៅ ទីក្រុង Hangzhou ខេត្ត Zhejiang ប្រទេសចិនក្នុងខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០០៤ ដោយ Alibaba Group និងស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុន Jack Ma ។ ក្នុងឆ្នាំ ២០១៥ Alipay បានផ្លាស់ប្តូរទីស្នាក់ការកណ្តាលរបស់ខ្លួនទៅកាន់ក្រុងសៀងហៃ ទោះបីជាក្រុមហ៊ុនមេរបស់ខ្លួន Ant Financial នៅតែមានមូលដ្ឋាននៅ Hangzhou ក៏ដោយ។ គិតត្រឹមថ្ងៃទី ៣១ ខែមីនា ឆ្នាំ ២០១៨ ចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់ Alipay បានកើនឡើងដល់ ៨៧០ លាននាក់។ វាគឺជាក្រុមហ៊ុនសេវាទូទាត់ប្រាក់តាមទូរសព្ទលេខមួយរបស់ពិភពលោក និងជាក្រុមហ៊ុនសេវាទូទាត់ប្រាក់ធំទីពីរនៅលើពិភពលោក។ យោងតាមស្ថិតិនៃត្រីមាសទី៤ ឆ្នាំ២០១៨ Alipay មានចំណែក ៥៥.៣២% នៃទីផ្សារទូទាត់តាមឌីជីថល នៅក្នុងប្រទេសចិនដ៏គោក ហើយវានៅតែបន្តកើនឡើង។

រូបភាពទី១០៖ ស្លាកសញ្ញាប្រព័ន្ធទូទាត់ Alipay



(ប្រភព៖ www.global.alipay.com)

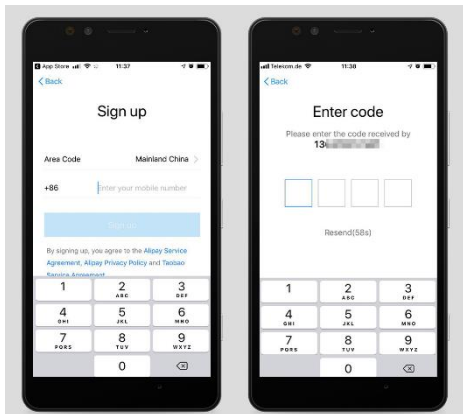
Alipay អះអាងថាខ្លួនប្រតិបត្តិការជាមួយស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុជាង ៦៥ រួមទាំង Visa និង MasterCard ដើម្បីផ្តល់ សេវាកម្មទូទាត់ប្រាក់សម្រាប់ Taobao និង Tmall ក៏ដូចជាអាជីវកម្មអនឡាញ និងអាជីវកម្មចិនក្នុងស្រុកជាង ៤៦០,០០០ ផងដែរ។

Alipay ត្រូវបានប្រើនៅក្នុងស្ថាប័នជាមួយនឹងកម្មវិធី Alipay Wallet របស់ពួកគេ។ លេខកូដទូទាត់ QR កូដ ត្រូវបានប្រើសម្រាប់ការទូទាត់នៅក្នុងហាងក្នុងស្រុក។ កម្មវិធី Alipay ក៏ផ្តល់នូវលក្ខណៈពិសេសដូចជា ការទូទាត់វិក្កយបត្រ ប័ណ្ណឥណទាន ការគ្រប់គ្រង គណនីធនាគារ ការផ្ទេរប្រាក់ P2P បញ្ចូល

ទឹកប្រាក់ តាមទូរសព្ទដែលប្រាក់ជាមុន ការ ទិញសំបុត្រឡានក្រុង និងរថភ្លើង ការបញ្ជាទិញអាហារ យាន ជំនិះសម្រាប់ជួល ការជ្រើសរើសធានារ៉ាប់រង និងឯកសារអត្តសញ្ញាណឌីជីថល។⁴¹

• របៀបទាញយក Alipay និងការប្រើប្រាស់

ជំហានទី១: ទាញយក Alipay ហើយចុះឈ្មោះជាមួយលេខទូរស័ព្ទរបស់អ្នក



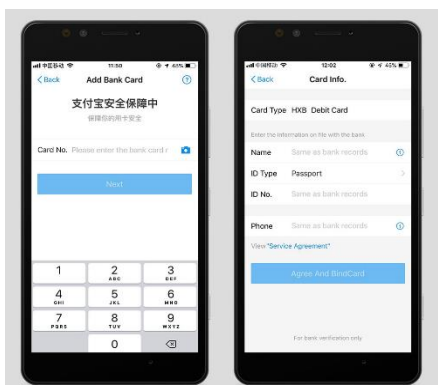
-ទាញយកកម្មវិធីនៅក្នុង App Store (IOS), Play Store (Android) ឬទាញយកនៅ លើគេហទំព័ររបស់ Alipay បន្ទាប់មកចុះឈ្មោះដោយប្រើលេខទូរស័ព្ទដែលមានសុពលភាព។ Alipay នឹងផ្ញើសារជាអក្សរដែលមានលេខកូដបញ្ជាក់ទៅកាន់លេខ ដែលអ្នកនឹងត្រូវបញ្ចូល។ កំណត់ពាក្យសម្ងាត់នៅលើអេក្រង់បន្ទាប់ ឬបើក Touch ID ប្រសិនបើទូរសព្ទរបស់អ្នកមានមុខងារ ហើយកម្មវិធីនឹងចូលដោយស្វ័យប្រវត្តិ។

ជំហានទី២: បញ្ចូលកាតធនាគារចូលក្នុងកម្មវិធី

-ចុច "Me" នៅជ្រុងខាងស្តាំខាងក្រោម បន្ទាប់មកចុចលើ "Bank Card"។ ប្រសិនបើអ្នកមិនទាន់បានបញ្ចូលកាតពីមុនទេ វានឹងនិយាយថា "Add Card" ដែលអ្នកគួរតែបន្តចុច។ អ្នកក៏អាចចុចសញ្ញាបូកនៅជ្រុងខាងលើស្តាំដែលសម្រាប់មុខងារដូចគ្នា។ ប្រសិនបើអ្នកបានបញ្ចូលកាតរួចហើយ ទំព័រនេះនឹងបង្ហាញចំនួនកាតដែលអ្នកមាន។



