

របៀបចាប់ផ្តើម A អាជីវកម្ម

មគ្គុទ្ទេសក៍សម្រាប់សហគ្រិនហូរកិហូរ



Small Business
Development Center
UNIVERSITY OF GEORGIA

www.georgiasbdc.org/AANHPI

ជំពូកទី មួយ៖ ភាពជាសហគ្រិន 1
 មុនពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម
 ស្វ័យវាយតម្លៃ
 សេចក្តីរំពឹងទុករបស់សហគ្រិន

ជំពូកទី ពីរ៖ លទ្ធភាពទីផ្សារ..... 9
 ប្រភេទនៃការស្រាវជ្រាវ
 ទីផ្សារគោលដៅ
 ការវិភាគការប្រកួតប្រជែង និងឧស្សាហកម្ម
 ការកំណត់ទីតាំងផលិតផល
 ការព្យាករណ៍ការលក់
 យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ
 ទំនាក់ទំនងទីផ្សារ
 ល្បាយទីផ្សារ

ជំពូកទី បី៖ លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ..... 27
 ការប៉ាន់ស្មានថ្លៃចំណាយការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់អ្នក
 ការបង្កើតការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ
 ការវាយតម្លៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

ជំពូកទី បួន៖ ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម 47
 ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

ជំពូកទី ប្រាំ៖ ការទទួលបានឥណទានសម្រាប់អាជីវកម្មថ្មីរបស់អ្នក..... 61
 លក្ខណៈ/ប្រវត្តិឥណទាន
 សមត្ថភាព/លំហូរសាច់
 ប្រាក់
 មូលធន/ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ
 វត្ថុបញ្ចាំ
 លក្ខខណ្ឌ
 ប្រភេទ និងការប្រើប្រាស់ឥណទាន
 រដ្ឋបាលអាជីវកម្មខ្នាតតូចរបស់សហរដ្ឋអាមេរិក
 បញ្ជីតម្រូវការឯកសារ
 ជំនួយ

ជំពូកទី ប្រាំមួយ៖ បញ្ហាផ្នែកច្បាប់ និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ 73
 ការជ្រើសរើសទម្រង់អាជីវកម្មស្របច្បាប់
 បញ្ហាអនុលោមភាព
 ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ និងការធានារ៉ាប់រង

ជំពូកទី ប្រាំពីរ៖ ការរក្សារបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ 93
 ហេតុអ្វីត្រូវរក្សាទុករបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ?
 ការជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រគណនេយ្យ
 បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុកកំណត់ត្រា
 ការពិចារណាបញ្ហាបន្ថែម

ជំពូកទី ប្រាំបី៖ ជោគជ័យអាជីវកម្មថ្មី 115
 ការធ្វើទីផ្សារ និងទំនាក់ទំនងសារធារណៈ:
 ប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ និងអ៊ីនធឺណិត
 សេវាអតិថិជន
 ការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់
 ការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក
 ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ
 ការសន្និដ្ឋាន

ជំពូកទី ប្រាំបួន៖ ធនធាន..... 121
 ឧបសម្ព័ន្ធ..... 125

ជំពូកទី មួយ៖
ភាពជាសហគ្រិន

ជំពូកទី ១៖ ភាពជាសហគ្រិន

មុនពេលចាប់ផ្តើម ការអាជីវកម្ម

ការសម្រេចចិត្តថាតើត្រូវចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មីឬអត់ អាចជាការសម្រេចចិត្តដ៏លំបាកបំផុត មួយដែលមនុស្សម្នាក់ប្រឈមមុខក្នុងជីវិត។ ផលវិបាកគឺរីករាលដាល ផលប៉ះពាល់ស៊ីជម្រៅ ហើយមិនអាចវាស់វែងពីការប្តេជ្ញាចិត្តតាមតម្រូវការបាន។

មនុស្សទាំងអស់មកដល់ផ្លូវបំបែកនេះពីចំណុចផ្សេងៗ។ មនុស្សមួយចំនួនហាក់ដូចជា <<កើតមកជាសហគ្រិន>>។ មនុស្សទាំងនេះគឺជាអ្នកដែលនៅក្មេងធ្វើអាជីវកម្មលក់ក្រូចឆ្មារ ដឹកកាសែត ជួយមើលទារកអ្នកជិតខាង ឬកាត់ស្បែកជិតខាង។

បំណងប្រាថ្នាចង់ធ្វើជាចៅកែខ្លួនឯង ឬគ្រប់គ្រងជោគវាសនាខ្លួនឯងហាក់ដូចជាស្ថិតក្នុងឈាមរបស់ពួកគេ ហើយគ្មាននរណាម្នាក់ភ្ញាក់ភ្លើលទេនៅពេលដែលពួកគេឈប់រៀនពីមហាវិទ្យាល័យ ដោយសារតែអាជីវកម្មមួយផ្នែករបស់ពួកគេមានភាពរីកចម្រើនខ្លាំង។

អ្នកផ្សេងទៀតមកដល់ផ្លូវបំបែក តិចជាងការជ្រើសរើសរបស់ពួកគេផ្ទាល់។ ស្ថានភាពការងារដែលមានស្រាប់អាចក្លាយទៅមិនអាចទ្រាំបាន ឬនិយោជកអាចនឹងកំពុងបន្ថយទំហំ រៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធឡើងវិញ ឬ កំពុងដាំក្បាលចុះប៉ុណ្ណោះ។ ក៏មានសហគ្រិនឈាមថ្មីដែលហៅថា សហគ្រិនកែប្រែរបៀបរស់នៅផ្ទាល់ខ្លួន។ សហគ្រិនកែប្រែរបៀបរស់នៅផ្ទាល់ខ្លួន អាចរាប់បញ្ចូលអ្នកចូលនិវត្តន៍មុនអាយុ ឬអ្នកផ្សេងទៀតដែលមានគោលបំណងលើកកម្ពស់សប្បុរសធម៌ ឬបុគ្គលខ្លាំងខ្លាដោយយល់ឃើញថាសហគ្រិន ជាយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការទទួលបានគោលដៅសន្លឹកសន្លាប់។

ដូច្នេះពេលវេលាបានមកដល់ហើយ។ ការសម្រេចចិត្តត្រូវតែធ្វើឡើង៖ ចាប់ផ្តើមឡើងវិញនៅក្នុងការប្រណាំងបែបសត្វកណ្តុរ ឬទុកវាមិនធ្វើដោយខ្លួនឯង។ វាជាជម្រើសដ៏លំបាក ប៉ុន្តែមនុស្សជាច្រើនប្រឈមមុខនឹងជម្រើសទាំងនេះជារៀងរាល់ថ្ងៃ។

នៅក្នុងផ្នែកដំបូងនៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ បញ្ហាជាច្រើននឹងត្រូវបានបង្ហាញ ហើយវានឹងជួយក្នុងដំណើរការធ្វើការសម្រេចចិត្តដ៏សំខាន់នេះ។

អ្នកដែលបញ្ចប់ការវាយតម្លៃដំបូងនេះនឹងកាន់តែមានទំនុកចិត្តលើការសម្រេចចិត្តចុងក្រោយរបស់ខ្លួន ។ ភាពជាសហគ្រិនមិនមែនសម្រាប់មនុស្សគ្រប់គ្នានោះទេ។ ភាពជោគជ័យមិនត្រឹមតែអាស្រ័យលើមហិច្ឆិតា និងមធ្យោបាយផ្ទាល់ខ្លួនប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏អាស្រ័យលើកត្តាខាងក្រៅលើសពីការគ្រប់គ្រងរបស់មនុស្សផងដែរ។ ដូច្នេះ ការវិភាគហ្មត់ចត់អំពីកត្តាផ្ទៃក្នុង និងជួយកាត់បន្ថយហានិភ័យកើតចំពោះការសម្រេចចិត្តនេះ។ កត្តាខាងក្នុងទាំងនេះ (ភាពខ្លាំង និងភាពខ្សោយផ្ទាល់ខ្លួន) អាចបន្ទាប់មកប្រៀបធៀបទៅនឹងសេចក្តីរំពឹងទុកធម្មតារបស់សហគ្រិនដែលបង្ខំឱ្យសម្រេចចិត្តថា ទៅ /មិនទៅ។ ប្រសិនបើសម្រេចចិត្តថា ទៅ ជំហានបន្ទាប់គឺពិនិត្យមើលលទ្ធភាពនៃអាជីវកម្មដែល បានស្នើឡើង។ ការកំណត់លទ្ធភាពអាជីវកម្ម គឺផ្អែកលើថាតើអាជីវកម្មអាចសម្រេចតាមគោលដៅវេយៈពេលខ្លី និងវេយៈពេលវែងរបស់សហគ្រិនឬអត់។

ស្វ័យវាយតម្លៃ

ការវាយតម្លៃសមត្ថភាពប្រកបដោយភាពស្មោះត្រង់ និងអាកប្បកិរិយានឹងជួយកំណត់ថា តើភាពជាសហគ្រិនសមស្របក្នុងការបន្តអាជីពឬអត់។ ពេលខ្លះហានិភ័យសំខាន់ជាងរង្វាន់មែនទែន ហើយវាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងសេចក្តីសម្រេចចុងក្រោយនេះ មុនពេលដកសាច់ប្រាក់ក្នុង 401k រំលាយមូលនិធិមហាវិទ្យាល័យរបស់កូនៗ ឬបង្កើនកាតព្វកិច្ចមួយចំនួន។ ខាងក្រោមនេះជា កម្រងសំណួរពីប្រភពផ្សេងៗ ដែលសក្តិសមនឹងការពិចារណាយ៉ាងហ្មត់ចត់។

មិនមានចម្លើយត្រឹមត្រូវ ឬខុស និងគ្មានពិន្ទុ។ តម្រូវការតែមួយគត់ គឺភាពស្មោះត្រង់ដែលកើតចេញពីតុល្យភាពនៃការគិតបែបទូរជីខល និងអារម្មណ៍ដាច់ស្រឡះ។ ការកត់ត្រាការឆ្លើយតបត្រូវបានណែនាំ ដើម្បីប្រៀបធៀបការឆ្លុះបញ្ចាំងផ្ទាល់ខ្លួននេះទៅនឹងសេចក្តីរំពឹងទុករបស់សហគ្រិន។

ស្វ័យវាយតម្លៃ

សំណួរដែលត្រូវឆ្លើយមុនពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម

- តើអ្នកក្លាហានដែរឬទេ?
- តើអ្នកមានទំនោរក្នុងការទទួលយកហានិភ័យដែលបានប៉ាន់ស្មានដែរឬទេ?
- តើអ្នកមានការលើកទឹកចិត្តខ្លួនឯងដែរឬទេ? តើអ្នកមានទំនុកចិត្តលើខ្លួនឯងដែរឬទេ?
- តើអ្នកមានមុខក្រាស់ដែរឬទេ? តើអ្នកអាចទទួលយកដំបូន្មានពីអ្នកដទៃបានដែរឬទេ?
- តើអ្នករីករាយនឹងការប្រកួតប្រជែងដែរឬទេ?
- តើអ្នកគ្រប់គ្រងលុយបានល្អប៉ុណ្ណា?
- តើអ្នកអាចរៀបចំផែនការបានដែរឬទេ? តើអ្នកអនុវត្តផែនការរបស់អ្នកដែរឬទេ?
- តើអ្នកធ្វើដូច្នោះទាន់ពេលដែរឬទេ?
- តើអ្នកធ្វើការសម្រេចចិត្តបានល្អប៉ុណ្ណា? តើអ្នកចូលចិត្តធ្វើជាអ្នកទទួលខុសត្រូវដែរឬទេ?
- តើអ្នកមានបទពិសោធន៍ផ្នែកឧស្សាហកម្មដែលពាក់ព័ន្ធ
ឬជំនាញដែលអាចធ្វើបានដែរឬទេ?
- តើអ្នកនឹងវាយតម្លៃជំនាញផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកក្នុងផ្នែកដូចខាងក្រោមយ៉ាងដូចម្តេច៖ បទ
បង្ហាញផ្ទាល់មាត់? ការទំនាក់ទំនងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ? ជំនាញកុំព្យូទ័រ? ការងារសម្រង់អត្ថបទ
និងកម្មវិធីដែលពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត? ជំនាញគ្រប់គ្រងស្ថាប័ន?
- តើអ្នកនឹងវាយតម្លៃជំនាញអាជីវកម្មរបស់អ្នកដោយរបៀបណាក្នុងផ្នែកខាងក្រោម៖
ការលក់ និងទិផ្សារ? ផែនការហិរញ្ញវត្ថុ? គណនេយ្យ? រដ្ឋបាល? បុគ្គលិក? ការគ្រប់គ្រងទូទៅ?
- តើអ្នកចង់សម្រេចបានអ្វីខ្លះតាមរយៈការធ្វើជាម្ចាស់អាជីវកម្ម?
- តើគោលដៅផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកគឺជាអ្វី? គោលដៅហិរញ្ញវត្ថុ? គោលដៅសេវាកម្ម?
- តើអ្នកសម្របខ្លួនទៅនឹងការផ្លាស់ប្តូរលក្ខខណ្ឌបានល្អប៉ុណ្ណា?
- តើអ្នកចង់ធ្វើការច្រើនម៉ោងរយៈពេលប្រាំមួយទៅប្រាំពីរថ្ងៃក្នុងមួយសប្តាហ៍ ហើយអាចជា
ថ្ងៃឈប់សម្រាកដែរឬទេ?
- តើអ្នកមានការគាំទ្រផ្លូវចិត្ត និងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុតាមគ្រឹះស្ថានដែលបានពីគ្រួសារអ្នកក្នុងការខិតខំនេះ
ដែរឬទេ? តើអ្នកចង់បន្ថយកម្រិតជីវភាពរស់នៅរបស់អ្នកច្រើនខែ ឬច្រើនឆ្នាំដែរឬទេ?
តើអ្នកត្រៀមខ្លួនដើម្បីបាត់បង់ប្រាក់សន្សំដែរឬទេ?
- តើអ្នកមានការស្ម័គ្រចិត្តខាងរាងកាយ ដើម្បីគ្រប់គ្រងការធ្វើជាម្ចាស់ និងបើកអាជីវកម្មថ្មី
ដែរឬទេ?
- តើអ្នកមានកម្លាំងចិត្តក្នុងការដោះស្រាយភាពតានតឹង ក្នុងការធ្វើជាម្ចាស់និងបើកអាជីវកម្ម
ថ្មីដែរឬទេ? តើអ្នកអាចស្ងៀមស្ងៀមបានដែរឬទេ? តើអ្នកមានឆន្ទៈ និងស្វ័យវិន័យដែរឬទេ?
- តើអ្នកធ្វើការបានល្អតែម្នាក់ឯងបានដែរឬទេ?
- តើអ្នកធ្វើការជាមួយ និងគ្រប់គ្រងអ្នកដទៃបានល្អប៉ុណ្ណា?
- តើអ្នកមានសមត្ថភាពក្នុងការបង្កើតវិធីថ្មី និងច្នៃប្រឌិតក្នុងការធ្វើអ្វីៗដែរឬទេ?

ស្វ័យវាយតម្លៃ

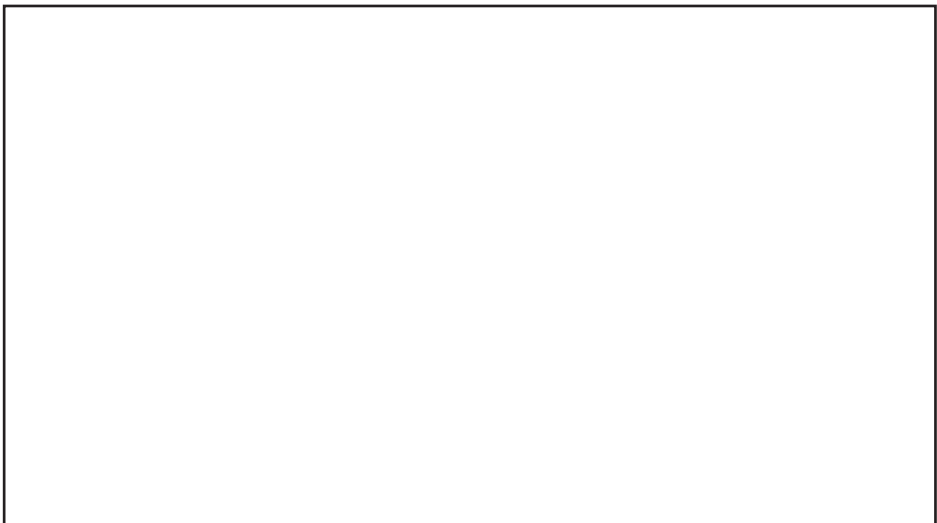
សំណួរដែលត្រូវឆ្លើយមុនពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម
(ត)

- តើអ្នកអាចប្រើបរាជ័យ និងឧបសគ្គក្នុងន័យស្ថាបនាដោយប្រែក្លាយវាទៅជាមេរៀនដ៏មានប្រយោជន៍សម្រាប់អនាគតដែរឬទេ?

BizMove.com
គឺជាធនធានឥតគិតថ្លៃគ្រប់គ្រងជ្រោយសម្រាប់ឧបករណ៍គ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម។

សេចក្តីរំពឹងទុកសហគ្រិន

ការស្រាវជ្រាវដែលអាចពិចារណាបាន ត្រូវបានធ្វើឡើងដើម្បីកំណត់បុគ្គលិកលក្ខណៈរបស់សហគ្រិន។ ប្រវត្តិគ្រួសារដែលមានភាពជាសហគ្រិន ការទទួលបានការអប់រំ ទំនោរសម្រាប់ការទទួលយកហានិភ័យ និងសុទិដ្ឋិនិយម គឺជាលក្ខណៈមួយចំនួនដែលត្រូវបានពិនិត្យ។ ខណៈពេលដែលមានទំនោរផ្លូវកណ្តាលមួយចំនួន វាហាក់ដូចជាមិនមានរូបមន្តជាក់លាក់សម្រាប់ភាពជោគជ័យនោះទេ។ ហើយតាមពិតទៅ អ្នកជំនាញពាណិជ្ជកម្មជាច្រើនឯកភាពថា ពេលខ្លះវាត្រូវការសំណាងបន្តិច ដើម្បីជំរុញឱ្យមានភាពជោគជ័យ។ បញ្ជីខាងក្រោមបង្ហាញពីចំណុចមួយចំនួនដែលត្រូវពិចារណា។ វាជារឿងសំខាន់ដែលត្រូវចងចាំថា ការមានលក្ខណៈទាំងអស់នេះ មិនធានាដល់ការបណ្តាក់ទុនអាជីវកម្មដែលទទួលបានជោគជ័យនោះទេ ហើយគ្មានលក្ខណៈពិសេសមួយឬពីរ ក៏បង្ហាញពីការបរាជ័យមួយចំនួនផងដែរ។ មានវិធីជាច្រើនដើម្បីលើកឡើងពីចំណុចខ្សោយរបស់ខ្លួន ដែលនឹងត្រូវពិភាក្សានៅពេលក្រោយ។



**សេចក្តីរំពឹងទុក
សហគ្រិន**

នៅពេលប្រៀបធៀបការវាយតម្លៃផ្ទៃក្នុងទៅនឹងការរំពឹងទុករបស់សហគ្រិន គំរូមួយចំនួនចាប់ផ្តើមបង្កើតឡើង។ ការសម្រេចចិត្ត អាចនឹងមិនបង្ហាញទាំងស្រុងនៅពេលដំបូង។ កត្តាផ្សេងទៀតដែលមិនរាប់បញ្ចូលនៅទីនេះ អាចមានឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្ត ទៅ/មិនទៅ ហើយ គួរតែត្រូវបានពិចារណាផងដែរ។ ជាមួយគ្នានេះ អ្នកគួរតែពិនិត្យមើលស្ថានភាពពីភាគីទាំងពីរ៖ តើអ្នកមានជំនាញ លក្ខណៈពិសេស និងទ្រព្យសម្បត្តិដើម្បីធ្វើជាម្ចាស់ និងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មដែរឬទេ? ហើយតើគំនិតអាជីវកម្មផ្តល់ប្រយោជន៍ដល់សមត្ថភាព និង មហិច្ឆតារបស់អ្នកដែរឬទេ? ដូចគ្នានឹងបំណែកនៃល្បែងផ្គុំរូបដែរ លក្ខណៈរបស់ម្ចាស់សក្តានុពល និងកត្តាជោគជ័យសំខាន់ៗនៃអាជីវកម្មគួរតែភ្ជាប់គ្នាបានយ៉ាងល្អ។ ចូរយកចំណុចទាំងអស់នេះមកគិត នៅពេលធ្វើការសម្រេចចិត្តចុងក្រោយរបស់អ្នក។

នៅក្នុងសៀវភៅរបស់គាត់ *ជំនឿសហគ្រិនបានទស្សនាឡើងវិញ (E-Myth Revisited)* ហេតុអ្វីបានជាអាជីវកម្មខ្នាតតូចភាគច្រើនមិនដំណើរការ និងអ្វីដែលត្រូវធ្វើចំពោះវា អ្នកនិពន្ធ មីឆែល ហ្គ័រហើ ពិពណ៌នាអំពីម្ចាស់អាជីវកម្មចុងក្រោយថាជា «បុគ្គលិកលក្ខណៈ» បីផ្សេងគ្នា៖ សហគ្រិន អ្នកគ្រប់គ្រង និងអ្នកបច្ចេកទេស។ សហគ្រិនជាអ្នកមានចក្ខុវិស័យ អ្នកគ្រប់គ្រងជាអ្នករៀបចំប្រព័ន្ធ ហើយអ្នកបច្ចេកទេសជាអ្នកធ្វើ។ ហ្គ័រហើ អះអាងថា ម្ចាស់អាជីវកម្មច្រើនគឺជាអ្នកបច្ចេកទេសដែលខកចិត្ត ដែលចូលចិត្តអ្វីដែលពួកគេធ្វើ និងពូកែក្នុងអ្វីដែលពួកគេធ្វើ ប៉ុន្តែមិនចង់ធ្វើវាសម្រាប់អ្នកដទៃឡើយ។ ជាអកុសល បើគ្មានបុគ្គលិកលក្ខណៈផ្សេងទៀតទេ អ្នកបច្ចេកទេសកាន់តែតានតឹងខ្លាំងឡើង ព្រោះការមានអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួនគឺច្រើនជាងការធ្វើការ នៅក្នុងអាជីវកម្ម - វាមានន័យថាការធ្វើការ នៅក្នុងអាជីវកម្មដូច្នោះដែរ។ អ្នកគ្រប់គ្រងគឺត្រូវការជាចាំបាច់ដើម្បីបង្កើតសណ្តាប់ធ្នាប់ ហើយសហគ្រិនគឺត្រូវការដើម្បីរក្សាអាជីវកម្មប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត។ ប្រសិនបើអ្នកនៅតែមិនច្បាស់ថាតើភាពជាម្ចាស់អាជីវកម្មគឺជាការសម្រេចចិត្តត្រឹមត្រូវឬអត់នោះ ការអានសៀវភៅនេះភ្លាមៗអាចមានប្រយោជន៍សម្រាប់អ្នក។

ប្រសិនបើមានគម្លាតខ្លះរវាងលក្ខណៈបុគ្គល និងការរំពឹងទុកនោះ ម្ចាស់អាជីវកម្មដែលមានសក្តានុពលគួរចាត់វិធានការដើម្បីបង្រួមគម្លាតទាំងនេះ។ ដំណោះស្រាយមួយដែលអាចធ្វើទៅបានគឺត្រូវប្រើជំនាញរបស់មនុស្សម្នាក់ទៀត។ ចូលរួមកម្លាំងជាមួយដៃគូ ឬជួលមនុស្សដើម្បីគ្រប់គ្រងទំនួលខុសត្រូវមួយចំនួន។ មុខងារជួលប្រភពខាងក្រៅមួយចំនួនដូចជា ប្រាក់បៀវត្សរ៍ សេវាថែទាំកុំព្យូទ័រ ការប្រមូល និងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអាចជាជម្រើសដែលអាចសម្រេចបាន។ ជាការពិតណាស់ នៅចំណុចខ្លះស្ទើរតែគ្រប់អាជីវកម្មទាំងអស់ត្រូវតែស្វែងរកដំបូន្មានពីគណនេយ្យករ និងមេធាវី (ទោះបីជាសហគ្រិនខ្លះមានកំហុសក្នុងការហៅអ្នកជំនាញទាំងនេះញឹកញាប់ពេកក្នុងដំណាក់កាលចាប់ ផ្តើម ដោយហេតុនេះធ្វើឱ្យការចំណាយអាជីវកម្មដំបូងកើនឡើង)។ ដំណោះស្រាយមួយទៀតគឺការ ទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីថ្នាក់អប់រំអាជីវកម្ម និងសម្ភារៈបណ្តុះបណ្តាលដែលមានមូលដ្ឋានលើការ បោះពុម្ពនិងវិបសាយថ្មីជាច្រើន។ UGA SBDC ផ្តល់ជូននូវថ្នាក់បណ្តុះបណ្តាលអាជីវកម្មរាប់រយដែលគ្របដណ្តប់លើគោលការណ៍គណនេយ្យ ទិដ្ឋភាពលើថវិកាស្តុតស្តើង និងរបៀបជួល និងបណ្តេញបុគ្គលិក ដើម្បីតែងតាំងអ្នកមួយចំនួន។ ថ្នាក់ទាំងនេះមានតម្លៃសមរម្យ ហើយអាចរៀបចំសហគ្រិនឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើងសម្រាប់បញ្ហាប្រឈមភាពជាម្ចាស់អាជីវកម្មនាពេល ខាងមុខ។

អាជីវកម្ម

នៅពេលអ្នកបានកំណត់ថាអ្នកមានអ្វីដើម្បីធ្វើជាម្ចាស់ និងដំណើរការអាជីវកម្មថ្មី
អ្នកត្រូវតែពិនិត្យមើលអាជីវកម្មខ្លួនឯង។ តើអ្នកកំពុងស្វែងរកគោលដៅជាក់លាក់អ្វីខ្លះ?
តើការបណ្តាក់ទុនអាជីវកម្មនេះអាចឱ្យអ្នកទៅដល់ពួកគេដែរឬទេ? ម្យ៉ាងវិញទៀត
ហេតុអ្វីបានជាគំនិតអាជីវកម្មនេះស្ថិតនៅក្រោមការពិចារណា ហើយតើអ្នកសង្ឃឹមថានឹងទទួលបានអ្វីខ្លះពីវា?
កិត្តិសាម? ចំនួនលុយដីច្រើន? សុភមង្គល? ទាំងអស់ខាងលើនេះ?

តាមរយៈការកំណត់គោលដៅរយៈពេលខ្លី និងវែងដ៏ទូលំទូលាយមួយចំនួនសម្រាប់អាជីវកម្ម អ្នក
អាចចាប់ផ្តើមពិបាកក្នុងការវិភាគគំនិតអាជីវកម្ម។ គោលដៅទាំងនេះគួរតែមានភាពប្រាកដនិយម
និងអាចវាស់វែងបានក្នុងរយៈពេលជាក់លាក់ណាមួយ។ អ្នកជំនាញតែងតែណែនាំថា
គោលដៅរយៈពេលខ្លីមានប្រយោជន៍សម្រាប់ហេតុផលផ្លូវចិត្ត
ដោយសារតែប្រាក់ចំណូលជាធម្មតាត្រូវការខិតខំប្រឹងប្រែងតិច និងប្រាក់ចំណេញពីប្រាក់ចំណូលតិច។
ឧទាហរណ៍មួយចំនួនអំពីគោលដៅរយៈពេលខ្លីអាចមានការទទួលបានសិទ្ធិ ឬអាជ្ញាប័ណ្ណត្រឹមត្រូវ
ការទិញឧបករណ៍ ឬសារពើភ័ណ្ណ និងការចុះឈ្មោះដូម៉ែន។

គោលដៅអាជីវកម្មរយៈពេលវែងអាចរាប់បញ្ចូលទាំងកម្រិតប្រាក់ចំណូល ឬប្រាក់ចំណេញ
ការទទួលស្គាល់ជាអ្នកដឹកនាំឧស្សាហកម្ម និងការលក់អាជីវកម្មជាមួយថាហេតុ។
គោលដៅផ្ទាល់ខ្លួនរយៈពេលវែងអាចរួមបញ្ចូលការកំណត់ពេលវេលាបត់បែន ការអភិវឌ្ឍន៍វិជ្ជាជីវៈ
និងការផ្តល់ឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់គ្រួសាររបស់មនុស្សម្នាក់។
គោលដៅទាំងនេះបង្កើតជាប្លុកកសាងផែនការអាជីវកម្មដែលនឹងគូសវាសរចនាសម្ព័ន្ធ
និងប្រតិបត្តិការរបស់អាជីវកម្ម។

ចាំថាមានគោលដៅទាំងនេះ មនុស្សម្នាក់អាចសិក្សាអំពីលទ្ធភាពនៃគំនិតអាជីវកម្មបាន។ មានធាតុផ្សំសំខាន់ពីរ៖
លទ្ធភាពទីផ្សារ និងហិរញ្ញវត្ថុ។ លទ្ធភាពទីផ្សារ កំណត់ថាតើមានតម្រូវការគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ផលិតផល
ឬសេវាកម្មរបស់អ្នកឬអត់។ តើវាជាគំនិតល្អដែរឬទេ? នៅពេលនេះ? នៅកន្លែងនេះ? សម្រាប់តម្លៃនេះ?
លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុកំណត់ថាតើមានសក្តានុពលចំណេញឬអត់ជាមួយនឹងគំនិតអាជីវកម្មនេះ។
តើការលក់តាមការគ្រោងទុក នឹងគ្របដណ្តប់លើការចំណាយ ដូចដែលបានគ្រោងទុករបស់អ្នកដែរឬទេ? ហើយ
បើដូច្នោះ តើពេលណា? តើកម្រិតចំណេញនេះនឹងគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់អ្នកធ្វើការចិញ្ចឹមជីវិតដែរឬទេ?

ក្នុងករណីខ្លះ នឹងមានធាតុផ្សំទីបីនៅក្នុងការសិក្សាលទ្ធភាព៖ លទ្ធភាពបច្ចេកទេស។ សម្រាប់ផលិតផល
និងសេវាកម្មថ្មី នេះគឺជាជំហានដ៏សំខាន់មួយ។ តើ <<ធាតុក្រាហ្វិក>>
អាចត្រូវបានផលិតជាមួយនឹងលក្ខណៈពិសេសថ្មី និងពិសេសមួយចំនួនដែលអ្នកប្រើប្រាស់ចង់បានដែរឬទេ?
តើស្តុកមាននៅក្នុងកន្លែងដើម្បីផ្តល់ប្រព័ន្ធបញ្ជាតាមរូបមែនទេ? តើបាតង
ឬពាណិជ្ជសញ្ញាត្រូវបានអនុវត្តដែរឬទេ?

ជំពូកពីរនេះ នឹងបង្ហាញពីរបៀបដើម្បីកំណត់លទ្ធភាពទីផ្សារ និងហិរញ្ញវត្ថុ។
នៅពេលអ្នកបង្កើតលទ្ធភាពចំពោះគំនិតអាជីវកម្ម
អ្នកអាចរៀបចំផែនការអាជីវកម្មដោយប្រើគោលដៅដូចបានពិភាក្សាខាងលើ
និងព័ត៌មានដែលប្រមូលបាននៅក្នុងការវាយតម្លៃលទ្ធភាព។
ផែនការអាជីវកម្មត្រូវបានសំដៅជាញឹកញាប់ថាជាប្លង់មេសម្រាប់ណែនាំសកម្មភាពនៃអាជីវកម្ម។
ផែនការទាំងនេះក៏ជាតម្រូវការសម្រាប់ប្រភពមូលនិធិបន្ថែមស្ទើរតែទាំងអស់។

អាជីវកម្ម

បន្ទាប់ពីជំពូកស្តីពីការកំណត់លទ្ធភាពនិងការអភិវឌ្ឍន៍ផែនការអាជីវកម្ម
គឺជាជំពូកដែលពិភាក្សាអំពីការចុះបញ្ជីគណនេយ្យបញ្ហាច្បាប់និងការធានារ៉ាប់រង
និងការពិចារណាលើការគ្រប់គ្រងរយៈពេលវែង។

ទោះបីជាសៀវភៅនេះរៀបរាប់អំពីគោលការណ៍ជាមូលដ្ឋានស្តីពីភាពជាសហគ្រិនក្តី
ក៏មានធនធានបន្ថែមជាច្រើនជាការបោះពុម្ព និងនៅលើអនឡាញដែលត្រូវបានរាយក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ។
ជំបូន្មាន និងជំនួយស៊ីជម្រៅអាចរកបានតាមរយៈUGA SBDC ។
សូមចូលទស្សនាវិបសាយមើលបន្ថែមតាម www.sbdc.uga.edu ដើម្បីមើលកាលបរិច្ឆេទ
និងទីតាំងសម្រាប់ឱកាសបណ្តុះបណ្តាល
ឬទាក់ទងអ្នកប្រឹក្សាអាជីវកម្មរបស់យើងសម្រាប់ការណែនាំជាក់លាក់។

ជំពូកទី ៧៖
លទ្ធភាពនិរន្តរ

ជំពូកទី ២៖ លទ្ធភាពទីផ្សារ

ប្រភេទនៃ ការស្រាវជ្រាវ

ការធ្វើតេស្តចំនួនបីទៅលើលទ្ធភាពអាជីវកម្មថ្មី (ទីផ្សារ ហិរញ្ញវត្ថុ និងបច្ចេកទេស) លទ្ធភាពទីផ្សារ ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការធ្វើតេស្តដ៏សំខាន់បំផុត។ បើគ្មានតម្រូវការទីផ្សារ នោះគ្មាន ចំណុច ណាមួយក្នុងការវាយតម្លៃលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ ឬបច្ចេកទេសនោះទេ។ ប្រសិនបើមានទីផ្សារពេញលេញដោយបរិមាណច្រើន នោះលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងលទ្ធភាពបច្ចេកទេសចាំបាច់ត្រូវពិនិត្យយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្ន ដើម្បីកំណត់ថាទីផ្សារនេះ អាចទទួលបានផលចំណេញដែរឬទេ។ មានសំណួរសំខាន់ៗចំនួនបី ចម្លើយដើម្បីធ្វើការកំណត់លទ្ធភាពទីផ្សារ៖

- តើអ្នកណាបង្កើតទីផ្សារគោលដៅ ហើយតើអតិថិជនសក្តានុពលមានទំហំប៉ុណ្ណា?
- តើនរណាជាដៃគូប្រកួតប្រជែង ហើយតើផលិតផល/សេវាកម្មរបស់អ្នកប្រៀបធៀបទៅនឹងពួកគេយ៉ាងដូចម្តេច?
- តើអ្នកអាចរំពឹងថានឹងចាប់យកទីផ្សារបានប៉ុន្មាន?

តាមរយៈការស្រាវជ្រាវទីផ្សារគោលដៅ ការវិភាគការប្រកួតប្រជែង និងការកំណត់ទីតាំងផលិតផលដែលសមស្រប អ្នកនឹងមានផ្លូវល្អក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ។ ព័ត៌មានទាំងអស់នេះ នឹងជួយអ្នកធ្វើការប៉ាន់ប្រមាណការលក់ដែលមានសក្តានុពលសម្រាប់អាជីវកម្មថ្មីរបស់អ្នក។ តួលេខលក់ដែលមានសក្តានុពលនឹងត្រូវបានប្រើក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុតាមការព្យាករណ៍របស់អ្នក។

ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារបន្ទាប់បន្សំ

ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារបន្ទាប់បន្សំអាចមានប្រយោជន៍នៅពេលវិភាគបញ្ហា ឬប្រធានបទទូលំទូលាយ។ ការិយាល័យជំរឿនសហរដ្ឋអាមេរិក ជាប្រភពដ៏ពេញនិយមបំផុតមួយសម្រាប់ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ។ ការសិក្សាស្រាវជ្រាវទីផ្សារបន្ទាប់បន្សំ និងការបោះពុម្ពផ្សាយជាច្រើនមានតាមរយៈអ៊ិនធឺណិត។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ ថតឯកសារ និងលិខិតប្រកាសចំនួនមាននៅក្នុងការបោះពុម្ពតែប៉ុណ្ណោះ ហើយអាចរកបាននៅបណ្ណាល័យសាធារណៈភាគច្រើន។ នៅក្នុងជំពូកនេះក៏មានតារាងណែនាំចំនួនពីរ បង្ហាញពីប្រភពព័ត៌មានបន្ទាប់បន្សំ សម្រាប់ទម្រង់ព័ត៌មានឧស្សាហកម្ម និងក្រុមហ៊ុនជាក់លាក់ (ដៃគូប្រកួតប្រជែង)។

ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដំបូង

ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដំបូង ត្រូវបានធ្វើដោយមានគោលបំណងជាក់លាក់។ ទិន្នន័យទាំងនេះត្រូវបានប្រមូលដោយនរណាម្នាក់ដែលជួលឱ្យប្រមូលព័ត៌មាន ឬដោយអ្នក។ ការប្រមូលទិន្នន័យដំបូងអាចមានលក្ខណៈផ្លូវការដូចជាការស្នង់មតិតាមសំបុត្រប្រៃសណីយ៍ ការសម្ភាសន៍តាមទូរសព្ទ ឬក្រុមផ្តោត ឬក្រៅផ្លូវការដូចជាការសង្កេតដោយផ្ទាល់នូវទម្រង់ទិញទំនិញ និងគំរូចំណាយ។ ឧទាហរណ៍មួយចំនួនបង្ហាញពីសកម្មភាពស្រាវជ្រាវដំបូងមាន៖

- សម្លឹងមើលការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់អ្នកប្រកួតប្រជែង ដើម្បីមើលថាតើហាងមួយណាកំពុងគិតប្រាក់សម្រាប់ផលិតផល
- ការសង្កេតស្លាកអាជ្ញាប័ណ្ណរបស់រថយន្តនៅក្នុងចំណតរបស់ការប្រកួតប្រជែង (ដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណពីតំបន់ដែលអតិថិជនកំពុងមក)
- សម្ភាសន៍ម្ចាស់អាជីវកម្មដែលដំណើរការហាងស្រដៀងគ្នា
- វិធីសាស្ត្រម៉ាយស្ទើវី ស៊ីបភីង (ចូលទៅក្នុងគ្រឹះស្ថានលក់រាយជាអតិថិជនដើម្បីរៀនឱ្យបានច្រើនតាមដែលអាចធ្វើទៅបានអំពីអាជីវកម្ម)

ការស្ទង់មតិ

ប្រសិនបើតម្រូវឱ្យមានការស្ទង់មតិត្រូវ នោះអ្នកត្រូវតែសម្រេចចិត្តនូវអ្វីដែលអ្នកត្រូវដឹង អ្នកណាគួរត្រូវបានស្ទង់មតិ តើមានមនុស្សប៉ុន្មាននាក់ដែលត្រូវស្ទង់មតិ និងវិធីល្អបំផុតដើម្បីទៅដល់អ្នកចូលរួមគោលដៅរបស់អ្នក។ កម្រងសំណួរគួរតែគ្របដណ្តប់លើចំណាប់អារម្មណ៍ និងតម្រូវការសម្រាប់ផលិតផល ឬសេវាកម្ម។ ព័ត៌មានប្រជាសាស្ត្រ និងរបៀបរស់នៅអំពីអតិថិជនអនាគត។ វិធីល្អបំផុតដើម្បីទៅដល់ទីផ្សារគោលដៅនៅពេលផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម។ កន្លែងដែលអតិថិជនទិញឬទិញពីអ្នកណា និងតម្លៃដែលអាចទទួលយកបានសម្រាប់ផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលបានស្នើរបស់អ្នក។ វិធីសាស្ត្រដែលអាចធ្វើទៅបានក្នុងការធ្វើការស្ទង់មតិរួមមាន សំបុត្រប្រៃសណីយ៍ផ្ទាល់។ ការសម្ភាសន៍តាមទូរសព្ទ សម្ភាសន៍ផ្ទាល់ខ្លួននៅមជ្ឈមណ្ឌលផ្សារទំនើប ព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្ម និងព្រឹត្តិការណ៍សហគមន៍។ សម្ភាសន៍ជាមួយក្រុមដូចជាក្លឹប និងស្ថាប័នក្នុងស្រុក។ និងការស្ទង់មតិក្រៅផ្លូវការនៅលើ Facebook, Twitter ឬបណ្តាញសង្គមផ្សេងទៀត។

មើលលទ្ធផលស្តីពីការស្ទង់មតិប្រកបដោយគោលបំណងដើម្បីកំណត់ដំណើរការសកម្មភាព។ ជំនួយជាមួយនឹងការបង្កើតការស្ទង់មតិ ការគ្រប់គ្រង និងការវាយការណ៍គឺអាចរកបានពី UGA SBDC ។ (ចំណាំ៖ ថ្លៃសេវាអនុវត្តសម្រាប់ការចំណាយក្រៅហោប៉ៅទាំងអស់។) ការស្ទង់មតិលទ្ធភាពគំរូមាននៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ។

ក្រុមពិភាក្សា

ក្រុមពិភាក្សា អាចមានប្រយោជន៍នៅពេលដែលមនុស្សម្នាក់ត្រូវការព័ត៌មានគុណភាព។ វិធីសាស្ត្រនេះមានប្រយោជន៍ជាពិសេសក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផល ឬសេវាកម្មថ្មី។ ឧទាហរណ៍ ការបញ្ចូលសក្តានុពលរបស់អតិថិជនអាចជួយក្នុងដំណើរការបង្កើត (សារៈសំខាន់នៃគុណលក្ខណៈផ្សេងៗ) កំណត់អត្ថប្រយោជន៍ដែលអតិថិជនយល់ឃើញ និងកំណត់តម្លៃដែលអាចទទួលយកបានសម្រាប់លក្ខណៈពិសេសផលិតផលផ្សេងៗ (អត្ថប្រយោជន៍អតិថិជន)។ ក្រុមពិភាក្សាជាទូទៅមានពី ៨ ទៅ ១២ នាក់ រួមជាមួយអ្នកសម្របសម្រួលមានការបណ្តុះបណ្តាល។ វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការដឹកនាំក្រុមពិភាក្សាច្រើនជាងមួយ ដើម្បីជៀសវាងការគិតជាក្រុម ដែលអាចកើតមានឡើង ប្រសិនបើមនុស្សម្នាក់ ឬពីរនាក់គ្រប់គ្រងការពិភាក្សារហូតដល់ចំណុចដែលអ្នកចូលរួមផ្សេងទៀតគ្រាន់តែធ្វើតាមការដឹកនាំរបស់ពួកគេ។ មានកន្លែងក្រុមពិភាក្សាជាច្រើននៅអង្គភាព និងនៅតំបន់ទីប្រជុំជនភាគច្រើនផ្សេងទៀតនៅហ្សកហ្សី។ កន្លែងទាំងនេះនឹងជ្រើសរើសអ្នកចូលរួម ហើយជារឿយៗផ្តល់អ្នកសម្របសម្រួល ដែលនឹងសរសេររបាយការណ៍សង្ខេបពីរបកគំហើញក្នុងការពិភាក្សា។ ការសម្របសម្រួល និងសេវាកម្មសរសេររបាយការណ៍គឺមានផងដែរតាមរយៈផ្នែកស្រាវជ្រាវអនុវត្ត UGA SBDC ។ (ចំណាំ៖ ថ្លៃសេវាប្រើសម្រាប់ការចំណាយក្រៅហោប៉ៅទាំងអស់។)

ជាញឹកញយ

ម្ចាស់អាជីវកម្មដែលមានសក្តានុពលមានការងឿងឆ្ងល់យ៉ាងខ្លាំងជាមួយនឹងគំនិតរបស់ពួកគេសម្រាប់អាជីវកម្មថ្មី នៅពេលសួរថាតើនរណាជាអតិថិជនសក្តានុពលរបស់ពួកគេ ពួកគេនិយាយថា «អ្នកគ្រប់គ្នា!» នៅពេលដែលអ្នកមានអ្វីដែលអ្នកជឿថាជាផលិតផល ឬសេវាកម្មដ៏អស្ចារ្យ វាងាយស្រួលក្នុងការធ្លាក់ចូលទៅក្នុងអន្ទាក់នៃសេចក្តីសន្មត់ថាមនុស្សគ្រប់គ្នានឹងចង់ក្លាយជាអតិថិជន។ អាកប្បកិរិយានេះអាចនាំឱ្យមាន ការអនុវត្តថ្លៃដើម និងគ្មានប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងការធ្វើទីផ្សារទៅកាន់មនុស្សឱ្យបានច្រើនតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន (shotgun marketing)៖ ការព្យាយាមឈានទៅដល់ និងលក់ទៅឱ្យមនុស្សគ្រប់រូបដោយប្រើយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារទូទៅ រីករាលដាល និងគ្មានការអនុវត្តន៍លិចនិចជំនួយធ្វើផ្សារ។ ជាឧទាហរណ៍ អ្នកឯកទេសផ្នែកចោះរាងកាយទំនងជាមិនជោគជ័យទេ ប្រសិនបើគាត់សន្មត់ថាមនុស្សគ្រប់គ្នាចង់បានការចោះរាងកាយ ហើយផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតែនៅក្នុងកាសែតក្នុងស្រុកដែលជាធម្មតាអានដោយរយកណ្តាលដល់មនុស្សចាស់។

**ប្រភេទនៃ
ការស្រាវជ្រាវ**

**ទីផ្សារ
គោលដៅ**

ជំពូកទី ២៖ លទ្ធភាពទីផ្សារ

**ទីផ្សារ
គោលដៅ**

គេមិនអាចសន្មត់ថាអាជីវកម្មមួយ និងជោគជ័យដោយមិនកំណត់ថាអ្នកណាជាទីផ្សារគោលដៅ ហើយថាទីផ្សារនេះមានទំហំគ្រប់គ្រាន់ឬអត់ ដើម្បីបង្កើតការលក់តាមតម្រូវការដើម្បីទ្រទ្រង់អាជីវកម្ម។ វានឹងក្លាយជាការខ្លះខ្លាយពេលវេលា និងលុយកាក់ ដោយគ្រាន់តែសន្មត់ថាមានទីផ្សារដ៏ធំ និងអន្លះអន្លែងសម្រាប់អាជីវកម្ម ហើយបន្ទាប់មកព្យាយាមធ្វើទីផ្សារផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នកដល់មនុស្សគ្រប់គ្នា។

ការកំណត់ថាទីផ្សារគ្រប់គ្រាន់ឬអត់សម្រាប់អាជីវកម្មថ្មីរបស់អ្នក និងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ច្រើនបំផុតពីការខិតខំប្រឹងប្រែងទីផ្សាររបស់អ្នក ទាមទារការបែងចែកទីផ្សាររបស់អ្នកទិញសក្តានុពល។ មានវិធីសាស្ត្រជាច្រើននៅក្នុងការបែងចែកដែលត្រូវជ្រើសរើស ហើយជម្រើសអាចប្រែប្រួលទៅតាមផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលកំពុងលក់ និងថាទីផ្សារគ្រប់គ្រាន់ជាអ្នកប្រើប្រាស់ជាបុគ្គល ឬអាជីវកម្មផ្សេងទៀត (ការលក់ «អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម» អក្សរកាត់ «B2B»)។ វិធីសាស្ត្រទូទៅបំផុតគឺផ្អែកលើអាកប្បកិរិយាការទិញរបស់អតិថិជន ឬការប្រើប្រាស់ផលិតផល។ ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដំបូងមួយចំនួននឹងជួយសហគ្រិនណាម្នាក់កំណត់ថាទីផ្សារណាដែលមានឥទ្ធិពលបំផុត លើអាកប្បកិរិយានៃការទិញ និង/ឬការប្រើប្រាស់ផលិតផល ហើយនឹងបំផុតផ្នែកណាដែលរកបានច្រើនបំផុតសម្រាប់អាជីវកម្មជាក់លាក់មួយ។

ទីផ្សារអ្នកប្រើប្រាស់		ទីផ្សារអាជីវកម្ម	
អថេរការបែងចែក	ឧទាហរណ៍...	អថេរការបែងចែក	ឧទាហរណ៍...
ភូមិសាស្ត្រ	-តំបន់ -ទីក្រុង/ជនបទ -អាកាសធាតុ	ភូមិសាស្ត្រ	-ទឹកដីធ្វើការលក់
ប្រជាសាស្ត្រ	-អាយុ -ភេទ -វដ្តជីវិតគ្រួសារ -ប្រាក់ចំណូល -មុខរបរ	ប្រជាសាស្ត្រ	-ចំនួនបុគ្គលិក -ចំណូល -ឧស្សាហកម្ម
ចិត្តសាស្ត្រ	-តម្លៃ -ឥរិយាបថ -របៀបរស់នៅ -មតិយោបល់ -បុគ្គលិកលក្ខណៈ	បុគ្គលិក	-នាយកដ្ឋាន -អ្នកដឹកនាំមតិ -អ្នកធ្វើការសម្រេចចិត្ត
ឥរិយាបថ	- ភាពញឹកញាប់នៃការប្រើប្រាស់ -ភាពញឹកញាប់នៃការទិញ -វិធីសាស្ត្រប្រើប្រាស់ -វិធីសាស្ត្រទិញ -ភាពស្មោះត្រង់នឹងម៉ាក -ភាពរស់រវើកនឹងតម្លៃ - អត្ថប្រយោជន៍ដែលបានស្វែងរក -ឱកាសទិញ	ឥរិយាបថ	- ភាពញឹកញាប់នៃការប្រើប្រាស់ -ភាពញឹកញាប់នៃការទិញ -វិធីសាស្ត្រប្រើប្រាស់ -វិធីសាស្ត្រទិញ - ភាពស្មោះត្រង់របស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ -ភាពរស់រវើកនឹងតម្លៃ - អត្ថប្រយោជន៍ដែលបានស្វែងរក -ឱកាសទិញ

**ទីផ្សារ
គោលដៅ**

ឧទាហរណ៍ គោលដៅនីយដ្ឋានអាចជ្រើសរើសយុទ្ធសាស្ត្របែងចែកណាមួយខាងក្រោម
ដើម្បីកំណត់ទីផ្សារគោលដៅរបស់ខ្លួន៖

- ប្រជាសាស្ត្រ៖** នៅលីវ / គ្រួសារវ័យក្មេង / គ្មានជម្រក / ចាស់ទុំ
អ្នកប្រើប្រាស់
- ចិត្តសាស្ត្រ៖** អ្នកកំណត់និន្នាការដែលស្វែងរកបរិយាកាស / សុខភាពជាក់លាក់
មានស្មារតីដែលស្វែងរកការផ្តល់អាហារូបត្ថម្ភ / ថវិកាតាមចិត្តដែលចង់បានតម្លៃល្អ /
មនុស្សនៅពេលធ្វើដំណើរដែលផ្តោតលើភាពងាយស្រួល
- អាកប្បកិរិយា៖** ម៉ោងអាហារ / អ្នកឧបត្ថម្ភញឹកញាប់/ផ្នែកលើសកម្មភាព (បន្ទាប់ពី
រោងមហោស្រព មុនហ្គេម នៅតាមផ្លូវទៅឆ្នេរ។ល។) / ឱកាសពិសេស (ខួបកំណើត ថ្ងៃខួប
ការងូតទឹកផ្កាឈូក ពិធីជប់លៀងចុងឆ្នាំ ថ្ងៃឈប់សម្រាក ។ល។)

នៅពេលដែលទីផ្សារគោលដៅត្រូវបានកំណត់ សហគ្រិនអាចចាប់ផ្តើមពិនិត្យមើលការប្រកួតប្រជែង
ដើម្បីមើលពីរបៀបដែលអាជីវកម្មផ្សេងទៀតទាក់ទាញអតិថិជន និងដើម្បីមើលថាតើមានចន្លោះប្រហោង
ឬចំណុចពិសេសណាមួយនៅក្នុងទីផ្សារដែលផលិតផល ឬសេវាកម្មអ្វីអាចទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។
ប្រសិនបើគ្មានចន្លោះប្រហោងដែលអាចសម្រេចបានទេនោះ
យុទ្ធសាស្ត្រការបែងចែកគួរតែត្រូវបានវាយតម្លៃឡើងវិញ
ដើម្បីមើលប្រសិនបើមានឱកាសផ្សេងទៀតតាមរយៈទីផ្សារគោលដៅផ្សេងទៀត។

ការព្រមានចំនួនបីគួរតែត្រូវបានពិចារណានៅពេលធ្វើការវិភាគផ្នែកទីផ្សារ៖

- ទីផ្សារគឺថាមន្ត ដូច្នេះ ផ្នែកដែលអាចដំណើរការបាននៅថ្ងៃនេះអាចនឹងមិនដំណើរការនៅឆ្នាំក្រោយ
(ឬខែក្រោយអាស្រ័យលើកាលៈទេសៈជាក់លាក់)។
សារៈសំខាន់នៃការតាមដាននិន្នាការរបស់អតិថិជនមិនអាចនិយាយបំផ្លើសបានទេ។
- ទីផ្សារដែលមិនមានការបែងចែកគឺស្ទើរតែមានគ្រោះថ្នាក់ដូចវិធីសាស្ត្រទីផ្សារធំ។
គោលបំណងនៅក្នុងការកំណត់ទីផ្សារគោលដៅគឺដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាព
ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកខកខានទាំងស្រុង នោះការសន្សំណាមួយដោយសារប្រសិទ្ធភាពនឹងត្រូវបាត់បង់។
- កុំដាក់ពងរបស់អ្នកទាំងអស់ក្នុងកន្ត្រកតែមួយ។ ប្រសិនបើទីផ្សារគោលដៅមួយមានភាពជួរចត់
ទីផ្សារគោលដៅបន្ទាប់បន្សំបន្ថែមគួរតែត្រូវបានបន្ត។

នៅពេលដែលម្ចាស់អាជីវកម្មច្នី ចាប់ផ្តើមមើលឃើញពីសារៈសំខាន់នៃព័ត៌មានទីផ្សារប្រជាសាស្ត្រ និងផ្លូវចិត្ត
មនុស្សជាច្រើនឆ្ងល់ថា «តើខ្ញុំអាចដឹងរឿងទាំងនេះអំពីអតិថិជនសក្តានុពលរបស់ខ្ញុំដោយរបៀបណា?»
ភាគច្រើននៃព័ត៌មាននេះអាចទទួលបានតាមរយៈការពិនិត្យមើលសម្ភារៈស្រាវជ្រាវដែលមានស្រាប់
(ការស្រាវជ្រាវបន្ទាប់បន្សំ) ឬដោយការធ្វើការស្ទង់មតិ (ការស្រាវជ្រាវដំបូង)។
វិធីសាស្ត្រទាំងពីរនៅក្នុងការទទួលបានព័ត៌មានគួរតែត្រូវបានរុករក។

**ទីផ្សារ
គោលដៅ**

បន្ទាប់ពីកំណត់ទីផ្សារគោលដៅរបស់អ្នក ទំហំរបស់វា និងលក្ខណៈរបស់វា អ្នកគួរតែវិភាគការប្រកួតប្រជែងដើម្បីកំណត់ថា តើ អ្នកអាចរំពឹងថានឹងចាប់យកចំណែកធំគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ទីផ្សារ ដើម្បីធ្វើឱ្យអាជីវកម្មថ្មីរបស់អ្នកទទួលបានជោគជ័យ។ ព័ត៌មានរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែងគួរតែជួយបែងចែកអាជីវកម្មរបស់អ្នកពីការប្រកួតប្រជែង ពោលគឺតើអាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងកាន់តំណែងអ្វីនៅក្នុងទីផ្សារធៀបនឹងអ្នកផ្តល់សេវាផ្សេងទៀត។

**ការវិភាគ
ការប្រកួតប្រជែង
និងឧស្សាហកម្ម**

ការប្រកួតប្រជែង
វាមានគ្រោះថ្នាក់ក្នុងការសន្មត់ថាមិនមានការប្រកួតប្រជែង។
ខណៈពេលដែលការស្រាវជ្រាវទីតាំងដែលបានគ្រោងទុក អាចបង្ហាញថាមិនមានអាជីវកម្មផ្សេងទៀតដូចរបស់អ្នកទេ អតិថិជនសក្តានុពលរបស់អ្នកមិនមានជម្រើសនោះទេ។ ការពិតនេះមិនមានន័យថា

វិធីសាស្ត្រដ៏ល្អបំផុតចំពោះការវិភាគប្រកួតប្រជែងគឺត្រូវសួរថា «តើអ្វីជាជម្រើសរបស់អតិថិជនក្នុងការទិញពីខ្ញុំ?» វិធីសាស្ត្រនេះបង្ហាញថាអតិថិជនគោលដៅ ការចង់បាន និងធនធានជំនួសរបស់ពួកគេត្រូវបានគេស្គាល់។ បន្ទាប់មកអ្នកអាចរៀបចំផែនការរបៀបបញ្ចុះបញ្ចូលអតិថិជនសក្តានុពលឱ្យទិញពីអ្នកជំនួសឱ្យការប្រកួតប្រជែង។

ឧទាហរណ៍មួយនេះ លើកឡើងពីមនុស្សម្នាក់ដែលសម្រេចចិត្តបើកហាងឯកទេសលក់កាប៉េអ៊ីតាលី ព្រោះគ្មាន អ្នកណាម្នាក់នៅក្នុងតំបន់លក់ផលិតផលនេះទេ។ ប្រសិនបើសហគ្រិនសន្មត់ថាគម្លាតនេះនៅក្នុងទីផ្សារមានន័យថាមិនមានការប្រកួតប្រជែង នោះសហគ្រិនមិនអើពើនឹងការពិតដែលថាអតិថិជនសក្តានុពលមានជម្រើសផ្សេងទៀត (ដៃគូប្រកួតប្រជែងដោយផ្ទាល់ធៀបនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែងដោយប្រយោល)។ អតិថិជនមិនស្វែងរកកាប៉េអ៊ីតាលីទេ អតិថិជនកំពុងស្វែងរកចំណីគ្រជាក់ មានរសជាតិឆ្ងាញ់ តម្លៃសមរម្យ។ ម្ចាស់អាជីវកម្មត្រូវតែបញ្ចុះបញ្ចូលអតិថិជនអនាគត ឱ្យទិញកាប៉េអ៊ីតាលីជាជាងជ្រើសរើសជម្រើសដូចជា កាប៉េ កាប៉េមចង្កាក់ ទឹកកកឈូស ឬទិញចំណីគ្រជាក់ពីហាងលក់គ្រឿងទេស។ ការគិតពីការប្រកួតប្រជែងតាមរបៀបនេះ គួសបញ្ជាក់អំពីសារៈសំខាន់សម្រាប់ការធ្វើការវាយតម្លៃមួយចំនួននៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងមុននឹងសម្រេចចិត្តពីរបៀបធ្វើទីផ្សារ និងភាពខុសគ្នានៃផលិតផល។ ការពង្រីកអ៊ិនធឺណិតយ៉ាងឆាប់រហ័ស ដោយប្រើពាក្យគន្លឹះដើម្បីស្វែងរកប្រកួតប្រជែងដ៏មានសក្តានុពល គឺជាការចាប់ផ្តើមដ៏ល្អក្នុងការស្វែងរកថាតើគូប្រជែងដែលល្បីល្បាញបំផុត ឬស្គាល់បច្ចេកវិទ្យារបស់អ្នកជានរណា។

នៅពេលដែលជម្រើសរបស់អតិថិជនត្រូវបានកំណត់យ៉ាងពេញលេញ ការវាយតម្លៃការប្រកួតប្រជែងអាចមានលក្ខណៈសាមញ្ញដូចជាការទិញទំនិញមានការប្រកួតប្រជែង (ម៉ាយស្ទ៊ីវី ស៊ីបភីង)។ ទិដ្ឋភាពស្តីពីការប្រកួតប្រជែងដែលត្រូវសង្កេត — ដូចជាគុណភាពផលិតផល ភាពខុសគ្នានៃផលិតផល ម៉ោងនៃប្រតិបត្តិការ តម្លៃ ការបង្ហាញការផ្សព្វផ្សាយ គោលនយោបាយហាង សេវាកម្មអតិថិជន ចំនួន និងប្រភេទបុគ្គលិក — គួរតែត្រូវបានកំណត់មុនពេលការចូលមើល និង/ឬ ការហៅទូរសព្ទ។ ការប្រកួតប្រជែងគួរតែត្រូវបានគេសង្កេតឃើញតាមរយៈការចូលមើលជាច្រើនដង ដើម្បីកំណត់ពីរបៀប និងពេលវេលាដែលការផ្លាស់ប្តូរត្រូវបានធ្វើឡើង។ ការសង្កេតមើលការផ្លាស់ប្តូរចរាចរក្នុងហាងក្នុងអំឡុងពេលថ្ងៃ ពីមួយថ្ងៃទៅមួយថ្ងៃ និងសូម្បីតែមួយខែទៅមួយខែគឺជារឿងសំខាន់។ វាអាចមានប្រយោជន៍ក្នុងការបង្កើតទម្រង់ស្តង់ដារ និងសុំឱ្យមិត្តភក្តិ និងសាច់ញាតិដែលគួរឱ្យទុកចិត្ត ដើម្បីជួយក្នុងការទៅជួប។ ប្រភេទម៉ាយស្ទ៊ីវី ស៊ីបភីងទាំងនេះ ក៏ដូចជាជំនួយជាមួយនឹងការប្រមូលទិន្នន័យ និងការវិភាគប្រភេទនេះអាចរកបានពី UGA SBDC ។

