



សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ
និង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

របាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ហាង
ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន

កម្មសិក្សាពីថ្ងៃទី១៦ ខែមីនា ឆ្នាំ២០២០ ដល់ថ្ងៃទី១៥ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២០

ឈ្មោះស្ថាប័ន៖ ក្រុមហ៊ុន លឿង សាន (LEOUNG SAN Co.,Ltd.)

តាក់តែងឡើងដោយ

និស្សិតឈ្មោះ សាន មេតាវ៉ានី

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

លោក ឡាយ ម៉េងហុន

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ គ្រប់គ្រងធុរកិច្ច

ជំនាន់ទី ៤

ឆ្នាំចូលសិក្សា

ឆ្នាំសរសេររបាយការណ៍

២០១៦

២០២០

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

នាងខ្ញុំឈ្មោះ **សាន មេតាវ៉ានី** ជានិស្សិតឆ្នាំទី ៤ ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រគ្រប់គ្រងធុរៈកិច្ច នៃសកលវិទ្យាល័យ ភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ជំនាន់ទី៤ ក្រុម M4A2 ក្នុងឆ្នាំសិក្សា ២០១៩-២០២០។

សូមថ្លែងអំណរគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅបំផុត

លោក ឪពុក អ្នកម្តាយ ដែលលោកទាំងពីរជាអ្នកមានគុណផ្តល់កំណើត ចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សាដោយអស់ ពីកំលាំងកាយចិត្ត ផ្តល់ដំបូន្មានល្អប្រៀនប្រដៅ ព្រមទាំងអប់រំកូនអោយដើរផ្លូវល្អ ពុះពារគ្រប់ឧបសគ្គទាំងអស់ ទាំងការផ្គត់ផ្គង់ការសិក្សាតាំងពីតូចដល់ធំ។

ឯកឧត្តមសកលវិទ្យាធិការ សកលវិទ្យាធិការរង លោក លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ ទាំងអស់ព្រមទាំងបុគ្គលិក ការិយាល័យ អប់រំនៃសកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានខិតខំបង្ហាត់បង្រៀន ដឹកនាំ និងគ្រប់គ្រង ជួយជ្រោមជ្រែងផ្តល់នូវចំណេះ ដឹងដល់និស្សិតឲ្យ យល់ដឹងបានច្រើន ផ្តល់បទពិសោធន៍ នានាដើម្បីចូលរួមស្តារ និង អភិវឌ្ឍន៍ សង្គមជាតិក៏ដូចជា កសាងអនាគតយុវជន ជំនាន់ក្រោយដូចនាងខ្ញុំ។

ជាពិសេសលោកសាស្ត្រាចារ្យ **ឡាយ ប៉េងហុង** ដែលបានបង្រៀន បង្ហាត់បង្ហាញយ៉ាងក្បោះក្បាយ នូវរាល់ចម្ងល់ និងជួយណែនាំផ្តល់យោបល់ល្អៗ ចំពោះនិស្សិតគ្រប់រូប។ ជាពិសេសបានណែនាំ និង តម្រង់ទិស ក្នុងធ្វើរបាយការណ៍កម្មសិក្សាមួយរយៈ។

ក្រុមហ៊ុន **លឿង សាន ខូអិលធីឌី** ដែលមានលោក **សាន ករុណា** ជាប្រធានគ្រប់គ្រង រួមទាំងបុគ្គលិកដទៃទៀត ដែលបានអនុញ្ញាតឲ្យខ្ញុំធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះចុះកម្មសិក្សានៅក្រុមហ៊ុន ដែលបាន សហការណ៍ផ្តល់ឯកសារ នានា ដែលពាក់ព័ន្ធ ផ្តល់បទសម្ភាសន៍ និង បកស្រាយរាល់ការ ចោទសួរផ្សេងៗ របស់យើងខ្ញុំប្រកបដោយក្តី សោមន្ម។

ជាទីបញ្ចប់នេះ នាងខ្ញុំសូមប្រសិទ្ធពរជ័យមហាបវរជូនដល់អ្នកទាំងអស់គ្នា ឲ្យជួបនូវពុទ្ធិពរទាំង៤ ប្រការ គឺ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ និង បដិភាណ កុំបីឃ្លាតឡើយ។

អារម្ភកថា

យើងខ្ញុំជានិស្សិត ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ នៃមហាវិទ្យាល័យវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច នេះជាពេលវេលាមួយដែល យើងខ្ញុំត្រូវធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបាយការណ៍ កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សានៅឧត្តមសិក្សា។ ដូច្នេះយើងខ្ញុំមាន កិត្តិយសណាស់ដែលបានធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបាយការណ៍កម្មសិក្សានេះ ទោះមានភាពលំបាកយ៉ាងណា ក៏ដោយ ការសរសេរនេះបានឆ្លើយតបដល់ការយល់ដឹងកាន់តែច្បាស់ អំពីយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម មិនតែ ប៉ុណ្ណោះបានជួយកសាងទំនាក់ទំនងជាមួយបុគ្គលក្នុងសង្គមការងារដែលពាក់ព័ន្ធ ក្នុងការស្រាវជ្រាវរបស់ យើងខ្ញុំ អោយកាន់តែប្រសើរថែមមួយកម្រិតទៀត។ មួយវិញទៀតអាចអោយយើងមានឱកាសក្នុងការស្វែង រកការងារធ្វើ បន្ទាប់ពីការបញ្ចប់ការសិក្សារៀនសូត្រ ជាការពិតណាស់ការងារគឺជាចំណុចមួយ យ៉ាងសំខាន់ សំរាប់ជួយសម្រួលក្នុងការដោះស្រាយជីវភាពប្រចាំថ្ងៃ របស់ខ្លួនផ្ទាល់ និង សម្រាប់គ្រួសារទាំងមូលផងដែរ។ ដូចនេះដើម្បីសម្រេចនូវគោលបំណងទាំងនោះនាខ្ញុំក៏បានធ្វើការសរសេររបាយការណ៍កម្មសិក្សាមួយស្តីអំពី ក" ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម របស់ហាងកាហ្វេ អាម៉ាហ្សូន" ដើម្បីជាចំណេះដឹងនិងធ្វើការរៀនសូត្របន្ថែម ឆ្ពោះទៅកាន់ការបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ផ្នែកគ្រប់គ្រងធុរកិច្ចនេះ។

ចំនែកប្រធានបទដែលក្រុមយើងខ្ញុំ បានលើកយកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពី " ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម របស់ហាងកាហ្វេ អាម៉ាហ្សូន"។ មូលហេតុចម្បងដែលធ្វើឲ្យយើងខ្ញុំជ្រើសរើសយកប្រធានបទមួយនេះ ព្រោះ Café Amazon ជាម៉ាកដែលល្បីមកពីក្រៅប្រទេស ហើយពេញនិយមនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាយើងផងដែរ។ Café Amazon សាខាទួលទំពូង បានបើកក្នុងឆ្នាំ២០១៦ ដោយក្រុមហ៊ុន លឿង សាន ។ ដោយសារការ មើលឃើញ ថា Café Amazon សាខាទួលទំពូង ត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ពីសំណាក់អតិថិជនយ៉ាងច្រើនកុះករ ប្រកបដោយសេចក្តីពេញចិត្តក្នុងសង្គមបច្ចុប្បន្ន ថែមទាំងកាន់តែមានរីកលូតលាស់ទាំងអស់នេះជាមូលហេតុ ដែលខ្ញុំចង់ធ្វើការសិក្សា ស្វែងយល់អំពីយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ ក្រុមហ៊ុនដែលបានកំណត់ឡើង។

អាស្រ័យដោយសារភាពយល់ដឹងនូវមានកម្រិត ខ្វះបទពិសោធន៍ យើងខ្ញុំជឿជាក់ថារបាយការណ៍ ស្រាវជ្រាវមួយនេះពិតជាមាននូវកំហុសឆ្គង និងមានចំណុចខ្វះខាតជាមិនខាន។ ហេតុនេះហើយនាងខ្ញុំសូម អភ័យទោស និងរងការចម្លើយតបក្នុងន័យស្ថាបនា ដើម្បីកែលម្អកំហុសឆ្គងទាំងនោះ ឲ្យបានល្អប្រសើរជាងមុន។ ជាទីបញ្ចប់ក្រុមយើងខ្ញុំសង្ឃឹមថា របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវមួយនេះ និងអាចផ្តល់ជាឯកសារសម្រាប់ការ ស្រាវជ្រាវ និងអាចធ្វើជាយានដើម្បីជួយដល់អ្នកទាំងឡាយណា ដែលចង់ស្វែងយល់ពី "ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម របស់ហាង កាហ្វេ អាម៉ាហ្សូន" ជាក់ជាមិនខានឡើយ។

មាតិកា

បញ្ជីអក្សរកាត់.....	v
បញ្ជីតារាង.....	vi
បញ្ជីរូបភាព.....	vii
បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ.....	viii

សេចក្តីផ្តើម

១ លំនាំបញ្ហា.....	១
២ ចំណេញបញ្ហា.....	២
៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
៤ ទំហំ និង ដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
៥ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣
៦ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣
៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣

ជំពូកទី១

រំលឹកទ្រឹស្តី

១.១ និយមន័យ.....	៤
១.១.១ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម.....	៤
១.១.២ តួនាទីរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង.....	៤
១.២ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រង.....	៥
១.២.១ មុខងាររៀបចំផែនការ.....	៥
១.២.២ មុខងាររៀបចំចាត់ចែង.....	៦
១.២.៣ មុខងារដឹកនាំ.....	៦
១.៣ ការចាត់ថ្នាក់សហគ្រាសឯកជន.....	៧
១.៣.១ សហគ្រាសឯកម្មសិទ្ធិ.....	៧
១.៣.២ សហគ្រាសសហកម្មសិទ្ធិ.....	៨

១.៣.៣ សាជីវកម្ម.....	៩
១.៤ មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការដឹកនាំអាជីវកម្ម.....	១០
១.៤.១ សញ្ញាណនៃការដឹកនាំ.....	១០
១.៤.២ លក្ខណៈពិសេសរបស់អ្នកដឹកនាំ.....	១១
១.៤.៣ ការរៀបចំខ្លួនសំរាប់ភាពជាអ្នកដឹកនាំ.....	១១
១.៥ ការធ្វើទីផ្សាររបស់សហគ្រាស.....	១២
១.៥.១ លក្ខណៈពិសេសនៃការទីផ្សារ.....	១៣
១.៥.២ ភាពចំរុះនៃការធ្វើទីផ្សារ.....	១៣
១.៥.២.១ យុទ្ធសាស្ត្រថ្លៃ.....	១៣
១.៥.២.២ យុទ្ធសាស្ត្រផលិតផល.....	១៤
១.៥.២.៣ យុទ្ធសាស្ត្រចែកចាយ.....	១៤
១.៥.២.៤ យុទ្ធសាស្ត្រផ្សាយយោសនា.....	១៤
១.៦ ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ.....	១៥
១.៦.១ ប្រភេទនៃចរនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារ.....	១៦
១.៧ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការជ្រើសរើសបុគ្គលិក.....	១៩
១.៧.១ ប្រភពនៃការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិក.....	២០
១.៧.២ គុណសម្បត្តិ និង គុណវិបត្តិនៃការជ្រើសរើសខាងក្នុង និងក្រៅ.....	២៣
១.៧.២.១ គុណសម្បត្តិ និង គុណវិបត្តិនៃការប្រកាសជ្រើសរើសខាងក្នុង.....	២៣
១.៧.២.២ គុណសម្បត្តិ និង គុណវិបត្តិនៃការប្រកាសជ្រើសរើសខាងក្រៅ.....	២៣
១.៨ លក្ខណៈទូទៅនៃហិរញ្ញវត្ថុ.....	២៤
១.៨.១ និយមន័យហិរញ្ញវត្ថុ.....	២៤
១.៨.២ តួនាទីអ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ.....	២៤
១.៨.៣ ការរៀបចំផែនការហិរញ្ញវត្ថុ.....	២៤
១.៨.៣.១ ការព្យាករណ៍រយៈពេលខ្លី និង រយៈវែង.....	២៥

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅរបស់ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន

២.១ សាវតារបស់ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន.....	២៦
២.១.១ ប្រវត្តិ និង ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ.....	២៦
២.១.២ ប្រភេទផលិតផល និងសេវាកម្ម.....	២៧
២.១.៣ គោលដៅ និង ទស្សនៈវិស័យ.....	២៨
២.១.៤ ប្រភេទភេសជ្ជៈ :	២៨
២.២ ស្ថានភាពអាជីវកម្មរបស់អាម៉ាហ្សូន.....	២៩
២.២.១ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង និងមុខងារ.....	២៩
២.២.២ មុខងារ និង តួនាទី.....	២៩
២.២.៣ ធនធានមនុស្ស.....	៣០
២.២.៤ ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ.....	៣០
២.២.៥ ហានិភ័យការចាប់ផ្តើមបើកអាជីវកម្មដំបូង.....	៣០
២.៣ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ	៣១
២.៣.១ ការទូទាត់ទំនិញជាមួយអតិថិជន.....	៣១
២.៣.២ ការទូទាត់ទំនិញជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់.....	៣១
២.៣.៣ ចំណូល.....	៣១
២.៣.៤ ចំណាយ.....	៣១
២.៤ យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ.....	៣២
២.៥ អ្នកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស.....	៣២
២.៥.១ តួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស.....	៣២
២.៥.២ ចំណេះដឹង និងជំនាញដែលត្រូវមាន.....	៣៣
២.៥.៣ ស្តង់ដារការងារ.....	៣៣
២.៦ ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក.....	៣៣
២.៦.១ ការសរសើរផ្ទាល់មាត់.....	៣៣
២.៦.២ ការតម្កើងមុខងារ និង តួនាទី.....	៣៣
២.៦.៣ បុព្វលាភ.....	៣៤
២.៦.៤ ការឈប់សំរាក.....	៣៤

ជំពូកទី៣

លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ

៣.១ ការវិភាគទៅលើការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ហាង Café Amazon.....	៣៥
៣.១.១ ការវិភាគទៅលើផ្នែកធនធានមនុស្ស.....	៣៥
៣.១.២ ការវិភាគលើការធ្វើទីផ្សារ.....	៣៥
៣.១.៣ ការវិភាគលើផែនការអាជីវកម្ម.....	៣៦
៣.១.៤ ការវិភាគលើហិរញ្ញវត្ថុ.....	៣៦
៣.២ ការវិភាគទៅលើដៃគូប្រកួតប្រជែង.....	៣៦
៣.២.១ ការរីកចម្រើនរបស់ Coffee Today.....	៣៦
៣.២.២ កត្តាដែលនាំអោយ Coffee Today ទទួលបានជោគជ័យ.....	៣៧
៣.៣ ការវិភាគទៅលើអតិថិជនរបស់កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន.....	៣៧
៣.៣.១ ការវិភាគទៅលើអាយុ.....	៣៧
៣.៣.២ ការវិភាគទៅលើភេទ.....	៣៨
៣.៣.៣ ការវិភាគទៅលើអតិថិជនចំពោះការស្គាល់ Café Amazon.....	៣៨
៣.៣.៤ ការវិភាគទៅលើអតិថិជនចូលចិត្តសជាតិកាហ្វេរបស់អាម៉ាហ្សូន.....	៣៨
៣.៣.៥ ការវិភាគទៅលើសេវាកម្ម.....	៣៨
៣.៣.៦ ការវិភាគទៅលើតំលៃភេសជ្ជៈ.....	៣៩
៣.៤ ការវិភាគSWOT.....	៣៩
៣.៤.១ ភាពខ្លាំង.....	៣៩
៣.៤.២ ភាពខ្សោយ.....	៣៩
៣.៤.៣ ឱកាស.....	៤០
៣.៤.៤ ការគំរាមកំហែង.....	៤០

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍

១.សេចក្តីសន្និដ្ឋាន.....	៤១
២.អនុសាសន៍.....	៤២

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីអក្សរកាត់

- SWOT : Strength , Weakness , Opportunity , Threat (ភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយ ឱកាស និង ការគំរាមកំហែង)

បញ្ជីតារាង

តារាង ២.១.៤៖ តារាងកេសដ្ឋ:

បញ្ជីរូបភាព

រូបភាព ២.១ ទីតាំងរបស់ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន

បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ

- ឧបសម្ព័ន្ធទី១ ៖ ផ្លាកសញ្ញាហាង ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន
- ឧបសម្ព័ន្ធទី២ ៖ រូបភាពខាងក្រៅហាង ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខាទួលទំពូង
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៣ ៖ រូបភាពខាងក្នុងហាង ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខាទួលទំពូង
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៤ ៖ រូបភាពបុគ្គលិករបស់ ហាង ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខាទួលទំពូង
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៥ ៖ រូបភាពអ្នកគ្រប់គ្រង របស់ ហាង ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខាទួលទំពូង
- ឧបសម្ព័ន្ធទី៦ ៖ មីនុយ និងតំលៃ របស់ ហាង ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន

សេចក្តីផ្តើម

សេចក្តីផ្តើម

១ លំនាំបញ្ជាក់

នាពេលបច្ចុប្បន្នអាជីវកម្មហាងកាហ្វេ មានការរីកដុះដាលយ៉ាងខ្លាំងមិនថាក្នុង ឬក្រៅប្រទេស ទាំងនៅទីក្រុង និងតាមបណ្តាខេត្តនានា។យើងសង្កេតឃើញថាប្រទេសកម្ពុជាយើង ក៏មានសន្ទុះ កើនឡើងនៃ អាជីវកម្មប្រភេទនេះយ៉ាងច្រើនគួរអោយកត់សំគាល់។ ដោយសារអាជីវកម្មប្រភេទនេះ មានការគាំទ្រច្រើន ពីសំណាក់ប្រជាជនកម្ពុជា មិនថាមនុស្សចាស់ឬមនុស្សក្មេងនាពេលបច្ចុប្បន្ន។ ទើបធ្វើអោយអាជីវករ មួយចំនួន គិតថាអាជីវកម្មនេះ វាមានភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រកបមុខរបបនេះទទួលបានប្រាក់ ចំណេញ ច្រើន មិនចំណាយទុនច្រើន ហើយមិនប្រើប្រាស់ពេលវេលាឃ្លា ក្នុងការបើកអាជីវកម្មនេះ។ ស្របពេលជា មួយគ្នា ដែលក៏មានសហគ្រិនមួយចំនួន បានទិញសិទ្ធិពីប្រទេសមកធ្វើជារបស់ផ្ទាល់ខ្លួន។ បែបនេះហើយ ទើបធ្វើអោយអាជីវកម្មនេះមានការរីកដុះដាលយ៉ាងខ្លះ ដែលជាមូលហេតុធ្វើអោយមាន ការប្រកួតប្រជែងគ្នា ខ្លាំងនៅក្នុងទីផ្សារកម្ពុជា។

ជាការពិតណាស់មិនថាជាអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ឬទិញសិទ្ធិពីប្រទេសក្រៅក៏ដោយ សហគ្រិន ទាំងអស់ត្រូវទាមទារអោយមានដើមទុនគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការបើកអាជីវកម្មនេះហើយក៏ត្រូវពឹងផ្អែកទៅលើចំណេះជំនាញខាងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មឈានទៅមុខមានទំនួលខុសត្រូវមានការច្នៃប្រឌិតគំនិតប្លែកៗ មានភាពជាអ្នកដឹកនាំ និងមានបទពិសោធន៍ខ្លះៗក្នុងផ្នែកអាជីវកម្ម។ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមិនថាអាជីវកម្មតូច ឬធំនោះទេវាចាំបាច់ទាមទារអោយមានផែនការយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងប្រកបដោយគុណភាពប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ដើម្បីឈានទៅមុខសំរេចតាមបំណងដែលយើងចង់បានការ គ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និងហិរញ្ញវត្ថុ ជាដើម ព្រោះផ្នែកទាំងអស់នេះគឺជាផ្លូវ ដែលនាំអ្នកទទួលបាន ជោគជ័យ និងអាចឈរក្នុងទីផ្សារបានយូរអង្វែងចិត្តថេរ ហើយកត្តាទាំងអស់នេះហើយដែលវាឆ្លើយ តបលក្ខណៈ ពិសេសនៃប្រធានបទ ដែលសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម។

ជាការពិតណាស់អាជីវកម្ម គឺជាការដោះដូរទំនិញរវាងអ្នកលក់ និងអ្នកទិញ ហើយជាពិសេស ធ្វើអោយអតិថិជនទទួលបាននូវការពេញចិត្តនៃសេវាកម្ម គុណភាព និងទំនិញ។ Amazon គឺជាហាងកាហ្វេ មានកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីល្បាញពីប្រទេសថៃ ដែលមានបម្រើសេវាកាហ្វេ ភោជនៈ និងនំជាច្រើនប្រភេទតាមតំរូវការ របស់អតិថិជន។ទោះបីAMAZON បានដំណើរការក្នុងប្រទេសកម្ពុជាអស់រយៈពេល៧ឆ្នាំក៏ដោយ ក៏នៅទទួល បានការគាំទ្រជាច្រើន ពីសំណាក់អតិថិជន ទោះបីមានហាងកាហ្វេបើកមកក្រោយជាច្រើន ប្រកួតប្រជែងក្នុង ទី

ផ្សារ ក៏ដោយ ដោយសារតែមានអ្នកគ្រប់គ្រងដែលមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ ក្នុងការគ្រប់គ្រងរាល់បញ្ហាទាំងអស់ ដែលនាំអោយ Amazon អាចពង្រីកខ្លួនបានចំនួន ១៥០សាខា គ្រប់ខណ្ឌក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ និងតាមបណ្តាខេត្តនានា។

២ ចំណោទបញ្ហា

ជាការពិតណាស់បច្ចុប្បន្នប្រទេសកម្ពុជា មានការរីកដុះដាលក្នុងផ្នែកអាជីវកម្មកាហ្វេយ៉ាងខ្លាំងគួរអោយកត់សំគាល់។ អាជីវកម្មកាហ្វេដែលកំពុងពេញនិយមនេះ មានអ្នកប្រកបអាជីវកម្មច្រើននេះមិនថាតាមផ្ទះ ឬរទេះតាមបណ្តាលផ្លូវតូច ធំនៅក្នុងខេត្ត ក្រុង ជាពិសេសរាជធានីភ្នំពេញតែម្តង។ ទោះបី អាជីវកម្មនេះ មានតម្រូវការរបស់អតិថិជនជាច្រើនរាល់ មិនចំណាយដើមទុនច្រើន បានប្រាក់ចំណេញសមរម្យ ឯនិងមានការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រល្អ ប៉ុន្តែមូលហេតុអ្វីបានជា ហាងកាហ្វេមួយចំនួនត្រូវបានបិទទ្វារ ចំណែកហាងខ្លះនៅអាចដំណើរការបានយូរអង្វែង តើមានយុទ្ធសាស្ត្រអ្វីខ្លះដើម្បីគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មកាហ្វេ មួយនេះបានល្អ? តើកត្តាអ្វីខ្លះដែលធ្វើអោយ Café Amazon ពង្រីកខ្លួនបាន១៥០សាខាហើយទទួលបានជោគជ័យ?

៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

គោលបំណង ក្នុងការស្រាវជ្រាវក្នុងប្រធានបទការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មនេះ ខ្ញុំបានធ្វើកិច្ចស្រាវជ្រាវដោយមានការយកចិត្តទុកដាក់ដូចគោលបំណងខាងក្រោម៖

- ស្វែងយល់ពីស្ថានភាពទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ហាង Café Amazon
- សិក្សាស្វែងយល់ត្រួតពិនិត្យមើលពីភាពខ្លាំង និង ភាពខ្សោយនៃអាជីវកម្ម
- ធ្វើការប្រៀបធៀបអំពីទ្រឹស្តីដែលធ្លាប់បានសិក្សារួច និងការអនុវត្តជាក់ស្តែង
- ស្វែងរកនូវបទពិសោធន៍ ដើម្បីអាចចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដោយខ្លួនឯងនាពេលអនាគត

៤ ទំហំ និងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ

របាយការណ៍សារណាបញ្ចប់ការសិក្សានេះ មានគោលដៅធ្វើស្រាវជ្រាវចំពោះការគ្រប់គ្រង អាជីវកម្មរបស់ ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន (Café Amazon) ដែលមាន១៥០សាខា ប៉ុន្តែខ្ញុំសូមយកសាខាតែ១ លើកមកសរសេរ Café Zamazon សាខាទួលទំពូង រាជធានីភ្នំពេញ ដែលមានអាស័យដ្ឋានបច្ចុប្បន្ននៅ សង្កាត់ទួលទំពូង១ ខណ្ឌចំការមន រាជធានីភ្នំពេញ។ ការសិក្សានេះគិតចាប់ពីពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដំបូងនៅឆ្នាំ២០១៦ មកដល់ឆ្នាំ២០២០ ដែលមានរយៈពេល៤ឆ្នាំ។ ចំណែកឯទិន្នន័យដែលទទួលបាន គឺមានការ

អនុញ្ញាតអោយសំភាសន៍ផ្ទាល់ពីម្ចាស់ហាង និង ឯកសារពាក់ព័ន្ធ ដោយប្រើរយៈពេល ៣០ម៉ោងក្នុងការ សំភាសន៍ជាមួយម្ចាស់ហាង និងធ្វើការសង្កេតទៅលើអតិថិជនក្នុងពេលធ្វើបទសំភាសន៍។ ការធ្វើ របាយការណ៍ សារណានេះគឺដើម្បីការពារការបញ្ចប់ការសិក្សាលើមុខជំនាញគ្រប់គ្រងធុរកិច្ចប៉ុណ្ណោះ។

៥ សារៈសំខាន់នៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ

ការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សានេះមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដែលខ្ញុំបានសម្រេចបាននូវ ខ្លឹមសារនៃប្រធានបទ “ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន” ដែលធ្វើអោយខ្ញុំទទួលបានបទ ពិសោធន៍ជាក់ស្តែង ការស្វែងយល់ពីការងារ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ភាពជាអ្នកដឹកនាំ ការប្រើប្រាស់យុទ្ធ សាស្ត្រទីផ្សារ និង ការពង្រីកអាជីវកម្មជាដើម ហើយយុទ្ធសាស្ត្រទាំងអស់នេះ ដើម្បីធ្វើការអនុវត្តក្នុងអាជីវកម្ម របស់ខ្លួនឯងសំរាប់នាពេលអនាគត។

៦ វិធីសាស្ត្រនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ

វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវនេះខ្ញុំបានធ្វើការប្រមូលទិន្នន័យ ពីប្រភពទិន្នន័យពីរគឺ វិធីសាស្ត្របឋម និង វិធីសាស្ត្របន្ទាប់បន្សំ។

❖ វិធីសាស្ត្របឋម

- ការចុះធ្វើបទសំភាសន៍ជាមួយម្ចាស់ហាងផ្ទាល់
- ការចុះស្រង់ព័ត៌មានចំណង់ចំណូលចិត្តអតិថិជនតាមការសង្កេត
- តាមរយៈការណែនាំ ផ្តល់អនុសាសន៍ពីសាស្ត្រាចារ្យ។

❖ វិធីសាស្ត្របន្ទាប់បន្សំ

- ការស្រាវជ្រាវតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត
- ការស្រាវជ្រាវពីបណ្ណាណ័យ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច
- ការស្រាវជ្រាវតាមមេរៀនដែលសាស្ត្រាចារ្យបានបង្រៀន

៧ វេនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះត្រូវបានបែងចែកបីជំពូកដូចខាងក្រោម៖

- ជំពូកទី១ ការរំលឹកទ្រឹស្តី
- ជំពូកទី២ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន
- ជំពូកទី៣. លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និង ការផ្តល់អនុសាសន៍

ជំពូកទី១

រំលឹកច្រើន

ជំពូកទី១ រំលឹកទ្រឹស្តី

១.១ និយមន័យ

១.១.១ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម

- ការគ្រប់គ្រង**

ការគ្រប់គ្រង គឺជាការធ្វើអោយសម្រេចជោគជ័យនូវគោលដៅរបស់អង្គភាពអាជីវកម្មដោយការប្រើប្រាស់នូវមុខងារសំខាន់ៗបួនដែលក្នុងនោះរួមមាន៖ ការធ្វើផែនការ ការចាត់តាំង ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យ។^១

- អាជីវកម្ម**

អាជីវកម្មគឺជាប្រព័ន្ធដែលមានលក្ខណៈជាស្ថាប័ន ឬជាប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចមួយដែលទំនិញនិង សេវាកម្មត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយ។ ការផ្សព្វផ្សាយនេះអាចជាទម្រង់នៃការផ្លាស់ប្តូរទំនិញគ្នាទៅវិញទៅមកកាបូជា ការលក់ដូរជាទម្រង់សាច់ប្រាក់។

ដូចនេះ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម មានន័យថាការគ្រប់គ្រងការសម្របសម្រួលនិងការរៀបចំសកម្មភាពអាជីវកម្មធ្វើអោយសម្រេចជោគជ័យនូវគោលដៅរបស់អង្គភាពអាជីវកម្ម។

១.១.២ តួនាទីរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង

អ្នកគ្រប់គ្រងមានតួនាទីសំខាន់ធ្វើអ្នកទំនាក់ទំនង និង អភិវឌ្ឍទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកដែល សំខាន់ៗដែលមានតួនាទី៤សំខាន់ ^២:

❖ **តួនាទីជាអន្តរបុគ្គល** : រួមមានចំណុចសំខាន់ដូចខាងក្រោម:

- **តួនាទីជាអ្នកតំណាង** : ក្នុងពិធីនានា គាត់ជាអ្នកតំណាងឲ្យនិយោជិកទូទៅ
- **តួនាទីជាអ្នកដឹកនាំ** : ក្នុងការអនុវត្តការងារគាត់មានតួនាទីសំខាន់ ក្នុងការជំរុញលើកទឹកចិត្តនិយោជិក ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការ កាត់បន្ថយជំលោះក្នុងអង្គភាព។

❖ **តួនាទីជាអ្នកធ្វើទំនាក់ទំនង** : ជាអ្នកទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកដទៃដែលផ្តល់ជាជំនួយ និងព័ត៌មានពីមជ្ឈដ្ឋានខាងក្រៅ។

^១សៀវភៅ “គោលការណ៍នៃការគ្រប់គ្រង” រៀបរៀងដោយសាស្ត្រចារ្យ ទិត ឡានីន ជំពូកទី១, ទំព័រ ២

^២សៀវភៅ “គោលការណ៍នៃការគ្រប់គ្រង” រៀបរៀងដោយសាស្ត្រចារ្យ ទិត ឡានីន ជំពូកទី១, ទំព័រ ៧

❖ តួនាទីជាអ្នកគ្រប់គ្រងព័ត៌មាន : រួមមានចំណុចសំខាន់ដូចខាងក្រោម:

- តួនាទីជាអ្នកត្រួតពិនិត្យ : ជាអ្នកស្វែងរករាល់ព័ត៌មានទាំងឡាយក្នុងនិងក្រៅ ដែលជះឥទ្ធិពលដល់អង្គភាព។
- តួនាទីជាអ្នកនាំពាក្យ : ជាអ្នកផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន របស់អង្គភាពទៅកាន់ មជ្ឈដ្ឋានខាងក្រៅពីផែនការគោលនយោបាយ សកម្មភាព និង លទ្ធផលទាំងឡាយរបស់អង្គភាព។
- តួនាទីបែងចែកព័ត៌មាន : ជាអ្នកផ្ទេរព័ត៌មានដែលទទួលបានពីក្នុង និងក្រៅ ទៅឲ្យនិយោជិក។

❖ តួនាទីជាអ្នកសម្របចិត្ត

- តួនាទីជាសហគ្រិន : អ្នកគ្រប់គ្រងជាអ្នកផ្ដើមគំនិត ជាអ្នករចនា និងជាអ្នកលើក ទឹកចិត្តឲ្យនិយោជិកបញ្ចេញគំនិតថ្មី រឺ វិធីសាស្ត្រនានា ដើម្បីបង្កើនការងារអង្គភាព។
- តួនាទីជាអ្នកដោះស្រាយបញ្ហា : ជាអ្នកបញ្ចប់ជំលោះក្នុងអង្គភាព។
- តួនាទីជាបែងចែកធនធាន : ជាអ្នកបែងចែក ថវិកា សំភារៈ សំរាប់បំពេញ ប្រតិបត្តិ
- តួនាទីជាអ្នកចរចា : ជាអ្នកចូលរួមរាល់ការចរចានានា ព្រោះគាត់ជាអ្នកមានសិទ្ធិ ក្នុងការសម្របការងារ។

១.២ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រង

១.២.១ មុខងាររៀបចំផែនការ

ការដាក់ផែនការមានសកម្មភាពពីរយ៉ាង គឺ ការកំណត់គោលបំណង និង ការកំណត់វិធីសាស្ត្រ ដើម្បី គោលបំណងនោះ។^៣

- គោលបំណង

គោលបំណងត្រូវបានគេកំណត់ថាជា ការប្រកាន់ភ្ជាប់ជាក់លាក់មួយដើម្បីសម្រេចនូវ

^៣សៀវភៅ “សេដ្ឋកិច្ចសហគ្រាស” រៀបរៀងដោយសាស្ត្រចារ្យ ស សុភាព ជំពូកទី២, ទំព័រ ១៦

លទ្ធផលដែលអាចស្ថាប័នបានក្នុងកំឡុងពេលជាក់លាក់ណាមួយ។

- ការកំណត់គោលបំណង

ការកំណត់គោលបំណងរបស់សហគ្រាស គឺមានន័យថា ជាការកំណត់ពីប្រាក់ចំណេញ ដែលសហគ្រាសចង់បាន។ គោលបំណងដ៏សំខាន់របស់ពួកគេគឺផ្គត់ផ្គង់ទំនិញ ឬ សេវាកម្ម ដល់អតិថិជន។

១.២.២ មុខងាររៀបចំចាត់ចែង

ការរៀបចំគឺជាមុខងារ ឬ ដំណើរការបែងចែកមុខងារអោយទៅជាផ្នែកតូចៗដើម្បីបែងចែងមុខងារទាំងនោះអោយបុគ្គលិកធ្វើ។^៤

- ការបែងចែកទាន ចែកចាយធនធានដែលយើងមានឲ្យបានត្រឹមត្រូវ និងគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ រាល់សកម្មភាពនានាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ តាមតម្រូវការទាំងធនធានធម្មជាតិ និង ធនធានមនុស្ស។
- ការចាត់ចែងធនធាន ធ្វើការចាត់ចែងបុគ្គលិកឲ្យត្រូវទៅតាមជំនាញ និងក្រុមអោយស្របទៅ តាមពេលវេលា និង ទីកន្លែង។

១.២.៣ មុខងារដឹកនាំ

ការដឹកនាំគឺជាមុខងារគ្រប់គ្រង ដែលសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើការត្រួតពិនិត្យ និង ការបង្ហាត់បង្ហាញ ដល់អ្នកក្រោមបង្គាប់។ មុខងារទាក់ទងនឹងការតំរង់ទិសតាមរយៈកត្តា៤យ៉ាងគឺ

- ការទំនាក់ទំនង តម្រង់ទិសអ្នកនៅក្រោមបង្គាប់ តាមរយៈការពន្យល់ណែនាំដោយផ្ទាល់ និង ដោយប្រយោលដើម្បីឲ្យពួកគេម្នាក់ៗ មានសមត្ថភាពធ្វើសកម្មភាពសម្រេចទៅតាម គោលដៅ។
- ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកនៅក្រោមបង្គាប់ឲ្យពួកគេមានមនសិការ និង ឆន្ទៈក្នុងការបំពេញ ការងារប្រកបដោយស្មារតីទទួលខុសត្រូវ។
- ការដោះស្រាយទំនាក់ទំនងដែលបានកើតឡើងទាំងក្នុង និង ក្រៅអង្គភាពដោយព្យាយាមធ្វើ ការសម្របសម្រួល ឲ្យបានល្អប្រសើរដើម្បីជៀសវាងភាពលម្អៀងដែលអាចបណ្តាលឲ្យមាន បញ្ហាកើតឡើង។
- ធ្វើអាចទំនាក់ទំនងល្អរវាងថ្នាក់លើ និង ថ្នាក់ក្រោម និងរវាងអ្នកធ្វើការក្នុងតំណែងដូចគ្នា

^៤សៀវភៅ “សេដ្ឋកិច្ចសហគ្រាស” រៀបរៀងដោយសាស្ត្រាចារ្យ ស សុភាព ជំពូកទី២, ទំព័រ ១៧

ដោយចេះយោគយល់អធ្យាស្រ័យគ្នា និងចេះជួយគ្នាទៅវិញទៅមក។

១.៣ ការចាត់ថ្នាក់សហគ្រាសឯកជន

សហគ្រាសឯកជន មាន៣ ប្រភេទធំៗ គឺ :

១.៣.១ សហគ្រាសឯកម្មសិទ្ធិ

សហគ្រាសឯកម្មសិទ្ធិ ជាប្រភេទសហគ្រាសដែល:

- ចំនួនម្ចាស់ភាគហ៊ុនមានតែមួយម្នាក់គត់ ដែលតម្រូវឲ្យគេត្រូវធ្វើការចាត់ចែង និងធ្វើការសម្រេចដោយខ្លួនឯង។
- មូលធនត្រូវប្រមូលផ្តុំដោយខ្លួនឯង ហើយគេជាម្ចាស់ផ្តាច់មុខលើអាជីវកម្មនេះ។
- ទទួលខុសត្រូវគ្មានកម្រិត ដោយត្រូវទទួលសងនូវរាល់បំណុលដែលខ្លួនមានហូត អស់ពីខ្លួនហើយត្រូវប្រឈមនឹងការកាត់ទោសពីច្បាប់ បើពុំមានលទ្ធភាពសងគ្រប់គ្រាន់។
- ពុំសូវទទួលបានគំនាបពីរដ្ឋពេលចង់បង្កើតចេញជាអង្គភាពអាជីវកម្ម។

➢ គុណសម្បត្តិ

- ជាម្ចាស់លើប្រាក់ចំណេញទាំងអស់។
- ការពេញចិត្តផ្ទាល់ខ្លួន អាចធ្វើតាមចំណង់របស់ខ្លួន ដោយមិនចាំបាច់ពិភាក្សាជាមួយអ្នកដទៃ។
- ចំណេញលើពន្ធ ពន្ធពិសេសៗមួយចំនួនត្រូវលើកលែងចំពោះសហគ្រាសប្រភេទនេះដូចជាពន្ធទៅលើផលរបបជាដើម។
- រក្សាការសម្ងាត់មិនមានអ្នកដទៃដឹងលឺ។

➢ គុណវិបត្តិ

- ការទទួលខុសត្រូវរាល់បំណុលទាំងអស់ ដោយម្ចាស់បំណុលអាចបង្ខំអាចសហគ្រាសលក់ទ្រព្យសម្បត្តិផ្ទាល់ខ្លួនមកដោះបំណុល។
- ធនធានហិរញ្ញវត្ថុមានកម្រិត ដោយម្ចាស់មានតែម្នាក់តម្រូវឲ្យមានការពិបាកក្នុងការប្រមូលផ្តុំមូលធនបន្តសកម្មភាពនានាបាន។
- ពិបាកក្នុងការគ្រប់គ្រង ដោយម្ចាស់មានតែម្នាក់តម្រូវឲ្យគាត់ធ្វើការងារច្រើន

- ខ្វះការណពិភាក្សា និងគំនិតយោបល់ ខ្វះគំនិតថ្មីៗ។

១.៣.២ សហគ្រាសសហកម្មសិទ្ធិ

សហគ្រាសសហកម្មសិទ្ធិ ជាប្រភេទសហគ្រាសដែល:

- មានម្ចាស់ភាគហ៊ុនចាប់ពី២នាក់ឡើងទៅ ដែលពួកគេត្រូវសហការគ្នាគ្រប់គ្រង អាជីវកម្មឲ្យទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។
- មូលធនត្រូវបានប្រមូលផ្តុំតាមរយៈ ការចូលហ៊ុនរវាងម្ចាស់ភាគហ៊ុនទាំងអស់ ដោយមានចែងតាមកិច្ចសន្យាតាមផ្លូវច្បាប់។
- ការទទួលខុសត្រូវគ្មានកម្រិត ដោយបំណុលអាចត្រូវការសងដល់ទ្រព្យសម្បត្តិ ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ម្ចាស់ហ៊ុនម្នាក់ៗ។
- បង្កើតឡើងតាមរយៈកិច្ចសន្យាមួយជាក់លាក់ ដោយមានចែងពីលក្ខខណ្ឌ នានាតាមផ្លូវច្បាប់ ដូចជាលក្ខខណ្ឌចូលហ៊ុននិងការបែងចែកភាគជាដើម។