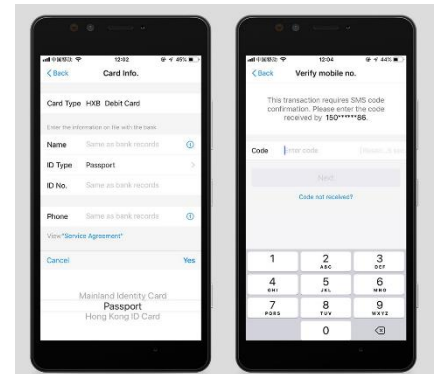
ជំហានទី៣: បញ្ចូលព័ត៌មានកាតធនាគារ



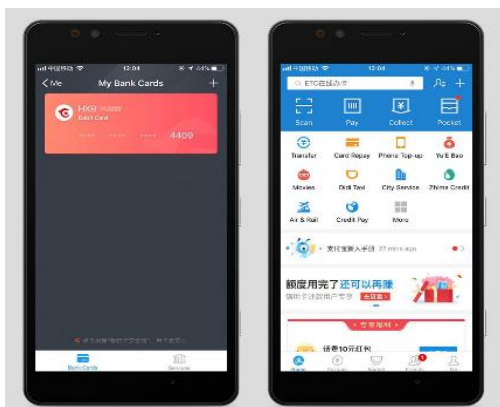
-នេះជាកន្លែងដែលអ្នកបញ្ចូលលេខកាតធនាគារចិនរបស់អ្នក។ អ្នកអាចបន្ថែមប័ណ្ណឥណទាន និងប័ណ្ណឥណទានបរទេសនៅទីនេះផងដែរ ប៉ុន្តែដើម្បីបន្ថែមមូលនិធិទៅក្នុងសមតុល្យ Alipay របស់អ្នក អ្នកត្រូវបញ្ចូលកាតចិនជាមុនសិន។ ចុចបន្ទាប់ ហើយ Alipay នឹងបង្ហាញឈ្មោះធនាគាររបស់អ្នកនៅក្បែរ "ប្រភេទកាត"។ បំពេញឈ្មោះរបស់អ្នក និងព័ត៌មានផ្សេងទៀត។

⁴¹Wikipedia, (2022), Alipay, www.wikipedia.com ,ទាញយកនៅថ្ងៃទី ១១ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២

ជំហានទី៤: បញ្ជាក់លេខទូរស័ព្ទរបស់អ្នក និងព័ត៌មានផ្សេងទៀតដែលបានចុះឈ្មោះជាមួយធនាគាររបស់អ្នក -ត្រូវប្រាកដថាជ្រើសរើសប្រភេទអត្តសញ្ញាណប័ណ្ណដែលអ្នកមាន ហើយបញ្ចូលព័ត៌មានផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកយ៉ាងពិតប្រាកដតាមវិធីដែល វាត្រូវបានចុះឈ្មោះនៅធនាគារ។ ប្រសិនបើអ្នកមានកំហុសណាមួយ បន្ទាប់ពីបំពេញព័ត៌មាននោះ វាមានន័យថាកំណត់ត្រាធនាគាររបស់ អ្នកខុសពីអ្វីដែលអ្នកបានបញ្ចូល។ ប្រសិនបើវាមិនដំណើរការទេ អ្នក អាចសាកល្បងទៅកាន់ធនាគាររបស់អ្នក ហើយបង្កើតគណនី Alipay របស់អ្នក ដោយមានជំនួយពីបុគ្គលិករបស់ធនាគារ។ Alipay នឹងផ្ញើសារជាអក្សរដែលមានលេខកូដបញ្ជាក់ ទៅកាន់លេខទូរស័ព្ទដែលអ្នកបានបញ្ចូលសម្រាប់គណនីធនាគាររបស់អ្នក។ បញ្ចូលលេខកូដនេះដើម្បីបញ្ចប់ ការភ្ជាប់កាតធនាគាររបស់អ្នកទៅ Alipay ។ ទំព័របន្ទាប់ដែលអ្នកឃើញគួរតែមាននិមិត្តសញ្ញា Alipay តូចមួយដែល មានអក្សរចិន "添加成功" នៅខាងក្រោម។



ជំហានទី ៥: ធ្វើការទូទាត់



- កាតធនាគាររបស់អ្នកនឹងបង្ហាញនៅក្នុងផ្នែក "Bank Card"។ បន្ទាប់មកអ្នកអាចធ្វើការទិញដោយប្រើទូរសព្ទរបស់អ្នកនៅ គ្រប់ទីកន្លែងក្នុងប្រទេសចិន។
- សម្រាប់ការទូទាត់តាមទីតាំង គ្រាន់តែចុចប៊ូតុង "Pay" ដើម្បី បង្ហាញកូដQuick Pay ផ្ទាល់ខ្លួន ឬចុចប៊ូតុងស្កេន ដែលអាច ស្កេនដោយមិត្តភក្តិ និងអ្នកលក់ដើម្បីធ្វើការបង់ប្រាក់។⁴²

៣.២. ឥទ្ធិពលបច្ចេកវិទ្យានៅប្រទេសចិនទៅលើ McDonald's

ដើមឆ្នាំ២០២២នេះ McDonald's របស់ប្រទេសចិនបានចាប់ដៃជាមួយ Shanghai Fine Arts Film Studio ដើម្បីបង្កើតពាណិជ្ជកម្មបែបជាតិដោយប្រើប្រាស់រូបគំនូរជាក់ទឹកថ្នាំបែបប្រពៃណីចិន ក្នុងឱកាសអបអរ បុណ្យចូលឆ្នាំចិន ។

⁴² Smartshanghai,2020, Yes, Foreigners Can Use Alipay — This Is How Yes, Foreigners Can Use Alipay — This Is How, www.smartshanghai.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២២

រូបភាពទី១១៖ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មក្រុមហ៊ុនMcDonald's សម្រាប់អបអរសាទរថ្មី



(ប្រភព៖www.mcdonalds.com.cn)

ជាមួយគ្នានេះដែរ ភាពយន្តសិល្បៈសៀងហៃដ៏ល្បីល្បាញជាអន្តរជាតិ សូឌីយោបានសម្តែង "Ink McDonald's" ហើយក៏បានចេញផ្សាយត្រាស់សម្រាប់ឆ្នាំខ្លា ដោយសហការជាមួយ China Post ក៏ដូចជា ស្រោមសំបុត្រក្រហម WeChat ដែលមានប្រធានបទឆ្នាំខ្លា។ McDonald's របស់ប្រទេសចិនសង្ឃឹមថា តាមរយៈមុខម្ហូបបែបចិន និងអាហារបរិភោគប្រទេស បុរាណ និងបទពិសោធន៍នៃការលាយបញ្ចូលគ្នាប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត ដើម្បីផ្តល់នូវអាហារឆ្ងាញ់ៗ និងភាពស្និទ្ធស្នាលសម្រាប់សហគមន៍ក្នុងរដូវបុណ្យ។⁴³

រូបភាពទី១២៖ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មក្រុមហ៊ុនMcDonald'sអំពីកង់សាកថ្មី



(ប្រភព៖ www.laksou.com)