**ការវិភាគ
ការប្រកួតប្រជែងនិង
ឧស្សាហកម្ម**

ការទទួលបានព័ត៌មានអំពី «ការប្រកួតប្រជែង»	
សកម្មភាព (របៀបធ្វើវា)	មធ្យោបាយ
<p>កំណត់អត្តសញ្ញាណអាជីវកម្មដែលលក់ផលិតផល/សេវាកម្មស្រដៀងនឹងអ្វីដែលអ្នកចង់ផ្តល់៖</p> <p>ប្រើកម្មវិធីផែនទីតាមអ៊ីនធឺណិត ឬថតឯកសារ</p>	<p>www.google.com/maps គឺជាឧបករណ៍រហ័ស និងងាយស្រួលដើម្បីកំណត់ទីតាំងគ្រប់ដងនៅជិតទីតាំងគោលដៅរបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើបើកភោជនីយដ្ឋាន អ្នកអាចកំណត់ទីតាំងគោលដៅរបស់អ្នក រួចស្វែងរក «ភោជនីយដ្ឋាននៅជិតខ្ញុំ»។ បន្ទាប់មក អ្នកអាចរំកិលចេញឆ្ងាយពីទីតាំងរបស់អ្នកគ្រប់ទិសទី ដើម្បីឃើញសារព័ត៌មាននៃភោជនីយដ្ឋាន «នៅជិតអ្នក»។</p>
<p>កំណត់ទំហំក្រុមហ៊ុន និង បរិមាណលក់របស់ពួកគេ៖</p> <p>តើការលក់ប៉ាន់ស្មានគឺជាអ្វី? តើអាជីវកម្មនេះមានរូបសាយចម្រើនដែរឬទេ? តើអាជីវកម្មមានបុគ្គលិកប៉ុន្មាននាក់? តើអាជីវកម្មមានរយៈពេលប៉ុន្មាន? តើអ្នកណាជាម្ចាស់/អ្នកគ្រប់គ្រង?</p>	<p>ការិយាល័យ UGA SBDC ក្នុងតំបន់របស់អ្នកមានសិទ្ធិចូលទៅកាន់មូលដ្ឋានទិន្នន័យ Refere USA។ មូលដ្ឋានទិន្នន័យស្តីពីអាជីវកម្មនៅសហរដ្ឋអាមេរិកនេះត្រូវបានធ្វើប្រជាប្រចាំត្រីមាស មានការលក់ប្រចាំឆ្នាំដែលបានប៉ាន់ស្មាន ចំនួនបុគ្គលិកដែលអាជីវកម្មបានចាប់ផ្តើម ក៏ដូចជាព័ត៌មានទំនាក់ទំនង (អ្នកប្រមូលស្តី អាសយដ្ឋាន និងលេខទូរសព្ទ)។ បណ្តាល័យក្នុងស្រុកជាម្ចាស់ផ្តល់សិទ្ធិចូលប្រើមូលដ្ឋានទិន្នន័យនេះផងដែរសម្រាប់អ្នកកាន់បណ្តុបណ្តាល័យ។</p> <p>របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ និងរបាយការណ៍ 5K ពីក្រុមហ៊ុនដែលបានជួញដូរសាធារណៈមាននៅបណ្តាល័យសាធារណៈ និងសាកលវិទ្យាល័យភាគច្រើន។</p>
<p>កំណត់លក្ខណៈផលិតផល/សេវាកម្មរបស់ពួកគេ៖</p> <p>ទស្សនាអាជីវកម្មរបស់អ្នកប្រកួតប្រជែង ហើយមើលជុំវិញ។ តើផលិតផលអ្វីខ្លះដែលពួកគេផ្តល់ជូន?</p>	<p>សង្កេតមើលអាជីវកម្ម។ តើផលិតផលអ្វីខ្លះដែលពួកគេផ្តល់ជូន? តើអ្វីដែលមានដំណើរការល្អក្នុងអាជីវកម្ម និងអ្វីដែលត្រូវកែលម្អ? ហេតុអ្វីបានជាមនុស្សទិញពីពួកគេ?</p>
<p>វិភាគទីតាំងរបស់ពួកគេ ធ្វើ «ការស្ទង់មតិក្រៅផ្លូវការ»។ ទទួលបានចំនួនចរាចរណ៍។</p>	<p>បើកទូរស័ព្ទកាត់មុខជំនួញ។ តើអ្វីជាចំណាប់អារម្មណ៍ដំបូងរបស់អ្នក? តើមានអ្វីនៅខាងក្រៅអាជីវកម្មដែលនឹងទាក់ទាញអតិថិជន? តើអ្វីទៅជា «ភាពទាក់ទាញមើលពីផ្លូវ» នៃអាជីវកម្មនេះ? តើអាជីវកម្មស្ថិតនៅលើផ្លូវធំមែនទេ? តើលំហូរចរាចរណ៍នៅទីតាំងនេះមានអ្វីខ្លះ? តើមានកន្លែងចតរថយន្តគ្រប់គ្រាន់ដែរឬទេ?</p> <p>នាយកដ្ឋានដឹកជញ្ជូនហ្សកហ្សីមានធនធានអនឡាញ http://geocounts.com/gdot/ ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកស្វែងរកចំនួនចរាចរណ៍នៅជិតអាសយដ្ឋាន និងផ្លូវប្រសព្វ។ ការិយាល័យ UGA SBDC ក្នុងតំបន់របស់អ្នកក៏មានសិទ្ធិចូលប្រើ esri ដែលជាមូលដ្ឋានទិន្នន័យដែលអាចផ្តល់ការវាស់ចំនួនចរាចរណ៍ក្នុងរង្វង់ដូចបានបញ្ជាក់អំពីទីតាំងគោលដៅរបស់អ្នក។</p>
<p>កំណត់ភាពប្រកួតប្រជែងសម្រាប់តម្លៃរបស់ពួកគេ៖</p> <p>ទូរសព្ទ ឬចូលទៅកាន់អាជីវកម្មដើម្បីសាកសួរពីតម្លៃសម្រាប់ផលិតផលជាក់លាក់។</p>	<p>បន្ទាប់ពីកំណត់អត្តសញ្ញាណដៃគូប្រកួតប្រជែង មនុស្សម្នាក់អាចប្រៀបធៀបតម្លៃសម្រាប់ផលិតផល/សេវាកម្មជាក់លាក់។ តើតម្លៃហាក់ដូចជាសមហេតុផលសម្រាប់គុណភាព និងសេវាកម្មដែលផ្តល់ឱ្យដែរឬទេ?</p>

**ការវិភាគ
ការប្រកួតប្រជែង
និងឧស្សាហកម្ម**

ការទទួលបានព័ត៌មានអំពី «ការប្រកួតប្រជែង» (ត)	
សកម្មភាព (របៀបធ្វើវា)	មធ្យោបាយ
<p>កំណត់កេរ្តិ៍ឈ្មោះ/រូបភាពរបស់ពួកគេ៖</p> <p>មើលការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម មុខហាង ឡូហ្គោ ខិត្តប័ណ្ណ កញ្ចប់លក់ សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន រ៉ូបសាយថ្មី ។ល។</p>	<p>ការវិភាគផ្ទៃក្នុង៖ តើគម្រោងក្រុមហ៊ុននេះមានរូបភាពអ្វីខ្លះ? តើក្រុមហ៊ុននេះមានការព្រួយបារម្ភអំពីគុណភាព និងសេវាកម្មដែរឬទេ?</p> <p>តើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មបង្ហាញចំណាប់អារម្មណ៍អ្វីខ្លះអំពីអាជីវកម្ម? តើមនុស្សពណ៌នាក្រុមហ៊ុននេះដោយរបៀបណា?</p>
<p>វាយតម្លៃយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ៖</p> <p>ដោយផ្អែកលើព័ត៌មានទាំងអស់ដែលបានប្រមូល កំណត់នូវអ្វីដែលហាក់ដូចជាគោលដៅចុងក្រោយរបស់អ្នកប្រកួតប្រជែងនីមួយៗ។ តើទីតាំងទីផ្សារអ្វីដែលពួកគេកំពុងស្វែងរក ហើយពួកគេបានជោគជ័យ?</p>	<p>សំយោគទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំដែលប្រមូលបាន; ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារបឋមអាចជួយកំណត់ឥរិយាបថការទិញ និងអត្ថប្រយោជន៍ដែលផ្តល់ដោយក្រុមហ៊ុនផ្សេងៗ។</p>

ការវាយតម្លៃការប្រកួតប្រជែងគួរតែបង្ហាញពីភាពខ្លាំង និងភាពខ្សោយអំពីការប្រកួតប្រជែងទាក់ទងនឹងការចង់បាន និងតម្រូវការនៃទីផ្សារគោលដៅរបស់អ្នក។ ការរៀនពីចំណុចខ្លាំងស្តីពីការប្រកួតប្រជែងអាចជួយអ្នកឱ្យប្រសើរឡើងនូវផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នក យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់អ្នក និងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មទាំងមូលរបស់អ្នក។ ចំណុចខ្សោយនៃការប្រកួតប្រជែងអាចជាឱកាសសម្រាប់ភាពខុសគ្នា។ យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយអាចត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីបង្ហាញពីភាពខុសគ្នានៃអាជីវកម្មរបស់អ្នកពីការប្រកួតប្រជែង ប៉ុន្តែត្រូវប្រាកដថាភាពខុសគ្នាគឺពាក់ព័ន្ធនឹងទីផ្សារគោលដៅរបស់អ្នក។

ជាឧទាហរណ៍ នរណាម្នាក់ដែលគ្រោងនឹងបើកមជ្ឈមណ្ឌលថែទាំពេលថ្ងៃអាចរកឃើញថាគ្មានមជ្ឈមណ្ឌលណាដែលនៅក្បែរនោះផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូនសម្រាប់ការថែទាំក្រោយសាលានោះទេ។ ប្រហែលជាមានឪពុកម្តាយនៅក្នុងតំបន់ដែលចង់មានមធ្យោបាយធ្វើដំណើរសម្រាប់កូនពីសាលារៀនទៅមជ្ឈមណ្ឌលរៀនរាល់រសៀល។ ប្រហែលជាឪពុកម្តាយទាំងនេះមានកាលវិភាគការងារដែលធ្វើឱ្យពួកគេពិបាកក្នុងការដាក់កូននៅមជ្ឈមណ្ឌល។ ម្ចាស់អាជីវកម្មធ្វើគ្រឿងតែពិចារណាអំពីអត្ថប្រយោជន៍ (និងការចំណាយ) នៅក្នុងការបន្ថែមសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនទៅកាន់សេវាកម្មដែលមានស្រាប់របស់មជ្ឈមណ្ឌលថ្មី ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនទាំងនេះ។ អត្ថប្រយោជន៍ស្តីពីមុខងារដូចបានបន្ថែមនេះអាចក្លាយជាឧបករណ៍លក់ដ៏សំខាន់មួយនៅក្នុងការខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្មក្នុងការលើកកម្ពស់អាជីវកម្មដែលនាំមកនូវអត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែង។

**ការវិភាគ
ការប្រកួតប្រជែង
និងឧស្សាហកម្ម**

ឧស្សាហកម្ម

ការស្រាវជ្រាវឧស្សាហកម្មអាចមានសារៈសំខាន់

ប្រសិនបើមិនសំខាន់ជាងការស្រាវជ្រាវការប្រកួតប្រជែងក្នុងតំបន់របស់អ្នក។

តើនិន្នាការទូទៅនៅក្នុងឧស្សាហកម្មមានអ្វីខ្លះ? តើកម្លាំងសង្គម នយោបាយ បរិស្ថាន បច្ចេកវិទ្យា និងសេដ្ឋកិច្ចមានឥទ្ធិពលយ៉ាងណាចំពោះឧស្សាហកម្មនេះ?

តើដៃគូប្រកួតប្រជែងមានប្រតិកម្មយ៉ាងណាចំពោះកម្លាំងទាំងនេះ?

ហើយតើក្រុមហ៊ុនថ្មីរបស់អ្នកនឹងរងផលប៉ះពាល់យ៉ាងដូចម្តេច? សំណួរទាំងនេះ

អាចត្រូវបានឆ្លើយដោយការសិក្សាទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ។

ការឆ្លើយតបរបស់អ្នកចំពោះលក្ខខណ្ឌនៅក្នុងការសាកល្បងឧស្សាហកម្មទាំងនេះនឹងជាមូលដ្ឋានសម្រាប់

យុទ្ធសាស្ត្រវិជ្ជាជីវៈរបស់ក្រុមហ៊ុនអ្នក ដែលនឹងត្រូវបានពិភាក្សាបន្ថែមនៅពេលក្រោយនៅក្នុងជំពូកនេះ។

**ការវិភាគ
ការប្រកួតប្រជែងនិ
ងឧស្សាហកម្ម**

ការទទួលបានព័ត៌មានអំពី «ឧស្សាហកម្ម»	
សកម្មភាព (របៀបធ្វើវា)	មធ្យោបាយ
<p>ស្វែងរកនិន្នាការ និងស្ថិតិឧស្សាហកម្ម៖</p> <p>បន្ថែមពីលើការអានអត្ថបទសមាគមពាណិជ្ជកម្មតែងតែរក្សាស្ថិតិ និងនិន្នាការទាក់ទងនឹងឧស្សាហកម្ម។</p>	<p>សព្វវចនាធិប្បាយសមាគម (បោះពុម្ពផ្សាយដោយ Gale Research)</p> <p>គឺជាសៀវភៅប្រចាំឆ្នាំដែលកំណត់អត្តសញ្ញាណសមាគមសមាជិកមិនស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ។</p> <p>វាមាននៅការិយាល័យនីមួយៗនៃមជ្ឈមណ្ឌលអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្មខ្នាតតូចចំនួន 17 នៅទូទាំងរដ្ឋ។</p> <p>សៀវភៅនេះក៏មាននៅបណ្ណាល័យធំរបស់សាកលវិទ្យាល័យហ្សកហ្សឺក្នុងទីក្រុងអាថែនផងដែរ។</p> <p>ប្រើ www.google.com</p> <p>ដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណសមាគមជាក់លាក់មួយ</p> <p>ដូចជាសមាគមភោជនីយដ្ឋាន។</p> <p>នៅពេលស្វែងរករូបសាយចម្រាប់ស្ថិតិ ឬនិន្នាការឧស្សាហកម្មសូមបន្ថែមពាក្យស្វែងរក «និងស្ថិតិ» ឬ «និងនិន្នាការ» ។</p> <p>ឧទាហរណ៍</p> <p>ប្រសិនបើចាប់អារម្មណ៍លើស្ថិតិទាក់ទងនឹងភោជនីយដ្ឋានសូមវាយ «ភោជនីយដ្ឋាន និងស្ថិតិ»។</p> <p>ឬប្រសិនបើចាប់អារម្មណ៍លើនិន្នាការ សូមវាយ «ភោជនីយដ្ឋាន និងនិន្នាការ»។</p>

**ការកំណត់
ទីតាំងផលិតផល**

អ្នកជំនាញផ្នែកទីផ្សារណាមួយយល់ស្របថា នៅពេលដែលអាជីវកម្មមួយបានកំណត់ទីផ្សារគោលដៅរបស់ខ្លួន និងកំណត់ទីតាំងផលិតផលដែលចង់បានរបស់ខ្លួន បន្ទាប់មកសមាសធាតុទីផ្សារផ្សេងទៀតទាំងអស់ ទំនោរធ្លាក់ចូលកន្លែងកាន់តែស្អាត។ ទីតាំងផលិតផលសំដៅទៅលើរបៀបដែលអ្នកប្រើប្រាស់មើលផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នកទាក់ទងទៅនឹងការប្រកួតប្រជែង។ ការកំណត់ទីតាំងអាចផ្អែកលើគុណលក្ខណៈផលិតផល (ដូចជាតម្លៃ គុណភាព ភាពងាយស្រួល បច្ចេកវិទ្យាខ្ពស់) ឬឱកាសសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ (ផ្ទះកាហ្វេពេលព្រឹកទល់នឹងផ្ទះកាហ្វេពេលយប់) ឬប្រភេទអ្នកប្រើប្រាស់ (ភោជនីយដ្ឋានផ្តោតលើ «មិត្តភាពគ្រួសារ» ឬ «យប់ថ្ងៃ» ឬ «កម្មករពេលថ្ងៃ») ទោះបីជាអ្នកដឹកនាំតម្លៃទាបគឺជាទីតាំងក្រោយរកឃើញក្តី ក៏ទីតាំងនេះជាធម្មតាពិបាកក្នុងការទ្រទ្រង់។ សមត្ថភាពក្នុងការបែងចែកអាជីវកម្មរបស់អ្នកពីការប្រកួតប្រជែងតាមរបៀបដែលមានន័យសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ គឺជាគន្លឹះសម្រាប់ភាពជោគជ័យរយៈពេលវែង។

នៅពេលដែលទីតាំងផលិតផលដែលអ្នកចង់បានត្រូវបានកំណត់ វាត្រូវតែត្រូវបានទាក់ទងយ៉ាងច្បាស់ទៅកាន់ទីផ្សារគោលដៅរបស់អ្នក។ គំនិតដើមស្តីពីលក្ខណៈកំណត់ទីតាំង

*ការកំណត់ទីតាំងមិនមែនជាអ្វីដែលអ្នកធ្វើចំពោះផលិតផលនោះទេ។
ការកំណត់ទីតាំងគឺជាអ្វីដែលអ្នកធ្វើចំពោះគំនិតសម្រាប់ពេលអនាគត។
នោះគឺអ្នកដាក់ទីតាំងផលិតផលនៅក្នុងគំនិតដែលអាចមានទស្សនៈវិស័យ។¹*

ពាក្យដែលប្រើជាញឹកញាប់ក្នុងការដាក់កំណត់ទីតាំងផលិតផលរួមបញ្ចូលគ្នាគឺជា *សំណើលក់តែមួយគត់* (USP)។ សំខាន់ USP បំប្លែងគុណលក្ខណៈផលិតផល

¹ អាល់ រី និង ដែក ត្រូត។ ការកំណត់ទីតាំង៖ សមរក្ខមិសម្រាប់ចិត្តរបស់អ្នក (McGraw-Hill Education, 2001)។

**ការកំណត់
ទីតាំងផលិតផល**

ចូលទៅក្នុងអត្ថប្រយោជន៍ដែលបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។ ជាធម្មតាត្រូវបានបង្ហាញនៅក្នុងពាក្យស្លោកមួយឃ្លា
USP អាចមានប្រយោជន៍ខ្លាំងណាស់ក្នុងការសម្គាល់ផលិតផល
ឬសេវាកម្មពីការផ្តល់រង្វាន់ប្រកួតប្រជែងជាច្រើន។ ឧទាហរណ៍មួយចំនួនអាចជួយពន្យល់ពីគំនិតនេះ។

- ហាងលក់សំលៀកបំពាក់ស្រ្តីនៅក្នុងទីក្រុងតូចមួយស្វែងរកភាពខុសគ្នាពីអ្នកជំនួញក្នុងស្រុក
ហាងលក់សំលៀកបំពាក់បញ្ចុះតម្លៃ និងហាងលក់ទំនិញក្នុងទីក្រុង។ USP ដែលសមស្របនឹងជាហាង
បារីត ធ្វើឱ្យស្ត្រីលេចរូបស្រស់ស្រាយឡើងដោយការផ្តល់ជូននូវម៉ូត និងគ្រឿងបន្ថែម។
- ភ្នាក់ងារអចលនៈទ្រព្យអាចបម្រើផ្នែកទីផ្សារឡាទីនដែលកំពុងរីកចម្រើនដោយផ្តល់ជូននូវថ្នាក់បង្រៀនមូល
ដ្ឋានគ្រឹះនៅក្នុងការទិញផ្ទះដោយប្រើប្រាស់ត្រូវដែលនិយាយភាសាអេស្ប៉ាញ។ ក្រុមហ៊ុនអចលនទ្រព្យ ស្វី
កាសា៖ ផ្តល់សិទ្ធិអំណាចឱ្យអ្នកក្នុងការទិញផ្ទះថ្មីដោយជោគជ័យ។
- កន្លែងកែច្នៃកីមីប្រហែលជាចង់សង្កត់ធ្ងន់លើភាពបត់បែនខាងប្រតិបត្តិការរបស់វា។
សម្រាប់សមាសធាតុគីមីតាមតម្រូវការ សូមទូរសព្ទទៅ ជីមយែរ នៅក្នុង ខេត្តតុន។

**ការព្យាករណ៍
ការលក់**

ការស្រាវជ្រាវទាំងអស់ទាក់ទងនឹងទីផ្សារគោលដៅ ការប្រកួតប្រជែង
និងទីតាំងនឹងក្លាយជាធាតុផ្សំដ៏សំខាន់ក្នុងការព្យាករណ៍ការលក់។ សូមគិតថាអាជីវកម្មរបស់អ្នកគឺថ្មី
ហើយការលក់អាចទៅតាមរដូវកាល។

រូបមន្តមូលដ្ឋានសម្រាប់ការប៉ាន់ប្រមាណការលក់គឺ៖

សក្តានុពលទីផ្សារ x ចេតនាទិញជាមធ្យម x គិតថ្លៃក្នុងមួយឯកតា

សក្តានុពលទីផ្សារ
ឬទំហំសរុបទីផ្សារសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកគួរតែត្រូវបានកំណត់ក្នុងអំឡុងពេលនៃការស្រាវជ្រាវដំបូងរបស់អ្នក។
លើសពីនេះទៀតការគិតថ្លៃក្នុងមួយឯកតានឹងត្រូវបានគណនាជាផ្នែកមួយនៃការវាយតម្លៃលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ។
បំណងទិញជាមធ្យមនឹងត្រូវគណនាដោយផ្អែកលើការឆ្លើយតបទៅនឹងការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបស់
ឬទិន្នន័យឧស្សាហកម្ម។ នៅពេលដែលគំនិតអាជីវកម្មត្រូវបានកែលម្អ ទីផ្សារគោលដៅត្រូវបានកំណត់អត្តសញ្ញាណ
និងរចនាសម្ព័ន្ធតម្លៃប៉ាន់ស្មាន នោះចេតនាទិញអាចត្រូវបានសំគាល់ឃើញ។
ឧទាហរណ៍ខាងក្រោមស្តីពីការស្នងមតិតាមទូរសព្ទសម្រាប់សេវាថែទាំស្មៅ/ទេសភាពដែលមានសក្តានុពលលម្អិតអំពី
ពិនិត្យវិធី។

គំនិតផលិតផល៖ ដើម្បីផ្តល់ការថែទាំទាន់ពេលវេលា និងពេញលេញដល់ទេសភាពបៃតងសម្រាប់លំនៅដ្ឋាន
និងពាណិជ្ជកម្ម ជាមួយនឹងសេវាកម្មតាមរដូវកាលតាមជម្រើស។

សេវាកម្ម៖ សេវាកាត់ស្មៅប្រចាំសប្តាហ៍ (៩ខែ) ថែទាំដើមឈើប្រចាំខែ និងកុម្មុយេរី (១០ខែ) ស្មៅ និងចំណី
(២ដងក្នុងមួយឆ្នាំ) ដាំតាមរដូវ (៤ដងក្នុងមួយឆ្នាំ)។

សក្តានុពលទីផ្សារ៖ តំបន់ជ្វាយក្រុងបួនស្រុក; 100,000 គ្រួសារ (នៅលើ ដាច់ដោយឡែក)
ប៉ុន្តែផ្តោតលើតំបន់ដែលមានប្រាក់ចំណូលមធ្យមកម្រិតខ្ពស់
ជាមួយនឹងការប្រមូលផ្តុំខ្ពស់នៃគ្រួសារវ័យក្មេងដែលប្រហែលជាមិនមានពេលវេលាដើម្បីថែទាំស្មៅរបស់ពួកគេ។
ទីផ្សារគោលដៅចម្រាញ់សម្រាប់គ្រួសារដែលមានប្រាក់ចំណូលលើសពី

\$50,000 ក្នុងមួយឆ្នាំ និងវត្តមានរបស់កុមារ៖ គ្រួសារគោលដៅចំនួន 3,000 ។

គិតថ្លៃក្នុងមួយឯកតា (កិច្ចសន្យាប្រចាំឆ្នាំ)៖ \$1,200 ដែលត្រូវបង់ប្រចាំខែ (មិនរាប់បញ្ចូលសម្ភារៈដាំដុះ)

ការស្ទង់មតិតាមទូរសព្ទលើ 100 គ្រួសារដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់
សួរថាតើម្នាក់ៗចាប់អារម្មណ៍យ៉ាងណាក្នុងការទិញសេវាកម្មទាំងនេះ។
ការឆ្លើយតបត្រូវបានកត់ត្រាក្នុងតារាងខាងក្រោម។

ការព្យាករណ៍

ការឆ្លើយតប	ចំនួនឆ្លើយតប	បរិភូតិយកត្តា*	ប្រេកង់ដែលបានកែតម្រូវ
ប្រាកដជាទិញ	5	0,80	4,0
ប្រហែលជានឹងទិញ	10	0,50	5,0
មិនប្រាកដប្រជា	30	0,25	7,5
ប្រហែលជាមិនទិញទេ	35	0,10	3,5
ប្រាកដជាមិនទិញទេ	20	0.00	0,0
សរុប	100		20,0

* ថមម៉ាស់ និង វិត ហូលជិន។ យុទ្ធសាស្ត្រ និងយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីការកំណត់តម្លៃ (អាប៊ែរសាដល, ញូវដឺស៊ី៖ Prentice Hall, 1995)។

មានហេតុផលជាច្រើនដែលអ្នកប្រើប្រាស់អាច ឬប្រហែលជាមិនចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការទិញផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់អ្នក។ ហេតុផលមួយចំនួនអាចរាប់បញ្ចូលទាំងភាពអាចរកបាន ការយល់ដឹង តម្លៃ ឬឱកាសទិញ ដែលនីមួយៗទាក់ទងនឹងការផ្តល់ជូនប្រកួតប្រជែង។ ដូច្នេះ ការឆ្លើយតបការស្ទង់មតិចាំបាច់ត្រូវកែសម្រួលសម្រាប់លក្ខខណ្ឌទីផ្សារទាំងនេះ។ ដោយប្រើកត្តាបរិភូតិយកត្តា ការប៉ាន់ប្រមាណអភិរក្សបន្ថែមទៀតនៅក្នុងចេតនាទិញត្រូវបានចេញមក។

នៅក្នុងករណីលើកជាឧទាហរណ៍ពីសេវាកម្មកាត់ស្មៅរបស់យើង ប្រសិនបើ ទីផ្សារគោលដៅ 20 ភាគរយ ត្រូវបានចាប់យក អតិថិជន 600 (3,000 x 0.20 = 600) នឹងមានលទ្ធផល។ ជាមួយនឹងអតិថិជន 600 នាក់ដែលបង់ប្រាក់ 1,200 ដុល្លារក្នុងថ្ងៃសេវាប្រចាំឆ្នាំ ការលក់នឹងស្មើ \$720,000។

តួលេខលក់នេះក្លាយជាធាតុផ្សំដ៏សំខាន់សម្រាប់ការវាយតម្លៃលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងការកំណត់រួមស្តីពីលទ្ធភាពអាជីវកម្ម។ សូមចងចាំផងដែរថា វានឹងចំណាយពេលខ្លះសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនសេវាកម្មកាត់ស្មៅដើម្បីសម្រេចបានចំណែកទីផ្សារតាមការព្យាករណ៍ 20 ភាគរយ។

នេះគឺជាវិធីមួយដើម្បីព្យាករណ៍ការលក់។ បទពិសោធន៍ឧស្សាហកម្មដែលពាក់ព័ន្ធអាចជួយម្ចាស់អាជីវកម្មថ្មីកំណត់ថាតើការព្យាករណ៍ការលក់អាចសម្រេច បានតាមការពិតឬអត់។

ផ្នែកបន្ទាប់នៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍នេះនិយាយអំពីការអភិវឌ្ឍន៍យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ។ យុទ្ធសាស្ត្រនេះនឹងផ្តោតជាចម្បងលើព័ត៌មានដែលប្រមូលបាន ខណៈពេលដែលកំពុងស្រាវជ្រាវលទ្ធភាពទីផ្សារ ហើយនឹងត្រូវបានអនុវត្តបន្ទាប់ពីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មី។ ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារមុនពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មគឺមានសារៈសំខាន់ដើម្បីរៀបចំថវិកា

ជំពូកទី ២៖ លទ្ធភាពទីផ្សារ

ការព្យាករណ៍កាលកំណត់

ទីផ្សារ។ ថវិកានេះគឺផ្អែកលើអ្វីដែលឧបករណ៍ទីផ្សារនឹងត្រូវបានប្រើប្រាស់ ការចំណាយលើទីផ្សារនឹងទៅជាយ៉ាងណា ហើយនៅពេលដែលកម្មវិធីទីផ្សាររួមបញ្ចូលគ្នានឹងត្រូវបានអនុម័ត។ ដូច្នោះ ថវិកាទីផ្សារនឹងមានឥទ្ធិពលយ៉ាងសំខាន់លើការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដែលប្រើដើម្បីកំណត់លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ។ យូរៗទៅ ទៅយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារនិងថវិកានឹងផ្លាស់ប្តូរស្របតាមលក្ខខណ្ឌទីផ្សារ។

យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ

មុនពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់អ្នក អ្នកគួរតែរៀបចំផែនការពីរបៀបធ្វើទីផ្សារអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដើម្បីឈានទៅដល់គោលដៅលក់របស់អ្នក។ យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារនេះនឹងលើសពីសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយជាមូលដ្ឋាន។ វា និងបញ្ចូលផងដែរនូវកាលវិភាគទីផ្សារលម្អិតនៅពេលដែលគំនិតផ្តួចផ្តើមទីផ្សារផ្សេងៗនឹងត្រូវបានប្រតិបត្តិ និងថវិកាដែលត្រូវគ្នាដែលបង្ហាញពីការចំណាយទៅលើការផ្តួចផ្តើមគំនិត។ កាលវិភាគ និងថវិកានេះនឹងព្យាករណ៍តម្លៃទីផ្សារនៅក្នុងរបាយការណ៍ចំណូលតាមការគ្រោងទុក និងរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់។

សូមចងចាំថាកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងផ្នែកទីផ្សារមួយចំនួន នឹងធ្វើឡើងមុនពេលអាជីវកម្មបើក ហើយការចំណាយទាំងនេះត្រូវបានរួមបញ្ចូលក្នុងការចំណាយមុនការបើក ជំនួសឱ្យការព្យាករណ៍ប្រចាំខែ។ កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងទីផ្សារដែលកំពុងបន្តគួរតែត្រូវបានត្រួតពិនិត្យសម្រាប់ប្រសិទ្ធភាព និងភាពសមស្របបន្តនៅក្នុងការសាងសង់លក្ខខណ្ឌអាជីវកម្មសហសម័យ។ យុទ្ធសាស្ត្រ និងយុទ្ធសាស្ត្រនឹងវិវឌ្ឍនៅពេលដែលអាជីវកម្មមានភាពចាស់ទុំក្នុងការឆ្លើយតបទៅនឹងបរិយាកាសប្រតិបត្តិការ។

ទំនាក់ទំនងទីផ្សារ

យុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនង គឺជាចំណុចប្រទាក់រវាងអាជីវកម្ម និងទីផ្សាររបស់ខ្លួន ដែលរួមមានអតិថិជនបច្ចុប្បន្ន និងសក្តានុពល។ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយក្រុមផ្សេងទៀត រួមទាំងម្ចាស់ភាគហ៊ុន អង្គការរដ្ឋាភិបាល (IRS ក្រុមប្រឹក្សាតំបន់ និងស្ថាប័ននិយតកម្មផ្សេងទៀត) និងសូម្បីតែសហគមន៍អាជីវកម្ម ក្នុងតំបន់ប៉ះពាល់ដល់របៀបដែលអាជីវកម្មដំណើរការ និងរូបភាពដែលគ្រោង។ ដូច្នោះ យុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនងគួរតែត្រូវបានបង្កើតយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្ន ដើម្បីគាំទ្រដល់គោលដៅលក់ និងប្រាក់ចំណេញសរុបរបស់អាជីវកម្ម។ សំណួរខាងក្រោមអាចណែនាំអំពីអាជីវកម្មក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍យុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនងទីផ្សារ៖

- តើសារអ្វីដែលអ្នកកំពុងព្យាយាមទាក់ទងទៅកាន់ទីផ្សារគោលដៅមួយ(ច្រើន)របស់អ្នក?
- តើសាររបស់អ្នកប្រាប់អ្វីខ្លះអំពីអត្ថប្រយោជន៍អំពីផលិតផល/សេវាកម្មរបស់អ្នក តម្លៃដែលទទួលបាន (អត្ថប្រយោជន៍ទាក់ទងនឹងតម្លៃ) ការប្រៀបធៀបទៅនឹងការប្រកួតប្រជែង របៀបទិញផលិតផល/សេវាកម្ម របៀបទាក់ទងអ្នក ។ល។?
- តើនេះជាសារដ៏មានប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់ទីផ្សារគោលដៅ (តើអត្ថប្រយោជន៍ទាំងនេះមានសារៈសំខាន់ចំពោះពួកគេដែរឬទេ)? តើលក្ខខណ្ឌនៅក្នុងការសម្រេចចិត្តទិញមានអ្វីខ្លះ? តើទីផ្សារផ្សេងៗគ្នាទាមទារសារផ្សេងៗគ្នា (ឧ. ទីផ្សារពហុវប្បធម៌)?

**ទំនាក់ទំនង
ទីផ្សារ**

- តើសារនោះត្រូវបានគេបញ្ជូនដោយប្រសិទ្ធភាពឬទេ? តើពេលវេលាជាពេលវេលាដ៏ល្អបំផុត (ពេលវេលានៃថ្ងៃ សប្តាហ៍ ខែ ឆ្នាំ ឬទាក់ទងនឹងព្រឹត្តិការណ៍ជាក់លាក់។ល។) ដើម្បីទទួលបានសារនេះទៅកាន់ទីផ្សារគោលដៅមួយ(ច្រើន)? តើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទំនាក់ទំនងត្រឹមត្រូវ (ទូរទស្សន៍ អ៊ីមែល សំបុត្រដោយផ្ទាល់ ។ល។)
- តើអ្នកចង់ឱ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នកត្រូវបានយល់ថាជាលទ្ធផលនៃសារដោយរបៀបណា? តើរូបភាពអ្វីដែលអ្នកកំពុងព្យាយាមសម្រេច?
- តើអ្នកចង់ឱ្យទីផ្សារគោលដៅធ្វើអ្វីជាលទ្ធផល (ទាក់ទងអ្នក ទស្សនាហាងរបស់អ្នក រៀបចំការណាត់ជួប ចូលមើលរ៉ូបសាយចម្រស់អ្នក ធ្វើការបញ្ជាទិញ ។ល។)?
- តើសកម្មភាពទីផ្សារណាខ្លះដែលផ្តល់ «តម្លៃត្រូវនឹងការចំណាយប្រាក់» ដ៏ល្អបំផុត (ផលរបរលើការវិនិយោគ)?
- តើប្រសិទ្ធភាពទៅលើសកម្មភាពទីផ្សារនឹងត្រូវត្រួតពិនិត្យយ៉ាងដូចម្តេច? តើការអនុវត្តអ្វីខ្លះមានឥទ្ធិពលវិជ្ជមានទៅលើការលក់?

គោលបំណងសំខាន់នៅក្នុងការចនាគឺរក្សាកម្រៃដើងសារជាប់លាប់នៅទូទាំងកម្មវិធី និងសកម្មភាពទីផ្សារផ្សេងៗ។ កម្មវិធីគួរតែត្រូវបានរួមបញ្ចូល ដើម្បីពង្រឹងរូបភាព ឬកម្រៃដើងសារមួយ។ ជាឧទាហរណ៍

មជ្ឈមណ្ឌលថែទាំកុមារប្រហែលជាចង់សង្កត់ធ្ងន់លើសមាសធាតុអប់រំនៃសេវាកម្មរបស់ខ្លួន។ ដូច្នេះ ទីផ្សារគោលដៅនឹងរួមបញ្ចូលឪពុកម្តាយ និងអ្នកថែទាំបឋមរបស់កុមារមត្តេយ្យសិក្សា។ អត្ថប្រយោជន៍សំខាន់ៗចំពោះផ្នែកនេះនឹងរួមបញ្ចូលការត្រៀមខ្លួនរបស់សាលាមត្តេយ្យ តាមរយៈកម្មវិធីដែលមានការទទួលស្គាល់ជាមួយនឹងបុគ្គលិកដែលមានការអប់រំត្រឹមត្រូវ កម្មវិធីសិក្សាដែលបានចងក្រងជាឯកសារ ឱកាសដ៏ច្រើនសម្រាប់អន្តរកម្ម/ជំនួយពីមាតាបិតា និង/ឬអាណាព្យាបាល និងបរិយាកាសសិក្សាដែលមានចនាសម្ព័ន្ធល្អ។

មធ្យោបាយទំនាក់ទំនងអាចរួមបញ្ចូលការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅក្នុងកាសែតក្នុងតំបន់ ឬព្រឹត្តិប័ត្រព័ត៌មានសង្កាត់។ កម្មវិធីទទួលស្គាល់គុណភាពអប់រំក៏បង្ហាញថា ក្រុមប្រឹក្សាត្រួតពិនិត្យថ្នាក់តំបន់ ឬថ្នាក់ជាតិបានចាត់ទុកថាកម្មវិធីនេះអាចជឿទុកចិត្តបាន។ វាប្រហែលជាអាចធ្វើទៅបានក្នុងការចាប់ផ្តើមជាមួយមជ្ឈមណ្ឌលថែទាំកុមារផ្សេងទៀត នៅក្នុងតំបន់ដែលមានឯកទេសក្នុងការថែទាំទារក ឬក្នុងកម្មវិធីរដ្ឋក្តៅដើម្បីជួយគ្នាទៅវិញទៅមក។ ការសង្កត់ធ្ងន់លើតម្លៃ ឬទីតាំងលើទីផ្សារអប់រំនឹងមិនមានភាពស៊ីសង្វាក់គ្នានោះទេ ទោះបីជាចំណុចទាំងនេះអាចមានផលប៉ះពាល់ខ្លះលើជម្រើសចុងក្រោយរបស់អតិថិជនសម្រាប់សាលា មត្តេយ្យសិក្សាក៏ដោយ។

មានវិធីជាច្រើនក្នុងការធ្វើទីផ្សារអាជីវកម្មទៅកាន់ទីផ្សារគោលដៅ។ មិនចាំបាច់ «ធ្វើអ្វីគ្រប់យ៉ាងសម្រាប់មនុស្សគ្រប់គ្នា»។ ប្រសិទ្ធភាពគឺជាគន្លឹះដ៏សំខាន់សម្រាប់ភាពជោគជ័យផ្នែកទីផ្សារ។ ម្ចាស់អាជីវកម្មគួរតែវាយតម្លៃឧបករណ៍ទីផ្សារទាក់ទងនឹងទីផ្សារគោលដៅនិងក្នុងថវិកាទីផ្សារសមរម្យមួយ។ ការលាយបញ្ចូលគ្នានៃឧបករណ៍ទីផ្សារគួរតែត្រូវបានបង្កើត ប្រតិបត្តិ ត្រួតពិនិត្យ និងកែសម្រួលតាមការសម្រប។ ដោយសារតែមនុស្សរៀនតាមរយៈរបៀបផ្សេងៗ (ការស្តាប់ ការមើល ឬការធ្វើ) ការរួមបញ្ចូលគ្នានៃឧបករណ៍ទីផ្សារអាចមានប្រយោជន៍ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយសារពាសពេញទីផ្សារសក្តានុពល។ ការប្រើប្រាស់មធ្យោបាយទីផ្សារច្រើនក៏នឹងពង្រឹងសារតែមួយតាមរយៈបទបង្ហាញ។

**ល្បាយ
ទីផ្សារ**

ល្បាយទីផ្សារ

បញ្ជីឧបករណ៍ល្បាយទីផ្សារខាងក្រោម (បោះពុម្ពឡើងវិញដោយមានការអនុញ្ញាតពីក្រុមហ៊ុន McGraw-Hill) គឺមកពី របៀបសរសេរផែនការទីផ្សារជោគជ័យដោយ រ៉ូមេន ជី. ហៀប៊ីង និង ស្កត ដាប់បើលយ៉ូ. ខួបកើ រក្សាសិទ្ធិឆ្នាំ 1997 និងបោះពុម្ពដំបូងដោយ NTC Business Books ។

ឧបករណ៍ទីផ្សារ

- ផលិតផល - ផលិតផលគឺជារត្ថុជាក់ស្តែងដែលត្រូវបានដាក់លក់ទៅកាន់ទីផ្សារគោលដៅសម្រាប់ទំនិញប្រើប្រាស់ ការលក់រាយ និងក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម។ សម្រាប់អាជីវកម្មសេវាកម្ម ផលិតផលគឺជាអត្ថប្រយោជន៍នាពេលអនាគត ឬការសន្យានាពេលអនាគត។
- ការធ្វើម៉ាកយីហោ - ការធ្វើម៉ាកយីហោគឺជាការដាក់ឈ្មោះផលិតផល សេវាកម្ម ឬក្រុមហ៊ុន។ ម៉ាក ឬឈ្មោះគឺជាស្លាកដែលអ្នកប្រើប្រាស់ភ្ជាប់ជាមួយផលិតផលរបស់អ្នក។ សម្រាប់ហេតុផលនេះ ម៉ាក ឬឈ្មោះគួរតែជួយទំនាក់ទំនងទីតាំងរបស់ផលិតផល និងរឿងភាគរបស់វាសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់។
- ការវេចខ្ចប់ - សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនផលិត ការវេចខ្ចប់រក្សាទុក និងការពារផលិតផល និងជួយក្នុងការទំនាក់ទំនងលក្ខណៈ និងរូបភាពរបស់ផលិតផល។ សម្រាប់អ្នកលក់រាយ និងក្រុមហ៊ុនសេវាកម្ម ការវេចខ្ចប់គឺជាបរិយាកាសខាងក្នុង និងខាងក្រៅដែលរុំ និងចែកចាយផលិតផល/សេវាកម្ម (ហាង ការិយាល័យ។ល។) ហើយវាជួយទំនាក់ទំនងលក្ខណៈ និងរូបភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ការកំណត់តម្លៃ - តម្លៃគឺជាតម្លៃរូបិយវត្ថុនៃផលិតផល។ ជាធម្មតាតម្លៃរូបិយវត្ថុត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយអ្វីដែលអ្នកទីផ្សារគោលដៅ ឬអ្នកទិញនឹងចំណាយសម្រាប់ផលិតផល និងអ្វីដែលអ្នកលក់ ឬក្រុមហ៊ុនត្រូវតែទទួលបានសម្រាប់ផលិតផល ដើម្បីកាត់បន្ថយការចំណាយ និងបង្កើតប្រាក់ចំណេញ។
- ការលក់/សេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួន - ការលក់ផ្ទាល់ខ្លួនសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនលក់រាយ និងសេវាកម្ម ដែលជាញឹកញយត្រូវបានគេហៅថា «ប្រតិបត្តិការ» ពាក់ព័ន្ធនឹងមុខងារទាំងអស់ដែលទាក់ទងនឹងការលក់ និងសេវាកម្មនៅក្នុងហាង ការិយាល័យ ឬបរិស្ថានផ្សេងទៀត ដូចជាការបញ្ជូលទិញពីផ្ទះមួយទៅផ្ទះមួយ ការលក់ក្នុងផ្ទះ និងទីផ្សារតាមទូរសព្ទ។ នេះរាប់បញ្ចូលទាំងការជួល និងគ្រប់គ្រងបុគ្គលិកផ្នែកលក់ ស្តុកស្តុក រៀបចំផលិតផលសម្រាប់លក់ ការបង្ហាញ និងថែទាំកន្លែង និងសេវាកម្មតាមដានដល់អតិថិជន។ សម្រាប់អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម និងក្រុមហ៊ុនទំនិញវេចខ្ចប់ ការលក់ផ្ទាល់ខ្លួនទាក់ទងនឹងការលក់ និងសេវាកម្មរបស់អ្នកផលិតទៅកាន់ពាណិជ្ជកម្ម និង/ឬទីផ្សារកណ្តាល (អ្នកទិញផលិតផលផ្សេងៗគ្នានៅក្នុងបណ្តាញចែកចាយពីអ្នកផលិតដើមរហូតដល់អ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ)។ [កំណត់សម្គាល់របស់អ្នកនិពន្ធ៖ ការលក់តាមអ៊ីនធឺណិត (ត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក) ត្រូវបានរួមបញ្ចូលក្នុងប្រភេទនេះផងដែរ។

ឧបករណ៍ទីផ្សារ (ត)

- ការចែកចាយ - យើងកំណត់ការចែកចាយជាការបញ្ជូនទំនិញ និងសេវាកម្មពីអ្នកផលិត ឬអ្នកលក់ទៅអ្នកប្រើប្រាស់។
ការចែកចាយត្រូវតែធានាថាផលិតផលអាចចូលទៅដល់ទីផ្សារគោលដៅបាន។
- ការផ្សព្វផ្សាយ/ព្រឹត្តិការណ៍ - ការផ្សព្វផ្សាយផ្តល់នូវការលើកទឹកចិត្តបន្ថែម លើកទឹកចិត្តទីផ្សារគោលដៅដើម្បីអនុវត្តឥរិយាបថបន្ថែមមួយចំនួន។
ឥរិយាបថបន្ថែមនាំឱ្យមានការបង្កើនការលក់រយៈពេលខ្លី និង/ឬទំនាក់ទំនងជាមួយផលិតផល (ឧ. ការប្រើប្រាស់ផលិតផល ឬបទពិសោធន៍ដែលផ្តោតលើព្រឹត្តិការណ៍)។ លើសពីនេះទៀត ការផ្សព្វផ្សាយគឺមានរយៈពេលខ្លីជាងក្នុងការផ្តោតអារម្មណ៍។
- សារផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម - ការប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលជូនដំណឹង និងបញ្ចុះបញ្ចូលតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលត្រូវបង់ប្រាក់ (ទូរទស្សន៍ វីឡូ ទស្សនាវដ្តី កាសែត ខាងក្រៅ និងសំបុត្រផ្ទាល់) បង្កើតបានជាសារផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម។
- ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម - ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មគឺជាក្រុមហ៊ុននាំសារដែលត្រូវបង់ប្រាក់សម្រាប់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម មិនមែននៅចំណុចនៃការទិញនោះទេ។
ខណៈពេលដែលសារផ្សាយពាណិជ្ជកម្មគឺជាអ្វីដែលកំពុងត្រូវបានប្រាស្រ័យទាក់ទង ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មគឺជារបៀបដែលវាត្រូវបានចែកចាយ។
- ការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម - ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មគឺជាការទំនាក់ទំនងមិនមែនប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរបស់ក្រុមហ៊ុន និង/ឬផលិតផលទៅកាន់ទីផ្សារគោលដៅ។ នេះគឺជាវិធីសាស្ត្រដែលប្រើដើម្បីទំនាក់ទំនងផលិតផល និងព័ត៌មានផ្សព្វផ្សាយ។ ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មបង្កើតសេចក្តីថ្លែងការណ៍ដែលមើលឃើញ និង/ឬជាលាយលក្ខណ៍អក្សរអំពីក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក
តាមរយៈបរិយាកាសផ្សេងក្រៅពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលត្រូវបង់ប្រាក់ ដោយមាន ឬគ្មានទំនាក់ទំនងផ្ទាល់ខ្លួនមួយទល់នឹងមួយ។ ការលក់ទំនិញរួមមាន ទិញបំណុល លក់សន្លឹក ការបង្ហាញផលិតផល ការបង្ហាញវីដេអូ ផ្ទាំងបដា ពិព័រណ៍ពាណិជ្ជកម្ម តាំងបង្ហាញអ្នកនិយាយលើតុ តង់តុ ឬឧបករណ៍ដែលមិនមែនជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងទៀត ដែលអាចត្រូវបានប្រើដើម្បីទំនាក់ទំនងលក្ខណៈផលិតផល ទីតាំង តម្លៃ ឬព័ត៌មានផ្សព្វផ្សាយ។
- ការផ្សព្វផ្សាយ - ការផ្សព្វផ្សាយគឺជាការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលមិនត្រូវបង់ប្រាក់ដែលជួយបង្កើតការ យល់ដឹងអំពីទីផ្សារគោលដៅ និងជះឥទ្ធិពលជាវិជ្ជមានដល់អាកប្បកិរិយាចំពោះផលិតផល ឬក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក។ ការផ្សព្វផ្សាយផ្តល់ឱ្យក្រុមហ៊ុន ឬផលិតផលរបស់អ្នកជាមួយនឹងអត្ថប្រយោជន៍ដែលមិនមាននៅក្នុងឧបករណ៍ល្បាយទីផ្សារផ្សេងទៀត។
ដោយសារការផ្សព្វផ្សាយប្រើប្រាស់ទំនាក់ទំនងមិនមែនពាណិជ្ជកម្ម វាបន្ថែមវិមាត្រនៃស្របច្បាប់ដែលមិនអាចរកឃើញនៅក្នុងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម។
អ្នកក៏គួរដឹងដែរថា កន្លែងបោះពុម្ពផ្សាយ និងពេលវេលាសម្រាប់ផលិតផលរបស់អ្នក គ្រាន់តែជាផ្នែកមួយនៃទំនាក់ទំនងសាធារណៈប៉ុណ្ណោះ។
ទំនាក់ទំនងសាធារណៈទាក់ទងនឹងការបង្កើតសុច្ឆន្ទៈសម្រាប់អង្គការមួយ មិនត្រឹមតែសម្រាប់រយៈពេលខ្លីប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏ទាក់ទងនឹងបញ្ហាមតិសាធារណៈរយៈពេលវែងផងដែរ។

ល្បាយទីផ្សារ

សូមចងចាំថា ល្បាយឧបករណ៍ទីផ្សារគួរតែត្រូវបានកែសម្រួលទៅតាមប្រភេទ និងទីតាំងនៃអាជីវកម្មជាក់លាក់។ ដូច្នោះ រាល់ឧបករណ៍ដែលបានរាយបញ្ជី គឺមិនចាំបាច់ស័ក្តិសមសម្រាប់គ្រប់អាជីវកម្មទាំងអស់នោះទេ។ មួយចំនួននឹងមានប្រសិទ្ធភាពជាងអ្នកផ្សេងទៀត អាស្រ័យលើប្រភេទអាជីវកម្ម ទីផ្សារគោលដៅ និងការប្រកួតប្រជែង។ ចងចាំគោលបំណងនៃភាពស៊ីសង្វាក់គ្នា ពេលកំពុងអភិវឌ្ឍឧបករណ៍ទីផ្សារចម្រុះ។ ទោះបីជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយចម្រុះអាចមានប្រសិទ្ធភាព ក៏សារចម្រុះជាទូទៅមិនមានប្រសិទ្ធភាពទេ។

ដោយសារអាជីវកម្មមិនដំណើរការក្នុងបរិយាកាសថិរវិទ្យា យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារគួរតែត្រូវបានកែលម្អជាទៀងទាត់ ដើម្បីរក្សាការយល់ដឹងអំពី «គំនិតកំពូល» ខ្ពស់ក្នុងចំណោមអ្នកប្រើប្រាស់។ ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដែលចាប់យក និងវាយតម្លៃការប្រកួតប្រជែង និន្នាការអ្នកប្រើប្រាស់ និងមតិ និងកម្រិតនៃការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន នឹងជួយរក្សាអាជីវកម្មឱ្យស្របទៅនឹងទីផ្សារ។ ព័ត៌មានប្រភេទនេះនឹងជួយក្នុងការបែងចែកទីផ្សារ កំណត់ទីតាំងផលិតផល ការអភិវឌ្ឍផលិតផលថ្មី និងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារផ្សេងទៀត។ ការចំណាយលើទីផ្សារ រួមទាំងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ព្រឹត្តិការណ៍ផ្សព្វផ្សាយ ការទិញទំនិញ ការស្រាវជ្រាវ កម្រៃជើងសារ និងការចំណាយលើការលក់ផ្សេងទៀត ត្រូវតែគិតបញ្ចូលក្នុងការចំណាយប្រតិបត្តិការរបស់អាជីវកម្ម។ សកម្មភាពទាំងនេះគឺចាំបាច់យ៉ាងហោចណាស់ក្នុងកម្រិតមួយចំនួនដើម្បីរក្សាការប្រកួតប្រជែង ហើយដូច្នោះត្រូវតែគិតគូរនៅពេលអ្នកបង្កើតផែនការទីផ្សាររបស់អ្នក។

វាក៏មានសារៈសំខាន់ផងដែរសម្រាប់អាជីវកម្មណាមួយក្នុងការតាមដាន កត់ត្រា និងចងក្រងផលរបរលើការវិនិយោគ ជាពិសេសផ្នែកទីផ្សារ។ វិធីនេះ ម្ចាស់អាជីវកម្មនឹងមានកំណត់ត្រាលំហូរយុទ្ធនាការមួយណាដែលបរាជ័យ និងមួយណាជោគជ័យ... ហើយគេអាចរកឃើញគំរូដែលកំពុងលេចឡើង។ ប្រាកដណាស់ ការដឹងនៅពេលដែលអ្វីមួយកំពុងដំណើរការ និងកន្លែងដែលពេលវេលា/លុយអាចត្រូវបានផ្លាស់ប្តូរទៅអ្វីមួយដែលដំណើរការគឺចាំបាច់មុនពេលធ្វើការសម្រេច ចិត្តទីផ្សារនាពេលអនាគត។ ចាប់ផ្តើមដោយបង្កើតមូលដ្ឋានទិន្នន័យអតិថិជន និងសកម្មភាពរបស់អ្នក ហើយបន្ទាប់មកតាមដានរាល់សកម្មភាពទីផ្សារ ព្រឹត្តិការណ៍ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងចំនួនប្រាក់ និងពេលវេលាដែលត្រូវចំណាយលើរឿងនីមួយៗ។ គណនាការលក់សរុប ឬអតិថិជនថ្មីដោយប្រើបន្ទាត់មូលដ្ឋាន ដើម្បីរកមើលចំណុចកើនឡើង។ អ្នកក៏អាចគិតយ៉ាងជាក់លាក់ថាតើបុគ្គលិកប៉ុន្មានម៉ោងត្រូវបានចំណាយក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ ឬធ្វើការលើការបង្កើតព្រឹត្តិការណ៍នេះដោយចំនួនអ្នកចូលរួមសរុបយ៉ាងងាយស្រួល។ វាក៏ជាគំនិតល្អផងដែរក្នុងការផ្តល់ឱ្យអតិថិជននូវប្លុកន្លឹះ ឬឈ្មោះព្រឹត្តិការណ៍ដែលពួកគេអាចឆ្លើយតប (ឬអ្នកអាចឱ្យអ្នកតំណាងផ្នែកសេវាអតិថិជនរបស់អ្នកសួរពីរបៀប និងកន្លែងដែលអតិថិជនបានដឹងពីព្រឹត្តិការណ៍នេះ)។ ក្នុងករណីណាក៏ដោយ វាជារឿងសំខាន់ក្នុងការស្វែងយល់ថាតើសកម្មភាពណាដែលបង្កើតប្រាក់ចំណូលច្រើនជាងធៀបនឹងចំណុចមួយ ណាដែលបង្កើតការងារច្រើនជាង ប៉ុន្តែមានប្រាក់ចំណូលខ្សោយជាង ដូច្នោះអ្នកអាចកែសម្រួលផែនការទីផ្សារនាពេលអនាគតរបស់អ្នក។ ប្រសិនបើអ្នកត្រូវការជំនួយក្នុងការបង្កើតផែនការទីផ្សារ សូមណាត់ជួបនៅការិយាល័យ SBDC ក្នុងតំបន់របស់អ្នក។

ជំពូកទី ២៖
លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ

ជំពូកទី ៣៖ លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ

បន្ទាប់ពីកំណត់ថា ទីផ្សារសក្តានុពលមួយមានសម្រាប់ផលិតផល ឬសេវាកម្មថ្មីរបស់អ្នក ជំហានបន្ទាប់គឺដើម្បីកំណត់លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងនេះ។ ការប៉ាន់ប្រមាណនេះរួមបញ្ចូលទាំងការសំគាល់ឃើញថា តើត្រូវការលុយប៉ុន្មានដើម្បីបើកអាជីវកម្ម (ចំណាយតែម្តង) និងត្រូវការលុយប៉ុន្មាន រហូតទាល់តែអាជីវកម្មបង្កើតបានសាច់ប្រាក់គ្រប់គ្រាន់ដើម្បីទ្រទ្រង់ខ្លួនឯង។ ចំណុចចុងក្រោយនៅក្នុងការវាយតម្លៃនឹងជាការសម្រេចចិត្តថាតើសក្តានុពលប្រាក់ចំណេញរយៈពេលវែងគឺសមនឹងពេលវេលា និងការខិតខំប្រឹងប្រែងដែលចាំបាច់ដើម្បីទៅដល់ចំណុចនោះ។

ក្នុងដំណាក់កាលចាប់ផ្តើម ការមានទុនបង្វិលគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់រយៈពេលខ្លីមានសារៈសំខាន់ជាងការទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក្នុងរយៈពេលវែង អាជីវកម្មត្រូវតែមានទាំងប្រាក់ចំណេញ និងទុនបង្វិលគ្រប់គ្រាន់។

ការប៉ាន់ស្មាន ថ្លៃចំណាយ ការចាប់ផ្តើម អាជីវកម្មរបស់អ្នក

ជំហានដំបូងនៅក្នុងដំណើរការនេះគឺដើម្បីបង្កើតបញ្ជីនៃធាតុទាំងអស់ដែលត្រូវការមុនពេល «បើកទ្វារ» អាជីវកម្ម និងបម្រើអតិថិជន។ បញ្ជីនេះគួរតែរួមបញ្ចូលទ្រព្យសម្បត្តិដើមទុនទាំងអស់ដូចជា ដី អគារ បញ្ជីសារពើភណ្ឌ ឧបករណ៍ និងការកែលម្អការជួល។ ចំនួនទុនបង្វិលក៏ត្រូវគណនាផងដែរ។ ទម្រង់នៅទំព័រខាងក្រោមនៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះរៀបរាប់លម្អិតអំពីការគណនាជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ប៉ាន់ស្មានតម្រូវការដើមទុន ដើម្បីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មី។

សន្លឹកកិច្ចការដែលមានចំណងជើងថា «ការចំណាយម្តងក្នុងការបើកអាជីវកម្មរបស់អ្នក» រាយបញ្ជីការចំណាយតែម្តងគត់ដែលសហគ្រិនជួបប្រទះនៅពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។ មានអារម្មណ៍ថាមានសេរីភាពក្នុងការកែសម្រួលសន្លឹកកិច្ចការនេះទៅនឹងអាជីវកម្មជាក់លាក់របស់អ្នក។ ទទួលបានការប៉ាន់ប្រមាណយ៉ាងហោចណាស់បីសម្រាប់ការចំណាយសំខាន់ៗ ដើម្បីគាំទ្រតួលេខទាំងអស់។

សហគ្រិនជាច្រើនគិតថាការមានមូលនិធិគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ចំណាយដំបូងគឺគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីបើកអាជីវកម្ម។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយនេះមិនមែនជាករណីទេ។ ការមានមូលនិធិគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីរក្សា ទ្វារបើកចំហបន្ទាប់ពី ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មក៏ត្រូវបានទាមទារផងដែរ។ មូលនិធិបន្ថែមទាំងនេះ ហៅថា «ទុនបង្វិល» ឬ «ទុនរកស៊ី» គ្របដណ្តប់លើការចំណាយប្រចាំថ្ងៃដែលអាជីវកម្មកើតឡើង។ រហូតទាល់តែអាជីវកម្មកំពុងបង្កើតប្រាក់ចំណូលគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីទ្រទ្រង់ខ្លួនឯង ទុនបង្វិលត្រូវតែផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានពីប្រភពផ្សេងទៀត (ឧទាហរណ៍ ឥណទានផ្ទាល់ខ្លួន)។

ធាតុសំខាន់មួយរបស់ទុនបង្វិលគឺ ប្រាក់បៀវត្សរ៍ រួមទាំងប្រាក់ខែរបស់ម្ចាស់ និងបុគ្គលិក។ សន្លឹកកិច្ចការទីពីរដែលមានចំណងជើងថា «ការចំណាយប្រចាំខែផ្ទាល់ខ្លួន» នឹងជួយគណនាតម្រូវការប្រាក់ខែ។ ឥឡូវនេះមិនមែនជាពេលដែលត្រូវសន្មត់ថាអ្នកអាចរស់នៅដោយសន្សំសំចៃជាងអតីតកាលនោះទេ។ ព្យាយាមប៉ាន់ស្មានការចំណាយជាក់ស្តែង ប្រហែលជាប្រើតួលេខខ្ពស់ជាងអ្វីដែលអ្នកពិតជាត្រូវការ។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ប្រសិនបើវិក្កយបត្រទូរសព្ទត្រូវបានប៉ាន់ប្រមាណថានឹងដំណើរការចន្លោះពី 100 ទៅ 150 ដុល្លារក្នុងមួយខែ សូមប្រើ 150 ដុល្លារសម្រាប់ការប៉ាន់ប្រមាណ។ ការអនុវត្តតាមគោលការណ៍ណែនាំនេះគួរតែការពារការខ្វះខាតសាច់ប្រាក់សម្រាប់ការចំណាយលើផ្ទះ។

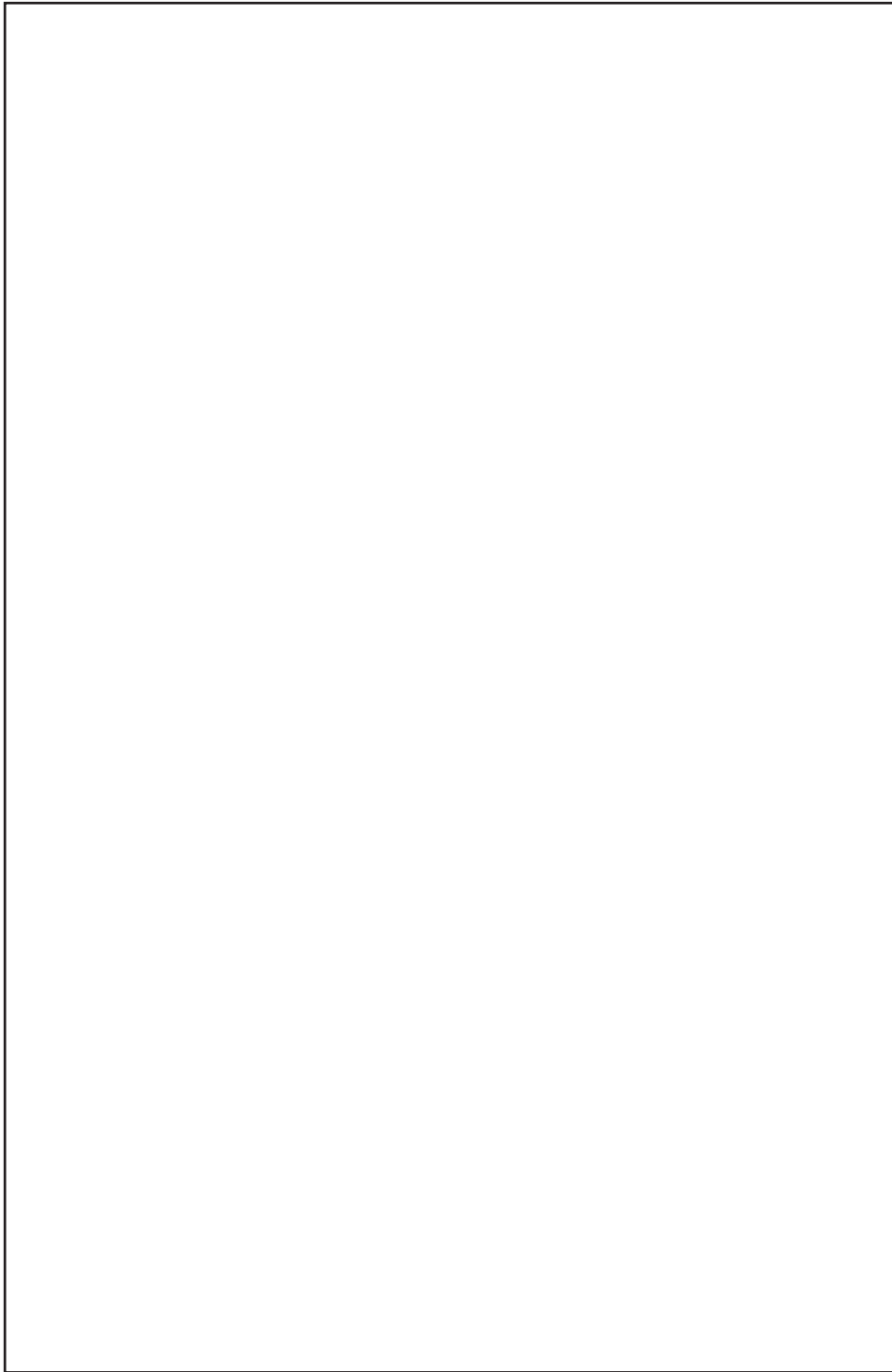
ការចំណាយមួយដងត្រូវការដើម្បីបើកអាជីវកម្ម

ថ្លៃគណនេយ្យ.....	\$ _____
ថ្លៃចំណាយផ្លូវច្បាប់	\$ _____
តម្លៃស្ថាបត្យកម្ម	\$ _____
ថ្លៃឈ្នួលវិជ្ជាជីវៈផ្សេងទៀត.....	\$ _____
អាជ្ញាប័ណ្ណ និងការអនុញ្ញាត	\$ _____
ប្រាក់បញ្ញើសេវាប្រើប្រាស់	\$ _____
ប្រាក់បញ្ញើជួល	\$ _____
ដី.....	\$ _____
អាគារ	\$ _____
ការរៀបចំទីតាំង.....	\$ _____
ការដំឡើងទូរសព្ទ	\$ _____
បរិក្ខារ	\$ _____
គ្រឿងសង្ហារឹម និងគ្រឿងដាក់តាំង	\$ _____
ការដំឡើងគ្រឿងសង្ហារឹមនិងឧបករណ៍.....	\$ _____
សារពើភ័ណ្ណ	\$ _____
សម្ភារការិយាល័យ	\$ _____
ការផ្គត់ផ្គង់ប្រតិបត្តិការ	\$ _____
ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយមុនការបើក	\$ _____
ផ្សេងៗ	\$ _____
សរុបការចំណាយតែមួយដង.....	\$ _____

