



ក្រសួងអប់រំយុវជន និងកីឡា
MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS
វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា
VANDA INSTITUTE



របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវបញ្ចប់ការសិក្សា
ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់

ការគ្រប់គ្រងសន្លឹកិ របស់ក្រុមហ៊ុន
អ៊ីមអិល ខេមភេនី

Inventory Management of MN Company

ជំនាញ្ញៈ សវនកម្ម
រៀបរៀងដោយ៖ គា ណែសេង
អត្តលេខ៖ MA20/049
ឆ្នាំសិក្សា ៖ ឆ្នាំ២០២២ - ២០២៤



ក្រសួងអប់រំយុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា

VANDA INSTITUTE



របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវបញ្ចប់ការសិក្សា

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់

ការគ្រប់គ្រងសន្លឹកិ របស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខេមភេនី

Inventory Management of MN Company

ជំនាញៈ សវនកម្ម

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ ៖ បណ្ឌិត កង ឱម

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក ចុន្ទី

ឆ្នាំសិក្សា ៖ ឆ្នាំ២០២២ - ២០២៤



**គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវបញ្ចប់ការសិក្សា
ប្រធានបទ៖ ការគ្រប់គ្រងសន្តិវិធី របស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិល ខងកេនី**

សាស្ត្រាចារ្យណេនាំ

សាស្ត្រាចារ្យណេនាំ

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក វ៉ុទ្ធី

បណ្ឌិត កង ឌឹម

**គណៈកម្មការអភិវឌ្ឍន៍កម្មវិធីសិក្សា និងស្រាវជ្រាវ
ប្រធាន**

ប្រធានមជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

បណ្ឌិត ហ៊ុ គុជគន្ធលីនណា

បណ្ឌិត សេង សំអឿន

នាយកវិទ្យាស្ថាន

បណ្ឌិត ហេង វ៉ាន់ដា

លោកលោកស្រី

សូមស្វាគមន៍ លោក លោកស្រី និងមិត្តអ្នកអានជាទីគោរពនិងជាទីរាប់អាន ក្រោយពីបានសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញសវនកម្ម នៅវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា អស់រយៈពេល២ឆ្នាំសិក្សារួចមក នាងខ្ញុំទទួលបាននូវចំណេះដឹងជាច្រើន ដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹងមុខវិជ្ជាសវនកម្ម គណនេយ្យ និងពន្ធ ជាពិសេសយល់ច្បាស់ថាជំនាញសវនកម្ម គឺជាជំនាញមួយដែលមានសារៈសំខាន់ណាស់ សម្រាប់តម្រូវការតាមស្ថាប័នទាំងអស់ មិនថាទាំងស្ថាប័នរដ្ឋ និងស្ថាប័នឯកជន ឬក៏អង្គភាពក្រៅរដ្ឋាភិបាលឡើយ។ ក្នុងនោះផងដែរ ដើម្បីធ្វើឱ្យការសិក្សារបស់និស្សិតកាន់តែមានភាពទំលំទូលាយលើជំនាញរបស់ខ្លួន វិទ្យាស្ថាន ក៏បានបញ្ចូលមុខវិជ្ជាជាច្រើន ដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹងកម្មវិធីសិក្សាទៅតាមកម្រិត ចាប់ពីឆ្នាំសិក្សាទីមួយ រហូតដល់ឆ្នាំសិក្សាទីពីរដែលត្រូវបញ្ចប់ការសិក្សា។

គ្រប់មុខវិជ្ជាទាំងអស់ សុទ្ធតែជាយានសម្រាប់ឱ្យនិស្សិតយកទៅប្រើប្រាស់ នៅក្នុងវិស័យការងារបានជាពិសេសនោះ គឺមុខវិជ្ជាគណនេយ្យ ដែលគ្រប់ស្ថាប័នតម្រូវឱ្យបុគ្គលិកដែលពាក់ព័ន្ធ ត្រូវតែមានចំណេះដឹងផ្នែកនេះដើម្បីរៀបចំ និងកាន់កាប់បញ្ជីគណនេយ្យឱ្យបានត្រឹមត្រូវ ស្របទៅតាមការណែនាំរបស់ អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ ដើម្បីជៀសវាងនូវបញ្ហាផ្សេងៗ ដែលអាចកើតមានឡើង បង្កជាផលប៉ះពាល់ទៅដល់សុខភាពហិរញ្ញវត្ថុទូទៅរបស់អង្គភាព និងធ្វើឱ្យមានការរាំងស្ទះដល់ដំណើរការអាជីវកម្មទៅថ្ងៃក្រោយ។ ដោយនាងខ្ញុំយល់ថាចំណេះដឹងខាងគណនេយ្យ ជាចំណេះដឹងបន្ថែមមួយទៀត ដ៏មានសារៈសំខាន់ សម្រាប់សវនករទាំងអស់ធ្វើការសិក្សាស្វែងយល់ និងស្របពេលដែលនាងខ្ញុំ មានឱកាសបានសរសេរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ផងនោះ ទើបនាងខ្ញុំបានសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសយក នូវប្រធានបទមួយស្តីពី «ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ របស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី» មកធ្វើជាកម្មវត្ថុនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងជារបាយការណ៍ក្នុងគោលបំណង បម្រើជាធនធានដ៏មានតម្លៃឱ្យអ្នកអាន មិនថាជានិស្សិត និស្សិត ដែលរៀនអំពីគណនេយ្យ អ្នកជំនាញដែលកំពុងស្វែងរកការបង្កើនចំណេះដឹង ឬក៏ជាម្ចាស់អាជីវកម្មដែលកំពុងស្វែងរកវិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ខ្លួនឱ្យបានល្អប្រសើរឡើងនោះទេ គឺដើម្បីឱ្យបានយល់កាន់តែច្បាស់អំពីផ្នែកខ្លះនៃគណនេយ្យ ហើយវាក៏ជាលក្ខខណ្ឌចាំបាច់មួយទៀតសម្រាប់នាងខ្ញុំ ក្នុងការទទួលបាននូវសញ្ញាបត្របរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ និងបញ្ចប់ការសិក្សាដោយជោគជ័យផងដែរ។ នាងខ្ញុំសង្ឃឹមថា ការរៀបចំរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ នឹងបានចូលរួមចំណែក ក្នុងការស្រាវជ្រាវរបស់និស្សិតជំនាន់ក្រោយៗ ព្រមទាំងអ្នកដទៃទៀតដែលមានបំណងលើការសិក្សាអំពីជំនាញគណនេយ្យ។

ជាទីបញ្ចប់នាងខ្ញុំ សូមមេត្តាខន្តីអភ័យទោសពីសំណាក់សាស្ត្រាចារ្យ រាមច្បង និងមិត្តអ្នកអាន នូវរាល់កំហុសឆ្គងដែលកើតមានដោយអចេតនានៅក្នុងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ ហើយនាងខ្ញុំរីករាយ និងទទួលយករាល់ការរិះគន់ក្នុងន័យកែលម្អ ដើម្បីបំពេញនូវចំណុចខ្វះខាតនានា ដើម្បីឱ្យការរៀបចំលើកក្រោយៗទៀតមានភាពល្អប្រសើរ។

ជាថ្មីម្តងទៀត ខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុតចំពោះមិត្តអ្នកអាន លោក លោកស្រី ដែលបានចំណាយពេលវេលាសម្រាប់ការអាន និងផ្តល់នូវការគាំទ្រ លើកំរងរបាយការណ៍នេះ។

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

នាងខ្ញុំ គា ណែសេង ជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ ជំនាន់ទី២០ ជំនាញសវនកម្ម នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា

សូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅដល់៖

លោកឪពុក និងអ្នកម្តាយដែលលោកជាអ្នកមានគុណយ៉ាងធំធេងមិនអាចកាត់ថ្លៃបាន សម្រាប់កូន។ លោកទាំងពីរបានផ្តល់កំណើត ហើយខិតខំតស៊ូពុះពារចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សាកូន ផ្តល់នូវការអប់រំទូន្មានប្រៀន ប្រដៅកូនគ្រប់ពេលវេលា ព្រមទាំងផ្តល់ជាកម្លាំងចិត្ត និងផ្គត់ផ្គង់ដល់កូនគ្រប់សព្វបែបយ៉ាង ក្នុងការសិក្សា ដើម្បីឱ្យកូនអាចសម្រេចបាននូវគោលបំណងផ្សេងៗនៅក្នុងជីវិត តាំងពីកូនចាប់ផ្តើមចូលសាលាដំបូង រហូត មកដល់ពេលនេះ និងបានបង្រៀនកូនឱ្យធ្វើជាមនុស្សល្អ ពលរដ្ឋល្អ ចេះស្នេហាជាតិមាតុភូមិកម្ពុជា។

នាយក គណៈគ្រប់គ្រង បុគ្គលិក សាស្ត្រាចារ្យនៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ដែលជានិច្ចកាលតែងតែផ្តល់នូវ ការលើកទឹកចិត្ត អនុគ្រោះដល់នាងខ្ញុំរហូត ធ្វើឱ្យការសិក្សាបានបញ្ចប់ ទទួលបានជោគជ័យគួរជាទីមោទនៈ។

ជាពិសេសសាស្ត្រាចារ្យ **បណ្ឌិត កង ឱម** និងសាស្ត្រាចារ្យ **យ៉ាក វុឌ្ឍិ** ដែលលោកបានផ្លាស់ប្តូរពេល វេលាដ៏មានតម្លៃ ដើម្បីជួយណែនាំដល់ការសរសេររបាយការណ៍របស់នាងខ្ញុំ ឱ្យរឹតតែមានភាពល្អប្រសើរ។

ជាទីបញ្ចប់នាងខ្ញុំ សូមលើកដៃសំពះបួងសួងដល់គុណព្រះតេជគ្រឹះ និង វត្ថុស័ក្តិសិទ្ធិក្នុងលោកសូម ជួយ បីបាច់ថែរក្សាដល់លោកអ្នកមានគុណខាងលើ ឱ្យជួបតែសេចក្តីសុខគ្រប់ប្រការ កុំបីអាក់ខានឡើយ។

សូមគោរពជូនពរដល់គុណបការជនទាំងអស់ សូមជួបប្រទះនូវពុទ្ធពរទាំងបួនប្រការ ដ៏មហាប្រសើរ គឺ៖ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ និងពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អំណះអំណាច

នាងខ្ញុំ សូមធានាអះអាង និងទទួលខុសត្រូវលើខ្លឹមសារនៅក្នុងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះថា របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ គឺជាស្នាដៃស្រាវជ្រាវផ្ទាល់របស់នាងខ្ញុំ ដោយមិនមានពាក់ព័ន្ធជាមួយសារណា ឬរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកផ្សេងទៀតឡើយ។ ចំពោះទិន្នន័យលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ ដែលមានក្នុងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ គឺថ្មីហើយក៏មិនទាន់មានជនណាម្នាក់ បានយកទៅប្រើប្រាស់នៅក្នុង សារណា ឬរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់គេឡើយ។

ថ្ងៃ.....ខែ.....ឆ្នាំថោះ បញ្ចស័ក ព.ស. ២៥៦៧

ភ្នំពេញ ថ្ងៃទី.....ខែ.....ឆ្នាំ២០.....

ហត្ថលេខា

គា នៃនាសេន

សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ

បច្ចុប្បន្ននេះ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិក៏ជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់ដែលអង្គភាពគួរយកចិត្តទុកដាក់ ដូចចេះដើម្បីឱ្យការគ្រប់គ្រងសន្និធិ អាចដំណើរការទៅបានដោយរលូនជោគជ័យ និងមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ គឺក្រុមហ៊ុនត្រូវមានគោលនយោបាយច្បាស់លាស់ វិធីសាស្ត្រត្រឹមត្រូវ និងការអនុវត្តល្អផងដែរ។

គោលបំណងសំខាន់ៗ ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ គឺដើម្បីស្វែងយល់អំពី កត្តាអ្វីខ្លះដែលធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនអ៊ីមអិន ខមភេនី សម្រេចចិត្តធ្វើការគ្រប់គ្រងសន្និធិ? តើក្រុមហ៊ុនមានវិធីសាស្ត្របែបណា ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ? ហើយការគ្រប់គ្រងសន្និធិនេះមានសារៈសំខាន់ដូចម្តេច និងបានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍អ្វីខ្លះចំពោះក្រុមហ៊ុនក៏ដូចជាអតិថិជនរបស់ខ្លួន?

ជាលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ ទៅលើប្រធានបទខាងលើ នាងខ្ញុំប្រមូលឬក៏ទទួលបាននូវទិន្នន័យមួយចំនួនដែលទាក់ទងនឹងក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី មានដូចជា៖ ប្រវត្តិនៃការបង្កើតក្រុមហ៊ុន ទស្សនវិស័យបេសកកម្ម និងគោលបំណងរបស់ក្រុមហ៊ុន ប្រភេទផលិតផល ប្រភេទអតិថិជន ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ តួនាទីនិងភារកិច្ចរបស់បុគ្គលិក រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន ហើយជាពិសេស គឺចំណេះដឹង ដែលទាក់ទងជាមួយនឹងប្រធានបទផ្ទាល់តែម្តង។

ជាក់ស្តែង បន្ទាប់ពីបានចុះកម្មសិក្សាស្រាវជ្រាវលើប្រធានបទនេះរួចមក ធ្វើឱ្យខ្ញុំយល់កាន់ច្បាស់ថា ការគ្រប់គ្រងសន្និធិពិតជាមានតម្លៃ និងសំខាន់ខ្លាំងណាស់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន ឬសហគ្រាស ដើម្បីជួយជំរុញលទ្ធភាពនៃការលក់ ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនទាន់ពេលវេលា កាត់បន្ថយចំណាយផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ពិសេសទប់ស្កាត់ហានិភ័យទាំងក្នុង និងក្រៅក្រុមហ៊ុន ឱ្យកាន់តែមានភាពល្អប្រសើរឡើង។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះ អាចនិយាយបានថា សន្និធិជាស្នូល ឬបេះដូងនៃអាជីវកម្មផងដែរ បើការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពវានឹងជះឥទ្ធិពលជាវិជ្ជមានសម្រាប់អាជីវកម្មដូចជា ការព្យាករណ៍តម្រូវការបានត្រឹមត្រូវ កំណត់ការបញ្ជាទិញត្រឹមត្រូវ ទទួលបាននូវកម្រិតសន្និធិត្រឹមត្រូវ ទីកន្លែងដែលផ្ទុកស្តុកត្រឹមត្រូវ ធ្វើឱ្យការចំណាយក៏ត្រឹមត្រូវជួយបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់របស់ពួកគេ ជាពិសេសជួយបង្កើនប្រាក់ចំណេញជាអតិបរមា។ ម្យ៉ាងទៀត អាចធ្វើឱ្យម្ចាស់សហគ្រាស ឬក្រុមហ៊ុន មានទំនុកចិត្តខ្ពស់ទៅលើនិយោជិតទាំងអស់ រីកចម្រើន និងទទួលបាននូវភាពជោគជ័យជាមួយគ្នា សម្រេចបាននូវគោលដៅរួមផងដែរ។