➢ គុណសម្បត្តិ

- ងាយស្រួលក្នុងការបង្កើត បង្កើតឡើងតាមរយៈកិច្ចសន្យារវាងភាគីជា សមាជិកពោលគឺឲ្យមានការត្រៀមគ្នា នោះនិងអាចត្រូវបានបង្កើតចំណែក ការរំលាយវិញក៏ងាយស្រួលផងដែរ ពោលគឺតាមរយៈការរំលាយកិច្ចសន្យា ចំពោះរវាងភាគីណាមួយ។
- ងាយស្រួលក្នុងការពង្រីកអាជីវកម្ម. មានលទ្ធភាពពង្រីកអាជីវកម្មច្រើនជាង ក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធិដោយសារមូលធនអាចប្រមូលផ្តុំបានតាមរយៈម្ចាស់ភាគ ហ៊ុនច្រើននាក់។
- អត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រង មនុស្សច្រើនអាចក្តាប់សកម្មភាពបានច្រើន ដោយសមាជិកម្នា កៗទទួលខុសត្រូវចែករំលែកការងារគ្នាធ្វើរៀងខ្លួន។
- អត្ថប្រយោជន៍នៃការបង់ពន្ធ គ្មានការដកយកពន្ធលើប្រាក់ចំណូលរបស់ សមាជិកម្នា កៗ។

➢ គុណវិបត្តិ

- ការទទួលខុសត្រូវគ្នាដែនកំណត់ បំណុលគ្នាដែនព្រោះថា ក្រោយពី បំណុលដែលសមាជិកម្នាក់ធ្វើឲ្យកើតមាន បើក្រុមហ៊ុនពុំមានលទ្ធភាពសង គ្រប់គ្រាន់ ម្ចាស់បំណុលអាចប្តឹងឲ្យភាគីចេញសងបាន ហើយអាចដេញដោល បានតាមផ្លូវច្បាប់។
- ងាយស្រួល និងរំលាយពេក បើសិនមានភាគីណាមួយដកខ្លួននោះក្រុមហ៊ុន និង ត្រូវរំលាយភ្លាម។^៤

១.៣.៣ សាជីវកម្ម

សាជីវកម្មជាប្រភេទសហគ្រាសដែល:

- មានការចូលរួមពីបុគ្គលិកជាច្រើន ដែលមានបំណង និងជំនឿជឿជាក់ចង់ឲ្យក្រុមហ៊ុន ទទួលបានប្រាក់ចំណេញ ដើម្បីទទួលបានភាគលាភពីការបណ្តាក់ទុន របស់ពួកគេ ម្នាក់ៗ តាមរយៈការទិញភាគហ៊ុនរបស់សាជីវកម្ម។
 - ទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត បំណុលត្រូវទូទាត់ត្រឹមទ្រព្យសម្បត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនហើយ គ្មាន សិទ្ធិទាមទារឲ្យសងដល់ទ្រព្យសម្បត្តិផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ម្ចាស់ក្រុមហ៊ុនឡើយ។
- រចនាសម្ព័ន្ធរបស់សហគ្រាសត្រូវបានបែងចែកជា៣ក្រុម:

- ❖ ម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន ៖ កាន់កាប់ក្រុមហ៊ុនក្នុងសាជីវកម្មហើយមានសិទ្ធិដូចខាងក្រោម៖
 - បោះឆ្នោតជ្រើសរើសក្រុមប្រឹក្សាភិបាល
 - កែប្រែច្បាប់សាជីវកម្ម
 - ផ្តល់ការយល់ព្រមលើការផ្លាស់ប្តូរសំខាន់ៗក្នុងអាជីវកម្ម
- ❖ ក្រុមប្រឹក្សាភិបាល ៖ ជាគណៈអភិបាលសំខាន់ជាងគេ ក្នុងក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្មដែលមានសមាជិក ទាំងឡាយនៃក្រុមនេះត្រូវបានបោះឆ្នោតដោយភាគហ៊ុន ហើយការងាររបស់ពួកគេមានដូចខាងក្រោម៖
 - ប្រកាសភាគលាភ៖ ប្រកាសពីនីតិវិធីក្នុងការបែងចែកនិងធ្វើការសម្រេចលើភាគរយ នៃប្រាក់ចំណេញរក្សាទុករួមទាំងធ្វើសេចក្តីសម្រេចសំខាន់ៗ នានាដូចជាការពង្រីក ឬបង្រួមសកម្មភាពរបស់សាជីវកម្មការកែប្រែផលិតផល ការជ្រើសរើសមន្ត្រីសាជីវកម្ម និងការបង្កើតគណៈកម្មាធិការផ្សេងៗជាដើម។
- ❖ មន្ត្រីសាជីវកម្ម៖ ជ្រើសរើសដោយក្រុមប្រឹក្សាភិបាល និង ទទួលខុសត្រូវចំពោះមុខក្រុមប្រឹក្សាភិបាល ដែល

^៤សៀវភៅ “សេដ្ឋកិច្ចសហគ្រាស” រៀបរៀងដោយសាស្ត្រចារ្យ ស សុភាព ជំពូកទី១. ទំព័រ ២-៦

❖ ភារកិច្ចត្រូវចូលរួមមានមុខងារជាប្រធាន អនុប្រធាន លេខាធិការ និងហិរញ្ញិក។

តាមរយៈកត្តាខាងលើ យើងអាចទាញបានជាគុណសម្បត្តិ និង គុណវិបត្តិដូចតទៅ៖

➢ គុណសម្បត្តិ

- ការទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត៖ ដោយហេតុថាម្ចាស់ភាគហ៊ុនមិនអាចបង់លើស ពីតម្លៃទុន វិនិយោគដើមរបស់ពួកគេ ទលបម្លាស់បំណុលមិនអាចសម្លឹងហួសទ្រព្យ សកម្មរបស់សាជីវកម្មឡើយ។
- ការផ្ទេរសិទ្ធិ ៖ កូនហ៊ុនអាចទិញ ឬលក់ហ៊ុនរបស់គេតាមរយៈឈ្មួញកណ្តាលក្នុង ផ្សារភាគហ៊ុនបានដោយសេរី។
- អាចប្រមូលផ្តុំមូលធនបាន ៖ សហគ្រាសអាចពង្រីកទុន តាមរយៈការចេញលក់ មូលបត្រលើទីផ្សារភាគហ៊ុនបាន។

➢ គុណវិបត្តិ

- ចុះសោហ៊ុយក្នុងការបង្កើត
- ត្រូវមានការយល់ព្រមពីរដ្ឋ និង ជំនួយការផ្លូវច្បាប់
- ត្រូវបង់សិទ្ធិលើក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្ម និង ពន្ធដារ
- ត្រូវបង់សិទ្ធិតាមច្បាប់ដែលទាក់ទងមានតម្លៃខ្ពស់
- ប្រើរយៈពេលយូរក្នុងការរៀបចំក្រុមហ៊ុនរហូតទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការ
- កំហិតច្បាប់ ៖ ក្រុមហ៊ុនអាចធ្វើសកម្មភាពបានតែក្នុងលក្ខខណ្ឌមានចែង ក្នុងលិខិតអនុញ្ញាតិប៉ុណ្ណោះ។
- ការយកពន្ធដា ៖ ក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្មត្រូវបង់ពន្ធលើចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ពោលគឺទាំងក្រុមហ៊ុន និងបុគ្គលិក។
- ចំណាយពេលយូរលើការសម្រេចនានាត្រូវការកោះប្រជុំផ្លូវការ។

១.៤ មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការដឹកនាំអចិន្ត្រៃយ៍

១.៤.១ សញ្ញាណនៃការដឹកនាំ

គឺជាសមត្ថភាពនៃបុគ្គលិកដើម្បីធ្វើសកម្មភាពយ៉ាងណាឲ្យអ្នកដទៃអាចធ្វើអ្វីៗតាមបំណង របស់ខ្លួន សំរាប់ ការសំរេចគោលដៅអង្គភាព។ ដូច្នេះការដឹកនាំបានជោគជ័យអាស្រ័យ ការជំរុញលើក ទឹកចិត្តនិយោជិក ដើម្បីសំរេចប្រសិទ្ធភាពការងារ។ និយាយរួមមក ក្នុងស្ថានភាព ជាក់ស្តែងអ្នកគ្រប់គ្រងដែលមាន

ប្រសិទ្ធិភាព សុទ្ធតែយល់ច្បាស់ពីភាព ទំនាក់ទំនងនៃមនុស្ស ហើយមានការពិចារណាច្បាស់លាស់ក្នុងការ ដឹកនាំ និយោជិក។^៦

១.៤.២ លក្ខណៈពិសេសរបស់អ្នកដឹកនាំ

តាមការស្រាវជ្រាវលក្ខណៈពិសេសរបស់អ្នកដឹកនាំ គឺមានតាំងពីកំណើត។ ប៉ុន្តែដឹកនាំត្រូវមាន ចំណុចបន្ថែមគឺ ៖

- ភាពអង់អាច ក្លាហាន
- មានការជំរុញលើកទឹកចិត្ត
- មានភាពស្មោះត្រង់និងអង្គភាព
- មានទំនុកចិត្តលើខ្លួនឯង
- មានថាមពល
- មានចំណេះដឹង
- មានជំនាញខាងការគ្រប់គ្រង
- មានរូបសម្បត្តិសមរម្យ។

១.៤.៣ ការរៀបចំខ្លួនសំរាប់ភាពជាអ្នកដឹកនាំ

- ការអនុវត្តន៍ការងារ : ភាពសំខាន់នៃដឹកនាំ គឺការអនុវត្តន៍ការងារឲ្យបានប្រសើរឡើង និង មានប្រសិទ្ធិភាពលើការត្រួតពិនិត្យធ្វើឲ្យនិយោជិកបញ្ចេញអស់លទ្ធភាពការងារ។
- ការយកចិត្តទុកដាក់ដល់និយោជិក : អ្នកដឹកនាំត្រូវមានភាពស្ម័គ្រចិត្ត គាំទ្រ និងគិត គូរដល់អ្នកនៅក្រោមបង្គាប់។
- ការជំរុញឲ្យធ្វើការងារ : អ្នកដឹកនាំជាអ្នកជំរុញឲ្យស្រស្រាក់ស្រស្រាំធ្វើការងារឲ្យ និយោជិកមានភាព ជឿជាក់លើការងាររបស់ពួកគេ។
- ការសេសសើរនិងការទទួលស្គាល់ អ្នកដឹកនាំត្រូវផ្តល់ការសេសសើរ និងការទទួលស្គាល់ ដល់អ្នកក្រោមបង្គាប់ដែលអនុវត្តការងារមានប្រសិទ្ធិភាព។
- ការរៀបចំប្រព័ន្ធផ្តល់រង្វាន់ អ្នកដឹកនាំត្រូវរៀបចំផ្តល់រង្វាន់ដល់និយោជិកដូចជាការ ផ្តល់ប្រាក់ខែ ការសំឡេងឋានៈ។
- ផ្តល់ការចូលរួមការសំរេចចិត្ត អ្នកដឹកនាំត្រូវផ្តល់សិទ្ធិអំណាចដល់និយោជិកដើម្បី ឲ្យ

^៦សៀវភៅ “គោលការណ៍នៃការគ្រប់គ្រង” រៀបរៀងដោយសាស្ត្រាចារ្យ ទិត ឡាមីន ជំពូកទី៤. ទំព័រ ៤០

ពួកគេបានចូលរួមក្នុងការសំរេចចិត្តផ្សេងៗ។

- ផ្ទេរស្វ័យភាព អ្នកដឹកនាំផ្តល់សិទ្ធិអំណាចដល់អ្នកក្រោមបង្គាប់ ដើម្បីឲ្យពួកគេមានការចាត់ចែងការងារផ្ទាល់។
- បញ្ជាក់ឲ្យបានច្បាស់ពីមុខងារ អ្នកដឹកនាំត្រូវប្រាប់ការងារ និងការទទួលខុសត្រូវដល់និយោជិកម្នាក់ៗឲ្យបានច្បាស់លាស់។
- ការកំណត់គោលដៅឲ្យល្អ អ្នកដឹកនាំត្រូវកំណត់ពីសារៈសំខាន់នៃគោលដៅអង្គភាពឲ្យបានច្បាស់ដល់និយោជិកហើយត្រូវធ្វើការវាស់វែងពីលទ្ធផលគោលដៅដែលធ្វើបានសំរេច។
- កម្មសិក្សា និង ការហ្វឹកហ្វឺន អ្នកដឹកនាំត្រូវកំណត់ពីសេចក្តីត្រូវការរបស់និយោជិកពីការសិក្សា រឺ ហ្វឹកហ្វឺន។
- ការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន អ្នកដឹកនាំត្រូវផ្តល់ព័ត៌មានដល់អ្នកនៅក្រោមបង្គាប់ពីអ្វីដែលប៉ះពាល់ដល់ការងារ។
- ការធ្វើផែនការ អ្នកដឹកនាំត្រូវរៀបចំផ្ទៃផែនការ និងកម្មវិធីអនុវត្តការងារឲ្យមានប្រសិទ្ធិ។
- ការផ្តល់ភាពសម្រួលការងារ អ្នកដឹកនាំត្រូវផ្តល់ការផ្គត់ផ្គង់សំភារៈ ឧបករណ៍ និងធនធានផ្សេងៗព្រមទាំងបញ្ចៀសគាល់បញ្ហាដែលប៉ះពាល់ដល់ការងារ។
- ជាអ្នកដំណាង អ្នកដឹកនាំដើរតួជាអ្នកតំណាងឲ្យនិយោជិក។
- ការសម្រួលការទំនាក់ទំនង អ្នកដឹកនាំត្រូវព្យាយាមធ្វើឲ្យនិយោជិកមានទំនាក់ទំនងគ្នាល្អ កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ ចែករំលែកព័ត៌មានទៅវិញទៅមក។
- ការគ្រប់គ្រងជំលោះ អ្នកដឹកនាំត្រូវគ្រប់គ្រងជំលោះក្នុងអង្គភាព និងលើកទឹកចិត្តពួកគេឲ្យដោះស្រាយជំលោះដោយសន្តិវិធី។
- ការទិចទៀន និង ការដាក់ទណ្ឌកម្ម អ្នកដឹកនាំអាចទិចទៀន និងដាក់ទណ្ឌកម្មដល់និយោជិកណាដែលរំលោភលើបទបញ្ជា។^៧

១.៥ ការធ្វើទីផ្សាររបស់សហគ្រាស

ការធ្វើទីផ្សាររបស់សហគ្រាសគឺជាដំណើរការនិង ការអនុវត្តផែនការ ការកំណត់ថ្លៃ ការផ្សព្វផ្សាយនិង ការផ្តល់គំនិត ការចែកចាយទំនិញនិងសេវាកម្ម ដើម្បីបង្កើតការដោះដូរមួយដែលបំពេញគោលបំណងបុគ្គល

^៧សៀវភៅ “គោលការណ៍នៃការគ្រប់គ្រង” រៀបរៀងដោយសាស្ត្រចារ្យ ទិត ឡាមីន ជំពូកទី៤. ទំព័រ ៤២

និងអង្គភាព។^៨

១.៥.១ លក្ខណៈពិសេសនៃការធ្វើផ្សារ

លក្ខណៈសំខាន់នៃការធ្វើការទីផ្សារ គឺជាការពង្រីកនូវ ការដោះដូរដែលការដោះដូរនោះសំដៅលើអង្គភាពអាជីវកម្ម និង អតិថិជនដែលចូលរួមប្រឡូកក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មដែលផ្តល់ជាប្រយោជន៍ដល់ភាគី ទាំងពីរ។ ជាទូទៅអតិថិជនមានពីរប្រភេទទាក់ទងនឹងការដោះដូរអាជីវកម្មគឺ៖

- អតិថិជនអង្គភាព៖ ជាប្រភេទអតិថិជនដែលទិញទំនិញ និងសេវាកម្មឲ្យអង្គភាពអាជីវកម្ម រដ្ឋាភិបាល និងស្ថាប័នដទៃទៀត ដែលមានដូចជា មន្ទីរពេទ្យ និងសាលារៀនជាដើម។ អាចនិយាយដោយខ្លីថាអតិថិជនអង្គភាព គឺជាអតិថិជនដេរទិញទំនិញនិងសេវាដើម្បី អោយអង្គភាព ឬអតិថិជនផ្សេងៗទៀត។
- អតិថិជនចុងក្រោយ៖ ជាប្រភេទអតិថិជន ដែលទិញទំនិញ និងសេវាកម្មដើម្បីប្រើប្រាស់ផ្ទាល់ខ្លួន ជាអំណោយសំរាប់អ្នកដទៃ។

១.៥.២ ភាពចម្រុះនៃការធ្វើទីផ្សារ

ការធ្វើទីផ្សារដ៏ល្អគឺសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើ ការយល់ដឹងពីអតិថិជន និងការយល់ពីទីផ្សារ។ ដើម្បីយល់ ដឹងបាន អ្នកធ្វើទីផ្សារត្រូវធ្វើការស្រាវជ្រាវពីអតិថិជន ចែកអតិថិជនទៅតាមប្រភេទ និងកំណត់យកក្រុម អតិថិជនដើម្បីផ្គត់ផ្គង់។ ក្រុមអតិថិជនដែលគេជ្រើសរើសយកនោះគឺជាទីផ្សារគោលដៅ។ ពាក់ព័ន្ធនឹងកត្តា ខាងលើនេះដែលគឺ ភាពចម្រុះទីផ្សារ ដែលសំដៅលើការរួមបញ្ចូលគ្នានៃឧបករណ៍យុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវបានគេ ប្រើដើម្បីផ្តល់តមកលៃដល់អតិថិជន និង ដើម្បីសំរេចនូវគោលបំណងបំណងរបស់អង្គភាព។ ឧបករណ៍ យុទ្ធសាស្ត្រសំខាន់ៗទាំងបួនរួមមានផលិតផល ការចែកចាយ ថ្លៃ និង ការផ្សព្វផ្សាយ។

១.៥.២.១ យុទ្ធសាស្ត្រថ្លៃ

ទំហំថវិកា ដែលអតិថិជនត្រូវតបស្នងសម្រាប់ផលិតផលឬសេវាកម្មមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការកំណត់ប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន និងរយៈពេលឈរជើង។ ការប្រែប្រួលតម្លៃមានឥទ្ធិពលខ្លាំងណាស់ទៅលើយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ និងអាស្រ័យលើភាពបត់បែននៃតម្លៃផលិតផល ហើយការជះឥទ្ធិពលទៅលើតម្រូវការនិងការលក់ផងដែរ។ យុទ្ធសាស្ត្រកំណត់តម្លៃផ្អែកលើកត្តាសំខាន់ៗ៣ជាមូលដ្ឋាន៖ ការពិនិត្យមើលតម្លៃប្រកួតប្រជែងទីផ្សារ តម្លៃវាយលុកទីផ្សារ និងតម្លៃសមរម្យអាចទទួលយកបាន។

១.៥.២.២ យុទ្ធសាស្ត្រផលិតផល

ផលិតផលត្រូវបានគេមើលឃើញថាជាតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់។ វាអាចជាទំនិញរូបិយឬ

^៨ ទ្រឹស្តីរបស់ Gilbert A. Churchill, JR, J. Paul Peter Marketing 1998 p.6

១.៥.២.២ យុទ្ធសាស្ត្រផលិតផល

សេវាកម្ម។ផលិតផលនីមួយៗតែងតែមានវដ្តជីវិតរបស់វា រួមមានកំណើនថេរ លែងស្ទុះពេញនិយម និងនៅទីបញ្ចប់ការលក់ចុះឈានរហូតដល់លែងមានតម្រូវការ។ ដូច្នេះ បណ្តាអ្នកនាំទំនិញទៅកាន់ផ្សារ គួរសិក្សាទីផ្សារឲ្យបានល្អិតល្អន់ទៅលើអាយុកាល នៃវដ្តផលិតផល។ តើទំនិញឬសេវាកម្មរបស់ខ្លួនជាទំនិញឬសេវាកម្មដែលមនុស្សគ្រប់រូបតែងតែត្រូវការជាចាំបាច់?