**ការប៉ាន់ស្មានថ្លៃចំណាយ
ការចាប់ផ្តើម
អាជីវកម្មរបស់អ្នក**

**ការប៉ាន់ស្មាន
ថ្លៃចំណាយ
ការចាប់ផ្តើម
អាជីវកម្មរបស់អ្នក**

ការចំណាយផ្ទាល់ខ្លួនប្រចាំខែ	
ផ្ទះ:	
ការបង់ថ្លៃផ្ទះ ឬជួល	\$ _____
ថែទាំ និងជួសជុល	\$ _____
ការធានារ៉ាប់រងផ្ទះ ឬអ្នកជួល	\$ _____
សន្តិសុខ	\$ _____
ការគ្រប់គ្រងសត្វល្អិត	\$ _____
អគ្គិសនី	\$ _____
ឧស្ម័ន	\$ _____
ទឹក	\$ _____
ទូរសព្ទនៅផ្ទះ	\$ _____
ទូរសព្ទចល័ត	\$ _____
ថ្លៃសេវាអ៊ីនធឺណិត	\$ _____
ទូរទស្សន៍ខ្សែកាប	\$ _____
ថែទាំស្មៅ	\$ _____
ពន្ធលើអចលនទ្រព្យ	\$ _____
អាហារ	\$ _____
សម្លៀកបំពាក់	\$ _____
ការធានារ៉ាប់រងផ្នែកវេជ្ជសាស្ត្រ	\$ _____
.....	
ការចំណាយផ្នែកវេជ្ជសាស្ត្រ	\$ _____
សម្ភារៈប្រើប្រាស់ក្នុងផ្ទះ	\$ _____
ការកំសាន្ត	\$ _____
ប័ណ្ណឥណទាន ១	\$ _____
ប័ណ្ណឥណទាន ២	\$ _____
ការធ្វើដំណើរ	\$ _____
ផុតកំណត់/បរិស្ថាន	\$ _____
ការវិភាគទាន	\$ _____
ផ្សេងៗ	\$ _____
ផ្សេងៗ	\$ _____
ផ្សេងៗ	\$ _____



តម្រូវការប្រាក់បៀវត្សដែលត្រូវបានគណនានៅក្នុងសន្លឹកកិច្ចការមុននឹងត្រូវបានប្រើនៅក្នុងសន្លឹកកិច្ចការបន្ទាប់
 ៖ «ការចំណាយអាជីវកម្មសម្រាប់មួយខែ» ។

សន្លឹកកិច្ចការនេះនឹងជួយកំណត់តម្រូវការទុនបង្វិលប្រហាក់ប្រហែលនៃអាជីវកម្ម។

សន្លឹកកិច្ចការចំណាយលើអាជីវកម្ម
 គឺជាចំណុចចាប់ផ្តើមដែលធ្វើការវាយតម្លៃតម្រូវការដើមទុនដំបូងសម្រាប់ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។

ដោយសារតែបរិមាណនៃការលក់ប៉ះពាល់ដល់ការចំណាយមួយចំនួន (ការចំណាយអថេរ)
 សន្មតថាកម្រិតនៃការលក់ដែលបានផ្តល់ឱ្យសម្រាប់ខែជាមធ្យម ក៏ដូចជាកម្រិតសារពើភ័ណ្ឌផលិតផលចិតថេរ។



ចំណាយអាជីវកម្មសម្រាប់មួយខែ	
ប្រាក់ខែរបស់ម្ចាស់ (សូមមើលសន្លឹកកិច្ចការការចំណាយប្រចាំខែផ្ទាល់ខ្លួន).....	\$ _____
ប្រាក់ខែបុគ្គលិក	\$ _____
ពន្ធលើប្រាក់បៀវត្សរ៍.....	\$ _____
ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម/ទីផ្សារ.....	\$ _____
ថ្លៃគណនេយ្យ/ច្បាប់	\$ _____
សម្ភារៈ ឬសារពើភ័ណ្ណ (សន្មតថាការលក់ប្រចាំខែជាមធ្យម).....	\$ _____
ការផ្គត់ផ្គង់ប្រតិបត្តិការ	\$ _____
សម្ភារការិយាល័យ.....	\$ _____
ជួល.....	\$ _____
ការជួលឧបករណ៍.....	\$ _____
ឧបករណ៍ប្រើប្រាស់.....	\$ _____
ទូរសព្ទ/ទូរសព្ទដៃ.....	\$ _____
ការទូទាត់ឥណទាន (រួមទាំងការប្រាក់).....	\$ _____
ធានារ៉ាប់រង	\$ _____
ពន្ធ និងអាជ្ញាប័ណ្ណ.....	\$ _____
ថែទាំ និងជួសជុល.....	\$ _____
ថ្លៃសេវាធនាគារ/ថ្លៃកាតឥណទាន (ផ្អែកលើការលក់ប្រចាំខែជាមធ្យម).....	\$ _____
ថ្លៃសេវាសន្តិសុខ	\$ _____
ផ្សេងៗ.....	\$ _____
ការចំណាយអាជីវកម្មសរុបសម្រាប់មួយខែ	\$ _____

បន្ទាប់ពីកំណត់ «ការចំណាយម្តង» និង «ការចំណាយអាជីវកម្មជាមធ្យមសម្រាប់រយៈពេលមួយខែ» សូមអនុវត្តច្បាប់ទូទៅមួយ ដើម្បីគណនាចំនួនប្រហាក់ប្រហែលនៃមូលនិធិដែលត្រូវការដើម្បីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។ វាជាការប្រុងប្រយ័ត្នក្នុងការវែងអង្កាសថវិកាដែលនឹងគ្របដណ្តប់គ្រប់ទឹកនៃឆ្នាំ ៣ ទៅ ៩ ខែនៃការចំណាយប្រតិបត្តិការ អាស្រ័យលើប្រភេទអាជីវកម្មដែលកំពុងចាប់ផ្តើម និងលំហូរសាច់ប្រាក់ដែលរំពឹងទុករបស់វា។ នៅក្នុងតារាងខាងក្រោម កត្តាចំណាយអាជីវកម្មប្រចាំខែគួរតែត្រូវបានគុណនឹងចំនួនខែដែលរំពឹងទុកដែលវានឹងចំណាយពេលរហូតដល់ប្រាក់ចំណូលប្រចាំខែលើសពីការចំណាយប្រចាំខែ។

**ការប៉ាន់ស្មាន
ថ្លៃចំណាយ
ការចាប់ផ្តើម
អាជីវកម្មរបស់អ្នក**

ការចំណាយតែម្តង.....\$_____

បូក

ចំណាយអាជីវកម្មសម្រាប់មួយខែ

គុណនឹង (៣ ទៅ ៩ ខែ).....\$_____

ស្មើ

ត្រូវការថវិកាប្រហាក់ប្រហែល\$_____

មុននឹងបន្តគំនិតរបស់អ្នកបន្ថែមទៀត ឥឡូវនេះ អ្នកគួរតែវិភាគតម្រូវការមូលនិធិសរុប ដើម្បីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់អ្នក ធៀបនឹងមូលនិធិដែលអ្នកមានរួចហើយ និងមូលនិធិដែល មានសម្រាប់អ្នក។ ប្រសិនបើអ្នកកំពុងស្វែងរកមូលនិធិពីខាងក្រៅសម្រាប់ការបណ្តាក់ទុនរបស់អ្នក ជំពូកទី ៥ នៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ មានព័ត៌មានសំខាន់ៗមួយចំនួន។

**ការបង្កើត
ការព្យាករណ៍
ហិរញ្ញវត្ថុ**

បន្ទាប់ពីការគណនាការចំណាយលើការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម ជំហានបន្ទាប់ក្នុងការកំណត់លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុគឺដើម្បីបង្កើតការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ ការព្យាករណ៍ទាំងនេះនឹងបង្ហាញពីប្រាក់ចំណេញដែលអាជីវកម្មមានសក្តានុពលក្នុងការរកប្រាក់ចំណូល។ តារាងតុល្យការ របាយការណ៍ចំណូលដែលបានគ្រោងទុក និងរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់អាចដើរតួជាប័ណ្ណរបាយការណ៍សម្រាប់អាជីវកម្មថ្មី។ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដែលបានព្យាករណ៍នឹងបង្ហាញពីរបៀបដែលអាជីវកម្មដំណើរការបានល្អទាក់ទងនឹងប្រាក់ចំណេញ សាច់ប្រាក់ងាយស្រួល (សាច់ប្រាក់មាន) និងដំណោះស្រាយ (សមត្ថភាពក្នុងការសងបំណុល) ។

សន្លឹកតុល្យការ

តារាងតុល្យការគឺជាគោលគំនិតសាមញ្ញ។ វាអាចត្រូវបានសង្ខេបដោយសមីការគណនេយ្យ ទ្រព្យសកម្ម = បំណុល + ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ។ ឧទាហរណ៍ សន្មតថាអាជីវកម្មមួយដំណើរការពីអគារ 100,000 ដុល្លារ។ ការទូទាត់ចុះក្រោមចំនួន \$ 20,000 ត្រូវបានធ្វើឡើងដោយបន្សល់ទុក 80,000 ដុល្លារ។ ដើម្បីបញ្ចូលវាទៅក្នុងរូបមន្តគណនេយ្យសម្រាប់តារាងតុល្យការ មានទ្រព្យសកម្ម \$100,000, បំណុល \$80,000 និង \$20,000 នៅក្នុងទុនម្ចាស់ទ្រព្យ។ នៃទ្រព្យសកម្មសរុប ទុនម្ចាស់ទ្រព្យគឺជាចំណែកនៃទ្រព្យសកម្មដែលជាកម្មសិទ្ធិ ហើយបំណុលគឺជាចំណែកនៃទ្រព្យសកម្មដែលប្រាក់ជំពាក់។

តារាងតុល្យការ តំណាងឱ្យស្ថានភាពនៃអាជីវកម្មនៅចំណុចជាក់លាក់មួយនៅក្នុងពេលវេលា ដូច្នេះវាផ្តល់នូវរូបភាពនៃសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់អាជីវកម្ម។ ធាតុនៃតារាងតុល្យការត្រូវបានកំណត់ដូចខាងក្រោម៖

ទ្រព្យសកម្ម - ទ្រព្យសកម្មគឺជារត្នរូបី ឬអង្សីដែលមានតម្លៃ ហើយអាចប្រើប្រាស់ដោយអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ទ្រព្យសកម្មជាធម្មតាត្រូវបានចាត់ថ្នាក់ជាទ្រព្យបច្ចុប្បន្ន ថេរ ឬផ្សេងទៀត។ ទ្រព្យសកម្មបច្ចុប្បន្នគឺជាទ្រព្យសកម្មដែលអាចប្រែទៅជាសាច់ប្រាក់ក្នុងរង្វង់ 12 ខែ។ ទ្រព្យសកម្មបច្ចុប្បន្នទូទៅបំផុតគឺសាច់ប្រាក់ គណនីទទួល និងសារពើភ័ណ្ណ។ ទ្រព្យសកម្មថេរ គឺជាទ្រព្យសម្បត្តិដែលនឹងត្រូវប្រើប្រាស់លើសពីមួយឆ្នាំ រួមទាំងឧបករណ៍ គ្រឿងសង្ហារឹម និងគ្រឿងដាក់តាំង ព្រមទាំងដី និងអគារ។ ទ្រព្យសកម្មផ្សេងទៀតគឺជាទ្រព្យសម្បត្តិដែលស្ថិតនៅក្រៅប្រភេទបច្ចុប្បន្ន និងថេរ ដូចជាប៉ាតង់ និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះជំនួញ។

បំណុល - បំណុលគឺជាបំណុលដែលកើតឡើងដោយអាជីវកម្មហើយជំពាក់អ្នកដទៃ។ បំណុលអាចត្រូវបានពិពណ៌នាថាជារយៈពេលបច្ចុប្បន្ន ឬរយៈពេលវែង។ បំណុលបច្ចុប្បន្នគឺបំណុលមួយដែលត្រូវតែបង់ក្នុងរយៈពេល ១២ ខែ។ ឧទាហរណ៍ស្តីពីបំណុលបច្ចុប្បន្នរួមមាន គណនីដែលត្រូវបង់ ពន្ធ និងចំណែកបច្ចុប្បន្ននៃបំណុលរយៈពេលវែងរបស់អ្នក។ បំណុលរយៈពេលវែង គឺបំណុលមួយដែលមានរយៈពេលសងត្រលប់លើសពីមួយឆ្នាំ។ ឧទាហរណ៍ស្តីពីបំណុលរយៈពេលវែងរួមមាន ហ៊ីប៉ូតែក ប័ណ្ណកម្ចី ឥណទានទិញបរិក្ខារ និងឥណទានដល់ម្ចាស់ភាគហ៊ុន។

ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ - ទុនម្ចាស់ទ្រព្យគឺជាការវិនិយោគដំបូងនៅក្នុងអាជីវកម្ម ប្រាក់ចំណូលណាមួយដែលធ្វើឡើង ដោយអាជីវកម្មដែលត្រូវបានរក្សាទុកដោយអាជីវកម្ម (ប្រាក់ចំណូលរក្សាទុក) និងការវិនិយោគបន្ថែមណាមួយទៅក្នុងអាជីវកម្ម។

**ការបង្កើត
ការព្យាករណ៍
ហិរញ្ញវត្ថុ**

តារាងតុល្យការគំរូ គួរតែបង្ហាញពីកន្លែងដែលលុយ ដើម្បីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មមានប្រភពមកពី និងរបៀបដែលវាត្រូវបានប្រើប្រាស់។ សន្លឹកកិច្ចការបន្ទាប់អាចប្រើជាមូលដ្ឋានសម្រាប់តារាងតុល្យការដែលបានព្យាករណ៍របស់អ្នក ។ គំរូនេះគឺជាឧទាហរណ៍ទូទៅ រៀបចំវាឱ្យស្របតាមតម្រូវការជាក់លាក់ និងភាពសុគតស្មាញនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ តារាងតុល្យការគួរតែត្រូវបានបញ្ចប់ដោយផ្អែកលើរបៀបដែលអាជីវកម្មនឹងមើលទៅនៅថ្ងៃបើកទ្វារ។ លំហាត់នេះនឹងបង្ហាញពីអ្វីដែលអាជីវកម្មជាម្ចាស់ និងអ្វីដែលខ្លួនជំពាក់ដំបូងនៅក្នុងពេលវេលានេះ។

**ការបង្កើត
ការព្យាករណ៍
ហិរញ្ញវត្ថុ**

SBDC “R” Us Gift Shop គិតត្រឹមថ្ងៃទី 31 ខែធ្នូ ឆ្នាំ XXX	
ទ្រព្យសកម្ម	បំណុល និងទុនម្ចាស់ទ្រព្យ
<u>ទ្រព្យសកម្ម</u>	<u>បំណុលរយៈពេលខ្លី</u>
សាច់ប្រាក់	គណនីដែលត្រូវបង់
\$5,000	\$12,000
គណនីត្រូវទទួល.....	បង់ពន្ធលើការលក់
3,000	300
សារពើភ័ណ្ណ	ផ្នែកបច្ចុប្បន្ន/ បំណុលរយៈពេលវែង.....
50,000	4,000
ទ្រព្យសកម្មបច្ចុប្បន្នសរុប.....	បំណុលបច្ចុប្បន្ន
58,000	សរុប
	16,300
<u>ទ្រព្យសកម្មថេរ</u>	<u>បំណុលរយៈពេលវែង</u>
បរិក្ខារ.....	កំណត់ចំណាំគ្រឿងបរិក្ខារ
15,000	ត្រូវបង់
គ្រឿងសង្ហារឹម និងគ្រឿងដាក់តាំង.	30,000
50,000	
រំលោះបង្គរតិច.....	
(30,000)	
ទ្រព្យសកម្មថេរសរុប.....	បំណុល
35,000	សរុប
	46,300
	<u>ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ</u>
	ការវិនិយោគរបស់ម្ចាស់ 20,000
	ប្រាក់ចំណូលបានរក្សាទុក....
	26,700
	ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ
	ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ.....
	46,700
	បំណុល និងទុនម្ចាស់ទ្រព្យសរុប
ទ្រព្យសកម្មសរុប.....	ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ
93,000	93,000

**ការបង្កើត
ការព្យាករណ៍
ហិរញ្ញវត្ថុ**

**អាជីវកម្មរបស់អ្នកចាប់ពី
XXXXX, XXXX**

<p>ទ្រព្យសកម្ម ទ្រព្យសកម្ម សាច់ប្រាក់ \$ _____</p> <p>គណនីត្រូវទទួល _____</p> <p>សារពើភ័ណ្ណ _____</p> <p>ទ្រព្យសកម្មបច្ចុប្បន្នសរុប _____</p> <p>ទ្រព្យសកម្មថេរ</p> <p>បរិក្ខារ _____</p> <p>គ្រឿងសង្ហារឹម និងគ្រឿងដាក់តាំង _____</p> <p>រំលោះបង្គរតិច (____)</p> <p>ទ្រព្យសកម្មថេរសរុប _____</p> <p>ទ្រព្យសកម្មសរុប \$ _____</p>	<p style="text-align: center;">បំណុល និងទុនម្ចាស់ទ្រព្យ បំណុលរយៈពេលខ្លី</p> <p>គណនីដែលត្រូវបង់ \$ _____</p> <p>បង់ពន្ធលើការលក់ _____</p> <p>ផ្នែកបច្ចុប្បន្ន/ បំណុលរយៈពេលវែង _____</p> <p>បំណុលបច្ចុប្បន្នសរុប _____</p> <p>បំណុលរយៈពេលវែង</p> <p>កំណត់ចំណាំគ្រឿងបរិក្ខារ ត្រូវបង់ _____</p> <p>បំណុលសរុប _____</p> <p>ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ</p> <p>ការវិនិយោគរបស់ម្ចាស់ _____</p> <p>ចំណូលបានរក្សាទុក _____</p> <p>ទុនម្ចាស់ទ្រព្យសរុប _____</p> <p>បំណុល និងទុនម្ចាស់ទ្រព្យសរុប ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ \$ _____</p>
--	---

**ការបង្កើត
ការព្យាករណ៍
ហិរញ្ញវត្ថុ**

របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល

របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល ពណ៌នាអំពីប្រាក់ចំណេញ (ឬកង្វះខាតរបស់វា) នៃអាជីវកម្មក្នុងរយៈពេលជាក់លាក់ណាមួយ។ របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលអាចគ្របដណ្តប់គ្រប់ពេលវេលា ប៉ុន្តែជាធម្មតាគ្របដណ្តប់លើខែ ត្រីមាស ឬឆ្នាំ។ របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលលម្អិតអំពីប្រាក់ចំណូលរបស់អាជីវកម្ម (លុយចូល) និងការចំណាយ (លុយចេញ) ក្នុងរយៈពេលជាក់លាក់ណាមួយ។ ខាងក្រោមនេះ គឺជាធាតុធម្មតានៅក្នុងរបាយការណ៍ចំណូល៖

ប្រាក់ចំណូល— នេះគឺជាលុយដែលចូលមកក្នុងអាជីវកម្មពីការលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ខ្លួន។ វិធីសាស្ត្រគណនេយ្យដែលបានជ្រើសរើស នឹងកំណត់ថាតើចំណូលខែណាដែលបង្ហាញនៅលើរបាយការណ៍ចំណូល។ (វិធីសាស្ត្រគណនេយ្យត្រូវបានពិពណ៌នាលម្អិតនៅក្នុងជំពូកទី ៧ នៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ។) នៅពេលប្រើវិធីសាស្ត្រសាច់ប្រាក់ ប្រាក់ចំណូលត្រូវបានរាយការណ៍នៅពេលដែលសាច់ប្រាក់ត្រូវបានទទួលពីប្រាក់ដ។ នៅពេលប្រើវិធីសាស្ត្របង្ក ប្រាក់ចំណូលត្រូវបានទទួលស្គាល់នៅពេលដែលដំណើរការប្រាក់ចំណូលបានបញ្ចប់ ថាតើសាច់ប្រាក់ត្រូវបានទទួលឬអត់។ គណនេយ្យករសាធារណៈមានអាជ្ញាប័ណ្ណ អាចជួយកំណត់វិធីសាស្ត្រគណនេយ្យណាមួយដែលសមស្របបំផុតសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក ។

ថ្លៃដើមទំនិញ

នេះគឺជាផលិតផលដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកបានលក់ក្នុងអំឡុងពេលជាក់លាក់មួយ។ វាមិនចាំបាច់ជាផលិតផលដែលបានទិញក្នុងអំឡុងពេលនោះទេ ព្រោះអាចមានទំនិញនៅសេសសល់ក្នុងសារពើភ័ណ្ណពីអំឡុងពេលមុន។ ជាមួយគ្នានេះ ទំនិញទាំងអស់ដែលមានសម្រាប់លក់ប្រហែលជាមិនចាំបាច់ត្រូវបានលក់ក្នុងអំឡុងពេលជាក់លាក់នោះទេ។ មានរូបមន្តស្តង់ដារដើម្បីកំណត់តម្លៃដើមទំនិញ។ មានដូចជា៖

	ការចាប់ផ្តើមសារពើភ័
ណូបូក (+)	ទិញ
	ទំនិញសម្រាប់
លក់ ដក (-)	
	ការបិទសារពើ
ភ័ណ្ណ ស្មើ (=)	ថ្លៃដើមទំនិញ

ប្រាក់ចំណេញដុល — ប្រាក់ចំណូលដកថ្លៃដើមទំនិញគឺជាប្រាក់ចំណេញសរុប។ ប្រាក់ចំណេញដុលគឺជាសូចនាករដ៏ល្អបង្ហាញពីសកម្មភាពទិញ និងតម្លៃ។ តម្លៃទាបពេក ឬការទិញផលិតផលខ្ពស់ពេកអាចប៉ះពាល់ដល់ប្រាក់ចំណេញសរុប។ ពិនិត្យជាមួយស្តង់ដារឧស្សាហកម្មដើម្បីធ្វើការប្រៀបធៀប។

ចំណាយប្រតិបត្តិការ

ទាំងនេះគឺជាការចំណាយក្រៅពីថ្លៃដើមទំនិញនៃការផលិតប្រាក់ចំណូលតាមរយៈការលក់ទំនិញ និងសេវាកម្ម។ ការចំណាយទាំងនេះអាចថេរ (ថិតថេរ) ឬប្រែប្រួលពីមួយខែទៅមួយខែ។ ការចំណាយថេរទាក់ទងដោយផ្ទាល់

ជាមួយនឹងការផ្លាស់ប្តូរប្រាក់ចំណូល។ នៅពេលដែលប្រាក់ចំណូលកើនឡើង
ការចំណាយទាំងនេះកើនឡើង ហើយនៅពេលដែលប្រាក់ចំណូលថយចុះ
ការចំណាយទាំងនេះក៏ថយចុះ។
ការផ្លាស់ប្តូរប្រាក់ចំណូលមិនប៉ះពាល់ដល់ការចំណាយថេរទេ។
ឧទាហរណ៍ស្តីពីការចំណាយអថេរអាចជាកម្រៃជើងសារ និងថ្លៃកាតឥណទាន។
ឧទាហរណ៍ស្តីពីការចំណាយថេររួមមាន ថ្លៃជួល ប្រាក់បៀវត្សរ៍ និងថ្លៃវិជ្ជាជីវៈ។

**ការបង្កើត
ការព្យាករណ៍
ហិរញ្ញវត្ថុ**

ប្រាក់ចំណេញប្រតិបត្តិការ -

ប្រាក់ចំណេញប្រតិបត្តិការគឺជាប្រាក់ចំណេញសរុបដកការចំណាយប្រតិបត្តិការ។
ប្រាក់ចំណេញប្រតិបត្តិការ
គឺជាប្រាក់ចំណេញដែលទទួលបានក្នុងអំឡុងពេលដំណើរការធម្មតានៃប្រតិបត្តិការ។

ប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយផ្សេងទៀត - ប្រាក់ចំណូល

និងការចំណាយផ្សេងទៀតមិនមែនជាផ្នែកនៃប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃទេ។
ឧទាហរណ៍ស្តីពីប្រាក់ចំណូលផ្សេងទៀតនឹងមានការប្រាក់ពីមូលបត្រដែលអាចធ្វើ
ទីផ្សារបាន និងភាគលាភដែលទទួលបានពីការវិនិយោគ។
ឧទាហរណ៍ស្តីពីការចំណាយផ្សេងទៀតគឺការប្រាក់លើបំណុល។

ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធមុនពេលបង់ពន្ធ -

ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធមុនពេលបង់ពន្ធគឺជាប្រាក់ចំណេញប្រតិបត្តិការ ដកចំណូល
និងចំណាយផ្សេងៗ។

ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ -

ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធគឺជាប្រាក់ចំណេញសុទ្ធមុនពេលបង់ពន្ធដកពន្ធ។

នៅទំព័រខាងក្រោម គឺជារបាយការណ៍ចំណូលគំរូ។

**ការបង្កើត
ការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ**

របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល	
ចំណូល	\$150,000
ថ្លៃដើមទំនិញ	<u>70,000</u>
ប្រាក់ចំណេញដុល	\$80,000
<u>ចំណាយប្រតិបត្តិការ៖</u>	
ថ្លៃគណនេយ្យ	250
ការផ្សព្វផ្សាយ	4,500
ថ្លៃសេវាធនាគារ/កាតឥណទាន	3,000
អប្បហារ	5,000
ប្រាក់ខែបុគ្គលិក	12,500
ធានារ៉ាប់រង	750
ថ្លៃចំណាយផ្លូវច្បាប់	250
ថែទាំ និងជួសជុល	250
ផ្សេងៗ	300
សម្ភារការិយាល័យ	1,200
ប្រាក់ខែមន្ត្រី	20,000
ការផ្គត់ផ្គង់ប្រតិបត្តិការ	3,000
ពន្ធលើប្រាក់បៀវត្សរ៍	3,580
ជួល	12,000
សន្តិសុខ	360
ពន្ធ និងអាជ្ញាប័ណ្ណ	220
ទូរសព្ទ	1,500
ឧបករណ៍ប្រើប្រាស់	<u>1,800</u>
ការចំណាយប្រតិបត្តិការសរុប	\$70,460
ប្រាក់ចំណេញប្រតិបត្តិការ	9,540
<u>ចំណូល និងចំណាយផ្សេងៗ៖</u>	
ចំណាយការប្រាក់	1,750
ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធមុនពេលបង់ពន្ធ	7,790
ពន្ធ	1,700
ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធបន្ទាប់ពីបង់ពន្ធ	\$6,090

**ការបង្កើត
ការព្យាករណ៍ហិរ
ញ្ញវត្ថុ**

ការព្យាករណ៍ចំណូល និងចំណាយអប្បបរមារយៈពេលពីរឆ្នាំ
ជាធម្មតាចាំបាច់ដើម្បីកំណត់លទ្ធភាពទទួលបានប្រាក់ចំណេញ និងតម្រូវការដើមទុនបង្វិល។
ការព្យាករណ៍របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល
គឺជាជំហានដំបូងក្នុងការកំណត់ពីរបៀបដែលសាច់ប្រាក់នឹងហូរតាមរយៈអាជីវកម្មរបស់អ្នក។
ព័ត៌មានពីរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលនឹងជួយបង្កើតការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់។
វាត្រូវបានផ្តល់អនុសាសន៍យ៉ាងខ្លាំងថា
សេចក្តីថ្លែងការណ៍ដែលបានព្យាករណ៍ទាំងពីរត្រូវបានរៀបចំជាមួយគ្នា។

របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់
ជាញឹកញយវាអាចទៅរួចសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក ដើម្បីទទួលបានផលចំណេញក្នុងរយៈពេលខ្លី
បើទោះជាជួបប្រទះលំហូរសាច់ប្រាក់អវិជ្ជមានក៏ដោយ។ នោះគឺ
លុយត្រូវបានបង់ចេញពីអាជីវកម្មច្រើនជាងត្រូវបានទទួល។ ដូច្នោះ
វាជារឿងសំខាន់ក្នុងការយល់ដឹងពីរបៀបដែលសាច់ប្រាក់ដំណើរការតាមរយៈអាជីវកម្មរបស់អ្នក។
របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់កត់ត្រារដ្ឋនេះ។

មានវិធីសាស្ត្រពីរប្រភេទសម្រាប់បង្កើតរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់៖ វិធីសាស្ត្រប្រយោល និងវិធីសាស្ត្រផ្ទាល់។
វិធីសាស្ត្រប្រយោល យកប្រាក់ចំណេញសុទ្ធពីរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល
ហើយកែតម្រូវទៅតាមការផ្លាស់ប្តូរក្នុងគណនីតារាងតុល្យការ
សម្រាប់រយៈពេលដែលបានផ្តល់ឱ្យដើម្បីផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវលំហូរសាច់ប្រាក់ជាក់ស្តែង។
សម្រាប់គោលបំណងនៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ យើងនឹងផ្តោតលើវិធីសាស្ត្រផ្ទាល់
ព្រោះវាកាន់តែងាយស្រួលក្នុងការបង្កើតគំនិត និងបង្ហាញពីទំនាក់ទំនងផ្ទាល់រវាងសាច់ប្រាក់ចូល
ឬចេញពីប្រតិបត្តិការ សកម្មភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងសកម្មភាពវិនិយោគ។ គណនេយ្យករ
អាចផ្តល់ព័ត៌មានបន្ថែមអំពីវិធីសាស្ត្រប្រយោល។

សាច់ប្រាក់ពីប្រតិបត្តិការ គឺជាលទ្ធផលបានមកពីសាច់ប្រាក់ចូលមកក្នុងអាជីវកម្ម
និងសាច់ប្រាក់ចេញពីអាជីវកម្ម ដោយសារសកម្មភាពធម្មតាប្រចាំថ្ងៃ។
សាច់ប្រាក់ដែលចូលមកក្នុងអាជីវកម្មពីប្រតិបត្តិការ
គឺជាសាច់ប្រាក់ដែលបានមកពីការលក់សាច់ប្រាក់ក្នុងអំឡុងពេលកំណត់
និងពីគណនីទទួលដែលប្រមូលបានពីប្រាក់ដកក្នុងអំឡុងពេលនោះ។
សាច់ប្រាក់កើតចេញពីអាជីវកម្មដោយសារប្រតិបត្តិការរួមមាន ការចំណាយប្រចាំថ្ងៃ
ដូចជាការទិញសារពើភ័ណ្ណ ការចំណាយលើការបើកប្រាក់បៀវត្សរ៍ និងការចំណាយប្រតិបត្តិការដូចជា
ការជួល ថ្លៃទឹកប្រើប្រាស់ជាដើម។

សាច់ប្រាក់ពីសកម្មភាពហិរញ្ញប្បទាន គឺជាលទ្ធផលបានមកពីបង្កាន់ដៃសាច់ប្រាក់ពីឥនទាន
ឬសាច់ប្រាក់ចេញសម្រាប់ការទូទាត់ឥណទាន ឬការទូទាត់ជាដុំ។ ជាទូទៅ សាច់ប្រាក់ពីសកម្មភាពវិនិយោគ
ជាសាច់ប្រាក់ដែលទទួលបានពីអ្នកវិនិយោគ ឬម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន
ឬសាច់ប្រាក់ដែលបានទូទាត់សម្រាប់ទ្រព្យសម្បត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន។

នៅពេលដែលគំនិតអាជីវកម្មវិជ្ជុ
ការទទួលបានកាន់កាប់សាច់ប្រាក់រយៈពេលប្រាំមួយខែនៅក្នុងដៃដើម្បីរ៉ាប់រងការចំណាយអាចនឹងមានភាពសុក្រិតតិច។
ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ពីមួយខែទៅមួយខែ
នឹងផ្តល់នូវការប៉ាន់ប្រមាណត្រឹមត្រូវជាងមុនអំពីចំនួនទុនបង្វិលដែលត្រូវការដើម្បីបន្តដំណើរការអាជីវកម្ម។
របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ត្រូវតែជាមគ្គុទេសក៍សំខាន់សម្រាប់កំណត់តម្រូវការលំហូរសាច់ប្រាក់។

ជំពូកទី ៣៖ លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ

ការបង្កើត ការព្យាករណ៍ ហិរញ្ញវត្ថុ

គំរូខាងក្រោមនេះ អាចប្រើដើម្បីបង្កើតការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។ គំរូនេះ គ្រាន់តែជាផែនទីចង្អុលប៉ុណ្ណោះ ហើយគួរត្រូវបានរៀបចំទៅតាមអាជីវកម្មរបស់អ្នកជាក់ស្តែង។

ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ នឹងបង្ហាញថាតើពេលណានឹងមានឱនភាពសាច់ប្រាក់ និងទំហំឱនភាពសាច់ប្រាក់ដែលកើនឡើង មុនពេលអាជីវកម្មមានសាច់ប្រាក់គ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីរស់ដោយខ្លួនឯង។ ប្រសិនបើមានការប៉ាន់ប្រមាណសាច់ប្រាក់អវិជ្ជមាន អ្នកត្រូវតែធានាសាច់ប្រាក់ពីជម្រើសហិរញ្ញប្បទាន ឬការវិនិយោគ ដើម្បីទប់ទល់ឱនភាពសាច់ប្រាក់។ ក្នុងរយៈពេលខ្លី លំហូរសាច់ប្រាក់គឺមានបញ្ហាទាំងអស់នេះឯង។ ក្នុងរយៈពេលវែង ប្រាក់ចំណេញក៏សំខាន់ផងដែរ។

លំហូរសាច់ប្រាក់ប្រចាំខែតាមការគ្រោ
ងទុក អាជីវកម្មរបស់អ្នក
ខែទី ១ ដល់ខែទី ១២, ២០xx

	ខែទី ១	ខែទី ២	ខែទី ៣	ខែទី ៤	ខែទី ៥	ខែទី ៦	ល...
បង្កាន់ដៃសាច់ប្រាក់ពីប្រតិបត្តិការ៖							
ការលក់យកជាសាច់ប្រាក់							
គណនីត្រូវទទួល							
បង្កាន់ដៃសាច់ប្រាក់ផ្សេងៗ							
បង្កាន់ដៃសាច់ប្រាក់សរុបពីប្រតិបត្តិការ៖							
បង្កាន់ដៃសាច់ប្រាក់ពីហិរញ្ញប្បទាន ឬការវិនិយោគ							
ឥណទានធនាគារ							
ការវិនិយោគរបស់ម្ចាស់							
ផ្សេងៗ							
បង្កាន់ដៃសាច់ប្រាក់សរុបពីហិរញ្ញប្បទាន							
បង្កាន់ដៃសាច់ប្រាក់សរុប							
ការចំណាយជាសាច់ប្រាក់ពីប្រតិបត្តិការ៖							
ការទិញ/សារពើភ័ណ្ណ							
ថ្លៃគណនេយ្យ							
ការផ្សព្វផ្សាយ							
ថ្លៃសេវាធនាគារ/កាតឥណទាន							
ប្រាក់ខែបុគ្គលិក							
ធានារ៉ាប់រង							
ថ្លៃចំណាយផ្លូវច្បាប់							
ថែទាំ និងជួសជុល							
សម្ភារការិយាល័យ							
ប្រាក់ខែមន្ត្រី							
សម្ភារសម្រាប់ប្រតិបត្តិការ							
ពន្ធលើប្រាក់បៀវត្សរ៍							
ជួល							
សន្តិសុខ							
ពន្ធ និងអាជ្ញាប័ណ្ណ							

ជំពូកទី ៣៖ លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ

**លំហូរសាច់ប្រាក់ប្រចាំខែតាមការ
គ្រោងទុក អាជីវកម្មរបស់អ្នក
ខែទី១ ដល់ ខែទី ១២, ២០XX (ត)**

	ខែទី ១	ខែទី ២	ខែទី ៣	ខែទី ៤	ខែទី ៥	ខែទី ៦	ល...
ទូរសព្ទ							
ការប្រើប្រាស់សេវា							
ផ្សេងៗ							
ការចំណាយជាសាច់សរុបពីប្រតិបត្តិការ៖							
ការចំណាយជាសាច់សម្រាប់ហិរញ្ញប្បទាន ឬការវិនិយោគ៖							
ការទូទាត់ឥណទាន							
ការទិញឧបករណ៍							
ផ្សេងៗ							
ការចំណាយជាសាច់សរុបសម្រាប់ហិរញ្ញប្បទាន ឬការវិនិយោគ៖							
ការចំណាយជាសាច់សរុបពីប្រតិបត្តិការ ហិរញ្ញប្បទាន និងការវិនិយោគ							
លំហូរសាច់ប្រាក់សុទ្ធ							
សមតុល្យដើមគ្រា							
លំហូរសាច់ប្រាក់បង្គរ							

**ការវាយតម្លៃ
បាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ**

មានវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗក្នុងការវិភាគលទ្ធភាពជោគជ័យសម្រាប់អាជីវកម្មថ្មី។ នៅដំណាក់កាលដំបូង
អាជីវកម្មត្រូវតែព្យាយាមជាប់បំណុល ដែលអាចរកប្រាក់ចំណេញបាន (ខ.
ប្រាក់កាន់តែច្រើនត្រូវបានត្រឡប់ទៅអាជីវកម្មវិញតាមរយៈឥណទាន
ជាងការចំណាយសម្រាប់អាជីវកម្មនោះ។)។ លើសពីនេះទៀត
កុំភ្លេចការចំណាយឱកាសទៅលើការដំណើរការអាជីវកម្ម
ដែលអាចបង្កើតចំណូលបានច្រើនតាមរយៈធ្វើអ្វីផ្សេងទៀត ឬការវិនិយោគនេះ
អាចនាំមកនូវផលចំណេញល្អជាង ប្រសិនបើវិនិយោគនៅកន្លែងផ្សេងៗ
ប្រសិនបើសេណារីយ៉ូដែលល្អបំផុតសម្រាប់អាជីវកម្មតាមការស្នើឡើងមិនបំពេញតាមតម្រូវការហិរញ្ញវត្ថុ
សូមស្វែងរកឱកាសដែលកាន់តែមានសក្តានុពលជាងនេះ។

សេចក្តីសម្រេចចុងក្រោយទៅលើលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុមួយទៀតគឺ ចំណុចរួចខ្លួន។ ចំណុចរួចខ្លួន
ត្រូវបានកំណត់ជាកម្រិតនៃការលក់ដែលគ្មានប្រាក់ចំណេញ ឬខាត។
ប្រាក់ចំណូលសរុបស្មើនឹងការចំណាយសរុប។ ម្យ៉ាងវិញទៀត អាជីវកម្មនឹងមិនអាចរកប្រាក់ចំណេញបានទេ
រហូតដល់អាជីវកម្មនោះឈានដល់ ចំណុចរួចខ្លួន។ សំណួរដែលត្រូវដោះស្រាយមាន
តើអាជីវកម្មអាចរកចំណូលបានគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីលើសពីចំណុចរួចខ្លួនដែរឬទេ? ដើម្បីគណនាចំណុចនេះ
ត្រូវមានការសន្មត់ជាក់លាក់ចំពោះកម្រិតអាជីវកម្ម៖ (1)
ភាគរយនៃថ្លៃដើមថែរដែលមានទំនាក់ទំនងនឹងកម្រិតនៃការលក់ដែលបានបញ្ជាក់ និង (2)
ថ្លៃដើមថែរសរុបសម្រាប់ក្រុមហ៊ុននៅក្នុងទំហំប្រាក់ចំណូលដែលបានបញ្ជាក់នោះ។ ឧទាហរណ៍
សូមសន្មត់អំពីសេណារីយ៉ូខាងក្រោម៖

ចំណូលឯកតា៖	\$5.00
ថ្លៃដើមទំនិញ	-2.00
ប្រាក់ចំណេញដុល 	3.00
ឬ.....	60 ភាគរយ
	($\$3.00/\$5.00=0.60$ ឬ 60%)
ថ្លៃដើមថែរ.....	\$75,000
រួចខ្លួន	$\$75,000/0.60 = \$125,000$

ប្រសិនបើការចំណាយលើអាជីវកម្មប្រចាំថ្ងៃដូចជា ថ្លៃជួល ប្រាក់ខែ ថ្លៃទឹកភ្លើង ជាដើម មានចំនួន \$75,000
(ទាំងនេះមិនផ្លាស់ប្តូរទេ ទោះបីជាទំហំលក់ផ្លាស់ប្តូរក្នុងជួរដែលបានបញ្ជាក់ក៏ដោយ) ដូច្នេះហើយ
ចំនួនថែរនោះ អាចត្រូវបានចែកដោយប្រាក់ចំណេញដុល ដើម្បីគណនាចំណុចរួចខ្លួន ក្នុងឧទាហរណ៍នេះ
\$75,000 ចែកនឹង 0.60 ស្មើនឹង \$125,000។ នៅសល់ប្រាក់ចំណូល \$125,000
អាជីវកម្មនេះមិនរកប្រាក់ចំណេញ ឬខាតប្រាក់ពីចំណុចចំណុចនិងខាតនោះទេ។ ដូច្នេះ កម្រិតលក់
អប្បបរមាសម្រាប់ចំណុចរួចខ្លួនគឺ \$125,000។ ដូចក្នុងឧទាហរណ៍នេះ ចំណុចរួចខ្លួន
អាចត្រូវបានបញ្ជាក់ជាដុល្លារ ឬជាឯកតាដែលបានលក់។

ការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ជាផ្នែកមួយនៅក្នុងផែនការអាជីវកម្មទាំងមូល
ហើយត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយភ្ជាប់ជាមួយការធ្វើសេចក្តីរៀបរាប់។
ការព្យាករណ៍បានមកពីសកម្មភាពដែលអ្នកកំពុងគ្រោងនឹងធ្វើនៅពេលអ្នកចាប់ផ្តើម
និងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

**ការវាយតម្លៃ
របាយការណ៍
ហិរញ្ញវត្ថុ**

ដើម្បីប៉ាន់ប្រមាណចំនួនការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ការយល់ដឹងស៊ីជម្រៅអំពីទីផ្សារ ការប្រកួតប្រជែង
ទីតាំងផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលបានស្នើឡើង
និងប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃនៅក្នុងប្រភេទអាជីវកម្មនេះគឺជារឿងចាំបាច់។ ធាតុផ្សំទាំងនេះរួមមាន
គ្រោងការសំខាន់ៗសម្រាប់ផែនការអាជីវកម្ម
និងគូសបញ្ជាក់អំពីសារៈសំខាន់នៃបទពិសោធន៍ផ្ទាល់នៅក្នុងប្រភេទអាជីវកម្មដែលបានស្នើឡើង។
បទពិសោធន៍ក្នុងឧស្សាហកម្មពីមុន ក៏អាចឱ្យសហគ្រិនចង់ធ្វើបេសកកម្មប្រតិបត្តិការសំខាន់ៗ
មុនពេលវិនិយោគប្រាក់ និងទទួលយកហានិភ័យក្នុងអាជីវកម្មថ្មីផងដែរ។

ការអភិវឌ្ឍន៍ទៅលើការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានលេខចុងក្រោយ និងប្រាកដនិយម
គឺជាដំណើរការសាកល្បង និងកំហុសដែលទាមទារឱ្យមានការធ្វើឡើងវិញជាច្រើនដង។
ការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ នឹងតម្រូវឱ្យធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព
និងពិនិត្យឡើងវិញពេញមួយដំណើរនៃការត្រៀមរៀបចំផែនការអាជីវកម្មផងដែរ។
ដោយទទួលបានចំណេះដឹងអំពីលទ្ធភាពទីផ្សារ និងលទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុសមតាមបំណង
សហគ្រិនអាចយកព័ត៌មានដែលបានមកពីការវាយតម្លៃទាំងនេះ ដើម្បីកសាងផែនការអាជីវកម្ម។

**ជំពូកទី បួន៖
ការរៀបចំផែនការ
អាជីវកម្ម**

ជំពូកទី ៤៖ ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម

ការងារនៅក្នុងការសរសេរផែនការអាជីវកម្ម អាចជារៀងរាល់ភ័យ ប៉ុន្តែជាការឱ្យរង្វាន់។
 ផែនការអាជីវកម្មដ៏ល្អអាចជួយកំណត់ចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ ដោយព្យាបាល។
 កំណត់តម្រូវការអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងបង្កើតគោលដៅ។ អ្នកនិពន្ធជាច្រើន
 បានពណ៌នាផែនការអាជីវកម្មថាជា «ផែនទីបង្ហាញផ្លូវ» ឬ «ប្លង់មេ»
 ដែលអាជីវកម្មអាចដំណើរការបាន។ បន្ថែមពីលើឧបករណ៍ប្រតិបត្តិការដ៏ល្អ
 ផែនការអាជីវកម្មបង្កើតភាពជឿជាក់ក្នុងសំណើឥណទាន
 និងបែងចែកអាជីវកម្មរបស់អ្នកតាមការយល់ឃើញរបស់អ្នកឱ្យខ្លី។

ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មដ៏ល្អមួយ នឹងតម្រូវឱ្យមានការខិតខំប្រឹងប្រែង
 ហើយអាចចំណាយពេលចំនួនពីរបីសប្តាហ៍ទៅច្រើនខែដើម្បីបញ្ចប់
 វាអាស្រ័យលើបញ្ហាដែលត្រូវដោះស្រាយនៅក្នុងផែនការរបស់អ្នក ជំនាញសរសេររបស់អ្នក
 និងជំនាញរបស់អ្នកក្នុងការរៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។
 សហគ្រិនជាច្រើនប្រញាប់ប្រញាល់រៀបចំផែនការអាជីវកម្ម
 ជារៀងៗដោយមិនបញ្ចូលព័ត៌មានលម្អិតសំខាន់ៗ។
 ចំណុចខ្សោយទូទៅមួយចំនួននៅក្នុងផែនការអាជីវកម្មមានរួមមាន៖

1. យុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មមិនសមហេតុផល មិនអាចសម្រេចបាន ឬមិនប្រាកដនិយម
2. ការប្រកួតប្រជែងមិនត្រូវបានកំណត់អត្តសញ្ញាណលម្អិតទេ
3. ពិបាកធ្វើផែនការទីផ្សារ
4. ប្រាក់ចំណេញ និងកំណើនមិនត្រូវបានដោះស្រាយ
5. ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ និងយុទ្ធសាស្ត្រលក់ខ្សោយ
6. ការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុមិនគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ

(ប្រភព៖ Mancuso, Joseph R. *របៀបដើម្បីទទួលបានឥណទានអាជីវកម្ម៖
 ដោយគ្មានការបាត់បង់ការគ្រប់គ្រងរបស់អ្នក*។ ញូវយ៉ក៖ Simon និង Schuster, ១៩៩២)។

ជំហានដំបូងក្នុងការសរសេរផែនការអាជីវកម្ម ត្រូវមើលគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នកទៅតាមរូបភាព។
 ប្រសិនបើអ្នកបានធ្វើការវាយតម្លៃលទ្ធភាពទីផ្សារ និងហិរញ្ញវត្ថុ
 ដូចដែលបានកំណត់ក្នុងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍នេះ
 អ្នកនឹងអាចបង្ហាញពីរបៀបដែលអាជីវកម្មនេះនឹងសម្រេចតាមគោលដៅដែលអ្នកបានកំណត់។
 ជាពិសេសនៅក្នុងឧស្សាហកម្មរបស់អ្នក ការពិនិត្យមើលផែនការអាជីវកម្មដែលទទួលបានជោគជ័យ
 នឹងជួយអ្នកដោះស្រាយកត្តាសំខាន់ៗនៅក្នុងផែនការអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។
 សមាគមពាណិជ្ជកម្មជារៀងៗមានធនធាន ដូចជាកិច្ចការអាជីវកម្ម និងទិន្នន័យឧស្សាហកម្ម
 ដើម្បីជួយអ្នកបង្កើតផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ប្រសិនបើអ្នកកំពុងពិចារណាទិញប្រទេសឆាយ នោះ
 ជាធម្មតាម្ចាស់ប្រទេសឆាយទាំងអស់ មានគំរូផែនការ និងព័ត៌មានមានប្រយោជន៍។

ទោះបីជាការសម្លឹងមើលផែនការផ្សេងទៀតគឺជាវិធីដ៏ល្អមួយដើម្បីទទួលបានគំនិត និងទស្សនៈថ្មីៗ ក៏ដោយ
 ក៏ផែនការអាជីវកម្មរបស់អ្នកត្រូវការតំណាងឱ្យគំនិតរបស់អ្នក ស្ថានភាពរបស់អ្នក
 និងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់អ្នក។ រៀបរយការចម្លងផែនការ។
 កុំចង់ធ្វើឱ្យដំណើរការរៀបចំផែនការមានភាពងាយស្រួលដោយពឹងផ្អែកលើកម្មវិធីស្វ័យប្រវត្តិរៀបចំផែនការ
 អាជីវកម្មតែប៉ុណ្ណោះ។ ទោះបីជាកញ្ចប់កម្មវិធីស្វ័យប្រវត្តិទាំងនេះ ផ្តល់នូវម៉ូឌុលងាយស្រួល
 និងក្រាហ្វិកល្អប្រណិតក៏ដោយ មន្ត្រីឥនទានភាគច្រើនបានឃើញកំរិតលំអ្នកទាំងនេះរាប់រយ
 ហើយអ្នកនឹងប្រថុយប្រថានជាមួយនឹងអ្នកឱ្យខ្លីដែលមិនគិតពីគំនិតអ្នក។ ផែនការអាជីវកម្មដ៏ល្អ
 គួរតែឆ្លុះបញ្ចាំងពីបញ្ហាសំខាន់ៗដែលមានសារៈសំខាន់នៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។
 ការចម្លងផែនការអាជីវកម្ម ឬការប្រើប្រាស់គំរូ អាចរៀបចំត្រូវនឹងបញ្ហា។ លើសពីនេះ ការប្រើគំរូ
 ឬខ្លីប្រាក់ច្រើនពេកពីផែនការដែលមានស្រាប់ អាចប៉ះពាល់ដល់លំហូរនៃផែនការ
 បណ្តាលឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំ និងម្ល៉ោម្ល៉ៃចំពោះអ្នកឱ្យខ្លី។

ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

គ្រោងការនៃផែនការអាជីវកម្មជាធម្មតាដូចគ្នាស្ទើរតែគ្រប់អាជីវកម្មទាំងអស់។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ ប្រភេទអាជីវកម្ម និងគោលដៅអាជីវកម្មនឹងកំណត់ខ្លឹមសារ និងការសង្កត់ធ្ងន់នៅក្នុងអាជីវកម្ម។ ឧទាហរណ៍ អ្នកលក់រាយដែលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម អាចផ្តោតលើសារពើភ័ណ្ណ និងបញ្ហាទីផ្សារនៅក្នុងផែនការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ចំណែកអ្នកផលិតដែលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម អាចផ្តោតលើបញ្ហាផលិតកម្ម និងការចែកចាយ។ ដូចគ្នានេះដែរ ផែនការអាជីវកម្មដែលមានបំណងសម្រាប់វិនិយោគិន អាចខុសពីគម្រោងដែលបានរៀបចំសម្រាប់អ្នកឱ្យខ្ចីបែបប្រពៃណី។ អ្នកឱ្យខ្ចីតាមបែបប្រពៃណីប្រហែលជាចង់អានផែនការដែលគាំទ្រការសង់ឥណទាន ចំណែកវិនិយោគិន ចង់អានផែនការដែលនឹងរៀបរាប់លម្អិតអំពីរបៀបដែលក្រុមហ៊ុននឹងបង្កើតតម្លៃ និងប្រាក់ចំណេញដែលរំពឹងទុកពីការវិនិយោគ។ មិនថាគម្រោងអាជីវកម្មមានគោលបំណងអ្វីក៏ដោយ ទម្រង់ខាងក្រោមជាចំណុចចាប់ផ្តើមដ៏ត្រឹមត្រូវ៖

- ទំព័រគម្របមុខ
- សេចក្តីសង្ខេបប្រតិបត្តិ
- សេចក្តីពិពណ៌នាអាជីវកម្ម
- ទីតាំងអាជីវកម្ម (ប្រសិនបើអាជីវកម្មថ្មី ឬទីកន្លែងថ្មី)
- ប្រតិបត្តិការ
- ការវិភាគទីផ្សារ
- យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ
- ការគ្រប់គ្រង និងប្រតិបត្តិការបុគ្គលិក
- ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុ
- ឯកសារភ្ជាប់ និងឯកសារគាំទ្រ

ទំព័រគម្របមុខ

ទំព័រគម្របមុខ ជាទំព័រដំបូងដែលអ្នកអានឃើញ ដូច្នេះវាជាចំណុចខ្លឹមក្នុងការធ្វើឱ្យមានចំណាប់អារម្មណ៍ល្អ។ ទំព័រគម្របមុខ គួរមានឯកសារយោង រួមទាំងឈ្មោះអាជីវកម្ម និងនិមិត្តសញ្ញាដែលបានស្នើឡើង ឈ្មោះរបស់ម្ចាស់ អាសយដ្ឋាន លេខទូរសព្ទ អាសយដ្ឋានអ៊ីមែល រូបសាយថ្មី (ប្រសិនបើមាន) និងកាលបរិច្ឆេទ។

សេចក្តីសង្ខេបប្រតិបត្តិ

សេចក្តីសង្ខេបប្រតិបត្តិ បង្ហាញពីចំណុចសំខាន់ៗនៅក្នុងផែនការអាជីវកម្ម។ សេចក្តីសង្ខេបគួរតែផ្តល់នូវការពិពណ៌នាសង្ខេបអំពីអាជីវកម្ម ម្ចាស់ និងគោលបំណងនៃផែនការនោះ។ ប្រសិនបើអ្នកកំពុងបង្ហាញផែនការអាជីវកម្មដល់មន្ត្រីឥណទាន សេចក្តីសង្ខេបប្រតិបត្តិនឹងដើរតួជា «ការលក់»។ ផ្នែកនេះជាធម្មតាជាផ្នែកអានដំបូង។ ដូច្នេះ អ្នកត្រូវតែបង្កើតចំណាប់អារម្មណ៍លើសេចក្តីសង្ខេបរបស់អ្នក ដូច្នេះអ្នកអានចង់អានផែនការទាំងមូល។ ផ្នែកនេះជាធម្មតា មិនលើសពីមួយទំព័រសម្រាប់អ្នកឱ្យខ្ចីបែបប្រពៃណី។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ វាអាចត្រូវការយូរជាងនេះ ប្រសិនបើអ្នកអានជាវិនិយោគិន។ នៅពេលដែលផែនការអាជីវកម្មកំពុងត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីគាំទ្រសំណើឥណទាន សេចក្តីសង្ខេបប្រតិបត្តិ គួរតែមានព័ត៌មានដូចខាងក្រោម៖

- ឈ្មោះអាជីវកម្ម និងប្រភេទអាជីវកម្ម
- ឈ្មោះម្ចាស់អាជីវកម្ម និងព័ត៌មានទំនាក់ទំនង

ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

- រចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវច្បាប់
- ចំនួន និងរយៈពេលស្នើសុំឥណទាន
- ការប្រើប្រាស់ឥណទាន
- សេចក្តីថ្លែងការណ៍ស្តីពីការសម្ងាត់

សេចក្តីពិពណ៌នាអាជីវកម្ម

ផ្នែកសំខាន់បំផុតនៃផែនការអាជីវកម្មណាក៏ដោយ គួរតែមានសេចក្តីពិពណ៌នាអំពីអាជីវកម្ម។ ផ្នែកនេះផ្តល់នូវព័ត៌មានប្រវត្តិអំពីអាជីវកម្មថ្មី និងគំនិតអាជីវកម្មទូទៅ។ ផ្នែកនេះក៏ពិពណ៌នាអំពីផលិតផល និងសេវាកម្មដែលលក់ដោយអាជីវកម្ម ក៏ដូចជាគោលដៅ និងយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការសម្រេចបាននូវគោលដៅទាំងនោះ។ បន្ថែមពីលើឱកាសទាំងឡាយដែលអាជីវកម្មនេះនឹងធ្វើតែឯកចំណេញ បញ្ហាប្រឈមដែលអាចមើលឃើញ ក៏គួរតែត្រូវបានកំណត់ផងដែរ។ អ្នកឱ្យខ្លី និងអ្នកបណ្តាក់ទុនអាចនឹងមិនរកឃើញផែនការដែលគួរឱ្យជឿនោះទេ ប្រសិនបើផែនការនោះរៀបចំទៅល្អពេក។ ក្នុងករណីដែលអាចអនុវត្តបាន ប្រធានបទទាំងនេះ គួរតែត្រូវបានពិភាក្សានៅក្នុងសេចក្តីពិពណ៌នាអាជីវកម្ម៖

- សកកម្មនៃអាជីវកម្ម
- ប្រភេទអាជីវកម្ម (សេវាកម្ម លក់រាយ សំណង់ ការលក់ដុំ ការផលិត អាជីវកម្មអេឡិចត្រូនិក)
- ទម្រង់ច្បាប់ (សហគ្រាសឯកបុគ្គល ភាពជាដៃគូ សាជីវកម្ម ក្រុមហ៊ុនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត)
- ភាពខ្លាំង និងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន
- ភាពងាយរងគ្រោះ និងជំហានការពារ
- សេចក្តីពិពណ៌នាអំពីផលិតផល និងសេវាកម្ម
- សេចក្តីពិពណ៌នាអំពីទីផ្សារគោលដៅ
- លក្ខណៈពិសេស និងអត្ថប្រយោជន៍នៃផលិតផល និងសេវាកម្ម
- ទីតាំងលក់ប្លែកខុសគេ (រៀបចំផែនការម្ហូបរបស់អ្នកខុសពីការប្រកួតប្រជែង)
- ស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍ (សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន និងសហគ្រាសផលិតដែលផ្អែកលើបច្ចេកវិទ្យា)
- ផលិតកម្ម និងការផ្តល់សេវា (សម្រាប់សហគ្រាសផលិត)

ទីតាំងអាជីវកម្ម

ផែនការអាជីវកម្ម គួរតែពន្យល់ពីមូលហេតុក្នុងការជ្រើសរើសទីតាំងតាមការស្នើ។ ឧទាហរណ៍ ទីតាំងនៅជិតអតិថិជន ការចូលទៅកាន់បណ្តាញចែកចាយ ឬការចំណាយទាប គឺជាហេតុផលសមហេតុផលសម្រាប់ការជ្រើសរើសនេះ។ លើសពីនេះ ផែនការគួរតែរួមបញ្ចូលការវាយតម្លៃកន្លែងថ្មីមួយ។ ប្រសិនបើឥណទានកំពុងត្រូវបានស្វែងរកដើម្បីផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់គ្រឿងបរិក្ខារថ្មី ផែនការអាជីវកម្ម គួរតែផ្តល់ព័ត៌មានលម្អិតយ៉ាងច្រើនអំពីការប្រើប្រាស់ដើមទុនតាមការស្នើឡើង។ ធាតុពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀតនៅក្នុងផ្នែកនៃផែនការអាជីវកម្មនេះរួមមាន៖

- អាសយដ្ឋាន
- សេចក្តីពិពណ៌នាអំពីគ្រឿងបរិក្ខារ (ការកំណត់តំបន់ ការជួសជុល ទិញ ឬជួល បរិក្ខារ)
- គំរូចរាចរណ៍/ចរាចរណ៍ថ្មីរឿង (នៅពេលណា ប៉ុន្មាន អ្នកណា)
- តំបន់ជុំវិញ និងទីតាំងនៅជិតអាជីវកម្មផ្សេងទៀត (បើសំខាន់)
- ចំណាត់ថ្លៃ
- ប្រជាសាស្ត្រក្នុងតំបន់ (ឧ. ចំនួនគ្រួសារ)

ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

សម្រាប់ការប្រឹក្សា សេវាកម្ម ឬអាជីវកម្មតាមគោលដៅ
 អតិថិជនមិនទិញនៅនឹងកន្លែងផ្ទាល់នោះទេ ដោយសារតែអាសយដ្ឋានអាជីវកម្ម
 ត្រូវការព័ត៌មានលម្អិតអំពីទីតាំងតិចជាងមុន។ កែប្រែផ្នែកទីតាំងឱ្យសមនឹងស្ថានភាពរបស់អ្នក។

ការវិភាគទីផ្សារ

តាមការរៀបរាប់ពីលើ តំបន់ខ្សោយបំផុតនៅក្នុងផែនការអាជីវកម្មជាច្រើនគឺការវិភាគទីផ្សារ។
 ការវិភាគខ្សោយ អាចធ្វើឱ្យទុច្ចរិតប្រយោជន៍

ដោយសារផ្នែកនេះកំណត់ដំណាក់កាលសម្រាប់យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ។
 ព័ត៌មានដែលប្រមូលបានក្នុងដំណាក់កាលវាយតម្លៃលទ្ធភាពទីផ្សារ
 នឹងមានតម្លៃអស្ចារ្យនៅពេលបង្កើតផ្នែកនេះនៅក្នុងផែនការអាជីវកម្ម។ ការវិភាគទីផ្សារ
 គួរតែមានព័ត៌មានអំពីបរិយាកាសដែលអាជីវកម្មនេះនឹងដំណើរការ ពិសេស និន្នាការឧស្សាហកម្ម
 និន្នាការអតិថិជន និងព័ត៌មានផ្នែកច្បាប់ នយោបាយ ឬបរិស្ថានដែលពាក់ព័ន្ធ។
 រួមបញ្ចូលនៅក្នុងការវិភាគឧស្សាហកម្មគឺជាសេចក្តីពិពណ៌នាអំពីផែនការប្រកួតប្រជែងដោយផ្ទាល់
 និងដោយប្រយោល។

