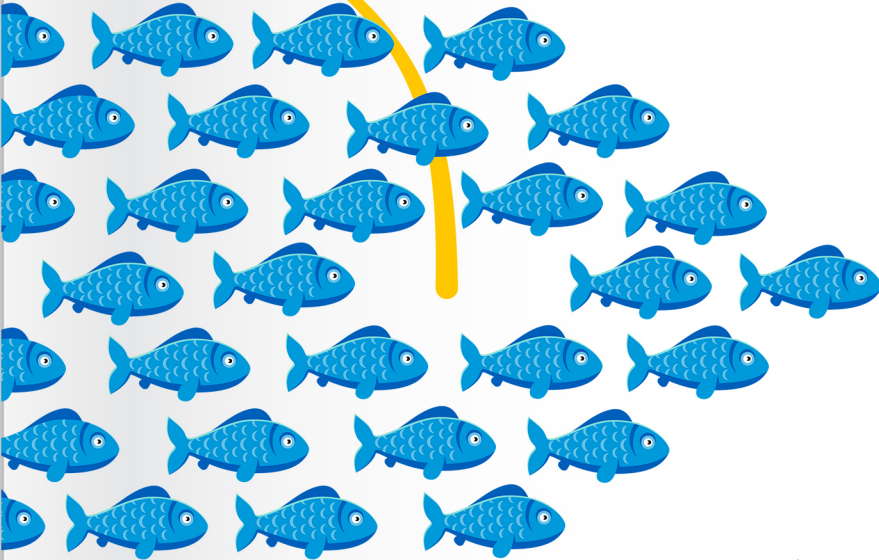


ចាប់ផ្តើមពី

# សូន្យ



បកប្រែពីសៀវភៅ

# ZERO TO ONE



ebook  
CAMBODIA

បកប្រែ និង រៀបរៀងដោយ eBook Cambodia

## សេចក្តីសង្ខេប

សៀវភៅចាប់ផ្តើម “ពីសូន្យ ទៅ លេខមួយ” ពន្យល់អ្នកអំពីការ ព្យាករណ៍អនាគត និងវិធីអនុវត្តដើម្បីធានាឲ្យបាននូវភាពជោគ - ជ័យ សម្រាប់អាជីវកម្មថ្មីថ្មោង **Start-Up** ។ អ្នកនិពន្ធសៀវភៅនេះ បានបញ្ចូលសិល្បៈនៃការចែកចាយចំណេះដឹងប្រកបដោយភាព រីករាយ និងសារសំខាន់ៗ ពីបទពិសោធផ្ទាល់របស់លោក ។

## សម្រាប់នរណា?

- សម្រាប់ស្ថាបនិកថ្មីថ្មោង **Start-Up** ដែលកំពុងដំណើរការ អាជីវកម្មដែលនឹងមានសក្តានុពលនាពេលខាងមុខ
- សម្រាប់វិនិយោគិន
- អ្នកដែលចាប់អារម្មណ៍ ពីមូលហេតុអ្វីបានជាអាជីវកម្មថ្មីថ្មោងខ្លះ ជោគជ័យខ្លាំង និងខ្លះទៀតបរាជ័យ ។

## អំពីអ្នកនិពន្ធ

លោក ភីតថី ថែលី **Peter Thiel** គឺជាសហស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុន **PayPal** ហើយលោក គឺជាអ្នកជោគជ័យលើ មុខជំនួញដ៏ល្បីល្បាញ និងមានទ្រព្យស្តុកស្តម្ភម្នាក់ក្នុងពិភពលោកនេះ ។ លោកគឺជាអ្នកខាង ក្រៅ ដែលហ៊ានវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុនហ្វេសប៊ុកដំបូងគេ ហើយ លោកទទួលបានបន្ទុកគ្រប់គ្រងទ្រព្យសកម្មនៃស្ថាបនិកទាំងអស់នោះ រហូតដល់ ២ប៊ីលានដុល្លារ ។

## មាតិកា

- តើសៀវភៅមួយក្បាលនេះមានសារៈប្រយោជន៍អ្វីខ្លះសម្រាប់អ្នក? សៀវភៅនេះនឹងប្រាប់វិធីដ៏អាចកំបាំងមួយដើម្បីឱ្យអាជីវកម្មថ្មីថ្មោង *Start-Up* ជោគជ័យ
- ដើម្បីបង្កើតក្តីស្រមៃ ដែលអាចនឹងកើតឡើងក្នុងពេលអនាគតលុះត្រាតែអ្នកមើលបច្ចុប្បន្នភាពខុសប្លែកពីអ្នកដទៃ
- ធ្វើជាវិស្វករនៃអនាគតរបស់អ្នក ត្រូវពុះពារសម្រេចក្តីសុបិនរបស់អ្នកឱ្យបាន
- ការចង់បានទីផ្សារផ្តាច់មុខ *Monopolies* គឺល្អសម្រាប់ធុរកិច្ចនិងសង្គម ។ ព្រោះពួកគេប្រឹងធ្វើឱ្យអាជីវកម្មគេ មានលក្ខណៈល្អជាងគេ
- ប្រយោជន៍នៃទីផ្សារផ្តាច់មុខ ព្រោះតែសម័យបច្ចេកវិទ្យាមានបណ្តាញទីផ្សារទូលាយ ទំហំសេដ្ឋកិច្ចធំ និងម៉ាកយីហោល្បីៗ
- ក្រុមហ៊ុនជោគជ័យត្រូវបង្កើត នូវរូបមន្តអាចកំបាំងមួយដែលក្រុមហ៊ុនផ្សេងមិនអាចស្តាប់តែចម្លងតាមបាន
- ដើម្បីបង្កើតក្រុមហ៊ុនមួយបានជោគជ័យ ហើយទទួលបានផលចំណេញច្រើន គឺទាមទារពេលវេលារាប់សិបឆ្នាំ
- អាជីវកម្មថ្មីថ្មោង *Start-Up* ចាំបាច់ត្រូវមានមូលដ្ឋានគ្រឹះរឹងមាំ ដូចជា៖ ការជ្រើសរើសដៃគូ, បង្កើតវប្បធម៌ការងារ និងការបែកចែកផលប្រយោជន៍

- ទំនិញរបស់អ្នក មិនមែនរត់ទៅរកទីផ្សារដោយខ្លួនឯងនោះទេ គឺក្រុមការងាររបស់អ្នក ជាអ្នកធ្វើ
- ក្រុមហ៊ុនលក់បច្ចេកវិទ្យាបរិស្ថាន ជាច្រើនបរាជ័យដោយសារ មិនបានពិចារណា សំណួរស៊ីជម្រៅ ទាំង៧ ដែលគ្រប់អាជីវកម្ម ត្រូវឆ្លើយ
- ស្ថាបនិកមានទំនួលជាជនចម្លែក ប៉ុន្តែទស្សនៈវិស័យរបស់គាត់ គឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន ។

## តើសៀវភៅមួយក្បាលនេះមានសារៈប្រយោជន៍អ្វីខ្លះសម្រាប់អ្នក?

### សៀវភៅនេះនឹងប្រាប់វិធីដ៏អាថ៌កំបាំងមួយ ដើម្បីឱ្យអាជីវកម្មថ្មីថ្លោង **Start-Up** ជោគជ័យ

បច្ចុប្បន្នភាពស្ទើរតែគ្រប់គ្នា អាចបង្កើតអាជីវកម្មបានដោយខ្លួនឯង គេមិនត្រូវការសូម្បីតែការិយាល័យផ្ទាល់ខ្លួនផង ព្រោះសហគ្រិនមួយចំនួនគេធ្វើការនៅផ្ទះ ឬនៅក្នុងហាងកាហ្វេតែប៉ុណ្ណោះ ។

នេះជាព័ត៌មានល្អសម្រាប់គ្រប់គ្នា ដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍លើផលិតផល និងសេវាកម្មបង្កើតថ្មីៗ ។ តែយើងក៏សូមសង្កត់ធ្ងន់ផងដែរថា រាល់អាជីវកម្មដែលបង្កើតឡើងហើយ ក៏មិនមែនសុទ្ធតែមានអាយុកាលវែងនោះដែរ ។

សៀវភៅសង្ខេប ដែលស្រង់ចេញពី **ZERO TO ONE** មួយក្បាលនេះនឹងនាំមកជូនឱ្យអ្នកនូវ បទពិសោធន៍, ទស្សនវិជ្ជា, និងដំបូន្មាន មួយចំនួនពីលោក **Peter Thiel** ជាអ្នកមានទ្រព្យសម្បត្តិស្តុកស្តម្ភ និងមានមុខជំនួញពីរដ៏ល្បីល្បាញក្នុងពិភពលោក ។ លោកជា សហស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុន **PayPal** ហើយក៏ជាវិនិយោគិនដំបូងគេ ដែលជាកំទុនក្នុងក្រុមហ៊ុន **Facebook** ផងដែរ ។