១.៥.២.៣ យុទ្ធសាស្ត្រចែកចាយ

ការចែកចាយគឺឆ្ពោះទៅយកលទ្ធភាពទទួលបានផលិតផលឬភាពងាយស្រួលសម្រាប់អតិថិជនក្នុងការរកទិញផលិតផល។ យុទ្ធសាស្ត្រចែកចាយ ដែលពេញនិយមជាងគេគឺការចែកចាយទៅកាន់ដេប៉ូឬឈ្មួញកណ្តាលឲ្យលក់បន្ត។យុទ្ធសាស្ត្រធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីអោយសាធារណជនបានមើលឃើញពីផលិតផលរបស់យើងបានគ្រប់ទីកន្លែងទាំងអស់។ការធ្វើបែបនេះគឺជាការសម្រួលដល់អតិថិជនផងដែរ។

- ប្រព័ន្ធចែកចាយវែង៖ ពីផលិតករ ទៅអ្នកលក់រាយ និង ទៅអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ។

យុទ្ធសាស្ត្រចែកចាយ៖

- ការចែកចាយសម្រុក៖ ចែកចាយទៅកាន់គ្រប់កន្លែងដែលអាចចូលទៅដល់ទោះនៅកន្លែងណាក៏ដោយ។
- ការចែកចាយជ្រើសរើសអ្នកលក់៖ ធ្វើការចែកចាយផលិតផលដោយជ្រើសយកតែអ្នកលក់សក្តានុពលមួយចំនួនប៉ុណ្ណោះ។
- ការចែកចាយផ្តាច់មុខ៖ សហគ្រាសធ្វើការចែកចាយផ្តាច់មុខទៅឲ្យអ្នកលក់បន្តតែ១ ឬ២នាក់ក្នុងតំបន់ភូមិសាស្ត្រនីមួយៗ។

១.៥.២.៤ យុទ្ធសាស្ត្រផ្សាយយោសាសនា

មធ្យោបាយផ្សាយយោសាសនាត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មានឲ្យ អតិថិជនគោលដៅបានយល់ និងបង្ហាញផលិតផល និងសេវាកម្ម។ មធ្យោបាយទាំងនោះរួមមាន៖ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ការរៀបចំលក់ និងកម្មវិធីលក់ពិសេស។ ការយោសាសនាអាចធ្វើទៅបានតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអ៊ីនធឺណិត ផ្លាកបាណ្ឌូ កម្មវិធីតាំងពិពណ៌ន និងព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗ។ ជាពិសេសក្នុងបរិបទនេះគឺគេផ្តោតយកចិត្តទុកដាក់លើបណ្តាញសង្គមខ្លាំងបំផុត។ ក្រៅពីនេះ ការដែលអតិថិជនបានប្រើប្រាស់ផលិតផលលោកអ្នកហើយពេញចិត្ត រួចណែនាំផ្ទាល់មាត់ទៅដល់អ្នកប្រើប្រាស់ដទៃទៀត ក៏ចាត់ទុកជាការផ្សាយយោសាសនាដែរ ហើយថែមទាំងមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ថែមទៀតផង។ ក្រៅពីនេះ ការបញ្ចុះបញ្ចូលរបស់បុគ្គលិកផ្នែកលក់ដើរតួ

នាទីយ៉ាងសំខាន់សម្រាប់ ទំនាក់ទំនងសាធារណៈ។

សម្រាប់យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយនេះវាមានដូចជា៖

១. ការបង្កើតការផ្សព្វផ្សាយ៖ ចាប់ផ្តើមដោយការកំណត់ចំហរផលិតផលដែលមាន លក្ខណៈពិសេស របស់ផលិតផល គុណភាព ថ្លៃប្រើប្រាស់ ការប្រៀបធៀបជាមួយដៃគូប្រកួតប្រជែង គោលដៅ...។

- ទិសដៅនៃការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម៖ គឺត្រូវផ្តល់ព័ត៌មានលម្អិតស្តីពីផលិតផលទៅឲ្យអតិថិជន។
- ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរួមមាន៖ ការផ្សព្វផ្សាយតាមទូរទស្សន៍ ការផ្សាយតាមវិទ្យុ ការផ្សាយតាមរយៈកាសែត និង ទស្សនាវដ្តី រឺ ការផ្សាយតាមសាធារណៈ។ល។

២. ការលក់ដោយផ្ទាល់៖

- ការផ្សព្វផ្សាយផ្ទាល់ (ចងក្រងជាកាតាឡក្យកង់ទៅតាមប្រអប់សំបុត្រ ឬ ចុះណែនាំផ្ទាល់)
- ការផ្សព្វផ្សាយនៅកន្លែងលក់៖ ការតាំងបង្ហាញទំនិញនៅទីកន្លែងលក់អោយមានភាពទាក់ទាញ
- ការផ្សព្វផ្សាយតាមវត្ថុគំរូ ដូចជាការឲ្យមានជា គំរូ(Sample)
- ការចូលរួមជាមួយការតាំងពិពណ៌នាផ្សេងៗ។

៣. ការផ្សព្វផ្សាយជម្រុញការលក់៖

- ការបញ្ចុះតម្លៃ ឬ អប្បបរមា
- ការបង្កើតសោភ័ណភាព និង ការផ្តល់គម្រូផលិតផល
- ការផ្តល់ឥណទាន និង ការផ្សេងសំណាងផ្សេងៗ។

៤. ទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ៖

- ឧបត្ថម្ភបុគ្គល
- សន្និសីទកាសែត
- ជំនួបជាមួយអ្នកប្រើប្រាស់។

១.៦ ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ

ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារជាសំដៅលើ រាល់សកម្មភាពរវាងអ្នកលក់ និង អ្នកទិញក្នុងគោលបំណងសម្រេចឲ្យក្នុងបានអត្ថប្រយោជន៍រៀងៗខ្លួន។^៩

^៩Frederick W.Taylor(1865-1915)page 27

១.៦.១ ប្រភេទនៃរចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារ

ប្រភេទនៃរចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារ មានលក្ខណៈខុសគ្នាទៅតាមរបៀបនៃការប្រកួតប្រជែងគ្នានៅក្នុង ទីផ្សារនីមួយៗដូចជាការកំណត់ថ្លៃ និងរបៀបរកប្រាក់ចំណេញជាដើម ដោយវាមានលក្ខណៈពិសេសដោយ ឡែកពីគ្នាតាមប្រភេទនៃរចនាសម្ព័ន្ធនីមួយៗ។ រចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារត្រូវបានចែកជា៤ប្រភេទធំៗគឺ^{១០}៖

១. ទីផ្សារប្រកួតប្រជែង

ទីផ្សារប្រកួតប្រជែង ដែលមានការប្រកួតប្រជែងគ្នាខ្លាំងទាំងផ្នែកតម្លៃ និងគុណភាពដោយវា មានលក្ខណៈសម្គាល់ដូចខាងក្រោម៖

- ចំនួននាក់លក់៖ មានច្រើនដែលកំពុងធ្វើការប្រកួតប្រជែងគ្នាក្នុងវិស័យតែមួយ ដោយ ព្យាយាមធ្វើយ៉ាងណាជម្រុញការលក់ផលិតផលរបស់ខ្លួនឲ្យឈ្នះដៃគូប្រកួតប្រជែង។
- ចំនួនអ្នកទិញ៖ មានច្រើនដោយពួកគេ និងធ្វើការទិញទំនិញស្ថិតក្នុងតម្លៃមួយដ៏សម រម្យ បំផុត ពោលគឺតម្លៃទីផ្សារប្រកួតប្រជែង។
- ផលិតផល៖ មានលក្ខណៈដូចគ្នា១០០ភាគរយក្នុងការប្រកួតប្រជែង។
- ថ្លៃថេរ៖ ទីផ្សារជាអ្នកកំណត់ថ្លៃ ឯអ្នកទិញទទួលយកថ្លៃដែលកំណត់ដោយការប្រកួត ប្រជែង។
- ដើមទុនតិច៖ អ្នកលក់ម្នាក់មានផលិតផលតិចជាងមួយភាគរយ បើប្រៀបធៀបនឹង ទី ផ្សារទាំងមូល ដោយមានកម្រិតដើមទុនតិច។
- ទាំងអ្នកលក់ និងអ្នកទិញស្គាល់ច្បាស់ពីផលិតផល ទាំងតម្លៃ និងគុណភាព។
- មានសេរីភាពក្នុងការឈានជើងចូលទីផ្សារដោយគ្មានគំនាបពីរដ្ឋាភិបាល។
- ការប្រកួតប្រជែង៖ មានសភាពខ្លាំងក្លាដោយគេធ្វើការប្រកួតប្រជែងគ្នាលើទីតាំង សេវា កម្ម គុណភាព សេវាភ័ណភាព និងភាពលេចធ្លោមួយចំនួនទៀតក្នុងការទាក់ទាញ អតិថិជនពោលគឺធ្វើយ៉ាងណាឲ្យលក់ផលិតផល ឬសេវាដាច់។

២. ទីផ្សារប្រកួតប្រជែងមិនពេញលេញ

វាជាប្រភេទទីផ្សារប្រកួតប្រជែងមានកម្រិត ពោលគឺអាចគឺអាចមានភាពមិនច្បាស់លាស់

- ចំនួនអ្នកលក់៖ មានច្រើនដែលកំពុងធ្វើការប្រកួតប្រជែង គ្នាក្នុងវិស័យតែមួយ ដោយ ព្យាយាមជម្រុញការលក់ផលិតផលដោយវិធីសាស្ត្ររៀងៗខ្លួន។

^{១០}Frederick W.Taylor(1865-1915)page 30

- ចំនួនអ្នកទិញ៖ មានច្រើនដែលពួកគេនឹងធ្វើការសម្រេចចិត្តជ្រើសរើស ប្រភេទផលិតផលដែលគេយល់ថាពេញចិត្តអាចទទួលយកបាន។
- ផលិតផល៖ មានលក្ខណៈដូចគ្នា ស្រដៀងគ្នាឬ ខុសគ្នាទៅតាមប្រភេទផលិតផលនីមួយៗដូចជាម៉ាកនិងគុណភាពជាដើម។
- ថ្លៃ៖ អាចធ្វើការកំណត់បានខ្លះៗ ដោយសារវាអាចមានវត្តមាននៃផលិតផលប្រហាក់ប្រហែលគ្នាច្រើនធ្វើការប្រកួតប្រកួតគ្នាលើទីផ្សារ។
- ដើមទុនតិច៖ អ្នកលក់ម្នាក់មានផលិតផលផលិតជាងមួយភាគរយរៀបរាប់ទៅនឹងទីផ្សារទាំងមូល ដោយកម្រិតដើមទុនទាប។
- អ្នកលក់ និងអ្នកទិញ៖ អាចស្គាល់ពីទំនិញ ឬសេវាកម្មនោះច្បាស់។
- មានសេរីភាព ក្នុងការឈានជើងចូល និង ចាកចេញពីទីផ្សារ ដោយពួកគេម្នាក់ៗពុំអាចមានលទ្ធភាពក្នុងការជះឥទ្ធិពលអ្វីទៅដល់ទីផ្សារទាំងមូលនោះឡើយ។
- ការប្រកួតប្រជែង៖ មានការប្រកួតប្រជែងគ្នាខ្លាំងទៅលើម៉ាក និង គុណភាពផលិតផល ឬសេវាកម្ម។

៣. ទីផ្សារផ្តាច់មុខ

ជាប្រភេទទីផ្សារឯករាជ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយក្រោមអវត្តមាន នៃការប្រកួតប្រជែង ដោយវាមានលក្ខណៈសម្គាល់ដូចខាងក្រោម៖

- ចំនួនអ្នកលក់៖ មានតែម្នាក់គត់ដែលធ្វើការផ្គត់ផ្គង់ទំនិញ ឬសេវាកម្មឯករាជ្យនៅទីផ្សារទាំងមូល។
- អ្នកទិញ៖ មានច្រើន តែពួកគេត្រូវបង្ខំចិត្តទទួលយក ឬពិចារណាឲ្យបានដិតដល់ពីកត្តាតម្លៃទំនិញ ឬសេវាកម្ម។
- ផលិតផល៖ មានតែមួយគ្នានៅក្នុងវិស័យដោយគ្មានផលិតផលដូចឬស្រដៀងឡើយ។
- ថ្លៃ៖ អ្នកលក់ជាអ្នកកំណត់ថ្លៃធ្វើយ៉ាងណាឲ្យទទួលបានប្រាក់ចំណេញអតិបរមា។
- ដើមទុនធំ៖ ភាគច្រើនសម្រាប់តែប្រភេទសហគ្រាសយក្សដែលមានដើមទុនវិនិយោគច្រើន។
- ពិបាកក្នុងការឈានជើងចូល និងចាកចេញពីផ្សារដោយមានគំនាបពីរដ្ឋាភិបាល ព្រោះ

ការប្រឡូក និងការចាកចេញរបស់ពួកគេមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងដល់ទីផ្សារ ក៏ដូចជា សេដ្ឋកិច្ចទាំងមូលហើយការផ្តាច់មុខរបស់ពួកគេច្រើនធ្វើឡើងតាមរយៈការដេញថ្លៃពីរដ្ឋាភិបាល។

- ការប្រកួតប្រជែង៖ គ្មានទាល់តែសោះ ដោយគេឈរក្នុងវិស័យឯករាជ្យតែឯង តែ គេត្រូវប្រឈមខ្លាំងជាមួយរដ្ឋាភិបាល ធ្វើយ៉ាងណាត្រូវស្របតាមគោលការណ៍ដែល កំណត់ដោយរដ្ឋាភិបាល។
- លក់ និងផ្គត់ផ្គង់មិនបានគ្រប់គ្រាន់ទៅតាមតម្រូវការទីផ្សារឡើយ ទោះជាចំណេញច្រើនក៏ដោយព្រោះជាទូទៅតម្រូវការតែងតែធំជាងផ្គត់ផ្គង់ជានិច្ច ដោយភាពកម្រនៃ ផលិតផល។

៤. ទីផ្សារពាក់កណ្តាលផ្តាច់មុខ

វាក៏ស្រដៀងទៅនឹងទីផ្សារផ្តាច់មុខដែរ តែខុសគ្រប់ថាទីផ្សារនេះមានការប្រកួតប្រជែងដោយមានលក្ខណៈដូចខាងក្រោម៖

- ចំនួនអ្នកលក់៖ មានតិច អាចមាន២ ឬ៣នាក់ឬអាចលើសពីនេះ ដែលធ្វើការប្រកួតប្រជែងគ្នាក្នុងបរិមាណតិចតួច ដោយវាជាប្រភេទនៃការប្រកួតប្រជែងគ្នារវាងក្រុមហ៊ុនធំៗ។
- អ្នកទិញ៖ មានចំនួនច្រើន ដែលត្រូវពិចារណាជ្រើសរើសប្រភេទទំនិញ ឬសេវាកម្មដែលខ្លួនពេញចិត្ត។
- ផលិតផល៖ មានលក្ខណៈដូច ស្រដៀង ឬ ខុសគ្នាទៅតាមម៉ាកយីហោ និងគុណភាពដោយឡែកៗខុសពីគ្នា។
- ថ្លៃ៖ អាចធ្វើការកំណត់បានខ្លះៗ ព្រោះតែប្រភេទនៃផលិតផលផ្សេងៗគ្នា ដែលមានគុណភាពនិងការទទួលស្គាល់ពីអតិថិជនមានលក្ខណៈខុសគ្នា។
- ដើមទុនធំ៖ ភាគច្រើនវាក៏សម្រាប់តែក្រុមហ៊ុនយក្សផងដែរ ទើបអាចមានលទ្ធភាពឈរក្នុងវិស័យនេះ។
- អ្នកលក់ និង អ្នកទិញដឹងច្បាស់ពីព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធ និងទំនិញ ឬ សេវាកម្មនោះតែពេលខ្លះក៏អាចមានភាពស្រពិចស្រពិលផងដែរ ដោយសារវាមានលក្ខណៈ ដោយ

ឡែកៗពីគ្នា រវាងផលិតផលលើទីផ្សារ ជាពិសេសគឺការស្វែងយល់ពីគុណភាពផលិតផល ដែលយើងមិនអាចឃើញហើយធ្វើការបែងចែកឲ្យបានច្បាស់លាស់ឡើយ។

- ពិបាកក្នុងការឈានជើងចូល និង ចាកចេញពីវិស័យនេះ ព្រោះវាក៏ត្រូវ ទទួលគំនាបពីរដ្ឋាភិបាលផងដែរ តែវាមានលក្ខណៈធូរស្រាលជាងទីផ្សារផ្តាច់មុខ ព្រោះវាមានបរិមាណអ្នកលក់មិនលើសពី២នាក់។
- ការប្រកួតប្រជែង៖ មានការប្រកួតប្រជែងគ្នាជាយុទ្ធសាស្ត្រ តាមបែបក្រុមហ៊ុនយក្សធំៗ ពោលគឺការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការពង្រីកផ្នែកសេវាកម្ម និងគុណភាពរបស់ផលិតផល ក៏ដូចជាបុគ្គលិកផងដែរ។

១.៧ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការជ្រើសរើសបុគ្គលិក

ក្រោយពេលស្ថានីយមួយបានកំណត់នូវចំនួនមនុស្សដែលវាត្រូវការ ជ្រើសរើស យុទ្ធសាស្ត្រជាក់លាក់មួយត្រូវបានកំណត់ឡើង ដើម្បីធ្វើអត្តសញ្ញាណកម្មនូវចំនួននិយោជិក ប៉ុន្មាននាក់ដែលនឹងត្រូវជ្រើសរើស គេមកពីកន្លែងណា ហើតពេលណាគេគួរជ្រើសរើសមានវិធីសាស្ត្រជាច្រើន ដែលអាចមានលទ្ធភាពសំរាប់ជួយដល់ផ្នែកធនធានមនុស្ស សំរេចចិត្ត ស្វែងរកបេក្ខជនការងារ យ៉ាងដូចម្តេច។^{១១}

- ទីកន្លែងណាដែលត្រូវជ្រើសរើសបុគ្គលិក ទីផ្សារពលកម្មក្នុងស្រុកគឺជាកន្លែងដ៏ល្អបំផុតដើម្បីចាប់ផ្តើមជ្រើសរើសកំលាំងពលកម្ម ការជ្រើសរើសបែបលក្ខណៈជាតិ ឬតាមតំបន់អាចចាំបាច់សំរាប់តួនាទីសំខាន់ៗ។

ក្នុងការសំរេចយកទីកន្លែងណាដើម្បីជ្រើសរើសនិយោជិកមានចំណុចសំខាន់២គឺ៖

1. ស្ថាប័នគួរតែកំណត់លើទីផ្សារពលកម្មពីបេក្ខជន ទាំងឡាយណាដែលមានសមត្ថភាពអាចទទួលធ្វើការងារបាន
2. ស្ថាប័នមួយគួរតែវិភាគនូវកំលាំង ការងាររបស់ខ្លួនឯងផ្ទាល់និងការកំណត់នូវប្រភពទាំងឡាយ ដែលមាននិយោជិកល្អៗបំផុត។ស្ថាប័ន មួយអាចដឹងថា ភាគច្រើននៃនិយោជិកចំណាន មានទិន្នាការចេញពី ប្រភពណាមួយជាក់លាក់ដូចជានៅសាកលវិទ្យាល័យសាលាបណ្តុះវិជ្ជាជីវៈ ភ្នាក់ងារ ការងារសាធារណៈ...។

- ការទាក់ទាញអ្នកដែលទើបនិងជ្រើសរើស សមាសធាតុដ៏សំខាន់នៃ

^{១១}សៀវភៅ “ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស” ជំពូកទី៤. ទំព័រ ២៦

យុទ្ធសាស្ត្រ ប្រកាសជ្រើសរើសនិយោជិករបស់ស្ថាប័នមួយ គឺជាផែនការរបស់
ស្ថាប័ននោះ សំរាប់ធ្វើការទាក់ទាញបេក្ខជនទាំងឡាយដែលចង់ធ្វើការងារ។

១.៧.១ ប្រភពនៃការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិក

ប្រភពនៃការជ្រើសរើសបុគ្គលិក ត្រូវបានគេចែកចេញជា២គឺ មជ្ឈដ្ឋានខាងក្នុង និង មជ្ឈ
ដ្ឋានខាងក្រៅ។

- **ប្រភពនៃការប្រកាសជ្រើសរើសខាងក្នុង** នៅពេលដែលភាពទំនេរ នៃការងារកើត
ឡើង កន្លែងដំបូងដែលស្ថាប័នគួរតែរកមើល ដើម្បីជំនួសការងារនោះគឺនៅក្នុង
ស្ថាប័នរបស់គេតែម្តង។ រាល់និយោជិកពេលបច្ចុប្បន្នរបស់ស្ថាប័ន ជាទូទៅមាន
អារម្មណ៍ថា ពួកគេសម និងទទួលបានឱកាសដើម្បីឡើងឋានៈ ទៅកាន់មុខ
តំណែងខ្ពស់ជាងនេះដោយសារការប្រឹងប្រែងការងាររបស់ពួកគេ ចំពោះស្ថាប័ន។
បណ្តាទ្រទ្រង់សំខាន់ៗ នៃការជ្រើសរើស ខាងក្នុងរួមមាន៖ ការតំឡើងឋានៈ ពី
ស្ថាប័ន ការបិទប្រកាស និង ការដេញថ្លៃការងារ។

➢ **ការតំឡើងឋានៈពីក្នុងស្ថាប័ន**

ការតំឡើងឋានៈទៅកាន់មុខតំណែងកំរិតខ្ពស់ជាង គឺជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៃប្រព័ន្ធធ្វើផែនការ
ធនធានមនុស្សក្នុងស្ថាប័នមួយ។