McDonald's នៅក្នុងផ្សារទំនើប Jieyang Wanda Plaza គឺជាគោដីនីយដ្ឋានបៃតងថ្មីដែលបង្កើតឡើងដោយ McDonald's ប្រទេសចិន និង China Wanda Group បានគ្រាំទ្រគំនិតស្តីអំពី "កាបូនទាប និងការការពារជីវិតបរិស្ថាន"(low carbon and environmental protection life) ។ ហាងនេះត្រូវបានបំពាក់ដោយគំនិតច្នៃប្រឌិតជាមួយនឹងកង់ដែលអាចសាកថ្មបាន ដែលមិនប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថានដំបូងគេក្នុងប្រទេស ដើម្បី

⁴³ McDonald's China,2022, 麦当劳中国携手上海美术电影制片厂，国风水墨美学开启新春节庆
www.mcdonalds.com.cn ទាញយកនៅថ្ងៃទី១ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២

អោយអ្នកប្រើប្រាស់យល់ដឹងកាន់តែច្រើន និងចូលរួមក្នុងសកម្មភាពបែតង និងកាបូនទាបផ្ទាល់។ ក្នុងនាមជា ហាងដែលមានគំនិតប្រើប្រាស់កាបូនទាបដំបូងគេរបស់ McDonald's ប្រទេសចិន វាមានទីតាំងនៅជាន់ ទីមួយនៃ Wanda Plaza ដែលជាអគារពាណិជ្ជកម្មទំនើបខ្នាតធំនៅស្រុក Rongcheng ទីក្រុង Jieyang ខេត្ត Guangdong។ ភោជនីយដ្ឋានបានណែនាំកម្មវិធីបែតង និងការច្នៃប្រឌិតថ្មីៗជាច្រើន ដែលអ្នកប្រើប្រាស់អាច ទទួលបានបទពិសោធន៍នៃការរស់នៅដែលមានកាបូនទាប ជាពិសេសកង់ដែលអាចសាកថ្មបានដែលមិនប៉ះ ពាល់ដល់បរិស្ថាន៖ កង់ដែលអាចសាកថ្មបានដោយងាយស្រួលប្រើសម្រាប់ការពារបរិស្ថានដំបូងរបស់ McDonald's ត្រូវបានផលិតចេញពីផ្លាស់ស្ទិចកែច្នៃឡើងវិញ។ អតិថិជនអាចបំប្លែងថាមពលស៊ីនេទិចទៅជា ថាមពលអគ្គិសនីតាមរយៈការជិះកង់ និងសាកថ្មទូរសព្ទដោយអត់ខ្សែ។⁴⁴

៣.៣ ភាពប្រឈម និងអត្ថប្រយោជន៍របស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's ពីបច្ចេកវិទ្យានៅ ប្រទេសចិននានាសម្រាប់បុព្វហេតុ

ការវិវឌ្ឍរបស់វិទ្យាសាស្ត្រនៅទសវត្សរ៍ចុងក្រោយនេះ គឺបានបង្កើតការភ្ញាក់ផ្អើលនៃភាពជឿនលឿន របស់បច្ចេកវិទ្យាដែលធ្វើអោយកាន់តែមានភាពងាយស្រួលដល់ជីវភាពប្រចាំថ្ងៃរបស់មនុស្សគ្រប់គ្នា។ ការ ជឿនលឿនរបស់បច្ចេកវិទ្យាពិតជាជួយដល់មនុស្សក្នុងការរស់នៅក៏ពិតមែន ប៉ុន្តែក្នុងភាពអស្ចារ្យរបស់បច្ចេក វិទ្យាក៏មានលេចចេញនូវ ផលអវិជ្ជមានដែលពុំអាចគេចបានទោះតិច ឬច្រើន។

៣.៣.១ បញ្ហាប្រឈមបច្ចេកវិទ្យានៅប្រទេសចិននានាសម្រាប់បុព្វហេតុ

រាល់គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍នៃបច្ចេកវិទ្យានីមួយៗមុននឹងដាក់ចេញអោយប្រើប្រាស់ គឺតែងតែចំណាយ ធនធានជាច្រើនដូចជា ធនធានមនុស្ស ពេលវេលា និងថវិការដ្ឋបាលស្វែងរកបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ។ ការចំណាយឥត ព្រំដែនទាំងនោះ គឺដើម្បីទទួលបានបច្ចេកវិទ្យាមួយ ដែលអាចសម្រួលប្រតិបត្តិការចាស់បានងាយស្រួលជាង មុន។ គ្រប់ការអភិវឌ្ឍន៍អ្វីមួយត្រូវលេចចេញនូវគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិដើរទន្ទឹមគ្នាជានិច្ចមិនថាតិចក្តី ច្រើនក្តី។ យ៉ាងណាវិញមិនមែនមានតែការអភិវឌ្ឍន៍នៅប្រទេសចិននោះទេ គឺមានគ្រប់ប្រទេសដែលជួបនូវ បញ្ហាស្រដៀងៗគ្នាមិនខុសគ្នាប៉ុន្មានទេ។

យើងក្រឡេកមើលទៅឥទ្ធិពលនៃបច្ចេកវិទ្យានៅប្រទេសចិនវិញ ពីដើមឡើយក្រុមហ៊ុន McDonald's ប្រើប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការចម្អិនអាហាររបស់ខ្លួន តាមបែបយុទ្ធសាស្ត្រតាមស្តង់ដារជាងចក្រដែលអនុញ្ញាត

⁴⁴McDonald's China, (2021), 麦当劳中国首家低碳生活体验店落户广东揭阳万达广场 环保充电单车全国首发 www.mcdonalds.com.cn ទាញយកនៅថ្ងៃទី៨ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២

អោយចុងភៅអាចធ្វើការបានលឿន និងប្រតិបត្តិការតាមផ្នែកនីមួយៗ ដើម្បីចម្អិនអាហារជូនអតិថិជនរួចរាល់ ក្នុងល្បឿនលឿនបំផុត នេះជាហេតុផលមួយដែលយើងដឹងច្បាស់ថាមានបុគ្គលិកច្រើនដែលកំពុងបម្រើការ។ ប៉ុន្តែក្រោយៗមកទៀតការកែច្នៃប្រឌិត និងការបូកបញ្ចូលនូវបច្ចេកវិទ្យាថ្មីជាបន្តបន្ទាប់ ដែលជាកត្តាមួយជម្រុញអោយក្រុមហ៊ុនមួយនេះបានដំណើរទៅមុខកាន់តែឆាប់រហ័សជាងមុនតាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា។ ទន្ទឹមនឹងនោះផងដែលការប្រឈមមុខផ្នែកអវិជ្ជាមានជាមួយបច្ចេកវិទ្យាគឺ បុគ្គលិកដែលបានបម្រើការនៅក្នុង ក្រុមហ៊ុន McDonald's ត្រូវបានកាត់បន្ថយហើយជំនួសមកវិញនូវបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗដែលបានរកឃើញ។

៣.៣.២ អត្ថប្រយោជន៍នៃបច្ចេកវិទ្យានៅប្រទេសមីននាឧសភ័យ

McDonald's ជាអាជីវកម្មវិស័យអាហាររហ័សដែលមានបច្ចេកវិទ្យាចូលរួមបន្តិចក៏ពិតមែន ប៉ុន្តែបច្ចេក វិទ្យាដែលត្រូវបាន ក្រុមហ៊ុនមួយនេះយកមកប្រើប្រាស់ក្នុងមធ្យោបាយដើម្បីរក្សានូវយីហោអាហាររហ័ស ក្នុងកម្រិតស្តង់ដារពិភពលោកឲ្យនៅស្ថិតស្ថេរ។ ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យានេះបានចាប់ផ្តើមពីចំណុចតូចៗនៃ ក្រុមហ៊ុនរហូតទៅដល់ការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុន។ ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាវាបានជួបប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម McDonald's បានច្រើនក្នុងការពង្រីកខ្លួនបានឆាប់រហ័ស ពាសពេញពិភពលោក។

តាមរយៈបច្ចេកវិទ្យានៅប្រទេសមីន ក្រុមហ៊ុន McDonald's អាចទាញបានមកនូវ៖

- អតិថិជនអាចពិសាអាហារ McDonald's បានយ៉ាងងាយស្រួលដោយមិនបាច់ទៅដល់ ទៅដល់ហាងផ្ទាល់ គ្រាន់តែមានកម្មវិធីបញ្ជាទិញតាមទូរស័ព្ទ ព្រោះវាបានធ្វើអោយអតិថិជន កាន់តែចំណាយពេលវេលាក្នុងការចេញទៅក្រៅតិចជាងមុន។
- ការសម្រេចចិត្តទិញមានភាពរហ័សជាងមុន និងទទួលបានការធ្វើប្រតិបត្តិការខ្ពស់
- កាត់បន្ថយការចំណាយពេលវេលារង់ចាំរបស់អតិថិជនជាងមុន
- ទទួលបាននូវសណ្តាប់ធ្នាប់ និងការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន
- ការធ្វើទីផ្សារមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ជាក់ស្តែងក្នុងវីដេអូមួយដែលល្បីពេញអ៊ីនធឺណិតត្រូវបាន គេផ្សព្វផ្សាយដំបូងនៅលើ TikTok ដោយអ្នកប្រើប្រាស់ឈ្មោះ@cris13yu ក្នុងនោះបាន បង្ហាញនារីម្នាក់កំពុងញ៉ាំបំប្លីស្របពេលដែលកំពុងជិះកង់ហាត់ប្រាណនៅភោជនីយដ្ឋាន McDonald's។ ការបង្ហោះវីដេអូនេះនៅថ្ងៃទី១៦ខែធ្នូ ឆ្នាំ ២០២១ ជាមួយនឹងការមើលច្រើន ជាង ៥៥,៤លាន ៣.៧លានដែលចូលចិត្ត និងបានចែកចាយបន្ត២៩៩.៨ពាន់ព្រមទាំងមក រាប់ពាន់។

រូបភាពទី១៣៖ សកម្មភាពអតិថិជន McDonald'sបរិភោគ និងធាក់កង់សាកថ្មី



(ប្រភពពី៖ cris13yu)

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និង ការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

តាមរយៈការសិក្សាស្រាវជ្រាវទាំងបីជំពូកនេះ ដោយកំណត់ទំហំនៃការស្រាវជ្រាវ ការប្រែប្រួលបច្ចេកវិទ្យា នៃសេវាកម្មលក់ក្នុងភោជនីយដ្ឋាន McDonald's នៅប្រទេសចិននាទសវត្សរ៍ចុងក្រោយ និងប្រើវិធីសាស្ត្រតាម បែបគុណវិស័យពួកយើងបានដឹងថា ក្រុមហ៊ុន McDonald's បានចូលមកវិនិយោគនៅក្នុងប្រទេសចិននៅ ក្នុងឆ្នាំ១៩៩០ នៅទីក្រុង Shenzhen ដែលធ្វើអោយប្រទេសចិនក្លាយជាប្រទេសទី៥៣។ ពីរឆ្នាំក្រោយមក ទី បំផុត McDonald's បានចូលទីក្រុងប៉េកាំងហើយបានបើកភោជនីយដ្ឋានធំជាងគេបំផុតនៅលើពិភពលោក។ ហើយបានបើកសម្ពោធនៅខែមេសា ឆ្នាំ ១៩៩២ ជាពិសេសទៀតនោះ អតិថិជនជាងបួនម៉ឺននាក់ត្រូវបានបម្រើ ដោយបុគ្គលិកជិតមួយពាន់នាក់។ McDonald's ផ្តល់ជូនការដឹកជញ្ជូន ២៤ ម៉ោង ការប្រើវ៉ាយហ្វាយ (Wi-Fi) ក្នុងហាងឥតគិតថ្លៃ និងសេវាកម្មផ្សេងៗដែលធ្លាប់ប្រើកន្លងមក ដូចជាការទិញដោយបើកបរឆ្លងកាត់(drive-through) និងឈុតអាហាររីករាយ (happy meal)។ អស់រយៈពេល៣២ឆ្នាំ បច្ចេកវិទ្យានៅប្រទេសចិនមានការ ប្រែប្រួលបច្ចេកវិទ្យានៃការផ្តល់សេវាកម្មលក់របស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's ដោយរបៀបណា? ទើបធ្វើអោយ McDonald'sប្រទេសចិនហ៊ានប្រកាសផែនការរបស់ខ្លួនឆ្នាំ២០១៦ ក្នុងការបើកភោជនីយដ្ឋានបន្ថែមអោយ បានចំនួន ២,០០០ នៅទូទាំងប្រទេសចិនក្នុងរយៈពេល៥ឆ្នាំដែលនាំអោយចំនួនសរុបកើនដល់ ៤,៥០០ នៅ ឆ្នាំ ២០២២។