លក្ខណៈពិសេសខុសប្លែកពីគេ ចំពោះមុខជំនួញរបស់គាត់នឹងធ្វើជា  
ប្រទីបបំភ្លឺផ្លូវ ដើម្បីឲ្យអ្នកអាចព្យាករណ៍អនាគតកាល និងធ្វើឲ្យអាជីវ  
កម្មអ្នកទទួលបានជោគជ័យ ។

## អ្វីដែលអ្នកនឹងស្វែងយល់ពី សម្រង់អត្ថបទសង្ខេបនេះ មានដូចខាងក្រោម៖

- មូលហេតុដែលធ្វើឲ្យទីផ្សារផ្តាច់មុខ **Monopoly** បង្កឲ្យមាន  
លក្ខណៈល្អ សម្រាប់អាជីវកម្មដែលមានគំនិតបង្កើតថ្មី ។
- ហេតុអ្វីអ្នកត្រូវចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មពី លេខសូន្យ ទៅលេខមួយ  
ក៏មិនមែនពីលេខមួយទៅរកទីបញ្ចប់គ្មាននោះទេ ។
- ហេតុអ្វីបានជាស្ថាបនិកអាជីវកម្មជោគជ័យមួយ មានលក្ខណៈ  
ខុសប្លែកពីគេ (មនុស្សចម្លែក) ។

# ដើម្បីបង្កើតក្តីស្រមៃ ដែលអាចនឹងកើតឡើងក្នុងពេលអនាគត លុះត្រាតែអ្នកមើលបច្ចុប្បន្នភាពខុសប្លែកពីអ្នកដទៃ

ឥឡូវនេះ អ្នកសាកល្បងគិតស្រមៃមើលរហូតទៅដល់ឆ្នាំ ២១០០ ។ តើពិភពលោកនឹងទៅជាយ៉ាងណា? មនុស្សជាច្រើនមិនដែលបានគិតពីរឿងអនាគតវែងឆ្ងាយនោះទេ ដោយហេតុថា វាជារឿងដែលគេពិបាកគិត និងស្មានដល់ ។

## ការណ៍ដែលយើងនិយាយពីអនាគតនេះ តើវាមានន័យយ៉ាងដូចម្តេច?

ពេលដែលគេគិតដល់អនាគត គេមិនមែនរាប់តែពេលវេលាខែឆ្នាំដែលកន្លងផុតទៅនោះទេ គេត្រូវស្គាល់យ៉ាងច្បាស់ពី បច្ចុប្បន្នភាពដែលកំពុងនឹងកើតឡើង ។ ដំណើរការអ្វីមួយ ដែលបច្ចុប្បន្នភាពខុសប្លែកពីគេ នេះគឺជាកត្តាកំណត់អនាគតដែលនឹងកើតឡើង ។

ដើម្បីឲ្យយល់កាន់តែច្បាស់ ក្នុងសៀវភៅនេះ គេបានបែកចែកទៅជា ២ផ្នែក គឺផ្នែកផ្នែក **Horizontal** និង ផ្នែកបញ្ឈរ **Vertical** ។

ផ្នែកផ្នែក **Horizontal** គឺចេញមកពីការពង្រីកគំនិតដែលមានស្រាប់ និងបង្កើតការច្នៃប្រតិដ្ឋបន្ថែម ។ ក្នុងសម័យសកលភារូបនីយកម្ម ការសាយភាយគំនិត គឺមានលក្ខណៈឆាប់រហ័សខ្លាំងណាស់ទៅកាន់ ពិភពលោកទាំងមូល ។

ផ្នែកបញ្ឈរ **Vertical** គឺការបង្កើតអ្វីដែលថ្មីដែលមិនធ្លាប់មានពីមុន មកដូចជាបច្ចេកវិទ្យាថ្មី ឬដំណោះស្រាយថ្មីៗ ។

និយាយដោយឡែក, **Horizontal** គឺមានន័យថាចាប់ ពីលេខមួយ ទៅរកអនន្ត ប៉ុន្តែ **Vertical** គឺពីលេខសូន្យ ទៅលេខមួយ **Zero to One** ។

លើកឧទាហរណ៍មួយ៖ ពីផ្នែកផ្នែក **Horizontal** ដូចជាការផលិត ទូរស័ព្ទដែលជាផលិតផលដែលរកឃើញហើយ គឺផលិតឲ្យកាន់ តែច្រើន ដើម្បីយកទៅកាន់ទីផ្សារប្រទេសដែលកំពុងតែអភិវឌ្ឍ ។ ហើយឧទាហរណ៍៖ ផ្នែកបញ្ឈរ **Vertical** គឺជាការរកឃើញនូវគំនិត ថ្មីបង្កើតទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃ **Smart Phone** ដែលអាចចុចលើកញ្ចក់បាន (**Touch Screen**) វាមានភាពខុសពីទូរស័ព្ទធម្មតា ។

ដូចអ្វី ដែលអ្នកធ្លាប់បានស្រមៃស្រាប់ហើយ ផ្នែកផ្នែក **Vertical** នេះ គឺពិបាកក្នុងការព្យាករណ៍ខ្លាំងណាស់ គឺដោយសារតែវា មិនមែនកំពុងតែកើតឡើងក្នុងបច្ចុប្បន្ននោះទេ ។



ដូច្នោះ បើសិនជាអ្នកចង់ព្យាករណ៍អនាគតបាន លុះត្រាតែអ្នកកំពុង មើលឃើញ បច្ចុប្បន្នភាពខុសពីគេ ឬក៏ខុសពីមនុស្សជាច្រើន ។

សរុបសេចក្តីមក អនាគតក្នុងន័យនេះ គឺជាការមើលឃើញបច្ចុប្បន្ន ភាពខុសពី អ្វីដែលកំពុងកើតឡើង ។ ប្រសិនបើអ្នកចង់សម្លឹងមើល អនាគតឱ្យបានកាន់តែច្បាស់ លុះត្រាតែអ្នកតាមដានបច្ចុប្បន្នភាព ដោយយកចិត្តទុកដាក់ និងប្រើគំនិតគ្រិះរិះពិចារណាឱ្យបានគ្រប់ជ្រុង ជ្រោយ និងល្អិតល្អន់ ។

អ្នកនិពន្ធសៀវភៅនេះជឿថា នេះជាសមត្ថភាពដ៏សំខាន់នៅពេល ដែលគាត់សម្ភាសការងារមួយ គាត់បានសួរទៅកាន់បេក្ខជនម្នាក់នោះ ថា “តើការពិតសំខាន់ៗណាខ្លះដែលមានមនុស្សតិចបំផុតយល់ស្រប ជាមួយអ្នក”? ហេតុអ្វីបានជាគាត់សួរសំណួរនេះ? គឺដោយសារមនុ ស្ស ដែលអាចផ្លាស់ប្តូរអនាគតបាន គឺជាមនុស្សដែលគិតខុស ពីមនុស្សជាច្រើន ។

## ធ្វើជាវិស្វករនៃអនាគតរបស់អ្នកត្រូវពុះពារ សម្រេចក្តី សុបិនរបស់អ្នកឱ្យបាន

ដូច្នោះ តើអ្នកត្រូវរៀបចំខ្លួនដើម្បីភាពខុសប្លែកពីគេនោះយ៉ាង ដូចម្តេច? តើអ្នកអាចស្មានត្រូវចំពោះកាលៈទេសៈដែលអ្នកមិនដឹង មុននោះដោយរបៀបណា នាពេលអនាគត ។

សព្វថ្ងៃនេះ មានមនុស្សជាច្រើនដែលគិតមិនច្បាស់លាស់ ហើយ គាត់បានត្រៀមខ្លួនជាច្រើនផ្នែកដើម្បីតម្រូវឲ្យត្រូវជាមួយអនាគត ដែលគាត់រំពឹងទុកផ្ទុយទៅវិញ គាត់បែរជ្រុះខ្លាំងខកចិត្តចំពោះអ្វីដែល គាត់បានត្រៀមទុក ។

កត្តាទាំងនេះ គឺដោយសារតែការព្យាករណ៍ពីអនាគតមានភាពលំបាក ស្មុគស្មាញ និងមានហេតុការណ៍ផ្សេងៗទៀតកើតឡើង ដែលអ្នក ស្មានមិនត្រូវ ។

វិធីដែលមានប្រសិទ្ធិភាពជាងនេះ គឺការប្រឹងប្រែងចំពោះកិច្ចការមួយ ដែលល្អបំផុតសម្រាប់ពេលអនាគត គឺអ្នកត្រូវតែធ្វើជាវិស្វករនៃ អនាគតរបស់អ្នក ។