សរុបសេចក្តីមក ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ គឺជាដំណើរការនៃការត្រួតពិនិត្យ និងគ្រប់គ្រងលំហូរនៃទំនិញនិងសម្ភារៈនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ដើម្បីឱ្យដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ និងការអនុវត្តមានប្រសិទ្ធភាពតាមទិសដៅដែលក្រុមហ៊ុនចង់បាន គឺក្រុមហ៊ុនបានធ្វើការបំពេញចិត្តដល់បុគ្គលិក ដូចជា បង្កើតឱ្យស្គាល់ពីផលិតផលច្បាស់លាស់ ការថែរក្សាទុកដាក់ ការត្រួតពិនិត្យ ការទទួលខុសត្រូវតាមមុខងារនីមួយៗដែលខ្លួនទទួលបន្ទុក និងការបណ្តុះបណ្តាលបន្ថែមលើជំនាញគ្រប់គ្រងសន្និធិ ហើយក៏បានចុះទៅអនុវត្តផ្ទាល់ជាមួយបុគ្គលិកដើម្បីធ្វើជាគំរូផងដែរ ជាពិសេសរង់ចាំជួយផ្តល់ជាគំនិតយោបល់ល្អៗ នៅពេលដែលមានបញ្ហាផ្សេងៗ ជាមួយនឹងការបន្តតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ វាយតម្លៃ លើការអនុវត្តយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់ឥតឈប់ឈរ បន្ថែមពីលើនេះទៀត គឺក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ជាប្រាក់លើកទឹកចិត្តប្រចាំខែបន្ថែម សម្រាប់បុគ្គលិកគ្រប់គ្រងស្តុកទៀតផង។

មាតិកា

ទំព័រ

អារម្ភកថា	i
សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ.....	ii
អំណះអំណាង	iii
សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ.....	iv

ជំពូកទី១: សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	១
១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៤ ទំហំ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣
១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	៤
១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ.....	៥

ជំពូកទី២: លើកទ្រឹស្តី

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃសន្និធិ	៦
២.១.១ និយមន័យសន្និធិ	៦
២.១.២ ប្រវត្តិសន្និធិ	៧
២.១.៣ ប្រភេទនៃសន្និធិ.....	៨
២.១.៤ មុខងារនៃសន្និធិ	៩
២.១.៥ ចំណាយសន្និធិ	១០
២.១.៦ ប្រព័ន្ធនៃការកាត់ត្រាសន្និធិ	១២
២.១.៧ ថ្លៃដើមសន្និធិ.....	១២
២.១.៨ វិធីសាស្ត្រគណនាថ្លៃដើមសន្និធិ	១២
២.១.៩ របាយការណ៍គ្រប់គ្រងសន្និធិ.....	១៣
២.១.១០ ទស្សនទានចំពោះសន្និធិ.....	១៣
២.២ ការសម្រេចចិត្តធ្វើការគ្រប់គ្រងសន្និធិ	១៤
២.២.១ និយមន័យការគ្រប់គ្រង	១៤
២.២.២ ប្រវត្តិការគ្រប់គ្រង	១៥
២.២.៣ ប្រភេទនៃការគ្រប់គ្រង	១៨
២.២.៤ កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង.....	២០
២.២.៥ មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង.....	២១
២.២.៦ សារៈសំខាន់នៃការគ្រប់គ្រង.....	២២

២.៣ វិធីសាស្ត្រ ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ	២៣
២.៣.១ និយមន័យវិធីសាស្ត្រ	២៣
២.៣.២ ប្រវត្តិវិធីសាស្ត្រ	២៤
២.៣.៣ ប្រភេទនៃវិធីសាស្ត្រ	២៥
២.៣.៤ ទ្រឹស្តីទាក់ទងវិធីសាស្ត្រ	២៧
២.៤ សារៈសំខាន់ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ	២៨
២.៤.១ និយមន័យអត្ថប្រយោជន៍	២៨
២.៤.២ ប្រវត្តិអត្ថប្រយោជន៍	២៩
២.៤.៣ ទ្រឹស្តីទាក់ទងអត្ថប្រយោជន៍	៣០
២.៤.៤ អត្ថប្រយោជន៍នៃការអប់រំ	៣២

ជំពូកទី៣: លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី.	៣៣
៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី	៣៣
៣.១.២ ទស្សនវិស័យ បេសកកម្ម និងគោលបំណងរបស់ក្រុមហ៊ុន	៣៤
៣.១.៣ សកម្មភាពអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន	៣៤
៣.១.៤ ប្រភេទផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន	៣៤
៣.១.៥ ប្រភេទអតិថិជនរបស់ក្រុមហ៊ុន	៣៥
៣.១.៦ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន	៣៥
៣.១.៧ មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន	៣៥
៣.១.៨ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន	៣៥
៣.១.៩ គួនាទី និងភារកិច្ចរបស់បុគ្គលិក	៣៦
៣.២ ការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី	៣៧
៣.២.១ កត្តាក្រុមហ៊ុន	៣៧
៣.២.២ កត្តាអតិថិជន	៣៨
៣.២.៣ កត្តាដៃគូប្រកួតប្រជែង	៣៩
៣.២.៤ ការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ	៤០
៣.៣ វិធីសាស្ត្រ ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី	៤១
៣.៣.១ វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ	៤១
៣.៣.២ វិធីសាស្ត្ររៀបចំឃ្លាំង	៤២
៣.៣.៣ វិធីសាស្ត្ររៀបចំសន្និធិ	៤៣
៣.៣.៤ លំហូរនៃសន្និធិ	៤៤
៣.៣.៥ ការត្រួតពិនិត្យសន្និធិ និងវិធានការការពារ	៤៥
៣.៣.៦ ការរាប់សន្និធិ និងការបាត់ស្តុក	៤៦

៣.៣.៧ តួនាទី និងភារកិច្ចក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ	៤៩
៣.៤ សារៈសំខាន់ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី.....	៥១
៣.៤.១ សារៈសំខាន់នៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ.....	៥១
៣.៤.២ អត្ថប្រយោជន៍សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន	៥៣
៣.៤.៣ អត្ថប្រយោជន៍ចំពោះអតិថិជន	៥៤

ជំពូកទី៤: ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង	៥៥
៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ	៥៦

ជំពូកទី៥: សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន	៥៧
៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍	៥៨

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

ប្រាកដណាស់! ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ គឺជាទិដ្ឋភាពសំខាន់នៃអាជីវកម្មណាមួយ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការទិញ ការរក្សាទុក និងការលក់ផលិតផល។ វាសំដៅលើដំណើរការនៃការត្រួតពិនិត្យ និងគ្រប់គ្រងលំហូរទំនិញ ពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ទៅកន្លែងលក់។ គោលបំណងចម្បងនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិគឺដើម្បីធានាថាបរិមាណស្តុកត្រូវមាននៅពេលត្រឹមត្រូវ ទីកន្លែងត្រឹមត្រូវ និងក្នុងការចំណាយត្រឹមត្រូវ។ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព អនុញ្ញាតឱ្យអាជីវកម្មបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជនបានភ្លាមៗ ខណៈពេលដែលកាត់បន្ថយការចំណាយដែលទាក់ទងនឹងការផ្ទុកលើស ឬលែងប្រើ។