ក្រៅពីប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាគោលដែលមានដូចជា ការទិញដោយបើកបរឆ្លងកាត់(drive-through)ព្រម ទាំងភ្ជាប់ជាមួយប្រព័ន្ធអ៊ី ម៉ីនុយឌីជីថល ការបញ្ជាទិញតាមប្រព័ន្ធទូរស័ព្ទ និងការបញ្ជាទិញតាមម៉ាស៊ីន KIOSKS ហើយយោងតាមជំពូកទី៣ ចំណុច៣.១ ក្នុងឆ្នាំ ២០១៥ដល់ ២០១៦ ក្រុមហ៊ុន McDonald's ប្រទេសចិនបានសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនទូទាត់ប្រាក់តាមប្រព័ន្ធឌីជីថលដូចជា WeChat QQWallet Alipay Apple Pay។ ក្នុងជំពូកដដែល យោងតាម ៣.២ McDonald's បានចាប់ដៃជាមួយស្តូឌីយ៉ោភាពយន្ត Shanghai Fine Arts Film Studio ដើម្បីបង្កើតពាណិជ្ជកម្មដោយផ្អែកលើការគូរទឹកថ្នាំដោយប្រើជក់តាម ប្រពៃណីជាតិ និងបានបង្កើតភោជនីយដ្ឋានបែកជាមួយ China Wanda Group ដោយច្នៃប្រឌិតកង់ដែល អាចសាកថ្នាំដែលមិនប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាន។ យោងតាមជំពូក២ ចំណុច២.២ តាមទិន្នន័យនៅឆ្នាំ២០២០ ប្រទេសចិនមានភោជនីយដ្ឋាន McDonald's ចំនួន៣,៥០០ហាង និងបានជាប់ចំណាត់ថ្នាក់លេខ២ ដែល មានចំនួនភោជនីយដ្ឋានច្រើនជាងគេលើពិភពលោក។ ជាការពិតណាស់ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើបនា ទសវត្សរ៍ចុងក្រោយបានជួយជម្រុញដល់សេវាកម្មលក់របស់ក្រុមហ៊ុន McDonald'sប្រទេសចិនយ៉ាងមាន

ប្រសិទ្ធភាព និងមានភាពងាយស្រួលដល់អតិថិជន។ ការបម្រើអតិថិជនដោយប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា វាបានផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់អតិថិជនជាច្រើន៖ ពេលវេលា អារម្មណ៍ និងទំនុកចិត្ត។ ជាពិសេសប្រទេសចិនដែលពិភពលោកទទួលស្គាល់ថាជាប្រទេសដែលមានចំនួនប្រជាជនច្រើនធ្វើអោយការបញ្ជាទិញមានការកកស្ទះ។ ទោះបីជាមានការរីកចម្រើនផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាសេវាកម្មលក់មែនក្តី ជាក់ស្តែងក្រុមហ៊ុន McDonald's ក៏មានការប្រឈមមុខក្នុងការចំណាយធនធានជាច្រើនទៅលើការអភិវឌ្ឍនូវបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ។ រាល់ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យា គឺតែងតែមានគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិចូលរួម ក្នុងនោះផងដែរ ពួកយើងសង្កេតឃើញការអភិវឌ្ឍរបស់ McDonald's មានគុណសម្បត្តិច្រើនជាងគុណវិបត្តិ។ ទៅតាមការបកស្រាយខាងលើនៅជំពូកទី៣ ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យារបស់ក្រុមហ៊ុន McDonald's ក្នុងប្រទេសចិន បានផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដូចជាអតិថិជនអាចពិសាអាហារ McDonald's បានយ៉ាងងាយស្រួល ដោយមិនចាំបាច់ទៅដល់ ហាងផ្ទាល់ដោយសារ McDonald's មាន កម្មវិធីបញ្ជាទិញតាមទូរស័ព្ទ និងមានការទូទាត់ប្រាក់ តាមប្រព័ន្ធខ្ចីដីផល ធ្វើអោយអតិថិជនកាន់តែចំណេញពេលទៅក្រៅតិចជាងមុន។ បច្ចេកវិទ្យា McDonald's ធ្វើអោយការលក់មានភាពរហ័ស និងតម្រូវចិត្តអតិថិជនសម័យថ្មី កត្តាទាំងនេះក៏បានជំរុញការសម្រេចចិត្តទិញអោយមានភាពរហ័សជាងមុន និងកាត់បន្ថយពេលវេលារង់ចាំរបស់អតិថិជនជាងមុន។ McDonald's ទទួលបាននូវសណ្តាប់ធ្នាប់ និងប្រតិបត្តិការខ្ពស់ នូវពេលដែលបានប្រើវិធីសាស្ត្រ លក់តាមប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាការធ្វើទីផ្សារដោយមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ដោយយោងតាមចំណុច ៣.៣.២ ដែលមានបុរសម្នាក់បានបង្ហាញដៃអ្នករៀនអំពីការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យារបស់ McDonald's ប្រទេសចិន នៅថ្ងៃទី១៦ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២១ជាមួយនឹងការចូលមើលច្រើនជាង ៥៥.៤លាន ៣.៧លានដែលចូលចិត្ត និងបានចែកចាយ បន្ត២៩៩.៨ពាន់ព្រមទាំងមតិរាប់ពាន់ ធ្វើអោយដៃអ្នកនេះទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំង ជាមួយនឹងបច្ចេកវិទ្យាថ្មី របស់McDonald'sចិន។

សរុបសេចក្តីមក តាមការបកស្រាយចំណុចសំខាន់ៗខាងលើមកបង្ហាញអោយយើងដឹងថា ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាសេវាកម្មលក់របស់ McDonald's ប្រទេសចិននាទស្សវត្សរ៍ចុងក្រោយនេះ មានលក្ខណៈល្អប្រសើរក្នុងដំណើរការប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួនដោយក្រុមហ៊ុនបានយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំង ទៅលើការផ្តល់សេវាកម្មលក់ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងដោះស្រាយបញ្ហាដែលខ្វះខាតយ៉ាងល្អក្នុងបំណងបំពេញសេចក្តីពេញចិត្តរបស់អតិថិជន។ លើសពីនេះទៅទៀត ក្រុមហ៊ុនបានអនុវត្តប្រតិបត្តិការផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានៃសេវាកម្មលក់របស់ខ្លួនប្រកបដោយភាពសក្តិសិទ្ធិ និងប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ដែលនាំអោយក្រុមហ៊ុនទទួលបានភាពជោគជ័យ រហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន។

២. អនុសាសន៍

អ្វីដែលពួកយើងបានបកស្រាយអំពីប្រធានបទនេះ គឺចង់ផ្តល់អោយអ្នកអានមិនមែនត្រឹមតែទ្រឹស្តី សុទ្ធសាធ ឬបំណុំព័ត៌មានទាំងឡាយនោះទេ។ ពួកយើងចង់ផ្តល់នូវគំនិតល្អៗដែលបានមកពីការស្រាវជ្រាវលើ ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាសេវាកម្មលក់របស់ McDonald's ប្រទេសចិនប្រកបទៅដោយគុណភាព ផ្អែកលើឯក សារតាមរយៈប្រភពផ្សេងៗគ្នា។ ម្យ៉ាងទៀតពួកយើងចង់ផ្តល់គំនិតដ៏មានតម្លៃនេះ ដល់អ្នកដែលមានបំណងធ្វើ អាជីវកម្ម និងម្ចាស់អាជីវកម្មផ្នែកម្ហូបអាហារ ជាពិសេសផ្នែកអាហាររហ័សនៅប្រទេសកម្ពុជា អាចសាកល្បង ប្រើយុទ្ធសាស្ត្រលក់តាមប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យា និងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មនេះបានដើម្បីជំរុញការលក់របស់ខ្លួន កាន់តែប្រសើរ។ ដូច្នេះក្នុងការចូលរួមផ្តល់គំនិតជាយោបល់ដើម្បីស្ថាបនាទៅលើសកម្មភាពគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិ ការអាជីវកម្មផ្នែក Fast Food (អាហាររហ័ស) ពួកយើងសូមផ្តល់ជាអនុសាសន៍ និងសំណូមពរមួយចំនួន ដើម្បីអោយជួយពិចារណាក្នុងការកែលម្អដែលមានដូចជា៖