ការបង្ហាញពីរបៀបដែលអាជីវកម្មនេះនឹងខុសពីផែនការប្រកួតប្រជែងដែលមានស្រាប់។
 កុំភិតថាការប្រកួតប្រជែង។ អ្នកឱ្យខ្លី និងវិនិយោគិន
 នឹងមិនយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំងចំពោះអាជីវកម្មដែលអះអាងថា គ្មានការប្រកួតប្រជែងនោះទេ។

ឯកសារផ្ទុកប្រភពព័ត៌មានគួរតែបង្ហាញឱ្យឃើញ។ អ្នកឱ្យខ្លី
 និងវិនិយោគិនមិនផ្តល់តម្លៃចំពោះផែនការដែលមានឯកសារតិចតួច ឬគ្មានឯកសារ។
 សមាសធាតុសំខាន់ៗនៅក្នុងការវិភាគទីផ្សាររួមមានប្រធានបទដូចខាងក្រោម៖

- ទិដ្ឋភាពទូទៅស្តីពីទីផ្សារ
 - ◆ ទំហំឧស្សាហកម្ម (ការលក់ បរិមាណ ចំនួនអ្នកផ្គត់ផ្គង់)
 - ◆ កត្តាដែលជះឥទ្ធិពលដល់កំណើន ឬការធ្លាក់ចុះ (អត្រាការប្រាក់ រដូវកាល)
 - ◆ និន្នាការឧស្សាហកម្មពីមុន និងបច្ចុប្បន្ន (បច្ចេកវិទ្យាថ្មី ការផ្លាស់ប្តូរផលិតផល ។ល។)
 - ◆ បទប្បញ្ញត្តិ (ប្រសិនបើមាន)
 - ◆ ស្ថិតិឧស្សាហកម្មផ្សេងទៀត
- ទីផ្សារគោលដៅ និងចំណែកទីផ្សារ
 - ◆ ប្រជាសាស្ត្រ (អាយុ ភេទ ពូជសាសន៍ ប្រាក់ចំណូល ។ល។)
 - ◆ ទំហំមូលដ្ឋានអតិថិជនដែលមានសក្តានុពល

ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

- ◆ និន្នាការនៅក្នុងចំណែកទីផ្សារ
- ទីតាំងទីផ្សារ/ការបែងចែកទីផ្សារ
- ការវិភាគការប្រកួតប្រជែង
 - ◆ គូប្រជែងផ្ទាល់
 - ◆ គូប្រជែងប្រយោល
 - ◆ ទីតាំងនៅជិត
 - ◆ ការប្រៀបធៀបផលិតផល និងសេវាកម្ម (គុណភាព តម្លៃ)
 - ◆ ការប្រៀបធៀបគ្រឿងបរិក្ខារ
 - ◆ ការប្រៀបធៀបការផ្សព្វផ្សាយ និងប្រៀបធៀបសិន

យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ

នៅក្នុងផ្នែកនេះ

ពិពណ៌នាអំពីរបៀបដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងសម្រេចបាននូវគោលដៅលក់របស់ខ្លួនតាមរយៈយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារផ្សេងៗ។ គូសបញ្ជាក់ជំហានសកម្មភាពដែលអ្នកនឹងត្រូវធ្វើ

ដើម្បីសម្រេចបានអតិថិជនដ៏មានសក្តានុពល។

រួមបញ្ចូលយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ប្រៀបធៀបសិន ការកំណត់តម្លៃ និងការលក់។ ពិភាក្សាអំពីយុទ្ធសាស្ត្ររបស់អ្នកផងដែរសម្រាប់ភាពខុសគ្នានៃអាជីវកម្មរបស់អ្នកពីការប្រកួតប្រជែង។ សរុបមក អ្នកអានផែនការរបស់អ្នក

គួរតែទទួលបានការយល់ដឹងយ៉ាងខ្លាំងអំពីរបៀបដែលអ្នកមានគម្រោងដើម្បីប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារ។ នៅក្នុងផ្នែកយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ អ្នកអាចពិភាក្សាលើប្រធានបទខាងក្រោម៖

- ផែនការទីផ្សារ
 - ◆ គោលដៅទីផ្សារ (ឧទាហរណ៍ទាក់ទងអតិថិជន ចាប់ផ្តើមផលិតផលផ្សព្វផ្សាយឈ្មោះ)
 - ◆ ម៉ាក/ភាពខុសគ្នា
 - ◆ យុទ្ធសាស្ត្រកំណត់តម្លៃ
 - ◆ ការផ្សព្វផ្សាយ
 - ◆ ប្រព័ន្ធទីផ្សារ (ផែនការទាក់ទង និងរក្សាអតិថិជន)
 - ◆ ការផ្សព្វផ្សាយ
- ផែនការលក់
 - ◆ គោលដៅលក់
 - ◆ បុគ្គលិកផ្នែកលក់ និងការបណ្តុះបណ្តាល
 - ◆ ឧបករណ៍លក់
 - ◆ ការព្យាករណ៍ការលក់
- ការចែកចាយ (ប្រសិនបើមាន)

ការគ្រប់គ្រង និងបុគ្គលិក

នៅក្នុងផ្នែកនេះ ជាផ្នែកសំខាន់បំផុតទីពីរនៃផែនការអាជីវកម្ម ហើយតែងតែមិនយកចិត្តទុកដាក់បំផុត គួរតែលម្អិតអំពី

ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

រចនាសម្ព័ន្ធចាត់តាំងតាមការស្នើនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ផែនការគួរតែពិពណ៌នាអំពីប្រវត្តិរបស់ម្ចាស់ និងការគ្រប់គ្រងសំខាន់ៗ ដោយរាយបញ្ជីការគ្រប់គ្រងពាក់ព័ន្ធ និងបទពិសោធន៍ក្នុងឧស្សាហកម្មរបស់ខ្លួន។ អ្នកឱ្យខ្លួននឹងបញ្ជាក់ថាតើអាជីវកម្មមានជំហរវែងម៉្លោះ ដើម្បីជោគជ័យនៅក្នុងអាជីវកម្មដែលគ្របដណ្តប់ដែរឬទេ។ ធនាគារ អ្នកឱ្យខ្លួន និងវិនិយោគិន ចាត់ទុកក្រុមអ្នកគ្រប់គ្រងជាអ្នកព្យាករណ៍ដ៏សំខាន់បំផុតសម្រាប់ជោគជ័យអាជីវកម្ម។ ទីប្រឹក្សា និងអ្នកពិគ្រោះយោបល់ខាងក្រៅសំខាន់ៗ គួរតែត្រូវបានលើកឡើងផងដែរ។ សមាសធាតុពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀតនៅក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖

- ម្ចាស់ម្នាក់ (ឬច្រើន) និងប្រវត្តិក្រុមអ្នកគ្រប់គ្រង
- ផែនការបុគ្គលិក / ចំនួនបុគ្គលិក
- កាតព្វកិច្ច និងតម្រូវការបុគ្គលិក
- សំណង / អត្ថប្រយោជន៍
- ការជ្រើសរើស និងបណ្តុះបណ្តាល

ប្រតិបត្តិការ

ផ្នែកនេះ ធ្វើការពិពណ៌នាទូទៅស្តីពីប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ អ្នកគួរតែពណ៌នាអំពីអ្វីដែលកើតឡើងចំពោះអាជីវកម្មក្នុងមួយថ្ងៃជាមធ្យម។ ម៉ោងប្រតិបត្តិការ កាលវិភាគ និងលំហូរការងារ គឺជាបញ្ហាប្រតិបត្តិការដ៏សំខាន់។ លើសពីនេះទៀត មនុស្សជាច្រើនប្រើផ្នែកនេះ ដើម្បីពណ៌នាអំពីសកម្មភាពផ្សេងទៀតដូចជា ការគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ណ ការធានាគុណភាព ការទុកដាក់ គណនេយ្យ និងសកម្មភាពគ្រប់គ្រង និងការគាំទ្រផ្សេងទៀត។ ប្រសិនបើអ្នកជាសហគ្រាសផលិត ធ្វើសេចក្តីរាយការណ៍អំពីដំណើរការផលិតរបស់អ្នក ហើយពន្យល់ពីតម្រូវការបរិក្ខារ និងបច្ចេកវិទ្យា។ នៅក្នុងផ្នែកនេះផ្តល់នូវទិដ្ឋភាពទូទៅស្តីពីផ្នែក និងបញ្ហាខាងក្រោម៖

- ម៉ោងប្រតិបត្តិការ
- ដំណើរការផលិត (សម្រាប់សហគ្រាសផលិត)
- តម្រូវការបរិក្ខារ
- ការត្រួតពិនិត្យគុណភាព
- ការជួលក្រុមហ៊ុនផ្សេង (ប្រសិនបើមាន)
- គណនេយ្យ និងច្បាប់

ហិរញ្ញវត្ថុ

ធាតុសំខាន់បំផុតនៃផែនការអាជីវកម្ម/សំណើឥណទានគឺផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។ ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុមានសារៈសំខាន់សម្រាប់អ្នកក្នុងការកំណត់លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុចំពោះការបណ្តាក់ទុនរបស់អ្នក និងសម្រាប់អ្នកឱ្យខ្លួនដើម្បីវាយតម្លៃអាជីវកម្ម។ គ្មានប្រវត្តិហិរញ្ញវត្ថុ អាជីវកម្មដែលចាប់ផ្តើមនឹងត្រូវតែតម្រូវសំណើឥណទានរបស់ខ្លួនជាមួយនឹងការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ សំខាន់បំផុតសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដែលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម ផែនការហិរញ្ញវត្ថុគួរតែប្រាកដប្រាកដទៅនឹងធាតុផ្សេងទៀតនៃផែនការអាជីវកម្ម ដើម្បីវាយតម្លៃ ឬបង្ហាញពី

ជំពូកទី ៤៖ ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម

ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

លទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ការបណ្តាក់ទុនអាជីវកម្ម។ ដោយសារតែអ្នកឱ្យខ្ចី ជាញឹកញយចាត់ទុកការព្យាករណ៍ពីការបណ្តាក់ទុនអាជីវកម្មថ្មីថាមានសុទិដ្ឋិនិយមពេក ការព្យាករណ៍ត្រូវតែមានលក្ខណៈអភិរក្ស និងគាំទ្រដោយការស្រាវជ្រាវត្រឹមត្រូវ។

នៅពេលរៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងការព្យាករណ៍ អ្នកគួរតែអនុវត្តតាមគោលការណ៍គណនេយ្យទទួលស្គាល់ទូទៅ (GAAP)។ អ្នកឱ្យខ្ចីដឹងពីរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដែលធ្វើតាមគោលការណ៍ទាំងនេះ។ គម្លាត ឬភាពផ្ទុយគ្នាទៅនឹងគោលការណ៍ទាំងនេះ អាចបង្កើនការសង្ស័យអំពីស្ថានភាពអាជីវកម្ម និងសមត្ថភាពរបស់ម្ចាស់។ អ្នកឱ្យខ្ចីនឹងរំពឹងយ៉ាងហោចណាស់ពីរឆ្នាំនៃការព្យាករណ៍ (អាចច្រើនជាងនេះ អាស្រ័យលើអ្នកឱ្យខ្ចី និងប្រភេទអាជីវកម្ម)។ ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុដែលអ្នកត្រូវមាននៅក្នុងគម្រោងរបស់អ្នករួមមាន៖

- ប្រភព និងការប្រើប្រាស់ថវិកា
- របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលបណ្តោះអាសន្ន
- ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់
- តារាងតុល្យការបណ្តោះអាសន្ន (បើចាំបាច់)
- ការព្យាករណ៍ចំណុចរួចខ្លួន (សម្រាប់ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម)
- កំណត់ចំណាំ និងការសន្មត់សម្រាប់ការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

ការយល់ដឹងអំពីព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុ និងរបៀបដែលត្រូវបានគណនា នឹងប្រើជាឧបករណ៍គ្រប់គ្រងដ៏មានតម្លៃ។ ព័ត៌មាននេះ ត្រូវបានគ្របដណ្តប់នៅក្នុងជំពូកទី ៣ ប៉ុន្តែក៏ត្រូវបានបញ្ចូលក្នុងជំពូកនេះផងដែរ ដើម្បីបញ្ជាក់ពីសារៈសំខាន់របស់វា។ ប្រសិនបើអ្នកឃើញថាខ្លួនអ្នកមានដំណើរការនេះច្រើនពេក សូមទូរសព្ទទៅការិយាល័យ SBDC ក្នុងតំបន់របស់អ្នក ឬគណនេយ្យកររបស់អ្នកសម្រាប់ជំនួយ។

ប្រភព និងការប្រើប្រាស់មូលនិធិ

ថវិកាដែលបានគ្រោងទុក គឺជាបញ្ជីពេញលេញនៃប្រភព និងការប្រើប្រាស់មូលនិធិដែលបានរំពឹងទុក។ ប្រភពមូលនិធិ ពិពណ៌នាអំពីចំនួនហិរញ្ញប្បទានដែលត្រូវការ និងទុនម្ចាស់ទ្រព្យដែលត្រូវការពីម្ចាស់។ បញ្ជីនេះជាធម្មតារួមបញ្ចូលធាតុដូចជា ការដាក់បញ្ចូលសាច់ប្រាក់ ឥណទានធនាគារ និងការចូលរួមទុនរកស៊ី។ បើអាច សូមបញ្ចូលទៅក្នុងថវិកាតាមការព្យាករណ៍របស់អ្នកនូវតម្លៃរូបបញ្ជីដែលនឹងត្រូវបានសន្យាក្នុងការធានាឥណទាន។ ជាទូទៅ ការប្រើប្រាស់មូលនិធិ រាយបញ្ជីចំណាយដើមទុន និងប្រតិបត្តិការទាំងអស់ដែលត្រូវការមុនពេលចាប់ផ្តើមដំណើរការ។ របាយការណ៍នេះ អាចរួមបញ្ចូលធាតុដូចជាដីធ្លី និងអគារ បរិក្ខារ ប្រាក់បញ្ញើ និងទុនបង្វិល (សូមមើលទំព័រទី 31)។

របាយការណ៍ចំណូលបណ្តោះអាសន្ន (របាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញ និងខាត)

របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលបណ្តោះអាសន្ន ដែលត្រូវបានគេស្គាល់ផងដែរថាជា «របាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញ និងខាតតាមការគ្រោងទុក» គឺជាការព្យាករណ៍ប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយរបស់អ្នកសម្រាប់រយៈពេលប្រតិបត្តិការ (ជាធម្មតាមួយឆ្នាំ) (សូមមើលទំព័រទី 38-40) ។ ភាពខុសគ្នារវាងប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយ គឺជាប្រាក់ចំណេញសុទ្ធរបស់អាជីវកម្ម។ របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលបណ្តោះអាសន្ន គួរតែផ្អែកលើការស្រាវជ្រាវត្រឹមត្រូវ ហើយគួរតែត្រូវបានចាត់ទុកថាសមហេតុផល។ គួរតែមានវិធីសាស្ត្រ ឬហេតុផលនៅពីក្រោយគ្នាលើខ្លឹមសារទាំងអស់។ របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលនឹងមានព័ត៌មានដូចខាងក្រោម៖

ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

ប្រាក់ចំណូលពីការលក់ សម្រាប់អាជីវកម្មថ្មី
ការព្យាករណ៍ការលក់គឺជាតុល្យកម្មដែលពិបាកបំផុតក្នុងការព្យាករណ៍។
ការព្យាករណ៍ដ៏ល្អគឺផ្អែកលើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារដ៏រឹងមាំ
និងវិធីសាស្ត្រដាក់កំហិត។
ក្រុមហ៊ុនខ្លះប្រើគំរូការព្យាករណ៍ការលក់ដើម្បីព្យាករណ៍ការលក់។
ម៉ូដែលជាច្រើនគឺផ្អែកលើប្រូបាប៊ីលីតេនៃព្រឹត្តិការណ៍
ដែលទំនងដូចជាចំនួនអតិថិជនដែលនឹងទិញប្រចាំថ្ងៃ
ឬលទ្ធភាពអាជីវកម្មឈានដល់ភាគរយនៃសមត្ថភាពពេញលេញ។
ក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនប្រើការស្ទង់មតិ និងឧបករណ៍ស្រាវជ្រាវទីផ្សារផ្សេងទៀត
ដើម្បីធ្វើសុពលភាពការព្យាករណ៍ការលក់របស់ខ្លួន។ លើសពីនេះ
ស្តង់ដារឧស្សាហកម្ម ព័ត៌មានហ្វេសិន
និងការសង្កេតក្នុងតំបន់អាចការពារការព្យាករណ៍ការលក់។

ថ្លៃដើមទំនិញ និយាយឱ្យទំនាស់ ថ្លៃដើមទំនិញ គឺជាការថយចុះសារពើភ័ណ្ណរបស់អ្នក
ដែលប្រើក្នុងការបង្កើតប្រាក់ចំណូលពីការលក់។ ថ្លៃដើមទំនិញ
គឺជាការចំណាយអចរដែលកើនឡើងនៅពេលដែលការលក់កើនឡើង។
អាជីវកម្មមួយចំនួនដូចជាសហគ្រាសផលិត
រួមបញ្ចូលកម្លាំងពលកម្មជាផ្នែកមួយនៃថ្លៃដើមទំនិញដោយសារតែតម្លៃពល
កម្មកើនឡើងជាមួយនឹងការលក់។ ភាពខុសគ្នារវាងចំណូលពីការលក់
និងថ្លៃដើមទំនិញ គឺជាកម្រិតប្រាក់ចំណេញដុល។
ការរក្សាកម្រិតចំណេញមួយយ៉ាងល្អ
ដើម្បីរ៉ាប់រងការចំណាយប្រតិបត្តិការគឺសំខាន់ណាស់។ សម្រាប់អាជីវកម្មថ្មី
ស្តង់ដារឧស្សាហកម្ម និង/ឬការសិក្សាផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ
ដូចជាអ្វីដែលបោះពុម្ពដោយ IndustriousCFO
(www.industriouscfo.com) អាចបង្កើតមូលដ្ឋានសម្រាប់ការកំណត់តម្លៃ
ថ្លៃដើមទំនិញ និងកម្រិតប្រាក់ចំណេញដុល។

ការចំណាយ ការចំណាយប្រតិបត្តិការទាំងអស់គួរតែផ្អែកលើការស្រាវជ្រាវ
និងប៉ាន់ស្មានតម្លៃពីអ្នកលក់
ការចំណាយទាំងនេះគួរតែត្រូវបានកំណត់ថាថេរ
ឬអចរក្នុងការបង្កើតបណ្តោះអាសន្ន (ប្រហូម៉ា)។
ការចំណាយថេរគឺមិនពឹងផ្អែកលើការលក់
ហើយនៅតែស្ថិតស្ថេរមិនថាស្ថានភាពលក់
ស្ថិតក្នុងស្ថានភាពបែបណាជាមួយអាជីវកម្មដោយ។ ការចំណាយអចរ
គឺជាការចំណាយដែលកើនឡើង ឬថយចុះអាស្រ័យលើកម្រិតនៃការលក់។

ដូចដែលបានរៀបរាប់ខាងលើ ផលបូកចំណូល និងចំណាយ គឺជាប្រាក់ចំណេញរបស់អាជីវកម្ម។
នៅពេលចងក្រងរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលបណ្តោះអាសន្ន ម្ចាស់អាជីវកម្មគ្រប់រូប
គួរពិចារណាលើកត្តាខាងក្រោម៖

- របាយការណ៍ចំណូលគួរតែត្រូវបានបង្កើតដោយភ្ជាប់ជាមួយការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់។
- របាយការណ៍ត្រូវរៀបចំយ៉ាងហោចណាស់ពីរឆ្នាំ ឆ្នាំទីមួយរៀបចំប្រចាំខែ និងឆ្នាំទីពីរ ប្រចាំខែ
ឬយ៉ាងហោចណាស់ប្រចាំត្រីមាស។
- ដូច្នោះ ចំនួនគាំទ្រការប៉ាន់ប្រមាណគោលរបស់អ្នក
វាជារឿងសំខាន់ដែលអ្នកប្រៀបធៀបជាមួយនឹងបទដ្ឋានឧស្សាហកម្ម។

ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់

ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ ធ្វើការព្យាករណ៍លំហូរចូល (បង្កាន់ដៃ) និងលំហូរចេញ (ការចំណាយប្រាក់) នៃសាច់ប្រាក់ ដែលអាចមើលឃើញនៅលើទំព័រទី 43- និង 44 ។ របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ ជាឧបករណ៍រៀបចំផែនការដ៏ល្អ

ព្រោះវាជួយម្ចាស់អាជីវកម្មក្នុងការរៀបចំសម្រាប់ការប្រើប្រាស់សាច់ប្រាក់តាមការរំពឹងទុក ហើយកំណត់ឱនភាពសាច់ប្រាក់។ ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់លម្អិត ត្រូវបានដឹង និងប្រើប្រាស់ដោយអ្នកគ្រប់គ្រង

ហើយអាចផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ទៅកាន់តំបន់ដែលមានតម្រូវការច្រើនបំផុត។ ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់តាមដានលំហូរសាច់ប្រាក់សំខាន់ៗចំនួនបី៖ សាច់ប្រាក់ពីប្រតិបត្តិការ សាច់ប្រាក់ពីការវិនិយោគ និងសាច់ប្រាក់ពីហិរញ្ញប្បទាន។ សកម្មភាពប្រតិបត្តិការរួមមានការលក់ ការចំណាយ គណនីទទួល ការផ្លាស់ប្តូរសារពើភ័ណ្ណ និងគណនីដែលត្រូវបង់។ សកម្មភាពវិនិយោគដែលអាចផ្លាស់ប្តូរទីតាំងសាច់ប្រាក់នៅក្នុងអាជីវកម្មរួមមានការទិញអចលនទ្រព្យ (ឧទាហរណ៍ ដី អគារ និងឧបករណ៍) និងការលក់ទ្រព្យសកម្ម។ សម្រាប់អាជីវកម្មខ្នាតតូច សកម្មភាពផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដូចជាឥណទាន

និងការសងឥណទានផ្លាស់ប្តូរទីតាំងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន។ ចំនួនសរុប

កំណត់តម្រូវការអាជីវកម្មសម្រាប់សាច់ប្រាក់។ សម្រាប់អ្នកឱ្យខ្ចី

លំហូរសាច់ប្រាក់លម្អិតអំពីរបៀបដែលអាជីវកម្មនឹងអាចសងវិញទាំងប្រាក់ដើម និងការប្រាក់ទៅលើឥណទាន។

របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ច្រើនតែច្រឡំជាមួយរបាយការណ៍ចំណូល។

ម្ចាស់ដែលគ្មានបទពិសោធន៍ទាំងឡាយ បានជួបការលំបាកផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ

ដោយសារពួកគេមិនយល់ពីភាពខុសគ្នារវាងរបាយការណ៍ទាំងពីរនេះ

ដែលជារឿយៗនាំឱ្យអាជីវកម្មបរាជ័យ។ ការធ្វើអាជីវកម្មដែលទទួលបានប្រាក់ចំណេញ មិនដូចគ្នានឹង ការមានទីតាំងសាច់ប្រាក់ខ្លាំងនោះទេ។ ការផ្លាស់ប្តូរសមតុល្យនៃធាតុមួយចំនួនដូចជា គណនីទទួល

បញ្ជីសារពើភ័ណ្ណ គណនីដែលត្រូវបង់ ប្រាក់ដើម ឬទ្រព្យសកម្ម នឹងមិនត្រូវបានរាយការណ៍ដោយផ្ទាល់នៅក្នុងរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញ និងខាតនោះទេ

ប៉ុន្តែនឹងបង្ហាញនៅក្នុងរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើអ្នកទិញរថយន្ត \$30,000 សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក អ្នកអាចចំណាយលើការរំលោះនៅលើឡានដឹកទំនិញ។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ

តម្លៃឡានដឹកទំនិញជាក់ស្តែងនឹងមិនត្រូវបានកត់ត្រានៅលើរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលរបស់អ្នកទេ។ ជំនួសមកវិញ ការចំណាយសាច់ប្រាក់នេះ នឹងត្រូវបានកត់ត្រានៅក្នុងរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ (-

\$30,000)។ ការដឹងថាប្រាក់ចំណេញសុទ្ធមិនមែនជាសាច់ប្រាក់សុទ្ធ នឹងជួយឱ្យអាជីវកម្មណាមួយរស់រានមានជីវិតទទួលបានប្រាក់ចំណេញ។

ក្នុងការរៀបចំការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់របស់អ្នក សូមពិចារណាដូចខាងក្រោម៖

- លក្ខណៈអាជីវកម្មតាមរដូវកាល ដោយសាររ៉ាប់រងរាល់ដល់ការលក់ និងការចំណាយ
- ព័ត៌មានពីថវិកា/ប្រភពតាមការព្យាករណ៍
- ការមិនរាប់បញ្ចូលរាល់ទំនិញដែលមិនមែនជាសាច់ប្រាក់ រួមទាំងការចុះតម្លៃ និងការសងរំលោះ

ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ជាទូទៅ នឹងមានលំហូរតាមទម្រង់ដូចខាងក្រោម។

ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

តារាងតុល្យការបណ្តោះអាសន្ន (សូមមើលទំព័រ 34-37)

និយាយឱ្យច្បាស់ទៅ តារាងតុល្យការរាយការណ៍អំពីទ្រព្យសកម្ម និងទុនម្ចាស់ទ្រព្យ (បំណុល និងទុនម្ចាស់ទ្រព្យ) សម្រាប់អាជីវកម្មនៅពេលដាក់លាក់ណាមួយ។ តារាងតុល្យការរួមបញ្ចូលព័ត៌មានពីថវិកាតាមការព្យាករណ៍ (ប្រភព និងការប្រើប្រាស់ថវិកា) របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលបណ្តោះអាសន្ន និងរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់តាមការព្យាករណ៍ ហើយបែងចែកប្រតិបត្តិការគណនេយ្យពីរបាយការណ៍ទាំងនេះ ទៅជាប្រភេទតារាងតុល្យការខាងក្រោម៖ ទ្រព្យសកម្ម បំណុល និងទុនម្ចាស់ទ្រព្យ។

ទ្រព្យសកម្មជាទូទៅត្រូវបានបែងចែកទៅជាទ្រព្យសកម្មបច្ចុប្បន្ន និងរយៈពេលវែង។ ទ្រព្យសកម្មត្រូវបានរាយបញ្ជីតាមលំដាប់លំដោយនៃសាច់ប្រាក់របស់វា។ ទ្រព្យសកម្មបច្ចុប្បន្នមានដូចជាសាច់ប្រាក់ គណនីទទួល បញ្ជីសារពើភណ្ឌ ការចំណាយបង់ប្រាក់ជាមុន និងទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លីផ្សេងទៀតត្រូវបានរាយបញ្ជីមុនគេ។ ទ្រព្យសកម្មទាំងអស់នេះគឺជាសាច់ប្រាក់ ព្រោះវាត្រូវបានគេរំពឹងថានឹងបំប្លែងទៅជាសាច់ប្រាក់ ឬប្រើប្រាស់ក្នុងរយៈពេលមួយឆ្នាំ។ ទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែង រួមមានដី អគារ និងឧបករណ៍ រំលស់បង្ករទុកតិច។ បំណុលត្រូវបានចុះបញ្ជីស្រដៀងគ្នានឹងទ្រព្យសកម្ម ដោយមានបំណុល បច្ចុប្បន្ន (តិចជាងមួយឆ្នាំ) បានរាយបញ្ជីមុនគេ។ បំណុលបច្ចុប្បន្នរួមមានគណនីដែលត្រូវបង់ ពន្ធដែលត្រូវបង់ ធនប័ត្ររយៈពេលខ្លី និងប្រាក់បៀវត្សរបង្កើន។ បំណុលរយៈពេលវែងរួមមាន បំណុលរយៈពេលវែង និងបំណុលផ្សេងទៀតក្នុងរយៈពេលមួយឆ្នាំក្នុងកាលកំណត់។ ទុនម្ចាស់ទ្រព្យគឺជាភាពខុសគ្នារវាងទ្រព្យសកម្ម និង

ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

បំណុល និងគណនីសម្រាប់ប្រាក់ចំណូលរក្សាទុក និងទុនម្ចាស់ទ្រព្យ។ ពាក្យសមតុល្យបានមកពីគោលការណ៍គណនេយ្យដែលទ្រព្យសកម្មស្មើបំណុលបូកនឹងទុនម្ចាស់ទ្រព្យ។ ដោយសារតែគោលគំនិតទិដ្ឋភាពពីរនៃតារាងតុល្យការផ្នែកទាំងពីរនៃសមីការត្រូវតែបន្ថែមរហូតដល់ចំនួនសរុបដូចគ្នា។ និយាយមួយបែបទៀតគឺសមតុល្យ។

សម្រាប់អាជីវកម្មថ្មី អ្នកឱ្យខ្ចីអាច ឬមិនទាមទារតារាងតុល្យការ។ សម្រាប់អ្នកឱ្យខ្ចីជាច្រើន ប្រភពនិងការប្រើប្រាស់របាយការណ៍មូលនិធិ គឺគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីបំពេញតម្រូវការតារាងតុល្យការ។ ប្រសិនបើទាមទារតារាងតុល្យការ វាក្មេងត្រូវបានរៀបចំជាទម្រង់ដែលងាយស្រួលសម្រាប់មន្ត្រីគណនាក្នុងការវិភាគលើទីតាំងបំណុល និងទុនម្ចាស់ទ្រព្យ។

ការព្យាករណ៍ចំណុចរួចខ្លួន

រួចខ្លួន (Breakeven) គឺជាវិធីសាស្ត្រមួយដែលត្រូវបានប្រើជាទូទៅដើម្បីកំណត់កម្រិតពិតប្រាកដនៃការលក់ដែលត្រូវការដើម្បីរាប់រងលើការចំណាយទាំងអស់។ សម្រាប់អាជីវកម្មថ្មី វាមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់ម្ចាស់ដើម្បីយល់ពីចំណុចរួចខ្លួន។ និយាយបែបសមញ្ញ ចំណុចរួចខ្លួន គឺជាចំណុចដែលការលក់សរុបស្មើនឹងការចំណាយសរុប។ ការចំណាយសរុបរួមមានថ្លៃដើមថេរ និងអថេរ។ ថ្លៃដើមអថេរកើនឡើងដោយផ្ទាល់តាមសមាមាត្រទៅនឹងកម្រិតនៃការលក់ជាដុល្លារ ឬឯកតា។ ការចំណាយអថេរធម្មតារួមមានថ្លៃដើមទំនិញ កម្រៃជើងសារ ថ្លៃផ្គត់ផ្គង់ដោយផ្ទាល់ ថ្លៃដឹកជញ្ជូន និងក្នុងករណីខ្លះថ្លៃពលកម្ម។ ការចំណាយថេរនៅតែដដែលដោយមិនគិតពីកម្រិតនៃការលក់។ ការចំណាយថេរធម្មតារួមមានថ្លៃជួល ការធានារ៉ាប់រង សម្ភារផ្គត់ផ្គង់ការិយាល័យ អាជ្ញាប័ណ្ណ និងប្រាក់ខែរបស់កម្មករអចិន្ត្រៃយ៍។ ការចំណាយខ្លះគឺជាការរួមបញ្ចូលគ្នាទាំងថេរ និងអថេរ។ ប្រសិនបើការចំណាយមានភាពងាយស្រួលក្នុងការបែងចែក អ្នកគួរតែធ្វើដូច្នោះ ដើម្បីផ្តល់ការវិភាគដែលល្អជាង។ រូបមន្តមូលដ្ឋានសម្រាប់ចំណុចរួចខ្លួនគឺ៖

$$\begin{aligned} & \text{ការលក់ (ដក) ការចំណាយអថេរ} \\ & (\text{ចែកដោយ}) \text{ ការលក់} = \text{ប្រាក់ចំណេញដុល} \% \\ & \text{ការចំណាយថេរ (ចែកដោយ) ប្រាក់ចំណេញដុល} \% \\ & = \text{ចំណុចរួចខ្លួន} \end{aligned}$$

ការលក់	\$200,000	100%
ការចំណាយអថេរ		
ថ្លៃដើមទំនិញ	100,000	50%
ការផ្គត់ផ្គង់ប្រតិបត្តិការ	4,000	2%
ការគិតថ្លៃធនាគារ (Visa)	1,000	0.5%
អថេរសរុប	105,000	52.5%
ការចំណាយថេរ		
ប្រាក់បៀវត្សរ៍	40,000	
ការប្រើប្រាស់សេវា	5,000	
ធានារ៉ាប់រង	1,000	
ការផ្សព្វផ្សាយ	2,000	
ការទូទាត់ឥណទាន	3,000	
សរុបថេរ	51,000	

ធាតុផ្សំផែនការអាជីវកម្ម

ប្រាក់ចំណេញដុល % = $200,000 - 105,000 / 200,000 = 0.475 (47.5\%)$

ឬ $100\% - 52.5\% = 0.475 (47.5\%)$

ចំណុចរួចខ្លួន = $51,000 / .475 = \$107,368$

កំណត់ចំណាំ និងការសន្មត់ចំពោះការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

កំណត់ចំណាំចំពោះការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានរៀបចំឡើងដើម្បីជួយអ្នកវិនិយោគ ការគណនា និងវិភាគស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងគោលគំនិតដែលប្រើដើម្បីរៀបចំលំហូរសាច់ប្រាក់ របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល និងតារាងតុល្យការ។ កំណត់ចំណាំហិរញ្ញវត្ថុ គឺពិតជាចាំបាច់សម្រាប់អ្នកឱ្យដឹងអំពីសំណើឥណទានរបស់អ្នក។

ឯកសារភ្ជាប់ និងឯកសារជំនួយ

ឯកសារភ្ជាប់ និងឯកសារគាំទ្រត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីផ្តល់ការគាំទ្រសម្រាប់ផែនការអាជីវកម្ម។ ផ្នែកនេះគួរតែមានព័ត៌មានដែលពាក់ព័ន្ធនឹងផែនការ ឬសំណើឥណទាន ដូចជាបញ្ជីបរិក្ខារលម្អិត និងវិក្កយបត្រ។ លើសពីនេះ ផ្នែកនេះក៏អាចរួមបញ្ចូលធាតុដូចជា ប្រវត្តិរបស់អ្នកប្រតិបត្តិការគ្រប់គ្រង ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ អាជ្ញាប័ណ្ណ គ្រឿងបរិក្ខារ ឬប្លង់ហាង និងធាតុផ្សេងទៀតដែលបានរាយបញ្ជីនៅក្រោមឯកសារដែលត្រូវការ។

**ជំពូកទី ប្រាំ៖
ការទទួលបានឥណទាន
សម្រាប់អាជីវកម្មថ្មី
របស់អ្នក**

ជំពូកទី ៥៖ ការទទួលបានឥណទានសម្រាប់អាជីវកម្មថ្មីរបស់អ្នក

ការដាក់ព្យាបាលឥណទានអាជីវកម្មអាចជាវិធានការដ៏លំបាក និងធុញទ្រាន់។ តម្រូវការរបស់ធនាគារ ការធានាឥណទានរបស់រដ្ឋាភិបាល និងលក្ខខណ្ឌឥណទាន អាចធ្វើឲ្យម្ចាស់អាជីវកម្មនាពេលអនាគតខកចិត្ត។ មុនពេលអ្នកឱ្យខ្ចី ឬវិនិយោគិននឹងផ្តល់ឥណទានសម្រាប់កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងអាជីវកម្ម គេដឹងថាអ្នកបានគិតទុកជាមុននូវផែនការសកម្មភាពរបស់អ្នកនាពេលអនាគត។ ដូច្នេះ វាជាការចាំបាច់ដែលអ្នកប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពតាមរយៈចេតនារបស់អ្នក។ ការមានផែនការអាជីវកម្មដែលបានគិតយ៉ាងល្អ បូកទាំងការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ក្លាយជារឿងសំខាន់នៅពេលដាក់សំណើឥណទានរបស់អ្នកសម្រាប់ការអនុម័ត ជាពិសេសសម្រាប់ការបណ្តាក់ទុនអាជីវកម្មថ្មី។

ការយល់ដឹងអំពីដំណើរការអនុម័តដែលស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុប្រើ អាចជួយអ្នករៀបចំផែនការសម្រាប់សំណើឥណទានជាក់ស្តែង និងរៀបចំបានល្អ។ ជាធម្មតា មន្ត្រីឥណទានវាយតម្លៃសំណើមួយទៅលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យចំនួនប្រាំ ដែលជួនកាលសំដៅទៅលើ «ឥណទានប្រាំ C»៖ ចរិតលក្ខណៈ សមត្ថភាព ដើមទុន លក្ខខណ្ឌ និងវត្ថុបញ្ចាំ។

**ចរិតលក្ខណៈ/
ប្រវត្តិឥណទាន**

ឯកសារមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ដំបូង ដែលអ្នកឱ្យខ្ចីពិនិត្យ នឹងជារបាយការណ៍ឥណទានរបស់អ្នក។ របាយការណ៍ឥណទាន ត្រូវបានប្រើជាសូចនាករបញ្ជាក់ចរិតលក្ខណៈ ព្រោះវាផ្តល់នូវប្រវត្តិកាតព្វកិច្ចហិរញ្ញវត្ថុបច្ចុប្បន្ន និងអតីតកាលរបស់អ្នក។ អ្នកឱ្យខ្ចីមិនចង់ឃើញការបង់ប្រាក់យឺត ការខកខានការទូទាត់ ការក្លែងបន្លំ ការវិនិច្ឆ័យ ឬសិទ្ធិរឹបអូសទ្រព្យរបស់កូនបំណុលលើរបាយការណ៍ឥណទានរបស់អ្នកនោះទេ។ ការបង់ប្រាក់យឺតម្តងម្កាល ជាធម្មតាមិនមានគ្រោះថ្នាក់ទេ ដរាបណាមិនមានគំរូ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការក្លែងបន្លំ ការប្រមូលប្រាក់ និងការបង់ប្រាក់យឺតយ៉ាវថ្មីៗជាបន្តបន្ទាប់ នឹងធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ការដាក់ពាក្យស្នើសុំឥណទាន។ ទូទាត់បំណុលពន្ធណាមួយ ឬការវិនិច្ឆ័យនឹងត្រូវទូទាត់មុនពេលធនាគារអនុម័តឥណទាន។

អ្នកគួរតែទទួលបានច្បាប់ចម្លង របាយការណ៍ឥណទានរបស់អ្នក សម្រាប់ការពិនិត្យមុនពេលដាក់ពាក្យស្នើសុំឥណទាន។ របាយការណ៍ឥណទាន អាចមានភាពមិនត្រឹមត្រូវ។ ប្រសិនបើរបាយការណ៍ឥណទានរបស់អ្នកមានការភាន់ច្រឡំ អ្នកប្រហែលជាមានពេលដើម្បីកែតម្រូវវា។ ជាធម្មតា ការកែតម្រូវ អាចចំណាយពេលពីររយបីសប្តាហ៍ទៅច្រើនខែ មុនពេលកំហុសទាំងនោះ បង្ហាញនៅលើរបាយការណ៍ឥណទាន។ ជាមួយគ្នានេះ ត្រូវដឹងថារបាយការណ៍ឥណទានរបស់អ្នក នេះបញ្ចាំងពីការសាកសួរថ្មីៗអំពីប្រវត្តិឥណទានរបស់អ្នក។ ប្រសិនបើអ្នកកំពុងដើររកធនាគារ សកម្មភាពច្រើនដូចជាចំនួនសាកសួរថ្មីៗ អាចជះឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដល់គំនិតរបស់អ្នកឱ្យខ្ចីអំពីភាពសក្តិសមនៃឥណទានរបស់អ្នក។ ផ្ទុយពីអ្វីដែលមនុស្សជាច្រើនគិតនោះ ព័ត៌មានត្រឹមត្រូវ ប៉ុន្តែមិនគួរឱ្យសរសើរ គឺស្ទើរតែមិនអាចដកចេញពីប្រវត្តិឥណទានបានទេ។

ប្រសិនបើរបាយការណ៍របស់អ្នកនេះបញ្ចាំងពីដំណើរការមិនល្អពីមុន អ្នកគួរតែបញ្ចូលលិខិតមួយនៅក្នុងសំណើឥណទានរបស់អ្នកដែលពន្យល់ពីកាលៈទេសៈទាំងនេះ។ មរណៈភាពក្នុងគ្រួសារ ជំងឺ និងការលែងលះ ជាកាលៈទេសៈដែលអាចពន្យល់បាន ដែលអ្នកឱ្យខ្ចីអាចយល់បាន។ ត្រូវបើកចំហ និងស្មោះត្រង់ជាមួយអ្នកឱ្យខ្ចីរបស់អ្នកអំពីប្រវត្តិឥណទានរបស់អ្នក។ កុំលាក់ការពិត។ ប្រសិនបើអ្នកមិនមានរបាយការណ៍ឥណទានបច្ចុប្បន្នទេ សូមបញ្ជាទិញមួយដោយការហៅទូរស័ព្ទ

- Equifax តាមលេខ (888)378-4329 ឬ
- TransUnion តាមលេខ (800) 916-8800 ឬ
- Experian តាមលេខ (888)397-3742

បន្ថែមពីលើការពិនិត្យមើលប្រវត្តិឥណទានផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក
អ្នកខ្លះនឹងវិភាគកត្តាផ្សេងទៀតដែលបង្ហាញពីចរិតលក្ខណៈ និងសេចក្តីសុច្ឆរិត រួមទាំងរយៈពេលស្នាក់នៅ
ការអប់រំរបស់អ្នក បទពិសោធន៍របស់អ្នកក្នុងវិស័យ និងជំហររបស់អ្នកនៅក្នុងសហគមន៍។
មូលហេតុចម្បងមួយសម្រាប់បរាជ័យក្នុងអាជីវកម្ម គឺកង្វះបទពិសោធន៍ក្នុងការគ្រប់គ្រង។
អ្នកខ្លះនឹងបញ្ជាក់ថា តើអ្នកមានបទពិសោធន៍ការងារដែលពាក់ព័ន្ធ
ហើយប្រសិនបើមានមុខតំណែងបុគ្គលិកសំខាន់ៗដែលចាំបាច់សម្រាប់ឱ្យអាជីវកម្មជោគជ័យ។

**ចរិតលក្ខណៈ/
ប្រវត្តិឥណទាន**

សម្រាប់អ្នកខ្លះ បញ្ហាសំខាន់បំផុតដែលត្រូវកំណត់គឺ <<តើឥណទានអាចសងវិញបានទេ?>>
គន្លឹះនៅក្នុងលទ្ធភាពសងគ្រលប់របស់អាជីវកម្មថ្មីគឺ លំហូរសាច់ប្រាក់តាមការព្យាករណ៍របស់ខ្លួន។
ពន្យល់ឱ្យសាមញ្ញទៅ លំហូរសាច់ប្រាក់គឺជាលំហូរសាច់ប្រាក់ចូល និងលំហូរសាច់ប្រាក់ចេញសុទ្ធ។ អនាគតអ្នកខ្លះ
ត្រូវតែបង្ហាញពីរបៀបដែលប្រតិបត្តិសាច់ប្រាក់របស់អាជីវកម្ម មិនត្រូវបានលើសពីការប្រើប្រាស់សាច់ប្រាក់របស់ខ្លួន។
ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ដ៏ល្អ នឹងបង្ហាញពីរបៀបដែលឥណទានទទួលបាននឹងត្រូវបានប្រើ
រយៈពេលដែលអាជីវកម្មនឹងបង្កើតលំហូរសាច់ប្រាក់វិជ្ជមាន និងរបៀបដែលអាជីវកម្មនឹងគ្របដណ្តប់ <<គម្លាត>>
សាច់ប្រាក់ (លំហូរចេញលើសពីលំហូរចូល) ។ គម្លាតជាធម្មតាបណ្តាលមកពីការប្រែប្រួលសារពើភ័ណ្ឌ គណនីទទួល
គណនីដែលត្រូវបង់ និងការកើនឡើងទ្រព្យសកម្ម។ អ្នកខ្លះនឹងចង់ដឹងពីរបៀបដែលអាជីវកម្មគ្រោងនឹងគ្រប់គ្រង
<<គម្លាត>>ទាំងនេះ។

**សមត្ថភាព/
លំហូរសាច់ប្រាក់**

សម្រាប់អាជីវកម្មដែលមានស្រាប់ អ្នកខ្លះនឹងបំប្លែង អាចមើលលើរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញ និងខាតរបស់អាជីវកម្ម
តារាងតុល្យការ និងរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់
ដើម្បីកំណត់ថា តើអាជីវកម្មមានលំហូរសាច់ប្រាក់គ្រប់គ្រាន់ដើម្បីសងឥណទានដែរឬទេ។ ដោយសារអាជីវកម្មថ្មី
មិនធ្លាប់មានរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ អ្នកខ្លះនឹងធ្វើការសម្រេច
មានការលំបាកក្នុងការវាយតម្លៃសមត្ថភាពរបស់អាជីវកម្មថ្មីសម្រាប់ការសងឥណទាន។
**នេះជាមូលហេតុ ដែលការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ជាក់ស្តែងគឺជារបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដ៏សំខាន់បំផុតនៅក្នុង
សំណើឥណទាន។** ការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ផ្លូវការធានាដល់អ្នកខ្លះថា
អ្នកមានសាច់ប្រាក់ដែលបានគ្រោងទុកគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីសងឥណទាន។

លើសពីនេះទៀត លក្ខណៈស្មើសុំឥណទាន អាចប៉ះពាល់ដល់ការដាក់ពាក្យសុំ។
សំណើឥណទានត្រូវតែសមហេតុផលសម្រាប់វិសាលភាព និងលក្ខខណ្ឌរបស់វា។ តើអាជីវកម្មត្រូវការប៉ុន្មាន? តើ
ឥណទាននឹងត្រូវប្រើយ៉ាងណា? តើហិរញ្ញប្បទានដែលបានស្នើសុំមានរយៈពេលប៉ុន្មាន?
អ្នកខ្លះនឹងសម្រេចចិត្តលើភាពសមហេតុផលនៃសំណើឥណទាន ហើយចុងក្រោយ
ធានាថាលំហូរសាច់ប្រាក់ត្រូវគ្នានឹងរចនាសម្ព័ន្ធឥណទានដែលបានស្នើសុំ។ ដូច្នេះ ចូរកុំបំប៉ោងតម្រូវការឥណទាន
ប៉ុន្តែត្រូវរក្សាឱ្យប្រាកដនិយម និងអាចសម្រេចបាន។

**មូលធន/
ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ**

សំខាន់ អ្នកខ្លះនឹងស្វែងរកការប្តេជ្ញាចិត្តខ្លាំងពីអ្នកខ្លះ។ ជាធម្មតា
ការប្តេជ្ញាចិត្តនេះបានមកពីទម្រង់ទុនម្ចាស់ទ្រព្យដែលអ្នកវិនិយោគក្នុងអាជីវកម្ម។ ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ
អាចមាននៅក្នុងទម្រង់ជាសាច់ប្រាក់ ឬអាជីវកម្ម ឬទ្រព្យសកម្មផ្ទាល់ខ្លួនផ្សេងទៀត ដូចជាឧបករណ៍ ដី ឬអគារ។
កុំភ្ញាក់ភ្ញើល ប្រសិនបើធានាការសុវរកទ្រព្យសកម្មផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកដើម្បីចាក់ចូលទៅក្នុងគម្រោងរបស់អ្នក។
ប្រសិនបើអ្នកមានទុនម្ចាស់ទ្រព្យនៅក្នុងផ្ទះរបស់អ្នក សូមត្រៀមខ្លួនដើម្បីសន្យា
ប្រសិនបើអ្នកមិនមានទម្រង់ទុនម្ចាស់ទ្រព្យផ្សេងទៀត។ ប្រសិនបើអ្នកមិនមានធនៈក្នុងការដាក់ទ្រព្យសកម្មផ្ទាល់ខ្លួនទេ
អ្នកគួរតែពិចារណាថា ហេតុអ្វីបានជាអ្នកខ្លះនឹងប្រថុយនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក ប្រសិនបើអ្នកមិនព្រមទទួលយក

**មូលធន/
ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ**

វត្ថុបញ្ចាំ

ហានិភ័យស្រដៀងគ្នាដោយខ្លួនឯង។ អ្នកឱ្យខ្លឹមយល់ថា មានទំនាក់ទំនងវិជ្ជមានរវាងការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់អ្នកខ្លី និងលទ្ធភាពដែលឥណទាននឹងត្រូវបានសងវិញ។ ចំនួនទុនម្ចាស់ទ្រព្យដែលតម្រូវដោយអ្នកឱ្យខ្លីប្រែប្រួល។ អាស្រ័យលើហានិភ័យនៃការបណ្តាក់ទុនដែលបានស្នើឡើង អ្នកអាចត្រូវបានតម្រូវឱ្យចាក់បញ្ចូលរហូតដល់ ៥០ ភាគរយនៃដើមទុនសរុបដែលត្រូវការ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយជាមធ្យម ២០ ទៅ ២៥ ភាគរយគឺជារឿងធម្មតា។

ទោះបីជាអ្នកមានបំណងចង់សងឥណទានអាជីវកម្មក៏ដោយ ក៏នៅតែមានលទ្ធភាពដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកអាចស្ងៀមទៅនឹងព្រឹត្តិការណ៍ដែលមិនអាចទាយទុកជាមុនបាន សូម្បីតែអាជីវកម្មដែលបានគ្រោងទុកល្អបំផុតក៏មិនអាចគិតទុកជាមុនបានដែរ។ គ្រោះមហន្តរាយធម្មជាតិ ឱនភាពសេដ្ឋកិច្ច បណ្តឹង បំណុលយឺតយ៉ាវ បញ្ហាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងការផ្លាស់ប្តូរតម្រូវការ អាចធ្វើឱ្យលំហូរសាច់ប្រាក់របស់អាជីវកម្មណាមួយជាប់គាំង។ ដោយសារតែហានិភ័យដែលអ្នកឱ្យខ្លីទទួលយក ឥណទានទំនងជាត្រូវបានធានាដោយវត្ថុបញ្ចាំ។ ប្រសិនបើអ្នកខ្លីខកខានបង់ឥណទាន ធនាគារមានជម្រើសក្នុងការរឹបអូសទ្រព្យបញ្ចាំ។

អាជីវកម្ម និងទ្រព្យសកម្មផ្ទាល់ខ្លួន អាចត្រូវបានចាត់ទុកថាជាវត្ថុបញ្ចាំ។ ប្រសិនបើអ្នកកំពុងទិញដី បរិក្ខារ ឬអគារសម្រាប់អាជីវកម្ម ទ្រព្យសកម្ម អាចគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីធានាឥណទាន។ អ្នកឱ្យខ្លីបានបង្កើតអនុបាតឥណទានទៅតម្លៃ ដែលអាចទទួលយកបានសម្រាប់ទ្រព្យសកម្ម ដែលបានសន្យាចំពោះឥណទាន។ កត្តាដែលមានឥទ្ធិពលលើសមាមាត្រនេះរួមមានអាយុ និងលក្ខខណ្ឌទ្រព្យសកម្ម តម្លៃការទូទាត់បំណុល និងការចំណាយ។ សមាមាត្រឥណទានទៅតម្លៃអាចប្រែប្រួលរវាងអ្នកឱ្យខ្លី។ លើសពីនេះ សមាមាត្រឥណទានទៅតម្លៃ អាចផ្អែកលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យនៃការផ្តល់ឥណទានជាជាងលើតម្លៃវត្ថុបញ្ចាំ។ មុននឹងដាក់បញ្ចាំទ្រព្យសកម្មណាមួយ អ្នកត្រូវដឹងពីសមាមាត្រឥណទានទៅតម្លៃរបស់អ្នកឱ្យខ្លីលើទ្រព្យសកម្ម។ នេះជាឧទាហរណ៍ទូទៅ៖

ទ្រព្យសកម្ម	តម្លៃទាប(%)	តម្លៃខ្ពស់(%)
អចលនទ្រព្យ	70%	90%
បរិក្ខារ	50%	80%
សារពើភ័ណ្ណ	0%	50%
ទទួលប្រាក់ (60 ថ្ងៃ)	70%	90%
មូលបត្រ ភាគហ៊ុន សញ្ញាប័ណ្ណ	65%	80%
ការកែលម្អភតិសន្យា	0%	70%

(ប្រភព៖ Blechman, Bruce, and Jay Conrad Levinson. *Guerrilla Financing*. Boston: Houghton Mifflin Company, ១៩៩២។)

ប្រសិនបើអ្នកកំពុងខ្ចីប្រាក់សម្រាប់ហេតុផល «ផ្នែកទន់» ដូចជាសារពើភ័ណ្ណ ឬទុនបង្វិល ឬការកែលម្អភតិសន្យា អ្នកឱ្យខ្លីនឹងត្រូវការវត្ថុបញ្ចាំបន្ថែម ឬទុនម្ចាស់ទ្រព្យ ដើម្បីធានាឱ្យឥណទានបានពេញលេញ។ ទុនបង្វិល និងការកែលម្អភតិសន្យាមិនអាចប្រមូលបានទេ។ ដូចគ្នាដែរ ប្រសិនបើអ្នកចង់បានឥណទានរយៈពេលវែងដើម្បីទិញបរិក្ខារដែលមានកាលវិភាគរំលោះរយៈពេលខ្លី (ឧ. កុំព្យូទ័រ) ឬ បរិក្ខារដែលមានប្រវត្តិការទូទាត់បំណុលមិនល្អ (ឧ. បរិក្ខារភោជនីយដ្ឋាន) អ្នកឱ្យខ្លីប្រហែលជាតម្រូវឱ្យអ្នកសន្យាដាក់ទ្រព្យសកម្មបន្ថែម។

នៅពេលអ្នកធានាដាក់រូបបញ្ចាំដូចជាបរិក្ខារ

អ្នកចុះហត្ថលេខាកិច្ចសន្យាស្តីពីសន្តិសុខស្តីពីក្រុមពាណិជ្ជកម្មឯកសមោធាន (UCC) ជាមួយអ្នកឱ្យខ្ចី។ នៅពេលដែលកិច្ចសន្យានេះ ត្រូវបានចុះហត្ថលេខា អ្នកឱ្យខ្ចីមានសិទ្ធិកាន់កាប់រូបបញ្ចាំដោយមិនចាំបាច់ទៅតុលាការ។ កិច្ចសន្យានេះ ផ្តល់ឱ្យអ្នកខ្ចីនូវសិទ្ធិទទួលបានប្រាក់ចំណូលពីការប្រមូល ការលក់ ឬការផ្លាស់ប្តូររូបបញ្ចាំ។

លក្ខខណ្ឌការងារ

បរិស្ថានសេដ្ឋកិច្ច និងការខុសប្រក្រតី ការផ្លាស់ប្តូរបច្ចេកវិទ្យា និងការទិញបញ្ជា បញ្ជាច្បាប់ និងការការងារ យុទ្ធសាស្ត្រ និងវិធីសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន និងភាពខ្លាំង និងបទពិសោធន៍បណ្តាអ្នកគ្រប់គ្រង គឺជាលក្ខខណ្ឌមួយចំនួនដែលអ្នកឱ្យខ្ចីស្វែងរកក្នុងការដោះស្រាយ «ភាពរឹងមាំ» នៅក្នុងសំណើឥណទាន។ ធនាគារជាច្រើនមានបញ្ជីអាជីវកម្មដែលមានចំណាត់ថ្នាក់ហានិភ័យមិនល្អ ដោយសារភក្តីទាំងនេះ។ មន្ត្រីឥណទានទំនងជាផ្តល់ឥណទានដល់អាជីវកម្មដែលអាចបង្ហាញភស្តុតាងក្រុមអ្នកគ្រប់គ្រង ប្រកបដោយគុណភាព អត្ថប្រយោជន៍ពិសេស ឬប្រកួតប្រជែង ការប្រកួតប្រជែងតិចតួច ឬគ្មាន និងមូលដ្ឋានអតិថិជនរឹងមាំ។ ប្រសិនបើអាជីវកម្មមានបញ្ហាប្រឈមធំៗ ដូចជាសេដ្ឋកិច្ច ច្បាប់ បុគ្គលិក អ្នកផ្គត់ផ្គង់ឬបរិស្ថាន វាត្រូវដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនេះនៅក្នុងសំណើឥណទាន។

នៅពេលការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មមួយ យើងអាចបង្កើនដើមទុនតាមពីរវិធី៖ ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានទុនម្ចាស់ទ្រព្យ ឬហិរញ្ញប្បទានបំណុល (ឥណទាន)។ និយាយឱ្យសាមញ្ញទៅ ហិរញ្ញប្បទានទុនម្ចាស់ទ្រព្យ គឺជាប្រាក់ដែលដាក់ចូលទៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដោយវិនិយោគិនឯកជន (ហៅថាជារិនិយោគិនមូលធន) ។ ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានទុនវិនិយោគ ជាធម្មតាមិនតម្រូវឱ្យមានរូបបញ្ចាំទេ។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ ដោយសារការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទាន ផ្អែកលើការចូលរួមនៃភាពជាម្ចាស់ លក្ខខណ្ឌអនុវត្ត អាចត្រូវបានកំណត់នៅក្នុងអាជីវកម្ម ដើម្បីទទួលបានផលចំណេញខ្ពស់លើការវិនិយោគ។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ធនាគារ សហជីពឥណទាន និងអ្នកឱ្យខ្ចីមិនមែនធនាគារ ផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានបំណុលជាច្រើនប្រភេទ។ អាជីវកម្មជាច្រើនដែលចាប់ផ្តើមប្រើហិរញ្ញប្បទានបំណុលដើម្បីផ្តល់មូលនិធិដល់តម្រូវការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ មិនដូចជារិនិយោគិនមូលធនទេ អ្នកឱ្យខ្ចីមិនយកភាពជាម្ចាស់នៅក្នុងអាជីវកម្មទេ ហើយក៏មិនចែករំលែកនៅក្នុងប្រាក់ចំណេញដែរ។ ពួកគេគ្រាន់តែរំពឹងថាអ្នកនឹងសងប្រាក់ដើមវិញដោយមានការប្រាក់។

ប្រភេទ និងការប្រើប្រាស់ឥណទាន

អ្នកឱ្យខ្ចីភាគច្រើនមានប្រភេទឥណទាន ឬផលិតផលមួយចំនួន។ ផលិតផលឥណទាន ភាគច្រើនត្រូវបានចាត់ថ្នាក់ដោយស្រវត្តិភាព (តម្រូវការរូបបញ្ចាំ) កាលកំណត់សងឥណទាន និងការប្រើប្រាស់មូលនិធិតាមបំណង។ លក្ខខណ្ឌអាចប្រែប្រួលយ៉ាងខ្លាំងរវាងអ្នកឱ្យខ្ចី ដូច្នេះការអង្កេតជម្រើសរបស់អ្នកមានសារៈសំខាន់ណាស់។ អថេរមួយចំនួន អាចប៉ះពាល់ដល់ភាពសមស្របនៃឥណទានសម្រាប់អាជីវកម្មជាក់លាក់មួយ។

ជាមួយនឹងប្រភេទមូលនិធិជាច្រើន និងផលិតផលឥណទានជាច្រើនដែលមាននាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ការជ្រើសរើសប្រភេទល្អបំផុត និងប្រភេទឥណទានល្អបំផុតដើម្បីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់អ្នក អាចជាកិច្ចការដ៏គួរឱ្យភ័យខ្លាចមួយ។ តារាងខាងក្រោមបង្ហាញពីប្រភេទឥណទានទូទៅដែលត្រូវបានប្រើដើម្បីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។

ប្រភេទ និងការប្រើប្រាស់ឥណទាន

ប្រភេទឥណទានទូទៅ				
កាលកំណត់ និងប្រភេទឥណទាន	ចរិតលក្ខណៈ	ធានាឬមិនធានា	ការប្រាក់	លក្ខខណ្ឌទូទាត់
រយៈពេលខ្លី (<១ ឆ្នាំ)				
កាតឥណទាន	ទម្រង់ឥណទានរយៈពេលខ្លីទូទៅ។ អាជីវកម្មខ្នាតតូចជាច្រើនប្រើកាតឥណទានដើម្បីទិញសម្ភារៈផ្គត់ផ្គង់ និងសម្ភារៈចាំបាច់ផ្សេងទៀត ហើយចំណាយលើការទិញប្រចាំថ្ងៃ។	មិនធានា	ថេរ ឬអថេរ ១០-២៤%	ប្រចាំខែ ២-៣% នៃសមតុល្យប្រចាំថ្ងៃជាមធ្យម
កម្រិតឥណទាន	អ្នកឱ្យខ្ចី យល់ព្រមឱ្យខ្ចីប្រាក់សម្រាប់រយៈពេលជាក់លាក់ណាមួយ ជាធម្មតាមួយឆ្នាំ ឬចំនួនប្រាក់។ កម្រិតអាចត្រូវបានប្រើដើម្បីជួយសម្រួលដល់ការទិញសារពើភ័ណ្ណ/គ្រឿងបរិក្ខារ និងគ្របដណ្តប់ការប្រែប្រួលនៃអាជីវកម្មតាមរដូវកាល។	ធានា (ភាគច្រើន)	ថេរឬអថេរ, ១-៤% លើឥណទានដំបូង	ប្រចាំខែ។ ការប្រាក់លើឥណទានដែលបានប្រើ និងសមតុល្យដល់ពេលបញ្ចប់កិច្ចសន្យា។
កម្រិតមធ្យម (១-៧ ឆ្នាំ)				
រយៈពេល/ការបង់រំលោះ	ឥណទានរយៈពេលកំណត់ត្រូវបានកំណត់សម្រាប់ចំនួនទឹកប្រាក់ជាក់លាក់មួយសម្រាប់រយៈពេលជាក់លាក់មួយ។ ឥណទានអាចត្រូវបានប្រើសម្រាប់ការទិញគ្រឿងបរិក្ខារ ទូរស័ព្ទ និងការពង្រីក។	ធានា	ថេរ ១-៤% លើឥណទានដំបូង	ប្រាក់ដើម និងការប្រាក់ប្រចាំខែ ឬត្រីមាស
ការជួល	ជម្រើសជំនួសឥណទានរយៈពេលកំណត់ អ្នកឱ្យខ្ចីជួលទ្រព្យសកម្មទៅឱ្យអ្នកជួល។ ការជួលអាចឱ្យក្រុមហ៊ុនទទួលបានគ្រឿងបរិក្ខារដោយមិនចំណាយអស់ពីដើមដំបូងឡើយ។ ការទូទាត់តិចតួចឬគ្មានក្រុមហ៊ុនអាចទិញគ្រឿងបរិក្ខារនៅចុងបញ្ចប់នៃកិច្ចសន្យាជួល (តម្លៃទាប \$ ១ តាមការព្រមព្រៀងមុន)។	ធានា	អត្រាទីផ្សារ	ប្រចាំខែ
រយៈពេលវែង (៧+ ឆ្នាំ)				
រយៈពេល/ការបង់រំលោះ	ឥណទានរយៈពេលកំណត់លើសពីប្រាំពីរឆ្នាំ។ ប្រើដើម្បីទិញគ្រឿងបរិក្ខាររោងចក្រ ឬទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែងផ្សេងទៀត។	ធានា	១-៣% លើឥណទានដំបូង	ប្រាក់ដើម និងការប្រាក់ប្រចាំខែ ឬត្រីមាស
ពាណិជ្ជកម្ម/អ៊ីប៉ូតែក	ឥណទានអាជីវកម្មដែលពាក់ព័ន្ធនឹងអចលនទ្រព្យ។ ហ៊ីប៉ូតែកគឺជាឯកសារច្បាប់ដែលធានាការទូទាត់របស់អ្នកខ្ចី។	ធានា	ថេរនិងអថេរ ១-២% លើឥណទានដំបូង	ប្រាក់ដើម និងការប្រាក់ប្រចាំខែ ឬត្រីមាស