ឧទាហរណ៍៖ ក្មេងៗសិស្សានុសិស្សខំប្រឹងរៀនបន្ថែមម៉ោងលើមុខ វិជ្ជាផ្សេងៗ ដោយគេមានក្តីសង្ឃឹមថានឹងបានចូលរៀននៅសាកល វិទ្យាល័យល្បីណាមួយ ។ ផ្ទុយទៅវិញ តើវាសមហេតុផលទេ? បើគាត់ប្រឹងផ្តោតទៅលើមុខវិជ្ជាមួយដែលគាត់ចូលចិត្ត ហើយប្រឹង ឲ្យពូកែគ្មានគូប្រៀប ។

ការពិតទៅ ភាពជោគជ័យ គឺជាសមិទ្ធិផលដែលកើតចេញពីការផ្តោត ទៅលើអ្វីឲ្យចំគោលដៅ តាំងចិត្តខ្លាំងក្លា និងការប្តេជ្ញាចិត្តសម្រេច វាឲ្យបាន ។

វាសនា និងសំណាងចូលរួមបានតិចតួចណាស់ក្នុងភាពជោគជ័យរបស់អ្នក ។ ប្រសិនបើចុងក្រោយ នៃភាពជោគជ័យកើតចេញតែពីសំណាងនោះ យើងនឹងមិនបានឃើញភាពជោគជ័យជាបន្តបន្ទាប់ដូចជា **Steve Jobs** ឬអ្នកនិពន្ធល្បីៗជាច្រើនដែលបានបង្កើតអាជីវកម្មជោគជ័យដ៏មហិមាដូចសព្វថ្ងៃនេះទេ ។

អ្នកត្រូវចងចាំរឿងនេះទុកក្នុងចិត្តនៅពេលអ្នកចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម **Start-Up** ។ **Start-Up** គឺត្រូវគិតពីអនាគតដ៏ល្អបំផុត ដែលអ្នកត្រូវប្រឹងប្រែងវិញជាធុងមួយដើម្បីសម្រេចវាឲ្យបាន ។

### ហេតុអ្វីបានជាអ្នកត្រូវតែផ្តោតលើវា?

ព្រោះរាល់អាជីវកម្មថ្មីថ្មោង គឺតែងតែទាមទារឲ្យអ្នកយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំង អ្នកត្រូវចាំថា អ្នកមានទីផ្សារល្អមួយ មានផលិតផលល្អមួយ ហើយវាក៏ត្រូវនឹងពេលវេលាល្អមួយដើម្បីឲ្យអ្នកចាប់ផ្តើម ។

ចំណុចចម្បងដែលអាជីវកម្ម **Start-Up** ត្រូវតែដោះស្រាយជាបន្ទាន់គឺការស្វែងយល់ថាតើ **Start-Up** របស់អ្នកស្ថិតក្នុងស្ថានភាពបែបណា? និយាយដោយឡែក គឺអ្នកត្រូវច្បាស់ក្នុងចិត្តថា អ្នកចង់បានអ្វីនាពេលអនាគត ។

នៅពេលដែលអ្នកស្រមៃឃើញអនាគតនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នកហើយ សូមអ្នករំលឹកដល់អ្វីដែលយើងបាននិយាយខាងដើម គឺជាការសម្លឹង មើលអនាគតកាលមួយដែលខុសពីបច្ចុប្បន្នភាពដែលបានកំពុងនឹង កើតឡើង ។

**ការចង់បានទីផ្សារផ្តាច់មុខ Monopolies គឺល្អ សម្រាប់ធុរកិច្ច និងសង្គម ។ ព្រោះពួកគេប្រឹងធ្វើឲ្យអាជីវកម្មមានលក្ខណៈល្អផ្តាច់គេ ។**

មនុស្សជាច្រើន នៅពេលដែលគេពាក្យថា “ទីផ្សារផ្តាច់មុខ” គឺគេ គិតដល់ក្រុមហ៊ុនធំៗ ដែលមានថវិកាច្រើនចំណាយដើម្បីចាប់យក ទីផ្សារប្រដែងទីផ្សារក្រុមហ៊ុនតូចៗ ។ អ្វីដែលអ្នកធ្លាប់យល់ឃើញនិង គិតបែបនេះ គឺមិនត្រឹមត្រូវទេ ។

ការបន្តនូវឧត្តមគតិធ្វើទីផ្សារប្រកួតប្រជែង គឺធ្វើឱ្យសេដ្ឋកិច្ចរីក ចម្រើន វាបានជំរុញឱ្យក្រុមហ៊ុនទាំងនោះប្រឹងប្រែងពង្រឹងគុណភាព ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ខ្លួនឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង ។ ដូច្នោះ ហើយ បើគេមិនមានទីផ្សារផ្តាច់មុខ **Monopolies** គឺពិតជាគ្មានការ ថ្លៃប្រតិដ្ឋធិនោះទេ ។

## តើវាអាចទៅរួចដោយរបៀបណា?

ដំបូងប្រសិនបើអ្នកមានទីផ្សារផ្តាច់មុខ គឺមិនមានន័យថាអ្នកក្រកួតប្រជែងជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្សេងៗ ដោយអយុត្តិធម៌នោះទេ ។ ជាងនេះទៅទៀត គឺអ្នកកំពុងតែធ្វើអ្វីដែលល្អជាងគេដាច់ដែលធ្វើឲ្យអ្នកផ្សេងមិនអាចស៊ូជាមួយបាន ។

ស្រដៀងគ្នានេះដែរ ប្រសិនបើអ្នកបង្កើតរបស់អ្វីថ្មី ដែលសូម្បីអ្នកដទៃមិនអាចចម្លងតាមបាន វាពិតជាមិនមានអ្វីអាក្រក់ទាល់តែសោះ គឺវារឹតតែអស្ចារ្យថែមទៀត ។

បើយើងក្រឡេកមើលទៅក្រុមហ៊ុន **Google** គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលចាប់យកទីផ្សារផ្តាច់មុខនៅក្នុងការស្រាវជ្រាវតាម **Searching on the Internet** គឺគ្មានប្រឈមមុខទៅនឹងការប្រកួតប្រជែងទាល់តែសោះក្នុងសតវត្សរ៍ទី ២១ នេះ ។ វាហាក់បីដូចជាមិនស្មើភាពទាល់តែសោះចំពោះក្រុមហ៊ុនផ្សេងទៀតដែលចង់ប្រកួតប្រជែងជាមួយ ។ ប៉ុន្តែ **Google** នៅល្អរហូតមកសម្រាប់អ្នកដែលចូលចិត្តស្វែងរកព័ត៌មានដ៏មានថាមពលរបស់ក្រុមហ៊ុន **Google** មួយនេះ ។

អ្វីដែលពិសេសជាងនេះទៅទៀតគឺ ទីផ្សារផ្តាច់មុខ ល្អសម្រាប់សង្គម ព្រោះវាជំរុញឲ្យមានចលនាទៅមុខ៖ វាជាការលើកទឹកចិត្តឲ្យក្រុមហ៊ុនដទៃទៀត ព្យាយាមស្វែងរកគំនិតដោះស្រាយល្អៗ និងចាប់ចំណែកទីផ្សារ ក្រុមហ៊ុនដែលកំពុងមានប្រៀបក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន ។

ឧទាហរណ៍! ប្រសិនបើមានក្រុមហ៊ុនមួយចង់ប្រកួតប្រជែងជាមួយ ទីផ្សារប្រព័ន្ធស្វែងរកព័ត៌មានសព្វថ្ងៃនេះ ក្រុមហ៊ុននេះត្រូវតែបង្កើត បណ្តាញស្វែងរកព័ត៌មានដែលខ្លាំងជាង **Google** ។ ហើយ អ្នកទទួលបានផលប្រយោជន៍ គឺអតិថិជនដែលប្រើប្រាស់ ។

ការពិតទៅ អ្នកបង្កើតអាជីវកម្មថ្មី គប្បីមានមហិច្ឆតាបង្កើតទីផ្សារ ផ្តាច់មុខ ដើម្បីធ្វើឲ្យអាជីវកម្មរបស់អ្នកទទួលបានផលចំណេញច្រើន និងឈរជើងខ្លាំងក្នុងទីផ្សារប្រកួតប្រជែងមួយ ។

### ហេតុអ្វី?

ព្រោះថាទីផ្សារផ្តាច់មុខ គឺអ្នកអាចមានសិទ្ធិកំណត់តម្លៃតាមចិត្តរបស់ អ្នក ដែលគ្មានអ្នកណាអាចប្រកួតប្រជែងជាមួយអ្នកបាន ហើយ អ្នកទទួលបានផលចំណេញខ្ពស់ ។

ប្រសិនបើផលិតផលអ្នកមិនល្អជាងគូប្រកួតប្រជែងទេ អ្នកនឹងត្រូវ កំណត់តម្លៃឲ្យទាបដើម្បីទាញទឹកចិត្តអ្នកប្រើប្រាស់ ហើយតម្លៃទាប ជាងតម្លៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក ដែលវានឹងផ្តល់ផលប៉ះពាល់ដល់ ផលចំណេញ ។

សូមលើកយកឧស្សាហកម្មអាកាសចរដែលមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងមែនទែន ដែលតម្លៃត្រូវបានបន្ទាបកាលពីឆ្នាំ ២០១២ ការធ្វើដំណើររបស់ភ្ញៀវម្នាក់ៗបានចំណូលដ៏តិចបំផុត គឺត្រឹមតែ **\$0.37** សេន តែប៉ុណ្ណោះ ។

ចំណែកឯ **Google** វិញនៅរក្សាបាន ១ ភាគ ៤ នៃប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំរបស់ខ្លួន គឺជាប្រាក់ចំណេញ ។

**ប្រយោជន៍នៃទីផ្សារផ្តាច់មុខ ព្រោះតែសម័យបច្ចេកវិទ្យា បណ្តាញទីផ្សារទូលាយ ទំហំសេដ្ឋកិច្ចធំ និងម៉ាកយីហោល្បីៗ**

ចុះអ្វីដែលធ្វើឲ្យទីផ្សារផ្តាច់មុខនេះទទួលបានជោគជ័យយ៉ាងនេះ?