- តាមការស្រាវជ្រាវនៅក្នុងជំពូក២ នៅចំណុច២.១.១ យើងទាញបានអនុសាសន៍ពីរ ម្ចាស់ អាជីវកម្មគួរតែចាប់អារម្មណ៍ទៅលើគុណភាពល្អគឺសំដៅលើអាហារមានរសជាតិឆ្ងាញ់ មាន អនាម័យល្អ តម្លៃសមរម្យ និងល្បឿនរហ័ស។ លើសពីនេះទៅទៀតគួររចនាហាងរបស់ខ្លួន តាមស្តង់ដារជាងចក្រដែលអនុញ្ញាតអោយចុងភៅអាចធ្វើការបានលឿន ប្រើកន្លែងតូច និង បង្ហាញពីអនាម័យក្នុងហាង។
- ក្នុងជំពូក២ដដែល ចំណុច២.២ ម្ចាស់អាជីវកម្មគួរ បង្កើតមុខម្ហូបថ្មីរបស់ខ្លួនអោយសមស្រប នឹង ជីវភាពរស់នៅរសជាតិ និងទំនៀមទម្លាប់ប្រជាជនក្នុងប្រទេស។ ហើយអាចស្វែងរក ទីតាំងបើកអាជីវកម្មនៅតាមទីប្រជុំជន និងផ្សារទំនើបនានា អាចបើកដំណើរ២៤ម៉ោង ថែមទាំងមានកន្លែងក្មេងលេងសម្រាប់កុមារ និងគ្រួសារផងដែរ។
- យោងតាមបច្ចេកវិទ្យាដែលមានការរីកចម្រើនថ្មីនៅក្នុងប្រទេសចិន នៅជំពូក៣ ត្រង់ចំណុច ៣.១ ម្ចាស់អាជីវកម្មគួរតែស្វែងរកដៃគូសហការដែលពាក់ព័ន្ធជាមួយការទូទាត់ប្រាក់តាម ប្រព័ន្ធឌីជីថល ដើម្បីផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់អតិថិជន។ បន្ថែមពីនេះគួរតែស្វែងរកបច្ចេក វិទ្យា ឬវិធីសាស្ត្រលក់ថ្មីៗ ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន។
- យោងតាមជំពូក៣ នៅចំណុច៣.២.២ ម្ចាស់អាជីវកម្មគួរតែបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយពីមុខម្ហូប និងការវិធីបញ្ចុះតម្លៃរបស់ខ្លួនតាមប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គម ដើម្បីអោយអតិថិជន កាន់តែស្គាល់ ពីសេវាកម្មរបស់ខ្លួន។

ជាចុងក្រោយពួកយើងសង្ឃឹមថាសារណាមួយនេះ ជាចំណែកមួយអាចជួយអភិវឌ្ឍចំណេះដឹងដល់អ្នក
អាន ហើយប្រសិនបើវាអាចជួយអោយអ្នកទទួលបានផ្លែផ្កា សូមអ្នកចូលរួមជួយសង្គមវិញតាមលទ្ធភាពដែល
អាចធ្វើបាន សូមអរគុណ!

ឯកសារយោង

ឯកសារជាសៀវភៅ

១. សេង ពិសិដ្ឋ និង កា សុវណ្ណដាលីន, ២០២១, *យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ម៉ាកលំដាប់ពិភពលោក*
២. ឌីវ ស៊ាន, ២០១៨, *វចនានុក្រមខ្មែរសម្រាប់សិស្ស*
៣. ទួន ផល្លា , ២០១៨, *គោលការណ៍មីក្រូសេដ្ឋកិច្ច*, សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច
៤. ច្រឡឹង សុមេធា, យ៉ែម ច័ន្ទវិទ្យា និងភាគីនៃវីរៈ , ២០១១, *ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម*, សាកលវិទ្យាល័យជាតិគ្រប់គ្រង
៥. ងួន ហេង និងស សុភាព, ២០១៩, *គណនេយ្យគ្រប់គ្រង*, សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច
៦. ប៊ូ ចន្ទសិរី , ២០០១ , *សេវាកម្មពិសេស និងមានលក្ខណៈងាយស្រួលនៅក្នុងផ្នែកមូលហេតុ*, សាកលវិទ្យាល័យជាតិគ្រប់គ្រង
៧. Turban, Mclean, Wetherbe, 1996, "Information Technology for Management"

ឯកសារជាគេហទំព័រ

៨. Taylor & Francis, 2005, "Strategic global human resource management research in the twenty-first century: an endorsement of the mixed-method research methodology", www.tandfonline.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២
៩. Researchgate, 2017, "Primary Sources of Data and Secondary Sources of Data", www.researchgate.net. ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២
១០. Wikimedia Foundation, 2020, "Definition of Technology ", www.wikimediafoundation.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២
១១. Philip Kotler, Gary Armstrong, Swee Hoon Ang, Chin Tiong Tan, Oliver Hon-Ming Yau, Siew Meng leong, 2017, "Principles of Marketing An Asian Perspective, United Kingdom" សៀវភៅអេឡិចត្រូនិច [PRINCIPLES OF MARKETING AN ASIAN PERSPECTIVE \(fliphtml5.com\)](http://PRINCIPLES OF MARKETING AN ASIAN PERSPECTIVE (fliphtml5.com))

ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៣ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២

១២. Hitesh Bhasin, 2019 “Type of service in business” www.marketing91.com ,

ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២

១៣. RFI, 2014, “History of Technology”, www.rfi.fr.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី៥ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

១៤. Nidda Rohaila, 2022, “Top 15 Positive and Negative Impacts of Technology on Business” www.niddarohaila.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី៨ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

១៥. The Editors of Encyclopaedia Britannica, “McDonald’s American corporation”, www.britannica.com , ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

១៦. McDonald’s, “McDonald’s History”, www.mcdonalds.com,

ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

១៧. Longtunman, 2021, “ความยิ่งใหญ่ของ McDonald’s ที่จุดเริ่มต้นมาจาก “การหักหลัง” (ภาคหนึ่ง) ของเรา McDonald’s ដែលជាកន្លែងដែលវាចាប់ផ្តើមពី “การหักหลัง””, www.longtunman.com

ទាញយកនៅថ្ងៃទី១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២២

១៨. Thaismescenter, 2022, “Ray Kroc ผู้ปั้นแฟรนไชส์ McDonald’s เปลี่ยนอะไรมานานที่สุดในโลกใบนี้! (Ray Kroc អ្នកបង្កើត Franchise McDonald’s បានផ្លាស់ប្តូរពិភពលោក!)”, www.thaismescenter.com