រដ្ឋបាលធុរកិច្ចខ្នាតតូចរបស់សហរដ្ឋអាមេរិក (SBA) ផ្តល់ការធានាលើអ្នកឱ្យខ្ចីពីធនាគារ និងមិនមែនធនាគារសម្រាប់ឥណទានដែលធ្វើឡើងដើម្បីបំបាត់កង្វល់អាជីវកម្មខ្នាតតូច រួមទាំងអាជីវកម្មថ្មីផងដែរ។ ការធានាការពារអ្នកឱ្យខ្ចីរហូតដល់ ៨៥ ភាគរយនៃប្រាក់ដើមឥណទានដំបូង ប្រសិនបើអ្នកខ្ចីមិនសង។ គោលបំណងនៃការធានា គឺដើម្បីលើកទឹកចិត្តអ្នកឱ្យខ្ចីឱ្យផ្តល់ឥណទានដល់អាជីវកម្មខ្នាតតូចដែលជាធម្មតាមិនត្រូវបានពិចារណានៅ ក្រោមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យធម្មតា។ ការធានា SBA អាចត្រូវបានប្រើសម្រាប់ការចាប់ផ្តើមបណ្តាក់ទុនរកស៊ី។ ដើម្បីទិញអាជីវកម្មដែលមានស្រាប់ ឬផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានទុនបង្វិល សារពើភ័ណ្ឌ ការកែលម្អភតិសន្យា គ្រឿងសង្ហារឹម និងគ្រឿងតាំងបង្ហាញ អចលនទ្រព្យ និងសំណង់។

SBA មានប្រភេទការធានាឥណទាន និងកម្មវិធីសម្រាប់អាជីវកម្មខ្នាតតូចដែលមានតម្រូវការពិសេសផ្សេងគ្នា។ កម្មវិធីទាំងនេះ ត្រូវបានរៀបចំឡើងដើម្បីជួយអតីតយុទ្ធជន ក្រុមហ៊ុនដែលពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា និងតំបន់ភូមិសាស្ត្រចាត់តាំងដែលមានប្រាក់ចំណូលទាប និងមធ្យម។ កម្មវិធីទាំងនេះរួមមាន៖

ជំពូកទី ៥៖ ការទទួលបានឥណទានសម្រាប់អាជីវកម្មថ្មីរបស់អ្នក

<p>អនុប្រយោជន៍សម្រាប់អ្នកខ្ចី</p>	<p>ហិរញ្ញវត្ថុរយៈពេលវែង; លំហូរសាច់ប្រាក់ប្រសើរឡើង; កាលកំណត់សង; គ្មានលើងជើង; គ្មានការពិន័យបង់ប្រាក់ជាមុន (ក្រោម 15 ឆ្នាំ)</p>	<p>ពេលត្រូវប្រើយ៉ាងឆាប់រហ័ស។ ដំណើរការដែលមានភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់កម្រិតឥណទាន</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ទុនបង្វិល - កម្រិតឥណទានបង្វិល (LOC) 2. កិច្ចសន្យា - អាចផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់ការចំណាយទាំងអស់ (ឱនរាប់បញ្ចូលប្រាក់ចំណេញ) ។ 3. តាមដរ - តម្រូវការទុនបង្វិលតាមដរ។ 4. អ្នកសាងសង់ - ចំណាយហិរញ្ញវត្ថុដោយផ្ទាល់ជាមួយនឹងការសាងសង់ពាណិជ្ជកម្ម ឬទទួលបានផ្តល់នៅឡើយ 	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a) Plus ដំណើរការសម្រួល</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a) Plus ដំណើរការសម្រួល</p>	<p>ដូចគ្នានឹងអ្នកខ្ចី 7(a) Plus ត្រូវតែជា CDFIs, CDCs ឬអ្នកផ្តល់ឥណទានខ្នាតតូចដែលកំណត់កាលបរិច្ឆេទនៅក្រោមទីផ្សារ។</p>
<p>អ្នកមានទុណវុឌ្ឍិ</p>	<p>ត្រូវតែជាអាជីវកម្មសម្រាប់ប្រាក់ចំណេញ និងបំពេញតាមស្នងដានសំបុត្រ SBA ។ បង្ហាញពីទីតាំងក្នុងរដ្ឋ ឥណទាន ការគ្រប់គ្រង និងសមត្ថភាពក្នុងការសង។ ត្រូវតែជាប្រភេទអាជីវកម្មដែលមានសិទ្ធិ។ ការធានាពិន័យការបង់ប្រាក់ជាមុនសម្រាប់ប្រាក់កម្ចីដែលមានកាលកំណត់ពី 15 ឆ្នាំ ឬច្រើនជាងនេះ ប្រសិនបើបង់ប្រាក់ជាមុនក្នុងអំឡុងពេល 3 ឆ្នាំដំបូង (5% ឆ្នាំ 1, 3% ឆ្នាំ 2, និង 1% ឆ្នាំ 3)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a) ឬអ្នកខ្ចីទាំងអស់ត្រូវតែប្រតិបត្តិទម្រង់ 750 និង 750B (ឥណទានរយៈពេលខ្លី)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>
<p>ថ្លៃធានា</p>	<p>(ថ្លៃសេវាកម្មលើផ្នែកធានាឥណទានតែប៉ុណ្ណោះ) កាលកំណត់ 1 ឆ្នាំ ឬតិចជាង 0.25% ថ្លៃធានា។ លើសពី 1 ឆ្នាំ \$150,000 ចំនួនសរុបតិចជាងនេះ = 2.0%; \$150,001 - \$700,000 = 3.0%; លើស \$700,000 = 3.5%; 3.75% លើផ្នែកធានាជាង 1 លានដុល្លារ។ ថ្លៃបន្ត 0.55%។</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>
<p>អត្រាការប្រាក់អតិបរមា</p>	<p>ឥណទានតិចជាង ៧ ឆ្នាំ \$0-\$25,000 ដំបូង + 4.25% \$25,001-\$50,000 ដំបូង + 3.25% លើស \$50,000 ដំបូង + 2.25% ឥណទាន ៧ ឆ្នាំឬយូរជាងនេះ \$0-\$25,000 ដំបូង + 4.75% \$25,001-\$50,000 ដំបូង + 3.75% លើស \$50,000 ដំបូង + 2.75%</p>	<p>ឥណទាន \$50,000 ឬតិច; ដំបូង + 6.5% ឥណទានលើស \$50,000; ដំបូង + 4.5%</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>
<p>កាលកំណត់សង</p>	<p>អាស្រ័យលើសមត្ថភាពក្នុងការសង។ ជាទូទៅ ទុនបង្វិល និង គ្រឿងម៉ាស៊ីន និងបរិក្ខារ (មិនលើសពីអាយុកាលឧបករណ៍) គឺ ៥-១០ ឆ្នាំ; អចលនទ្រព្យគឺ ២៥ ឆ្នាំ។</p>	<p>រហូតដល់ 7 ឆ្នាំសម្រាប់កម្រិតបង្វិលនៃឥណទាន រួមទាំងរយៈពេលផុតកំណត់ ។ បើមិនដូច្នោះទេ ដូចគ្នានឹង 7(a) ។</p>	<p>រហូតដល់ 10 ឆ្នាំ លើកលែងតែ Builder's CAPLine ដែលមានរយៈពេល 5 ឆ្នាំ។</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>
<p>ការប្រើប្រាស់ដំណើរការ</p>	<p>ឥណទានរយៈពេលកំណត់។ ការពង្រីក/ ការកែលម្អថ្មី។ សំណង់ថ្មី ទិញដី ឬអគារ។ ទិញគ្រឿងបរិក្ខារ គ្រឿងតាំងបង្ហាញ ការកែលម្អគិតសន្យា។ ទុនបង្វិល។ ផ្តល់ហិរញ្ញវត្ថុទៅលើបំណុលជាថ្មី សម្រាប់ហេតុផលការបង្កើតបង្ក។ កម្រិតឥណទានតាមរយៈការសារពើភ័ណ្ណ</p>	<p>អាចត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់កម្រិតឥណទានបង្វិល (រហូតដល់កាលកំណត់ 7 ឆ្នាំ) ឬសម្រាប់ឥណទានរយៈពេល (ដូចគ្នានឹង 7(a)។</p>	<p>ហិរញ្ញវត្ថុតាមដរ និង/ឬ តម្រូវការទុនបង្វិលរយៈពេលខ្លី; ការចំណាយលើការអនុវត្ត; ការចំណាយលើការសាងសង់; រៀនសូត្របង្កើនសារពើភ័ណ្ណដែលមានសម្រាប់ និងអាចទទួលបាន; ការបង្រួបបង្រួមនៃបំណុលរយៈពេលខ្លី។ ប្រហែលជាបង្វិល។</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>
<p>ភាគរយនៃការធានា</p>	<p>ការធានា 85% សម្រាប់ឥណទានចំនួន \$150,000 ឬតិចជាងនេះ។ ការធានា 75% សម្រាប់ឥណទានលើសពី \$150,000 (រហូតដល់ ការធានាអតិបរមា \$3.75 លាន)</p>	<p>50%</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>
<p>ចំនួនឥណទានអតិបរមា</p>	<p>សរុប \$5 លាន</p>	<p>\$350,000</p>	<p>\$5 លាន</p>	<p>\$350,000</p>	<p>\$250,000</p>	<p>\$250,000</p>
<p>កម្មវិធី</p>	<p>7(a) ឥណទាន</p>	<p>SBAExpress</p>	<p>Patriot Express</p>	<p>ឥណទានអនុប្រយោជន៍អ្នកខ្ចីខ្នាតតូច/ជនបទ (S/R/LA) មធ្យមនៃឥណទាន SBA ចំនួន 20 ឬតិចជាងនេះក្នុងមួយឆ្នាំ។ 3 ឆ្នាំសារពើពន្ធចុងក្រោយ</p>	<p>អនុប្រយោជន៍ឥណទានខ្នាតតូច (SLA) អ្នកខ្ចីត្រូវតែស្ថិតនៅក្នុងកម្មវិធីផ្តល់ឥណទានដែលពេញចិត្ត (PLP)</p>	<p>អនុប្រយោជន៍សហគមន៍ បេសកកម្មផ្តល់ឥណទានតែប៉ុណ្ណោះ</p>

ជំពូកទី ៥៖ ការទទួលបានឥណទានសម្រាប់អាជីវកម្មថ្មីរបស់អ្នក

<p>អត្ថប្រយោជន៍សម្រាប់អ្នកខ្ចី</p>	<p>ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានរយៈពេលវែងដល់អាជីវកម្មខ្នាតតូចទាប ដើម្បីប្រកួតប្រជែងកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ</p>	<p>ទុនបង្វិលបន្ថែមដើម្បីបង្កើនការលក់នាំចេញដោយមិនរំខានដល់ហិរញ្ញប្បទានក្នុងស្រុក និងផែនការអាជីវកម្ម</p>	<p>ពេលត្រូវប្រើយ៉ាងឆាប់រហ័ស; ដំណើរការជូនដំណោះស្រាយកម្រិតឥណទានងាយស្រួលប្រើ</p>	<p>ហិរញ្ញប្បទានសមរម្យ</p>	<p>ការទូទាត់ទាប - ភាគហ៊ុន (10%-20%) (វិភាគទានសមរម្យអាចត្រូវបានខ្ចី) ថ្លៃសេវាអាចត្រូវបានផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានផ្នែក SBA អត្រាចរន្តរយៈពេលវែង រំលោះពេញមិនបំប៉ែនទេ។</p>	<p>ម្ចាស់អាជីវកម្មអាចផ្តល់ប្រាក់កម្ចីឡើងវិញទ្រព្យសកម្មដែលស្ថិតនៅក្រោមគុណបញ្ញាជាមួយនិងការបន្ថែមសាច់ប្រាក់ទ្រព្យសកម្មផ្សេងទៀត ឬជម្រើសផ្សេងទៀតដែលបានដំណើរការជាមួយអ្នកខ្ចី។ ក៏អាចផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់ 504 ការចំណាយលើការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដែលមានសិទ្ធិ</p>	<p>ឥណទានផ្ទាល់ពីអ្នកផ្តល់ឥណទានអន្តរកម្មមិនរកប្រាក់ចំណេញ; ហិរញ្ញប្បទានអត្រាចរ; ចំនួនឥណទានតិចតួចណាស់; មានជំនួយបច្ចេកទេស</p>
<p>អ្នកមានគុណវុឌ្ឍិ</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a) ឬក្រុមការរៀបចំដើម្បីចូលរួមក្នុងពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ/វង់ផលប៉ះពាល់យ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរដោយការប្រកួតប្រជែងពីការនាំចូល</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a) ឬក្រុមការរៀបចំដើម្បីចូលរួមក្នុងពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ/វង់ផលប៉ះពាល់យ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរដោយការប្រកួតប្រជែងពីការនាំចូល</p>	<p>អ្នកស្នើសុំត្រូវតែបង្ហាញឱ្យឃើញថា ឥណទាននឹងអាចឱ្យពួកគេចូលទៅក្នុងទីផ្សារថ្មី ឬពង្រីកទៅក្នុងទីផ្សារនាំចេញដែលមានស្រាប់។ អាជីវកម្មត្រូវតែដំណើរការយ៉ាងហោចណាស់ 12 ខែ (ទោះបីជាមិនចាំបាច់ក្នុងការនាំចេញក៏ដោយ) ។</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ស្តង់ដារទំហំជំនួសសម្រាប់អាជីវកម្មប្រាក់ចំណេញដែលមិនលើសពី 15 លានដុល្លារជាទ្រព្យសម្បត្តិរូបិយ ហើយមិនមានប្រាក់ចំណូលសុទ្ធប្រចាំឆ្នាំសារពើពន្ធពេញ 2 ឆ្នាំជាមធ្យមលើសពី 5 លានដុល្លារ។ ម្ចាស់កាន់កាប់ 51% សម្រាប់សំណង់ដែលមានស្រាប់ ឬ 60% សម្រាប់សំណង់ថ្មី។</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 504 ឬក្រុមការរៀបចំដើម្បីចូលរួមក្នុងពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ/វង់ផលប៉ះពាល់យ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរដោយការប្រកួតប្រជែងពីការនាំចូល</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>
<p>អត្រាការប្រាក់អតិបរមា</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>ថ្លៃសេវា .5% លើចំណែកអ្នកខ្ចី ឬក៏ CDC អាចគិតប្រាក់រហូតដល់ 1.5% លើភាគហ៊ុនរបស់ពួកគេ។ CDC គិតថ្លៃសេវាប្រចាំខែចំនួន 0.625%-1.5% លើសមតុល្យដែលមិនបានបង់។ ថ្លៃធានាដែលកំពុងបន្ត (ឆ្នាំសារពើពន្ធ 2012) គឺ 0.9375% នៃ ប្រាក់ដើមដែលមិនទាន់ទាន់។ ថ្លៃសេវាបន្ត % មិនផ្តល់ឬក្នុងអំឡុងពេលរយៈពេល។</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 504 លើកលែងតែថ្លៃសេវាបន្តគឺ (ឆ្នាំសារពើពន្ធ 2012) 1.103%</p>	<p>គ្មានថ្លៃធានា</p>
<p>អត្រាការប្រាក់អតិបរមា</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)</p>	<p>មិនមានកម្រិតអត្រាការប្រាក់អតិបរមារបស់ SBA នៃ ប្តីនៃ SBA ត្រួតពិនិត្យដោយសមហេតុផល</p>	<p>ដូចគ្នានឹង SBAExpress ដែរ</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7(a)។ ការប្រាក់ត្រូវបានបង់ប្រចាំខែ លើសមតុល្យក្រៅប្រព័ន្ធ</p>	<p>អត្រាចរណ៍ប្រាក់កម្ចី 504 ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅពេលដែលប្រាក់កម្ចីត្រូវបានបញ្ជូនឱ្យអ្នកខ្ចី។ បដិសេធការវិនិយោគប្រាក់ជាមុនសម្រាប់ 1/2 នៃរយៈពេល</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 504</p>	<p>អាចចរចាបានជាមួយអន្តរកម្ម 7.75 ឬ 8.5% ខាងលើកម្រិតអន្តរកម្មនៃមូលនិធិ</p>
<p>កាលកំណត់សង</p>	<p>រហូតដល់ 28 ឆ្នាំ</p>	<p>ជាទូទៅ មួយឆ្នាំ ឬតិចជាងនេះ អាចឡើងដល់ 3 ឆ្នាំ។</p>	<p>ដូចគ្នានឹង SBAExpress ដែរ</p>	<p>អប្បបរមា 1 ឆ្នាំ។ អតិបរមា 5 ឆ្នាំ។</p>	<p>ប្រាក់កម្ចី CDC៖ អត្រាការប្រាក់ចរន្តរយៈពេល 10- ឬ 20 ឆ្នាំ។ ប្រាក់កម្ចីអ្នកខ្ចី៖ ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទាន (មិនធានា) អាចមានរយៈពេលខ្លីជាង។ អាចត្រូវបានកំណត់ឬអាចតែសម្រួលអត្រាការប្រាក់</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 504</p>	<p>រយៈពេលខ្លីបំផុតអាចមិនលើសពី ៦ ឆ្នាំ។</p>
<p>ការប្រើប្រាស់ដំណើរការ</p>	<p>ឥណទានរយៈពេលសម្រាប់ទុនបង្វិលអចិន្ត្រៃយ៍ ឧបករណ៍សម្ភារៈបរិក្ខារ ដី និងអគារ និងការសងបំណុលដែលទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ</p>	<p>កម្មវិធីរយៈពេលខ្លីទុនបង្វិលសម្រាប់អ្នកនាំចេញ។ អាចផ្តល់ប្រតិបត្តិការ ឬផ្តោតលើទ្រព្យសកម្ម។ ក៏អាចនាំចេញឱ្យឥតឥណទានបង្កើនផងដែរ។</p>	<p>ដូចគ្នានឹង SBAExpress ឬក៏នឹងលិខិតឥណទានបង្កើន</p>	<p>អាជីវកម្មខ្នាតតូចមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ រួមមានទុក្ខយានយន្ត ម៉ូតូ ផ្ទះដែលបានផលិត និងឈ្មួញ RV ។ អាចផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានឡើងវិញ ចំពោះ Dealer Floor Plan ដែលមានស្រាប់</p>	<p>រយៈពេលកម្ចី កម្ចីទ្រព្យសកម្មចរ; អ្នកផ្តល់ហិរញ្ញប្បទាន (មិនធានា) ធានាដោយបំណុលដំបូងលើទ្រព្យសកម្មតាមការព្យាករណ៍។ កម្ចី CDC ផ្តល់ពី SBA បំណុលណាធានា 100% លក់ទៅអ្នកវិនិយោគក្នុងអត្រាចរធានាដោយបំណុលទី 2</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 504។ ដកភាគហ៊ុនចេញសម្រាប់ទុនបង្វិល ឬការចំណាយអាជីវកម្មដែលមានសិទ្ធិផ្សេងទៀតរហូតដល់ 18 ខែជាមុន។ អាចផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានរហូតដល់ 90% នៃតម្លៃអចលនទ្រព្យដែលបានវាយតម្លៃបច្ចុប្បន្នរវាង CDC និងអ្នកខ្ចី</p>	<p>ទិញភ្លើងចក្រ និងឧបករណ៍ការជួសជុល ការកែលម្អការជួល។ ហិរញ្ញប្បទានកើនឡើងនៃអ្នកខ្ចី; ទុនបង្វិល។ មិនអាចប្រើដើម្បីសងបំណុលដែលមានស្រាប់បានទេ។</p>
<p>ភាគរយនៃការធានា</p>	<p>ការធានា 90% (រហូតដល់ការធានាអតិបរមា 4.5 លានដុល្លារ) (ការធានាអតិបរមារហូតដល់ 4 លានដុល្លារសម្រាប់ទុនបង្វិល)</p>	<p>90% ការធានា (រហូតដល់ការធានាអតិបរមា 4.5 លានដុល្លារ)</p>	<p>ការធានា 90% សម្រាប់ឥណទាន \$350,000 ឬតិចជាងនេះ។ ការធានា 75% សម្រាប់ឥណទានលើសពី 350,000 ដុល្លារ។</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 7 (a) ។ ជឿនលឿន 100% លើសារពើភណ្ឌថ្មី ឬប្រើប្រាស់ដែលអាចដាក់ឈ្មោះជាម្ចាស់។</p>	<p>គម្រោងចំណាយថវិកាដូចខាងក្រោម៖ CDC៖ រហូតដល់ទៅ 40% ហិរញ្ញប្បទានដែលមិនមានការធានា៖ អ្នកខ្ចី៖ 50% ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ៖ 10% ឬក៏បន្ថែម 5% ប្រសិនបើអាជីវកម្មថ្មី និង/ឬ 5% ប្រសិនបើទ្រព្យសកម្មថ្មីប្រើប្រាស់ពិសេស។</p>	<p>នៅសល់ 15% ត្រូវបានបង្កើតឡើងសម្រាប់ជាប្រយោជន៍ដល់អាជីវកម្មខ្នាតតូច</p>	<p>មិនអាចអនុវត្តបាន។</p>
<p>ចំនួនឥណទានអតិបរមា</p>	<p>\$5 លាន</p>	<p>\$5 លាន</p>	<p>\$500,000</p>	<p>អតិបរមា ៥ លានដុល្លារ 500,000 ដុល្លារ អប្បបរមា</p>	<p>504 CDC ចំនួនទឹកប្រាក់អតិបរមាមានចាប់ពី 5 លានដុល្លារដល់ 5.5 លានដុល្លារ អាស្រ័យលើប្រភេទអាជីវកម្ម។</p>	<p>ដូចគ្នានឹង 504 ឬក៏ 85% ឬប្រើប្រាស់នេះនៅប្រាក់ចំណូលនៃបំណុលដែលមានស្រាប់ ឬ 85% នៃឥណទានដើមត្រូវតែសម្រាប់ទ្រព្យសកម្មថ្មីដែលមានសិទ្ធិ។</p>	<p>\$50,000</p>
<p>កម្មវិធី</p>	<p>ពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ</p>	<p>កម្មវិធីទុនបង្វិលនាំចេញ</p>	<p>Export Express</p>	<p>Dealer Floor Plan</p>	<p>ឥណទាន 504 ផ្តល់តាមរយៈក្រុមហ៊ុនអភិវឌ្ឍន៍ដែលមានការបញ្ជាក់ (CDCs) ដែលមានអាជ្ញាប័ណ្ណដោយ SBA</p>	<p>504 ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានបំណុលដែលផ្តល់តាមរយៈ CDCs ដែលមានទុនចរណ៍ធានាអាជ្ញាប័ណ្ណពី SBA ។ កម្មវិធីហិរញ្ញប្បទានឡើងវិញ និងចូលជាធរមានរហូតដល់ ថ្ងៃទី 27 ខែកញ្ញា ឆ្នាំ 2012។</p>	<p>មិនមែនឥណទាន 7(a) ឥណទានខ្នាតតូច ឥណទានតាមរយៈការផ្តល់ឥណទានមិនស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ អង្គការ; ជំនួយបច្ចេកទេសក៏ត្រូវបានផ្តល់ផងដែរ។</p>

* សម្រាប់ព័ត៌មានលម្អិតអំពីកម្មវិធី SBA ទាំងនេះ សូមចូលទៅកាន់វិបសាយចម្រើនសេដ្ឋកិច្ច

**បញ្ជី
តម្រូវការ
ឯកសារ**

ឯកសារដែលត្រូវការសម្រាប់សំណើសុំឥណទានអាជីវកម្មទើបចាប់ផ្តើម
(ធាតុអាចខុសគ្នាសម្រាប់ប្រភេទអាជីវកម្ម និងអ្នកឱ្យខ្ចី)

1. របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ម្ចាស់នីមួយៗ មិនយូរជាង ៩០ ថ្ងៃ អ្នកឱ្យខ្ចីផ្តល់ទម្រង់។
2. ការពិពណ៌នាអំពីអាជីវកម្ម។
3. តម្លៃគម្រោងជាមួយនឹងការដេញថ្លៃ និងសម្រង់តម្លៃ។ ប្រសិនបើអាចអនុវត្តបាន សម្រង់តម្លៃលើការសាងសង់ (រាប់បញ្ចូលទាំងថ្លៃស្ថាបត្យករ និងវិស្វកម្ម) ឬការជួសជុល ការកែលម្អការជួល គ្រឿងចក្រ និងឧបករណ៍ សារពើភ័ណ្ណ។
4. សម្រាប់ការធានា SBA និងកម្មវិធីឥណទាន សេចក្តីថ្លែងការណ៍អំពីប្រវត្តិផ្ទាល់ខ្លួនសម្រាប់អ្នកខ្ចីនីមួយៗ មន្ត្រី (ប្រសិនបើរួមបញ្ចូល) និងដៃគូ (ប្រសិនបើ ភាពជាដៃគូ) ។ (ទម្រង់ SBA 912)
5. ប្រវត្តិរូបសង្ខេបសម្រាប់នីមួយៗខាងលើ ក៏ដូចជាសម្រាប់បុគ្គលសំខាន់ៗដទៃទៀត។
6. តារាងតុល្យការតាមការព្យាករណ៍ និងប្រាក់ចំណេញ និងខាតយ៉ាងហោចណាស់ពីរឆ្នាំ ដំបូង។
7. លំហូរសាច់ប្រាក់ប្រចាំខែតាមការព្យាករណ៍សម្រាប់រយៈពេលពីរឆ្នាំដំបូង (អាចប្រើបានទម្រង់ SBA 1100) ។
8. ប្រសិនបើ ប្រៀនឆាយ កិច្ចសន្យាប្រៀនឆាយ។ SBA ពិនិត្យ (www.franchiseregistry.com) ដើម្បីមើលថាតើប្រៀនឆាយ ត្រូវបានអនុម័តឬអត់។
9. ព័ត៌មានលម្អិតអំពីការងារ។ សម្រាប់ការធានា និងកម្មវិធីឥណទានរបស់រដ្ឋាភិបាលផ្សេងទៀត បំបែកសរុបការងារទៅជានិយោជិតអនីតិភាព ប្រុស និង ស្ត្រីបច្ចុប្បន្នតាមការព្យាករណ៍។
10. កិច្ចសន្យាលក់ ឬកិច្ចសន្យាជួល ប្រសិនបើមាន។
11. ការវាយតម្លៃអាចទទួលយកបានចំពោះអ្នកឱ្យខ្ចី និង/ឬអន្តរការី។
12. ប្រសិនបើសាជីវកម្ម លក្ខន្តិកៈក្រុមហ៊ុន។
13. របាយការណ៍ពន្ធផ្ទាល់ខ្លួនរយៈពេលបីឆ្នាំចុងក្រោយ។
14. ប្រសិនបើអាចអនុវត្តបាន ការសិក្សាអំពីផលប៉ះពាល់បរិស្ថាន (ឧទាហរណ៍ ការធ្វើតេស្តដី ដីសើម សត្វព្រៃ)។
15. ផែនការអាជីវកម្មលម្អិតដែលមានក្រុមហ៊ុន ផលិតផល ទីផ្សារ ការផ្សព្វផ្សាយ ការប្រកួតប្រជែង និងព័ត៌មានបុគ្គលិក។ ផែនការអាជីវកម្មភាគច្រើនមានធាតុភាគច្រើនខាងលើ។

សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែមអំពីសំណើឥណទាន និងតម្រូវការឥណទាន សូមពិនិត្យមើលការបោះពុម្ពផ្សាយរបស់ UGA SBDC *ការធ្វើជាម្ចាស់លើសំណើឥណទានអាជីវកម្ម៖ មគ្គុទ្ទេសក៍ស្វែងយល់ពីក្តីរំពឹងទុកផ្នែកធនាគារ ប្រភេទឥណទាននិងផែនការអាជីវកម្ម។*

ជំនួយ

ប្រសិនបើអ្នកកំពុងស្វែងរកជំនួយដើម្បីផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់អាជីវកម្មរបស់អ្នក អ្នកនឹងត្រូវបាក់ទឹកចិត្តនៅដំណាក់កាលដំបូង។ ជំនួយតិចតួចណាស់មានសម្រាប់អាជីវកម្មខ្នាតតូច ជាពិសេសសម្រាប់អាជីវកម្មទើបចាប់ផ្តើម។ តាមពិតទៅ ប្រសិនបើអាជីវកម្មរបស់អ្នកជាប្រភេទអាជីវកម្មធម្មតា ដូចជាអ្នកលក់ផ្កា វាស្ទើរតែមិនអាចស្វែងរកជំនួយដែលនឹងបំពេញតម្រូវការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ទីភ្នាក់ងាររដ្ឋ សាលាក្រុង និងសាជីវកម្មមិនស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ គ្រប់គ្រងកម្មវិធីជំនួយមួយចំនួនដែលអាចប្រើបានសម្រាប់សកម្មភាពអាជីវកម្មខ្នាតតូច។ ដូចដែលបានរៀបរាប់ពីមុន ក្រុមទាំងនេះបង្កើតកម្មវិធីមូលនិធិឥណទានបង្វិលសម្រាប់អាជីវកម្មខ្នាតតូចពីជំនួយទាំងនេះ។

ទោះបីជាជំនួយសម្រាប់អាជីវកម្មលក់រាយ និងសេវាកម្មទូទៅកម្រមានក៏ដោយ ជំនួយអាចរកបានសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដែលកំពុងអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាថ្មី។ SBA និងនាយកដ្ឋានសហព័ន្ធមួយចំនួនចូលរួមក្នុងកម្មវិធីស្រាវជ្រាវការច្នៃប្រឌិតអាជីវកម្មខ្នាតតូច (SBIR) និងកម្មវិធីផ្ទេរបច្ចេកវិទ្យាអាជីវកម្មខ្នាតតូច (STTR)។ កម្មវិធីទាំងនេះផ្តល់ជំនួយរហូតដល់ \$500,000 សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ និងការអភិវឌ្ឍន៍។ នាយកដ្ឋានមួយចំនួនដូចជានាយកដ្ឋានថាមពល ផ្តល់ជំនួយផ្ទាល់ខ្លួនដល់ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា។

លើសពីនេះទៀត ជំនួយអាចរកបានសម្រាប់អាជីវកម្មដែលបំពេញតម្រូវការសង្គមជាក់លាក់។ ជាឧទាហរណ៍ ក្រុមប្រឹក្សាថែទាំកុមារហ្សកហ្សឺ បានផ្តល់ជំនួយដល់មជ្ឈមណ្ឌលថែទាំកុមារដែលបង្កើតកម្មវិធីពិសេសសម្រាប់កុមារដែលមានបញ្ហាក្នុងការសិក្សា និងអាកប្បកិរិយា។ ទីភ្នាក់ងារផ្តោតលើមនុស្សចាស់ ក៏បានផ្តល់ជំនួយដល់អាជីវកម្មដែលមានកម្មវិធីថែទាំពេលថ្ងៃ សម្រាប់មនុស្សពេញវ័យជួយមនុស្សដែលមានជំងឺភ្លេចភ្លាំង ឬពិការធ្ងន់ធ្ងរ។

ជំនួយសម្រាប់អាជីវកម្មធម្មតា តម្រូវឱ្យមានការផ្គូផ្គង 1:1 ។ សម្រាប់រាល់ថវិកាដែលដាក់ចូលក្នុងអាជីវកម្ម អាជីវកម្មតម្រូវឱ្យចូលរួមចំណែកក្នុងចំនួនស្មើគ្នា។ អាជីវកម្មដែលកំពុងស្វែងរកជំនួយ នឹងត្រូវស្វែងរកសំណើសម្រាប់សំណើ (RFP) ដែលនឹងស៊ីទៅនឹងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ RFP ទាមទារការពិពណ៌នាគម្រោង និងថវិកា។ អ្នកខ្លះ អាចត្រូវការផែនការអាជីវកម្មជាមួយរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ នៅពេលដែលអាជីវកម្មទទួលបានជំនួយ ឯកសារគ្រប់គ្រងប្រែប្រួលអំពីការចំណាយត្រូវបានទាមទារ។

**ជំពូកទី ប្រាំមួយ៖
បញ្ហាផ្នែកច្បាប់
និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ**

ជំពូកទី ៦៖ បញ្ហាច្បាប់ និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ

នៅពេលដែលមនុស្សម្នាក់សម្រេចចិត្តចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម ការសម្រេចចិត្តជាច្រើន ត្រូវតែធ្វើឡើងទាក់ទងនឹងរបៀបការពារអាជីវកម្មនោះ។ តាមរយៈប្រតិបត្តិការដោយប្រើ លិខិតឆ្លងច្បាប់ និងការធានាចំពោះកាលៈទេសៈមិនបានមើលឃើញទុកជាមុន នៅក្នុងផ្នែកនេះ បញ្ហាច្បាប់ អាជីវកម្មមួយនឹងត្រូវបានត្រៀមខ្លួនសម្រាប់កំណើនរយៈពេលវែង។ ហានិភ័យនៃការគ្រប់គ្រងហានិភ័យត្រូវបានលើកយកមកពិភាក្សា។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ នេះមិនមែនជាការពិភាក្សាដែលរួមបញ្ចូលទាំងអស់នោះទេ ហើយអ្នកគួរតែស្វែងរកសេចក្តីណែនាំបន្ថែមពីមេធាវី និងភ្នាក់ងារធានារ៉ាប់រងទាក់ទងនឹងស្ថានភាពជាក់លាក់របស់អ្នកផ្ទាល់។

ការជ្រើសរើសទម្រង់ អាជីវកម្មស្របច្បាប់

ការសម្រេចចិត្តដំបូងនៅពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មី គឺជាការកំណត់រចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវច្បាប់សមស្របសម្រាប់អាជីវកម្មនោះ។ កត្តាជាច្រើនត្រូវតែយកមកពិចារណា នៅពេលធ្វើការសម្រេចចិត្តនេះ រួមទាំងចំនួនម្ចាស់អាជីវកម្ម ប្រភេទអាជីវកម្ម ការប្រឈមមុខនឹងការទទួលខុសត្រូវ ពន្ធ និងផែនការពង្រីកអនាគត។

សហគ្រាសឯកបុគ្គល

សហគ្រាសឯកបុគ្គល ជាប្រភេទអង្គការអាជីវកម្មដែលពេញនិយមបំផុតនៅក្នុងសហរដ្ឋអាមេរិក ហើយវាគឺជាទម្រង់ដែលងាយស្រួលបំផុតក្នុងប្រតិបត្តិការ ព្រោះវាមិនត្រូវការអង្គការដែលមានច្បាប់ជាក់លាក់ណាមួយលើសពីតម្រូវការធម្មតា ដូចជាអាជ្ញាប័ណ្ណ ឬការអនុញ្ញាត។ សហគ្រាសឯកបុគ្គល គឺជាម្ចាស់ប្រាក់ចំណេញដែលគ្រប់គ្រង និងដំណើរការដោយបុគ្គលម្នាក់ ឬដោយស្វាមីភរិយា ប៉ុន្តែអាចមានបុគ្គលិកច្រើន។ សហគ្រាសឯកបុគ្គល មិនត្រូវបានចាត់ទុកថាជានីតិបុគ្គលដាច់ដោយឡែកពីគ្នានៅក្រោមច្បាប់នោះទេ ប៉ុន្តែជាផ្នែកបន្ថែមនៃបុគ្គលដែលជាម្ចាស់វា។ ម្ចាស់កម្មសិទ្ធិកាន់កាប់ទ្រព្យសម្បត្តិអាជីវកម្ម ហើយទទួលខុសត្រូវដោយផ្ទាល់ចំពោះបំណុល និងបំណុលផ្សេងទៀតដែលអាជីវកម្មមាន។ សម្រាប់ពន្ធវិញ ប្រាក់ចំណេញឬខាតនៅក្នុងសហគ្រាសឯកបុគ្គល ត្រូវបានបញ្ចូលជាមួយប្រាក់ចំណូលផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម (សម្រាប់ពន្ធអាជីវកម្ម ប្រើទម្រង់បែបបទពន្ធសហព័ន្ធ 1040 ឯកសារបន្ថែម C។ លទ្ធផលទាំងឡាយ ត្រូវបានផ្ទេរទៅទម្រង់ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលផ្ទាល់ខ្លួនសមស្រប។ ចំណាំ៖ ឯកសារបន្ថែម SE គួរតែត្រូវបានដាក់សម្រាប់ពន្ធសន្តិសុខសង្គមផងដែរ។

គុណសម្បត្តិ៖

- ទម្រង់បែបបទតិចជាង និងការដាក់កម្រិតឆ្លងច្បាប់តិចជាងទម្រង់បែបបទផ្សេងទៀតនៃរចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវច្បាប់
- ការយល់ព្រមពីរដ្ឋាភិបាល ឬការដាក់កំហិតតិចតួច អាស្រ័យលើប្រភេទអាជីវកម្ម
- ប្រាក់ចំណេញទាំងអស់ទៅម្ចាស់ដោយផ្ទាល់
- ភាពបត់បែន៖ ការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងដោយម្ចាស់តែមួយ ពេលវេលាឆ្លើយតបលឿនជាង
- ការបង់ពន្ធតាមអត្រាពន្ធផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ម្ចាស់
- ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធឬខាតបង់ ត្រូវបានគណនាដាច់ដោយឡែកពីប្រាក់ចំណូលចម្បងរបស់ម្ចាស់ ហើយត្រូវបានបន្ថែមទៅ ឬដកពីប្រាក់ចំណូលជាប់ពន្ធផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ម្ចាស់

គុណវិបត្តិ៖

- ម្ចាស់ត្រូវទទួលខុសត្រូវផ្ទាល់ចំពោះចំនួនបំណុលអាជីវកម្មសរុបលើសពីការវិនិយោគសរុបរបស់ម្ចាស់ ដោយពង្រីកដល់ទ្រព្យសកម្មផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ម្ចាស់ (ឧ. ផ្ទះ ឡាន)
- ការលំបាកទាក់ទងក្នុងការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន
- អត្រាពន្ធខ្ពស់ ប្រសិនបើអាជីវកម្មជោគជ័យ
- សមត្ថភាព និងការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ម្ចាស់តែមួយគត់អាចកំណត់សមត្ថភាពលូតលាស់
- នៅពេលដែលម្ចាស់ទទួលបានមរណៈ អាជីវកម្មក៏លែងមានជានីតិបុគ្គល

**ការជ្រើសរើសទម្រង់
អាជីវកម្មស្របច្បាប់**

ភាពជាដៃគូ

ភាពជាដៃគូត្រូវបានគេប្រើជាញឹកញាប់ នៅពេលរួមបញ្ចូលជំនាញមួយ កំណត់ដោយមនុស្សពីរនាក់ ឬច្រើននាក់ ត្រូវបានទាមទារដើម្បីដំណើរការអាជីវកម្ម។ ទម្រង់អង្គភាពនេះក៏ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាជម្រើសដ៏ល្អផងដែរ នៅពេលដែលបញ្ហាទំនួលខុសត្រូវចំពោះផលិតផល មិនមានការព្រួយបារម្ភខ្លាំងសម្រាប់អាជីវកម្ម។ ភាពជាដៃគូអាចមានទម្រង់ច្បាប់ពីរ៖ ទូទៅ ឬមានកំណត់។ នៅក្នុងភាពជាដៃគូទូទៅ ម្ចាស់ទាំងអស់ធ្វើការរួមគ្នាដើម្បីគ្រប់គ្រង និងផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់អាជីវកម្ម។ ទម្រង់ទាំងពីរចែករំលែកនៅក្នុងបំណុល និងប្រាក់ចំណេញរបស់អាជីវកម្មដែលជាលទ្ធផលបានមកពីដើមទុន កម្លាំងពលកម្ម ទ្រព្យសម្បត្តិ ឬជំនាញដែលបានចូលរួមចំណែក។ ភាពជាដៃគូមានកំណត់ (ជួនកាលហៅថា LP's ឬ LLP's) មានដៃគូទូទៅមួយ ឬច្រើន ធ្វើការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ហើយត្រូវរាប់រងបំណុលនៃភាពជាដៃគូផ្ទាល់ ចំណែកដៃគូមានកំណត់មួយ ឬច្រើនដែលប្រចុយនឹងការវិនិយោគក្នុងអាជីវកម្មរឹងរិតនឹងមានចំណែកចំណេញរបស់ខ្លួន។ ដៃគូមានកម្រិតមិនគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម ហើយមិនរាប់រងបំណុលរបស់អាជីវកម្មដៃគូលើសពីចំនួនទឹកប្រាក់ដែលបានវិនិយោគក្នុងអាជីវកម្មឡើយ។ ក្រុមហ៊ុនដែលវិនិយោគលើអចលនៈទ្រព្យ ឬការបណ្តាក់ទុនដែលរឹងរិតទុកច្រើនតែប្រើភាពជាដៃគូមានកំណត់។² ជនជាតិហ្សកហ្សឺដែលមានបំណងបង្កើតភាពជាដៃគូមានកំណត់ត្រូវតែដាក់លិខិតបញ្ជាក់ភាពជាដៃគូមានកំណត់ ជាមួយការិយាល័យរដ្ឋលេខាធិការហ្សកហ្សឺ។ លើសពីនេះ ភាពជាដៃគូមានកំណត់ត្រូវតែដាក់ពាក្យចុះបញ្ជីប្រចាំឆ្នាំជាមួយការិយាល័យរដ្ឋលេខាធិការហ្សកហ្សឺ នៅត្រីមាសទីមួយនៃឆ្នាំប្រតិទិននីមួយៗ។³ គោលការណ៍ណែនាំជាក់លាក់ និងចំនួនថ្លៃសេវាអាចរកបាននៅលើវិបសាយ www.georgiacorporations.org ។

សិទ្ធិ ទំនួលខុសត្រូវ និងកាតព្វកិច្ចរបស់ដៃគូមានកម្រិត និងដៃគូទូទៅជាធម្មតាត្រូវបានរៀបរាប់លម្អិតនៅក្នុងកិច្ចសន្យាភាពជាដៃគូ។ កិច្ចសន្យាដែលមានសារការវិនិច្ឆ័យបញ្ជាក់ការរួមចំណែកផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ការគ្រប់គ្រង និងសម្ភារដោយដៃគូនីមួយៗ។⁴ កិច្ចសន្យាភាពជាដៃគូជាធម្មតារួមបញ្ចូលដូចខាងក្រោម៖

² Pinson, Linda. *Steps to Small Business Start Up: Everything You Need to Know to Turn Your Idea Into a Successful Business (Small Business Strategies Series)*. Out of Your Mind...And Into The Mark. (2014)
³Jenkins, Michael D. Thomas J. Harrold, Jr. and Neill Edwards. *Starting and Operating a Business in Georgia: A Step by Step Guide*. Oasis Press/PSI Research (Granmts Pass, Oregon: 1995) Chap. 11, pp. 5.
⁴ Pinson, Linda and Jerry Jinnett. *Steps to Small Business Start Up: Everything You Need to Know to Turn Your Idea Ito a Successful Business (Small Business Strategies Series)*. Out of Your Mind...And Into The Mark. (2014)

**ការជ្រើសរើសទម្រង់
អាជីវកម្មស្របច្បាប់**

- ឈ្មោះ គោលបំណង និងរយៈពេលកិច្ចសន្យា
- ការចូលរួមចំណែករបស់ដៃគូ
- ការចូលរួមរបស់ដៃគូ (ទូទៅ ឬមានកម្រិត សកម្ម ឬស្ងាត់)
- សិទ្ធិអំណាច ការគ្រប់គ្រង ការសម្រេចចិត្ត
- ការបែងចែកប្រាក់ចំណេញ និងខាតបង់ ការដកប្រាក់
- វិធីសាស្ត្រគណនេយ្យ
- ប្រភពផលប្រយោជន៍ដៃគូ
- ការសងបំណុលនិងការទទួលខុសត្រូវ
- មរណៈភាពរបស់ដៃគូ អវត្តមាន ពិការភាព
- ការរំលាយ
- ការដោះស្រាយវិវាទ
- ការបន្ថែម ការជំនួស និងការកែប្រែ

ភាពជាដៃគូគឺជានីតិបុគ្គលដាច់ដោយឡែកដែលមានសិទ្ធិ និងការទទួលខុសត្រូវផ្សេងៗ។ ភាពជាដៃគូអាចជួលបុគ្គលិក ទ្រព្យសម្បត្តិផ្ទាល់ខ្លួន ចុះហត្ថលេខាលើកិច្ចសន្យា ទទួលបានឥណទានពាណិជ្ជកម្ម និងខ្ចីប្រាក់ ទោះបីជាម្ចាស់បំណុលភាគច្រើនទាមទារការធានាផ្ទាល់ខ្លួនពីដៃគូក៏ដោយ។ ភាពជាដៃគូ ក៏ត្រូវបានទាមទារផងដែរ

ដើម្បីដាក់លិខិតប្រកាសពន្ធលើប្រាក់ចំណូលសម្រាប់គោលបំណងសហព័ន្ធ និងរដ្ឋ (ទម្រង់ 1065 គឺជាទម្រង់សហព័ន្ធ ហើយទម្រង់ 700 គឺជាទម្រង់ហ្សកហ្សឺ។) ភាពជាដៃគូ ជាធម្មតាមិនបង់ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលទេ ប៉ុន្តែព័ត៌មានសម្រាប់ការប្រកាសពន្ធត្រូវបានបញ្ជូលគ្នា។ ជាមួយនឹងប្រាក់ចំណូលផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ដៃគូ (ឯកសារបន្ថែម E នៃ ទម្រង់ 1040)។

គុណសម្បត្តិ៖

- ការខាតបង់ និងឥណទានពន្ធលើការវិនិយោគ អាចត្រូវបានបញ្ជូនទៅដៃគូ
- ឯកសារបង្កើតតិចជាង បើប្រៀបធៀបទៅនឹងសាជីវកម្ម
- រង្វាន់ផ្ទាល់ដោយផ្អែកលើភាគរយនៃភាពជាម្ចាស់
- ភាពបត់បែន ប៉ុន្តែតិចជាងសហគ្រាសឯកបុគ្គល
- ការគ្រប់គ្រងរបស់រដ្ឋាភិបាល និងបញ្ហាពន្ធពិសេសតិចជាង បើប្រៀបធៀបទៅនឹងសាជីវកម្ម
- ភាពចម្រុះនៃជំនាញ ការចែករំលែកបន្ទុកការងារ ការទទួលបានដើមទុន និងគំនិតអាចមានប្រយោជន៍ចំពោះភាពជោគជ័យនៃអាជីវកម្ម
- ភាពជាដៃគូមានកម្រិតផ្តល់នូវសក្តានុពលសម្រាប់ផលចំណេញលើការវិនិយោគ ប៉ុន្តែជាមួយនឹងហានិភ័យមានកម្រិត

គុណវិបត្តិ៖

- ការទទួលខុសត្រូវគ្មានដែនកំណត់របស់ដៃគូទូទៅ
- ការបាត់បង់ដៃគូណាមួយគឺជាការរំលាយភាពជាដៃគូទាំងមូលដោយស្វ័យប្រវត្តិ

**ការជ្រើសរើសម្រង់
អាជីវកម្មស្របច្បាប់**

- ភាពលំបាកទាក់ទងក្នុងការទទួលបានដើមទុន
ដោយសារអ្នកវិនិយោគទាំងអស់ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាដៃគូ
- អាជីវកម្មត្រូវបានចងភ្ជាប់ដោយសេចក្តីសម្រេចរបស់ដៃគូតែម្នាក់ក្នុងនាមជាភ្នាក់ងារដោយមិនគិតពី
បំណងប្រាថ្នារបស់ដៃគូផ្សេងទៀតឡើយ
- ការរំលាយភាពជាដៃគូត្រូវតែកំណត់ក្នុងកិច្ចសន្យាភាពជាដៃគូ

សាជីវកម្ម

សាជីវកម្មគឺជាទម្រង់ដ៏ថ្លៃថ្នូរ និងស្មុគស្មាញនៅក្នុងរចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវច្បាប់ដែលអាជីវកម្មអាចចាប់ប្រើ។
សាជីវកម្ម គឺជាអង្គការដាច់ដោយឡែកមួយ ដែលស្ថិតនៅក្រោមអំណាចរបស់រដ្ឋ
និងមានការយល់ព្រមពីរដ្ឋលេខាធិការ។ សាជីវកម្មគឺជានិតិបុគ្គលក្រៅពីម្ចាស់របស់ខ្លួន
ហើយអាចធ្វើអាជីវកម្ម ធ្វើកិច្ចសន្យា និងប្តឹង ឬត្រូវបានប្តឹង។ ប្រសិនបើធ្វើពាណិជ្ជកម្មអន្តររដ្ឋ
នោះសាជីវកម្មត្រូវតែគោរពតាមច្បាប់សហព័ន្ធពាក់ព័ន្ធដែលធ្វើនិយតកម្មបែបនេះ។

សាជីវកម្មត្រូវតែអនុម័ត និងដាក់ឯកសារលក្ខន្តិកៈក្រុមហ៊ុនដែលជាធម្មតាគ្របដណ្តប់គោលបំណង
ឬបេសកកម្មនៃអាជីវកម្ម ឈ្មោះ គុណវុឌ្ឍិរបស់នាយក ទីតាំង និងរចនាសម្ព័ន្ធដើមទុនដែលបានស្នើឡើង។
ការចុះឈ្មោះប្រចាំឆ្នាំជាមួយការិយាល័យរដ្ឋលេខាធិការ ក៏ត្រូវតែដាក់ជូនជារៀងរាល់ឆ្នាំ (ថ្ងៃទី ១ ខែមករា
ដល់ថ្ងៃទី១ ខែមេសា) ដែលសាជីវកម្មធ្វើអាជីវកម្មនៅហ្សកហ្សី។ ទម្រង់បែបបទ ចំនួនទឹកប្រាក់ថ្លៃសេវា
និងការណែនាំសម្រាប់ឯកសារទាំងនេះអាចរកបាននៅលើវិបសាយចម្រើនរដ្ឋលេខាធិការ
www.georgiacorporations.org ។

សាជីវកម្មត្រូវតែដាក់របាយការណ៍ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំជាមួយ IRS
និងជាមួយរដ្ឋទាំងអស់ដែលខ្លួនធ្វើអាជីវកម្ម។ ជាទូទៅ ម្ចាស់ ឬម្ចាស់ភាគហ៊ុននៃសាជីវកម្ម
ត្រូវបានការពារពីបំណុលរបស់អាជីវកម្ម ប៉ុន្តែនៅពេលដែលសាជីវកម្មតូច
ម្ចាស់បំណុលតែងតែទាមទារការធានាផ្ទាល់ខ្លួនពីម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន មុនពេលបន្តឥណទាន។

ការចំណាយបន្ថែមនៅក្នុងការចាប់ផ្តើម និងគ្រប់គ្រងសាជីវកម្មជាទូទៅ
ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាតម្លៃតូចមួយដើម្បីចំណាយសម្រាប់ការការពារផ្នែកច្បាប់បន្ថែម
ដែលទទួលបានដោយម្ចាស់សាជីវកម្ម។ បង្កើតសាជីវកម្ម
អនុញ្ញាតឱ្យទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍មួយចំនួនផ្សេងទៀត
ដូចជាសមត្ថភាពក្នុងការបង្កើនដើមទុនបន្ថែមតាមរយៈការលក់មូលធន (ភាគហ៊ុន)
និងការទទួលខុសត្រូវមានកំណត់របស់ម្ចាស់ទាំងអស់នៅក្នុងអាជីវកម្ម។ រចនាសម្ព័ន្ធសាជីវកម្ម
ក៏អនុញ្ញាតឱ្យអាជីវកម្មបន្តដំណើរការនៅពេលដែលម្ចាស់ដើមជ្រើសរើសចូលនិវត្តន៍
ឬមិនអាចបន្តចូលរួមក្នុងអាជីវកម្ម។

គុណសម្បត្តិ៖

- ទំនួលខុសត្រូវរបស់ម្ចាស់ភាគហ៊ុនត្រូវបានកំណត់ចំពោះចំនួនការវិនិយោគថេរ
- បំបែកសាជីវកម្មតាមលក្ខណៈផ្លូវច្បាប់ពីជីវិតផ្ទាល់ខ្លួនសម្រាប់គោលបំណងពន្ធ
- កម្មសិទ្ធិអាចផ្ទេរបានតាមរយៈការលក់ភាគហ៊ុន

**ការជ្រើសរើសទម្រង់
អាជីវកម្មស្របច្បាប់**

- ស្ថេរភាព និងភាពអចិន្ត្រៃយ៍ដែលទាក់ទងនឹងអង្គភាព
- ភាពងាយស្រួលក្នុងការធានាដើមទុនតាមរយៈប្រកាសភាគហ៊ុន

គុណវិបត្តិ៖

- សកម្មភាពដែលគ្រប់គ្រងដោយរដ្ឋាភិបាល
- សក្តានុពលសម្រាប់ការរៀបចំដោយម្ចាស់ភាគហ៊ុនធំៗ
- ទាមទាររបាយការណ៍ក្នុងស្រុក រដ្ឋ និងសហព័ន្ធ
- ការបង់ពន្ធទ្វេដង៖
ប្រាក់ចំណូលសុទ្ធរបស់សាជីវកម្មត្រូវបានបង់ពន្ធតាមអត្រាពន្ធសាជីវកម្ម
ហើយភាគលាភរបស់ម្ចាស់ភាគហ៊ុនត្រូវបានបង់ពន្ធជាចំណូលផ្ទាល់ខ្លួន (សារជីវកម្មប្រភេទ
C-ប៉ុណ្ណោះ)
- ជាទូទៅ ការរៀបចំ និងដំណើរការថ្លៃជាងភាពជាសហគ្រាសឯកបុគ្គល ឬភាពជាដៃគូ

ទំនាក់ទំនង៖

រដ្ឋលេខាធិការហ្សកហ្សឺ
ផ្នែកសាជីវកម្ម
315 West Tower
2 Martin Luther King Jr. Drive SE
Atlanta, GA 30334
404-656-2817
<https://ecorp.sos.ga.gov>

សាជីវកម្ម S

សាជីវកម្មក្នុងស្រុកដែលគ្រប់គ្រងដោយភាគទុនិកមិនលើសពី 100 នាក់ មានភាគហ៊ុនតែមួយថ្នាក់
ហើយមិនមានច្រើនជាង 80 ភាគរយនៃសាជីវកម្មផ្សេងទៀត
អាចជ្រើសរើសដើម្បីស្នើសុំការជ្រើសតាំងជាសាជីវកម្មអនុសាខា S
ជាមួយនឹងសេវាកម្មចំណូលផ្ទៃក្នុង។ សាជីវកម្ម S ត្រូវបានផ្តល់សិទ្ធិ
និងទំនួលខុសត្រូវដូចគ្នាជាសាជីវកម្ម
ប៉ុន្តែត្រូវទទួលរងនូវការដោះស្រាយពន្ធផ្សេងៗគ្នាដោយសេវាកម្មចំណូលផ្ទៃក្នុង (IRS)។
សាជីវកម្មត្រូវតែដាក់ឯកសារសម្រាប់ស្ថានភាពសាជីវកម្ម S ត្រឹមថ្ងៃទី ១៥ នៃខែទី ៣
បន្ទាប់ពីការបង្កើតសាជីវកម្មដោយការដាក់ *ទម្រង់ 2553* ទៅ IRS។

គុណសម្បត្តិ៖

- ការលុបបំបាត់ការយកពន្ធទ្វេដងរបស់សាជីវកម្ម
- ការខាតបង់ត្រូវបានកាត់ដោយម្ចាស់ភាគហ៊ុន
- កំណត់ការទទួលខុសត្រូវផ្ទាល់ខ្លួន
- កម្មសិទ្ធិអាចធ្វើបានតាមរយៈការលក់ភាគហ៊ុន
- ឥណទានពន្ធលើការវិនិយោគបញ្ជូនទៅម្ចាស់ភាគហ៊ុន
- ការបន្តអាជីវកម្ម

**ការជ្រើសរើសទម្រង់
អាជីវកម្មស្របច្បាប់**

■ ម្ចាស់អាចចូលរួមក្នុងការគ្រប់គ្រងរបស់សារជីវកម្ម s
គុណវិបត្តិ៖

- ប្រាក់ចំណូលវិនិយោគអកម្មមិនអាចលើសពី ២៥
ភាគរយនៃចំណូលសរុបសម្រាប់រយៈពេលបីឆ្នាំជាប់ៗគ្នា
- រដ្ឋមួយចំនួនមិនទទួលស្គាល់សារជីវកម្ម s (ហ្សកហ្សឺ ទទួលស្គាល់ សារជីវកម្ម s)
- ត្រូវតែបំពេញតាមតម្រូវការសិទ្ធិជ្រើសតាំង
- គ្មានសារជីវកម្ម ឬជនបរទេសដែលគ្មានទីលំនៅ អាចជាម្ចាស់ភាគហ៊ុន
- អាចផ្តល់ជូនភាគហ៊ុនតែមួយថ្នាក់ ហើយចំនួនម្ចាស់ភាគហ៊ុនមិនអាចលើសពី 100 បានទេ

ក្រុមហ៊ុនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត

ក្រុមហ៊ុនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត (LLC)
 គឺជាទម្រង់អង្គភាពកូនកាត់ដែលរួមបញ្ចូលគ្នានូវស្ថានភាពពន្ធដែលមានអត្ថប្រយោជន៍
 និងភាពបត់បែននៃភាពជាដៃគូរួមជាមួយនឹងការការពារការទទួលខុសត្រូវមានកម្រិតដែលផ្តល់
 ដោយសារជីវកម្ម។ LLC ជាទូទៅត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយម្ចាស់កាន់កាប់ផលប្រយោជន៍ពីរ
 ឬច្រើនហៅថាសមាជិក។ LLC ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយការរក្សាលេខ្នោះ
 និងបញ្ជូនលក្ខន្តិកៈក្រុមហ៊ុនទៅរដ្ឋលេខាធិការសម្រាប់ការដាក់ឯកសារ។
 លក្ខន្តិកៈទាំងនេះផ្តល់ព័ត៌មានស្រដៀងនឹងលក្ខន្តិកៈសារជីវកម្ម។

ការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនត្រូវបានប្រគល់ឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងឬអ្នកគ្រប់គ្រងច្រើននាក់។
 អ្នកគ្រប់គ្រងអាចឬមិនមែនជាសមាជិក។ សមាជិក LLC អាចរួមបញ្ចូលបុគ្គល សារជីវកម្ម
 ភាពជាដៃគូ ការរៀនចិត្ត LLCs ផ្សេងទៀត និងអង្គភាពផ្សេងទៀត។ LLCs
 ជាទូទៅត្រូវបានទាមទារឱ្យមានសមាជិកយ៉ាងហោចណាស់ពីរនាក់ នៅពេលបង្កើតឡើង
 ទោះបីជាហ្សកហ្សឺអនុញ្ញាតឱ្យ LLCs ដែលមានសមាជិកតែមួយក៏ដោយ។

គុណសម្បត្តិ៖

- មិនដូចសារជីវកម្ម s ទេ វាមិនមានការកំណត់ចំនួន ឬប្រភេទសមាជិកទេ
- ទទួលស្គាល់ថាជានីតិបុគ្គលដាច់ដោយឡែក
- ការពារទ្រព្យសម្បត្តិផ្ទាល់ខ្លួនរបស់សមាជិកដូចជាពួកគេជាម្ចាស់ភាគហ៊ុននៅក្នុងសារជីវកម្ម
- អាចផ្តល់ជូននូវថ្នាក់ផ្សេងគ្នានៃភាគហ៊ុន
- លុបបំបាត់ការយកពន្ធទ្វេដងដែលម្ចាស់ភាគហ៊ុនសារជីវកម្មបង់
- ការខាតបង់ត្រូវបានកាត់ដោយសមាជិក
- ប្រាក់ចំណេញអាចត្រូវបានបែងចែកដោយផ្អែកលើកត្តាក្រៅពីភាគរយកម្មសិទ្ធិភាគហ៊ុន
- សម្រេចគោលដៅនៅក្នុងបំណុលមានកម្រិត
និងការដោះស្រាយពន្ធដោយមានការរឹតបន្តឹងតិចជាងទម្រង់នៃអង្គភាពអាជីវកម្មផ្សេងទៀត

ត

ជំពូកទី ៦៖ បញ្ហាច្បាប់ និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ

ការជ្រើសរើសទម្រង់ អាជីវកម្មស្របច្បាប់

- ម្ចាស់អាចចូលរួមក្នុងការគ្រប់គ្រង LLC

គុណវិបត្តិ៖

- LLC ប្រហែលជាមិនសមស្របនឹងប្រតិបត្តិការពហុរដ្ឋទេ។ រដ្ឋជាច្រើនមិនអនុម័តលក្ខន្តិកៈ និងបទប្បញ្ញត្តិរបស់ LLC សម្រាប់ LLCs «បរទេស» ដូច្នេះការទទួលខុសត្រូវមានកម្រិតនៃ LLCs ហ្សកហ្សឺ ប្រហែលជាមិនត្រូវបានផ្តល់កិត្តិយសនៅក្នុងរដ្ឋផ្សេងទៀតដែលយកពន្ធ LLC ដូចជាសាជីវកម្មទេ។
- វាអាចពិបាកក្នុងការបំប្លែងពីសាជីវកម្មទៅជា LLC ដោយគ្មានផលវិបាកពន្ធអវិជ្ជមាន
- អាស្រ័យលើពាក្យនៃកិច្ចសន្យាប្រតិបត្តិការ ប្រហែលជាមិនមានការផ្ទេរផលប្រយោជន៍ដោយឥតគិតថ្លៃទេ
- អាស្រ័យលើពាក្យនៃកិច្ចសន្យាប្រតិបត្តិការ LLC អាចមិនមានជីវិតជារៀងរហូត។ LLC ត្រូវបានកំណត់ត្រឹម 30 ឆ្នាំនៅហ្សកហ្សឺ
- ជំនួយផ្នែកច្បាប់ និងគណនេយ្យប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈត្រូវបានណែនាំយ៉ាងខ្លាំង