ជាទូទៅទីផ្សារផ្តាច់មុខ បានបែងចែកផលប្រយោជន៍ដែលមាន ចរិតលក្ខណៈបួនផ្នែកសំខាន់ៗ៖

ទី១ ក្រុមហ៊ុននោះទទួលបានផលប្រយោជន៍ពីបច្ចេកវិទ្យា ។ បើគេទទួលបានសិទ្ធិគ្រប់គ្រងលើផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាហើយ គឺគេពិតជាមានភាពល្អប្រសើរជាងនរណាៗទាំងអស់ ។ ជាធម្មតា គឺប្រសើរជាងគេរហូតដល់ ១០ ដង ឯនុ៎ះ ។ គោលការណ៍ និងច្បាប់នៃការប្រើប្រាស់របស់ក្រុមហ៊ុនស្រាវជ្រាវ **Google** គឺមានល្បឿនលឿន និង

អាចប៉ាន់ប្រមាណលទ្ធផលបានល្អជាងក្រុមហ៊ុនណាៗទាំងអស់ ដែលធ្វើឲ្យដៃគូប្រកួតប្រជែងពិបាកនឹងទប់ទល់ ឬចង់បណ្តេញចេញពីទីផ្សារមួយនេះណាស់ ។

ទី២ ទីផ្សារផ្តាច់មុខ គឺមានចរិតចង់បានផលពីបណ្តាញមានន័យថាមនុស្សប្រើប្រាស់ កាន់តែច្រើន មនុស្សទាំងនោះនឹងទិញផលិតផលរបស់គេ ។ ១. ក្រុមហ៊ុន **ហ្វេសប៊ុក** នឹងគ្មានប្រសិទ្ធិភាពទេបើគ្មានមិត្តភក្តិរបស់អ្នកណាម្នាក់ប្រើប្រាស់វានោះ ។ អ្វីដែលមានតម្លៃនោះ គឺការពិតរបស់វា មានមនុស្សជាច្រើនដែលអ្នកអាចរកឃើញក្នុងបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គមមួយនេះ ។ វាមានន័យថាអ្នកចំណូលថ្មី (ក្រុមហ៊ុនថ្មី) ត្រូវប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាលំបាកក្នុងការទាញយកអតិថិជនមិនឲ្យប្រើប្រាស់បណ្តាញអាជីវកម្មទីផ្សារផ្តាច់មុខមួយនេះណាស់ ព្រោះវាមានអ្នកប្រើប្រាស់យ៉ាងច្រើនរួចទៅហើយ ។

ទី៣ អាជីវកម្មទីផ្សារផ្តាច់មុខដែលទទួលបានប្រយោជន៍ពីទំហំសេដ្ឋកិច្ច **Economies of Scale** ការកាត់បន្ថយលើថ្លៃដើម ថ្លៃចំណាយតាមរយៈការផលិតអ្វីមួយដែលមាន ទំហំសេដ្ឋកិច្ចធំ វាប្រសើរជាងការផលិតទ្រង់ទ្រាយតូច ។ ១. បើអ្នកបើកហាងលក់នំប៉័ងមួយកន្លែង អ្នកត្រូវផ្គត់ផ្គង់ទៅលើការចំណាយថេរដូចជា៖ ថ្លៃជួល និងទឹកភ្លើងដែលសរុបទៅអ្នកត្រូវចំណាយយ៉ាងហោចណាស់ ១,០០០ ដុល្លារ ។ ក្នុងហាងមួយនេះ អ្នកអាចលក់ចេញបានពី ១ ដល់ ១០,០០០ នំប៉័ង



ក្នុងមួយខែ ខណៈពេលដែលថ្លៃចំណាយថេរនៅតែរក្សាដដែល ។  
បើអ្នកលក់នំប៉័ងដាច់កាន់តែច្រើន អ្នកកាន់តែមានលទ្ធភាពផ្គត់ផ្គង់  
ការចំណាយកាន់តែច្រើន ។ ចាប់តាំងពីទីផ្សារផ្តាច់មុខ គឺជាអ្នក  
ផលិតច្រើនជាងគេ ក្នុងឧស្សាហកម្ម **Internet** នេះទំហំសេដ្ឋកិច្ច  
អនុញ្ញាតឱ្យគេផ្តល់តម្លៃមួយ សមរម្យជាងអ្នកដែលមកថ្មី ។

ជាចុងក្រោយ ទីផ្សារផ្តាច់មុខមានន័យថា គឺគេមានម៉ាកយីហោល្អី  
ហើយរឹងមាំ ពិបាកនឹងមានអ្នកណាមកជំនួសគេបានឡើយ ។ ឧ. ដូច  
ជាក្រុមហ៊ុន **Apple** គឺជាក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា ដែលមានម៉ាក  
យីហោល្អីល្អាញមួយក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន ។ ខណៈដែលក្រុមហ៊ុន  
ដ៏ទៃទៀត បានព្យាយាមដេញជើងជាមួយផលិតផល និង **Stores**  
របស់ខ្លួន ដែលមានរចនាបទល្អស្អាតយ៉ាងណាក៏ដោយ តែយើង  
ឃើញថាភាពជោគជ័យរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងនេះនៅតែអន់ជាង  
ព្រោះតែខ្វះឈ្មោះយីហោខ្លាំងដូចក្រុមហ៊ុន **Apple** ។

នៅពេលដែលអ្នកវិភាគអាជីវកម្មមួយ សូមគិតទៅដល់លក្ខណៈទាំង  
បួននេះដើម្បីឱ្យយល់ថាអាជីវកម្មមួយនេះមានផលិតផលទីផ្សារផ្តាច់  
មុខ ឬកំពុងជិតចាប់យកទីផ្សារផ្តាច់មុខដែរ ឬទេ?

## ក្រុមហ៊ុនជោគជ័យត្រូវបង្កើតឲ្យមាននូវរូបមន្តអាថ៌ - កំបាំងមួយដែលក្រុមហ៊ុនផ្សេង មិនអាចសូម្បីតែចម្លង តាមបាន

ក្នុងពិភពបច្ចេកវិទ្យាទំនើបដូចសព្វថ្ងៃនេះ វាទំនងជាធ្វើឲ្យយើងគិត  
ថាលែងមានចន្លោះសម្រាប់ផ្នែកបញ្ឈរ **Vertical** ឬលែងមានគំនិត  
អ្វីថ្មីចេញទៀតហើយ ។ ប៉ុន្តែ នេះជាគំនិតគ្រោះថ្នាក់ ដែលរារាំង  
អ្នកមិនឲ្យជោគជ័យ ។

តាមពិតទៅ ក្នុងពិភពលោកនេះមានរឿងអាថ៌កំបាំងជាច្រើនទៀត  
ដែលគិតមិនយល់ និងមិនដឹងពីសារៈសំខាន់ ឬគេមានគំនិតមិនយល់  
ស្របជាមួយវា ។ ចំណុចនេះគិតទៅដូចជាលំបាក ប៉ុន្តែមិនមានន័យ  
ថា “មិនអាចកើតឡើងនោះទេ” ។ ជារឿយៗ អាថ៌កំបាំងទាំងនេះ បាន  
កប់ជ្រៅក្នុងសង្គមមួយនេះ ដែលប្រហែលជាត្រូវការពេលជាច្រើន  
ជំនាន់ដើម្បីរកវាឲ្យឃើញ ។

បើយើងគ្រាន់តែស្រមៃទៅលើទាសភាពដែលកាលពីប៉ុន្មាន  
សតវត្សរ៍កន្លងទៅនោះ ពីមុនវាធ្លាប់ជាតថភាពដែលសង្គមទទួលយក  
ជាធម្មតា ។ និយាយដោយឡែកទាសភាព ឬទាសករនោះ គឺជារឿង  
ខុសឆ្គងយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរ ប៉ុន្តែត្រូវបានសង្គមដ៏ធំមួយនេះទទួលស្គាល់ ប៉ុន្តែ