ស្ថាប័នដែលមានប្រព័ន្ធកំណត់ផែនការធនធានមនុស្ស ប្រើប្រាស់នូវផែនការឡើងឋានៈ និង
ជំនួសការងារ ដើម្បីជួយកំណត់ អោយបានច្បាស់លាស់ និងរៀបចំឯកត្តជន ទាំងឡាយដើម្បីបំពេញ មុខ
តំណែង ខ្ពស់ជាងមុន។ បំណងប្រាថ្នាដើម្បីតំឡើងរបស់ឯកត្តជន អាចត្រូវបានប៉ាន់ស្មានក្នុងការ ត្រួតពិនិត្យ
ការវាយតម្លៃលើការងាររបស់គេហើយព័ត៌មាននេះ អាចបន្ទាប់មកត្រូវបានប្រើប្រាស់ ដើម្បីដាក់ឯកត្តជនក្នុង
សកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ និងបណ្តុះបណ្តាល។ គោលនយោបាយតំឡើងឋានៈពីខាងក្នុង ស្ថាប័នអាចជំរុញនូវការ
លើកទឹកចិត្តយ៉ាងធំធេង ក្នុងចំណោមនិយោជិកទាំងឡាយហើយការលើកទឹកចិត្តនេះ ក៏បានធ្វើអោយ
និយោជិកកាន់តែស្មោះត្រង់ជាមួយយើងថែមទៀត។

➢ **ការបិទប្រកាស និង ការដេញថ្លៃការងារ**

ស្ថាប័នមួយណាដែលគ្មានប្រព័ន្ធកំណត់ផែនការធនធាន មនុស្សហើយមិនដឹងនិយោជិក ទាំង
ឡាយណា ដែលចង់តំឡើងឋានៈ អាចប្រើប្រាស់នូវប្រព័ន្ធបិទប្រកាស និងដេញថ្លៃការងារ។ គោល បំណង នៃ
ការបិទប្រកាសការងារ គឺដើម្បីទាក់ទងនូវ ហេតុការណ៍ ដល់ភាពទំនេរការងារកើតឡើង។

ការដេញថ្លៃការងារអនុញ្ញាតអោយនិយោជិកទាំងឡាយដែលជឿជាក់គេមានលក្ខណៈគ្រប់គ្រង ដើម្បីដាក់ពាក្យសុំធ្វើការងារ។ ប្រព័ន្ធបិទប្រកាស និងដេញថ្លៃការងារមានប្រសិទ្ធិភាពពាក់ព័ន្ធ ជាមួយ បែបបទ ផែនទាំង ៦ដូចខាងក្រោម៖

- ១ . ការងារទាំងឡាយ គួរតែត្រូវបានបិទប្រកាសផ្សាយក្នុងទីកន្លែងសំខាន់ៗ ឬក៏ផ្សព្វផ្សាយ នៅកន្លែង ណាដែល ធ្វើអោយនិយោជិកងាយស្រួលមើល។
- ២ . ទាំងការតំឡើងឋានៈ និងការផ្ទេរសិទ្ធិ គួរតែត្រូវបានបិទប្រកាសផ្សាយ។
៣. ភាពទំនេរការងារគួរតែ ត្រូវបានបិទប្រកាសផ្សាយក្នុងអំឡុងពេលមួយជាក់លាក់ មុនពេលការប្រកាសជ្រើសរើសផ្នែកខាងក្រៅចាប់ផ្តើម។
- ៤ . ការបញ្ជាក់ពីសមត្ថភាពការងារ គួរតែត្រូវរួមបញ្ចូល ជាមួយនិងការធ្វើបញ្ជីស្នាម ដូច្នេះ និយោជិកទាំងឡាយវិនិច្ឆ័យថា តើមានជំនាញ និងលទ្ធភាពចាំបាច់ដែរ ឬទេ?
- ៥ . រាល់លក្ខខណ្ឌដែលត្រូវជ្រើសរើស សំរាប់ប្រព័ន្ធបិទប្រកាសការងារ ត្រូវអភិវឌ្ឍន៍ និងត្រូវទាក់ទង។
៦. អ្នកដេញថ្លៃការងារមិនទទួលជោគជ័យ គួរតែត្រូវបានប្រកាស ប្រាប់ដោយផ្នែកធនធានមនុស្ស ហើយប្រាប់ហេតុផលដែលគេមិនត្រូវបានជ្រើសរើស។

• **ប្រភពនៃការប្រកាសជ្រើសរើសខាងក្រៅ**

➤ **ការដាក់ពាក្យសុំធ្វើការងារដោយផ្ទាល់**

ដោយសារទីតាំងត្រូវបាន ឬ កេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីរបស់ស្ថាប័ននេះហើយទើបអាចនិងរក្សាបាន នូវក្រុមបេក្ខជនមួយចំណែកធំពីឯកត្តជនមួយចំនួនដែល គេត្រូវការសំរាប់ការងារសំរាប់ស្មៀន និង ការងារប្រើកម្លាំងកាយដែរ។

ចំនួនបេក្ខជនដែលស្ថាប័នទទួលបានត្រូវបានកំណត់ភាគច្រើនដោយ កេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ស្ថាប័នដូចជាកន្លែងធ្វើការល្អប្រសើរ។

➤ **ការិយាល័យការងារសាធារណៈ**

ការិយាល័យការងារសាធារណៈ គឺជាការិយាល័យរបស់រដ្ឋាភិបាល ត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បី ផ្តល់ការងារ ដល់បុគ្គលិកកម្មករគ្រប់ប្រភេទ។

➤ **ទីភ្នាក់ងារការងារឯកជន**

ទីភ្នាក់ងារការងារឯកជន គឺជាកន្លែងដែលត្រូវបង្កើតឡើង ដោយឯកត្តជន ឬ ឯកត្តជនដើម្បីបំពេញការងារផ្សេងៗក្នុងសង្គម។

ទីភ្នាក់ងារនេះ ខ្លះធ្វើឯកទេសសកម្មភាពមុខជំនាញមួយចំនួន ដូចជា វិស្វកម្ម អ្នកប្រតិបត្តិការ កុំព្យូទ័រ គណនេយ្យ អ្នកគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក បុគ្គលិកលក់ដូរ...។

➢ **សាលារៀន និង មហាវិទ្យាល័យ**

រាល់ស្ថាប័នសិក្សាអប់រំ ជាធម្មតា គឺជាប្រភពដ៏ល្អប្រសើរ សំរាប់ការជ្រើសរើសបេក្ខជនក្នុងៗ អោយទៅបំពេញការងារនីស្ថាប័នអាជីវកម្មណាមួយ ឬក្នុងសង្គម។

សាលារៀនមធ្យមសិក្សា គឺជាប្រភពដ៏ល្អប្រសើរនៃនិយោជិកទាំងឡាយ ចំពោះការងារដែលទាមទារជំនាញតិចតួចដូចជាការងារជាកម្មករ ការងារស្មៀន ហើយនិងការងារទាំងឡាយក្នុងឧស្សាហកម្មលក់រាយ។

សាលាបណ្តុះបណ្តាលខាងមុខវិជ្ជាជីវៈ ជាទូទៅគឺជាបណ្តាប្រភពល្អប្រសើរនៃបេក្ខជនទាំងឡាយសំរាប់មុខដំណែងបច្ចេកទេស ជំនាញពាណិជ្ជកម្ម គណនេយ្យ ធនាគារ។

នៅមហាវិទ្យាល័យ និង សាកលវិទ្យាល័យ គឺជាបណ្តាប្រភពដ៏ល្អប្រសើរសំរាប់មុខដំណែងជាអ្នកគ្រប់គ្រង អ្នកត្រួតពិនិត្យ ឬអ្នកមើលខុសត្រូវផ្នែកណាមួយក្នុងអង្គភាពអាជីវកម្ម។

➢ **ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មការងារ**

គឺជាដាក់ចេញនូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម រកមនុស្សឲ្យបំពេញការងារក្នុងក្រុមហ៊ុន តាមរយៈសារព័ត៌មានប្រចាំថ្ងៃ តាមរយៈរថយន្តក្រុង មុខហាងលក់មុខទំនិញ តាមរយៈការបោះពុម្ពផ្សាយមុខវិជ្ជាជីវៈនិង តាមរយៈវិទ្យុ និងផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមរយៈសារព័ត៌មាន គឺជាវិធីសាស្ត្រមួយចំណាយលុយតិចជាង ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមទូរស័ព្ទ។

➢ **ការចុះធ្វើកិច្ចសិក្សា**

នៅពេលដែលនិស្សិតចុះកម្មសិក្សា នៅតាមអង្គភាពអាជីវកម្មមួយចំនួន ក្នុងរយៈពេលមួយជាកំណត់នោះអង្គភាពអាជីវកម្មបានប្រគល់ការងារមួយចំនួនដល់និស្សិត ដើម្បីឲ្យនិស្សិតសំរេចការងារទាំងនោះដោយខ្លួនឯង។ប្រសិនបើការងារ ដែលក្រុមហ៊ុនប្រគល់អោយនិស្សិតហើយអាចសំរេចបានជោគជ័យនោះ ប្រធានក្រុមហ៊ុន និងអ្នកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស អាចសំរេចជ្រើសរើសនិស្សិតដែលមានស្នាដៃនោះ អោយធ្វើការងារអោយក្រុមហ៊ុនរបស់គេម្តង។

➢ **ពឹងនិយោជិកឧទ្ទេសនាម**

ការពឹងនិយោជិកឧទ្ទេសនាមអំពីមិត្តភក្តិ ឬ ញាតិមិត្តរបស់គេដើម្បីឲ្យចូលមកធ្វើការ ក្នុងក្រុមហ៊ុនគឺជាវិធីសាស្ត្រជ្រើសរើសនិយោជិកដែលត្រូវចំណាយលុយតិច ហើយមានការទទួលខុស

ត្រូវឆាប់រហ័សទៀតផង។ ការជ្រើសរើសនិយោជិកបែបនេះ គឺជាការជ្រើសរើសក្រៅផ្លូវការ ព្រោះថាវា គ្រាន់តែលឺពីមាត់មួយទៅមាត់មួយប៉ុណ្ណោះហើយវាក៏ត្រូវអ្នកផងទាំងពួងយល់ថា ជាការជ្រើសរើស យកតែបក្សពួកនិយម ឬក្រុមមនុស្សពិសេសដែរ។^{១២}

១.៧.២ គុណសម្បត្តិ និង គុណវិបត្តិនៃការជ្រើសរើសខាងក្នុង និងក្រៅ

១.៧.២.១ គុណសម្បត្តិ និង គុណវិបត្តិនៃការប្រកាសជ្រើសរើសខាងក្នុង

- គុណសម្បត្តិ
 - ងាយស្រួលធ្វើការបានតាមសមត្ថភាពនិយោជិក
 - ចំណាយពេលវេលា និងថវិកាតិច ក្នុងការស្វែងរកបុគ្គលថ្មី
 - បេក្ខជនត្រូវបានណែនាំរួចហើយអោយស្គាល់ពីស្ថាប័ន
- គុណវិបត្តិ
 - ខកខានពុំបាននាំមកនូវ គំនិតល្អ និងថ្មីៗពីខាងក្រៅ
 - មានការមិនពេញចិត្ត ពីនិយោជិកដែលត្រូវបានតំឡើងឋានៈ
 - ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកមានតម្លៃខ្ពស់
 - អាចកើនឡើងនូវការប្រកាន់បក្សពួកនិយម

១.៧.២.២ គុណសម្បត្តិ និង គុណវិបត្តិនៃការប្រកាសជ្រើសរើសខាងក្រៅ

- គុណសម្បត្តិ
 - គ្មានការច្របលែងពី និយោជិកផ្សេងៗទៀត ដែលកើតមានឡើងពីការតំឡើងឋានៈខាងក្នុង
 - នាំមកនូវចំណេះដឹង បទពិសោធន៍ និងបច្ចេកទេសថ្មីដល់ក្រុមហ៊ុន
 - អាចបំពេញភ្នាក់ងារកន្លែងទំនេរប្រសិន បើនិយោជិកខាងក្នុងមិនអាចបំពេញបាន
- គុណវិបត្តិ
 - អាចចំណាយច្រើន
 - មានការច្របលែងពីបុគ្គលិកកម្មករខាងក្នុង

១.៨ លក្ខណៈទូទៅនៃហិរញ្ញវត្ថុ

១.៨.១ និយមន័យហិរញ្ញវត្ថុ

ហិរញ្ញវត្ថុ៖ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុគឺជាមុខងារ អាជីវកម្មដែលទទួលមូលនិធិសំរាប់សហគ្រាស

^{១២}សៀវភៅ “ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស” ជំពូកទី៤, ទំព័រ ២៧-២៩

និងការចាត់ចែងមូលនិធិនៅក្នុងសហគ្រាស។ ឧទាហរណ៍៖ ការរៀបចំថវិកា ការវិភាគចលនា សាច់ប្រាក់ និង ការរៀបចំផែនការសំរាប់ចំណាយមូលនិធិទៅលើទ្រព្យសកម្ម ដូចជា សម្ភារៈ និង ម៉ាស៊ីន។ល។^{១៣}

១.៨.២ តួនាទីអ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ

អ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុមានតួនាទីដូចជា រៀបចំផែនការថវិកា ទទួលមូលនិធិ គ្រប់គ្រងមូលនិធិ គ្រប់គ្រងពន្ធ ជាដើម។ល។ មុខងារហិរញ្ញវត្ថុដែលមានជាច្រើនទៀតដូចជាការទិញតាមឥណទាន និង ការប្រមូលប្រាក់ពីអតិថិជន។ មុខងារទាំងពីរនេះគឺជាការទទួលខុសត្រូវរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ។ មានន័យ ថា អ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុមានភារកិច្ចប្រមូលប្រាក់សងអតិថិជនដែលកំណត់ ហើយធានាថាសហគ្រាសនិង មិនបាត់បង់ប្រាក់ច្រើនដោយសារតែឥណទានទាមទារមិនបាន។

ការបង់ពន្ធ គឺជាចលនាចេញនៃសាច់ប្រាក់ពីអាជីវកម្ម ឬ សហគ្រាស។ដូចនេះ ការបង់ពន្ធគឺបិតនៅក្នុងហិរញ្ញវត្ថុ។អ្នកហិរញ្ញវត្ថុគិតគូរយ៉ាងខ្លាំងទៅលើ ការគ្រប់គ្រងពន្ធ ដោយធ្វើការវិភាគទៅលើការ សំរេចផ្សេងៗ របស់ក្រុមអ្នកគ្រប់គ្រង ហើយការសម្រេចចិត្តទាំងនោះ ពាក់ព័ន្ធនឹងពន្ធដោយប្រយោល។

សាវនក (ស្នងការគណនេយ្យ) ខាងក្នុងសហគ្រាសគឺជា បុគ្គលិកដែលធ្វើផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់សហគ្រាស។ សាវនក ខាងក្នុងធ្វើការត្រួតពិនិត្យទៅលើទិន្នន័យប្តូរវត្ថុ សៀវភៅធំ និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដែលរៀបចំដោយផ្នែកគណនេយ្យ។ ការពិនិត្យរបស់សាវនកខាងក្នុងគឺ ដើម្បីធានាថារាល់កិច្ចការជំនាញ ទាំងអស់ដែលបានរៀបចំដោយផ្នែកគណនេយ្យគឺធ្វើស្របទៅតាម ទំរង់ការ និងក្បួនគណនេយ្យដែលមាន ស្រាប់។

១.៨.៣ ការរៀបចំផែនការហិរញ្ញវត្ថុ

គោលដៅរួម នៃផែនការហិរញ្ញវត្ថុគឺធ្វើអោយមានអតិបរមាភាពចំណេញ ឬប្រាក់ចំណេញ និងប្រើប្រាស់លុយប្រកបដោយភាពឆ្លាតវៃបំផុត។

ដំណាក់កាល៣ក្នុងការរៀបចំផែនការហិរញ្ញវត្ថុគឺ៖

- ◆ ការព្យាករណ៍រយៈពេលខ្លី និង រយៈវែង
- ◆ បង្កើតថវិកាដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការហិរញ្ញវត្ថុ
- ◆ បង្កើតការត្រួតពិនិត្យហិរញ្ញវត្ថុ

១.៨.៣.១ ការព្យាករណ៍រយៈពេលខ្លី និង រយៈវែង

ការព្យាករណ៍ចែកចេញជា២គឺ៖

ក. ការព្យាករណ៍រយៈពេលខ្លី

ការព្យាករណ៍រយៈពេលខ្លី គឺជាការប៉ាន់ស្មានពីចំណូល ចំណាយផ្សេងៗសំរាប់រយៈពេល១ឆ្នាំ

^{១៣}សៀវភៅ “សេដ្ឋកិច្ចសហគ្រាស” រៀបរៀងដោយសាស្ត្រចារ្យ ស សុភាព ជំពូកទី៨. ទំព័រ ១២២

ឬ តិចជាង១ឆ្នាំ។ ការព្យាករណ៍នេះគឺជាមូលដ្ឋានគ្រឹះសំរាប់ផែនការហិរញ្ញវត្ថុដទៃទៀត។ ការព្យាករណ៍ចលនាសាច់ប្រាក់ អាចជាផ្នែកមួយនៃការព្យាករណ៍រយៈពេលខ្លី។

ជាទូទៅការព្យាករណ៍រយៈពេលខ្លីប៉ាន់ស្មានពីចលនាចូល និង ចលនាចេញនៃសាច់ប្រាក់ សំរាប់ពេលអនាគត ជាទូទៅគិតជាខែ រឺ ត្រីមាស។ គេប្រើប្រាស់ចំណូលពីការលក់ ដែលបានប៉ាន់ស្មានទុកជាមុន និងចំណាយទាំងឡាយ និងពេលណាដែលចំណូលចំណាយនោះកើតពិតជាក់ស្តែង ជាមូលដ្ឋានដើម្បីកំណត់ពីចលនាចូល និងចលនាចេញនៃសាច់ប្រាក់ដែលត្រូវកត់បញ្ចូលក្នុងការព្យាករណ៍សាច់ប្រាក់។

ខ. ការព្យាករណ៍រយៈពេលវែង

ការព្យាករណ៍រយៈពេលវែង គឺជាការប៉ាន់ស្មានពីចំណូលចំណាយផលិតកម្ម និងចំណាយផ្សេងៗសំរាប់រយៈពេលលើសពី១ឆ្នាំ រហូតដល់៥ឆ្នាំ។ ការព្យាករណ៍នេះមានសារៈសំខាន់ណាស់ សំរាប់ផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររយៈពេលវែងរបស់សហគ្រាស។

ជំពូកទី២

**ស្ថានភាពទូទៅរបស់ហាន
ការប្រែអរម៉ាហ្សូន**

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅរបស់ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន

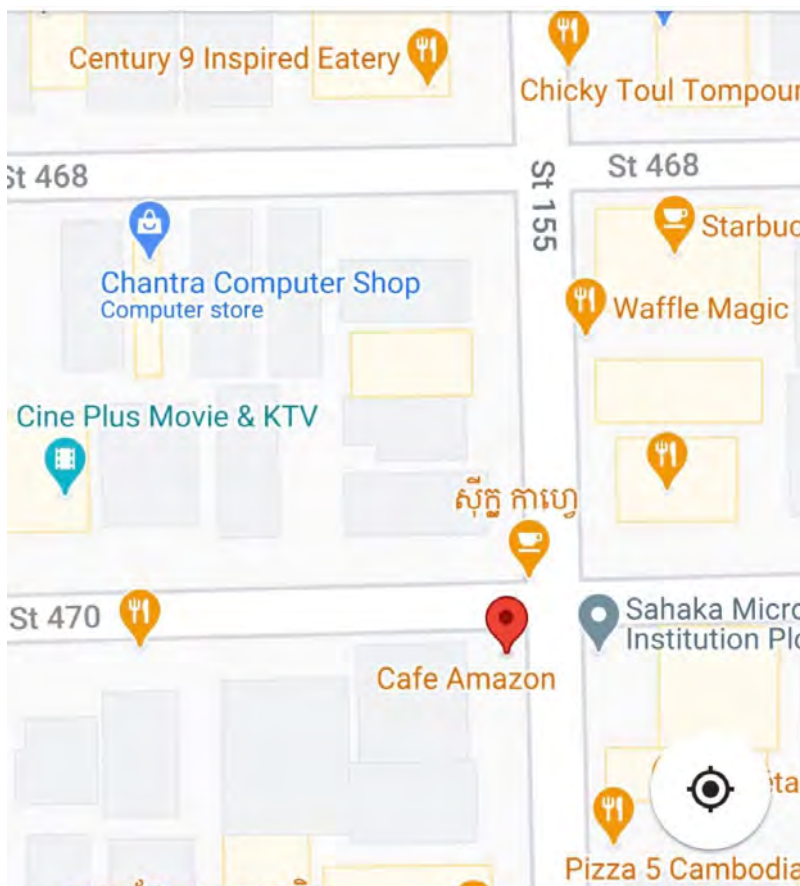
២.១ សាវតាររបស់កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន

២.១.១ ប្រវត្តិ និង ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ

Café Amazon គឺជាហាងកាហ្វេមាននាំចូលមកពីប្រទេសថៃដំបូង នៅក្នុង ឆ្នាំ២០១៣ ជាហាងមួយដែលបម្រើសេវាកម្មកាហ្វេ ភេសជ្ជៈគ្រប់មុខ និងមាននំជាច្រើនតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន។ ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូនផ្តោតសំខាន់បំផុតទៅលើ ការប្រើប្រាស់គ្រាប់កាហ្វេដែលមានគុណភាពល្អ ដែលមានស្តង់ដារគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីអោយអតិថិជនមានទំនុកចិត្ត គ្រាប់កាហ្វេធ្វើការចម្រាញ់មកពីប្រទេសឡាវ ដែលជាគ្រាប់ធម្មជាតិឆ្លងកាត់ការត្រួតពិនិត្យពីក្រសួងត្រីមត្រូវ។ សព្វថ្ងៃកាហ្វេ Amazon កំពុងមានប្រជាប្រិយភាពមិនថាចាស់ ឬក្មេង នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ Café Amazon សាខាទួលទំពូង បានលេចរូបរាងដំបូងនៅ ថ្ងៃទី០៦ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១៦ ដែលបានបង្កើតឡើងដោយ លោក សាន ករុណា ដែលជាអ្នកគ្រប់គ្រងដែលមានសមត្ថភាពខ្ពស់ ក្នុងការដឹកនាំរយៈពេល៤ឆ្នាំនេះ។ លោក សាន ករុណា បានទិញ Franchise ពី ក្រុមហ៊ុន ភី ជី ជី ដើម្បីបើក ធ្វើអាជីវកម្មដោយខ្លួនឯង ហើយលោកបានបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់អនុបណ្ឌិតខាងផ្នែកគ្រប់គ្រង ពីសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។ Café Amazon មានការតុបតែងហាងបែបធម្មជាតិ សំបូរទៅដោយដើមឈើ ផ្កា ទាន់សម័យសំរាប់មនុស្សគ្រប់ស្រទាប់ មិនថាសិស្ស និស្សិត អ្នកធ្វើការ អ្នកជំនួញ ជាកន្លែងសំរាប់ពិភាក្សាការងារ ឬជួបជុំគ្នាដែលមានជាសុភាពអនាម័យខ្ពស់ ក្នុងរយៈពេល១អាទិត្យគេលាងសំអាតហាង ការបាញ់សំលាប់មេរោគ ឬសត្វល្អិតជារៀងរាល់អាទិត្យ មានទីធ្លាធំទូលាយ ធ្វើអោយអតិថិជនមានអារម្មណ៍ ស្រស់ស្រាយ រួមទាំងបុគ្គលិកមានភាពរួសរាយរាក់ទាក់។

ការបើកអស់រយៈពេល៤ឆ្នាំនេះ Café Amazon សាខាទួលទំពូង មានអតិថិជនបានស្គាល់ច្រើនដោយសារតែតំលៃ សមរម្យជាងហាងម៉ាកល្បីផ្សេងៗ អ្វីដែលសំខាន់ទទួលបានកែវធំ ដែលអាចពិសា បានច្រើនព្រមទាំងរសជាតិឈ្ងុយឆ្ងាញ់មិនអាចបំភ្លេចបាន ទិញហើយចង់ទិញទៀត។ អាស័យដ្ឋានបច្ចុប្បន្ន របស់កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខាទួលទំពូង ស្ថិតនៅលើផ្លូវ ១៥៥ កែងនិងផ្លូវ៤៧០ ផ្ទះលេខ២០៧ សង្កាត់ទួលទំពូង១ ខណ្ឌចំការមន រាជធានីភ្នំពេញ ចំណែកចំណតមានទីធ្លាធំ អាចចតបានតាំងម៉ូតូ និង រថយន្តគ្រប់ប្រភេទ។ Café Amazon ជាកន្លែងដែលផ្តល់សេវាកម្មជូនអតិថិជន ដែលអ្នកគ្រប់គ្រងគិតគូរ រាល់បញ្ហាទាំងអស់យ៉ាងម៉ត់ចត់សំរាប់ដឹកនាំហាងកាហ្វេទៅរកភាពជោគជ័យ។ ចំណែកឯទីតាំងវិញ គឺស្ថិត នៅទីប្រជុំជន ដែលមាន

ធ្វើអោយអតិថិជនងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរក ដោយមិនចំណាយពេលយូរ។ ក្នុងនាមយើងជាអ្នកបើកអាជីវកម្មនីមួយៗ ត្រូវត្រៀមចិត្ត ចំពោះហានិភ័យដែលអាចកើតឡើងនៅពេល អនាគត។



រូបភាព ២.១ ទីតាំងរបស់ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន

២.១.២ ប្រភេទផលិតផល និងសេវាកម្ម

Café Amazon បាននាំចូលគ្រឿងឧបករណ៍ និងផលិតផលដែលមានស្តង់ដារ គុណភាពល្អ ពីប្រទេសថៃទាំងអស់ ហើយរាល់ផលិតផលទាំងអស់សុទ្ធតែមានតែម្ចាស់ អាម៉ាហ្សូនទាំងអស់។ រាល់ ភេសជ្ជៈទាំងអស់ធ្វើឡើងដោយយកចិត្តទុកដាក់ ទាំងក្តីស្រឡាញ់ ដើម្បីអោយអតិថិជនពិសោធន៍ភេសជ្ជៈទាំងភាពរីករាយ មានទំនុកចិត្ត ចង់ពិសាម្តងហើយម្តងទៀត មិនអាចខានបាន។ ចំណែកតំលៃវិញ គឺអតិថិជនទទួល យកបាន តំលៃដែលថ្លៃបំផុត ត្រឹមតែ ១០៣០០៛ តែប៉ុណ្ណោះ ហើយទទួលបានកែវធំទៀត។

Café Amazon ចាប់បើកពីម៉ោង ៦:០០ព្រឹក រហូតដល់ម៉ោង ៨:០០យប់ បើករយៈពេល១៤ម៉ោង ដូចនេះហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូនបំពេញតម្រូវការអតិថិជនបានគ្រប់ពេលវេលា កំឡុងពេលម៉ោងធ្វើការ។ ហាង កា

ហ្វេអាម៉ាហ្សូន ទទួលទំពូង មានបន្ទប់សំរាប់ប្រជុំ ពិភាក្សាការងារ កន្លែងធ្វើកម្មវិធីផ្សេងៗ តាមតំរូវការអតិថិជន តម្រូវការ។

២.១.៣ គោលដៅ និង ទស្សនៈវិស័យ

ជាការពិតណាស់ អាជីវកម្មនីមួយៗ តែងតែមានគោលដៅ និង ទស្សនៈវិស័យរៀងៗខ្លួន ហើយ គោលដៅចម្បងរបស់អាជីវកម្មមុនដំបូងគេនោះ គឺការទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។ ប៉ុន្តែចំណែកឯ អ្នកគ្រប់គ្រង របស់ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូនវិញ បានយកប្រាក់ចំណេញបង់ពន្ធជូនរដ្ឋ២០%ចុងឆ្នាំ ការរួមចំណែកជួយសង្គម ហើយផ្តល់ឱកាសដល់សិស្សនិស្សិតដែលទំនេរពីការសិក្សាអោយចូលធ្វើការ ដើម្បីឲ្យមានប្រាក់ចំណូល រស់ នៅសព្វថ្ងៃ ហើយអោយពួកគាត់មានបទពិសោធន៍យល់ដឹងពីការងារ និងគោលជំហានពេលអនាគត។

២.១.៤ ប្រភេទភេសជ្ជៈ

ប្រភេទនៃភេសជ្ជៈដែលហាងអាម៉ាហ្សូនមានដូចជា:

ល.រ	ប្រភេទភេសជ្ជៈ	តម្លៃ
១	Espresso (Hot , Iced , Frappe)	(1.25\$, 1.75\$, 2.00\$)
២	Aamzon (Hot , Iced , Frappe)	(1.60\$, 2.15\$, 2.30\$)
៣	Amazon Extra (Iced)	(2.30\$)
៤	Black Coffee (Hot , Iced)	(1.25\$, 1.75\$)
៥	Honey Black Coffee (Iced)	(2.15\$)
៦	Cappuccino (Hot, Iced, Frappe)	(1.60\$, 2.00\$, 2.30\$)
៧	Latte Amazon (Hot, Iced, Frappe)	(1.75\$, 2.15\$, 2.30\$)
៨	Fresh Latte (Hot)	(2.15\$)
៩	Mocha (Hot, Iced, Frappe)	(1.75\$, 2.30\$, 2.50\$)
១០	White Choc Macchiato (Hot, Iced, Frappe)	(2.00\$, 2.15\$, 2.50\$)
១១	Fresh Milk (Hot, Iced, Frappe)	(1.25\$, 1.60\$, 1.75\$)
១២	Chocolate (Hot, Iced, Frappe)	(1.50\$, 1.75\$, 2.00\$)
១៣	Tea (Hot)	(1.20\$)
១៤	Green Tea With Milk (Hot, Iced, Frappe)	(1.60\$, 1.75\$, 2.00\$)
១៥	Tea With Milk (Hot, Iced, Frappe)	(1.50\$, 1.75\$, 2.00\$)
១៦	Lemon Tea (Iced)	(1.75\$)

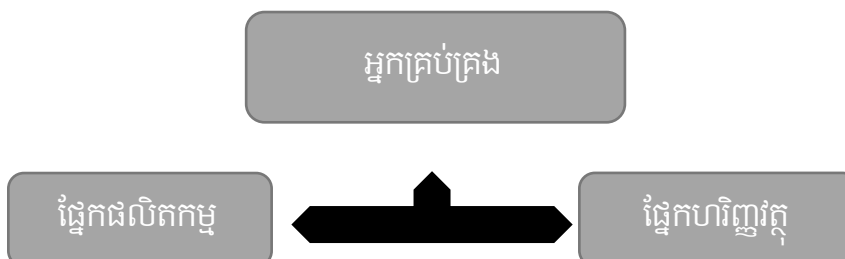
១៧	Black Tea (Iced)	(1.50\$)
១៨	Green Tea Honey Lime With Jelly (Iced)	(2.00\$)
១៩	Lychee Juice (Iced, Frappe)	(1.75\$, 2.00\$)
២០	Strawberry Smoothies (Frappe)	(2.30\$)
២១	Blueberry Smoothies (Frappe)	(2.30\$)
២២	Extra Shot	(0.4\$)

តារាង២.១.៤ តារាងតេស្ត៖

២.២ ស្ថានភាពអាជីវកម្មរបស់អាម៉ាហ្សូន

២.២.១ ចេតនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង និងមុខងារ

លោក សាន ករុណាជាអ្នកគ្រប់គ្រងហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន រៀបចំចាត់ចែងការងារ មើលខុសត្រូវបុគ្គលិក ដើម្បីអោយធ្វើការមានភាពល្អន។ អាជីវករ ត្រូវបែងចែកការងារតួនាទីអោយបុគ្គលិក ឲ្យបានគ្រប់គ្នា ស្មើគ្នា ដើម្បីកុំមានភាពច្រណែនគ្នា ធ្វើការប្រចាំគ្នា បែងចែកបក្សពួក។ ខាងក្រោមនេះជាចេតនាសម្ព័ន្ធរបស់ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន៖



២.២.២ មុខងារ និង តួនាទី

❖ អ្នកគ្រប់គ្រង

➢ មានតួនាទី៖

- ជាអ្នករៀបចំចាត់ចែងការងារ និងដោះស្រាយ រាល់បញ្ហាទាំងអស់ដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងហាង
- ជាអ្នកសម្រេចរាល់ការងារនៅក្នុងហាងទាំងអស់
- ជាអ្នកបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការលក់
- គ្រប់គ្រងបុគ្គលិក និងហាង
- ត្រួតពិនិត្យរាល់ការងារក្នុងហាង
- ជាអ្នកជ្រើសរើសបុគ្គលិក

- ជាអ្នកចេញបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុង
 - ជាអ្នកដឹកនាំ ដើរទៅរកភាពជោគជ័យទាំងអស់គ្នា។
- ❖ ផ្នែកផលិតកម្ម
- មានតួនាទី:
 - តាមដានស្តុកទំនិញនៅក្នុងហាង
 - តាមដានការងារអ្នកឆុងភេសជ្ជៈ ដើម្បីអោយទាន់តម្រូវការរបស់អតិថិជន
 - តាមដានអនាម័យកៅក្នុងហាង
 - ជាអ្នកយកមតិយោបល់ពីភ្ញៀវ។
- ❖ ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ
- មានតួនាទី:
 - ជាអ្នកចាត់ចែងចំណូល និងចំណាយ ប្រចាំថ្ងៃ ប្រចាំខែ ប្រចាំឆ្នាំ
 - ជាអ្នកទូទាត់រាល់វិក័យក្រទាំងអស់
 - ជាអ្នកបង់ពន្ធប្រចាំខែ និងឆ្នាំ។

២.២.៣ ធនធានមនុស្ស

ធនធានមនុស្ស គឺជាដំណើរការនៃការប្រកាសជ្រើសរើស ការជ្រើសរើស ការរក្សាទុក ការអភិវឌ្ឍន៍ ការប្រើប្រាស់ និងតម្រូវការ នៃធនធានមនុស្សរបស់អង្គភាពមួយ។ អ្នកគ្រប់គ្រងជាធនធានមនុស្ស មួយដែលមិនអាចខ្វះបាន ជាអ្នកគ្រប់គ្រងដ៏ល្អ បូកបញ្ចូលជាមួយបុគ្គលិកសហការគ្នា ទើបអាចគ្រប់គ្រង អាជីវកម្មបានល្អ។ តាមរយៈការសាកសួរអ្នកគ្រប់គ្រង Café Amazon សាខាទួលទំពូង មានបុគ្គលិកចំនួន ២០នាក់ ហើយប្រាក់បៀវត្សន៍ ជាមធ្យម 140\$ ទៅ 1000\$ តាមជំនាញ និងបទពិសោធន៍របស់ពួកគេ។

២.២.៤ ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ

ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ សំដៅទៅលើដើមទុនចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដំបូង ដែលអាជីវកម្មត្រូវដាក់ទុនមុន ទាំងស្រុង ដោយយើងត្រូវចំណាយទៅលើ ម៉ាស៊ីនកាហ្វេ កែវ ទុយោ ក្រដាស គ្រឿងបរិក្ខារ តុ ទូ កៅអី ដេគ័រ គ្រឿងអេឡិចត្រូនិច ។ល។ អាជីវករទាំងអស់ត្រូវចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម និងបង់ជូនរដ្ឋជាប្រចាំខែ។

២.២.៥ ហានិភ័យការចាប់ផ្តើមបើកអាជីវកម្មដំបូង

អាជីវកម្មទាំងអស់ ត្រូវត្រៀមចិត្តទទួលយក នៅពេលមានហានិភ័យកើតឡើងក្នុងប្រការ ណាមួយ ព្រោះយើងមិនជឿសុំបានឡើយ។ ប៉ុន្តែយើងត្រូវរកវិធីសាស្ត្រ យុទ្ធសាស្ត្របែបណា

ដើម្បីទប់ទល់នឹងស្ថានភាពនិងកើតមានឡើង ហានិភ័យកើតមានឡើងដោយមិនមានការព្រៀងទុក មុន វាកើតមានឡើងដោយកត្តាសេដ្ឋកិច្ច កត្តានយោបាយ កត្តាអាកាសធាតុ កត្តាសង្គម កត្តាខ្វះខាត បទពិសោធន៍ជាដើម។ ដើម្បីទប់ស្កាត់ យើងត្រូវស្ថានភាពនៅប្រទេសកម្ពុជានាពេលបច្ចុប្បន្ន ស្វែងរក ផែនការទប់ស្កាត់ពេលអនាគត ត្រូវសិក្សាពីគូប្រជែងឲ្យបានច្រើន។

២.៣ ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ

២.៣.១ ការទូទាត់ទំនិញជាមួយអតិថិជន

សំរាប់ការទូទាត់នៅក្នុងហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន គឺទូទាត់ជាសាច់ប្រាក់សុទ្ធ ភ្ញៀវត្រូវទៅកន្លែងកំប្លង់ ភេសជ្ជៈរួចបង់ប្រាក់ ហើយអង្គុយរង់ចាំរយៈ ៥ ទៅ ១០នាទី អតិថិជននឹងទទួលបានភេសជ្ជៈដែលបានកំប្លង់ អតិថិជនអាចអង្គុយលេងនៅក្នុងហាងក៏បាន ខ្ចប់ទៅផ្ទះក៏បាន ឬអាចកំប្លង់តាម App ក្នុងទូរស័ព្ទក៏បាន។ ភាគច្រើនអតិថិជនចូលចិត្តនៅហាងដោយសារ ងាយស្រួលក្នុងការពិភាក្សាការងារ រាប់អានមិត្តភក្តិ ប្រជុំ ការងារ និងធ្វើកម្មវិធីផ្សេងៗ។

២.៣.២ ការទូទាត់ទំនិញជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់

ចំពោះការទូទាត់ទំនិញជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់វិញ ដែលអាជីវករត្រូវចំណាយទៅលើវត្ថុធាតុដើម ដើម្បីយកមកប្រើប្រាស់ប្រកបអាជីវកម្ម។ សំរាប់វត្ថុធាតុដើម គឺត្រូវកំប្លង់នៅឯក្រៅប្រទេស ទៅតាមស្តង់ដារ របស់ម៉ាកអាម៉ាហ្សូន អាជីវករត្រូវខិតខំស្វាហាប់ស្តុក ព្រោះថាកំប្លង់ត្រូវប្រើរយៈពេល ១៥ថ្ងៃទើបមកដល់។ រាល់ ការកំប្លង់ត្រូវទូទាត់ប្រាក់ជាមុន តាមធនាគារ ទើបអ្នកផ្គត់ផ្គង់រៀបចំរួចផ្ញើមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជា។ ប៉ុន្តែបើសំ រាប់ទឹកដោះគោស្រស់អាចទិញនៅក្នុងស្រុកបាន នៅពេលទទួលបានទំនិញ ត្រូវបង់ប្រាក់ភ្លាម។

២.៣.៣ ចំណូល

ចំពោះចំណូលហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន តាមប្រសាសន៍របស់លោក សាន ករុណាក្នុងមួយថ្ងៃ អាចលក់បានដល់ទៅ ៥០០ ទៅ ៦០០ កែវ ដូចនេះចំណូលគាត់ប្រចាំថ្ងៃមិនមានការហានិភ័យក្នុងការ ចំណាយទូទាត់ប្រចាំខែឡើយ។

២.៣.៤ ចំណាយ

ការចំណាយរបស់ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន មានពីរគឺ ចំណាយប្រចាំថ្ងៃ និង ចំណាយប្រចាំខែ។ ការចំណាយប្រចាំថ្ងៃមានដូចជា ទឹកដោះគោស្រស់ ទឹកកក ដោយសារជារបស់មិនអាចទុកយូរបាន។ ចំណែកចំណាយប្រចាំខែ មានដូចជា ការកំប្លង់វត្ថុធាតុដើម ប្រាក់ខែបុគ្គលិក បង់ពន្ធ ជាដើម។

២.៤ យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ

គំនិតនិងការបំប្លែងគំនិតទៅជាសកម្មភាពគឺជារឿងសំខាន់ដែលទំនងជាមានមនុស្សតិចណាស់ ដែលអាចធ្វើបាន។ ទីបំផុតអ្នកទាំងនោះត្រូវបានគេដាក់ឈ្មោះថា អ្នកទ្រឹស្តីនិយម និងអ្នកប្រតិបត្តិនិយម (អ្នក ថានិងអ្នកធ្វើ)។

រកស៊ីគឺជារឿងមួយដែលពេញដោយការប្រកួតប្រជែងយ៉ាងស្វិតស្វាញពីព្រោះអ្នករកស៊ីច្រើនតែ ទីផ្សារតែមួយ។ ដូចនេះការស្គាល់យុទ្ធសាស្ត្រជំនួញឬទីផ្សារនៃការរកស៊ីគឺវាមានសារៈសំខាន់។ ខ្ញុំសូមបក ស្រាយនូវយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារមួយបែបដល់ប្រិយមិត្តអ្នកអានទាំងអស់អោយបានយល់ដឹងខ្លះៗអំពីយុទ្ធសាស្ត្រ ទីផ្សារ។