អាជីវកម្មមានតម្រូវការផ្សេងៗគ្នាទាក់ទងនឹងការកំណត់តំបន់ អាជ្ញាប័ណ្ណ ការអនុញ្ញាត ការធានារ៉ាប់រង និងពន្ធ។ (ចំណាំ៖ តម្រូវការពន្ធក៏ត្រូវបានគ្របដណ្តប់ផងដែរនៅក្នុងជំពូកបន្ទាប់ដែលមានចំណងជើង «ការរក្សារបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ»)។

បញ្ហាអនុលោមភាព

ការធ្វើផែនការ និងកំណត់តំបន់

ការកំណត់តំបន់៖ មុនពេលអ្នកទិញឬជួលកន្លែងមួយ អ្នកគួរតែពិនិត្យមើលជាមួយអាជ្ញាធររៀបចំផែនការក្នុងតំបន់/ស្រុក ទាក់ទងនឹងការកំណត់តំបន់នៃអចលនទ្រព្យរបស់អ្នកកន្លែងចតរថយន្ត និងផ្លាកសញ្ញាដែលអនុញ្ញាតសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ អាជ្ញាធររៀបចំផែនការ ក៏គ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មនៅផ្ទះផងដែរ។

វិញ្ញាបនបត្រអនុញ្ញាតសិទ្ធិកាន់កាប់៖ Fire Marshall ក្នុងតំបន់គួរតែត្រួតពិនិត្យ អគារសម្រាប់ការអនុលោមតាមច្បាប់អគ្គិភ័យ មុនពេលវាត្រូវបានដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់។

វិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ការត្រួតពិនិត្យអគារ៖ ការត្រួតពិនិត្យអគារមូលដ្ឋានបញ្ជាក់ការប្រើប្រាស់ត្រឹមត្រូវសម្រាប់ផ្លូវចូលបន្ទប់ទឹក និងប្រភេទសំណង់។

អាជ្ញាប័ណ្ណ

អាជីវកម្មនីមួយៗ ត្រូវតែមានអាជ្ញាប័ណ្ណអាជីវកម្មត្រឹមត្រូវ។ អាជ្ញាប័ណ្ណអាជីវកម្មត្រូវបានគេហៅថា «វិញ្ញាបនបត្រពន្ធអាជីវកម្ម» ឬ «លិខិតអនុញ្ញាតពន្ធលើការងារ» ។ អាជ្ញាប័ណ្ណអាជីវកម្មត្រូវបានទទួលនៅសាលាក្រុង តុលាការស្រុក ឬអគាររដ្ឋបាលសម្រាប់ទីក្រុង ឬស្រុកដែលកន្លែងអាជីវកម្មរបស់អ្នកស្ថិតនៅ។ អ្នកគួរតែពិនិត្យជាមួយគ្រប់ស្រុកដែលអ្នកធ្វើអាជីវកម្មសម្រាប់តម្រូវការអាជ្ញាប័ណ្ណអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន និងថ្លៃសេវាដែលអាចអនុវត្តបាន។

ឈ្មោះពាណិជ្ជកម្ម

អាជីវកម្មទាំងអស់ដែលបានរៀបចំជាសហគ្រាសឯកបុគ្គល ឬភាពជាដៃគូដែលប្រតិបត្តិការក្រោមឈ្មោះដែលមិនឆ្លងពីភាពជាម្ចាស់គួរតែដាក់ឈ្មោះពាណិជ្ជកម្ម(ឈ្មោះក្លែងក្លាយ) ការចុះបញ្ជីជាមួយក្រុមបញ្ជីនៃតុលាការជាន់ខ្ពស់ប្រចាំស្រុកដែលអាជីវកម្មស្ថិតនៅ។ ឧទាហរណ៍ ហាងកាវ៉េដែលគ្រប់គ្រងដោយ Joe Smith នឹងចុះឈ្មោះជា «ហាងកាវ៉េរបស់ Joe Smith កំពុងធ្វើអាជីវកម្មជា The Corner Creamery»។

ការអនុញ្ញាត

អាជីវកម្មជាង 30 ប្រភេទគឺស្ថិតនៅក្រោមការអនុញ្ញាតពិសេស អាជ្ញាប័ណ្ណ និងការត្រួតពិនិត្យ។ ទាំងនេះរួមមានសាលារៀន ភ្នាក់ងារការងារ មជ្ឈមណ្ឌលថែទាំកុមារ អ្នកលក់ម្ហូបប្រតិបត្តិ ការដឹកជញ្ជូនតាមម៉ូតូ គ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុ ការកម្សាន្តសាធារណៈ ភ្នាក់ងារស៊ីបអង្កេត អ្នកកែសម្រួល ខាងកំដៅ និងខ្យល់ ទូរទឹកកក ជាងទឹក និងអគ្គិសនី។ ព័ត៌មានអំពីអាជ្ញាប័ណ្ណ ការអនុញ្ញាត និងការត្រួតពិនិត្យអាចត្រូវបានរកឃើញតាមរយៈអាជ្ញាប័ណ្ណ ឬការិយាល័យអធិការកិច្ចក្នុងតំបន់របស់អ្នក ឬនៅលើវិបសាយថ្នាក់ក្រោម៖ www.sos.state.ga.us/plb

ការចាត់ចែង និងចែកចាយអាហារ៖

នៅក្រោមច្បាប់ អាជីវកម្មទាំងឡាយណាដែលចូលរួមក្នុងការកែច្នៃ ការគ្រប់គ្រង ការផ្គុំ ឬការចែកចាយផលិតផលម្ហូបអាហារ គួរតែស្នើសុំការអនុញ្ញាតពី៖ នាយកដ្ឋានកសិកម្មហ្សកហ្សឺ ផ្នែកការពារអ្នកប្រើប្រាស់ 19 Martin Luther King Jr. Dr., SW Room 242 Atlanta, GA 30334 404-656-3641/800-282-5852 www.agr.georgia.gov

ការចម្អិន និងការរៀបចំអាហារ៖

អាជីវកម្មដែលចូលរួមក្នុងការចម្អិន ឬការរៀបចំអាហារដែលត្រូវបម្រើ (ភោជនីយដ្ឋាន សណ្ឋាគារ មណ្ឌលថែទាំ។

អាជ្ញាប័ណ្ណស្រាវ៖

អាជីវកម្មដែលមានបំណងបម្រើភេសជ្ជៈមានជាតិអាល់កុល ត្រូវដាក់ពាក្យសុំអាជ្ញាប័ណ្ណ។ ពិនិត្យជាមួយអាជ្ញាប័ណ្ណក្រុង និងនាយកដ្ឋានពន្ធដារ ឬនាយកដ្ឋានហិរញ្ញវត្ថុខោនធី សម្រាប់នីតិវិធី។

ជំពូកទី ៦៖ បញ្ហាច្បាប់ និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ

ពាណិជ្ជសញ្ញា ស្លាកសញ្ញាសេវាកម្ម ប៉ាតង់ កម្មសិទ្ធិ

បញ្ហាអនុលោមភាព

ពាណិជ្ជសញ្ញាត្រូវបានកំណត់ថាជាពាក្យណាមួយ ឈ្មោះ និងមិត្តសញ្ញា ឧបករណ៍ ឬរូបបញ្ចូលគ្នា ត្រូវបានអនុម័ត និងប្រើប្រាស់ដោយបុគ្គល ឬអង្គការដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណទំនិញដែលបានផលិត ឬលក់ និងដើម្បីសម្គាល់វាពីទំនិញដែលផលិត ឬលក់ដោយបុគ្គល ឬអង្គការផ្សេងទៀត។ ដូចគ្នានេះដែរ សញ្ញាសម្គាល់សេវាកម្មត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយបុគ្គល ឬអង្គការដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណសេវាកម្មដែលបង្ហាញ ឬផ្តល់ជូន និងដើម្បីសម្គាល់ពីសេវាកម្មដែលបង្ហាញ ឬផ្តល់ជូនដោយបុគ្គល ឬអង្គការផ្សេងទៀត។ ពាណិជ្ជសញ្ញា សញ្ញាសេវាកម្ម និងប៉ាតង់ អាចត្រូវបានចុះបញ្ជីសម្រាប់ការការពារផ្លូវច្បាប់។ ព័ត៌មាន និងកម្មវិធីអាចទទួលបានពី៖

ពាណិជ្ជសញ្ញា/សញ្ញាសេវាកម្ម

រដ្ឋលេខាធិការ

ផ្នែកសាជីវកម្ម

404-656-2861

http://sos.ga.gov/index.php/corporations/search_the_trademarks_and_service_mark_database

ប៉ាតង់ត្រូវបានផ្តល់ដោយរដ្ឋាភិបាលសហរដ្ឋអាមេរិកដល់អ្នកបង្កើត «ដើម្បីមិនរាប់បញ្ចូលអ្នកដទៃពីការផលិត ប្រើប្រាស់ ការផ្តល់ជូនសម្រាប់លក់ ឬលក់ការច្នៃប្រឌិតនេះនៅទូទាំងសហរដ្ឋអាមេរិក ឬនាំចូលការច្នៃប្រឌិតនេះទៅក្នុងសហរដ្ឋអាមេរិក»

សម្រាប់ពេលវេលាកំណត់ជាច្រើននឹងការបង្ហាញជាសាធារណៈអំពី

ការច្នៃប្រឌិតនៅពេលដែលប៉ាតង់ត្រូវបានផ្តល់។ ការបោះពុម្ពផ្សាយទាក់ទងនឹងច្បាប់ប៉ាតង់ ពាណិជ្ជសញ្ញា និងការច្នៃប្រឌិត មាននៅបណ្ណាគារសហព័ន្ធ និងក្រសួងពាណិជ្ជកម្មសហរដ្ឋអាមេរិក។ អ្នកអាចចង់ពិគ្រោះជាមួយមេធាវីប៉ាតង់។ ប៉ាតង់ត្រូវបានចុះឈ្មោះនៅ៖

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មសហរដ្ឋអាមេរិក

ការិយាល័យប៉ាតង់ និងពាណិជ្ជសញ្ញា

1-800-786-9199

www.uspto.gov

កម្មសិទ្ធិគឺជាទម្រង់នៃការការពារដែលចែងដោយច្បាប់សហរដ្ឋអាមេរិកដល់អ្នកនិពន្ធស្នាដៃដើម។ ទម្រង់កម្មសិទ្ធិ និងព័ត៌មានអាចរកបានពីបណ្ណាល័យសភា៖

ការិយាល័យកម្មសិទ្ធិ

បណ្ណាល័យសភា

101 Independence Avenue NE

Washington, DC 20559

202-707-3000 សម្រាប់ទម្រង់ និងព័ត៌មានសាធារណៈ

www.copyright.gov

ច្បាប់ទប់ទល់ការលក់ទាំងដួល



ប្រសិនបើអ្នកមានគម្រោងទិញអាជីវកម្មដែលបានបង្កើតឡើង
អ្នកជាអ្នកទិញត្រូវតែគោរពតាមច្បាប់ទប់ទល់ការលក់ទាំងដួល។
វាត្រូវបានទាមទារថាយ៉ាងហោចណាស់ប្រាំថ្ងៃមុនពេលការទិញពិតប្រាកដ ម្ចាស់បំណុលនីមួយៗ
ត្រូវតែត្រូវបានជូនដំណឹងដោយផ្ទាល់អំពីការលក់ដែលបានស្នើឡើង។
នៅក្នុងស្រុកដែលមានប្រជាជនជាង 200,000 នាក់
ចាំបាច់ត្រូវបោះផ្សាយគោលបំណងនេះដើម្បីទិញម្តង មិនតិចជាងប្រាំពីរថ្ងៃមុនពេលបញ្ចប់ការទិញ។
ពិគ្រោះជាមួយមេធាវីរបស់អ្នកអំពីនីតិវិធីនេះ។

ពន្ធលើការលក់ និងប្រើប្រាស់

អាជីវកម្មដែលលក់ផលិតផលលក់រាយ ឬលក់ដុំ ឬផ្តល់ប្រភេទសេវាកម្មមួយចំនួន តម្រូវឱ្យប្រមូល
និងបង់ពន្ធលក់ក្នុងនាមរដ្ឋ។
អ្នកត្រូវតែដាក់ពាក្យទៅរដ្ឋហ្សឺនេរ៉ាសម្រាប់លេខពន្ធលើការលក់ដែលនឹងត្រូវបានផ្ញើទៅអ្នកជាមួយនឹង
ការណែនាំសម្រាប់ការប្រមូល រាយការណ៍ និងផ្ទេរប្រាក់ពន្ធជូនរដ្ឋ។

នាយកដ្ឋានចំណូលហ្សឺនេរ៉ា
ផ្នែកលក់ និងប្រើប្រាស់ពន្ធ
P.O. Box 105296
Atlanta, GA 30348-5296
404-417-4477

ពន្ធលើអចលនទ្រព្យ

អាជីវកម្មទាំងអស់ដែលកំពុងប្រតិបត្តិការនៅហ្សឺនេរ៉ា តម្រូវឱ្យបង់ពន្ធលើអចលនទ្រព្យ
(ពន្ធគិតតាមតម្លៃ) លើអចលនទ្រព្យ និងទ្រព្យសម្បត្តិផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អាជីវកម្ម។
អចលនទ្រព្យសំដៅទៅលើដី និងអ្វីៗដែលរីកលូតលាស់ សាងសង់ ឬជាប់នឹងដី។ ទ្រព្យសម្បត្តិផ្ទាល់ខ្លួន
គឺជាអ្វីៗគ្រប់យ៉ាងដែលអាចជាប់កម្មសិទ្ធិដែលមិនមែនជាអចលនទ្រព្យ (ឧ. បរិក្ខារ យានជំនិះ)។
ពន្ធលើអចលនទ្រព្យត្រូវបានវាយតម្លៃ និងប្រមូលដោយខោនធីនីមួយៗ។ ដូច្នេះ
ម្ចាស់អាជីវកម្មត្រូវតែទាក់ទងការិយាល័យអ្នកវាយតម្លៃពន្ធ
នៅក្នុងខោនធីដែលអាជីវកម្មមានទីតាំងនៅដើម្បីកំណត់អត្រាសមស្រប និងទទួលបានទម្រង់បែបបទ។
រ៉ូបសាយចំនាយកដ្ឋានចំណូលរដ្ឋហ្សឺនេរ៉ា មានតំណភ្ជាប់ទៅកាន់ការិយាល័យពន្ធដារក្នុងស្រុក
តាមរយៈផ្នែកពន្ធលើអចលនទ្រព្យរដ្ឋ។

នាយកដ្ឋានចំណូលហ្សឺនេរ៉ា
ផ្នែកពន្ធលើអចលនទ្រព្យ
4245 International Parkway
Hapeville, GA 30354-3903
404-968-0480
<https://dor.georgia/gov/>

បញ្ហាអនុលោមភាព

ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលអាជីវកម្ម

ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលអាជីវកម្មត្រូវបានបង់ឱ្យទាំងនៅកម្រិតសហព័ន្ធ និងរដ្ឋ ។ ទម្រង់បែបបទទាំងឡាយអាស្រ័យទៅតាមអង្គការអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ សេវាចំណូលផ្ទៃក្នុង និងនាយកដ្ឋានចំណូលរដ្ឋហ្សកហ្សឺ មានការបោះពុម្ពផ្សាយដែលនឹងជួយក្នុងការរៀបចំផែនការសម្រាប់តម្រូវការដាក់ឯកសារពន្ធលើប្រាក់ចំណូល។ ព័ត៌មានបន្ថែមអាចមើលនៅក្នុងជំពូកទី ៧ នៅក្នុងសៀវភៅមក្កុទេសន៍នេះ ។

បញ្ហាការងារ

ម្ចាស់អាជីវកម្មដែលមាននិយោជិតបម្រើការ ត្រូវចុះឈ្មោះជាមួយភ្នាក់ងាររដ្ឋ និងសហព័ន្ធផ្សេងៗគ្នា។ និយោជកក៏ទទួលខុសត្រូវចំពោះពន្ធហូតទុក និងពន្ធផ្ទេរប្រាក់ក្នុងនាមនិយោជិតរបស់ខ្លួនផងដែរ។ តម្រូវការពន្ធ តម្រូវការធានារ៉ាប់រង ការផ្ទៀងផ្ទាត់ភាពជាពលរដ្ឋ និងបញ្ហាអនុលោមភាពទាក់ទងនឹងនិយោជិតផ្សេងទៀត ត្រូវបានពិភាក្សាខាងក្រោម ។

លេខសម្គាល់ពន្ធសហព័ន្ធ SS-4

ប្រសិនបើទម្រង់បែបបទស្របច្បាប់របស់អ្នក ជាប្រភេទសាជីវកម្ម ក្រុមហ៊ុនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត ភាពជាដៃគូ ឬប្រសិនបើអ្នកមាននិយោជិត អ្នកត្រូវការលេខសម្គាល់ពន្ធសហព័ន្ធ។ ទម្រង់ SS-4 គួរតែត្រូវបានបញ្ជូនទៅសេវាចំណូលផ្ទៃក្នុង។ លេខនេះត្រូវបានប្រើដើម្បីកំណត់ និងដាក់ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលសហព័ន្ធ ហើយនឹងធានារ៉ាប់រងសង្គមកិច្ចក្នុងនាមបុគ្គលិករបស់អ្នក ។

សេវាប្រាក់ចំណូលផ្ទៃក្នុង
ផ្នែកសេវាអប់រំអ្នកជាប់ពន្ធ
www.irs.gov

លិខិតបញ្ជាក់ប្រាក់ខបត្តិអូតទុកពីនិយោជិត W-4

និយោជិតត្រូវបំពេញ ទម្រង់ W-4។ ទម្រង់ W-4 បង្ហាញប្រាប់ដល់និយោជកថាមានការលើកលែងប៉ុន្មានដែលត្រូវបញ្ចូលនៅពេលគណនាការហូតទុកពន្ធលើប្រាក់ចំណូលសហព័ន្ធ។ ទម្រង់បែបបទទាំងនេះ នៅតែមាននៅក្នុងឯកសារនិយោជិតរបស់អ្នក ហើយមិនត្រូវបានផ្ញើតាមប្រៃសណីយ៍ទៅ IRS ទេ ។ ទម្រង់បែបបទរកបានពី៖

សេវាប្រាក់ចំណូលផ្ទៃក្នុង
www.irs.gov

បញ្ហាអនុលោមភាព

របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលនិងពន្ធ ទម្រង់ W-2

និយោជកត្រូវតែដាក់ទម្រង់បែបបទ W-2 សម្រាប់ប្រាក់ចំណូលដែលបានបង់ទៅនិយោជិតម្នាក់ៗ ពីប្រាក់ចំណូល សន្តិសុខសង្គម ឬពន្ធមេឌីយែរ ត្រូវបានដកហូត ។ ដូចគ្នានេះផងដែរ ទម្រង់បែបបទ W-2 ត្រូវតែបំពេញសម្រាប់និយោជិតដែលមានពន្ធលើប្រាក់ចំណូលនឹងត្រូវបានដកហូត ប្រសិនបើនិយោជិតបានទាមទារប្រាក់ឧបត្ថម្ភដកហូតមិនលើសពីមួយដង ឬមិនបានទាមទារការលើកលែងពីការហូតទុកក្នុងទម្រង់បែបបទ W-4 ។ ព័ត៌មានលម្អិតបន្ថែមមាននៅលើវិបសាយ ថ្ងៃ IRS ។

លិខិតប្រកាសពន្ធលើភាពអត់ការងាររបស់សហព័ន្ធប្រចាំឆ្នាំ (FUTA)

និយោជកដែលមាន និយោជិតម្នាក់ ឬច្រើននាក់ តម្រូវឱ្យរៀបចំ និងដាក់ឯកសារសំណងនេះ។ និយោជកបង់ភាពអត់ការងារធ្វើក្នុងនាមនិយោជិតរបស់ខ្លួនក្នុងអត្រា 0.8 ភាគរយនៃប្រាក់ចំណូល \$7,000 ដំបូងដែលបានបង់ដល់និយោជិតក្នុងរយៈពេលមួយឆ្នាំ ។ ពន្ធនេះត្រូវតែបង់ប្រចាំត្រីមាស ហើយនៅចុងគ្រានៃឆ្នាំនីមួយៗ ដោយអ្នកត្រូវតែដាក់ពាក្យទម្រង់ IRS Form 940 ឬ Form 940EZ ពន្ធលើភាពអត់ការងាររបស់សហព័ន្ធប្រចាំឆ្នាំ។

លិខិតប្រកាសពន្ធសហព័ន្ធប្រចាំត្រីមាសរបស់និយោជក 941

ការហូតទុករបស់សហព័ន្ធ និងការដាក់ប្រាក់តម្កល់ FICA ត្រូវបានដោះស្រាយនៅលើលិខិតប្រកាសពន្ធប្រចាំត្រីមាស ទម្រង់ IRS Form 941 ។ FICA ត្រូវបានគណនាដោយផ្អែកលើប្រាក់ខែរបស់បុគ្គលិក ។ និយោជិតមាន 1.45 ភាគរយសម្រាប់ មេឌីយែរ និង 6.2 ភាគរយ (សម្រាប់ឆ្នាំ 2012, 4.2 ភាគរយដោយសារតែភាគរយហូតទុករបស់ FICA ត្រូវបានផ្លាស់ប្តូរជាបណ្តោះអាសន្នដោយសភា) សម្រាប់របបសន្តិសុខសង្គមដែលត្រូវបានដកហូតពីប្រាក់ខែរបស់ពួកគេហើយនិយោជកនៅតែត្រូវបង់ 6.2 ភាគរយ។ សូមទាក់ទង IRS សម្រាប់សារាចរ E ទាក់ទងនឹងការហូតទុកនិយោជិត ឬពិគ្រោះជាមួយអ្នកជំនាញផ្នែកពន្ធដាររបស់អ្នក។

សេវាប្រាក់ចំណូលផ្ទៃក្នុង
www.irs.gov

លេខពន្ធហូតទុករបស់រដ្ឋហ្សកហ្សឺ

និយោជកទាំងអស់ត្រូវបានតម្រូវឱ្យមានលេខពន្ធហូតទុករដ្ឋ។ លេខនេះត្រូវបានប្រើដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណ និងដាក់ប្រាក់ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលរដ្ឋហ្សកហ្សឺដែលត្រូវបានហូតទុកពីការត្រួតពិនិត្យបុគ្គលិក។

នាយកដ្ឋានពន្ធលើប្រាក់ចំណូលរដ្ឋហ្សកហ្សឺ
www.dor.ga.gov

ជំពូកទី ៦៖ បញ្ហាច្បាប់ និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ

បញ្ហាអនុលោមភាព

លិខិតបញ្ជាក់ប្រាក់ឧបត្ថម្ភហូតទុកពីនិយោជិត W-4

និយោជិតទាំងអស់ត្រូវបំពេញ *G-4 Form* ដែលរក្សាទុកក្នុងឯកសារនិយោជិត ដោយមិនធ្វើទៅនាយកដ្ឋានចំណូល។ ទម្រង់ *G-4*

បង្ហាញប្រាប់និយោជកថា តើមានការលើកលែងចំនួនប៉ុន្មានដែលត្រូវដាក់បញ្ចូលនៅពេលគណនាការហូតទុកពន្ធលើប្រាក់ចំណូលរបស់រដ្ឋ។ ទម្រង់បែបបទអាចរកបានពី៖

នាយកដ្ឋានពន្ធលើប្រាក់ចំណូលរដ្ឋហ្សកហ្សឺ
www.dor.georgia.gov ឬ www.gtc.dor.ga.gov/

លិខិតប្រកាសដោះស្រាយពន្ធប្រចាំត្រីមាស G-7

តម្រូវការក្នុងការដាក់ឯកសារហូតទុក
អាស្រ័យលើចំនួនពន្ធដែលត្រូវបានកាត់ទុកសម្រាប់រយៈពេល ១២ ខែមុនដែលបញ្ចប់នៅថ្ងៃទី ៣០ ខែមិថុនា។ សូមពិគ្រោះជាមួយ មគ្គុទ្ទេសក៍ពន្ធដាររបស់រដ្ឋ ហ្សកហ្សឺ ដើម្បីកំណត់ថា តើអារឹកម្មរបស់អ្នកគួរដាក់ឯកសារប្រចាំឆ្នាំ ប្រចាំត្រីមាស ប្រចាំខែ ឬពាក់កណ្តាលសប្តាហ៍។

ពាក្យសុំភាពអត់ការងារធ្វើរបស់រដ្ឋ DOL-1A

និយោជកត្រូវមានលេខនាយកដ្ឋានការងារហ្សកហ្សឺ ដើម្បីបង់ថ្លៃធានារ៉ាប់រងភាពអត់ការងារធ្វើរបស់រដ្ឋក្នុងនាមនិយោជិតរបស់ពួកគេ។ ពាក្យស្នើសុំមាននៅលើបណ្តាញ ឬតាមរយៈការិយាល័យនាយកដ្ឋានការងារក្នុងតំបន់របស់អ្នក។

www.dol.georgia.gov

ច្បាប់ពន្ធស្តីពីភាពអត់ការងារធ្វើរបស់រដ្ឋ DOL-4N (SUTA)

រដ្ឋហ្សកហ្សឺមាន ការធានារ៉ាប់រងភាពអត់ការងារធ្វើសម្រាប់និយោជកថ្មីគឺ 2.7 ភាគរយនៃប្រាក់ 8,500 ដុល្លារដំបូងដែលបានបង់ទៅឱ្យនិយោជិតក្នុងរយៈពេលមួយឆ្នាំ ដែលត្រូវបង់ដោយនិយោជក។ របាយការណ៍ប្រចាំត្រីមាសរបស់និយោជក (ទម្រង់ *DOL-4N*) ត្រូវបានទាមទារ ។

www.dol.georgia.gov

កម្មវិធីរាយការណ៍អំពីការរើសបុគ្គលិករបស់និយោជក

និយោជកទាំងអស់ត្រូវបានតម្រូវឱ្យរាយការណ៍អំពីការជួលបុគ្គលិកថ្មីទៅរដ្ឋ។ ការបណ្តុះបណ្តាលនេះ ប្រើដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណនិយោជិតដែលជាជនល្មើសក្នុងការបង់ប្រាក់ឧបត្ថម្ភកុមារ ។

កម្មវិធីវាយការណ៍អំពីការងារថ្មីរបស់និយោជក
www.ga-newhire.com



ការផ្ទៀងផ្ទាត់សញ្ជាតិ I-9

និយោជិតត្រូវតែត្រូវបានផ្ទៀងផ្ទាត់សម្រាប់សញ្ជាតិអាមេរិក ។ សេវាអន្តោប្រវេសន៍ និងសញ្ជាតិអាមេរិក Form I-9 ត្រូវតែបំពេញដោយនិយោជិតម្នាក់ៗ ហើយរក្សាទុកក្នុងឯកសារដោយនិយោជកជាមួយនឹងឯកសារសមស្របដែលភ្ជាប់មកជាមួយ។

សេវាកម្មអន្តោប្រវេសន៍ និងសញ្ជាតិបន្តិយកម្មអាមេរិក
www.uscis.gov

ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមា

មគ្គុទ្ទេសក៍ធនធានអាជីវកម្មខ្នាតតូច អាចរកបានពីក្រសួងការងារសហរដ្ឋអាមេរិក។ មគ្គុទ្ទេសក៍នេះមានព័ត៌មានអំពីម៉ោងបន្ថែម ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមា និងបញ្ហាអត្ថប្រយោជន៍និយោជិតដែលពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត ។ ទោះបីជាអ្នកមិនស្ថិតនៅក្រោមច្បាប់ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់សហព័ន្ធក៏ដោយ អ្នកនៅតែស្ថិតនៅក្រោមលក្ខខណ្ឌតម្រូវនៃច្បាប់ប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមារបស់ហ្សកហ្សឺ។ សូមទាក់ទងអ្នកតំណាងក្រសួងការងារសហរដ្ឋអាមេរិកក្នុងតំបន់របស់អ្នក ឬ៖

ក្រសួងការងារសហរដ្ឋអាមេរិក ក្រសួងការងារហ្សកហ្សឺ
www.dol.gov www.dol.georgia.gov

ការធានារ៉ាប់រងសំណងរបស់កម្មករ

និយោជកដែលមាននិយោជិតបីនាក់ឬច្រើនជាងនេះ ត្រូវបានច្បាប់តម្រូវឱ្យអនុវត្តការធានារ៉ាប់រងសំណងរបស់កម្មករ ។ ការធានារ៉ាប់រងនេះត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយរដ្ឋ ប៉ុន្តែត្រូវបានលក់ដោយភ្នាក់ងារធានារ៉ាប់រងសហគមន៍ក្នុងស្រុក ។ យ៉ាងហោចណាស់សម្រង់តម្លៃចំនួនបីត្រូវបានណែនាំ។ ម្ចាស់ដែលធ្វើការនៅក្នុងអាជីវកម្មត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជានិយោជិត ប៉ុន្តែអាចលើកលែងខ្លួនឯងពីការធានារ៉ាប់រងសំណងរបស់កម្មករ។

រដ្ឋហ្សកហ្សឺ
ក្រុមប្រឹក្សាសំណងកម្មកររបស់រដ្ឋ
www.sbwc.georgia.gov

ជំពូកទី ៦៖ បញ្ហាច្បាប់ និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ

បញ្ហាអនុលោមភាព

ការកំណត់ស្ថានភាពការងារ

និយោជកជាញឹកញាប់ត្រូវបានល្អិតល្អន់ឱ្យចាត់ថ្នាក់កម្មកររបស់ពួកគេជាអ្នកម៉ៅការឯករាជ្យ ដើម្បីជៀសវាងបន្ទុកពន្ធ និងការរាយការណ៍ដែលភ្ជាប់មកជាមួយការជួលបុគ្គលិក ។ សេវាចំណូលផ្ទៃក្នុងមានបញ្ជីលក្ខខណ្ឌដែលត្រូវតែបំពេញ ដើម្បីចាត់ថ្នាក់កម្មករជាអ្នកម៉ៅការឯករាជ្យ ដូចបានបង្ហាញខាងក្រោម។ លក្ខខណ្ឌទាំងនេះ ផ្អែកលើការគ្រប់គ្រងដែលអាជីវកម្មមានលើបុគ្គលម្នាក់ៗ នៅពេលធ្វើការសម្រេចអំពីស្ថានភាពរបស់កម្មករ អ្នកគួរតែពិចារណាសំណួរខាងក្រោម៖

- តើអ្នកនឹងប្រាប់នរណាម្នាក់នៅពេលណា កន្លែងណា និងរបៀបធ្វើការ?
- តើអ្នកនឹងបណ្តុះបណ្តាលនរណាម្នាក់ឱ្យបំពេញសេវាកម្មតាមរបៀបជាក់លាក់ណាមួយដែរឬទេ?
- តើភាពជោគជ័យ ឬការបន្តអាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងអាស្រ័យលើការបំពេញសេវាកម្មជាក់លាក់ដោយបុគ្គលិកជាក់លាក់ដែរឬទេ?
- តើនិយោជិតនោះនឹងបង្ហាញសេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួនដែរឬទេ?
- តើអ្នកនឹងជួល អ្នកមើលការខុសត្រូវ និងផ្តល់ប្រាក់ខែដល់កម្មករដែរឬទេ?
- តើបុគ្គលិកនឹងមានទំនាក់ទំនងបន្តជាមួយអាជីវកម្មរបស់អ្នកដែរឬទេ?
- តើអ្នកនឹងកំណត់ម៉ោងធ្វើការដែរឬទេ?
- តើអ្នកនឹងតម្រូវឱ្យបុគ្គលិកធ្វើការប្រែប្រួលទីតាំងម៉ោងចំពោះអាជីវកម្មរបស់អ្នកដែរឬទេ?
- តើការងារត្រូវធ្វើនៅកន្លែង ឬស្របតាមទិសដៅ ឬនៅទីតាំងដែលអ្នកកំណត់?
- តើអ្នកនឹងកំណត់លំដាប់ ឬលំដាប់តួនៃសេវាកម្មដែលត្រូវអនុវត្តដែរឬទេ?
- តើអ្នកនឹងតម្រូវឱ្យដាក់របាយការណ៍ផ្ទាល់មាត់ ឬជាលាយលក្ខណ៍អក្សរដែរឬទេ?
- តើអ្នកនឹងផ្តល់ប្រាក់ឈ្នួលដល់កម្មករគិតជាម៉ោង សប្តាហ៍ ឬខែ ជាជាងដោយការបញ្ចប់គម្រោងជាក់លាក់មួយដែរឬទេ?
- តើអ្នកនឹងបង់ថ្លៃធ្វើដំណើរ និងអាជីវកម្មដែរឬទេ?
- តើអ្នកនឹងបំពាក់ឧបករណ៍ សម្ភារៈ និងបរិក្ខារផ្សេងទៀតដែរឬទេ?
- តើកម្មករនិយោជិតអាចបំពេញតាមការងារចាំបាច់ដោយមិនចាំបាច់វិនិយោគលើអាជីវកម្មរបស់អ្នកដែរឬទេ?
- តើកម្មករនឹងមិនចំណេញ ឬទទួលរងការបាត់បង់ពីអាជីវកម្មរបស់អ្នកដែរឬទេ?
- ជាធម្មតា តើកម្មករនឹងធ្វើការសម្រាប់អាជីវកម្មតែមួយ (របស់អ្នក) ក្នុងពេលតែមួយដែរឬទេ?
- តើសេវាកម្មដែលបានអនុវត្តនឹងអាចរកបានសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកតែប៉ុណ្ណោះមែនទេ?
- តើអ្នកមានសិទ្ធិបណ្តេញកម្មករដែរឬទេ?
- តើកម្មករនិយោជិតនឹងមានសិទ្ធិឈប់ពីការងារដោយមិនទទួលខុសត្រូវដែរឬទេ?

ប្រសិនបើ អ្នកឆ្លើយថា បាទ/ចាស ចំពោះសំណួរទាំងអស់នេះ ឬភាគច្រើន កម្មកររបស់អ្នកអាចជានិយោជិតជាជាងអ្នកម៉ៅការងារករណ៍។ សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែមអំពីអ្នកម៉ៅការងារករណ៍ សូមពិគ្រោះជាមួយសេវាកម្មចំណូលផ្ទៃក្នុង ឬអ្នកជំនាញពន្ធដាររបស់អ្នក ។

ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មគឺមានហានិភ័យ។ ម្ចាស់អាជីវកម្មថ្មី ត្រូវការសន្តិភាពខាងចិត្តនៅពេលនិយាយអំពីការការពារទ្រព្យសម្បត្តិអាជីវកម្មពីការខាតបង់ដែលអាចកើតមាន។ ម្ចាស់អាជីវកម្មមានជម្រើសជាច្រើននៅពេលពិចារណាលើការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ៖

ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ និងការធានារ៉ាប់រង

■ ការការពារបាត់បង់ពីការកើតឡើង
ម្ចាស់អាជីវកម្មអាចរារាំងនិយោជិត ឬអតិថិជនពីការជំពប់ជើងដោយដកនូវរបាំង ទាំងអស់នៅក្នុងផ្លូវដើរក្នុងអាជីវកម្ម ។ ឧទាហរណ៍៖ ខ្សែភ្លើងគួរតែត្រូវបានការពារឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងចេញពីផ្លូវដើរ ។ ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកដែលសង្កត់ធ្ងន់លើសុវត្ថិភាពការងារ សមត្ថភាពបច្ចេកទេស និងអាកប្បកិរិយាអាជីវកម្មត្រឹមត្រូវ (ធ្វើសកម្មភាពប្រកបដោយក្រមសីលធម៌ មិនបៀតបៀន) អាចការពារគ្រោះថ្នាក់ ឬបណ្តឹងដែលអាចកើតមាន។

■ កាត់បន្ថយភាពធ្ងន់ធ្ងរកើតពីការបាត់បង់ដែលមិនអាចការពារបាន
ម្ចាស់អាជីវកម្មដែលដំឡើងរោងចក្រនៅលើតំបន់បង្កប់អាចរារាំងនរណាម្នាក់មិនឱ្យចូលក្នុងបរិវេណនោះទេ ប៉ុន្តែនឹងមិនរារាំងនរណាម្នាក់មិនឱ្យបោះត្រូវមួយនៅចន្លោះរបារ និងបំបែកកញ្ចក់បង្អួចនោះទេ ។ ប្រព័ន្ធសន្តិសុខ (ការជូនដំណឹង លេខកូដឆ្លងកាត់ និងឆ្នាំ) អាចជួយទប់ស្កាត់ និង/ឬកាត់បន្ថយហានិភ័យដោយសារការលួចបាន។ ដូចគ្នានេះផងដែរ កំណត់ត្រាចម្លងដែលបានធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពគួរតែត្រូវបានរក្សាទុកនៅឆ្ងាយពីកន្លែងក្នុងករណីអគ្គិភ័យ ឬគ្រោះមហន្តរាយធម្មជាតិផ្សេងទៀត ។ ក្រៅពីការពារទ្រព្យសម្បត្តិជាក់ស្តែង កម្មសិទ្ធិបញ្ញាគួរតែត្រូវបានការពារតាមរយៈការប្រើប្រាស់ប៉ាតង់ ពាណិជ្ជសញ្ញា និងសញ្ញាសេវាកម្ម។

■ ស្រូបយកតម្លៃតាមរយៈការខាតបង់ដោយប្រើទ្រព្យសម្បត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន
ប្រសិនបើកម្មចក្ខុម្នាក់ពីឡានរបស់អាជីវកម្ម ហើយបំបែកកញ្ចក់ខាងមុខយានជំនិះផ្សេងទៀត អាជីវកម្មអាចជំនួសកញ្ចក់ខាងមុខដោយប្រើធនធានរបស់ក្រុមហ៊ុន (ថវិកា)។

■ ផ្ទេរហានិភ័យនៃការខាតបង់ទៅឱ្យភាគីទីបីដោយការទិញធានារ៉ាប់រង
ម្ចាស់អាជីវកម្មទិញ គោលនយោបាយអចលនទ្រព្យសម្រាប់អគារ និងខ្លឹមសារអាជីវកម្មរបស់ហាងរបស់គាត់ ។ ប្រសិនបើខ្យល់កន្ត្រាក់បង្កការខូចខាតធ្ងន់ធ្ងរដល់អគារ និងខ្លឹមសាររបស់ខ្លួន ម្ចាស់អាជីវកម្មនឹងទទួលបានប្រាក់ចំណេញ ដូចមានចែងក្នុងគោលនយោបាយធានារ៉ាប់រង ដើម្បីសាងសង់អគារឡើងវិញ និងជំនួសខ្លឹមសារ ។ ចំនួនប្រាក់ចំណេញជាក់ស្តែងនឹងអាស្រ័យលើដែនកំណត់គោលនយោបាយ រយៈពេល និងលក្ខខណ្ឌ ។

វាមានប្រភេទធានារ៉ាប់រងអាជីវកម្មជាច្រើនដែលមាន។ ប្រភេទមួយចំនួន ភាគច្រើនត្រូវបានរៀបរាប់នៅក្នុងតារាងខាងក្រោម ។ គោលនយោបាយទាំងអស់មិនចាំបាច់សម្រាប់អាជីវកម្មនីមួយៗទេ។ អ្នកត្រូវតែសម្រេចចិត្តថាអ្វីដែលសំខាន់បំផុតសម្រាប់អាជីវកម្មជាក់លាក់របស់អ្នក នោះគឺជាតើហានិភ័យប៉ុន្មានដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកអាចសម្របខ្លួនបាន និងនៅតែអាចដំណើរការបាន។ នៅពេលដែលប្រភេទនៃការធានារ៉ាប់រងចាំបាច់ត្រូវបានសម្រេចចិត្ត អ្នកគួរតែពិចារណាមិនតែនៃការធានារ៉ាប់រងធៀបនឹងតម្លៃនៃការធានារ៉ាប់រងនោះ។

ជំពូកទី ៦៖ បញ្ហាច្បាប់ និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ

ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ និងការធានារ៉ាប់រង

ប្រភេទធានារ៉ាប់រង	សេចក្តីបរិយាយ
អចលនទ្រព្យពាណិជ្ជកម្ម	រួមបញ្ចូលទាំងការគ្រប់គ្រងដំណោះស្រាយសម្រាប់អគារ អចលនទ្រព្យអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន អចលនទ្រព្យផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកដទៃ និងការខាតបង់អាជីវកម្ម ។ អចលនទ្រព្យអាចត្រូវបានវាយតម្លៃក្នុងតម្លៃជំនួស (ជាធម្មតាជម្រើសប្រសើរជាង) ឬការទូទាត់រំលោះ។
ទំនួលខុសត្រូវទូទៅផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម	ពេលខ្លះការគ្រប់គ្រងនេះត្រូវបានគេហៅថា «កាតព្វកិច្ចសាធារណៈ» ។ ផលិតផលនេះផ្តល់ការការពារដល់ភាគីទីបីដែលអាចត្រូវបានធានារ៉ាប់រងជាលទ្ធផលនៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់អ្នក ។ ការធានារ៉ាប់រងនេះចូលជាធរមាននៅពេលដែលមាននរណាម្នាក់រអិលនៅលើទិញផ្ទៃផ្លូវនៅពីមុខអាជីវកម្មរបស់អ្នក ឬនៅពេលដែលមាននរណាម្នាក់អះអាងថានិយោជិតរបស់អ្នកបានធ្វេសប្រហែសក្នុងការដំឡើងគ្រឿងបរិក្ខារស្រាល ហើយអគ្គិភ័យកើតឡើងជាបន្តបន្ទាប់ ហើយមូលហេតុត្រូវបានកំណត់ថាជាខ្សែភ្លើងខូច។
គោលនយោបាយរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម	ការរួមបញ្ចូលគ្នានៃអចលនទ្រព្យពាណិជ្ជកម្មនិងការទទួលខុសត្រូវជាពិសេសសម្រាប់ប្រភេទអាជីវកម្មខ្នាតតូចមួយចំនួន ។ ជាធម្មតានេះរួមបញ្ចូលទាំងអចលនទ្រព្យពាណិជ្ជកម្មនិងការគ្រប់គ្រងលើទំនួលខុសត្រូវទូទៅ ប៉ុន្តែមិនរាប់បញ្ចូលទំនួលខុសត្រូវវិជ្ជាជីវៈនោះទេ។
ដែនសមុទ្រពាណិជ្ជកម្ម	រួមបញ្ចូលការធានារ៉ាប់រងសម្រាប់ឧបករណ៍ចល័ត ឧបករណ៍កុំព្យូទ័រ អគារដែលកំពុងសាងសង់ ទំនិញដែលកំពុងត្រូវបានអូស/សណ្តោង និងការធានារ៉ាប់រងលើការទទួលបញ្ញើ។ ការធានារ៉ាប់រងទទួលបញ្ញើ (bailees) នឹងត្រូវបានទាមទារសម្រាប់ប្រភេទអាជីវកម្មណាមួយដែលទទួលយកទំនិញរបស់អតិថិជនសម្រាប់ការជួសជុល ឬសម្អាត ដូចជាម៉ាស៊ីនសម្ងាត់ ឬហាងជួសជុលគ្រឿងអលង្ការ។
រថយន្តពាណិជ្ជកម្ម	រួមបញ្ចូលទាំងការគ្រប់គ្រងដំណោះស្រាយសម្រាប់ការទទួលខុសត្រូវ ការបង់ប្រាក់វេជ្ជសាស្ត្រ អ្នកបើកបរដែលមិនត្រូវបានប្តឹងផ្តល់ ការគ្រប់គ្រងការខូចខាតជាក់រាងកាយ ការទាញនិងសំណងរថយន្តជួល។ ការគ្រប់គ្រងនេះគឺសម្រាប់ឃានជំនិះដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់អាជីវកម្ម និងបានចុះបញ្ជីនៅលើគោលនយោបាយ ។ ដូចគ្នានេះផងដែរ ការធានារ៉ាប់រងអាចត្រូវបានផ្តល់ជូនសម្រាប់ឃានយន្តដែលត្រូវបានជួល ជួល ឬខ្ចី។ ជាឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកអាចទទួលខុសត្រូវប្រសិនបើនិយោជិតម្នាក់ប្រើឃានជំនិះផ្ទាល់ខ្លួនរបស់គាត់ដើម្បីធ្វើកិច្ចការឱ្យក្រុមហ៊ុន ហើយនិយោជិតមានឧបត្ថម្ភក្នុងអំឡុងពេលនេះ។
ការគ្រប់គ្រងឃានដ្ឋាននិងអ្នកចែកចាយ	រួមបញ្ចូលទាំងការទទួលខុសត្រូវលើឃានដ្ឋាន ការខូចខាតខាងផ្លូវកាយរបស់អ្នកចែកចាយ និងការរ៉ាប់រងអ្នកចាំយាមឃានដ្ឋាន។ គោលការណ៍នេះគឺជាការរួមបញ្ចូលគ្នានៃទំនួលខុសត្រូវទូទៅពាណិជ្ជកម្ម និងគោលនយោបាយរថយន្តពាណិជ្ជកម្ម ហើយត្រូវបានរចនាឡើងសម្រាប់ប្រភេទអាជីវកម្មជាក់លាក់។ ការគ្រប់គ្រងនេះជាធម្មតាត្រូវបានសរសេរនៅលើហាងជួសជុលរថយន្តហាងលក់រថយន្ត។

**ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ
និងការធានារ៉ាប់រង**

ប្រភេទធានារ៉ាប់រង	សេចក្តីបរិយាយ
ការទទួលខុសត្រូវខាងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ការពារពាណិជ្ជកម្ម	<p>រួមបញ្ចូលស្រទាប់បន្ថែមស្តីពីការគ្របដណ្តប់លើការទទួលខុសត្រូវលើស និងខាងលើការទទួលខុសត្រូវទូទៅពាណិជ្ជកម្ម ការទទួលខុសត្រូវវេយនូវពាណិជ្ជកម្ម ការទទួលខុសត្រូវយានដ្ឋាន និងការទទួលខុសត្រូវរបស់និយោជក។ ឧទាហរណ៍ អាជីវកម្មដែលមានរបាំងការពារចំនួន \$1,000,000 នឹងមានដែនកំណត់ចំនួន \$2,000,000</p> <p>សម្រាប់ការទាមទារសំណងនីមួយៗ។ ដូចគ្នានេះផងដែរ គោលនយោបាយរបាំងការពារអាចនៅក្នុងករណីខ្លះ ផ្តល់នូវការធានារ៉ាប់រងបឋមសម្រាប់ប្រភេទនៃការទាមទារមួយចំនួន ដែលប្រហែលជាមិនត្រូវបានគ្របដណ្តប់ដោយស្រទាប់ទីមួយនៃការធានារ៉ាប់រងនោះទេ។ ក្នុងករណីនេះ គោលការណ៍នេះមានការកាត់បន្ថយយ៉ាងច្រើន ដែលជាធម្មតាមានចំនួន \$10,000 ។</p>
សំណងនិយោជិក	<p>រួមបញ្ចូលទំនួលខុសត្រូវរបស់និយោជក និងអត្ថប្រយោជន៍ផ្នែកច្បាប់។ ការធានារ៉ាប់រងនេះ ត្រូវបានទាមទារនៅក្នុងរដ្ឋហ្សកហ្សូ សម្រាប់និយោជកណាដែលមាននិយោជិតបីនាក់ ឬច្រើនជាងនេះ។ ម្ចាស់អាចត្រូវបានរាប់ជានិយោជិតម្នាក់ក្នុងចំណោមបុគ្គលិកទាំងបី អាស្រ័យលើទម្រង់ច្បាប់នៃអាជីវកម្ម។</p> <p>អត្រាការប្រាក់ត្រូវបានរៀបចំឡើងស្របគ្នានឹងកាតព្វកិច្ចជាក់លាក់របស់និយោជិត។ ឧទាហរណ៍ បុគ្គលិកការិយាល័យ មិនប្រឈមនឹងគ្រោះថ្នាក់ដូចគ្នានៅកន្លែងធ្វើការជាអ្នកម៉ៅការពីខាងលើទេ ដូច្នេះហើយអត្រាបុគ្គលិកការិយាល័យគឺទាបណាស់បើធៀបនឹងអត្រាសម្រាប់អ្នកម៉ៅការពី ខាងលើ។</p>
គោលនយោបាយផ្សេងៗ	<p>រួមបញ្ចូលទាំងម៉ាស៊ីនពន្លត់អគ្គិភ័យនិងគ្រឿងម៉ាស៊ីន នាយកនិងមន្ត្រី មនុស្សគន្លឹះការទទួលខុសត្រូវវិជ្ជាជីវៈ (កំហុសនិងការខកខាន) ឧក្រិដ្ឋកម្មពាណិជ្ជកម្ម ការជួល ការចំណាយបន្ថែម ការបង្កាក់អាជីវកម្ម ការលុបចោលអនុសញ្ញា លេខាលើកញ្ជក់ គណនីទទួលបាន និងឯកសារមានតម្លៃ ។</p>

ក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនលក់ធានារ៉ាប់រងដោយផ្ទាល់ដល់អតិថិជនអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងជាច្រើនប្រើប្រាស់បណ្តាញភ្នាក់ងារ និងឈ្មួញកណ្តាលដើម្បីទិញរថលិតផលរបស់ពួកគេ។ ដើម្បីស្វែងរកភ្នាក់ងារ ដែលអ្នកអាចមានអារម្មណ៍ស្រួល និងជឿជាក់ សូមស្នើសុំការបញ្ជូនបន្តពីម្ចាស់អាជីវកម្មផ្សេងទៀត ភាគច្រើននៅក្នុងឧស្សាហកម្មដូចគ្នារបស់អ្នក ឬពិនិត្យមើលជាមួយសភាពាណិជ្ជកម្មក្នុងតំបន់ ឬការិយាល័យ SBDC របស់អ្នក។ លិខិតសម្គាល់មួយដែលត្រូវមើលនៅពេលជ្រើសរើសភ្នាក់ងារ ឬឈ្មួញកណ្តាលគឺដើម្បីកំណត់ថាគាត់/នាងបានទទួលវិញ្ញាបនប័ត្រដែរឬទេ។ ការចាត់តាំងទូទៅមួយចំនួនរួមមាន CPCU (Chartered Property Casualty Underwriter), CIC (Certified Insurance Counselor), AAI (Accredited Advisor in Insurance), ឬ ARM (Associate in Risk Management) ។⁵ នៅពេលដែលម្ចាស់កំពុងសម្រេចចិត្តថាតើប្រភេទធានារ៉ាប់រងប្រភេទណាដែលត្រូវទិញ ភ្នាក់ងារអាចមានជំនួយដ៏អស្ចារ្យក្នុងការពន្យល់ពីបច្ចេកទេសនៃកម្មវិធី និងគោលនយោបាយផ្សេងៗ (ឧទាហរណ៍ រយៈពេលរង់ចាំ កម្រិតធានារ៉ាប់រង ការគិតថ្លៃដែលអាចអនុញ្ញាតបាន អតិបរមាគោលនយោបាយ និងហ្គោសង្គ្រាម)។ ការនិយាយជាមួយម្ចាស់អាជីវកម្មផ្សេងទៀតនៅក្នុងឧស្សាហកម្មដូចគ្នាអំពីកម្មវិធីធានារ៉ាប់រងរបស់ពួកគេ និងការពិនិត្យជាមួយសមាគមពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់កម្មវិធីពិសេសដែលមានសម្រាប់សមាជិកអាចបង្ហាញពីអត្ថប្រយោជន៍ផងដែរ។

⁵Chadderdon, Lisa. «ធានារ៉ាប់រងអាជីវកម្ម៖ បញ្ជីត្រួតពិនិត្យ 12 ចំណុច» Inc.com។ ថ្ងៃទី ១ ខែតុលា ឆ្នាំ ២០០១ ។ ទទួលបាននៅខែសីហាឆ្នាំ 2002 ពី www.inc.com/articles/2001/10/23492.html ។

ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ និងការធានារ៉ាប់រង

ម្ចាស់អាជីវកម្មធ្វើការពិភាក្សាជាមួយភ្នាក់ងារធានារ៉ាប់រងដូចខាងក្រោម៖

ទាមទារនីតិវិធីសម្រាប់គោលនយោបាយជាក់លាក់របស់អ្នក ១
 អ្នកនឹងត្រូវដឹងថាសកម្មភាពអ្វីដែលត្រូវបានទាមទារដោយអ្នកបន្ទាប់ពីការទាមទារបានកើតឡើង។
 ក្រុមហ៊ុនខ្លះមាននីតិវិធីជាក់លាក់ដែលត្រូវធ្វើតាម ឬការពិន័យនឹងអនុវត្ត។

- ជម្រើសគម្រោងទូទាត់ប្រាក់។ ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងភាគច្រើនឥឡូវនេះ
 ចេញនូវផែនការបង់វិលវិលដែលអាចសមនឹងថវិកានៃអាជីវកម្មខ្លួនតូច
 និងជួយដល់លំហូរសាច់ប្រាក់។
- ឧបសម្ព័ន្ធដែលពាក់ព័ន្ធសម្រាប់អាជីវកម្មជាក់លាក់របស់អ្នក ។ សម្រាប់អាជីវកម្មតាមផ្ទះ
 ជួនកាលឧបសម្ព័ន្ធអាចត្រូវបានបន្ថែមទៅក្នុងគោលនយោបាយរបស់ម្ចាស់ផ្ទះ
 ដើម្បីគ្របដណ្តប់អាជីវកម្ម។ អាស្រ័យលើអ្នកធានារ៉ាប់រង និងប្រភេទអាជីវកម្ម
 ជម្រើសនេះអាចមានតម្លៃសមរម្យជាង។
- សេវាកម្មបន្ថែមដែលពួកគេផ្តល់ជូនអ្នកក្នុងនាមជាអ្នកជំងឺ។
 ភាគច្រើនផ្តល់សេវាមួយចំនួនដោយមិនគិតថ្លៃ ប៉ុន្តែពួកគេមិនតែងតែផ្សាយព័ត៌មានប្រភេទនេះទេ។
 ឧទាហរណ៍ អ្នកខ្លះផ្តល់នូវខ្សែទូរសព្ទទាន់ហេតុការណ៍សម្រាប់បណ្តឹងទាមទារ ²⁴ ម៉ោង។

លើសពីនេះទៀត ភ្នាក់ងារគួរតែផ្តល់៖

- ច្បាប់ចម្លងនៃប្រវត្តិការខាតបង់របស់អ្នកជារៀងរាល់ឆ្នាំប្រហែល ៩០
 ថ្ងៃមុនកាលបរិច្ឆេទបន្តរបស់អ្នក។
 ភ្នាក់ងារ/ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានតម្រូវឱ្យផ្តល់រឿងទាំងនេះដល់អ្នកក្នុងរយៈពេល ៣០
 ថ្ងៃបន្ទាប់ពីការស្នើសុំរបស់អ្នក ដែលកំណត់ដោយច្បាប់នៃរដ្ឋហូរកហ្សឺ។ ស្នើសុំរយៈពេលបីឆ្នាំ
 ដើម្បីឱ្យអ្នកអាចបន្តធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពលើការទាមទារនៅក្នុងឆ្នាំមុន។
- សម្រង់តម្លៃពីក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងផ្សេងៗគ្នាជាច្រើន ប្រសិនបើអាច។
 សុំមើលច្បាប់ចម្លងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរនៃសម្រង់តម្លៃពីក្រុមហ៊ុនទាំងអស់
 បើទោះបីជាភ្នាក់ងារប្រាប់អ្នកថា បុព្វលាភខ្ពស់ជាងគោលការណ៍បច្ចុប្បន្នរបស់អ្នកក៏ដោយ។
 ព្យាយាមធ្វើការប្រៀបធៀប >>ផ្លែប៉ោមទៅនឹងផ្លែប៉ោម<< ពីព្រោះបុព្វលាភទាបជាងនេះ
 ច្រើនតែបណ្តាលមកពីការធានារ៉ាប់រងតិច។
- សម្រង់តម្លៃបន្តជាលាយលក្ខណ៍អក្សរយ៉ាងហោចណាស់ ៣០ ថ្ងៃមុនកាលបរិច្ឆេទបន្តរបស់អ្នក។
 ការនេះអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកមានពេលវេលាគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីពិចារណាជម្រើសរបស់អ្នក។

នាយកដ្ឋានធានារ៉ាប់រងរដ្ឋហូរកហ្សឺ
www.gainsurance.org

ជំពូកបន្ទាប់នៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ
 ចាប់ផ្តើមអនុវត្តនូវគោលការណ៍ជាច្រើនដែលបានពិភាក្សាកន្លងមក
 ហើយជាលទ្ធផលដែលសហគ្រិនត្រូវអនុវត្តដោយផ្អែកលើការសម្រេចចិត្តអំពីរបៀបគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម។

ជំពូកទីប្រាំពីរ៖
ការស្រាវជ្រាវការណ៍
ហិរញ្ញវត្ថុ

ជំពូកទី ៧៖ ការរក្សាបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

**ហេតុអ្វីត្រូវរក្សាទុក
បាយការណ៍
ហិរញ្ញវត្ថុ?**

អាជីវកម្មកត់ត្រាប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុរបស់ពួកគេដោយហេតុផលបីយ៉ាង។ ទីមួយ កំណត់ត្រាហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានប្រើដើម្បីរៀបចំរបាយការណ៍ និងការបង់ពន្ធដែលតម្រូវដោយរដ្ឋាភិបាលសហព័ន្ធ រដ្ឋ ឬរដ្ឋាភិបាលក្នុងតំបន់។ ទីពីរ អាជីវកម្មស្វែងរកដើមទុននឹងត្រូវបង្ហាញកំណត់ត្រាហិរញ្ញវត្ថុរបស់ពួកគេទៅកាន់អ្នកឱ្យខ្ចី ឬអ្នកវិនិយោគ។ ទីបី សំខាន់បំផុត កំណត់ត្រាហិរញ្ញវត្ថុដែលត្រូវបានរក្សាទុកយ៉ាងល្អ អាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយអ្នកគ្រប់គ្រងដើម្បីកែលម្អប្រតិបត្តិការ និងប្រាក់ចំណេញ។

អាជីវកម្មភាគច្រើនយល់ពីភាពចាំបាច់នៃការរក្សាបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីអនុវត្តតាមច្បាប់ ប៉ុន្តែមើលរំលងពីរបៀបដែលកំណត់ត្រាទាំងនេះ អាចត្រូវបានប្រើដើម្បីកែលម្អប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ ព័ត៌មានដែលបង្កើតឡើងដោយការកត់ត្រា និងត្រួតពិនិត្យប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុ អាចជួយម្ចាស់អាជីវកម្ម និងអ្នកគ្រប់គ្រងកំណត់និរន្តរភាព និងបញ្ហាដែលអាចកើតមាន ហើយចាត់វិធានការដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណេញ។

**ការជ្រើសរើស
វិធីសាស្ត្រគណនេយ្យ**

ប្រភេទនៃវិធីសាស្ត្រគណនេយ្យពន្ធ និងប្រព័ន្ធគណនេយ្យដែលក្រុមហ៊ុនជ្រើសរើសអាស្រ័យលើកត្តាជាច្រើន រួមទាំងទម្រង់ច្បាប់ស្តីពីអាជីវកម្ម ប្រភេទអាជីវកម្ម ថា តើ អាជីវកម្មរក្សាសារពើភ័ណ្ណ ឬថា តើអាជីវកម្មមានបុគ្គលិក។

វិធីសាស្ត្រគណនេយ្យ

ជាទូទៅ ម្ចាស់អាជីវកម្មជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រគណនេយ្យពីរ៖ វិធីសាស្ត្រសាច់ប្រាក់ និងវិធីសាស្ត្របង្ក។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ មានវិធីសាស្ត្រកូនកាត់ ដែលជួនកាលគេហៅថាវិធីសាស្ត្រ «គណនីបង្កកែសម្រួល» ដែលអាជីវកម្មអាចជ្រើសរើសនៅពេលដែលការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុមិនអំណោយផលដល់សាច់ប្រាក់ ឬវិធីសាស្ត្របង្ក។ វិធីសាស្ត្រដែលបានជ្រើសរើសសម្រាប់អាជីវកម្មត្រូវតែអនុលោមតាមគោលការណ៍ណែនាំចំណូលផ្ទៃក្នុង។ អាជីវកម្មមិនត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យប្តូរវិធីសាស្ត្រនៃគណនេយ្យពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំទេ តិចជាងបន្ទាប់ពីដាក់លិខិតប្រកាសពន្ធដំបូង លុះត្រាតែខ្លួនស្នើសុំ និងទទួលបានការយល់ព្រមពីសេវាកម្មចំណូលផ្ទៃក្នុង ដើម្បីផ្លាស់ប្តូរវិធីសាស្ត្រគណនេយ្យ។ សំណើសុំការយល់ព្រមក្នុងការផ្លាស់ប្តូរវិធីសាស្ត្រគណនេយ្យត្រូវតែដាក់ជូននៅលើ ទម្រង់សេវាប្រាក់ចំណូលផ្ទៃក្នុង 3115។

វិធីសាស្ត្រសាច់ប្រាក់

វិធីសាស្ត្រសាច់ប្រាក់នៃគណនេយ្យ ត្រូវបានគេពេញចិត្តដោយអាជីវកម្មខ្នាតតូចជាច្រើន ព្រោះវាជាវិធីសាមញ្ញបំផុតក្នុងការប្រើប្រាស់ និងងាយស្រួលរៀនបំផុត។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ អាជីវកម្មដែលមានសារពើភ័ណ្ណសំខាន់ៗ ក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្មមួយចំនួន និងភាពជាដៃគូមួយចំនួនត្រូវបានហាមឃាត់មិនឱ្យប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រគណនេយ្យសាច់ប្រាក់។ នៅក្រោមច្បាប់គណនេយ្យសាមញ្ញថ្មី អ្នកផ្តល់សេវាតូចៗភាគច្រើនដែលមានបង្កាន់ដៃសរុបជាមធ្យមរហូតដល់ 10 លានដុល្លារនឹងអាចប្រើវិធីសាស្ត្រគណនេយ្យសាច់ប្រាក់។ វិធីសាស្ត្រសាច់ប្រាក់គឺសាមញ្ញបំផុតដោយសារតែ សៀវភៅឆ្លុះបញ្ចាំងពីលំហូរសាច់ប្រាក់ជាក់ស្តែងនៅក្នុង និងក្រៅអាជីវកម្ម។ ប្រាក់ចំណូលត្រូវបានរាយការណ៍នៅពេលដែលវាត្រូវបានទទួល ហើយការចំណាយត្រូវបានរាយការណ៍នៅពេលដែលពួកគេត្រូវបានបង់។