ក្រោយពីលុបបំបាត់ទាសភាពនេះហើយ វាក្លាយទៅជារឿងនឹកស្មាន មិនដល់ទៅវិញ ។

សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា អាថ៌កំបាំងដ៏ត្រឹមត្រូវបំផុតគឺធ្វើយ៉ាងណាឲ្យបច្ចេកវិទ្យារបស់ខ្លួនល្អជាងក្រុមហ៊ុនដទៃទៀត ព្រោះវាជួយឲ្យខ្លួនឈរក្នុងតំណែងទីផ្សារផ្តាច់មុខ និងនាំមុខគេដែលគ្មានគូប្រជែងណាដណ្តើមបាន ។

អ្នកត្រូវតែស្វែងរក និងត្រិះពិចារណារកអាថ៌កំបាំងប្រភេទនេះឲ្យបាន ។ បើមិនដូច្នោះទេ វាគ្រាន់តែជាក្រុមហ៊ុនដែលធ្វើតាមគេហើយផលិតផលរបស់អ្នកគឺ“ស្ថិតក្នុងស្ថានភាពប្រកួតប្រជែងខ្លាំង” ។

សូមលើកយកករណីសិក្សារបស់ **Hewlett-Packard** បង្ហាញអំពីសារៈសំខាន់នៃការដែលមានបច្ចេកវិទ្យាល្អជាងគេ ។ ក្នុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ ១៩៩០ ក្រុមហ៊ុននេះមានបច្ចេកវិទ្យាផ្តាច់គេ ហើយគេបានប្រើគំនិតច្នៃប្រតិដ្ឋមួយនេះ ដើម្បីបង្កើតម៉ាស៊ីនព្រីនពណ៌ម៉ាស៊ីនកូពី និង ម៉ាស៊ីនមនុស្ស ដែលមានតម្លៃសមរម្យជាងគេវាគឺ “ពិតជាគំនិតច្នៃប្រតិដ្ឋដ៏អស្ចារ្យកាលពីសម័យនោះ” ។

ប៉ុន្តែក្រោយមកក្រុមហ៊ុននេះ ហាក់បីដូចជាថយថយនូវការស្វែងរក  
គំនិតច្នៃប្រតិដ្ឋឌី ឬអាថ៌កំបាំងថ្មីនៅក្នុងឆ្នាំ ២០០០ តម្លៃទីផ្សាររបស់  
ក្រុមហ៊ុនមួយនេះបានហាក់ធ្លាក់ចុះរហូតដល់ទៅពាក់កណ្តាលឯនុ៎ះ ។

## ដើម្បីបង្កើតក្រុមហ៊ុនមួយជោគជ័យ ហើយទទួលបាន ផលចំណេញច្រើន គឺទាមទារពេលវេលារាប់សិបឆ្នាំ

ដូចអ្វីដែលយើងបាននិយាយពីខាងដើមនៃអត្ថបទនេះ យើងមាន  
ទំនួលកតិកិតទៅរកទីផ្សារផ្តាច់មុខដ៏មហិមាមួយ ដែលអាចគ្រប់គ្រង  
និងយកប្រៀបទៅលើគូប្រកួតប្រជែង ។ ប៉ុន្តែ ជាការពិតណាស់  
ដើម្បីដល់ចំណុចមួយនេះ មិនមែនចាប់ផ្តើមឡើងត្រឹមតែរយៈពេល  
មួយដ៏ខ្លីនោះទេ គឺវាទាមទារពេលវេលាមួយសមរម្យ ។

វានឹងក្លាយទៅជាការពិតនៅពេលអ្នកចាប់ផ្តើមទទួលបានផល  
ចំណេញ គឺចំណាយពេលវេលារាប់សិបឆ្នាំ ក្នុងដំណាក់កាលដំបូង  
រហូតដល់ឈានដល់ចំណុចមួយដែលទទួលបានប្រាក់ចំណេញ ។ ប៉ុន្តែ  
ទោះបីជាក្រុមហ៊ុននោះ ហាក់បីដូចជាមិនទាន់ទទួលបានប្រាក់  
ចំណេញ ក៏ប៉ុន្តែវានៅតែមានតម្លៃ ព្រោះតម្លៃគឺ “ គេកំណត់  
ឡើងនៅពេលវាទទួលបានផលចំណេញពេញនៃជីវិតអាជីវកម្មនោះ”  
។

សូមលើកយកករណីសិក្សាមួយទៀត! ដូចជាក្រុមហ៊ុន **PayPal** ក្នុង ឆ្នាំ ២០០១ គឺគ្មានប្រាក់ចំណេញអ្វីទាល់តែសោះ ប៉ុន្តែក្រោយពេលគេ ធ្វើការសិក្សាពីអាជីវកម្មមួយនេះ គេរកឃើញថា “អាជីវកម្មនេះនឹង ទទួលបាននូវប្រាក់ចំណេញនៅ ១០ ឆ្នាំបន្ទាប់ទៀត” ។

មេរៀនមួយនេះ គឺបង្រៀនអ្នកថា “រាល់អាជីវកម្មបង្កើតឡើង មិនមែនសុទ្ធតែទទួលបានផលចំណេញភ្លាមៗដូចអ្នករំពឹងទុកនោះទេ អ្នកត្រូវត្រៀមខ្លួន ដើម្បីបន្តដំណើរដ៏វែងឆ្ងាយមួយ” ។ បើអ្នកបាន ត្រៀមបែបនេះ គឺអាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងទទួលបានផលចំណេញ ។

ដូច្នោះ តើអ្នកត្រូវបង្កើតអាជីវកម្មដំបូង ដែលអាចចាប់យកទីផ្សារ ផ្តាច់មុខយ៉ាងដូចម្តេច?

អ្នកត្រូវចាប់ផ្តើមពីចំណុចតូចបំផុត ហើយពង្រីកវាបន្តិចម្តងៗ ។

ដំបូងអ្នកត្រូវដឹងថា អ្នកមិនចាំបាច់ទាល់តែពូកែគ្រប់យ៉ាង ដើម្បីចាប់ ផ្តើមអាជីវកម្មអ្នកនោះទេ ។ រឿងចាំបាច់ គឺត្រូវសិក្សាពីទីផ្សារតូចជាប ឋមហើយធ្វើឲ្យជាក់លាក់តាមតែអាចធ្វើទៅបាន ។ បើអ្នកធ្វើដូច្នោះ គឺមានន័យថាអ្នកក្លាយទៅជាអ្នកលេងល្បែង (Game) ដ៏ចំណាន សម្រាប់អាជីវកម្មអ្នកហើយ ។

នៅពេលអ្នកចាប់បានចំណែកទីផ្សារតូចមួយនោះបានហើយ អ្នកអាច ពង្រីកវិសាលភាព និងព្រំដែននៃអាជីវកម្មរបស់អ្នកបាន ។

កាលពីចាប់ផ្តើមដំបូងស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុន អាម៉ាហ្សុន **Amazon** ជេស៍ ប៊ិសុន **Jeff Bezos** មានគំនិតចង់ចាប់យកទីផ្សារលក់ទំនិញ អនឡាញដែលធំជាងគេលើពិភពលោក ប៉ុន្តែគិតចាប់ផ្តើមដោយ ចំណែកទីផ្សារដ៏តូចមួយគឺ “លក់សៀវភៅ” ។

លុះដល់ពេលដែល **Amazon** បានយកឈ្នះលើទី ផ្សារលក់សៀវ ភៅរួចមក គេក៏បានពង្រីកទៅលក់ទំនិញផ្សេងទៀតដូចជា **CDs** និង វីឌីអូ ហើយចាប់ពីពេលហ្នឹងមកក៏មានលក់ផលិតផល និងទំនិញ ផ្សេងៗជាច្រើនទៀត ។ ដូច្នោះ ផ្ទុយពីអ្វីដែលអ្នកគ្រប់គ្នាគិត រាល់ភាព ជោគជ័យមិនមែនកើតឡើងត្រឹមតែពេលមួយយប់នោះទេ ។

អាជីវកម្មថ្មីថ្មោង Start Up ចាំបាច់ត្រូវមានមូលដ្ឋាន គ្រឹះរឹងមាំដូចជា៖ ការជ្រើសរើសដៃគូ, បង្កើតវប្បធម៌ ការងារ និងការបែកចែកផលប្រយោជន៍

គ្រប់ក្រុមហ៊ុនទាំងអស់សុទ្ធតែត្រូវការមូលដ្ឋានរឹងមាំ ដើម្បីរស់បាន អាយុវែង ។ ដូច្នោះ នៅពេលអ្នករៀបគម្រោងបង្កើតអាជីវកម្មមួយ

សម្រាប់ធ្វើដំណើរវែងឆ្ងាយពេលវេលាចាប់ផ្តើមដំបូងៗ គឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ ។