យុទ្ធសាស្ត្រនេះជាគន្លឹះមួយក្នុងផែនការទីផ្សារ មាន៤ ដូចជា ផលិតផល តម្លៃ ការផ្សាយយោសនា និង ការ ចែកចាយ។

២.៥ អ្នកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស

អ្នកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស ត្រូវមានសមត្ថភាព ជំនាញ ចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ ឆ្លើយតបទៅ នឹងតម្រូវការរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬអង្គភាព និងនិយោជិតផង។ ការទទួលខុសត្រូវជាមូលដ្ឋានគ្រឹះរបស់អ្នក គ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស គឺធ្វើឲ្យប្រាកដថាក្រុមហ៊ុនមានធនធានមនុស្សគ្រប់គ្រាន់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងភាពស័ក្តិសិទ្ធដើម្បីសំរេចគោរដោះស្រាយរបស់អង្គភាព។

២.៥.១ តួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស

- រៀបចំផែនការធនធានមនុស្ស
- ដាក់ចេញនូវបញ្ញត្តិនានារបស់អង្គភាព
- សហការជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រងក្នុងអង្គភាព
- ជាអ្នកជួយអ្នកគ្រប់គ្រងគ្រប់ផ្នែក និងគ្រប់កម្រិត
- បណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតនូវជំនាញដែលពាក់ព័ន្ធ
- ធ្វើជាអ្នកចរចា និងអ្នកសម្របសម្រួល
- ជាអ្នកដោះស្រាយនូវវិវាទនានា ដែលកើតមានក្នុងអង្គភាព
- ធានានូវរាល់ការផ្សព្វផ្សាយ ដែលចេញពីថ្នាក់គ្រប់គ្រងត្រូវបានយល់ទាំងស្រុងក្នុងក្រុមហ៊ុន
- បង្កើត និងរួមបញ្ចូលកម្មវត្ថុនៃការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សទៅក្នុងផែនការអជីវកម្មទូទៅ

២.៥.២ ចំណេះដឹង និងជំនាញដែលត្រូវមាន

- ជំនាញគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និងបទពិសោធន៍ការងារ
- ច្បាប់ការងារ និងការប្រមូលទិន្នន័យ
- ចិត្តវិទ្យា និងការប្រាស្រ័យទាក់ទង
- ការតបស្នង និងកម្មវិធីផ្តល់លាភសក្ការៈដល់និយោជិត
- ជំនាញផ្សេងៗដូចជា Marketing, Production, & Financial

២.៥.៣ ស្តង់ដារការងារ

- ការវិភាគការងារ ការពិពណ៌នាការងារ និងការវាយតម្លៃការងារ
- ចំណាត់ថ្នាក់ការងារ
- វិភាគប្រាក់ឈ្នួល
- ការស្ទង់មតិទីផ្សារពលកម្ម
- គ្រប់គ្រងសេវាកម្មការងារលើនិយោជិត
- ផែនការថែរក្សាសុខភាព និងការធានារ៉ាប់រង
- ផែនការចែករំលែកប្រាក់ចំណេញ
- ផែនការលើកទឹកចិត្តដទៃទៀត ដូចជាផែនការកម្សាន្តនានា។ល។

២.៦ ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក

ការលើកទឹកចិត្តជាកំលាំងចិត្ត ធ្វើឲ្យមនុស្សប្រតិបត្តិទៅតាមមធ្យោបាយត្រឹមត្រូវ ក្នុងការប្រឹងប្រែងធ្វើឲ្យសំរេចគោលដៅការងារ។ បុគ្គលិកដែលនៅក្នុងហាងទាំងអស់នឹងទទួលបានការលើកទឹកចិត្តតាមរយៈដូចខាងក្រោម៖

២.៦.១ ការសរសើរផ្ទាល់មាត់

ការសរសើរផ្ទាល់មាត់ត្រូវបានធ្វើឡើង ដោយផ្អែកលើលទ្ធផលនៃការធ្វើការងារជាក់ស្តែងរបស់ បុគ្គលិកម្នាក់ៗ ពីព្រោះការសរសើរផ្ទាល់មាត់ត្រូវបានធ្វើឡើង ដោយថ្នាក់ដឹកនាំពីថ្នាក់ក្រោមរហូតដល់ថ្នាក់លើរបស់ហាង ហើយការលើកទឹកចិត្តនេះជាការលើកទឹកចិត្តដំបូងមុននិងឈានដល់ការ លើកទឹកចិត្តដទៃទៀត។

២.៦.២ ការតម្កើងមុខងារ និង តួនាទី

លោក សាន ករុណាបានមានប្រសាសន៍ថា ការតម្កើងមុខងារ និង តួនាទីបានលុះត្រាតែបុគ្គលិក

នោះមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ និងគុណសម្បត្តិពេញលេញ ក្នុងការឡើងតំឡើងមុខងារថ្មី។ ការតម្លើងមុខងារ គឺធ្វើឡើងដោយ ម្ចាស់ហាងផ្ទាល់ ដែលសំរេចចិត្តថាបុគ្គលិកណាមួយដែលមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការ កាន់មុខដំណែងថ្មី។

២.៦.៣ បុព្វលាភ

បុព្វលាភ គឺជាប្រាក់ឧបត្ថម្ភសម្រាប់បុគ្គលិកក្នុង ឧកាសបុណ្យជាតិធំៗ មានដូចជា បុណ្យអុំទូក បុណ្យចូលឆ្នាំខ្មែរ បុណ្យភ្ជុំ និងបុណ្យជាតិផ្សេងៗ ទទួលបានប្រាក់ឧបត្ថម្ភបន្ថែមពីលើម៉ោងធ្វើការ គុណនិង ពីរ ដង។

២.៦.៤ ការឈប់សំរាក

បុគ្គលិកនៅក្នុងហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន បានពីរវេន វេនព្រឹក និង វេនរសៀល។ ការឈប់សំរាក ក្នុង១ខែ អាចឈប់បាន ៤ដង មានន័យថា ១អាទិត្យអាចឈប់បាន ១ដង។ បុគ្គលិកមិនអាចឈប់ដោយមិន ជូនដំណឹងមុនទៅក្រុមហ៊ុនជាដាច់ខាត លុះត្រាមានបុគ្គលិកខុសវេនគ្នាមកជំនួស។ ចំពោះបុគ្គលិកមាន ករណី គ្រោះថ្នាក់ គឺក្រុមហ៊ុនអាចលើកលែងអោយ ប៉ុន្តែត្រូវមានក្រដាសពេទ្យមកបញ្ជាក់អោយបានត្រឹមត្រូវ។

ជំពូកទី៣

លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ

ជំពូកទី៣

លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ

៣.១ ការវិភាគទៅលើការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ហាង Café Amazon

ការវិភាគចំណុចនេះគឺផ្ដោតលើការវិភាគលើអាជីវកម្ម ធនធានមនុស្ស ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ និង ការវិភាគទៅលើផលិតផលព្រមទាំងសេវាកម្មរបស់ ហាង ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន ទូលំទូលាយ។

៣.១.១ ការវិភាគទៅលើផ្នែកធនធានមនុស្ស

ក្នុងការធ្វើផែនការធនធានមនុស្សរបស់ហាងអាម៉ាហ្សូនមាន គុណសម្បត្តិ និង គុណវិបត្តិ ដូចជា៖

➢ គុណសម្បត្តិ

ការធ្វើផែនការ គ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សរបស់គាត់មានភាពច្បាស់លាស់មិនហើយចំនុចពិសេសរបស់ហាងនោះ គឺបុគ្គលិកភាគច្រើនគឺជានិស្សិតដែលធ្វើការបន្ថែមពីការសិក្សាមួយវិញទៀត ការគោរពវិន័យការងារឃើញថាពួកគេមានវិន័យមិនតឹងរឹងពេក។

បុគ្គលិកពុំទាមទារវិន័យច្រើនពេកទេគ្រាន់តែមានភាពស្មោះត្រង់ និងគោរពម៉ោងធ្វើការ គ្រប់គ្រាន់ហើយ។

➢ គុណវិបត្តិ

បើសិនស្ថាប័នធ្វើការជ្រើសរើសបុគ្គលិក ផ្នែកខាងក្នុងអាចនិងចំណេញពេលវេលា និងថវិកាមិនចាំបាច់បង្ហាត់បង្រៀនបុគ្គលិកនាំឲ្យខាតពេលវេលា។ មួយវិញទៀតគាត់ពុំមានការគិតគូរលើសុខភាពបុគ្គលិកប៉ុន្មានទេ ម្ចាស់ហាងគួរគិតគូរដល់សុខភាពបុគ្គលិកដោយការទិញធានារ៉ាប់រងអាយពួកគាត់។

៣.១.២ ការវិភាគលើការធ្វើទីផ្សារ

➢ គុណសម្បត្តិ

ការធ្វើទីផ្សាររបស់ហាងអាម៉ាហ្សូនមានដំណើរការល្អ ជាពិសេសឃើញថាការដំណើរ ទីផ្សារ មានផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត ដែលធ្វើអតិថិជនមានការស្គាល់សេវារបស់ហាងអាម៉ាហ្សូន។

➢ គុណវិបត្តិ

មិនសូវមានកម្មវិធីប្រមូលសិន ដូចជាហាងដទៃ រឺ កាតសមាជិកបញ្ចុះតំលៃ សំនុំពិន្ទុដើម្បីជូរ រង្វាន់។ មិនមានការបង់ប្រាក់វេតនាធានា តាមកម្មវិធីបង់ប្រាក់តាមទូរស័ព្ទ នៅពេលអតិថិជនភ្លេចយកប្រាក់មកតាមខ្លួន។

៣.១.៣ ការវិនិច្ឆ័យលើផែនការអាជីវកម្ម

➢ គុណសម្បត្តិ

ការធ្វើផែនការអាជីវកម្មរបស់គាត់គឺជាការគិតគូរពីការជំរុញនូវ ការលក់ឲ្យបានច្រើន និងធ្វើ អតិថិជនស្គាល់ឲ្យបានច្រើន។ គាត់មានគម្រោងពង្រីកនូវ សាខាបន្ថែមទៀត ដើម្បីអោយងាយស្រួលជាងទី តាំងណាមួយដែលជិតអតិថិជនបំផុត។

➢ គុណវិបត្តិ

ដោយសារការលក់បានច្រើន ធ្វើឲ្យសេវាកម្មមានការថយចុះដោយមិនសូវមានការយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះអតិថិជនបានដិតដល់ឡើយ។ ម្ចាស់ហាងគួរគិតពីបញ្ហាជាចម្បង ដើម្បីកុំមានហានិភ័យទៅ អនាគត។ នេះជាចំណុចខ្វះខាតនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់គាត់។

៣.១.៤ ការវិនិច្ឆ័យលើហិរញ្ញវត្ថុ

➢ គុណសម្បត្តិ

ហាង កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខាទួលទំពូង ទទួលបានប្រាក់ចំណេញរហូតដល់៣០% សរុបនៃការលក់ប្រចាំខែ ដោយផាត់ថ្លៃបុគ្គលិក ទឹក ភ្លើង វត្ថុធាតុដើម។ល។ ប្រាក់ចំណេញរបស់គាត់ គាត់យកទៅសិក្សាបន្ថែមទៅលើ មុខភេសជ្ជៈថ្មីៗ ដើម្បីទាក់ទាញចិត្តអតិថិជនបន្ថែមទៀត។

➢ គុណវិបត្តិ

បើសិនគាត់បើកច្រើនសាខា ៥ ទៅ ១០ សាខាមួយអ្នកឯង វាធ្វើអោយចំណូល និងចំណាយមិនស្មើគ្នា វាធ្វើអោយមានបញ្ហាខាងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។

៣.២ ការវិនិច្ឆ័យលើផែនការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិ

យើងនឹងធ្វើការវិភាគទៅលើផែនការគ្រប់គ្រងដែលទាក់ទងនឹង ការរីកចម្រើនរបស់ ហាង Coffee Today ដែលជាម៉ាកមកពីប្រទេសថៃ ដូចគ្នាជាមួយនិង Café Amazon ដែរ។

៣.២.១ ការរីកចម្រើនរបស់ Coffee Today

ក្នុងរយៈពេល៤ឆ្នាំនេះ Coffee Today បានរីកចម្រើនជាលំដាប់ និង មានការគាំទ្រពី សំណាក់អតិថិជនគ្រប់វ័យ។ Coffee Today បានពង្រីកជាសាខារហូតដល់ទៅ ៦០សាខា នៅក្នុងប្រទេស កម្ពុជា។ ដោយសារ Coffee Today លក់ក្នុងតំលៃមួយដែលមានភាពសមរម្យ គុណភាពល្អ ដែលមិនបណ្តា ឲ្យប៉ះពាល់ដល់សុខភាពរបស់អតិថិជន។ Coffee Todayបានប្រើការផ្សព្វផ្សាយ ដោយយក តារាល្បីមកថត ដើម្បីអោយមានអ្នកស្គាល់កាន់ច្រើន ហើយជាពិសេស Coffee Today ឧស្សាហ៍មានប្រមូលនិស្សិត បញ្ចុះតំលៃ។

៣.២.២ កត្តាដែលនាំអោយ Coffee Today ទទួលបានជោគជ័យ

រយៈពេល៤ឆ្នាំ ចាប់តាំងពីបើកដំបូងរហូតមក Coffee Today បានពង្រីក ជាច្រើន សាខាគួរឲ្យកត់សំគាល់។ កត្តាដែលនាំឲ្យ Coffee Today ទទួលបានជោគជ័យ។

- ការសិក្សាទីផ្សារ
 - ប្រមូលព័ត៌មានពីអតិថិជន ស្វែងយល់ពីចំណង់ចំណូលនៃការនិយមភេសជ្ជៈ
 - ដឹងពីតម្រូវការរបស់អតិថិជនប្រចាំថ្ងៃ
 - សិក្សាពីប្រភេទនៃអាយុរបស់អតិថិជនគោលដៅ
 - ស្វែងយល់ពីដៃគូប្រកួតប្រជែង
 - សិក្សាពីចំណុចខ្លាំង និង ខ្សោយរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីយកមកកែប្រែ
- ផ្តល់នូវការបណ្តុះបណ្តាល
 - ផ្តល់ឱកាសការងារដល់និស្សិតតាមបណ្តាខេត្តនានា
 - ការផ្តល់បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក មុនពេលគេចូលបម្រើការងារ។
- សកម្មភាពក្នុងការគ្រប់គ្រង
 - បង្កើតក្រុមការងារដើម្បីពង្រីកហាង
 - ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រថ្មីដើម្បីបង្កើនការលក់

៣.៣ ការវិភាគទៅលើអតិថិជនរបស់ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន

តាមរយៈការធ្វើកម្រងសំណួរស្ទង់មតិទៅលើអតិថិជនទូទៅ ដែលបានអញ្ជើញមកហាង ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខាទួលទំពូង ទាក់ទងទៅនឹងការចំណាប់អារម្មណ៍របស់អតិថិជន។ ការវិភាគ និងបកស្រាយ លទ្ធផល លើកំរងសំណួរត្រូវបានសំរេចយកចំពោះភ្ញៀវ ចំនួន ៤០នាក់ មកវិភាគដូច ខាងក្រោម៖

៣.៣.១ ការវិភាគទៅលើអាយុ

បើយោងតាមទិន្នន័យ អាយុរបស់អតិថិជន របស់ហាង ការហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខា ទួលទំពូង ដែលបានបង្ហាញថា អតិថិជន ដែលមានអាយុតិចបំផុតគឺ ១៦ ឆ្នាំ និងច្រើនបំផុតគឺ ៥៨ឆ្នាំ។ តាមទិន្នន័យដែលទទួលបាន អតិថិជន អាយុចាប់ពី ១៦-៣៥ ឆ្នាំ មានចំនួន ២៩ នាក់។ អតិថិជន អាយុចាប់ពី ៣៦-៤៩ ឆ្នាំ មានចំនួន ៦ នាក់។ អតិថិជន អាយុចាប់ពី ៥០-៥៨ ឆ្នាំ មានចំនួន ៥ នាក់។ សរុបសេចក្តីមក អតិថិជន ដែលមានអាយុចន្លោះពី ១៦-៣៥ ឆ្នាំ មានច្រើនជាងគេ។

៣.៣.២ ការវិភាគទៅលើភេទ

បើយោងតាមទិន្នន័យ ទាក់ទងទៅនឹង ភេទរបស់អតិថិជនដែលបានអញ្ជើញមក ហាង កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខា ទួលទំពូង អតិថិជនភេទ ស្រី មានចំនួន ២២នាក់ ចំណែកឯ ភេទប្រុស មានចំនួន

១៨ នាក់។ ដូចនេះ តាមទិន្នន័យដែលយើងខ្ញុំបានធ្វើការសាកសួរ អតិថិជន ដែលបាន មកហាង កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខា ទួលទំពូង ភេទ ស្រី ច្រើនជាង ភេទប្រុស។

៣.៣.៣ ការវិភាគទៅលើអតិថិជនចំពោះការស្គាល់ Café Amazon

តាមការកំណត់តាមទិន្នន័យបានបង្ហាញថា អតិថិជនដែលបាន ស្គាល់កាហ្វេ អាម៉ាហ្សូន សាខា ទួលទំពូង តាមរយៈ Social Media មានចំនួន ២៧ នាក់។ អតិថិជនដែលបាន ស្គាល់ តាមរយៈ មិត្តភក្តិឬបងប្អូន មានចំនួន ៨ នាក់។ អតិថិជនដែលបាន ស្គាល់ តាមរយៈ ការដំណើរឆ្លងកាត់ មានចំនួន ៥ នាក់។ សរុបមក បង្ហាញឃើញថា ភាគច្រើន អតិថិជនស្គាល់ តាមរយៈ Social Media មានចំនួន ច្រើនជាង ដោយសារសម័យ កាលនេះ ជាសម័យទំនើប មានបច្ចេកវិទ្យាទំនើបដែលអាច ឆែកតាម Internet មានភាពងាយស្រួល។

៣.៣.៤ ការវិភាគទៅលើអតិថិជនចូលចិត្តរសជាតិកាហ្វេរបស់អាម៉ាហ្សូន

ហាងកាហ្វេ អាម៉ាហ្សូនផ្ដោតសំខាន់បំផុតទៅលើ ការប្រើប្រាស់គ្រាប់កាហ្វេ ដែល មានគុណភាពល្អ ដែលមានស្តង់ដារគ្រប់ គ្រាន់ដើម្បីអោយអតិថិជនមានទំនុកចិត្ត គ្រាប់កាហ្វេធ្វើការ ចម្រាញ់មកពីប្រទេសឡាវ ដែលជាគ្រាប់ធម្មជាតិ ឆ្លងកាត់ការត្រួតពិនិត្យពីក្រសួងត្រឹមត្រូវ។ តាមរយៈស្រង់ទិន្នន័យបានបញ្ជាក់ឃើញថា អតិថិជន ដែលចូលចិត្តរសជាតិកាហ្វេ មានចំនួន ២៤ នាក់។ អតិថិជន ដែលមិនចូលចិត្តរសជាតិកាហ្វេ មាន ចំនួន ៣ នាក់។ អតិថិជន ដែលមានរសជាតិសមល្មម មានចំនួន ១៣ នាក់។ ដូចនេះ អតិថិជនដែលដែល ចូលចិត្តរសជាតិកាហ្វេ ច្រើនជាងគេ តាមការកំណត់ទិន្នន័យរបស់អតិថិជន កាហ្វេ អាម៉ាហ្សូន សាខា ទួល ទំពូង ផ្ទាល់។ ហើយជាពិសេស អតិថិជនដែលចូលចិត្តកាហ្វេ បានបន្ថែមទៀតថា ពួកគាត់និង អញ្ជើញមក ម្តងទៀត ដោយសារការពេញចិត្តនូវរសជាតិរបស់កាហ្វេ អាម៉ាហ្សូន សាខា ទួលទំពូង។

៣.៣.៥ ការវិភាគទៅលើសេវាកម្ម

ហាង កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខា ទួលទំពូង ក្នុងមួយវេន មានបុគ្គលចំនួន ៧ នាក់ សរុប ១៤ នាក់ សំ រាប់ធ្វើភោជនៈ ជូនអតិថិជន។ តាមការធ្វើកំរងសំណួរ បានបង្ហាញថា អតិថិជនពេញចិត្តនឹង សេវាកម្ម មាន ចំនួន ៣៦ នាក់ ៦ អតិថិជនដែលមិនពេញចិត្តសេវាកម្ម មានចំនួន ៤ នាក់។ សន្និដ្ឋានឃើញថា សេវាកម្មនៅ ហាង កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខា ទួលទំពូង មានលក្ខណៈល្អ។