វិធីសាស្ត្របង្ក

អាជីវកម្ម និងអាជីវកម្មធំៗភាគច្រើនដែលរក្សាបញ្ជីសារពើភណ្ឌសំខាន់ៗ ប្រើវិធីសាស្ត្រគណនេយ្យបង្ក។ នៅក្រោមវិធីសាស្ត្រនេះ ប្រាក់ចំណូល ត្រូវបានរាយការណ៍ក្នុងឆ្នាំដែលរកបាន មិនមែនឆ្នាំដែលទទួលបានទេ។ ការចំណាយត្រូវបានរាយការណ៍នៅក្នុងឆ្នាំដែលបានកើតឡើង មិនមែននៅពេលដែលបានបង់ពិតប្រាកដនោះទេ។ គោលបំណងនៃវិធីសាស្ត្រនៃគណនេយ្យនេះ គឺដើម្បីផ្តល់ទាំងប្រាក់ចំណូលនិងការចំណាយក្នុងឆ្នាំដែលកើតឡើងជាជាងឆ្នាំនៃការទទួល។

**ការជ្រើសរើស
វិធីសាស្ត្រគណនេយ្យ**

វិធីសាស្ត្រកូនកាត់

វិធីសាស្ត្រគណនេយ្យកូនកាត់ បូកបញ្ចូលទាំងវិធីសាស្ត្រសាច់ប្រាក់និងវិធីសាស្ត្របង្ក ។ វិធីសាស្ត្រគណនេយ្យកូនកាត់ គឺជាជម្រើសដ៏ល្អបំផុតនៅពេលដែលមានហេតុផលអាជីវកម្មត្រឹមត្រូវ អាជីវកម្មត្រូវប្រើប្រព័ន្ធគណនេយ្យដូចគ្នាជាប់លាប់ពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ។ វិធីសាស្ត្រកូនកាត់មិនផ្តល់អោយអាជីវកម្មផ្សេងទៀតទេ។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើអាជីវកម្មរក្សាសារពើភណ្ឌ នោះវិធីសាស្ត្របង្កត្រូវតែកំណត់ថ្លៃដើមត្រូវនៃទំនិញដែលបានលក់សម្រាប់ឆ្នាំ។ ប្រសិនបើការលក់ត្រូវបានធ្វើឡើងដោយឥណទាន នោះប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយត្រូវតែកត់ត្រាតាមវិធីសាស្ត្របង្ក។ ឧទាហរណ៍នៃវិធីសាស្ត្រនេះ អាចជាហាងលក់អំណោយតូចមួយ ដែលអតិថិជនជាសាច់ប្រាក់ និងយកតាមខ្លួន។ អាជីវកម្មមានការចំណាយប្រតិបត្តិការជាច្រើនក្នុងក្នុងខណ្ឌរយៈពេល ៦០ ថ្ងៃ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ វាក៏គិតជាតម្លៃនៃទំនិញដែលបានលក់នៅលើមូលដ្ឋានបង្ក។ ហើយប្រើប្រាស់មូលដ្ឋានសាច់ប្រាក់សម្រាប់ការចំណាយប្រតិបត្តិការ ដោយមិនគិតពីលក្ខខណ្ឌរបស់វា។

ទម្រង់ផ្លូវច្បាប់នៃអាជីវកម្ម

ដូចដែលបានពិភាក្សាពីមុន ការសម្រេចចិត្តដ៏សំខាន់មួយដំបូងដែលម្ចាស់អាជីវកម្មធ្វើគឺជាទម្រង់ច្បាប់នៃអាជីវកម្ម។ ប្រភេទនៃអង្គការច្បាប់ដែលត្រូវបានជ្រើសរើសនឹងមានផលប៉ះពាល់ផ្នែកពន្ធ និងផ្នែកច្បាប់ផ្សេងទៀត និងប៉ះពាល់ដល់របៀបដែលព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានកត់ត្រា និងរាយការណ៍ ។ វាហួសពីវិសាលភាពនៃសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ ដើម្បីផ្តល់គណនីលម្អិតអំពីអ្វីដែលកំណត់ត្រាត្រូវបានទាមទារសម្រាប់អង្គការនីមួយៗ។ សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែមអំពីប្រធានបទនេះ សូមមើលរូបសាយថ្មី www.irs.gov របស់សេវាចំណូលផ្ទៃក្នុង។ សម្រាប់សហគ្រាសឯកបុគ្គលសូមមើល ការបោះពុម្ពផ្សាយ ៣៣៤។ សម្រាប់ភាពជាដៃគូ សូមមើលការបោះពុម្ពផ្សាយ ៥៤១។ សម្រាប់សាជីវកម្ម សូមមើលការបោះពុម្ពផ្សាយ ៥៤២។ ប្រសិនបើអាជីវកម្មរបស់អ្នកជាក្រុមហ៊ុនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត (LLC) អ្នកជ្រើសរើសរបៀបដែលក្រុមហ៊ុននឹងត្រូវបង់ពន្ធ៖ ជាសហគ្រាសឯកបុគ្គល ភាពជាដៃគូ សាជីវកម្ម ឬសាជីវកម្ម S ។ ជំពូកទីប្រាំមួយនៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ ផ្តល់នូវព័ត៌មានទាក់ទងនឹងជម្រើសសម្រាប់ការជ្រើសរើសទម្រង់ច្បាប់សម្រាប់អាជីវកម្ម។

គ្រាន់តែជាមូលដ្ឋាន

មុននឹងពិភាក្សាអំពីប្រភេទកំណត់ត្រាដែលត្រូវរក្សាទុក សូមមើលលក្ខណៈសំខាន់ៗពីរនៃប្រព័ន្ធរក្សាកំណត់ត្រាដ៏មានប្រសិទ្ធភាព។ ព័ត៌មានគណនេយ្យរបស់អ្នកត្រូវតែទាន់ពេលវេលា និងត្រឹមត្រូវ។ លក្ខណៈពិសេសមួយក្នុងចំណោមលក្ខណៈពិសេសទាំងនេះដោយគ្មានផ្សេងទៀត គឺមិនគ្រប់គ្រាន់ទេ។ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដែលមានភាពត្រឹមត្រូវគ្រប់តម្លៃទាំងអស់ គឺមិនគ្រប់គ្រាន់ទេ។ ប៉ុន្តែត្រូវបានបង្កើតឡើងពេលដើម្បីធ្វើសកម្មភាពនោះគ្មានប្រយោជន៍ទេ។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុទាន់ពេលវេលាគឺគ្មានតម្លៃទេ ប្រសិនបើមានភាពមិនត្រឹមត្រូវ។

**បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុក
កំណត់ត្រា**

**បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុក
កំណត់ត្រា**

លើកលែងតែករណីមួយចំនួន ច្បាប់មិនតម្រូវឱ្យអាជីវកម្មរក្សាទុកប្រភេទជាក់លាក់នៃកំណត់ត្រានោះទេ។ ប្រព័ន្ធរក្សាកំណត់ត្រាណាមួយដែលរាយការណ៍យ៉ាងត្រឹមត្រូវ អំពីប្រាក់ចំណូលគឺអាចទទួលយកបាន។ ដូចដែលបានពិភាក្សាពីមុន

ប្រភេទនៃអាជីវកម្មប៉ះពាល់ដល់ប្រភេទនៃកំណត់ត្រាដែលត្រូវការសម្រាប់គោលបំណងពន្ធសហព័ន្ធ។ ច្បាប់តម្រូវឱ្យកំណត់ត្រាហិរញ្ញវត្ថុរបស់អាជីវកម្មឆ្លុះបញ្ចាំងពីប្រាក់ចំណូលសរុប។ សម្រាប់គោលបំណងពន្ធ និងការគ្រប់គ្រង

ការចំណាយគួរតែត្រូវបានកត់ត្រាក្នុងអំឡុងពេលដូចគ្នាជាមួយនឹងប្រាក់ចំណូលដែលពាក់ព័ន្ធត្រូវបានបង្កើត។ ដោយមិនគិតពីប្រព័ន្ធគណនេយ្យ

ប្រព័ន្ធរក្សាកំណត់ត្រាគួរតែរួមបញ្ចូលការសង្ខេបស្តីពីប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ ការសង្ខេបនេះត្រូវបានធ្វើឡើងជាធម្មតានៅក្នុងទិន្នន័យប្រតិបត្តិការណេយ្យ និងសៀវភៅកត់ត្រា។ សម្រាប់អាជីវកម្មខ្នាតតូចភាគច្រើន សៀវភៅត្រួតពិនិត្យអាជីវកម្ម គឺជាប្រភពចម្បងនៃធាតុដើមនៅក្នុងប្រព័ន្ធរក្សាកំណត់ត្រារបស់អាជីវកម្ម។ បន្ថែមពីលើសៀវភៅមូលប្បទានប័ត្រ ឯកសារគាំទ្រដូចជា ប័ណ្ណលក់ វិក្កយបត្របង់ប្រាក់ វិក្កយបត្រ បង្កាន់ដៃ ប័ណ្ណដាក់ប្រាក់ និងមូលប្បទានប័ត្រដែលលុបចោលត្រូវតែរក្សាទុក។

**ប្រព័ន្ធរក្សាទុកកំណត់ត្រា
ប្រព័ន្ធបញ្ចូលតែមួយ**

ប្រព័ន្ធនៃការរក្សាទុកកំណត់ត្រាតែមួយ គឺសាមញ្ញបំផុតក្នុងការថែរក្សា ប៉ុន្តែមិនសមស្រប ឬត្រូវបានណែនាំសម្រាប់អាជីវកម្មជាច្រើន។ ប្រព័ន្ធច្រកចេញចូលតែមួយគឺផ្អែកលើរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញ និងការខាតបង់ (របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល) ដោយគ្រាន់តែកត់ត្រាលំហូរនៃប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយតាមរយៈការប្រើប្រាស់វិក័យប័ត្រសាច់ប្រាក់ និងការទូទាត់សាច់ប្រាក់។ សមាសភាគទូទៅបំផុតនៃប្រព័ន្ធនេះគឺជាសេចក្តីសង្ខេបប្រចាំថ្ងៃ និងប្រចាំខែនៃវិក័យប័ត្រ និងការទូទាត់សាច់ប្រាក់ ។

**បញ្ហាក្នុងការរក្សានុរក្សា
កំណត់ត្រា**

សេចក្តីសង្ខេបប្រចាំថ្ងៃស្តីពីការទទួលសាច់ប្រាក់	
កាលបរិច្ឆេទ _____	
ការលក់ជាសាច់ប្រាក់	\$ 263.60
ពន្ធលើការលក់.....	4.20
បង្កាន់ដៃសរុប	\$ 267.80
សាច់ប្រាក់ក្នុងដៃ	
សាច់ប្រាក់នៅក្នុងការចុះឈ្មោះ (រួមទាំងសាច់ប្រាក់ចន្លឹកបន្តិចដែលមិនបានចំណាយ)	
កាក់.....	\$ 23.75
វិក្កយបត្រ.....	143.00
សែក.....	134.05
សាច់ប្រាក់សរុបក្នុងការចុះឈ្មោះ.....	\$ 300.80
បន្ថែម៖ បណ្ណសាច់ប្រាក់បន្តិចបន្តួច.....	17.00
សាច់ប្រាក់សរុប \$	317.80
ដក៖ ការផ្លាស់ប្តូរនិងសាច់ប្រាក់បន្តិចបន្តួច	
បណ្ណសាច់ប្រាក់បន្តិចបន្តួច.....	\$17.00
កាក់និងវិក្កយបត្រ	
(សាច់ប្រាក់បន្តិចបន្តួចមិនចំណាយ).....	33.00
ការផ្លាស់ប្តូរសរុបនិងមូលនិធិសាច់ប្រាក់បន្តិចបន្តួច \$.....	50.00
បង្កាន់ដៃសរុប	\$ 267.80

ជំពូកទី ៧៖ ការស្រាវជ្រាវការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

សេចក្តីសង្ខេបប្រចាំខែស្តីពីវិក័យប័ត្រសាច់ប្រាក់

**បញ្ហាក្នុងការស្រាវជ្រាវ
កំណត់ត្រា**

ឆ្នាំ៖ 20XX

ខែ៖ ខែមករា

ថ្ងៃ	ការលក់សុទ្ធ	ពន្ធលើការលក់	បង្កាន់ដៃប្រចាំថ្ងៃ	ការដាក់ប្រាក់
3	263.60	4.20	267.80	
4	212.00	3.39	215.39	
5	194.40	3.10	197.50	680.69
6	222.40	3.54	225.94	
7	231.15	3.68	234.83	
8	137.50	2.13	139.63	600.40
10	187.90	2.99	190.89	
11	207.56	3.31	210.87	401.76
12	128.95	2.05	131.00	
13	231.40	3.77	235.17	
14	201.28	3.21	204.49	
15	88.01	1.40	89.41	660.07
17	210.95	3.36	214.31	
18	221.80	3.53	225.33	439.64
19	225.15	3.59	228.74	
20	221.93	3.52	225.45	
21	133.53	2.13	135.66	589.85
22	130.84	2.08	132.92	
24	216.37	3.45	219.82	352.74
25	220.05	3.50	223.55	
26	197.80	3.15	200.95	
27	272.49	4.34	276.83	701.33
28	150.64	2.40	153.04	
29	224.05	3.56	227.61	
31	133.30	2.13	135.43	516.08
សរុប	4,865.05	77.51	4,942.56	4,942.56

ជំពូកទី ៧៖ ការកាត់ចេញពីប្រាក់ប្រាក់

ពិនិត្យទិន្នន័យប្រាក់ប្រាក់

ឆ្នាំ៖ 20XX

ខែ៖ ខែមករា

ថ្ងៃ	បានបង់ទៅ	ពិនិត្យចូល #	ចំនួនទឹកប្រាក់ នៃមូលប្បទាន ប័ត្រ	សម្ភារៈ	ប្រាក់បៀវត្សសរុប	ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលដែលបានកាត់ចុករបស់សហព័ន្ធ	FICA ប្រាក់បម្រុងបឋមសន្តិសុខសង្គម	បម្រុងទុក FICA Medicare
3	Dale Advertising	74	85.00					
4	City Treasurer	75	35.00					
4	Auto Parts, Inc.	76	203.00	203.00				
4	John E. Marks	77	214.11		260.00	(20.00)	(16.12)	(3.77)
6	Henry Brown	78	250.00					
6	Mike's Deli	79	36.00					
6	Joe's Service Sta.	80	74.50	29.50				
6	ABC Auto Paint	81	137.50	137.50				
7	Henry Brown	82	225.00					
14	Telephone Co.	83	27.00					
15	National Bank (Tax Deposit)	84	119.56			40.00	32.24	7.54
18	National Bank	85	90.09					
18	Auto Parts, Inc.	86	472.00	472.00				
18	Henry Brown	87	275.00					
18	John E. Marks	88	214.11		260.00	(20.00)	(20.00)	(16.12)
21	Electric Co.	89	175.30					
21	M.B. Ignition	90	66.70	66.70				
21	Baker's Fender Co.	91	9.80	9.80				
21	Petty Cash	92	17.00	15.00				
21	Henry Brown	93	225.00					
25	Baker's Fender Co.	94	150.00	150.00				
25	Enterprise Prop.	95	300.00					
25	State Treasurer	96	12.00					
25	State Treasurer	97	65.00					
			3,478.67	1,083.50	520.00	-0-	-0-	-0-
	កម្រៃសេវាធនាគារ		10.00					
សរុប			3,488.67	1,083.50	520.00	-0-	-0-	-0-

ជំពូកទី ៧៖ ការក្បួនបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

ពិនិត្យទិន្នន័យប្រាក់ចំណូល (បន្ត)

ឆ្នាំ៖ 20XX

ខែ៖ ខែមករា

ថ្ងៃ	ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលដែលបានកាត់ទុករបស់រដ្ឋ	ពន្ធរបស់និយោជក	អគ្គិសនី	ការប្រាក់	ជួល	លេខទូរសព្ទ	រថយន្តដឹកទំនិញ/ដោយស្វ័យប្រវត្តិ	គំនូរ	គណនីទូទៅ	
3									ការផ្សព្វផ្សាយ	85.00
4									អាជ្ញាបណ្ណ	35.00
4										
4	(6.00)									
6								250.00		
6									ពិធីដប់ល្បែងថ្ងៃឈប់សម្រាកនៅហាង	36.00
6							45.00			
6										
7								225.00		
14						27.00				
15		39.78								
18				18.09					ប្រាក់កម្ចី	72.00
18										
18								275.00		
18	(6.00)									
21			175.30							
21										
21										
21									ប្រៃសណីយ៍	2.00
21								225.00		
25										
25					300.00					
25	12.00									
25									ពន្ធលើការលក់	65.00
	-0-	39.78	175.30	18.09	300.00	27.00	45.00	975.00		295.00
										10.00
សរុប	-0-	39.78	175.30	18.09	300.00	27.00	45.00	975.00		305.00

ប្រព័ន្ធបញ្ចូលទ្វេដង

ប្រព័ន្ធរក្សាកំណត់ត្រាចូលពីរដងគឺកាន់តែទំនើប ហើយប្រើសៀវភៅ
 (ដែលគេស្គាល់ថាជាទិនានុប្បវត្តិ និងសៀវភៅកត់ត្រា) ដើម្បីកត់ត្រាប្រតិបត្តិការ។
 ទិនានុប្បវត្តិកត់ត្រាប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មនីមួយៗតាមលំដាប់ដោយ ។
 អាជីវកម្មមួយចំនួនត្រូវការទិនានុប្បវត្តិដាច់ដោយឡែកសម្រាប់ប្រតិ
 បត្តិការដែលកើតឡើងជាញឹកញាប់ ។ សៀវភៅកត់ត្រាគឺជាសៀវភៅដែលមានចំនួនសរុបពីទិនា
 នុប្បវត្តិទាំងអស់។ សរុបទាំងនេះត្រូវបានរៀបចំជាគណនីផ្សេងៗគ្នា ។
 ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មត្រូវបានបញ្ចូលជាលើកដំបូងនៅក្នុងទិនានុប្បវត្តិ
 ហើយបន្ទាប់មកត្រូវបានបង្ហាញទៅក្នុងគណនីសៀវភៅ។ គណនីទាំងនេះបង្ហាញពីប្រាក់ចំណូល
 ការចំណាយ ទ្រព្យសម្បត្តិ (ធាតុដែលមានតម្លៃជាកម្មសិទ្ធិរបស់អាជីវកម្ម) បំណុល
 (បំណុលរបស់អាជីវកម្ម) និងភាគហ៊ុនរបស់ម្ចាស់ (ទ្រព្យសម្បត្តិដកបំណុល)
 ដែលតំណាងឱ្យភាគហ៊ុនរបស់ម្ចាស់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ។

**បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុក
កំណត់ត្រា**

ជំហានដំបូងក្នុងការបង្កើតប្រព័ន្ធរក្សាកំណត់ត្រាចូលពីរដង
 គឺដើម្បីកំណត់គណនីដែលត្រូវត្រួតពិនិត្យ។ គណនីនីមួយៗ
 គួរតែត្រូវបានរាប់បញ្ចូលនិងដាក់ចំណងជើងសម្រាប់ការកំណត់អត្តសញ្ញាណងាយស្រួលនិងប្រមូ
 លផ្តុំទៅក្នុងគំនូសតាងគណនី ។ គន្លឹះនៃតារាងគណនីដែលមានប្រសិទ្ធភាពគឺរក្សាឱ្យសាមញ្ញ៖
 ប្រើការពិពណ៌នាដែលខ្លី និងពិពណ៌នា និងរចនាប្រព័ន្ធលេខរៀងរបស់អ្នកសម្រាប់ការពង្រីក។
 តារាងគំរូស្តីពីគណនីខាងក្រោម។

**បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុក
កំណត់ត្រា**

**តារាងគណនី
អាជីវកម្មខ្នាតតូចជាមធ្យម សហរដ្ឋអាមេរិក**

គណនេយ្យតារាងតុល្យការ		គណនេយ្យរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល	
1. ទ្រព្យសកម្ម		4. ចំណូល	
101 សាច់ប្រាក់		401 ការលក់	
102 គណនេយ្យទទួល		402 ចំណូលការប្រាក់	
103 សារពើភ័ណ្ណ		403 ផ្សេងៗ	
104 បរិក្ខារ		ចំណូល	
105 ការរំលោះបង្គរ			
2. បំណុល		5. ការចំណាយ ថ្លៃដើមទំនិញ	
201 គណនីដែលត្រូវបង់		501 ថ្លៃទំនិញ	
202 កំណត់ចំណាំដែលត្រូវបង់		ទំនិញ	
203 បង់ពន្ធលើការលក់		បានលក់	
204 ប្រាក់កម្ចីដោយសារម្ចាស់ភាគហ៊ុន		502 ការចំណាយលើទំនិញ	
3. ទុនម្ចាស់ទ្រព្យ		6. ការចំណាយ ថ្លៃដើមទំនិញលក់	
301 ភាគហ៊ុនទូទៅ		601 ប្រាក់ឈ្នួល	
302 បង់ជាមូលធន		602 ជួល	
303 ប្រាក់ចំណូលបានរក្សាទុក		603 ការផ្សព្វផ្សាយ	
		604 ឧបករណ៍ប្រើប្រាស់	
		605 ធានារ៉ាប់រង	
		606 លេខទូរសព្ទ	
		607 ពន្ធលើប្រាក់បៀវត្សរ៍	
		608 ថ្លៃសេវាធនាគារ	
		609 សម្ភារការិយាល័យ	
		610 អប្បហារ	

ប្រព័ន្ធរក្សាកំណត់ត្រាបានកត់ត្រាលំហូរប្រាក់ចូល និងចេញពីអាជីវកម្មយ៉ាងត្រឹមត្រូវតាមរយៈគណនីសំខាន់ៗទាំងនេះ។ គណនីរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល (ចំណូល និងចំណាយ) ត្រូវបានបិទនៅចុងគ្រានៃឆ្នាំពន្ធនីមួយៗ។ គណនីតុល្យភាព (ទ្រព្យសកម្ម បំណុល និងភាគហ៊ុនរបស់ម្ចាស់) នៅតែបើកជាអចិន្ត្រៃយ៍ ។ នៅក្នុងប្រព័ន្ធបញ្ចូលទ្វេដង គណនីនីមួយៗមានផ្នែកខាងឆ្វេងសម្រាប់ឥណពន្ធ និងផ្នែកខាងស្តាំសម្រាប់ឥណទាន។ វាគឺជាតុល្យភាពដោយខ្លួនឯង ពីព្រោះរាល់ប្រតិបត្តិការទាំងអស់ត្រូវបានកត់ត្រាជាធាតុឥណពន្ធនៅក្នុងគណនីមួយ និងជាការបញ្ចូលឥណទាននៅក្នុងគណនីមួយផ្សេងទៀត។

នៅក្រោមប្រព័ន្ធនេះ គណនីសរុបត្រូវតែស្មើនឹងក្រេឌីតសរុបទាំងនៅក្នុងធាតុទិន្នន័យប្រតិបត្តិ និងការប្រកាសបញ្ជីឈ្មោះ។ ប្រសិនបើសមតុល្យគណនីឥណពន្ធ និងឥណទានមិនស្មើគ្នា វាមានកំហុសដែលត្រូវតែស្វែងរក និងកែតម្រូវ។

ជំពូកទី ៧៖ ការរក្សាទុករបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

ទំព័រដូចតទៅ ជាគំរូ ទិន្នន័យប្រើប្រាស់ទៅ។
 សៀវភៅនេះគឺជាធាតុដើមសម្រាប់ប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុនៃអាជីវកម្ម។
 ព័ត៌មាននៅក្នុងទិន្នន័យប្រើប្រាស់ទៅចាំបាច់ត្រូវបង្ហាញទៅក្នុងគណនីបញ្ជីឈ្មោះបុគ្គលដែលសមស្រប។

**បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុក
កំណត់ត្រា**

គំរូទិន្នន័យប្រើប្រាស់ទៅ

គណនី៖ សាច់ប្រាក់

លេខគណនី៖ 101

កាលបរិច្ឆេទ	សេចក្តីបរិយាយ	យោង គណ.	ឥណពន្ធ	ឥណទាន
20XX				
15 មករា	ការចំណាយលើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម	603	\$50.00	
	សាច់ប្រាក់	101		\$50.00
	ខិត្តប័ណ្ណ - គូសដឹក #1234			
15 មករា	គណនីត្រូវទទួល	102	\$350.00	
	ការលក់	401		\$350.00
	បានលក់តុចំនួនពីរទៅឲ្យ Smith Brothers			
	វិក្កយបត្រ #872			
19 មករា	គណនីដែលត្រូវបង់	201	\$50.00	
	សាច់ប្រាក់	101		\$50.00
	ក្រុមហ៊ុនចូនស៍ដែលទទួលបានប្រាក់ឈ្នួល			
	Check #1236			
20 មករា	សាច់ប្រាក់	101	\$2,000.00	
	ការលក់	401		\$2,000.00
	ការរចនាថ្លៃប្រឹក្សាយោបល់ដល់លោកស្រី			

បន្ទាប់ពីប្រតិបត្តិការត្រូវបានកត់ត្រានៅក្នុងទិន្នន័យប្រើប្រាស់ទៅ
 ធាតុទាំងនោះត្រូវបានបង្ហាញទៅក្នុងគណនីសៀវភៅដែលសមស្រប។
 បន្ទាប់គឺជាសៀវភៅកត់ត្រាគំរូសម្រាប់គណនីសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន
 ដោយផ្អែកលើទិន្នន័យប្រើប្រាស់ទៅគំរូខាងលើ។ កត់សម្គាល់ការប្រើប្រាស់ឈ្មោះគណនី
 និងលេខជាប់លាប់ ។

ជំពូកទី ៧៖ ការរក្សាបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

**បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុក
កំណត់ត្រា**

គំរូសៀវភៅបញ្ជីសាច់ប្រាក់

កាលបរិច្ឆេទ	សេចក្តីបរិយាយ	លេខយោងចុះ	ឥណពន្ធ	ឥណទាន	សមតុល្យ	DR CR
20XX						
	សមតុល្យទៅមុខ				\$5,475.00	DR
15 មករា	ការចំណាយលើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម	GJ3		\$50.00	\$5,425.00	DR
19 មករា	គណនីដែលត្រូវបង់	GJ3		\$50.00	\$5,350.00	DR
20 មករា	ថ្លៃប្រឹក្សាយោបល់លើការរចនា	GJ3	\$2,000.00		\$7,350.00	DR

សូមបញ្ជាក់ថា គំរូខាងលើ គឺគ្រាន់តែជាគណនីមួយក្នុងចំណោមគណនីទូទៅប៉ុណ្ណោះ ។ គួរតែមានសៀវភៅបញ្ជីទូទៅសម្រាប់គណនីទាំងអស់នៅក្នុងតារាងគណនីរបស់អ្នក។ សម្រាប់គណនីសៀវភៅ

បញ្ជីទូទៅដែលត្រូវតាមដានព័ត៌មានលម្អិតបន្ថែមទៀតដូចជាគណនីទទួលនិងគណនីដែលត្រូវបង់សៀវភៅបញ្ជីបន្ទាប់បន្សំអាចត្រូវបានប្រើ។ សៀវភៅបញ្ជីបន្ទាប់បន្សំតាមដានសកម្មភាពនិងសមតុល្យគណនីរបស់អតិថិជនម្នាក់ៗ និង/ឬអ្នកលក់។ ចំនួនសរុបគណនីបន្ទាប់បន្សំទាំងនេះគួរតែស្មើនឹងសមតុល្យសៀវភៅកត់ត្រាទូទៅសម្រាប់គណនីនោះ។ កំណត់ត្រាគណនីបន្ទាប់បន្សំត្រូវរួមបញ្ចូលឈ្មោះរបស់អតិថិជន/អ្នកលក់ កាលបរិច្ឆេទនៃការលក់/ទិញ លេខវិក្កយបត្រ ចំនួនទឹកប្រាក់វិក្កយបត្រ រយៈពេល កាលបរិច្ឆេទប្រមូល/បង់ និងសមតុល្យគណនី។

គណនីបញ្ជីធំគួរតែត្រូវបានត្រួតពិនិត្យតាមទម្លាប់។ គណនីដែលអាចទទួលបានគួរតែត្រូវបានពិនិត្យឡើងវិញនៅលើមូលដ្ឋានជាប្រចាំដើម្បីកំណត់ «អាយុ» នៃគណនីមួយៗ។ គណនីកាន់តែអាយុច្រើន វាកាន់តែពិបាកក្នុងការប្រមូលចំនួនទឹកប្រាក់ដែលត្រូវកំណត់។ ដូច្នោះ វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការបន្តគណនីដែលហួសកាលកំណត់។ ការគ្រប់គ្រងគណនីដែលត្រូវបង់ប្រាក់តាមរបៀបដែលមានសណ្តាប់ធ្នាប់ ដូច្នោះការទូទាត់ទាន់ពេលវេលាត្រូវបានធ្វើឡើងធានាថាអាជីវកម្មរក្សាស្ថានភាពឥណទានល្អជាមួយអ្នកលក់។

កំណត់ត្រាបន្ថែម អាចត្រូវបានទាមទារដើម្បីជួយក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណឱ្យបានត្រឹមត្រូវនៃគណនីតុល្យភាពរបស់អាជីវកម្ម ឬដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការរបស់ IRS សម្រាប់ការចងក្រងឯកសារនៃការចំណាយ ។ ឧទាហរណ៍ ការទាំងនេះរួមមានកំណត់ហេតុទ្រព្យសកម្មថេរ កំណត់ត្រាការចំណាយការធ្វើដំណើរ និងកំណត់ត្រាប្រាក់បៀវត្សរ៍។

កំណត់ហេតុទ្រព្យសកម្មថេរ គឺជាចាំបាច់ដើម្បីកត់ត្រាព័ត៌មានអំពីការទិញនិងលក់ទ្រព្យសកម្មថេររបស់អាជីវកម្មដូចជាឧបករណ៍យានយន្តនិងអគារ។ ធាតុខាងក្រោមគួរតែត្រូវបានកត់ត្រានៅក្នុងកំណត់ហេតុទ្រព្យសកម្មថេរ៖

- ការពិពណ៌នាអំពីទ្រព្យសកម្ម
- តម្លៃទ្រព្យសកម្ម
- កាលបរិច្ឆេទទិញ
- ភាគរយនៃទ្រព្យសកម្មដែលប្រើនៅក្នុងអាជីវកម្ម
- វិធីសាស្ត្ររំលោះទ្រព្យសកម្ម
- កាលបរិច្ឆេទលក់ជាមួយនិងតម្លៃលក់ (ប្រសិនបើមាន)

**បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុក
កំណត់ត្រា**

កំណត់ហេតុចំណាយលើការធ្វើដំណើរ គឺចាំបាច់ប្រសិនបើ
 យានយន្តត្រូវបានប្រើនៅក្នុងអាជីវកម្ម និងសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនផ្ទាល់ខ្លួន។
 កំណត់ហេតុប្រើជាឯកសារសម្រាប់កាត់ផ្នែកដែលទាក់ទងនឹងអាជីវកម្មនៃប្រតិបត្តិការ
 និងថែទាំយានយន្ត។ នៅក្រោមកាលៈទេសៈទូទៅ IRS អនុញ្ញាតឱ្យកាត់ការចំណាយជាក់ស្តែង
 ឬអត្រាម៉ាយល៍ស្តង់ដារដែលត្រូវកាត់។
 កំណត់ត្រាដែលអ្នករក្សាទុកអាស្រ័យលើវិធីសាស្ត្រដែលអ្នកប្រើ។ ប្រសិនបើតម្លៃម៉ាយល៍ស្តង់ដារ
 ត្រូវបានប្រើដើម្បីកំណត់ការចំណាយរបស់អាជីវកម្ម ត្រូវតែត្រូវបានរក្សាទុក។
 កំណត់ហេតុម៉ាយល៍នៃការធ្វើដំណើរអាជីវកម្ម ត្រូវតែត្រូវបានរក្សាទុក។
 ប្រសិនបើការចំណាយជាក់ស្តែងត្រូវកាត់ចេញនោះ វិធីសាស្ត្រស្មុគស្មាញជាងនេះ
 គឺត្រូវការជាចាំបាច់ដើម្បីកាត់ត្រាខស្ម័ន ការធានារ៉ាប់រង ការថែទាំជាដើម។
 សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែមអំពីការចំណាយលើយានយន្ត សូមមើល *ការបោះពុម្ពផ្សាយរបស់ IRS*
 463។

ការរក្សាទុកកំណត់ត្រានិយោជិត

ការជួលនិយោជិតបង្កើតឱ្យមានចំនួនឯកសារ និងសកម្មភាពរក្សាកំណត់ត្រាច្រើន។
 ដូចមានចែងក្នុងជំពូកទីប្រាំមួយ អាជីវកម្មជាមួយនិយោជិតត្រូវការលេខអត្តសញ្ញាណនិយោជិត
 ដើម្បីដាក់ពន្ធលើប្រាក់បៀវត្សឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។ លេខអត្តសញ្ញាណនិយោជិត
 និងទម្រង់ដែលពាក់ព័ន្ធអាចរកបាននៅទីភ្នាក់ងារនៅក្នុងតារាងខាងក្រោម។
 ទាំងមគ្គុទ្ទេសក៍ពន្ធរបស់សហព័ន្ធ និងរដ្ឋនឹងផ្តល់នូវនីតិវិធី និងទម្រង់បច្ចុប្បន្នច្រើនបំផុត
 ដោយសារវាផ្លាស់ប្តូរតាមកាលកំណត់។

ជំពូកទី ៧៖ ការរក្សាបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

**បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុក
កំណត់ត្រា**

ទីភ្នាក់ងារ	ទម្រង់បែបបទ/ការបោះពុម្ពផ្សាយ
<p>សេវាប្រាក់ចំណូលផ្ទៃក្នុង ភាពជាដៃគូភាគីពាក់ព័ន្ធ សេវាអប់រំ និងទំនាក់ទំនង ផ្លូវ 401 W. Peachtree, NW Suite 410 Atlanta, GA 30308 1-800-829-1040 www.irs.gov</p>	<p>សារាចរ E៖ មគ្គុទ្ទេសក៍ពន្ធនិយោជក ទម្រង់បែបបទ SS-4៖ ពាក្យសុំលេខសម្គាល់និយោជក ទម្រង់បែបបទ W-4៖ និយោជិតម្នាក់ៗត្រូវតែបំពេញដើម្បីអនុញ្ញាតការកាត់ទុកពន្ធ ទម្រង់បែបបទ 940៖ លិខិតប្រកាសពន្ធលើភាពអត់ការងារធ្វើសហព័ន្ធប្រចាំឆ្នាំរបស់និយោជក ទម្រង់បែបបទ 941៖ លិខិតប្រកាសពន្ធសហព័ន្ធប្រចាំត្រីមាសរបស់និយោជក ទម្រង់បែបបទ 8109៖ គូប៉ុងដាក់ប្រាក់ពន្ធសហព័ន្ធ</p>
<p>នាយកដ្ឋានចំណូលរដ្ឋហ្សកហ្សឺ ផ្នែកពន្ធលើប្រាក់ចំណូល មហាវិថី 1800 Century Center, NE Atlanta, GA 30345-3205 (404)417-4477 (នៅខាងក្នុងរថភ្លើងក្រោមដី Atlanta) (800)602-8477 (នៅខាងក្រៅរថភ្លើងក្រោមដី Atlanta) www.dor.ga.gov</p>	<p>លិខិតប្រកាសសម្រួលប្រចាំត្រីមាសរបស់ G-7 G-4៖ លិខិតបញ្ជាក់ប្រាក់ឧបត្ថម្ភកាត់ទុករបស់និយោជិត មគ្គុទ្ទេសក៍អំពីពន្ធរបស់និយោជក</p>
<p>ក្រសួងការងារហ្សកហ្សឺ www.dol.state.ga/find_us.htm</p>	<p>DOL-1A៖ ការដាក់ពាក្យសុំគណនីពន្ធ GDOL ឬការផ្លាស់ប្តូរស្ថានភាព DOL-4N៖ ទម្រង់របាយការណ៍ពន្ធ និងប្រាក់ឈ្នួល</p>
<p>សេវាសញ្ជាតិ និងអន្តេប្រវេសន៍សហរដ្ឋអាមេរិក ស្រុកអាត្លង់តា 2150 Parkland Dr. Atlanta, Ga 30345 (404)331-2762 (800)375-5283 www.uscis.gov</p>	<p>ទម្រង់ I-9៖ ការផ្ទៀងផ្ទាត់សិទ្ធិទទួលបានការងារ តម្រូវឱ្យផ្ទៀងផ្ទាត់ថានិយោជិតគឺជាពលរដ្ឋអាមេរិក ឬជនបរទេសដែលត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើការនៅ សហរដ្ឋអាមេរិក។</p>
<p>កម្មវិធីរបាយការណ៍ជួលបុគ្គលិកថ្មីរបស់ហ្សកហ្សឺ P.O. Box 38480 Atlanta, GA 30334-0480 (404)525-2985 (888)541-0469 www.ga-newhire.com</p>	<p>និយោជិតទាំងអស់ត្រូវរាយការណ៍ពីការជួលបុគ្គលិកថ្មីទៅរដ្ឋ។ ព័ត៌មាននេះត្រូវបានប្រើដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណ ឪពុកម្តាយដែលខកខានក្នុងការបង់ប្រាក់ឧបត្ថម្ភកុមារ។</p>

ព័ត៌មានខាងក្រោមតម្រូវឱ្យមាននៅក្នុងឯកសាររបស់និយោជិតម្នាក់ៗ៖

**បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុក
កំណត់ត្រា**

- ទម្រង់បែបបទ G-4
- ទម្រង់បែបបទ W-4
- ទម្រង់បែបបទ I-9
- ឈ្មោះ អាសយដ្ឋាន លេខទូរសព្ទ # និង SS#
- កាលបរិច្ឆេទដែលនិយោជិតត្រូវបានជួល ជួលឡើងវិញ
ឬត្រលប់ទៅធ្វើការវិញបន្ទាប់ពីការបណ្តេញចេញបណ្តោះអាសន្ន
- កាលបរិច្ឆេទនិងហេតុផលដែលនិយោជិតត្រូវបានបំបែកចេញពីការងារ
- អត្រាការប្រាក់ឈ្នួលនិងរយៈពេលបង់ប្រាក់ឈ្នួល

សំខាន់៖ អ្នកក៏ត្រូវបានតម្រូវឱ្យរក្សាទុកកំណត់ត្រាការងារ
ដែលបង្ហាញពីប្រាក់ឈ្នួលសរុបដែលបានបង់ និងការកាត់កងសរុប (ឧទាហរណ៍ ពន្ធរដ្ឋ
និងសហព័ន្ធ FICA គណនីចូលនិវត្តន៍ បុព្វលាភធានារ៉ាប់រង)
ដែលត្រូវបានរក្សាទុកពីនិយោជិតម្នាក់ៗក្នុងអំឡុងពេលបង់ប្រាក់ឈ្នួលនីមួយៗ ។

ខាងក្រោមនេះជាឧទាហរណ៍ស្តីពីឯកសារប្រាក់ខែរបស់បុគ្គលិកពី *ការបោះពុម្ពផ្សាយ IRS 583*។

ជំពូកទី ៧៖ ការរក្សាបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុក កំណត់ត្រា

កំណត់ត្រាសំណងនិយោជិត

ឈ្មោះ: John E. Marks

ពេញម៉ោង

អាសយដ្ឋាន 1 Elm St., Anytown, NJ 07101

ក្រៅម៉ោង

ទូរសព្ទ 555-6075

រយៈពេលបង់ប្រាក់ចុងគ្រា	កាលបរិច្ឆេទបង់ប្រាក់	ម៉ោងធ្វើការ												ម៉ោងទៀងទាត់សរុប	ការថែមម៉ោងការងារ	ប្រាក់ចំណូល			ការកាត់ប្រាក់				
		អ	ច	អ	ព	ព្រ	សុ	ស	អ	ច	អ	ព	ព្រ			សុ	ស	អត្រាទៀងទាត់	អត្រាលើសម៉ោង	បំណុល	សន្តិសុខសង្គម	Medicare	ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលរបស់សហព័ន្ធ
1-1	1-4	5		5	5	5			5	5	4	6	40		\$6.50		\$260.00	\$16.12	\$3.77	\$20.00	\$6.00	\$214.11	
1-15	1-18	4	4	4	4	4	2		4	3	4	4	3	40		\$6.50		\$260.00	\$16.12	\$3.77	\$20.00	\$6.00	214.11
														80			\$520.00	\$32.24	\$7.54	\$40.00	\$12.00	\$428.22	
ៗ																							
សរុបប្រចាំត្រីមាស																	\$1,262.40	\$78.23	\$18.31	\$100.00	\$30.00	\$1,035.86	



ប្រសិនបើបុគ្គលដែលបំពេញការងារគឺជាអ្នកម៉ៅការងារឯករាជ្យ នោះអាជីវកម្មមិនទទួលខុសត្រូវលើពន្ធលើប្រាក់បៀវត្សរ៍ទេ ហើយអ្នកម៉ៅការងារឯករាជ្យគួរតែបំពេញទម្រង់ W9។ ប្រសិនបើអ្នកម៉ៅការងារឯករាជ្យទទួលបានប្រាក់ឈ្នួលលើសពី \$600 ក្នុងមួយឆ្នាំ ទម្រង់ 1099- ចំណូលផ្សេងៗ ត្រូវតែបំពេញ និងបញ្ជូនទៅ IRS និងអ្នកម៉ៅការងារ។ អ្នកម៉ៅការងារឯករាជ្យទទួលខុសត្រូវលើពន្ធលើប្រាក់បៀវត្សរ៍ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ។

ម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចជាច្រើន បានធ្វើកំហុសនាំឱ្យមានការពិបាកច្រើនដោយចាត់ទុកបុគ្គលិកជាអ្នកម៉ៅការងារឯករាជ្យ។ IRS មានគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការបង្កើតថាតើបុគ្គលម្នាក់ជាអ្នកម៉ៅការងារឯករាជ្យ ឬបុគ្គលិក។ គោលការណ៍ណែនាំត្រូវបានពិភាក្សានៅក្នុងជំពូកទីប្រាំមួយនៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ។ លើសពីនេះទៀត ព័ត៌មានលម្អិតបន្ថែមមាននៅក្នុងការបោះពុម្ពផ្សាយ IRS 15A មគ្គុទេសក៍ពន្ធបន្ថែមរបស់និយោជក។ ប្រសិនបើបុគ្គលម្នាក់ត្រូវបានចាត់ទុកជាអ្នកម៉ៅការងារឯករាជ្យ ហើយ IRS កំណត់ថាម្នាក់ជានិយោជិត នោះអាជីវកម្មអាចនឹងត្រូវទទួលខុសត្រូវចំពោះពន្ធលើប្រាក់បៀវត្សរ៍ដែលមិនបានប្រមូល ឬកម្រទាំងការពិន័យ និងការប្រាក់។

ពន្ធ

ពន្ធលើប្រាក់ចំណូល

រចនាសម្ព័ន្ធច្បាប់ស្តីពីអាជីវកម្មនឹងកំណត់វិធីដែលអាជីវកម្ម ឬម្ចាស់អាជីវកម្មនឹងបង់ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលរបស់សហព័ន្ធ និងរដ្ឋលើប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុននោះ។ វាក៏នឹងកំណត់វិធីសាស្ត្រ និងពេលវេលានៅក្នុងការបង់ពន្ធជាន់ស្មានផងដែរ។

ប្រសិនបើអាជីវកម្មគឺជាសហគ្រាសឯកបុគ្គល ប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយពីសកម្មភាពអាជីវកម្មត្រូវបានរាយការណ៍នៅលើមួយ។ ឯកសារបន្ថែម IRS C និងរួមបញ្ចូលទាំងលិខិតប្រកាសពន្ធបុគ្គលទម្រង់ 1040 ។ ប្រាក់ចំណូលសុទ្ធពីអាជីវកម្ម (ប្រាក់ចំណូលដកការចំណាយ) នឹងត្រូវបង់ពន្ធតាមអត្រាពន្ធបុគ្គលរបស់ម្ចាស់។

ប្រសិនបើអាជីវកម្មគឺជាភាពជាដៃគូ ភាពជាដៃគូគឺតម្រូវឱ្យដាក់លិខិតប្រកាសពន្ធ IRS ទម្រង់ 1065។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ភាពជាដៃគូមិនមែនជាអង្គភាពជាប់ពន្ធទេ ហើយប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន «ហូរកាត់» លើទម្រង់បែបបទ K-1 របស់ IRS ដើម្បីរាយការណ៍អំពីប្រាក់ចំណូលបុគ្គលរបស់ដៃគូ។ ដូចគ្នានឹងសហគ្រាសឯកបុគ្គលដែរ ដៃគូត្រូវបានបង់ពន្ធតាមអត្រាពន្ធបុគ្គលរបស់ខ្លួន។

ប្រសិនបើអាជីវកម្មជាសាជីវកម្ម នោះវានឹងត្រូវដាក់លិខិតប្រកាសពន្ធសាជីវកម្ម។ ប្រសិនបើវាជា សារជីវកម្ម C វានឹងប្រើទម្រង់ IRS 1120 និងទទួលខុសត្រូវលើការបង់ពន្ធរបស់ខ្លួន។ ប្រសិនបើវាជាសារជីវកម្ម S ត្រូវតែដាក់ឯកសារ ទម្រង់ IRS 1120S ហើយដូចគ្នាទៅនឹងភាពជាដៃគូដែរ ប្រាក់ចំណូលរបស់សាជីវកម្មត្រូវបានរាយការណ៍លើប្រាក់ចំណេញបុគ្គលរបស់ម្ចាស់ហ៊ុន និងត្រូវបង់ពន្ធតាមអត្រាបុគ្គលរបស់ម្ចាស់ហ៊ុន។

ប្រសិនបើអាជីវកម្មគឺជាក្រុមហ៊ុនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត (LLC) អ្នកត្រូវតែជ្រើសរើសឱ្យជាប់ពន្ធជាអង្គភាពមួយក្នុងចំណោមអង្គភាពខាងលើ។ ឯកសារបន្ថែម C និងទម្រង់ 1120, 1120S និង K-1 អាចរកបាននៅលើវិបសាយចម្រើនរបស់ IRS នៅ www.irs.gov ។

**បញ្ហាក្នុងការរក្សាទុក
កំណត់ត្រា**

ពន្ធលើការលក់

អាជីវកម្មដែលកំពុងប្រតិបត្តិការនៅហូកហ្សឺដែលលក់ ឬជួលរបស់របរជាក់ស្តែងដល់អតិថិជនចុងក្រោយ (ឆ្កុយពីអ្នកលក់ដុំ) ត្រូវតែគោរពតាមបទប្បញ្ញត្តិរបស់នាយកដ្ឋានចំណូលហូកហ្សឺ ដែលរួមមានការប្រមូល និងបង់ថ្លៃលក់ និងការប្រើប្រាស់ពន្ធ។ អត្រាពន្ធលើការលក់ និងការប្រើប្រាស់នៅហូកហ្សឺគឺ បួនភាគរយ (4%) ។ លើសពីនេះទៀត ខោនធីភាគច្រើនបានអនុវត្តជម្រើសក្នុងស្រុករបស់ខ្លួន ដើម្បីបន្ថែមពន្ធសម្រាប់គម្រោងជាក់លាក់។ ការបន្ថែមពន្ធជាក់លាក់ទាំងនេះត្រូវបានគេស្គាល់ថាជា ពន្ធលើការលក់ជម្រើសក្នុងស្រុកដែលមានគោលបំណងពិសេស (SPLOST)។ លេខពន្ធលើការលក់ត្រូវបានទាមទារសម្រាប់អាជីវកម្មនីមួយៗមុនពេលបើក ។ លេខពន្ធលើការលក់ ក៏ដូចជាការណែនាំសម្រាប់ការប្រមូល រាយការណ៍ និងធ្វើប្រាក់ជូនរដ្ឋរៀងរាល់ខែ អាចទទួលបានពី៖

នាយកដ្ឋានចំណូលហូកហ្សឺ
ផ្នែកការលក់និងពន្ធពីការប្រើប្រាស់
<https://dor.georgia.gov/>

ពន្ធលើការងារ

អាជីវកម្មជាមួយនិយោជិតត្រូវបានតម្រូវឱ្យកាត់ពន្ធលើប្រាក់ចំណូលរដ្ឋ និងសហព័ន្ធពីប្រាក់បៀវត្សរបស់និយោជិតម្នាក់ៗ។ លើសពីនេះ ក្រុមហ៊ុនត្រូវកាត់ទុក និងផ្គូផ្គងការបង់ប្រាក់ធានារ៉ាប់រងសង្គមរបស់និយោជិត (6.2% នៃប្រាក់ឈ្នួលសរុប) និង Medicare (1.45% នៃប្រាក់ឈ្នួលសរុប)។ និយោជកត្រូវនឹងចំនួនទាំងនោះ ដែលសរុបចំនួន 7.65 ភាគរយនៃប្រាក់ឈ្នួលសរុបរបស់និយោជិត។ មានចំនួនអតិបរមានៃពន្ធសន្តិសុខសង្គមជារៀងរាល់ឆ្នាំ ប៉ុន្តែគ្មានដែនកំណត់លើពន្ធ Medicare ទេ ។ សូមមើលសារាចរ IRS E សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម ។

និយោជកដាក់ប្រាក់ពន្ធសន្តិសុខសង្គម ពន្ធ Medicare និងការទូទាត់ដែលត្រូវគ្នារបស់និយោជក បូកនឹងចំនួនពន្ធលើប្រាក់ចំណូលសហព័ន្ធ ដែលត្រូវបានកាត់ទុកពីនិយោជិតនៅក្នុងស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុដែលមានការអនុញ្ញាត (ធនាគារភាគច្រើន)។ ពេលវេលានៃការដាក់ប្រាក់គឺអាស្រ័យលើចំនួនប្រាក់បៀវត្សសរុបរបស់ក្រុមហ៊ុន។ Medicare និងពន្ធសន្តិសុខសង្គម (ទម្រង់ IRS 941) តម្រូវឱ្យមានលិខិតប្រកាសពន្ធប្រចាំត្រីមាស ដែលរាយបញ្ជីប្រាក់បញ្ញើដែលបានធ្វើឡើងនៅក្នុងត្រីមាសនោះ ហើយគណនាប្រសិនបើចំនួនបន្ថែមណាមួយដល់កំណត់។

និយោជកក៏អាចដាក់ប្រាក់ទូទាត់តាមអ៊ិនធឺណិត ដោយប្រើប្រព័ន្ធទូទាត់ពន្ធសហព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដោយឥតគិតថ្លៃ ឬ EFTPS ។ សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម សូមចូលទៅកាន់ <https://www.eftps.gov/eftps> ។

និយោជកក៏ទទួលខុសត្រូវចំពោះការបង់ពន្ធគ្មានការងារធ្វើរបស់សហព័ន្ធ និងរដ្ឋផងដែរ។ ចំនួនទឹកប្រាក់ទាំងនេះមិនត្រូវបានដកហូតពីនិយោជិតទេ ។ ការបង់ពន្ធលើការគ្មានការងារធ្វើរបស់សហព័ន្ធ (FUTA) ត្រូវបានរាយការណ៍នៅលើលិខិតប្រកាសពន្ធភាពគ្មានការងារធ្វើរបស់សហព័ន្ធប្រចាំឆ្នាំរបស់និយោជក ទម្រង់ IRS 940 ។



នាយកដ្ឋានការងារគ្រប់គ្រងពន្ធភាពអត់ការងារធ្វើរដ្ឋហ្សកហ្សឺ (SUTA) ១
អត្រាពន្ធគ្រប់គ្រងប្រយោជន៍សុខសង្គម ១ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ និយោជកថ្មី
ឬទើបថ្មីដែលគ្របដណ្តប់ត្រូវបានចាត់តាំងអត្រាពន្ធសរុបចំនួន 2.7
ភាគរយរហូតដល់ពួកគេមានសិទ្ធិទទួលបានការគណនាអត្រាដោយផ្អែកលើប្រវត្តិនៃការវាយតម្លៃបទពិសោ
ធន៍របស់ពួកគេ។ សូមទាក់ទងនាយកដ្ឋានការងារហ្សកហ្សឺតាមរយៈរូបសាយថ្មី
<http://www.dol.state.ga.us/em/> របស់ពួកគេ។

អាជីវកម្មថ្មីត្រូវតែបង់ប្រមាណតម្លៃពន្ធសរុបរបស់និយោជកនៅ 10.95 ភាគរយនៃប្រាក់ខែសរុប។
ភាគរយនេះរួមមាន សន្តិសុខសង្គម 6.2 ភាគរយ, Medicare 1.45 ភាគរយ, SUTA 2.7 ភាគរយ និង 0.6
ភាគរយ FUTA ។ អត្រាពន្ធ FUTA មាន .8 ភាគរយ ប៉ុន្តែការគិតថ្លៃបន្ថែម 2 ភាគរយបានផុតកំណត់
ដែលធ្វើឱ្យអត្រា .6 ភាគរយក្នុងឆ្នាំ 2012។ សូមពិនិត្យមើលរូបសាយថ្មី irs.gov និង ga.dor
ជាប្រចាំសម្រាប់ការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពពីអត្រា។

នៅចុងបញ្ចប់នៃឆ្នាំពន្ធ ប្រាក់ឈ្នួលរបស់និយោជិតទាំងអស់ និងការកាត់ទុកត្រូវតែរាយការណ៍ ទម្រង់ IRS
W-2។ ប្រសិនបើអាជីវកម្មបានប្រើអ្នកម៉ៅការងារករណ៍ ហើយពួកគេត្រូវបានបង់លើសពី \$600 ក្នុងមួយឆ្នាំ
ប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំរបស់ពួកគេត្រូវតែរាយការណ៍ក្នុង ទម្រង់ IRS 1099។

ការប្រាក់និងការពិន័យសំខាន់ៗ
នឹងត្រូវបានអនុវត្តប្រសិនបើអាជីវកម្មខកខានក្នុងការបង់កាតព្វកិច្ចពន្ធនិយោជិតរបស់ខ្លួននៅពេលនិងក្នុង
ចំនួនទឹកប្រាក់ដែលត្រូវបង់។

ពន្ធលើធ្វើការងារដោយខ្លួនឯង

សហគ្រាសឯកបុគ្គលដែលរាយការណ៍ពីប្រាក់ចំណេញនៅលើ *ឯកសារបន្ថែម IRS C*
តម្រូវឱ្យបង់ពន្ធលើការងារខ្លួនឯងលើប្រាក់ចំណេញនោះ។ ចំនួនទឹកប្រាក់នៃពន្ធលើការងារដោយខ្លួនឯងគឺ
15.3 ភាគរយនៃប្រាក់ចំណេញពីអាជីវកម្ម (ដូចគ្នានឹងចំនួនសរុបនៃការរួមចំណែកសន្តិសុខសង្គម និង
Medicare របស់និយោជក និងនិយោជិត)។ កម្មសិទ្ធិករតែម្នាក់គឺមិនត្រូវបានទទួលការកាត់ទុក ទម្រង់
IRS 941 ប៉ុន្តែពួកគេអាចត្រូវបានតម្រូវឱ្យដាក់ប្រាក់បញ្ញើនៃពន្ធសហព័ន្ធ
និងរដ្ឋប៉ាន់ស្មានដោយផ្អែកលើប្រាក់ចំណេញនៃអាជីវកម្ម។

ពន្ធលើអចលនទ្រព្យ

អាជីវកម្មដែលប្រតិបត្តិការនៅក្នុងប្រទេសហ្សកហ្សឺ
ត្រូវជាប់ពន្ធលើអចលនទ្រព្យឧបករណ៍និងសារពើភ័ណ្ណដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់អាជីវកម្មចាប់ពីថ្ងៃទី ១
ខែមករា រៀងរាល់ឆ្នាំ។ មន្ត្រីខោនធី ឬក្រុងក្នុងតំបន់កំណត់តម្លៃនៃអចលនទ្រព្យ
ហើយពួកគេកំណត់អត្រារបៀវារៈដែលត្រូវបានប្រើដើម្បីកំណត់ពន្ធដែលត្រូវបង់។
ពន្ធដែលអាជីវកម្មត្រូវបង់នឹងមានភាពខុសប្លែកគ្នាយ៉ាងខ្លាំង នៅទូទាំងក្រុង និងខោនធី។
ពន្ធលើអចលនទ្រព្យគឺជាការពិចារណាសំខាន់សម្រាប់អាជីវកម្ម ដែលមានការវិនិយោគធំៗ
នៅក្នុងសារពើភ័ណ្ណអចលនទ្រព្យឧបករណ៍។ ទាក់ទងស្នងការពន្ធប្រចាំខោនធី
និង/ឬក្រុងរបស់អ្នកសម្រាប់ព័ត៌មានលម្អិត។

**ការពិចារណា
បញ្ចប់ន្តែម**

ឯកសារគាំទ្រ

ប្រព័ន្ធរក្សាកំណត់ត្រាក្នុងត្រីមាសបញ្ចូលការសង្ខេបស្តីពីប្រតិបត្តិការ។
សៀវភៅគ្រូតែងការណ៍អំពីប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយសរុបឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។
ឯកសារគាំទ្រសមស្របត្រូវតែរក្សាទុកដើម្បីធ្វើឱ្យប្រតិបត្តិការសង្ខេប។ ឯកសារគាំទ្រមានប័ណ្ណលក់
វិក្កយបត្របង់ប្រាក់ វិក្កយបត្រ បង្កាន់ដៃ ប័ណ្ណដាក់ប្រាក់ និងមូលប្បទានបត្រដែលបានលុបចោល។

តើអ្នកត្រូវរក្សាកំណត់ត្រាបានយូរប៉ុណ្ណា?

យោងតាម IRS អ្នកត្រូវតែរក្សាកំណត់ត្រារបស់អ្នកឱ្យបានយូរ
ដរាបណាពួកគេអាចត្រូវការសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងការផ្តល់ណាមួយនៃក្រមប្រាក់ចំណូលផ្ទៃក្នុង។
ជាទូទៅនេះ មានន័យថា អ្នកត្រូវរក្សាទុកឯកសារដែលគាំទ្រនូវចំណូល
ឬការកាត់បន្ថយលើការត្រឡប់មកវិញ រហូតដល់ពេលកំណត់សម្រាប់ការត្រឡប់មកវិញនោះបានបញ្ចប់ ។
សម្រាប់ព័ត៌មានអំពីរយៈពេលកំណត់ សូមយោងទៅ *ការបោះពុម្ពផ្សាយ IRS 583* ។

ប្រសិនបើការប្រគល់ជូនវិញមិនត្រូវបានប្តឹង ឬការប្រគល់មកវិញត្រូវបានរកឃើញថាជាការក្លែងបន្លំនោះ
គ្មានរយៈពេលកំណត់ឡើយ។ សូមចងចាំថា
ទោះបីជាកំណត់ត្រាអាចលែងត្រូវការសម្រាប់គោលបំណងពន្ធក៏ដោយ
ប៉ុន្តែពួកគេអាចត្រូវការសម្រាប់គោលបំណងមិនមែនពន្ធ ដូចជាសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រង
ឬម្ចាស់បំណុលរបស់អ្នក។

តើអ្នកត្រូវការគណនេយ្យករទេ?