មានហេតុផលសំខាន់ៗមួយចំនួន ដែលការគ្រប់គ្រងសន្និធិមានសារៈសំខាន់ គឺដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន ត្រូវមានកម្រិតស្តុកល្អបំផុត អាជីវកម្មអាចបំពេញការបញ្ជាទិញ របស់អតិថិជនបានទាន់ពេលវេលា នេះបង្កើនការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន និងភាពស្មោះត្រង់។ ការកាត់បន្ថយការស្តុកទុក និងស្តុកច្រើនពេក គឺជាការស្តុកទុកកើតឡើងនៅពេលដែលផលិតផលមិនមាន នៅពេលដែលអតិថិជនចង់ទិញវា។ វាជាការលក់បាត់បង់សក្តានុពល។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ការស្តុកទុកច្រើនហួសប្រមាណ ធ្វើឱ្យកប់ ឬកើនដើមទុន និងទំហំផ្ទុក ហើយអាចបណ្តាលឱ្យមានការខាតបង់ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។ ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម គឺជាការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ជួយក្នុងការកាត់បន្ថយការចំណាយដែលមិនចាំបាច់ ដែលទាក់ទងនឹងការរក្សាស្តុកលើស ដូចជាថ្លៃផ្ទុក ការធានារ៉ាប់រង និងការហួសសម័យដែលអាចកើតមាន។ ប្រសិទ្ធភាពសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការរក្សាខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ឱ្យរលូន និងមានប្រសិទ្ធភាព។ តាមរយៈការតម្រឹមកម្រិតសន្និធិ ជាមួយនឹងកាលវិភាគផលិតកម្ម និងការចែកចាយ ក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើនប្រសិទ្ធភាពដំណើរការសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់របស់ពួកគេ។ ការព្យាករណ៍ និងការធ្វើផែនការ បើទិន្នន័យសន្និធិត្រឹមត្រូវជួយអាជីវកម្មបង្កើតការសម្រេចចិត្តដែលបានជូនដំណឹងទាក់ទងនឹងការទិញ ការផលិត និងការព្យាករណ៍ការលក់។ នេះអាចឱ្យពួកគេឆ្លើយតបយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ចំពោះការប្រែប្រួលនៃតម្រូវការទីផ្សារ និងជៀសវាងបញ្ហាទាក់ទងនឹងស្តុកដែលមិនចាំបាច់។

សរុបមក ការគ្រប់គ្រងសន្និធិមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់អាជីវកម្ម ដោយយោងលើហេតុផលទាំងនេះហើយ ទើបនាងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសយកប្រធានបទ «ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ របស់ក្រុមហ៊ុន អឹមអិន ខមភេនី» យកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវបកស្រាយបន្ថែម ដើម្បីបញ្ចប់ការសិក្សារបស់នាងខ្ញុំ និងចងក្រងដើម្បីរួមចំណែកធានាថាពួកគេមានបរិមាណស្តុកត្រឹមត្រូវដែលមាននៅពេលត្រឹមត្រូវ។ តាមរយៈការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ពួកគេប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព អាជីវកម្មអាចបំពេញតម្រូវការអតិថិជន គ្រប់គ្រងការចំណាយបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់របស់ពួកគេ និងធ្វើការសម្រេចចិត្តប្រកបដោយការយល់ដឹង សម្រាប់ការរីកចម្រើន និងភាពជោគជ័យនាពេលអនាគត។

១.២ ចំណោទបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

ដំណើរការគ្រប់គ្រងសន្និធិបច្ចុប្បន្ននៅក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី ខ្វះភាពត្រឹមត្រូវ និងប្រសិទ្ធភាព ដែលនាំឱ្យមានការកាត់ត្រាសន្និធិមិនត្រឹមត្រូវ ការស្តុកទុកសក្តានុពល និងការកើនឡើងនៃការចំណាយ ប្រតិបត្តិការ។ ការរំពឹងទុកផ្នែកលើវិធីសាស្ត្ររាប់ដោយដៃបង្កើនឱកាសនៃកំហុសរបស់មនុស្ស ដែលបណ្តាល ឱ្យមានភាពខុសគ្នារវាងកម្រិតសន្និធិដែលបានកាត់ត្រា និងជាក់ស្តែង។ នេះរារាំងដំណើរការធ្វើការសម្រេចចិត្ត រារាំងការបំពេញបន្ថែមទាន់ពេលវេលា និងចុងក្រោយប៉ះពាល់ដល់ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន។ ដូច្នេះហើយ ចាំបាច់ត្រូវអនុវត្តបច្ចេកវិទ្យាទំនើប និងដំណើរការសម្រួល ដែលអាចធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវភាពត្រឹមត្រូវ និង ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ កាត់បន្ថយកំហុសរបស់មនុស្ស និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពការគ្រប់គ្រងស្តុក។ ដើម្បីធានាបាននូវកម្រិតសន្និធិដ៏ល្អប្រសើរ ការបំពេញការបញ្ជាទិញបានទាន់ពេលវេលា និងការធ្វើឱ្យប្រសើរ ឡើងនូវការអនុវត្តប្រតិបត្តិការទាំងមូល។

- ១. ហេតុអ្វីបានជាក្រុមហ៊ុនអ៊ីមអិន ខមភេនី សម្រេចចិត្តធ្វើការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ?
- ២. តើក្រុមហ៊ុនអ៊ីមអិន ខមភេនី មានវិធីសាស្ត្រដូចម្តេចក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ?
- ៣. តើការគ្រប់គ្រងសន្និធិមានសារៈសំខាន់ដូចម្តេច និងបានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍អ្វីខ្លះ ចំពោះក្រុមហ៊ុន ក៏ដូចជា អតិថិជនរបស់ខ្លួន ?

១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវនេះលើប្រធានបទ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី គឺដើម្បី៖

- ១. កំណត់កត្តាសំខាន់ៗ ដែលជះឥទ្ធិពលដល់ក្រុមហ៊ុន ក្នុងការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ។
- ២. ពិនិត្យមើលបច្ចេកទេស គ្មានទីនៃការទំនាក់ទំនង និងកិច្ចសហការនានាក៏ដូចជាការអនុវត្តការងារ របស់ក្រុមហ៊ុនទាំងមូល ក្នុងការសម្រេចបាននូវការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។
- ៣. ស្វែងយល់ពីសារៈសំខាន់នៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ និងអត្ថប្រយោជន៍ចំពោះក្រុមហ៊ុន និងអតិថិជន។

១.៤ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

១.៤.១ ដែនកំណត់នៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ

នៅក្នុងកិច្ចការដែលបានសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ គឺផ្តោតសំខាន់តែលើការគ្រប់គ្រងសន្និធិ របស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី តែមួយប៉ុណ្ណោះ ដែលមានអាសយដ្ឋានស្ថិតនៅក្នុង បុរីកាំងម៉េង ភូមិឆ្មាពួន ឃុំជើងកើប ស្រុកកណ្តាលស្ទឹង ខេត្តកណ្តាល។

១.៤.២ វិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវអំពីការគ្រប់គ្រងសន្និធិ នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខេភេនី គឺវាពិតជាមិនបាន សព្វគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ និងស៊ីជម្រៅនោះទេ ព្រោះក្រុមហ៊ុនគឺជាស្ថាប័នឯកជន ហើយរាល់ឯកសារ ព័ត៌មាន និងទិន្នន័យមួយចំនួន ត្រូវបានក្រុមហ៊ុនរក្សាទុកជាការសំងាត់ ដូច្នេះហើយ ការស្រាវជ្រាវនេះ គឺជាលទ្ធផល ដែលធ្វើទៅតាមអ្វីដែលក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ និងអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវតែប៉ុណ្ណោះ។ ហើយទិន្នន័យ ដែលបានលើកយកមកបង្ហាញក្នុងកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ គឺកំណត់យកក្នុងឆ្នាំ ២០២៣។