ធាតុសំខាន់ៗ ក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដំបូង គឺការស្វែងរកដៃគូដ៏ត្រឹមត្រូវ ។ ហើយជាទូទៅ អាជីវកម្មចាប់ផ្តើមដំបូង គឺមានទំហំតូចខ្លាំងណាស់ ដែលដៃគូសហការនីមួយៗគឺ “ដើរតួនាទីដ៏សំខាន់” ។

ដូច្នោះហើយ មុននឹងចាប់ផ្តើមវិយោគលើអាជីវកម្មអ្វីមួយស្ថាបនិកត្រូវគិតគូរឲ្យបានល្អិនល្អន់ គឺមិនត្រូវជ្រើសរើសតែជំនាញ ឬទស្សនៈវិស័យរបស់បុគ្គលនោះទេ គឺត្រូវពិនិត្យតាមដានទៅលើបុគ្គលិកលក្ខណៈនៃដៃគូនីមួយៗនោះផង ។ គេត្រូវដឹងថា មនុស្សម្នាក់ហ្នឹងអាចធ្វើកិច្ចការជាក្រុមបានដែរឬទេ? មុនពេលចូលរួមជាសហស្ថាបនិកជាមួយលោក **Luke Nosek** អ្នកនិពន្ធសៀវភៅនេះ ធ្លាប់បានដាក់ទុនជាមួយក្រុមហ៊ុនដែល **Nosek** រូបនេះបានបង្កើតជាមួយមនុស្សដែលខ្លួនមិនសូវទាំងស្គាល់ផង ។ ជាចុងក្រោយដោយសារធាតុខុសគ្នារបស់បុគ្គលម្នាក់ៗ ធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនទាំងមូលបរាជ័យហើយលុយដែលគាត់បានដាក់ទុនជាមួយនោះក៏បាត់បង់ ។

ចំណុចសំខាន់មួយទៀត ដើម្បីឲ្យគ្រឹះអាជីវកម្មរបស់អ្នករឹងមាំ គឺគេត្រូវប្រាកដថា “តើចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់សហស្ថាបនិកនីមួយៗអាចចុះសម្រុងជាមួយគ្នាដែរ ឬទេ” ។ ជាចុងក្រោយស្ថាបនិក និង

អ្នកវិនិយោគ អាចមានគំនិតខ្លាំងគ្នាខ្លះ ប៉ុន្តែវាមិនមែនចោទជាបញ្ហា  
ទេ ។

ឧទាហរណ៍! ស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុនមួយប្រហែលជាចង់ចំណាយពេល  
មួយដើម្បីបង្កើតបានផលិតផលល្អ ខណៈពេលដែលអ្នកវិនិយោគ  
តែងតែចង់ទាញវាឱ្យកើតចេញទៅជាផលចំណេញឆាប់ៗ ។ ប្រសិន  
បើមានករណីបែបនេះ គេចាំបាច់ត្រូវបង្កើតគោលនយោបាយដោះ  
ស្រាយនូវបញ្ហាទាំងនេះតាំងពីដំបូង ។

ជាចុងក្រោយ ស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុនមួយត្រូវព្យាយាមពន្យល់ បង្កើតវប្ប  
ធម៌មួយដើម្បីលើកទឹកចិត្តក្រុមការងារឱ្យប្រឹងប្រែងធ្វើការឱ្យមាន  
ប្រសិទ្ធភាព ។

ការបង្កើតវប្បធម៌ក្នុងក្រុមហ៊ុនមួយ អ្នកមិនចាំបាច់ត្រូវធ្វើដូចជា ធ្វើ  
ជាមួយបុគ្គលិកធម្មតានោះទេ ដូចជាការកម្សាន្តសប្បាយផ្សេងៗ  
ឬប្រាក់កម្រៃច្រើននោះទេ ប៉ុន្តែវាគឺជាទំនាក់ទំនង ការយល់ចិត្តគ្នា  
រវាងសហស្ថាបនិកមួយទៅសហស្ថាបនិកមួយ ។

សូមលើកឧទាហរណ៍ដ៏ល្អរបស់ក្រុមហ៊ុន **PayPal** ដោយសារតែ  
ទំនាក់ទំនងល្អក្នុងក្រុមរបស់គេក្រោយពីក្រុមហ៊ុន **PayPal** ជោគជ័យ



ហើយ ពួកគេនៅតែរក្សាទំនាក់ទំនងរហូតឈានដល់ការបង្កើត ក្រុមហ៊ុនថ្មីផ្សេងទៀត ។

## ទំនិញរបស់អ្នក មិនមែនរត់ទៅរកទីផ្សារដោយខ្លួនឯង នោះទេ គឺក្រុមការងាររបស់អ្នកជាអ្នកធ្វើ

នៅពេលដែលមនុស្សភាគច្រើនពាក្យថា “អ្នកលក់” (**Salesperson**) គេគិតទៅដល់មនុស្សម្នាក់ដែលពាក់ខោអាវថោកៗ ដើរពី ផ្ទះ មួយផ្ទះមួយលក់ម៉ាស៊ីនបូមធ្នូលី បើយើងក្រឡេកមើលរូបភាពនេះ ដូចជាមិនសូវសមរម្យប៉ុន្មានទេ ។

ប៉ុន្តែអាជីវកម្មមួយការលក់គឺជា “ចំណុចស្តាប់រស់” ។ មនុស្ស ជាច្រើនជាពិសេសក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យា ពួកគេយកចិត្តទុកដាក់ ទៅលើ ការកែច្នៃផលិតផល ប៉ុន្តែផលិតផលល្អគ្មានន័យអ្វីទាំងអស់ “បើលក់មិនដាច់” ។ ហើយអ្នកត្រូវចាំថា នៅលើលោកនេះ គ្មានផលិតផលណាដែលមានមនុស្សទិញ ដោយអ្នកមិនបានដាក់វាល ក់នោះទេ ។

ដូច្នេះហើយ ដើម្បីឲ្យការលក់របស់អ្នកមានប្រសិទ្ធិភាព អ្នកទាមទារ ឲ្យមានអ្នកចែកចាយមួយដ៏ល្អ ។ វាមិនមែនត្រឹមតែផ្ដោតទៅលើ អ្នកលក់ និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះទេ គឺវាទាមទារការខិតខំប្រឹង ប្រែង និងសហការគ្នាពីអង្គការទាំងមូល ។

ដើម្បីជំរុញការលក់ឲ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធិភាព អ្នកចាំបាច់ត្រូវគិតដល់ អចិន្ត្រៃយ៍សំខាន់ៗមួយឲ្យបានម្តងម្កាល មុនពេលដែលអ្នកដាក់ ការប្រឹងប្រែងដើម្បីលក់ឲ្យគេ ។

ឧទាហរណ៍! អ្នកនិពន្ធសៀវភៅនេះ ក៏ជាសហស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុន វិភាគទិន្នន័យមួយឈ្មោះ **Palantir** ដែលការលក់ម្តងៗអាច ចរកចំណូលបានរាប់លានដុល្លារ ។ ក្នុងក្រុមហ៊ុននេះ **CEO** ត្រូវលក់ ដោយខ្លួនឯង ព្រោះតែអ្នកទិញដែលចំណាយលុយយ៉ាងច្រើន បែបនេះ គឺរំពឹងឲ្យមានការចូលរួមក្នុងកម្រិតណាមួយជាក់លាក់ ពីសំណាក់ថ្នាក់ដឹកនាំ ។

សម្រាប់ជំនួញផ្សេងៗ ដែលរាល់ការលក់ម្តងៗរកបានចំណូលខ្ពង់ ប៉ុន្មានម៉ឺនដុល្លារនោះ វាអាចនឹងមិនចាំបាច់ដល់ថ្នាក់ប្រើពេលវេលា របស់ **CEO** នោះទេ ព្រោះពេលវេលារបស់គេគឺមានតម្លៃណាស់ ។ តែយ៉ាងណាក៏ដោយ **CEO** ត្រូវការក្រុមលក់ដ៏ពូកែដែលជាតំណាង ឲ្យក្រុមហ៊ុន ។

មធ្យោបាយមួយទៀត ដើម្បីឲ្យការលក់មានប្រសិទ្ធិភាពកាន់តែខ្ពស់ គេត្រូវរៀបយុទ្ធសាស្ត្រ លក់ឲ្យបានត្រឹមត្រូវ ។

ស្ទើរតែគ្រប់គ្នាទៅហើយ ដែលតែងតែមិនចូលចិត្តអ្នកលក់ ព្រោះតែ គេយល់ថា “អ្នកលក់តែងតែប្រើឧបាយកលដើម្បីឲ្យគេទិញ ហើយ គ្មាននរណាម្នាក់ចង់ចាញ់ឧបាយកលគេនោះទេ” ។ ខណៈពេលដែល ការលក់ខ្លះមើលទៅហាក់បីដូចជាចេញមកស្តែងពេក ដែលបាន បង្ហាញទៅកាន់អតិថិជនវិធីនេះលែងមានប្រសិទ្ធភាពហើយ ដូច្នោះ អ្នកត្រូវរកយុទ្ធសាស្ត្រលក់បែបណាដែលល្អបំផុតសម្រាប់អ្នក ។