ទោះបីជាម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចមួយចំនួនមានបទពិសោធន៍ និងចំណេះដឹងអំពីបញ្ហាគណនេយ្យ
និងពន្ធក៏ដោយ ជារឿយៗវាមានសារៈសំខាន់ក្នុងការស្វែងរកជំនួយពីអ្នកជំនាញខាងក្រៅ។ នៅពេលព្យាយាម
យាមសម្រេចចិត្តលើគណនេយ្យករ ម្ចាស់អាជីវកម្មត្រូវតែពិចារណាលើជំនាញបច្ចេកទេស ជំនាញទំនាក់ទំនង
និងសមត្ថភាពក្នុងការឆ្លើយតបទាន់ពេលវេលារបស់គណនេយ្យករ។ ក្នុងដំណាក់កាលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម
គណនេយ្យករអាចជាឧបករណ៍សំខាន់ក្នុងការរៀបចំសៀវភៅ រួមទាំងការបង្កើតតារាងគណនី និងនីតិវិធីប្រតិបត្តិការស្តង់ដារសម្រាប់ដោះស្រាយតម្រូវការគណនេយ្យ។
ម្ចាស់អាជីវកម្មជាច្រើនត្រូវការជំនួយពីគណនេយ្យករដើម្បីត្រួតពិនិត្យអាជីវកម្មប្រចាំខែរហូតដល់
ម្ចាស់អាចគ្រប់គ្រងកំណត់ត្រាបានត្រឹមត្រូវ។ វាមានសារៈសំខាន់ជាពិសេសក្នុងការមានគណនេយ្យករជួយ
ក្នុងការកំណត់កាតព្វកិច្ចពន្ធ។ វិធីមួយដើម្បីស្វែងរកគណនេយ្យករដែលសមរម្យគឺត្រូវស្វែងរកការ
បញ្ជូនបន្តពីធនាគារវិក មេធាវី និងម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចផ្សេងទៀត។ ដើម្បីទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍
ជាអតិបរមានៃការមានគណនេយ្យករ ម្ចាស់អាជីវកម្មត្រូវតែទំនាក់ទំនងជាទៀងទាត់ និងផ្តល់ព័ត៌មានទាន់ពេលវេលា។
ស្វែងរកយុទ្ធសាស្ត្រពន្ធ និងដំបូន្មានពេញមួយឆ្នាំជំនួសឱ្យការរង់ចាំរហូតដល់ចុងឆ្នាំ។

ការធ្វើស្វ័យប្រវត្តិកម្មប្រព័ន្ធរក្សាកំណត់ត្រារបស់អ្នក

ការពិចារណា
បញ្ហាបន្ថែម

ម្ចាស់អាជីវកម្ម អាចជ្រើសរើសក្នុងចំណោមកញ្ចប់កម្មវិធីគណនេយ្យតម្លៃសមរម្យជាច្រើន ។ កម្មវិធីទាំងនេះជួយគ្រប់គ្រងកំណត់ត្រា

និងអាចផ្តល់លទ្ធភាពទទួលបានព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុយ៉ាងឆាប់រហ័សតាមរយៈរបាយការណ៍ជាច្រើន ។ ដើម្បីស្វែងរកការផ្គុំផ្គងសមស្រប កំណត់ថាតើព័ត៌មានប្រភេទ

ណាដែលត្រូវការសម្រាប់អាជីវកម្ម ហើយបន្ទាប់មកត្រូវគ្នានឹងតម្រូវការទាំងនេះទៅនឹងសមត្ថភាព ផ្នែកទន់ និងផ្នែករឹង។ ការជ្រើសរើសកម្មវិធីគណនេយ្យកុំព្យូទ័រអាចតម្រូវឱ្យមានជំនួយពីគណនេយ្យករ ។ គណនេយ្យករជាច្រើនចូលចិត្តធ្វើការជាមួយកម្មវិធីជាក់លាក់។ វាជាការប្រុងប្រយ័ត្នក្នុងការធ្វើឱ្យប្រាកដថា

គណនេយ្យករមានជំនាញជាមួយនឹងប្រភេទនៃកម្មវិធីដែលកំពុងត្រូវបានពិចារណា។ ម្យ៉ាងទៀត ម្ចាស់អាជីវកម្មត្រូវយល់ដឹងពីប្រព័ន្ធគណនេយ្យ។

តាមរយៈការរក្សាកំណត់ត្រាដ៏ទូលំទូលាយ និងត្រឹមត្រូវ ម្ចាស់អាជីវកម្មអាចកំណត់ថាតើគោលដៅហិរញ្ញវត្ថុ (និងផ្សេងទៀត) ត្រូវបានបំពេញឬអត់។ ការតាមដានវឌ្ឍនភាពគឺជាជំហានដំបូងក្នុងការរីកលូតលាស់អាជីវកម្មទៅជាស្ថាប័នដែលអាចប្រកួតប្រជែង និងប្រកួតប្រជែងបាន។ សកម្មភាពផ្សេងទៀតដែលចាំបាច់ក្នុងការរកសាងអាជីវកម្មត្រូវបានពិភាក្សានៅក្នុងជំពូកបន្ទាប់។

**ជំពូកទីប្រាំបី៖
គោលដៅអាជីវកម្មថ្មី**

ជំហានទី ៨៖ ជោគជ័យអាជីវកម្មថ្មី

ទ្វារបើកចំហរ។ អ្នកបានចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មីរបស់អ្នក។ ក្តីស្រមៃរបស់អាមេរិកគឺជារបស់អ្នក។ ប៉ុន្តែតើអ្នក ត្រៀមខ្លួនជាស្រេចដើម្បី បន្តធ្វើអាជីវកម្មឬនៅ? ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មជារៀងរាល់ៗហាក់ដូចជាងាយស្រួលបើប្រៀបធៀបទៅនឹងបញ្ហាប្រឈម ដែលអ្នកនឹងប្រឈមមុខនឹងការបន្តអាជីវកម្ម។ យោងតាមស្ថិតិចុងក្រោយបំផុតពីរដ្ឋបាលអាជីវកម្មខ្នាតតូចរបស់សហរដ្ឋអាមេរិក ក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុននិយោជកថ្មីចំនួន ៧ក្នុង ១០ អាចរស់បានយ៉ាងហោចណាស់ ២ ឆ្នាំហើយពាក់កណ្តាលអាចរស់បានយ៉ាងហោចណាស់ ៥ ឆ្នាំ ។⁶ គន្លឹះសំខាន់មួយដើម្បីទទួលបានជោគជ័យក្នុងអាជីវកម្មគឺ ដើម្បីធ្វើការលើអាជីវកម្មរបស់អ្នក ខណៈពេលដែលបន្តធ្វើការនៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។

ការថែទាំ គឺជារឿងសំខាន់សម្រាប់អាជីវកម្មថ្មីណាមួយ។ របស់ដែលមានតម្លៃរក្សាទុកភាគច្រើនត្រូវការការថែទាំខ្លះៗ។ ឧទាហរណ៍ ផ្ទះត្រូវលាបពណ៌ និងសម្អាត ហើយកាត់ស្មៅ។ រាងកាយរបស់យើងត្រូវការការហាត់ប្រាណ អាហារបំប៉ន និងសម្រាកឱ្យបានច្រើន។ ហើយថយន្តត្រូវមានការប្រែប្រួលប្រេងឥន្ធនៈ ប្រេងម៉ាស៊ីន និងការកែសម្រួល។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរ អាជីវកម្មរបស់អ្នកមិនអាចបន្តដំណើរការក្រោមបរិវេណ «ប្រសិនបើអ្នកសាងសង់វា ពួកវានឹងមក» ។ លើសពីនេះ គ្រឹះដីរឹងមាំមួយនឹងអាចឱ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នក (ផ្ទះ តូចៗ ឬប្រឌូ) ទប់ទល់នឹងការថយក្រោយដែលអាចកើតមានដោយសារអាយុ ឬកត្តាខាងក្រៅ ដូចជាសេដ្ឋកិច្ចធ្លាក់ចុះ ដៃគូប្រកួតប្រជែងថ្មី ឬការផ្លាស់ប្តូរប្រជាសាស្ត្រ។ ការធ្វើការជាប្រព័ន្ធលើអាជីវកម្មរបស់អ្នក និងការរក្សាឱ្យមានសុខភាពល្អនឹងផ្តល់នូវលទ្ធភាពកាន់តែច្រើនសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកក្នុងការទប់ទល់នឹងបញ្ហាប្រឈមទាំងនេះយ៉ាងគាប់ចិត្ត។

ទោះបីជាការផ្តោតអារម្មណ៍នៅក្នុងសៀវភៅម្តងទៀតនេះកំពុងចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មថ្មី បញ្ហាគ្រប់គ្រងទាំងនេះក៏ត្រូវការការពិចារណា ការសិក្សានាពេលអនាគត និងកម្មវិធីរបស់អ្នកផងដែរ។

ការធ្វើទីផ្សារ និងទំនាក់ទំនងសាធារណៈ

ការធ្វើទីផ្សារ គឺជាដំណើរការរួមបញ្ចូលគ្នាជាមួយនឹងសមាសធាតុស្រេចចិត្តជាច្រើន។ សមាសធាតុមួយចំនួនបង្ហាញថាមានប្រសិទ្ធភាពជាងសម្រាប់ប្រភេទអាជីវកម្មជាក់លាក់ ទីផ្សារជាក់លាក់ ឬនៅពេលវេលាជាក់លាក់។ ចងចាំថាទីផ្សារគឺជាសកម្មភាពដែលកំពុងបន្ត។ ទីផ្សារនេះមិនដែលស្ថិតស្ថេរទេ។ ដូច្នេះហើយ ទីផ្សារនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នកមិនគួរបញ្ចប់ឡើយ។

ការពិចារណាដ៏សំខាន់មួយទៀតគឺសារ ដែលអ្នកចង់បញ្ជូនទៅកាន់អតិថិជនសក្តានុពលរបស់អ្នក។ ភាពរស់រវើក ភាពច្បាស់លាស់ និងភាពស៊ីសង្វាក់គ្នាបង្កើតសារដ៏មានប្រសិទ្ធភាព ដែលអាចបង្កើតរូបភាពម៉ាកដ៏មានតម្លៃ។ Phillip Kotler នៃសាកលវិទ្យាល័យ Northwestern បានកំណត់ធាតុស្នូលនៃទីផ្សារដូចជា ផលិតផល តម្លៃ ទីកន្លែង និងការផ្សព្វផ្សាយ។ មានការប្រែប្រួលជាច្រើនលើប្រធានបទនេះក្នុងរយៈពេលជាច្រើនឆ្នាំ។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ រចនាសម្ព័ន្ធមូលដ្ឋាននេះនៅតែត្រូវបានទទួលយកយ៉ាងទូលំទូលាយ។ លើសពីនេះ យុទ្ធសាស្ត្រថ្មីៗក្នុងទីផ្សារនៅតែបន្តលេចចេញ ដូចជាទីផ្សារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម និងទីផ្សារដល់អតិថិជនតាមរយៈឧបករណ៍ចល័តដែលប្រើយ៉ាងទូលំទូលាយនាពេលបច្ចុប្បន្ន។ ការបន្តអនុវត្តវិធីសាស្ត្រថ្មីទាំងនេះ ហើយអនុវត្តវា នៅពេលដែលអាចអនុវត្តបាននឹងជំរុញកំណើន និងភាពរឹងមាំនៅក្នុងអាជីវកម្មបណ្តាក់ទុនរបស់អ្នក។ គោលបំណងទីផ្សារដែលបានបញ្ជាក់នៅក្នុងការសិក្សាលទ្ធភាពទីផ្សាររបស់អ្នកគួរតែត្រូវបានបញ្ចូលទៅក្នុងផែនការទីផ្សារ។

6. ការិយាល័យផ្នែកស្តីពី SBA ។ សំណួរដែលគេសួរញឹកញាប់អំពីអាជីវកម្មខ្នាតតូចឆ្នាំ 2021 www.advocacy.sba.gov/2021/11/03/frequently-asked-questions-about-small-business-2021/

ទំនាក់ទំនងសាធារណៈភ្ជាប់មកជាមួយ និងជួយផ្នែកទីផ្សារ
ដូចដែលវាសំដៅទៅលើការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអង្គការសាធារណៈទាំងអស់
ថាតើត្រូវជំរុញការលក់ ផ្ទេរព័ត៌មាន ឬពង្រឹងរូបភាព
ឬខ្ពស់ភាពសំខាន់សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ដូចជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម
និងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយដែលដឹកនាំដោយផ្ទៃក្នុងផ្សេងទៀត
សកម្មភាពទំនាក់ទំនងសាធារណៈអាចមានឥទ្ធិពលលើការយល់ឃើញនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក
ផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់វា ឬបុគ្គលិក។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ
ទស្សនិកជនសម្រាប់សកម្មភាពទំនាក់ទំនងសាធារណៈគឺទូលំទូលាយជាងមូលដ្ឋានអតិថិជន។
វារួមបញ្ចូលក្រុមដូចជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ស្ថាប័ននីតិប្បញ្ញត្តិ និងនិយតកម្ម និងក្រុមសហគមន៍
ដែលចំណាប់អារម្មណ៍លើអាជីវកម្មរបស់អ្នកអាចលើសពីថាតើពួកគេទិញអ្វីដែលអ្នកកំពុងលក់ឬ
អត់។ ខណៈពេលដែលសកម្មភាពទំនាក់ទំនងសាធារណៈអាចមិនមែនជាអាទិភាពកំពូល
សម្រាប់អាជីវកម្មថ្មី វាជាការសំខាន់ក្នុងការចាប់ផ្តើមគិតតាមបន្ទាត់ទាំងនេះ។
ក្នុងអំឡុងពេលនៃការជួសជុល ឬទិសដៅឡើងវិញ សកម្មភាពទំនាក់ទំនងសាធារណៈពីមុន
និងសកម្មភាពរបៀបវិបត្តិអាចកំណត់ថាតើអាជីវកម្មរបស់អ្នកបានជម្រះឧបសគ្គចំពោះភាពជោគ
ជ័យឬអត់។

**ការធ្វើទីផ្សារ
និងទំនាក់ទំនង
សាធារណៈ**

តម្រូវការប្រព័ន្ធរបស់យើងគួរតែស្របទៅនឹងអាជីវកម្មរបស់អ្នក។
ប្រភេទអាជីវកម្មផ្សេងៗគ្នានឹងត្រូវការឧបករណ៍ និងកម្មវិធីឯកទេស។ យ៉ាងហោចណាស់
ស្ទើរតែគ្រប់អាជីវកម្មទាំងអស់គួរតែធ្វើការរក្សាកំណត់ត្រាទាំងអស់តាមរយៈកុំព្យូទ័រ
ទាំងតាមរយៈសៀវភៅបញ្ជីសាមញ្ញ ឬតាមរយៈកម្មវិធីគណនេយ្យល្បីល្បាះ។

**ប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ
និងអ៊ីនធឺណិត**

សំណួរថ្ងៃនេះមិនមែនថាតើត្រូវប្រើអ៊ីនធឺណិតឬអត់នោះទេ
ប៉ុន្តែត្រូវប្រើវាសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកដោយរបៀបណា។ ប្រភេទអាជីវកម្ម ទីផ្សារ
និងគោលដៅជាក់លាក់នៃអាជីវកម្មរបស់អ្នកប៉ះពាល់ដល់វិសាលភាពដែលអ្នកគួរប្រើអ៊ីនធឺណិត
រួមទាំងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដូចជា Facebook, Twitter, LinkedIn ជាដើម។
ទីផ្សារតាមរយៈឧបករណ៍ចល័តក៏គួរត្រូវបានពិចារណាផងដែរ។
អ្នកប្រើប្រាស់ទូរសព្ទចល័តទៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមបានកើនឡើង 62 ភាគរយក្នុងឆ្នាំ
2011.⁷

អាជីវកម្មខ្នាតតូចយ៉ាងហោចណាស់គួរតែមានគេហទំព័រមូលដ្ឋានជាឧបករណ៍ផ្តល់ព័ត៌មានសម្រាប់
អតិថិជន និងសម្របសម្រួលវាជាមួយកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងទីផ្សារផ្សេងទៀត។
ការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិតសំខាន់ៗផ្សេងទៀតរួមមាន អ៊ីមែល ការទិញផលិតផល/សេវាកម្ម
ការធ្វើការស្រាវជ្រាវ ការចែករំលែកទិន្នន័យ អ៊ីនធឺណិត និងការជ្រើសរើសបុគ្គលិក។
ប្រសិនបើអ្នកកំពុងពិចារណាប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិតជាឧបករណ៍ចែកចាយបន្ថែម
អ្នកគួរតែចងចាំពីបទពិសោធន៍របស់សហគ្រិន Augusta ដ៏លេចធ្លោម្នាក់
ដែលបាននិយាយថាការខិតខំប្រឹងប្រែងនេះគឺស្មើនឹងការបើកអាជីវកម្មមួយផ្សេងទៀត។

ជំហានទី ៨៖ ជោគជ័យអាជីវកម្មថ្មី

សេវាអតិថិជន

អតិថិជនភាគតែងតែត្រឹមត្រូវ។ ពាក្យនេះនៅតែអនុវត្ត។ ការសិក្សាជាច្រើនបង្ហាញពីការពិតដែលថាអ្នកប្រើប្រាស់ចែករំលែកបទពិសោធន៍អវិជ្ជមាន 4 ទៅ 5 ដងច្រើនជាងបទពិសោធន៍វិជ្ជមាន។ ដូច្នេះ វានឹងតែងតែជាផលប្រយោជន៍ដ៏ល្អបំផុតនៃអាជីវកម្ម ដើម្បីប្រព្រឹត្តិចំពោះអតិថិជនដោយយុត្តិធម៌ និងស្មោះត្រង់។ ឧត្តមគតិនៃសេវាកម្មអតិថិជនបានរីករាលដាលដល់ *ទំនុកចិត្តរបស់អតិថិជន* និង*ភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន*។ ប៉ុន្តែចំណុចសំខាន់នៅក្នុងទស្សនវិជ្ជាទាំងអស់នេះជាមូលដ្ឋានដូចគ្នា៖ គ្រាន់តែអនុវត្តតាមច្បាប់មាស ដែលចែងថា (ក្នុងអាជីវកម្ម) ថាយើងគួរតែប្រព្រឹត្តិចំពោះអតិថិជនម្នាក់ៗ ដូចដែលយើងចង់បាន។ បទពិសោធន៍បានបង្រៀនអាជីវកម្មជាច្រើនថា ការសម្រេចចិត្តនៅកម្រិតនៃផលប៉ះពាល់ (ឧ. ដោយអ្នកតំណាងផ្នែកសេវាកម្មអតិថិជនដែលបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលយ៉ាងល្អ) គឺជាមធ្យោបាយដ៏មានប្រសិទ្ធភាពបំផុតក្នុងការបម្រើអតិថិជន។

ការគ្រប់គ្រង លំហូរសាច់ប្រាក់

សាច់ប្រាក់គឺជាជីវិតរបស់អាជីវកម្ម ហើយដូច្នេះលំហូរសាច់ប្រាក់ដែលមានសុខភាពល្អមានសារៈសំខាន់ចំពោះភាពជោគជ័យនៃអាជីវកម្មណាមួយ។ ការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់លើសពីការបកស្រាយតារាងតុល្យការទាមទារការយល់ដឹងស៊ីជម្រៅអំពីហិរញ្ញវត្ថុ ។ ឧទាហរណ៍ កង្វះដើមទុនធ្វើការអាចបណ្តាលឱ្យម្ចាស់អាជីវកម្មស្វែងរកឥណទាន។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ ការវិភាគបន្ថែមអំពីស្ថានភាពអាចបង្ហាញពីការទទួលយឺតយ៉ាវហួសហេតុ។ តាមរយៈនីតិវិធីប្រមូលប្រាក់កាន់តែតឹងរឹង លំហូរសាច់ប្រាក់កាន់តែងាយស្រួលអាចសម្រេចបាន។ សេណារីយ៉ូមួយទៀតអាចបង្ហាញថាលំហូរសាច់ប្រាក់កំពុងរងទុក្ខដោយសារប្រាក់ចំណេញដែលទាបជាងស្តង់ដារ រដ្ឋប្បវេណី។ តាមរយៈការដំឡើងតម្លៃ ក្រុមហ៊ុនបែបនេះអាចស្តារលំហូរសាច់ប្រាក់ដែលមានសុខភាពល្អឡើងវិញ។ ស្ថានភាពកំណើនខ្ពស់អាចដាក់ក្រុមហ៊ុនឱ្យស្ថិតក្នុងស្ថានភាពងាយរងគ្រោះ នៅពេលដែលពួកគេប្រជែងជាមួយជម្រើសវិនិយោគ។ គោលបំណងចុងក្រោយគឺដើម្បីបែងចែកសាច់ប្រាក់តាមវិធីណាមួយដែលនឹងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវស្ថេរភាពនៃ អាជីវកម្ម ។⁸

ការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក

វិមាត្រសក្តានុពលនៃភាពជាម្ចាស់អាជីវកម្មគឺការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក ។ ការបង្កើនចំនួននិយោជិតអាចឱ្យអាជីវកម្មរីកចម្រើនក្នុងលក្ខណៈកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព ដូចជាសំណុំជំនាញកាន់តែច្រើនត្រូវបានបន្ថែម។ នៅក្នុងអាជីវកម្មផ្នែកសេវាកម្ម បញ្ហាគ្រប់គ្រងបុគ្គលិកមានសារៈសំខាន់ជាពិសេស ដោយសារធនធានមនុស្សទាំងនេះគឺជាទ្រព្យសម្បត្តិសំខាន់បំផុត។ មានច្បាប់ជាច្រើនទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក ដើម្បីធានាបាននូវការប្រព្រឹត្តិដោយយុត្តិធម៌ និងសីលធម៌របស់បុគ្គល។ ក៏មានបទប្បញ្ញត្តិរបស់រដ្ឋាភិបាលទាក់ទងនឹងពន្ធលើប្រាក់បៀវត្សដែលត្រូវអនុវត្តតាម។

ការធ្វើផែនការ យុទ្ធសាស្ត្រ

ដូចដែលបានបញ្ជាក់នៅក្នុងសេចក្តីផ្តើមនៅក្នុងជំពូកនេះ ម្ចាស់អាជីវកម្មទាំងអស់ត្រូវចំណាយពេលខ្លះពីការងារនៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ ដើម្បីធ្វើការលើអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ វគ្គរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ផ្តល់ឱកាសដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំង វាយតម្លៃ និងកំណត់ថាតើអាជីវកម្មនេះត្រូវបានដឹកនាំតាមទិសដៅដែលម្ចាស់អាជីវកម្មចង់បានឬអត់។ វិប្បធានៈរួមគ្នាជាមួយនឹងអ្នកសម្របសម្រួលខាងក្រៅមិនចាំបាច់សម្រាប់វគ្គរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រប្រកប ដោយប្រសិទ្ធភាពទេ។ វាអាចចំណាយពេលតែពេលរសៀលប៉ុណ្ណោះ

⁸10 គន្លឹះសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់កាន់តែប្រសើរ៖ <http://quickbooks.intuit.com/r/financial-management/10-tips-managing-cash-flow> ។ របៀបគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់របស់អ្នកបានប្រសើរជាងមុន៖ <http://www.entrepreneur.com/article/66008> ។ ការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់៖ បច្ចេកទេស និងឧបករណ៍៖ <http://www.businessnewsdaily.com/4635-cash-flow-management.html>

ដោយគ្មានការរំខានក្នុងការពិនិត្យមើលរបាយការណ៍វឌ្ឍនភាព
ឬពេលខ្លះនៅក្រៅការិយាល័យជាមួយទីប្រឹក្សាដែលគួរឱ្យទុកចិត្តមួយចំនួន។
នៅទីបំផុតដំណើរការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រគួរតែសមស្របនៅក្នុង «វប្បធម៌ក្រុមហ៊ុន»
ដូច្នេះវាមិនមានភាពច្បាស់លាស់និងនាំឱ្យមានផែនការសម្រាប់សកម្មភាពនាពេលអនាគត។

**ការធ្វើផែនការ
យុទ្ធសាស្ត្រ**

សៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ

ការសន្និដ្ឋាន

ត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីគ្របដណ្តប់លើបញ្ហាជាមូលដ្ឋាននៃការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម ។
មានប្រភពព័ត៌មានជាច្រើនទៀតដែលអ្នកអាចរកឃើញថាមានប្រយោជន៍។

នៅក្នុងជំពូកចុងក្រោយគឺជាបញ្ជីសៀវភៅ អត្ថបទ និងរូបសាយចំ
ដែលអាចជាឯកសារយោងដ៏មានតម្លៃ។ លើសពីនេះ

មជ្ឈមណ្ឌលអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្មខ្នាតតូចហ្សកហ្សឺ
មានការិយាល័យជាច្រើនដែលមានទីតាំងនៅទូទាំងរដ្ឋ ដែលផ្តល់ការប្រឹក្សា ការអប់រំបន្ត
និងការស្រាវជ្រាវដល់សហគ្រិនហ្សកហ្សឺ។

ដោយមានការឧបត្ថម្ភពីរដ្ឋបាលអាជីវកម្មខ្នាតតូចរបស់សហរដ្ឋអាមេរិក
សាកលវិទ្យាល័យហ្សកហ្សឺ និងសាកលវិទ្យាល័យ និងមហាវិទ្យាល័យរដ្ឋផ្សេងទៀត
អ្នកប្រឹក្សាព្រឹត្តិសហវិទ្យាល័យរបស់យើងផ្តល់ជូននូវជំនាញយ៉ាងទូលំទូលាយជាមួយនឹងប្រវត្តិ
អាជីវកម្មផ្សេងៗ។

គោលបំណងរបស់អង្គការរបស់យើងគឺធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវសុខុមាលភាពសេដ្ឋកិច្ចរបស់ជនជាតិ
ហ្សកហ្សឺ តាមរយៈការគាំទ្រយ៉ាងទូលំទូលាយនៃភាពជាសហគ្រិន។
បញ្ជីនៃការិយាល័យរបស់យើងអាចរកបាននៅលើគម្របខាងក្រោយនៃសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ ។
ដើម្បីស្វែងយល់បន្ថែមអំពី UGA SBDC និងរបៀបដែលយើងអាចជួយអ្នក
និងអាជីវកម្មរបស់អ្នក សូមចូលទៅកាន់រូបសាយចំរបស់យើង។

រូបសាយចំ www.georgiasbdc.org ។

នៅក្នុងជំពូកទី 1 នៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះ វាត្រូវបានលើកឡើងថា
ពេលខ្លះវាត្រូវការសំណាងបន្តិច ដើម្បីជំរុញឱ្យទទួលបានជោគជ័យ។ ទ្រឹស្តីមួយទៀតចែងថា
សំណាងតែងតែរកឃើញអ្នកដែលត្រៀមខ្លួនច្រើនបំផុត។ ដូច្នេះ ប្រសិនបើ UGA SBDC
អាចជាជំនួយបន្ថែមជាមួយការខិតខំប្រឹងប្រែងសហគ្រិនរបស់អ្នក សូមប្រាប់ពួកយើងឱ្យដឹង។
ជោគជ័យរបស់អ្នកគឺជាជោគជ័យរបស់យើង!

**ជំពូកទីប្រាំបួន៖
ធនធាន**

**ធនធានជាទម្រង់
បោះពុម្ព**

សៀវភៅចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម

ចំណងជើង៖ ចាប់ផ្តើម និង ដំណើរការ អាជីវកម្ម នៅហ្សូកហ្សឺ
អ្នកនិពន្ធ៖ Jenkins, Michael D.
Kindle Book នៅលើ Amazon.com

ចំណងជើង៖ ចាប់ផ្តើមតូច បញ្ចប់ទៅធំ៖ មេរៀនសំខាន់ៗដប់ប្រាំដើម្បីចាប់ផ្តើម
និងដំណើរការអាជីវកម្មជោគជ័យរបស់អ្នកផ្ទាល់
អ្នកនិពន្ធ៖ Deluca, Fred | Hayes, John Phillip
Mandevilla Press, ឆ្នាំ 2012

ចំណងជើង៖ ផែនការអាជីវកម្មជោគជ័យ៖ អាថ៌កំបាំង និងយុទ្ធសាស្ត្រ
និពន្ធដោយ៖ Abrams, Rhonda M.
Planning Shop, មិថុនា 2014

ចំណងជើង៖ សង្ខេប៖ ហានិភ័យទាប រង្វាន់ខ្ពស់៖ ការចាប់ផ្តើម
និងរីកចម្រើនអាជីវកម្មរបស់អ្នកជាមួយនឹងហានិភ័យតិចតួចបំផុត
អ្នកនិពន្ធ៖ Reiss, Bob | Cruikshank, Jeffery L. Business
News Publishing, កញ្ញា 2014

ចំណងជើង៖ ការចាប់ផ្តើមបច្ចេកវិទ្យាខ្ពស់៖
សៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍ពេញលេញសម្រាប់ការបង្កើតក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាខ្ពស់ថ្មីដែលទ
ទទួលបានជោគជ័យ
អ្នកនិពន្ធ៖ Nesheim, John L.
La Dépêche, មីនា 2000

ចំណងជើង៖ ពន្ធអាជីវកម្មខ្នាតតូច J.K. Lesser 2016៖
មគ្គុទ្ទេសក៍ពេញលេញរបស់អ្នកទៅកាន់បន្ទាត់ខាងក្រោមកាន់តែប្រសើរ
អ្នកនិពន្ធ៖ អ៊ុំ
Weltman, Barbara
J. Wiley និងកូនប្រុស, 2016

ចំណងជើង៖ ជំហានដើម្បីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មខ្នាតតូច៖
អ្វីគ្រប់យ៉ាងដែលអ្នកត្រូវដឹងដើម្បីប្រែក្លាយគំនិតរបស់អ្នកទៅជាអាជីវកម្មជោគជ័យ
(សេរីយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មខ្នាតតូច)
អ្នកនិពន្ធ៖ Pinson, Linda
Out of Your Mind...And Into the Mark, ឧសភា 2014

ចំណងជើង៖ សហគ្រាសអាជីវកម្មថ្មីនិងសហគ្រិន
អ្នកនិពន្ធ៖ Stevenson, Howard H. [et.al]
អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ៖ Irwin McGraw-Hill, 2006

ចំណងជើង៖ SmartStart-របៀបចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មនៅហ្សូកហ្សឺ
អ្នកនិពន្ធ/
អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ៖ Entrepreneur Press, 2007

**ធនធានជាទម្រង់
បោះពុម្ព**

សៀវភៅយោង

ចំណងជើង៖ ប្រព័ន្ធចំណាត់ថ្នាក់ឧស្សាហកម្មអាមេរិកខាងជើង
អ្នកនិពន្ធ/ អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ៖ ការិយាល័យគ្រប់គ្រងនិងថវិកាសហរដ្ឋអាមេរិក

ចំណងជើង៖ សង្ខេបស្ថិតិរបស់សហរដ្ឋអាមេរិកឆ្នាំ 2012-2013៖ សៀវភៅទិន្នន័យជាតិ
អ្នកនិពន្ធ៖ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មសហរដ្ឋអាមេរិក
អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ៖ Skyhorse Publishing, កក្កដា 2012

ចំណងជើង៖ ការសិក្សាផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនៃអាជីវកម្មខ្នាតតូច បោះពុម្ពលើកទី 29
អ្នកនិពន្ធ/ អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ៖ សហការីស្រាវជ្រាវហិរញ្ញវត្ថុ ឆ្នាំ 2006

ចំណងជើង៖ បញ្ជីឈ្មោះនៅក្នុងការបោះពុម្ព៖ មគ្គុទ្ទេសក៍ពិពណ៌នាអំពីបញ្ជីឈ្មោះបោះពុម្ព និងមិនបោះពុម្ព មគ្គុទ្ទេសក៍របស់អ្នកទិញ មគ្គុទ្ទេសក៍របស់អ្នកទិញ បញ្ជីឈ្មោះ និងបញ្ជីអាសយដ្ឋានផ្សេងទៀតគ្រប់ប្រភេទ
អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ៖ Gale Research, មីនា, 2016

ចំណងជើង៖ ផលិតកម្ម និង ការចែកចាយ សហរដ្ឋអាមេរិក
អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ៖ Gale Research, វិច្ឆិកា, 2014

ចំណងជើង៖ បទដ្ឋានឧស្សាហកម្ម និងសមាមាត្រអាជីវកម្មសំខាន់ៗ ឆ្នាំ 2014
អ្នកបោះពុម្ព៖ Dun & Bradstreet Information

ចំណងជើង៖ សព្វវចនាធិប្បាយសមាគម៖ អង្គការជាតិនៃសហរដ្ឋអាមេរិក
អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ៖ Gale Research, មីនា, 2016

ចំណងជើង៖ សៀវភៅប្រភពអាជីវកម្មខ្នាតតូច៖ ធនធានរបស់សហគ្រិន
អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ៖ Gale Research, កុម្ភៈ, 2016

ចំណងជើង៖ អ្នករាយការណ៍ភាគហ៊ុនទីផ្សារ៖ ការប្រមូលប្រចាំឆ្នាំស្តីពីទិន្នន័យភាគហ៊ុនទីផ្សារដែលបានរាយការណ៍អំពីក្រុមហ៊ុន ផលិតផល និងសេវាកម្ម
អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ៖ Gale Research, កញ្ញា, 2015

ចំណងជើង៖ មគ្គុទ្ទេសក៍ខោនធីហ្សកហ្សឺឆ្នាំ 2015
អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ៖ Cooperative Extension Service និង Carl Vinson Institute of Government, សាកលវិទ្យាល័យហ្សកហ្សឺ

ឧបសម្ព័ន្ធ

**ការស្ទង់មតិតាមទូរសព្ទគំរូ
សម្រាប់សេវាកម្មឧស្សាហកម្មថ្មី**

សួស្តី ខ្ញុំអាចនិយាយជាមួយ (ឈ្មោះទំនាក់ទំនង) ។

សួស្តី ដោយសារ (អ្នកសម្ភាសន៍) កំពុងហៅទូរសព្ទពី (ក្រុមហ៊ុនស្រាវជ្រាវ)។ យើងកំពុងធ្វើការសិក្សាខ្លីមួយអំពីអ្នកឯកទេសលទ្ធកម្ម ហើយយើងចង់សួរអ្នកនូវសំណួរមួយចំនួននៅថ្ងៃនេះអំពីកន្លែងរបស់អ្នក។ តើអ្នកមានពេលប៉ុន្មាននាទីដើម្បីឆ្លើយសំណួរខ្លះទេ?

[សំណួរគួរតែចំណាយពេលប្រហែល ៥ នាទីប៉ុណ្ណោះ – យើងចង់ស្វែងយល់អំពីតម្រូវការរបស់អ្នកក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការកែលម្អប្រតិបត្តិការ និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពតាមរយៈកម្មវិធីថ្មី។]

1. បាទ/ចាស (បន្ត)
2. ទេ (តើពេលវេលាល្អប្រសើរជាងពេលណាដែលអ្នកអាចមានប្រហែល ៥ នាទី?)

មុនពេលយើងចាប់ផ្តើម ខ្ញុំចង់ប្រាប់អ្នកថារាល់ព័ត៌មានដែលអ្នកផ្តល់នឹងត្រូវរក្សាទុកជាការសម្ងាត់យ៉ាងតឹងរ៉ឹង។ ការសិក្សានេះគឺស្ម័គ្រចិត្តទាំងស្រុង ហើយឈ្មោះរបស់អ្នក ឬឈ្មោះអាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងមិនត្រូវបានភ្ជាប់ជាលក្ខណៈបុគ្គលទៅនឹងព័ត៌មានណាមួយដែលអ្នកផ្តល់នោះទេ។ អ្នកគ្រប់គ្រងរបស់ខ្ញុំអាចស្តាប់ផ្នែកមួយនៃបទសម្ភាសន៍សម្រាប់គោលបំណងត្រួតពិនិត្យគុណភាពផងដែរ ។

Q1 _____ មួយ _____ ក្នុងចំណោមអ្នកលក់កម្មវិធីខាងក្រោម តើអ្នកនឹងចាត់ថ្នាក់មួយណាថាជាអ្នកមានចំណែកទីផ្សារដែលគេសង្កេតឃើញច្រើនជាងគេនៅលើទីផ្សារនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ?

[អ្នកសម្ភាសន៍៖ អានចម្លើយ]

1. អ្នកប្រកួតប្រជែងទី ១ (រំលងទៅសំណួរទី ២)
2. អ្នកប្រកួតប្រជែងទី ២ (រំលងទៅសំណួរទី ២)
3. អ្នកប្រកួតប្រជែងទី ៣ (រំលងទៅសំណួរទី ២)
4. អ្នកប្រកួតប្រជែងទី ៤ (រំលងទៅសំណួរទី ២)
5. អ្នកប្រកួតប្រជែងទី ៥ (រំលងទៅសំណួរទី ២)
6. ផ្សេងទៀត (បញ្ជាក់) (រំលងទៅសំណួរទី ២)
7. កុំប្រើប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ
9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ (រំលងទៅសំណួរទី 2)

Q1.1 – ហេតុអ្វីបានជាអ្នកមិនប្រើប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ?

1. [បញ្ចូលចម្លើយ] _____

9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q1.2 – តើអ្នករំពឹងថានឹងប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រនាពេលអនាគតដែរឬទេ?

1. បាទ/ចាស (ហេតុអ្វី? 1. [បញ្ចូលចម្លើយ] _____

2. ទេ (ហេតុអ្វី? 1. [បញ្ចូលចម្លើយ]

9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

[រំលងទៅ Q13]

Q2 - តើអ្នកលក់មួយណាក្នុងចំណោមអ្នកលក់ទាំងនេះ តើអ្នកនឹងដាក់ចំណាត់ថ្នាក់ថាមានអតិថិជនច្រើនជាងគេបំផុតដែរឬទេ?

- 1. គូប្រកួតប្រជែង ១ ១ – មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ
- 2. គូប្រកួតប្រជែង ២
- 3. គូប្រកួតប្រជែង ៣
- 4. គូប្រកួតប្រជែង ៤
- 5. គូប្រកួតប្រជែង 5

Q3 – ក្នុងចំណោមផលិតផលស្នូលដែលអ្នកមានបទពិសោធផ្ទាល់ខ្លួន តើអ្នកលក់មួយណាដែលអ្នកចាត់ថ្នាក់ថាមានលក្ខណៈអំណោយផលបំផុតដោយផ្អែកលើភាពជឿជាក់នៃផលិតផល?

- 1. គូប្រកួតប្រជែង ១ ១ – មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ
- 2. គូប្រកួតប្រជែង ២
- 3. គូប្រកួតប្រជែង ៣
- 4. គូប្រកួតប្រជែង ៤
- 5. គូប្រកួតប្រជែង ៥

Q4 – ក្នុងចំណោមសេវាកម្មគាំទ្រអតិថិជនរបស់អ្នកលក់ដូចគ្នានេះ តើអ្នកនឹងចាត់ថ្នាក់មួយណាដែលអំណោយផលបំផុត?

- 1. គូប្រកួតប្រជែង ១
- 2. គូប្រកួតប្រជែង ២
- 3. គូប្រកួតប្រជែង ៣
- 4. គូប្រកួតប្រជែង ៤
- 5. គូប្រកួតប្រជែង ៥

Q5 – ក្នុងចំណោមសេចក្តីថ្លែងការណ៍ខាងក្រោម តើអ្វីទៅជាចំណាប់អារម្មណ៍អវិជ្ជមានបំផុតរបស់អ្នកចំពោះកម្មវិធីដែលអ្នកកំពុងប្រើ?

- 1. ងាយស្រួលប្រើ ១ – មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ
- 2. វាធ្វើអ្វីៗទាំងអស់ដោយស្វ័យប្រវត្តិ
- 3. វាធ្វើឱ្យប្រតិបត្តិការមិនសូវស្មុគស្មាញ
- 4. ខ្ញុំអាចទទួលបានការងារបន្ថែមទៀតដែលសម្រេចបាន
- 5. ប្រតិបត្តិការកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព
- 6. ផ្សេងទៀត (ផ្តល់ជូនដោយអ្នកឆ្លើយតប) _____

Q6 – ក្នុងចំណោមសេចក្តីថ្លែងការណ៍ខាងក្រោម តើមួយណាដែលជិតស្និទ្ធបំផុតទៅនឹងចំណាប់អារម្មណ៍អវិជ្ជមានខ្លាំងបំផុតរបស់អ្នកអំពីកម្មវិធីដែលអ្នកបានប្រើ?

- 1. វាត្រូវការសញ្ញាបត្រវិទ្យាសាស្ត្រកុំព្យូទ័រដើម្បីដំណើរការ
- 2. បង្កើតការងារជាបន្តបន្ទាប់ព្រោះវាមិនសមស្របនឹងអាជីវកម្មរបស់យើង
- 3. ជីវិតកាន់តែងាយស្រួលជាមួយនឹងទម្រង់ក្រដាស
- 4. ខ្ញុំចំណាយពេលទាំងអស់នៅកុំព្យូទ័រ ១ – មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ
- 5. ខ្ញុំកំពុងរងទុក្ខដោយសារការផ្ទុកព័ត៌មានលើសកម្រិត
- 6. អ្នកណាដឹងថាតើវាប្រសើរឡើងអ្វី
- 7. ផ្សេងទៀត (ផ្តល់ជូនដោយអ្នកឆ្លើយតប)

ឧបសម្ព័ន្ធ

Q7 – ប្រសិនបើអ្នកអាចផ្លាស់ប្តូរអ្វីមួយអំពីសូហ្វវែររបស់អ្នក តើអ្នកនឹង..... (អានចម្លើយ)

1. បង្កើនស្វ័យប្រវត្តិកម្ម
2. បន្ថយស្វ័យប្រវត្តិកម្ម
3. បន្ថែមមុខងារ [តើអ្នកនឹងបន្ថែមមុខងារដោយរបៀបណា?] _____
4. កាត់បន្ថយមុខងារ [តើអ្នកនឹងកាត់បន្ថយមុខងារយ៉ាងដូចម្តេច?] _____
5. បោះកម្មវិធីទាំងមូលចេញ ហើយត្រលប់ទៅក្រដាសវិញ។
6. ផ្សេងទៀត [ផ្តល់ជូនដោយអ្នកឆ្លើយតប] _____
9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q8 – តើទិដ្ឋភាពណាមួយនៃកម្មវិធីខាងក្រោមដែលអ្នកចាត់ថ្នាក់ថាមានប្រយោជន៍បំផុត? (អានចម្លើយ)

1. ភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់ ឬយ៉ាងហោចណាស់មានភាពងាយស្រួលដូចការសរសេរនៅលើទម្រង់ក្រដាស
2. ក្លាយជា 'ពេលវេលាពិត
3. កាត់បន្ថយពេលវេលាក្តារចុច ដូចជាការបញ្ចូលទិន្នន័យ ឬអនុវត្តកិច្ចការណាមួយ។
4. បច្ចេកវិទ្យាឧបករណ៍យូរវែង ឬការិយាល័យក្រដាសតិចជាង
5. ការរាយការណ៍កាន់តែងាយស្រួល និងតាមតម្រូវការ
9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q9 - ប្រសិនបើអ្នកបានបង្កើតប្រព័ន្ធដ៏ល្អរបស់អ្នក តើអ្នកនឹង

1. បំប្លែងទៅប្រព័ន្ធថ្មី។
2. កែប្រែប្រព័ន្ធដែលមានស្រាប់របស់អ្នក។
3. បង្កើតការងារជុំវិញបន្ថែមទៀតជាមួយប្រព័ន្ធដែលមានស្រាប់ ដើម្បីទទួលបានប្រសិទ្ធភាពដែលចង់បាន
4. គ្រាន់តែបន្តជាមួយប្រព័ន្ធបច្ចុប្បន្នប្រសិនបើវាមិនអាចកែប្រែបាន។
5. ចាប់ផ្តើមក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកព្រោះអ្វីៗផ្សេងទៀតត្រូវបានសាកល្បងពីមុន
6. ផ្សេងទៀត [ផ្តល់ជូនដោយអ្នកឆ្លើយតប] _____
9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q10 – តើសេវាកម្មអតិថិជនដែលមានស្រាប់សម្រាប់កម្មវិធីរបស់អ្នកផ្តល់ការគាំទ្រដ៏ល្អឥតខ្ចោះ ការគាំទ្រល្អ ការគាំទ្រគ្រប់គ្រាន់ ការគាំទ្រមិនល្អ ឬគ្មានការគាំទ្រទេ?

1. ល្អខ្លាំង
2. ល្អ
3. គ្រប់គ្រាន់
4. អន់
5. គ្មានការគាំទ្រ
9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q 11 – តើអ្នកចាត់ទុកកម្រិតនៃសេវាកម្មដែលអ្នកទទួលបានថាជាអ្វី? តើអ្នកនឹងនិយាយថាទំហំនៃអ្នកលក់របស់អ្នក
ធនធានរបស់អ្នកលក់របស់អ្នក ជំនាញរបស់អ្នកលក់ ការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់អ្នកលក់របស់អ្នក
ឬទំហំនៃក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកទាក់ទងនឹងអតិថិជនផ្សេងទៀតរបស់អ្នកលក់របស់អ្នកដែរឬទេ?

1. ទំហំអ្នកលក់
2. ធនធានរបស់អ្នកលក់
3. ជំនាញរបស់អ្នកលក់
4. ការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់អ្នកលក់
5. ទំហំនៃក្រុមហ៊ុនទាក់ទងនឹងអតិថិជនផ្សេងទៀតរបស់អ្នកលក់
6. ផ្សេងទៀត [ផ្តល់ជូនដោយអ្នកឆ្លើយតប]_____

9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q 12 – តើអ្នកប្រើមួយណាខាងក្រោមដើម្បីស្វែងរកព័ត៌មានអំពីផលិតផលកម្មវិធីថ្មីៗ?

12.1 – តើអ្នកប្រើចំណេះដឹងពីពាក្យសំដីដែរឬទេ?

1. បាទ/ចាស
2. ទេ

9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

12.2 – តើអ្នកទទួលបានព័ត៌មានពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មទស្សនាវដ្តីពាណិជ្ជកម្មទេ?

1. បាទ/ចាស [បញ្ជាក់ឈ្មោះ: MAG]
2. ទេ

9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

12.3 – តើអ្នកទទួលបានព័ត៌មានពីកម្មវិធីពាណិជ្ជកម្មដែរឬទេ?

1. [បញ្ជាក់ឈ្មោះពិពណ៌នាពាណិជ្ជកម្ម]_____
2. ទេ

9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q 12.4 – តើអ្នកទទួលបានព័ត៌មានពីអ្នកតំណាងផ្នែកលក់ដែរឬទេ?

1. បាទ/ចាស [តើក្រុមហ៊ុនទាំងនោះជាអ្នកតំណាងមកពីណា]_____
2. ទេ

9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q 12.5 – តើមានប្រភពផ្សេងទៀតដែលអ្នកទទួលបានព័ត៌មានអំពីផលិតផលកម្មវិធីដែរឬទេ?

1. បាទ/ចាស [តើប្រភពនោះជាអ្វី]_____
2. ទេ

8. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

ឧបសម្ព័ន្ធ

Q 13 – តើកន្លែងរបស់អ្នកនឹងមានឆន្ទៈបង់ប្រាក់ប៉ុន្មានសម្រាប់ប្រព័ន្ធចី?

_____ ដុល្លារ [ជួរ 0 - \$999,995]

999,995 – 999,995 ឬច្រើនជាងនេះ

999,996 – មិនអាចអនុវត្តបាន

999,999 – មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q 13.1 - តើអ្វីជាដែនកំណត់ ឬកម្រិតប្រាក់ដុល្លាររបស់នាយកដ្ឋានរបស់អ្នកសម្រាប់ការទិញដោយមិនចាំបាច់ឆ្លងកាត់ការដកស្រង់ផ្លូវការ
ការប្រកួតប្រជែង ឬដំណើរការដេញថ្លៃជាផ្លូវការ?

_____ ដុល្លារ [ចន្លោះពី 0 - \$ 999,995]

999,995 – 999,995 ឬច្រើនជាងនេះ

999,996 – មិនអាចអនុវត្តបាន

999,999 – មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q 14 – តើអ្នកចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការជួលកម្មវិធីដែលមានមូលដ្ឋានលើកម្មវិធីតាមរយៈគេហទំព័រជុំវិញពិភពលោកដែរឬទេ?

1. បាទ/ចាស។
2. ទេ
9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q 15 – តើអ្នកចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឧបករណ៍យូរដៃឥតខ្សែ ដើម្បីកាត់ត្រាការងារនៅក្នុងវិស័យនេះទេ?

1. បាទ/ចាស [ឬប្រើវារួចហើយ]
2. ទេ
9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q 16 - តើនាយកដ្ឋានរបស់អ្នកមាននាយកដ្ឋានផែនការដាច់ដោយឡែកដែលធ្វើការសម្រេចចិត្តទិញសម្រាប់កន្លែងរបស់អ្នកទេ?

1. បាទ/ចាស
2. ទេ [រំលងសំណួរទី 17]
9. មិនដឹង/គ្មានចម្លើយ

Q 17 – តើអ្នកមានមតិយោបល់ផ្សេងទៀតដែលអ្នកមានអារម្មណ៍ថាអាចមានឥទ្ធិពលលើអ្នកលក់ដើម្បីកែលម្អស្នូលវែរដែរឬទេ

ផលិតផលឬសេវាកម្ម? [ប្រសិនបើបាទ/ចាស សូមបញ្ចូលមតិយោបល់]

Q 18 - នោះជាសំណួរទាំងអស់ដែលខ្ញុំមាន ហើយខ្ញុំពេញចិត្តចំពោះជំនួយរបស់អ្នកនៅថ្ងៃនេះ។

តើអាចទៅរួចសម្រាប់នរណាម្នាក់អាចហៅត្រឡប់មកវិញនៅពេលក្រោយប្រសិនបើយើងមានសំណួរផ្សេងទៀត?

1. បាទ អាចហៅមកវិញបាន។
2. ទេ កុំហៅត្រឡប់មកវិញ [បញ្ចប់ការសម្ភាសន៍]

Q 19 – តើខ្ញុំអាចដាក់ឈ្មោះរបស់អ្នក [FIRST និង LAST] និងលេខទូរសព្ទ ដូច្នោះយើងអាចសុំអ្នកបាន។

1. បាទ/ចាស [បញ្ចូលឈ្មោះ] _____
[បញ្ចូលលេខទូរសព្ទ] _____
2. ទេ

អរគុណសម្រាប់ជំនួយរបស់អ្នកនៅថ្ងៃនេះ។
ការឆ្លើយតបរបស់អ្នកនឹងជួយយើងឱ្យយល់កាន់តែច្បាស់ពីតម្រូវការរបស់សម្រួលផ្សេងៗ។
លាហើយ

ឧបសម្ព័ន្ធ

កម្រងសំណួរលទ្ធភាពស្តីពីសំបុត្រគំរូ កិច្ចការវាយកូនបាល់ និងកន្លែងហាត់ប្រាណ

សួស្តី ខ្ញុំឈ្មោះ _____ ហើយខ្ញុំនៅជាមួយ _____ ជាក្រុមហ៊ុនបោះឆ្នោតក្នុងស្រុក។
យើងកំពុងធ្វើការសិក្សាលើ

ការចូលរួមកិច្ចការវាយកូនបាល់នៅតំបន់អាក្នុងតា។ តើខ្ញុំអាចនិយាយជាមួយមនុស្សពេញវ័យក្នុងគ្រួសារបានទេ?

បាទ/ចាស ==> (នៅពេលភ្ជាប់ឡើងវិញណែនាំខ្លួនឯងនិងគោលបំណងនៃការសិក្សា ។)

ទេ ==> តើពេលណាជាពេលល្អដើម្បីហៅគាត់មកវិញ?

កាលបរិច្ឆេទ៖ _____

វេលា៖ _____

Q1. តើអ្នក ឬសមាជិកគ្រួសាររបស់អ្នកលេងកិច្ចការវាយកូនបាល់ញឹកញាប់ប៉ុណ្ណា?

_____ មិនដែល

_____ ម្តងក្នុងមួយខែ ឬតិចជាងនេះ

_____ 2-3 ដងក្នុងមួយខែ

_____ ម្តងក្នុងមួយសប្តាហ៍ ឬច្រើនជាងនេះ

Q2. តើបច្ចុប្បន្នអ្នកជាសមាជិកនៃ ...→មួយណា?

_____ ផ្នែកវាយកូនបាល់? _____

_____ ក្លឹបវាយកូនបាល់? _____

_____ ក្លឹបប្រទេស? _____

_____ មជ្ឈមណ្ឌលកាយសម្បទា/សុខស្មារតី? _____

_____ មិនមាន/មិនអាចអនុវត្តបាន (ទៅកាន់ Q. 10)

Q3. តើអ្នកចូលចិត្តអ្វីជាងគេអំពីកិច្ចការវាយកូនបាល់ (ផ្នែករង/ក្លឹប/មជ្ឈមណ្ឌល) ដែលអ្នកជាសមាជិក?

Q4. តើអ្នកមិនចូលចិត្តអ្វីខ្លះអំពីកិច្ចការវាយកូនបាល់ (ផ្នែករង/ក្លឹប/មជ្ឈមណ្ឌល) ដែលអ្នកជាសមាជិក?

Q5. ប្រសិនបើអ្នកអាចផ្លាស់ប្តូររឿងមួយអំពីកិច្ចការវាយកូនបាល់ (ផ្នែករង/ក្លឹប/មជ្ឈមណ្ឌល) ដែលអ្នកជាសមាជិក តើនោះនឹងទៅជាយ៉ាងណា?

Q6. តើថ្លៃសមាជិកភាពប្រចាំខែប៉ុន្មានសម្រាប់កីឡាវាយកូនបាល់ (ផ្នែករង/ក្លឹប/មជ្ឈមណ្ឌល) ដែលអ្នកជាកម្មសិទ្ធិ?

- _____ តិចជាង \$100 _____ \$150 - \$179
- _____ \$100 - \$129 _____ \$180 - \$200
- _____ \$130 - \$149 _____ ច្រើនជាង \$200

Q7. ហើយតើមានការចាប់ផ្តើម ឬថ្លៃសមាជិកភាពណាមួយដើម្បីចូលរួមដែរឬទេ?

_____ បាទ/ចាស ==> សូមពិពណ៌នា៖ _____

_____ ទេ

Q8. តើការបង់ថ្លៃទាំងនេះជាផ្នែកមួយនៃកិច្ចព្រមព្រៀងកញ្ចប់ ឧទាហរណ៍ គម្រោងគ្រួសារ ឬពេលវេលាកំណត់ពិសេសមែនទេ?

_____ បាទ/ចាស ==> សូមពិពណ៌នា៖ _____

_____ ទេ

Q9. ឥឡូវនេះខ្ញុំនឹងអានឱ្យអ្នកនូវបញ្ជីលក្ខណៈពិសេសខ្លីៗ ហើយខ្ញុំចង់ឱ្យអ្នកប្រាប់ខ្ញុំថាតើទាំងនេះត្រូវបានផ្តល់ជូននៅកីឡាវាយកូនបាល់របស់អ្នក (ផ្នែករង/ក្លឹប/មជ្ឈមណ្ឌល)។ (ពិនិត្យមើលតែចម្លើយវិជ្ជមានប៉ុណ្ណោះ)

- | | |
|---|--|
| _____ បរិក្ខារ Nautilus | _____ សូឌីយោ Aerobics |
| _____ ហាងលក់សម្លៀកបំពាក់ និងឧបករណ៍កីឡា | _____ ភាពអាចរកបាននៃអាហារសម្រន់ |
| _____ ថ្នាក់/ មេរៀន/ ការណែនាំ | _____ មេរៀនផ្ទាល់ខ្លួន |
| _____ ទីលានវាយកូនបាល់ក្នុងផ្ទះ | _____ ព្រឹត្តិការណ៍សង្គមដែលបានគ្រោងទុក |
| _____ ផ្ទះក្លឹបឬកន្លែងទទួលភ្ញៀវអាចរកបានសម្រាប់ជួល | |

Q10. ខ្ញុំចង់ឱ្យអ្នកវាយតម្លៃថាតើមុខងារនីមួយៗខាងក្រោមមានសារៈសំខាន់យ៉ាងណាចំពោះអ្នក។ យើងនឹងប្រើមាត្រដ្ឋានពី 1 ដល់ 5 ដែលមាន 1 តំណាងឱ្យ «វាមិនសំខាន់ទាល់តែសោះដែលកីឡាវាយកូនបាល់របស់ខ្ញុំ (ផ្នែករង/ ក្លឹប/មជ្ឈមណ្ឌល) ផ្តល់នូវលក្ខណៈពិសេសនេះ» និង 5 តំណាងឱ្យ «វា សំខាន់ខ្លាំងដែលកីឡាវាយកូនបាល់របស់ខ្ញុំ (ផ្នែករង/ ក្លឹប/មជ្ឈមណ្ឌល) ផ្តល់នូវលក្ខណៈពិសេសនេះ» ។ ហើយចងចាំថា អ្នកអាចប្រើលេខណាមួយពី 1 ទៅ 5 ។

- _____ បរិក្ខារ Nautilus
- _____ សូឌីយោ Aerobics
- _____ ហាងលក់សម្លៀកបំពាក់ និងឧបករណ៍កីឡា
- _____ ភាពអាចរកបាននៃអាហារសម្រន់
- _____ មេរៀនកីឡាវាយកូនបាល់ជាក្រុម (មួយដងក្នុងមួយសប្តាហ៍សម្រាប់មនុស្សម្នាក់)
- _____ មេរៀនកីឡាវាយកូនបាល់ផ្ទាល់ខ្លួន (គិតថ្លៃបន្ថែម)
- _____ ព្រឹត្តិការណ៍សង្គមដែលបានគ្រោងទុក
- _____ ផ្ទះក្លឹបឬកន្លែងទទួលភ្ញៀវអាចរកបានសម្រាប់ជួល

ឧបសម្ព័ន្ធ

- _____ ទីលានវាយកូនបាល់ក្នុងផ្ទះ
- _____ បន្ទះដីតដួ
- _____ តុលាការរឹង
- _____ តុលាការពហុកីឡដ្ឋាន
- _____ មានទីតាំងនៅក្នុងចម្ងាយ 20 នាទីពីផ្ទះ
- _____ មានទីតាំងនៅក្នុងចម្ងាយ 20 នាទីពីការិយាល័យ

Q11(a).

ប្រសិនបើកន្លែងវាយកូនបាល់ថ្មីនឹងបើកនៅផ្នែកខាងជើងនៃទីក្រុងអាត្លង់តាដែលផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មទាំងអស់ដែលយើងបានពិភាក្សានោះ តើអ្នកសុខចិត្តបង់ថ្លៃសមាជិកភាពគ្រួសារមួយដងចំនួន \$4,000 បូកក្នុងមួយខែដើម្បីក្លាយជាសមាជិកដែរឬទេ?

- _____ \$200 (ចូលទៅកាន់ Q 12)
- _____ \$150 (ចូលទៅកាន់ Q 12)

Q11(b).

ប្រសិនបើកន្លែងវាយកូនបាល់ថ្មីនឹងបើកនៅផ្នែកខាងជើងនៃទីក្រុងអាត្លង់តាដែលផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មទាំងអស់ដែលយើងបានពិភាក្សានោះ តើអ្នកសុខចិត្តបង់ថ្លៃសមាជិកភាពគ្រួសារមួយដងចំនួន \$3,000 បូកក្នុងមួយខែដើម្បីក្លាយជាសមាជិកដែរឬទេ?

- _____ \$200 (ចូលទៅកាន់ Q 12)
- _____ \$150 (ចូលទៅកាន់ Q 12)

Q11(c).

ប្រសិនបើកន្លែងកីឡាវាយកូនបាល់ថ្មីនឹងបើកនៅផ្នែកខាងជើងនៃទីក្រុងអាត្លង់តាដែលផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មទាំងអស់ដែលយើងបានពិភាក្សានោះ តើអ្នកសុខចិត្តបង់ថ្លៃសមាជិកភាពតែមួយដងចំនួន \$2,500 បូកដៃវិញទៅក្នុងមួយខែដើម្បីក្លាយជាសមាជិក?

- _____ \$200 (ចូលទៅកាន់ Q 12)
- _____ \$150 (ចូលទៅកាន់ Q 12)
- _____ មិនមានឆន្ទៈក្នុងការផ្លាស់ប្តូរសមាជិកភាព
- _____ មិនចាប់អារម្មណ៍នឹងសមាជិកភាពណាមួយទេ

Q12. ហេតុអ្វីបានជាដូច្នោះ? _____

សំណួរខាងក្រោមគឺសម្រាប់គោលបំណងចាត់ថ្នាក់តែប៉ុណ្ណោះ ហើយនឹងមិនត្រូវបានតាមដានត្រឡប់ទៅប្រភេទបុគ្គល

D1. សូមបញ្ឈប់ខ្ញុំនៅពេលខ្ញុំអានប្រភេទដែលពិពណ៌នាអំពីអាយុរបស់អ្នកបានល្អបំផុត៖

- _____ 18 - 24 _____ 25 - 34
- _____ 35 - 44 _____ 45 - 56
- _____ 55 - 64 _____ 65+

D2. តើលេខកូដតំបន់លំនៅដ្ឋានរបស់អ្នកមានអ្វីខ្លះ៖ _____
តើលេខកូដប្រៃសណីយ៍ការិយាល័យរបស់អ្នកមានអ្វីខ្លះ៖ _____

D3. តើមានមនុស្សពេញវ័យប៉ុន្មាននាក់នៅក្នុងគ្រួសាររបស់អ្នក? _____
តើអ្នកមានបងប្អូនប៉ុន្មាននាក់នៅក្នុងគ្រួសាររបស់អ្នក? _____

D4. សូមបញ្ចប់ខ្ញុំនៅពេលខ្ញុំអានប្រភេទដែលពិពណ៌នាអំពីប្រាក់ចំណូលគ្រួសារប្រចាំឆ្នាំរបស់អ្នកបានល្អបំផុត ។

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| _____ \$19,999 ឬតិចជាងនេះ | _____ \$20,000 ទៅ \$29,999 |
| _____ \$30,000 ទៅ 49,999 | _____ \$50,000 ទៅ \$74,999 |
| _____ \$75,000 ទៅ \$99,999 | _____ \$100,000 ទៅ \$149,999 |
| _____ \$150,000 ឬច្រើនជាងនេះ | _____ បដិសេធ |

សូមអរគុណចំពោះជំនួយរបស់អ្នកក្នុងការវាយតម្លៃមជ្ឈមណ្ឌលកីឡាវាយកូនបាល់បច្ចុប្បន្ន និងដែលបានស្នើឡើងនៅអាក្នុងតា។

**កំរូសម្ភាសន៍ជួបស្នាក់
ការស្ទង់មតិលទ្ធភាពហាងកាហ្វេ**

យើងកំពុងធ្វើការស្ទង់មតិអ្នកប្រើប្រាស់យ៉ាងឆាប់រហ័ស
ការស្ទង់មតិនេះមិនគួរចំណាយពេលលើសពីដប់នាទីទេ ។

ហើយសង្ឃឹមថាអ្នកអាចចូលរួមបាន

។

1. តើអ្នកផឹកកាហ្វេ ឬភេសជ្ជៈដែលទាក់ទងនឹងកាហ្វេញឹកញាប់ប៉ុណ្ណា?
- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| _____ ច្រើនជាងម្តងក្នុងមួយថ្ងៃ | _____ ម្តងក្នុងមួយសប្តាហ៍ |
| _____ ម្តងក្នុងមួយថ្ងៃ | _____ ពីរបីដងក្នុងមួយខែ -> * |
| _____ ច្រើនដងក្នុងមួយសប្តាហ៍ | _____ តិចជាងម្តងក្នុងមួយខែ -> * |
- *អរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ និងមានថ្ងៃល្អ

2. ពេលនេះខ្ញុំចង់ដឹងបន្តិចថា តើអ្នកផឹកកាហ្វេនៅពេលណា កន្លែងណា និងប៉ុន្មាន។ តើអ្នកផឹកកាហ្វេនៅពេលព្រឹកទេ? រសៀល? ល្ងាច? យប់?

1= ស្ទើរតែគ្រប់ពេល 2=ពេលខ្លះ 3=មិនដែល*

(* កុំសួរសំណួរខាងក្រោម) (ធ្វើសំណួរខាងក្រោមម្តងទៀតសម្រាប់គ្រប់ពេលវេលានៃថ្ងៃ ហើយកត់ត្រាចម្លើយនៅក្នុងតារាង ។)
តើអ្នកផឹកប៉ុន្មានពេញ?

តើអ្នកផឹកកាហ្វេនៅឯណា? (ផ្ទះ / រថយន្ត / ការិយាល័យ / ភោជនីយដ្ឋាន / ផ្សេងទៀត)

ហើយតើកាហ្វេនោះត្រូវបានគេទិញ ឬផលិតនៅឯណា?

(ហាងលក់គ្រឿងទេស/ហាងងាយស្រួល/ភោជនីយដ្ឋានអាហាររហ័ស/ហាងកាហ្វេ/ភោជនីយដ្ឋានផ្សេងទៀត)

ហើយចុងក្រោយ ហេតុអ្វីបានជាអ្នកតែងតែទិញកាហ្វេនៅពេល និងទីកន្លែងនោះ? (ទីតាំងងាយស្រួល / រសជាតិពិសេស / តម្លៃសមល្មម / ភេសជ្ជៈកាហ្វេជាច្រើនប្រភេទ / ភាពអាចរកបាននៃអាហារឥតគិតថ្លៃ / បរិយាកាសហាង / បញ្ជីផ្សេងទៀត)

	1,2, 3	# ពេញ ?	កន្លែងដែលបានប មើរ?	កន្លែងដែលបានទិញ/ផល ិត?	មូលហេតុទិ ញ
ព្រឹក					
រសៀ ល					
ល្ងាច					
យប់					

3. តើអ្នកផឹកភេសជ្ជៈកាហ្វេដែរឬទេ

	បាទ/ចាស	ទេ
មានតែអាហាររបស់អ្នកទេ?	_____	_____
ជាភេសជ្ជៈតែម្នាក់ឯង?	_____	_____
ឬជា «ដោះដូរ»?	_____	_____

4. តើអ្នកផឹកកាហ្វេញឹកញាប់ជាងពេលជាក់លាក់ណាមួយនៃឆ្នាំដែរឬទេ? បើដូច្នោះ តើនៅពេលណា?

5. នៅពេលអ្នកទិញភេសជ្ជៈដែលទាក់ទងនឹងកាហ្វេ ឬកាហ្វេ តើអ្នកជាធម្មតាចំណាយប៉ុន្មានក្នុងមួយពេលនៃកាហ្វេ?

- _____ តិចជាងមួយដុល្លារ
- _____ មួយទៅពីរដុល្លារ
- _____ ពីរ ទៅ ប្រាំដុល្លារ
- _____ ច្រើនជាង ប្រាំដុល្លារ

6.

នោះហើយជាសំណួរទាំងអស់ដែលខ្ញុំមាន។ អរគុណសម្រាប់ពេលវេលា និងជំនួយរបស់អ្នក!

កំណត់ចំណាំ