១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

១.៥.១ វិធីសាស្ត្រដែលបានយកមកប្រើប្រាស់ក្នុងការសរសេរ

ដើម្បីឱ្យព័ត៌មានដែលទទួលបាន កាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព នៅក្នុងការសរសេរកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ នាងខ្ញុំបានជ្រើសរើស វិធីសាស្ត្រក្នុងការសរសេរដូចខាងក្រោម៖

១. វិធីសាស្ត្របែបពណ៌នា៖

ខ្ញុំបានធ្វើការរៀបរាប់ ពីខ្លឹមសារទូទៅជុំវិញប្រធានបទ ដែលទទួលបានមកពីការស្រាវជ្រាវ។

២. វិធីសាស្ត្របែបពន្យល់៖

ខ្ញុំបានធ្វើការពន្យល់ នូវពាក្យគន្លឹះសំខាន់ៗមួយចំនួន ដែលទាក់ទងនឹងប្រធានបទ។

៣. វិធីសាស្ត្របែបអនុមាណព្យាក៖

ខ្ញុំបានលើកយកទ្រឹស្តីសំខាន់ៗមួយចំនួន មកពន្យល់ និងធ្វើការបកស្រាយ ទាក់ទងជាមួយ នឹងប្រធានបទ។

៤. វិធីសាស្ត្របែបអនុមាណរួម៖

ខ្ញុំបានធ្វើការពន្យល់ពីខ្លឹមសារទូទៅពាក់ព័ន្ធប្រធានបទ ដែលនិយាយអំពី ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ របស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី។

១.៥.២ វិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលទិន្នន័យ

របៀបប្រមូលទិន្នន័យដើម្បីសរសេរ មានពីរបែបគឺ៖ បែបបរិមាណ និងបែបគុណភាព។

- ទិន្នន័យទី១ ៖ គឺជាទិន្នន័យចម្បងដែលទទួលបានពី

-ការជួបសំភាសន៍ជាមួយ៖

អ្នកចាត់ការទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន ដោយបានសួរទាក់ទងទៅនឹងព័ត៌មានមួយចំនួន ដូចជា ប្រវត្តិក្រុមហ៊ុន អាជីវកម្មចម្បង ទស្សនវិស័យ និងគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុន ប្រភេទទំនិញ ប្រភេទអចិន្តរូប ការទិញចូល-លក់ចេញ និងគោលដៅនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។

-ការសាកសួរផ្ទាល់ទៅកាន់៖

ប្រធានឃ្លាំង អំពីវិធីសាស្ត្រ នៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ និងផលវិបាកដែលជួបប្រទះ

អ្នកកាន់ស្តុក ពីការបញ្ចូល-បញ្ចេញទំនិញ ការរៀបចំ ការស្តុកទុក ការត្រួតពិនិត្យថែរក្សា ផ្នែកបញ្ជាទិញ ពីដំណើរការ នៃការបញ្ជាទិញ ប្រភេទទំនិញ បរិមាណទំនិញ

អ្នកគ្រប់គ្រងគណនេយ្យ ពីវិធីគណនាថ្លៃដើម របៀបកត់ត្រា និងការផ្ទៀងផ្ទាត់សន្និធិ

-ការសង្កេតបន្ថែម៖ លើការអនុវត្តការងារផ្ទាល់របស់ក្រុមហ៊ុនទាំងមូល

- ទិន្នន័យទី២ ៖ គឺជាទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំដែលទទួលបានពី

-ការសិក្សា

-បទពិសោធការងារ

-ការស្រាវជ្រាវបន្ថែម ពីក្នុងប្រព័ន្ធ អ៊ីនធឺណិត

-ឯកសារផ្សេងៗ ពីបណ្តាបណ្ណាល័យក្នុងក្រុងភ្នំពេញ និង

-ការណែនាំពីសាស្ត្រាចារ្យជីកនាំ

១.៥.៣ វិធីសាស្ត្រវិភាគទិន្នន័យ

ការវិភាគទិន្នន័យ គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ព្រោះវាបានបង្ហាញជាសាធារណៈនូវចំណុចវិជ្ជមាន និងអវិជ្ជមានរបស់ក្រុមហ៊ុន ទៅលើដំណើរការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ហេតុនេះហើយ ដើម្បីស្វែងរកពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់ក្រុមហ៊ុន គឺត្រូវធ្វើការប្រៀបធៀប រវាងលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវជាមួយនឹងទ្រឹស្តី និងដំណើរការជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុន រួមជាមួយនឹង ការផ្តល់យោបល់ ពីលោកសាស្ត្រាចារ្យណែនាំផងដែរ។ បន្ទាប់ពីទទួលបានលទ្ធផល នៃការវិភាគរួចមក ចុងក្រោយយើងក៏បានផ្តល់ជាការសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍ ដើម្បីបំពេញបន្ថែមនូវរាល់ចំណុចខ្វះខាតទាំងអស់នោះ។

១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

សម្រាប់កិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ វាបានបង្ហាញពីសារៈសំខាន់ និងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនចំពោះ៖

-អ្នកស្រាវជ្រាវផ្ទាល់

ទទួលបាននូវគំនិតដែលថ្មីៗ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា ចេះធ្វើផែនការ និងសេចក្តីសម្រេចចិត្ត ចេះធ្វើការប៉ាន់ស្មាន ឬព្យាករណ៍ ទៅថ្ងៃអនាគត ឱ្យដឹងថាកន្លែងដែលយើងស្រាវជ្រាវមានបញ្ហាអ្វីខ្លះ? ទទួលបានបទពិសោធក្នុងការប្រមូល និងវិភាគទិន្នន័យបានត្រឹមត្រូវ រកឃើញនូវអ្វីដែលយើងចង់ដឹង ពាក់ព័ន្ធនឹងប្រធានបទ ចេះវាយតម្លៃជាផ្លូវការ ហើយវាក៏ជាការសប្បាយរីករាយក្នុងការសិក្សា មិនតែប៉ុណ្ណោះ វាអាចជួយធ្វើឱ្យចំណេះដឹងយើងកាន់តែមានភាពទូលំទូលាយ រឹងមាំទៅថ្ងៃអនាគត ហើយអ្វីដែលរឹតតែពិសេសបំផុតនោះ គឺសម្រេចបាននូវសញ្ញាបត្រកំរិតជាន់ខ្ពស់។

-ក្រុមហ៊ុន

តាមរយៈកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ យើងអាចស្វែងយល់ពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់ក្រុមហ៊ុនបាន ដូច្នេះយើងអាចផ្តល់ជាយោបល់បន្ថែមលើចំណុចខ្វះខាត ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ជៀសវាងការចំណាយលើការផ្ទុក ការស្តុកទុកច្រើនពេក កាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការហួសសម័យរបស់សន្និធិ អាចកំណត់កម្រិតសន្និធិបានល្អប្រសើរ និងការបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជនបានទាន់ពេលវេលា ធ្វើឱ្យមានការបញ្ជាទិញទៅអ្នកផ្គត់ផ្គង់បានត្រឹមត្រូវ កត្តាទាំងនេះហើយដែលនាំឱ្យអាជីវកម្ម ដំណើរការទៅកាន់តែរលូន បង្កើនផលិតភាព និងបង្កើនការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន ក៏ដូចជាប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ។