ចូរគិតអំពីលោក **Tom Sawyer** នៅក្នុងសៀវភៅរបស់លោក **Mark Twain** គាត់ជាអ្នកលក់ដីល្អម្នាក់នៅពេលដែលមេរបស់គាត់ ប្រាប់ឲ្យគាត់ទៅលាបថ្នាំរបង ពេលនោះគាត់មិនចំណាយពេលខ្លួន គាត់ដើម្បីលាបថ្នាំរបងនោះទេ គាត់យកលុយមួយចំនួនតូចទៅជួល ឲ្យក្មេងៗលាបជំនួសគាត់ទៅវិញ ។ តើអ្នកមិនគិតទេថា គាត់ ជាមនុស្សឆ្លាតហើយ មានគំនិតច្នៃប្រតិដ្ឋដូចជាលោក **Tom Sawyer** ទៀតទេមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ ។

ក្រុមហ៊ុនលក់បច្ចេកវិទ្យាបរិស្ថាន ជាច្រើនបរាជ័យ ដោយសារមិនបានពិចារណាសំណួរស៊ីជម្រៅ ទាំង៧ ដែលគ្រប់អាជីវកម្មត្រូវធ្វើ

នៅចន្លោះឆ្នាំ ២០០៥ និង ២០០៩ ការវិនិយោគមានសន្ទុះយ៉ាងច្រើន សន្លឹកសន្លាប់នៅរដ្ឋមួយដែលគ្រប់គ្នាស្គាល់ថាជារដ្ឋនៃបច្ចេកវិទ្យា គឺរដ្ឋសេលីខនវ៉ាឡេ **Silicon Valley** ។ គោលដៅចម្បងរបស់គេ គឺឧស្សាហកម្មបច្ចេកវិទ្យាបរិស្ថានស្អាត ដែលក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា ទាំងនេះបានបង្កើតផលិតផល និងសេវាកម្មជាច្រើនដើម្បីគាំពារដល់ ការប្រើប្រាស់ធនធានធម្មជាតិមានចីរភាព និងការប្រើប្រាស់ ថាមពលឡើងវិញ ។

ក្រុមហ៊ុនរាប់ពាន់ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងរវាងនេះ ដែលទទួលបាន ទុនលើសពី ៥០លានដុល្លារអាមេរិក ។ ជាអកុសលក្រោយមក ក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនធំបរាជ័យហើយទុនដែលបានដាក់ក៏បានបាត់ទៅ ជាមួយដែរ ។

ចុះតើហេតុអ្វីបានជាក្រុមហ៊ុនទាំងនោះបរាជ័យ? បរាជ័យ គឺដោយ សារតែពួកគេមិនបានវិភាគ និងស្វែងយល់ពីឱកាសទីផ្សារ ។ ដើម្បី ចៀសវាងការបរាជ័យបែបនេះក្រុមហ៊ុនទាំងអស់ គួរតែសួរសំណួរ សំខាន់ៗទាំង ៧ អំពីទីផ្សារ និងខ្លួនឯងដូចខាងក្រោម៖

1. សំណួរវិស្វកម្ម៖ តើអ្នកអាចបង្កើតបដិវត្តន៍បច្ចេកវិទ្យាបាន មែនទេ? ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាបរិស្ថានស្អាតទាំងនោះ មិនបានយល់ថា ដើម្បីយកលុយក្រុមហ៊ុនផលិតផលថាម

ពេលដែលគេមានហើយ ពួកគេត្រូវការបច្ចេកវិទ្យាដែលល្អជាង ហ្នឹង ១០ដង ទើបអាចទៅរួចមិនមែនគ្រាន់តែល្អជាងបន្តិចបន្តួច នោះទេ ។

2. សំណួរពេលវេលា៖ តើនេះជាពេលសមរម្យ ដែលត្រូវបង្កើត ក្រុមហ៊ុនអ្នកទេ ? ក្រុមហ៊ុនបរិស្ថានមួយចំនួនជឿថាឧស្សាហកម្មមួយនេះស្ថិតនៅចំពេលដែលគេត្រូវការវា និងមានលក្ខណៈ ទំនើបចុងក្រោយ ។ ឧទាហរណ៍ដូចជា៖ បច្ចេកវិទ្យាផ្ទាំង ថាមពលអគ្គិសនីដោយពន្លឺព្រះអាទិត្យ ហើយបច្ចេកវិទ្យានេះនឹង ធ្វើឲ្យមានការគាំទ្រខ្លាំង ។ តែតាមពិតបច្ចេកវិទ្យាបរិស្ថាននេះ មានដំណើរយឺត និងមានសភាពត្រង់ៗពេកហើយ ។
3. សំណួរទីផ្សារផ្តាច់មុខ៖ តើអ្នកនឹងចាប់ផ្តើមវាជាលក្ខណៈ ភាគហ៊ុនធំក្នុងទីផ្សារតូចមួយ? បច្ចេកវិទ្យាបរិស្ថាន គឺជាផ្នែក នៃឧស្សាហកម្មថាមពល ដែលមានទឹកប្រាក់ពាន់លានដុល្លារ ដែលមានន័យថាជាការប្រកួតប្រជែងដូចផ្លែដណ្តើមសាច់គ្នាស៊ី សូម្បីតែជាមួយហ៊ុនក្នុងទីផ្សារតូចៗក៏ដោយ ។ ទីផ្សារតូចជាង នេះក្តីប្រសិនបើអ្នកមានឱកាសអាចចាប់យកទីផ្សារផ្តាច់មុខបាន វាពិតជាប្រសើរជាងនេះ ។
4. សំណួរអំពីមនុស្ស៖ តើក្រុមរបស់អ្នកអាចបន្តចាប់ឱកាសនេះបានទេ? ក្រុមហ៊ុនបរិស្ថានទាំងនោះ ជាញឹកញយបង្កើត ឡើងដោយប្រធានប្រតិបត្តិដែលគ្មានជំនាញផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ដែល មិនដឹងថា តើបង្កើតផលិតផលបែបណាឲ្យល្អនោះទេ?

5. សំណួរអំពីការចែកចាយ៖ តើអ្នកនឹងចែកចាយផលិតផលរបស់អ្នកទៅកាន់អតិថិជនយ៉ាងដូចម្តេច? ក្រុមហ៊ុនបរិស្ថានជាច្រើនដូចជាក្រុមហ៊ុនផលិតឡានដោយអគ្គិសនីបានបង្កើតថ្មី **Better-Place**, ជឿថាបច្ចេកវិទ្យារបស់ខ្លួនល្អគ្រប់គ្រាន់មិនចាំបាច់មានប្រព័ន្ធចែកចាយត្រឹមត្រូវនោះទេ ។ បន្ទាប់ពីចំណាយលុយទុនរ៉ូ -និយោគគិតអស់ ៨០០ លានដុល្លារមក ប៉ុន្តែថយន្តរបស់គេលក់បានត្រឹមតែ ១០០០ គ្រឿងតែប៉ុណ្ណោះចុងក្រោយវាបានបញ្ចប់កិច្ចសន្យាដោយសារក្ស័យធន ។
6. សំណួរអំពីការកំណត់ថេរវេលា៖ តើអ្នកអាចការពារតំណែងទីផ្សារក្នុងរយៈពេល ១០ ឬ ២០ឆ្នាំបានទេ? ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាដើរដោយព្រះអាទិត្យមួយចំនួនមានការភ្ញាក់ផ្អើលនៅពេលក្រុមហ៊ុនចិនចាប់ផ្តើមចេញលក់ផលិតផលស្រដៀងគ្នានៅក្នុងតម្លៃទាបជាងខ្លាំង ។ ដែលករណីនេះគេគួរសិក្សាតាំងពីចាប់ផ្តើមដំបូងមកម្ល៉េះ ។
7. សំណួរអំពីអាថ៌កំបាំង៖ តើអ្នកមើលឃើញឱកាសដែលក្រុមហ៊ុនផ្សេងៗមើលរំលងដែរ ឬទេ? នៅខណៈពេលនោះ គ្រប់គ្នាយល់ស្របថា បច្ចេកវិទ្យាបរិស្ថាននឹងអាចក្លាយជាក្រុមហ៊ុនធំ ។ ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនដែលជោគជ័យពិតប្រាកដតែងមានអាថ៌កំបាំង ៖ ពួកគេ ចា បំ យ ក ឱ កា ស ណា ដែល មិន មែន អ្នក រាល់ គ្នា អាចមើលឃើញនោះទេ ។ ក្រុមហ៊ុនដែលបង្កើតផលិតផលថ្មីដូចជា ក្រុមហ៊ុន **Tesla** ជាទូទៅ គេមានចម្លើយស្ទើរតែគ្រប់

សំណួរសំខាន់ៗ ទាំងអស់នេះ ចំណែកឯក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា  
បរិស្ថានផ្សេងៗ ទៀតភាគច្រើនមិនមានចម្លើយទាល់តែសោះ ។  
ហេតុនេះហើយបានជាពួកគេបរាជ័យ ។

## ស្ថាបនិកមានទំនួលជាជនចម្លែក ប៉ុន្តែទស្សនៈវិស័យ របស់គាត់ គឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន

តើអ្នកសាកគិតមើលថា ស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុនបង្កើតថ្មី នោះមានទំនួល  
ជាមនុស្សបែបណា?