ទាញយកនៅថ្ងៃទី១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២២

១៩. Ayana , 2017, “The History of McDonald’s in China”, www.blogs.transparent.com

ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២២

២០. Atlasbig, “Countries by McDonald’s Restaurants”, www.atlasbig.com

ទាញយកនៅថ្ងៃទី២២ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

២១. Cnbc, 2019, “McDonald’s signs its largest deal in 20 years, acquiring tech to personalize the drive-thru menus”, www.cnn.com

ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៧ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២

២២. Wired, 2019, “McDonald’s Doubles Down on Tech with Voice AI Acquisition”, www.Wired.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៨ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២

២៣. McDonald's China, 随时随地的用餐体验(បទពិសោធន៍ទទួលទានអាហារគ្រប់ពេលវេលា គ្រប់ទីកន្លែង), www.mcdonalds.com.cn ទាញយកនៅថ្ងៃទី៤ ខែសីហាឆ្នាំ២០២២
២៤. Ebrun, (2016), 麦当劳微信支付的背后竟还有这些想法 (នៅតែមានគំនិតទាំងនេះនៅពីក្រោយការទូទាត់ WeChat របស់ McDonald), www.eburn.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៩ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២
២៥. Paymentsjournal, (2015), McDonald's and Alipay Partner on Payments for 2,100 Restaurants in China, www.paymentsjournal.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៨ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២២
២៦. CompareCamp, Dynamic Yield Review: Pricing, Pros, Cons & Features, www.comparecamp.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែសីហាឆ្នាំ២០២២
២៧. Anthony Ha,2019, McDonald's is acquiring Dynamic Yield to create a more customized drive-thru, www.techcrunch.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែសីហាឆ្នាំ២០២២
២៨. McDonald's,2019, McDonald's Announces Investment in New Zealand-Based Plexure, www.corporate.mcdonalds.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣១ ខែសីហាឆ្នាំ២០២២
២៩. McDonald's,2019, McDonald's to Acquire Apprente, An Early Stage Leader in Voice Technology, www.mcdonalds.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី២៧ ខែសីហាឆ្នាំ២០២២
៣០. McDonald's China,2015, 得来速(ការបើកបរឆ្លងកាត់), www.mcdonalds.com.cn ទាញយកនៅថ្ងៃទី៤ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២
៣១. Wikiphow,2021, How to Order at McDonald's, www.wikihow.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី៥ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២
៣២. Ppro, QQ Wallet, www.ppro.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី ៥ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ ២០២២
៣៣. Wikipedia, 2013, "WeChat pay", www.Wikipedia.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២
៣៤. Wikipedia, 2022, "Apple Pay", www.wikipedia.com

ទាញយកនៅថ្ងៃទី១១ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២

៣៥. Wikiphow,2020, “How to Use Wallet on an iPhone”, www.wikihow.com

ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២២

៣៦. Pr Newswire, 2016, 麦当劳中国的顾客现可 Apple Pay (ឥឡូវនេះអតិថិជនរបស់ McDonald's របស់ចិនអាចប្រើប្រាស់ Apple payបាន), www.prnasia.com

ទាញយកនៅថ្ងៃទី១២ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២

៣៧. Wikipedia, 2022, Alipay, www.wikipedia.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី១១ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២

៣៨. Smartshanghai,2020, Yes, Foreigners Can Use Alipay — This Is How Yes, Foreigners Can Use Alipay — This Is How, www.smartshanghai.com ទាញយកនៅថ្ងៃទី៣ ខែ សីហា ឆ្នាំ២០២២

៣៩. McDonald's China,2022, 麦当劳中国携手上海美术电影制片厂, 国风水墨美学开启新春节庆 (McDonald's China ចាប់ផ្តើមជាមួយ Shanghai Fine Arts Film Studio ដើម្បីអបអរ បុណ្យចូលឆ្នាំចិន ដោយប្រើទឹកថ្នាំចិន និងលាងសោភ័ណភាព)www.mcdonalds.com.cn

ទាញយកនៅថ្ងៃទី១ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២២

៤០. McDonald's China, 2021, 麦当劳中国首家低碳生活体验店落户广东揭阳万达广场 环保 充电单车全国首发(ហាងបទពិសោធន៍ជីវិតកាបូនទាបដំបូងគេរបស់ McDonald's មានទីតាំងនៅ Wanda Plaza, Jieyang, Guangdong)www.mcdonalds.com.cn ទាញយកនៅថ្ងៃទី៨ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០២២