-សង្គមជាតិ

សេដ្ឋកិច្ចរបស់ជាតិមួយមានការរីកចម្រើន និងប្រទេសមានការអភិវឌ្ឍទៅបាន ដោយពឹងផ្អែកលើភាពជោគជ័យរបស់ធនធានមនុស្ស ក៏ដូចជាអាជីវកម្មទាំងអស់នៅក្នុងសង្គមនោះផងដែរ។ ដូច្នេះហើយតាមរយៈកិច្ចការស្រាវជ្រាវមួយនេះ ខ្ញុំសង្ឃឹមថានឹងអាចរួមចំណែកជួយដល់សង្គមបានដូចគ្នា។

១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះត្រូវចែកចេញជា ៥ជំពូក ដូចខាងក្រោម៖

ជំពូកទី១៖ សេចក្តីផ្តើម ត្រូវបង្ហាញពីលំនាំនៃការស្រាវជ្រាវ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ និងវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ។

ជំពូកទី២៖ លើកទ្រឹស្តី ត្រូវលើកឡើងពីទ្រឹស្តីដែលពាក់ព័ន្ធ ទស្សនទាន ឬសំនើរបស់អ្នកប្រាជ្ញ និងបទពិសោធផ្សេងៗទៀត។

ជំពូកទី៣៖ លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ លើកឡើងពីស្ថានភាពទូទៅរបស់អង្គភាពដូចជា ប្រវត្តិរបស់អង្គភាព បេសកកម្ម ទស្សនវិស័យ គោលនយោបាយ រចនាសម្ព័ន្ធចាត់តាំង (តួនាទី និងភារកិច្ច) និងបន្ទាប់មកត្រូវលើកឡើងឱ្យបានពីរ ឬបីចំណុចទៅលើការងារបច្ចេកទេស របស់អង្គភាព។

ជំពូកទី៤៖ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ វិភាគទៅលើចំណុចទាំងអស់ ដែលបានអនុវត្តជាក់ស្តែង (គឺគ្រប់ចំណុចទាំងអស់ដែលមាននៅក្នុងជំពូកទី៣) គឺក្នុងគោលបំណង វិភាគឱ្យឃើញនូវចំណុចខ្វះខាតទាំងឡាយដើម្បីធ្វើការកែលម្អ។

ជំពូកទី៥៖ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍ ធ្វើការសិរិដ្ឋានទៅលើគ្រប់ចំណុចទាំងអស់ និងផ្តល់ជាយោបល់អនុសាសន៍ទៅលើចំណុចដែលត្រូវកែលម្អ។

ជំពូកទី២

ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃសន្និធិ

សន្និធិ ត្រូវបានចាត់ថ្នាក់ជាទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លី នៅលើតារាងតុល្យការរបស់ក្រុមហ៊ុន នៅពេលដែលសន្និធិត្រូវបានលក់ចេញ ថ្លៃដើមរបស់វាត្រូវបានផ្ទេរទៅជាថ្លៃដើមទំនិញដែលបានលក់ (Cost of goods sold) នៅលើរបាយការណ៍លទ្ធផល^១។

២.១.១ និយមន័យសន្និធិ

សន្និធិ គឺជាសម្ភារៈ ឬគ្រឿងផ្គត់ផ្គង់ដែលរក្សាទុកក្នុងដៃដែលសម្រាប់លក់ និងសម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ដល់ប្រព័ន្ធដំណើរការផលិតកម្ម^២។

សន្និធិ ត្រូវបានគេចាត់ទុកជាទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លី ដោយសារជាធម្មតា ក្រុមហ៊ុនលក់ចេញទៅវិញក្នុងរយៈពេលខ្លី នៅក្នុងវដ្តនៃការធ្វើប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន^៣។

សន្និធិ គឺជាទំនិញដែលក្រុមហ៊ុន លក់ទៅឱ្យអតិថិជនរបស់ខ្លួន។ ហើយវា គឺជាបេះដូងនៃប្រភេទក្រុមហ៊ុនទិញ-លក់ទំនិញ^៤។

Stock គឺសំដៅទៅលើទំនិញ និងសម្ភារៈដែលរក្សាទុកដោយអង្គភាពណាមួយ (ដែលការរក្សាទុកនោះ គឺសម្រាប់ប្រើនៅពេលអនាគត) ^៥។

Item គឺសំដៅទៅលើផលិតផលដែលខុសពីផលិតផលមួយទៀត ដែលរក្សាទុកក្នុងស្តុក^៦។

Unit គឺសំដៅដល់បរិមាណ ឬទំហំស្តង់ដារនៃមុខទំនិញមួយ^៧។

សម្រាប់រោងចក្រផលិតកម្ម សន្និធិរួមមាន៖

- Raw materials (ទំនិញសម្រាប់ប្រើក្នុងការផលិត ផលិតផល)
- Work In Process (ផលិតផលកំពុងដំណើរការ)
- Finished goods (ផលិតផលសម្រេច សម្រាប់លក់)

វាត្រូវបានគេកត់ត្រាចូលក្នុងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ទៅតាមទំហំជាក់ស្តែង^៨។

និយាយឱ្យទូលាយជាងនេះទៀត សន្និធិគឺជាបរិមាណសរុបនៃធនធានសម្ភារៈ នៅក្នុងប្រព័ន្ធប្រតិបត្តិការមួយ (វាពុំត្រឹមតែជាអ្វីដែលមាននៅក្នុងស្តុកប៉ុណ្ណោះទេ) រួមមានដូចជា ធនធានបម្លែងទាំងឡាយ ដែលជាប់នៅក្នុងប្រព័ន្ធប្រតិបត្តិការដូចជា Work in Process (ផលិតផលកំពុងដំណើរការ) Scrap (សំណល់) និង Rejects (ផលិតផលបដិសេធ) ^៩។

¹ <https://www.investopedia.com/terms/i/inventory.asp> (27-10-23)

² <https://www.tvet-elearning.com> (31-08-23)

³ Principles of Accounting, Page 352, 11th Edition (E. Needles Jr, Marian Powers, V. Crosson)

⁴ Financial Accounting, Page 430, 10th Edition, 2006 (Walter T. Harrison Jr., Charles T. Horngren, William Thomas)

⁵ Inventory Control and Management, 2nd Edition, 2003 (Donald Waters)

⁶ ដូចទី 5

⁷ ដូចទី 5

⁸ ដូចទី 2

⁹ ដូចទី 1

២.១.២ ប្រវត្តិសង្ខេប

ល្បីល្បាញជាភាសាបារាំងដោយកវី និងអ្នកនិពន្ធរឿង Jacques Prévert ពាក្យ "សន្និធិ" ត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាយូរមកហើយដោយ អក្សរសិល្ប៍ និងច្បាប់។ ឥឡូវនេះ វាគ្របដណ្តប់អត្ថន័យផ្សេងគ្នា យ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងវិស័យផ្សេងគ្នា។ ដកស្រង់ចេញពីភាសាឡាតាំង "inventarium" ពាក្យសន្និធិបានបង្ហាញខ្លួននៅឆ្នាំ១៣៤៤ ក្រោមនិយមន័យនៃ "ការរាប់ទ្រព្យសម្បត្តិជាកម្មសិទ្ធិរបស់មនុស្សម្នាក់ បានរកឃើញនៅក្នុងផ្ទះមួយ" ។

ពាក្យនេះត្រូវបានកំណត់ឡើងវិញដោយ Étienne Pasquier ដែលជាកវីជនជាតិបារាំង រដ្ឋបុរស និងចៅក្រមនៅក្នុងសៀវភៅរបស់គាត់ Les Recherches de France ដែលជាស្នាដៃដ៏សំខាន់ដែលបានក្លាយជាកំណប់ទ្រព្យនៃចំណេះដឹងផ្នែកច្បាប់ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ។ នៅក្នុងនោះគាត់បានកំណត់ពាក្យ "សន្និធិ" ជា "បញ្ជី, ការត្រួតពិនិត្យលម្អិត" ។