បើយើងក្រឡេកមើលទៅកាន់ថ្នាក់ដឹកនាំកំពូលៗ នៃក្រុមហ៊ុនជោគ  
ជ័យមួយ ស្ថាបនិកមើលទៅជាមនុស្សម្នាក់ចម្លែកពីគេបន្តិច ។ យើង  
មិនដឹងថា គាត់មានលក្ខណៈបែបហ្នឹងតាំងពីកំណើត ឬគាត់បានធ្វើខ្លួន  
តាមស្ថាបនិកជោគជ័យអស្ចារ្យណាម្នាក់នោះទេ ។ គ្រប់ស្ថាបនិក  
ជោគជ័យទាំងអស់តែងតែអ្នកមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នា បែបនេះគឺ  
“ជាជនចម្លែក” ។

សូមពិចារណាពីសមាជិកស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុន **PayPal** ជាទូទៅពួកគេ  
មានលក្ខណៈចម្លែកៗ ។ ការពិតទៅមនុស្ស បួននាក់ នៃ  
សមាជិកស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុនមួយនេះ ជាមនុស្សដែលមានចំណង់  
ចំណូលចិត្តចម្លែកៗគេធ្លាប់ចង់បង្កើតគ្រាប់បែកទៀតផង ។

សារជាតិ ឬអត្តចរិតពីធម្មជាតិបែបនេះ គឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ មិនមែនគ្រាន់តែបង្កើតក្រុមហ៊ុននោះទេ គឺគេតែងតែមានទស្សនៈ វែងឆ្ងាយទៅលើអ្វីដែលគេបង្កើត ។ ចំណុចនេះជាផ្នែកមួយយ៉ាង សំខាន់ដែលមិនអាចខ្វះបានវាមិនសំខាន់ថា ក្រុមហ៊ុននោះ មានយុទ្ធសាស្ត្រអស្ចារ្យប៉ុណ្ណាទេ អ្វីដែលសំខាន់ជាងនេះគឺ “ទស្សនៈវិស័យដែលត្រូវដើរតាម” ។

បើយើងគិតពីកាលដែល **Steve Jobs** ត្រឡប់មកក្រុមហ៊ុន **Apple** ក្នុងឆ្នាំ ១៩៩៧ ។ កាលពីមុនគាត់ត្រូវបានគេបណ្តេញចេញពី ក្រុមហ៊ុនជាងមួយទស្សវត្សរ៍ហើយ កាលនោះក្នុងឆ្នាំ ២០០១ គាត់ បានបង្កើតផលិតផលមួយហៅថា “អាយផត” **iPod** ដែល អ្នកវិភាគមិនមានប្រតិកម្មអ្វីនោះទេក្រៅតែនិយាយថា វាជា ផលិតផលដ៏ស្រស់ស្អាតមួយសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់កុំព្យូទ័រ **Mac** ។ ប៉ុន្តែទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ភាពអស្ចារ្យដ៏ពិតប្រាកដរបស់លោក **Steve Jobs** ត្រូវបានគេរកឃើញនៅពេលដែលលោក ចាប់ផ្តើម បង្កើត **iPhone** និង **iPad** គាត់បានបង្កើតសមាជិកគ្រួសារកុំព្យូទ័រ **Apple** ដែលធ្វើឲ្យមានលក្ខណៈល្អប្រណិតតាមរយៈរូបរាងខុស ប្លែកពីមុន ។



លោក **Jobs** បានធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុន **Apple** ក្លាយជាក្រុមហ៊ុនដែលមានតម្លៃបំផុតក្នុងពិភពលោក ដោយដើរតាមផែនការដែលឆ្លងកាត់ការគិតគូរបានយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្នបំផុត ដោយផ្អែកទៅលើទស្សនៈវិស័យរបស់គាត់ ។

រឿងជោគជ័យដែលយើងបាននិយាយនេះ ទោះបីជាក្រុមហ៊ុននោះខ្លាំងប៉ុណ្ណាក៏ដោយ បើចង់ដើរឲ្យដល់ចំណុចកំពូល គឺគេត្រូវពិនិត្យមើលសារជាតិដើម និងទស្សនៈវិស័យរបស់ស្ថាបនិករបស់ខ្លួន ។

### សេចក្តីសង្ខេបចុងក្រោយ

សារសំខាន់ៗក្នុងសៀវភៅនេះគឺ៖

អាជីវកម្មថ្មីថ្មោងមួយជោគជ័យ គឺមិនមែនពឹងទៅលើសំណាងនោះទេ ។ អ្នកអាចដេញតាមក្តីសុបិនរបស់អ្នក ប្រសិនបើអ្នកអាចប្រយុទ្ធ តស៊ូចំពោះការសន្និដ្ឋានលើអ្វីដែលនឹងកើតឡើង ។ ហើយនៅពេលដែលអ្នកចាប់បានទីផ្សារផ្តាច់មុខ ដែលល្អជាងអ្នកផ្សេងហើយនោះភាពជោគជ័យនឹងរត់តាមអ្នក ។

### ជំនួញដែលអាចអនុវត្តបាន៖

## ចាប់យកចំណែកទីផ្សារតូចមួយនៅក្នុងខណៈពេលវេលាមួយ

នៅពេលដែលអ្នករកឃើញគំនិតថ្មីមួយសម្រាប់អាជីវកម្មថ្មីរបស់អ្នក កុំចាប់វាធំពេក ឬលឿនពេក ។ ស្វែងរកចំណុចតូចមួយ ដែលអ្នកយល់ថា អ្នកធ្វើល្អជាងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក ។ ពេលដែលអ្នកចាប់បានចំណែកទីផ្សារផ្តាច់មុខហើយ អ្នកអាចបន្តពង្រីកវិសាលភាពរបស់អ្នកបន្តទៀត ។

សៀវភៅ ដែលយើងណែនាំឲ្យអ្នកអានបន្តទៀត គឺ **The Hard Thing About Hard Things**, by Ben Horowitz.

ក្នុងសេចក្តីពីសៀវភៅ នេះបានពន្យល់អ្នកពីការងារដ៏លំបាក និងឯកាបំផុតរបស់នាយកប្រតិបត្តិនៅលើពិភពលោកនេះ ។ ហើយវាពន្យល់ពីភាពស្មុគស្មាញតានតឹងការពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ និងការកើតជំងឺបេះដូងទៀតជាច្រើន ។

## សារពីក្រុមការងារ eBook Cambodia

សូមចូលរួមត្រេកអរ ដែលអ្នកបានអានមកដល់ចំណុចនេះ ។ តើអ្នកដឹងទេ? ពេលនេះអ្នកជាមនុស្សម្នាក់ ដែលបានដឹងពីចំណេះដឹងផ្សេងៗ ដែលកំពុងនឹងកើតឡើងក្នុងពិភពលោកនេះ ។

ហើយអ្នកក៏បានរួមចំណែកលើកស្ទួយការអាននៅកម្ពុជាឱ្យកាន់តែមានសន្ទុះខ្លាំងក្លាថែមទៀត ។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះអ្នកកំពុងច្នៃខ្លួនឯងឱ្យទៅជាបុគ្គលដ៏សំខាន់ម្នាក់សម្រាប់អភិវឌ្ឍប្រទេសកម្ពុជារបស់យើង ។

ចំណេះដឹងរបស់ពលរដ្ឋ គឺជាកត្តាកំណត់ជោគវាសនានៃប្រទេសមួយ ហើយប្រទេសដែលមានការអភិវឌ្ឍន៍រីកចម្រើនទៅបាន លុះត្រាតែធនធានមនុស្សដើរលឿនទៅមុន ។

ចូរអ្នកចងចាំថា ការអប់រំមិនមែនមានតែក្នុងសាលានោះទេ ការអប់រំ  
ដែលទូលំទូលាយគឺ “ការអានសៀវភៅ” ហើយផ្សព្វផ្សាយគំនិត  
វិជ្ជាមានរបស់អ្នកទៅកាន់មនុស្សជុំវិញខ្លួន និងក្មេងជំនាន់ក្រោយ ។

សូមអរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅជំនួសឱ្យជនជាតិខ្មែររបស់យើង ។