៣.៣.៦ ការវិភាគទៅលើតំលៃភេសជ្ជៈ

តាមរយៈការវិភាគទិន្នន័យដែលបានពីអតិថិជនបានបង្ហាញឃើញថា តំលៃភេសជ្ជៈនៅ ហាង កាហ្វេ អាម៉ាហ្សូន សាខា ទួលទំពូង តំលៃដែលទទួលយកបាន ចំនួន ៧ នាក់ ចំណែកឯចំនួន ៣៣ នាក់ ដែលអតិថិជនគិតថា តំលៃល្អ។ ហើយ អតិថិជន ចំនួន ០ នាក់ ដែលគិតថាតំលៃ ថ្លៃ។ សរុបមក តំលៃនៅ ហាង កាហ្វេ អាម៉ាហ្សូន សាខា ទួលទំពូង មានតំលៃល្អ ដែលអតិថិជនអាចទទួលយកបាន។

៣.៤ ការវិភាគSWOT

ការវិភាគ SWOT ជាការ វិភាគពី ភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយ ឱកាស និង ការគំរាមកំហែង ទាំងបរិស្ថាន ខាងក្នុង និង បរិស្ថានខាងក្រៅ ដើម្បីបំពេញនូវយុទ្ធសាស្ត្រប្រតិបត្តិការអង្គភាព។

៣.៤.១ ភាពខ្លាំង

រយៈពេល៤ឆ្នាំនេះ Café Amazon សាខាទួលទំពូង ដែលបានឈានចូលទីផ្សារ មានចំណុចខ្លាំង ជាច្រើនដែលធ្វើឲ្យលេចធ្លោជាង ហាងដទៃ ដែលអាចប្រកួតប្រជែងជាមួយ ម៉ាកល្បីផ្សេងៗក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ហើយភាពខ្លាំងរបស់ Café Amazon សាខាទួលទំពូងនេះ គឺ គុណភាពនិងសេវាកម្មជាចម្បង ដោយបានគិតគូរពីសុខភាពប្រជាជន ដោយគ្រាប់កាហ្វេបាននាំចូលពី ប្រទេសឡាវ ឆ្លងកាត់ការពិនិត្យត្រឹមត្រូវ គ្មានសារធាតុគីមី ដែលប៉ះពាល់សុខភាព ចំណែកឯ ទឹកដោះគោស្រស់វិញ នាំចូលតែថ្ងៃផលិតថ្មីៗតែប៉ុណ្ណោះ មិនមានការទុកយូរឡើយ ហើយ គ្រឿងផ្សំ បាននាំចូលពី ប្រទេសថៃដែលជាម៉ាក Café Amazon ផ្ទាល់តែម្តង ដែលធ្វើឲ្យ អតិថិជនមានទំនុកចិត្តចំពោះការពិសាភេសជ្ជៈរបស់ Café Amazon សាខាទួលទំពូង។ Café Amazon សាខាទួលទំពូង បើកជាផ្លូវរាល់ថ្ងៃ មិនថាថ្ងៃបុណ្យជាតិធំៗ យ៉ាងណាក៏ដោយ ដូចនេះ អតិថិជន មិនមានការបារម្ភណ៍ ការអាក់ខាតការពិសាភេសជ្ជៈពី Amazon ឡើយ។ លោក សាន ករុណា ដែលជាម្ចាស់ Café Amazon សាខាទួលទំពូង ដែលពេញទៅដោយ ចំណេះដឹង ជំនាញ និងសមត្ថភាពដឹកនាំហាងអោយកាន់តែរីកចម្រើនជាងមុនទៀត។

៣.៤.២ ភាពខ្សោយ

ជាការពិតណាស់ ទោះបីអាជីវកម្មមានការជោគជ័យយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏នៅតែមាននូវចំណុចខ្វះខាត និងចំណុចខ្សោយដែរ។ ការខ្វះខាត និងចំណុចខ្សោយ របស់ ហាងកាហ្វេ អាម៉ាហ្សូន សាខាទួលទំពូង មិនសូវមាន កម្មវិធី ប្រមូលសិន ដូចជា ហាងដទៃ រឺ កាតសមាជិកបញ្ចុះតំលៃ សំនុំពិន្ទុដើម្បីជូរ រង្វាន់ ដើម្បីទាក់ទាញ ចិត្តអតិថិជនឲ្យបានកាន់ តែច្រើនជាងនេះទៀត។ ហើយ មិនមានការបង់ប្រាក់វេតាករណ៍ធនាគារ តាមកម្មវិធីបង់ប្រាក់តាម ទូរស័ព្ទ នៅពេលអតិថិជន ភ្លេចយកប្រាក់ មកតាមខ្លួនចំណុចនេះ ក៏អាចធ្វើឲ្យ បាត់បង់អតិថិជនដែរ។ ដោយសារតែមានអតិថិជន មកកម្លាំងច្រើនកែវ ច្រើនអ្នក ធ្វើអោយបុគ្គលិក មិនសូវមាន ការរាក់ទាក់ទៅ

ភ្ញៀវ មុខមិនញញឹម ក៏អតិថិជនមិនទទួលយកបានដែរ ទោះបីជាភេសជ្ជៈមានរសជាតិ ឆ្ងាញ់ យ៉ាងណាក៏ដោយ។ ក្នុងឱកាសបុណ្យជាតិធំៗ មានអតិថិជន ២០-៣០ នាក់មកកម្លាំងភេសជ្ជៈក្នុងពេលមួយ ធ្វើអោយបុគ្គលិកធ្វើមិនទាន់ ប្រើប្រាស់ពេលវេលាយូរ ធ្វើអោយអតិថិជនទៅហាងប្រកួតប្រជែង ដែលគេមានឱកាសអាចចាប់យកអតិថិជនយើងផងដែរ។

៣.៤.៣ ឱកាស

Café Amazon និងមានការមានលេចចេញនូវបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ដែលអាចកម្លាំងភេសជ្ជៈតាម APP Café Amazonផ្ទាល់ នៅក្នុងទូរស័ព្ទរបស់អតិថិជន នៅពេលអតិថិជនកម្លាំងហើយអាចមកយកបានភ្លាមៗដោយមិនមានការរងចាំយូរ។ សព្វថ្ងៃប្រជនមានការរស់នៅនិងការងារ អាជីវកម្ម មិនមានពេលមកទិញដល់ហាងផ្ទាល់ Café Amazon ក៏មានការដឹកជញ្ជូនដែរ នេះជាឱកាសដែលចាប់យកអតិថិជនផងដែរ។ សេដ្ឋកិច្ចមានការកើនឡើង ធ្វើអោយចំណូលរបស់ប្រជាជនម្នាក់ៗក៏មានកើនឡើង ដូច្នេះ គាត់អាច មានលទ្ធភាពចំណាយទៅលើភេសជ្ជៈច្រើនជាងមុន។

៣.៤.៤ ការគំរាមកំហែង

ជាការពិតណាស់ បច្ចុប្បន្នហាងកាហ្វេមានការកើនឡើងគួរអោយកត់សំគាល់ ធ្វើអោយមានការប្រកួតប្រជែងកើនឡើង មានការជណ្តើមអតិថិជន ដូចជាមានការប្រកួតប្រជែងតម្លៃនៅលើទីផ្សារ។ រាល់វត្ថុធាតុដើមទាំងអស់ ត្រូវកម្លាំងពី ប្រទេសថៃ ជាក់ស្តែង សព្វថ្ងៃនេះ មានជំងឺ កូវីត១៩ វាយលុក ទូទៅពិភពលោក ធ្វើអោយព្រំដែននៅប្រទេសកម្ពុជាបានបិទបណ្តោះអាសន្ន ធ្វើអោយវត្ថុធាតុដើមមានការយឺតយ៉ាវ។

- ❖ សរុបមកតាមរយៈ SWOT ខាងលើនេះពិតជាផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ដ៏ធំធេងចំពោះ Café Amazon ដែលអាចធ្វើអោយមានភាពជោគជ័យទៅលើទីផ្សារ ហើយដូចការឆ្លុះបញ្ចាំងខ្លួនឯងហើយគ្មានអ្វីប្រសើរ ជាងការស្គាល់ខ្លួនឯងច្បាស់នោះទេ។ ដូចនេះ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមួយអោយជោគជ័យ វាមិនមែនរឿងងាយស្រួលនោះទេ។ ប៉ុន្តែបើចេះយកចំណុចខ្សោយមក កែប្រែនោះអាជីវកម្មមួយនេះ និងទទួល បានជោគជ័យជាងមុនជាមិនខាន។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន
និងអនុសាសន៍

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ឆ្លងកាត់តាមការសិក្សាអស់រយៈពេល ៤ឆ្នាំ និងតាមការរយៈពេលស្រាវជ្រាវរយៈពេល២ខែចំពោះការសរសេរសារណានេះ យើងបានឃើញថាការសិក្សាការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម គឺពិតជាសំខាន់ណាស់សំរាប់អាជីវករគ្រប់រូប មិនថានៅប្រទេសកម្ពុជា ឬប្រទេសដទៃនោះទេ។ បើយើងប្រៀបធៀបទ្រឹស្តីជាមួយការ អនុវត្តវាមិនដូចគ្នាទេ អ្វីដែលគួរកត់សំគាល់ សម្រាប់ការអនុវត្តផ្ទាល់ មិនមានការស្មុគស្មាញនោះទេ។ ចំពោះការបកស្រាយខាងលើបានធ្វើអោយដឹងថា ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មដោយមានផែនការ និង យុទ្ធសាស្ត្រមួយដែលច្បាស់លាស់ មានចក្ខុវិស័យវែងឆ្ងាយ ទើបអាចឈរជើងលើវិស័យនេះបាន យូរអង្វែង។ ដំណើរការគ្រប់គ្រង អាជីវកម្មដំបូង ដែលទាមទារ ឲ្យមានការយកចិត្តទុកដាក់ ប្រយ័ត្នប្រយែងបំផុត ដែលអាចមានភាពងាយ ស្រួលដល់ការចាប់ផ្តើម អាជីវកម្មប្រកបដោយ ហានិភ័យ ទាប។

ទន្ទឹមនឹងនេះ ទោះបីជាមានគោលការណ៍គ្រប់គ្រងល្អ ក៏ដោយ អាជីវកម្មតែងតែមានការប្រកួតប្រជែងច្រើន វាចាំបាច់អោយអ្នកដឹកនាំត្រូវចេះបទបែនតាមកាលៈទេសៈ។ បច្ចុប្បន្នយើងសង្កេតឃើញថា អាជីវកម្មហាងកាហ្វេការរីកដុះដាលខ្លាំង កត្តាទាំងនេះហើយ ទើបធ្វើអោយមានហាងជាច្រើនបានបិទទ្វារ ដោយសារតែ មិនអាចគ្រប់គ្រងបាន មានដៃគូប្រកួតប្រជែងច្រើន មិនអាចទប់ស្កាត់ហានិភ័យដែលកើតឡើងចំពោះមុខខ្លះបទពិសោធន៍ ទោះបីមានបញ្ហាយ៉ាងណាក៏ត្រូវហ៊ានប្រឈមមុខនិងទទួលយកការពិត អោយអស់ពី លទ្ធភាព ទោះបីហាជយក៏ជាបទពិសោធន៍មួយសំរាប់ថ្ងៃក្រោយ ហើយការហាជយនេះ ដោយសារការដឹកនាំ របស់អ្នកមិនទាន់បានល្អគ្រប់គ្រាន់។ តែបើបានជោគជ័យអ្នកត្រូវស្វែងរកគំនិតថ្មីៗ ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍ខ្លួនឯងអោយបានល្អជាងនេះទៀត ដើម្បីដឹកនាំអាជីវកម្មអោយបានយូរអង្វែង។ អ្នកគ្រប់គ្រងពិតប្រាកដ ត្រូវមានឆន្ទៈខ្ពស់គ្រប់គ្រងរាល់បញ្ហា មានទំនាក់ទំនងល្អ មានចំណេះដឹងក្នុងការគ្រប់គ្រង មានបទពិសោធន៍ខ្លះៗ ចេះបទបែនតាមកាលៈទេសៈ ទាំងនេះហើយជាចំណុចដែលធ្វើអោយមានភាពរឹងមាំ ខ្លាំងខ្លា ក្នុងការ ប្រកប អាជីវកម្ម។

សរុបរួមមក ដើម្បីអាជីវកម្មដំណើរការបានល្អនិង យូរអង្វែង អ្នកដឹកនាំត្រូវមានមូលធន ចំណេះដឹងជំនាញ ទំនួលខុសត្រូវ ភាពបត់បែន ការចេះលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក ហើយអ្នកដឹកនាំមិនគួររំលងដៃគូប្រកួតប្រជែងឡើយ។

អនុសាសន៍

បន្ទប់ពីទទួលបានព័ត៌មានទិន្នន័យផ្សេងៗ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រធានបទស្តីពី ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម របស់ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូននេះ ការវិភាគចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយរបស់ហាងកាហ្វេ និងយោងតាមការ សន្និដ្ឋានខាងលើយើងខ្ញុំបានយល់ឃើញនូវចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនតូច របស់ហាងកាហ្វេ ដែលគួរពិចារណា និង កែលម្អដើម្បីឲ្យហាងកាហ្វេ មានការរីកចម្រើន។ យើងខ្ញុំ សូមការអនុញ្ញាតក្នុងការបញ្ចេញនូវមតិយោបល់ ទ ស្យានៈផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ខ្ញុំដែលបានយល់ឃើញតាមរយៈការឆ្លងកាត់បទពិសោធន៍ពីការសិក្សាស្រាវជ្រាវ អំពីការ គ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម របស់ហាងកាហ្វេអាម៉ាហ្សូន នូវចំណុចគួរពិចារណាមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- Café Amazon គួរធ្វើការផ្សព្វផ្សាយបន្ថែមទៀត ដោយអោយភាពល្បីជ្រាលជ្រៅ ដើម្បីឲ្យមាន អតិថិជនកាន់តែស្គាល់ច្រើនជាងមុនទៀត។
- គួរមានភេសជ្ជៈថ្មីៗ ប្លែកៗ ដែលមានរសជាតិខុសពីហាងដទៃ
- មានប្រមូលសិនពិសេស ដូចជាការបញ្ចុះតម្លៃ ការចាប់រង្វាន់ជាដើម
- ជូនកាលកៀវភ្លេចយកកាបូបលុយមក មានវិធីបង់ប្រាក់ ច្រើន ដូចជាការបង់ប្រាក់តាមAPP ធនាគារ ទូរស័ព្ទ
- ទោះបីមានអតិថិជនការកម្រិតភេសជ្ជៈច្រើនយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ត្រូវពង្រីកនូវសេវាកម្មអោយលឿន ជូនអតិថិជនដែរ
- សំរាប់ផ្នែកធនធានមនុស្ស គួរតែលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកអោយបានច្រើន
- គួរបន្ថែមកន្លែងចំណតអោយបានច្រើន ដោយសារមានអតិថិជនច្រើន ខ្វះទីធ្លាម៉ូតូ និងយានយន្ត។

ឯកសារយោង

- ឯកសារយោងជាភាសាខ្មែរ
 - សៀវភៅ “គោលការណ៍នៃការគ្រប់គ្រង” រៀបរៀងដោយ លោកសាស្ត្រចារ្យ ទិត ឡាមីន
 - សៀវភៅ “សេដ្ឋកិច្ចសហគ្រាស” រៀបរៀងដោយ លោកសាស្ត្រចារ្យ ស សុភាព
 - សៀវភៅ “ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស”

- ឯកសារយោងជាភាសាបរទេស
 - Frederick W. Taylor (1865-1915)
 - <https://hbr.org/1976/01/management-strategies-for-small-companies>
 - <https://searchcio.techtarget.com/definition/strategic-management>

အပူပူ

ឧបសម្ព័ន្ធ



ឧបសម្ព័ន្ធទី១ ៖ ផ្លាកសញ្ញាហាង កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន



ឧបសម្ព័ន្ធទី២ ៖ រូបភាពខាងក្រៅហាង កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខាទួលទំពូង



ឧបសម្ព័ន្ធទី៣ ៖ រូបភាពខាងក្នុងហាង ការហូរអាម៉ាហ្សូន សាខាទូលទំពូង



ឧបសម្ព័ន្ធទី៤ ៖ រូបភាពបុគ្គលិករបស់ ហាង កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខាទួលទំពូង



ឧបសម្ព័ន្ធទី៥ ៖ រូបភាពអ្នកគ្រប់គ្រង របស់ ហាង កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន សាខាទួលទំពូង

លោក សាន ករុណា ឈរនៅកណ្តាលដែលជាម្ចាស់ហាងផ្ទាល់

COFFEE កាហ្វេ				TEA ទឹក			
	ក្ដៅ HOT	ថ្ងាត់ ICED	ថ្ងាត់ FRAPPE		ក្ដៅ HOT	ថ្ងាត់ ICED	ថ្ងាត់ FRAPPE
មេឡូតូបកាហ្វេ ESPRESSO	\$1.25	\$1.75	\$2.00	ទឹក	\$1.20	-	-
អាម៉ាហ្សូន AMAZON	\$1.60	\$2.15	\$2.30	ទឹកប្រភេទទឹកដោះដោយ GREEN TEA WITH MILK	\$1.60	\$1.75	\$2.00
អាម៉ាហ្សូនឌីបឡិណ AMAZON EXTRA	-	\$2.30	-	ទឹកទឹកដោះដោយ TEA WITH MILK	\$1.50	\$1.75	\$2.00
កាហ្វេខ្មៅ BLACK COFFEE	\$1.25	\$1.75	-	ទឹកស្រស់ប្រេង LEMON TEA	-	\$1.75	-
កាហ្វេខ្មៅទឹកប្រេង MONEY BLACK COFFEE	-	\$2.15	-	ទឹកខ្មៅប្រេង BLACK TEA	-	\$1.50	-
កាហ្វេស៊ីណូ CAFFEOCCINO	\$1.60	\$2.00	\$2.30	កែវប្រេងទឹកប្រេងទឹកប្រេងទឹកប្រេង GREEN TEA MONEY LIME WITH JELLY	-	\$2.00	-
ឡាតេអាម៉ាហ្សូន LATTE AMAZON	\$1.75	\$2.15	\$2.30	JUICE & SMOOTHIES			
ប្រេងឡាតេ FRESH LATTE Light	-	\$2.15	-	ទឹកស្រស់ / ស្រូតឆី			
ម៉ូកា MOCHA	\$1.75	\$2.30	\$2.50				
ម៉ាស៊ីនកាហ្វេ WHITE CHOC MACCHIATO	\$2.00	\$2.15	\$2.50	ទឹកស្រស់ LYCHEE JUICE			
MILK/CHOCOLATE				ប្រេងប្រេង STRAWBERRY SMOOTHIES			
	ក្ដៅ HOT	ថ្ងាត់ ICED	ថ្ងាត់ FRAPPE	ប្រេងប្រេង BLUEBERRY SMOOTHIES			
ទឹកដោះដោយ FRESH MILK	\$1.25	\$1.60	\$1.75				
ឡាតេ CHOCOLATE	\$1.50	\$1.75	\$2.00	ADDITIONAL ការបន្ថែម			
				កាហ្វេបន្ថែម EXTRA SHOT			\$0.40

ឧបសម្ព័ន្ធទី៦ ៖ មីនុយ និងតំលៃ របស់ ហាង កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន



ឧបសម្ព័ន្ធទី៧ ៖ ប្រភេទភោគជ្ជៈ របស់ ហាង កាហ្វេអាម៉ាហ្សូន

ក្រុមសំណួរទៅលើអតិថិជនរបស់ Café Amazon

1. ភេទ

a. ប្រុស

b. ស្រី

c. ផ្សេងៗ

2. អាយុ

a. 16-35ឆ្នាំ

b. 36-49ឆ្នាំ

c. 50-58ឆ្នាំ

3. តើអ្នកស្គាល់កាហ្វេ អាម៉ាហ្សូនតាមរយៈអ្វី?

a. មិត្តភក្តិ

b. បណ្តាញសង្គម

c. ដំណើរតាមផ្លូវ

4. តើអ្នកពេញចិត្តសំណើនៅកាហ្វេនៅ Café Amazon ដែររឺទេ?

a. មិនពេញចិត្ត

b. ពេញចិត្ត

c. ទទួលយកបាន

5. តើអ្នកពេញចិត្តសេវាកម្មនៅកាហ្វេនៅ Café Amazon ដែររឺទេ?

a. មិនពេញចិត្ត

b. ពេញចិត្ត

6. តើអ្នកពេញចិត្តតំលៃនៅកាហ្វេនៅ Café Amazon ដែររឺទេ?

a. មិនពេញចិត្ត

b. ពេញចិត្ត

c. ទទួលយកបាន