នៅឆ្នាំ ១៩៤៦ ពាក្យ "សន្និធិ" បានត្រលប់មកចាប់អារម្មណ៍ជាមួយនឹងកំណាព្យ ដ៏ល្បីល្បាញបំផុតមួយរបស់ Jacques Prévert ដែលហៅថា "សន្និធិ" ពីការប្រមូលដ៏ល្បីល្បាញរបស់គាត់ "ពាក្យ" ។ វាមានធាតុផ្សេងៗ ដូច្នេះវាផ្តល់ឱ្យទាំងមូលនូវវិមាត្រដែលច្របូកច្របល់។

សព្វថ្ងៃនេះពាក្យ "សន្និធិ" មានអត្ថន័យជាច្រើន។ ក្នុងករណីច្បាប់វាត្រលប់ទៅនិយមន័យនៃឆ្នាំ១៣៤៤ "គណនីនៃអត្ថបទ ទំនិញ គ្រឿងសង្ហារឹម ផលប៉ះពាល់ ឯកសាររបស់មនុស្ស ឬផ្ទះមួយ"។

នៅក្នុងពាណិជ្ជកម្ម វាគឺជា "ការវាយតម្លៃនៅតម្លៃបច្ចុប្បន្ន នៃទំនិញដែលនៅសេសសល់ក្នុងហាង និងតម្លៃផ្សេងទៀតដែលពាណិជ្ជករ ឬអ្នកផលិតតែងតែធ្វើម្តងក្នុងមួយឆ្នាំ ហើយដែលមានបំណងចង់ឃើញការបាត់បង់ ឬចំណេញសម្រាប់ឆ្នាំ។"

នៅក្នុងការគ្រប់គ្រងកំណត់ត្រា សន្និធិបណ្ណសារគឺជាឧបករណ៍ស្វែងរកដែលមិនអាចខ្វះបានសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន និងសេវាកម្មរដ្ឋបាល។ វាធ្វើឱ្យអាចធ្វើបញ្ជី និងធ្វើលិខិតក្រមឯកសារដែលបានរក្សាទុកក្នុងលក្ខណៈច្បាស់លាស់ និងម៉ត់ចត់។ បញ្ជីឯកសារដែលមានសណ្តាប់ធ្នាប់ និងពេញលេញនេះ ត្រូវបានគូរឡើងដោយបណ្ណសារភាគីទីបី ហើយប្រគល់ឱ្យម្ចាស់បណ្ណសារ។

ជាចុងក្រោយ សន្និធិក៏អាចជាបានតូចមួយដែលវិចិត្រករ enamel ឬ porcelain សាកល្បងពណ៌របស់ពួកគេ ដោយរៀបចំតាមលំដាប់នៃសម្លេង និងបាញ់ចេញ ដើម្បីទស្សន៍ទាយពីឥទ្ធិពលនៃពណ៌ទាំងនេះបន្ទាប់ពីដុតនៅក្នុងឡ¹⁰។

សព្វថ្ងៃនេះ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិបានក្លាយជាផ្នែកសំខាន់មួយនៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មទំនើប។ ជាមួយនឹងភាពជឿនលឿននៃបច្ចេកវិទ្យា ឥឡូវនេះ អាជីវកម្មអាចប្រើប្រាស់កម្មវិធី និងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិទំនើបដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពកម្រិតសន្និធិរបស់ពួកគេ កាត់បន្ថយការចំណាយ និងកែលម្អការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន។ ចាប់ពីហាងលក់រាយតូចៗរហូតដល់សាជីវកម្មពហុជាតិ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ សម្រាប់ការរក្សាបាននូវការប្រកួតប្រជែង នៅក្នុងទីផ្សារពិភពលោក។

¹⁰ [https://www.ags-recordsmanagement.com/news/word-history-inventory/ \(26-10-23\)](https://www.ags-recordsmanagement.com/news/word-history-inventory/ (26-10-23))

២.១.៣ ប្រភេទនៃសន្និធិ

សន្និធិ ត្រូវបានបែងចែកអាស្រ័យទៅតាមប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន មានដូចជា ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម ក្រុមហ៊ុនសេវាកម្ម ក្រុមហ៊ុនទិញ-លក់ជាដើម។ ជាទូទៅសន្និធិ ត្រូវបានបែងចែកជា ១៣ប្រភេទ ដូចខាងក្រោម¹¹៖

- **វត្ថុធាតុដើម (Raw Materials) ៖**
គឺជាវត្ថុធាតុដើម ជាវត្ថុ, ផលិតផល, វត្ថុធាតុ និងមុខទំនិញទាំងឡាយ សម្រាប់ប្រើប្រាស់ដោយផ្ទាល់ នៅក្នុងផលិតកម្មដើម្បីបង្កើត និងបញ្ចប់ផលិតផល។ នៅពេលផលិតផលត្រូវបានបញ្ចប់ ជាធម្មតាមិនអាចសម្គាល់បានពីទម្រង់ដើមរបស់វាបានទៀតទេ។
- **សមាសធាតុ (Components) ៖**
គឺជាវត្ថុធាតុដើម ដែលប្រើដើម្បីបង្កើត និងបញ្ចប់ផលិតផលដែរ តែពួកវានៅតែអាចសម្គាល់បាននៅពេលដែលផលិតផលត្រូវបានបញ្ចប់ ដូចជាវ៉ិស ជាដើម។
- **ការងារកំពុងដំណើរការ (WIP: Work In Progress) ៖**
មាននូវរាល់វត្ថុធាតុដើម សមាសធាតុ កម្លាំងពលកម្ម ថ្លៃចំណាយ សម្ភារៈវេចខ្ចប់ គ្រឿងបង្កើតឡើង ដែលកំពុងដំណើរការ ឬកំពុងរង់ចាំដើម្បីដំណើរការ ទៅជាផលិតផលចុងក្រោយ។
- **ទំនិញសម្រេច (Finished Goods) ៖**
ជាទំនិញ ទុកសម្រាប់លក់ទៅឱ្យអ្នកលក់ដុំ ឬលក់ទៅឱ្យអ្នកលក់រាយ ឬអតិថិជនចុងក្រោយ។
- **សម្ភារៈតំរូវទាំ, ជួសជុល និងប្រតិបត្តិការ (MRO: Maintenance, Repair and Operating Supplier) ៖**
ជាមុខទំនិញប្រើក្នុងទម្រង់នៃការផ្គត់ផ្គង់ សម្រាប់គាំទ្រប្រព័ន្ធផលិតកម្ម ឬការថែទាំអាជីវកម្ម។
- **សម្ភារៈវេចខ្ចប់ និងវេចខ្ចប់ (Packing and Packaging Materials) ៖**
មាន៣ប្រភេទ ការវេចខ្ចប់បឋម ការវេចខ្ចប់បន្ទាប់បន្សំ និងការវេចខ្ចប់លំដាប់ថ្នាក់។
- **ស្តុកសុវត្ថិភាព និងស្តុកទុកមុន (Safety Stock and Anticipation Stock) ៖**
គឺជាសន្និធិបន្ថែម ដែលក្រុមហ៊ុនទិញ និងរក្សាទុកដើម្បីប្រើពេលចាំបាច់។
- **Decoupling Inventory ៖** ការបំបែក ឬកាត់សន្និធិ អនុវត្តតែក្រុមហ៊ុនដែលផលិតទំនិញប៉ុណ្ណោះ។
- **វដ្តសន្និ (Cycle Inventory) ៖** ក្រុមហ៊ុនបញ្ជាទិញជាច្រើន ដើម្បីទទួលបានបរិមាណស្តុក ត្រឹមត្រូវសម្រាប់តម្លៃស្តុកទាបបំផុត។
- **សន្និធិសេវាកម្ម (Service Inventory) ៖** គឺជាគំនិតគណនេយ្យគ្រប់គ្រង សំដៅលើចំនួនសេវាកម្ម។
- **សន្និធិឆ្លងកាត់ (Transit (Pipeline) Inventory) ៖** ជាសន្និធិបំពង់ស្តុកឆ្លងកាត់ គឺជាស្តុកដែលផ្លាស់ប្តូរ រវាងក្រុមហ៊ុនផលិត ឃ្លាំង និងមជ្ឈមណ្ឌលចែកចាយ។
- **សន្និធិទ្រឹស្តី (Theoretical Inventory/Book Inventory) ៖** គឺជាចំនួនតិចបំផុតនៃស្តុកដែលក្រុមហ៊ុនប្រើដើម្បីបញ្ចប់ដំណើរការដោយមិនរង់ចាំ ភាគច្រើនប្រើនៅក្នុងផលិតកម្ម និងឧស្សាហកម្មម្ហូបអាហារ។
- **សន្និធិលើស (Excess Inventory) ៖** ជាសន្និធិដែលលែងប្រើ ហើយមិនត្រូវបានលក់ ឬវត្ថុធាតុដើមដែលក្រុមហ៊ុនមិនរំពឹងថានឹងប្រើប្រាស់ ប៉ុន្តែនៅតែត្រូវបង់ប្រាក់ដើម្បីរក្សាទុក។