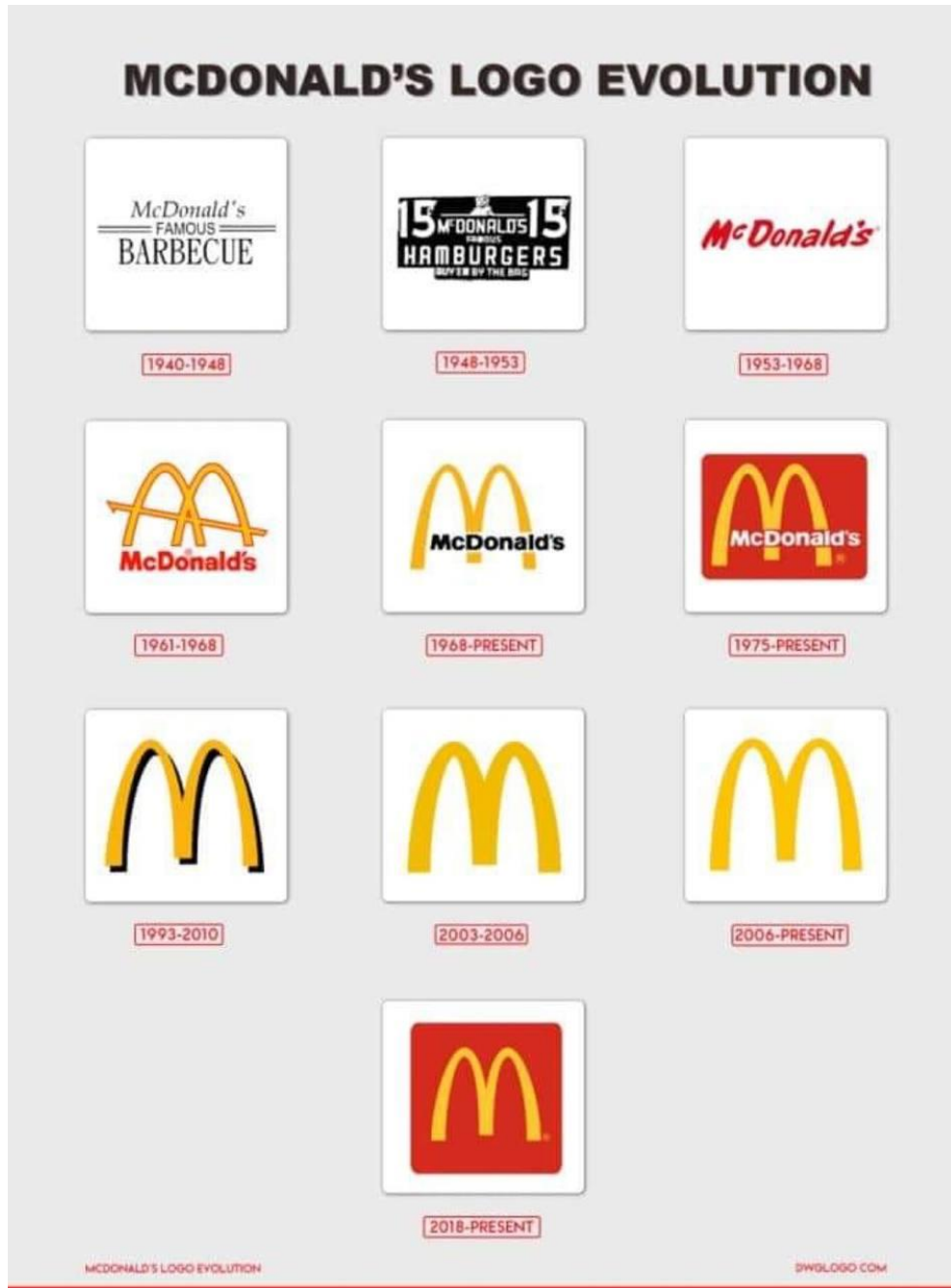
ଅଧ୍ୟାୟ

បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ

- ឧបសម្ព័ន្ធទី១ ៖ និមិត្តសញ្ញានៃក្រុមហ៊ុនMcDonald's
- ឧបសម្ព័ន្ធទី២ ៖ ភោជនីយដ្ឋានMcDonald'sនៅទូទាំងពិភពលោក
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៣ ៖ McDonald's Techlabs
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៤ ៖ CEO of McDonald's នៅប្រទេសចិន
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៥ ៖ Digital Menu Boards
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៦ ៖ ប្រព័ន្ធបញ្ជាទិញKOISK
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៧ ៖ បញ្ជីមុខម្ហូបរបស់ភោជនីយដ្ឋានMcDonald'sហៅថា Happy meal
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៨ ៖ Mobile order and payments apps of McDonald's
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៩ ៖ ខ្សែសង្វាក់នៃការចម្អិនរបស់ ភោជនីយដ្ឋាន McDonald's
- ឧបសម្ព័ន្ធទី១០៖ ការទូទាត់តាមប្រព័ន្ធទូរស័ព្ទ របស់ McDonald's ប្រទេសចិន
- ឧបសម្ព័ន្ធទី១១៖ ម៉ីនុយ McDonald's តម្រូវតាមអតិថិជនចិន

ឧបសម្ព័ន្ធ១

និមិត្តសញ្ញានៃក្រុមហ៊ុន McDonald's

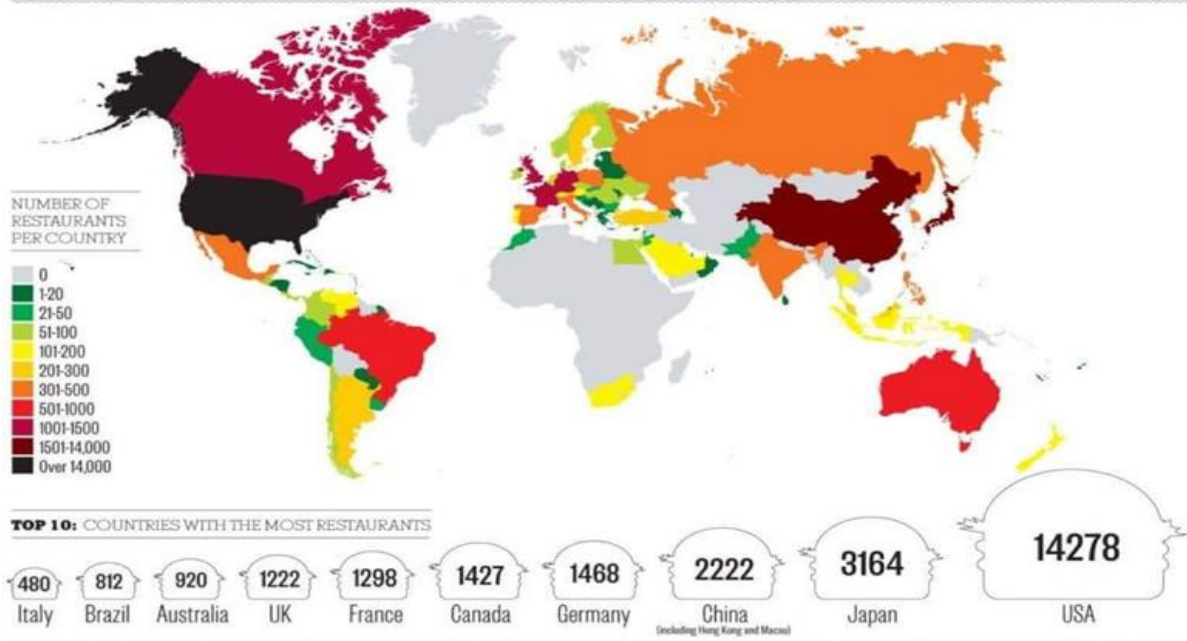


ឧបសម្ព័ន្ធ២

ភោជនីយដ្ឋាន McDonald's នៅទូទាំងពិភពលោក



THE BIG MAC GLOBAL DOMINATION



ឧបសម្ព័ន្ធនា

McDonald's Tech labs



ឧបសម្ព័ន្ធ៤

CEO of McDonald's នៅប្រទេសចិន



အပမန့်နွဲ့နွဲ့

Digital Menu Boards



ឧបសម្ព័ន្ធ៦

ប្រព័ន្ធបញ្ជាទិញ KIOSK



ឧបសម្ព័ន្ធ៧

បញ្ជីមុខម្ហូបរបស់ភោជនីយដ្ឋាន McDonald's ដែលហៅថា Happy meal



အပလီကေးရှင်း

Mobile Order and Payments apps of McDonald's



ឧបសម្ព័ន្ធ៩

ខ្សែសង្វាក់នៃការចម្អិនរបស់ ភោជនីយដ្ឋាន McDonald's



ឧបសម្ព័ន្ធ១០

ការទូទាត់តាមប្រព័ន្ធទូរស័ព្ទ ក្នុងអាជីវកម្ម McDonald's ប្រទេសចិន



ឧបសម្ព័ន្ធ១១

ម៉ីនុយ McDonald's តម្រូវតាមអតិថិជនចិន