¹¹ <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/inventory-management/inventory.shtml> (23-11-23)

២.១.៤ មុខងារនៃសន្និធិ

សន្និធិ មានមុខងារសំខាន់ៗមួយចំនួនដូចខាងក្រោម¹²៖

- **ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងការប្រែប្រួលនៃតម្រូវការផលិតផល**
បើតម្រូវការទៅលើផលិតផល ត្រូវបានដឹងច្បាស់យ៉ាងជាក់លាក់នោះ យើងនឹងអាចផលិត ឬ បញ្ជាទិញផលិតផល ឱ្យគ្រប់ទៅតាមតម្រូវការដែលមាន។ យ៉ាងណាក៏ដោយជាធម្មតា តម្រូវការពុំត្រូវ បានដឹងជាក់លាក់ឡើយ ដូច្នេះសន្និធិបំរុងត្រូវតែរក្សាទុកដើម្បីការពារចំពោះការប្រែប្រួលនេះ។
- **ដើម្បីការពារពីការប្រែប្រួលពេលវេលានៃការបញ្ជូនទំនិញ**
ការបញ្ជូនទំនិញមកយឺត ធ្វើឱ្យមានហានិភ័យខ្ពស់នៃកង្វះខាត (Stock Out)។ ការបញ្ជូនយឺត អាចបណ្តាលមកពី លក្ខខណ្ឌអាកាសធាតុ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ អស់ទំនិញពីស្តុក មានកូដិកម្មនៅរោងចក្រ របស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ឬរបស់ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនណាមួយ ការបញ្ជូនទំនិញមកខុសបញ្ជាទិញ គុណភាព និងផ្សេងៗទៀត។
- **ដើម្បីទាញអត្ថប្រយោជន៍ពីឧបនៃការទិញ**
ការបញ្ជាទិញ នាំឱ្យយើងមានការចំណាយដូចជា៖ កំលាំងពលកម្ម ទូរស័ព្ទ ការវាយឯកសារ ថ្លៃតែមប្រៃសណីយជាដើម...។ ដូច្នេះចំពោះការបញ្ជាទិញ ដែលមានបរិមាណច្រើនធ្វើឱ្យចំនួនដង នៃការបញ្ជាទិញថយចុះ មានន័យថា ចំណាយបញ្ជាទិញប្រចាំឆ្នាំថយចុះ។ ការដឹកជញ្ជូនសន្និធិកើត មានឡើងដោយសារ គេត្រូវការពេលវេលាដើម្បីផ្លាស់ទីពីកន្លែងមួយ ទៅកន្លែងមួយទៀត។
- **ដើម្បីការពារពីការឡើងថ្លៃ ឬដើម្បីទាញអត្ថប្រយោជន៍ពីអប្បបរមាបរិមាណ**
ពេលខ្លះក្រុមហ៊ុននឹងសង្ស័យថា ថ្លៃទំនិញអាចនឹងកើនឡើង ហើយសម្រេចចិត្តទិញទំនិញក្នុង បរិមាណច្រើនជាធម្មតា ដើម្បីជៀសវាងការកើនឡើងនេះ។ ហើយពេលខ្លះទៀត អាចនឹងសម្រេចចិត្ត ទិញ ទំនិញច្រើនស្តុកទុក ព្រោះអ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្តល់នូវអប្បបរមាបរិមាណ។
- **ដើម្បីការពារការកាត់ផ្តាច់ប្រតិបត្តិការ**
ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មប្រើប្រាស់សន្និធិ ជាកំណល់រវាងប្រតិបត្តិការជាបន្តបន្ទាប់ដើម្បីរក្សាការបន្ត នៃផលិតកម្មដែលអាចនឹងរាំងស្ទះដោយសារព្រឹត្តិការណ៍ខ្លះៗ ដូចជាការខូចខាតឧបករណ៍ និងគ្រោះថ្នាក់ ដែលបណ្តាលឱ្យផ្នែកណាមួយនៃប្រតិបត្តិការបញ្ឈប់ជាបណ្តោះអាសន្ន។ ក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់សន្និធិ វត្ថុធាតុដើម ដើម្បីកុំឱ្យមានការរាំងស្ទះផលិតកម្ម ក្នុងករណីរាំងស្ទះការបញ្ជូនពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់មក។ ហើយ ក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់សន្និធិផលិតផលសម្រេច ដើម្បីតំកល់ប្រតិបត្តិការលក់ ពីការអាក់ខានផលិតកម្ម។
- **ដើម្បីធ្វើឱ្យតម្រូវការផលិតកម្មរលូន**
ក្រុមហ៊ុនដែលជួបប្រទះ តម្រូវការតាមរដូវកាល តែងតែកសាងសន្និធិ ក្នុងកំឡុងពេលក្រៅ រដូវ (off-season) ដើម្បីឆ្លើយតបតម្រូវការខ្ពស់ក្នុងកំឡុងពេលរដូវកាលជាក់លាក់ណាមួយ។ សន្និធិ របៀបនេះអាចហៅថា សន្និរដូវក៏បាន។ ពិសេសក្រុមហ៊ុនដែលផ្គត់ផ្គង់ផ្លែឈើ និងបន្លែស្រស់ត្រូវពាក់ ព័ន្ធជាមួយសន្និធិរដូវ។

¹² [https://www.tvet-elearning.com \(31-08-23\)](https://www.tvet-elearning.com (31-08-23))

២.១.៥ ចំណាយសន្និធិ

ចំណាយដែលពាក់ព័ន្ធនឹងសន្និធិរួមមាន¹³៖

- ✓ ចំណាយថែរក្សា (Holding Costs)
- ✓ ចំណាយបញ្ជាទិញ (Ordering Costs)
- ✓ ចំណាយដំណើរការផលិតកម្ម (Setup Costs)
- ✓ ចំណាយកង្វះសន្និធិ (Stockout Costs)
- ✓ ចំណាយផ្លាស់ប្តូរផលិតកម្ម (Production Change Costs)
- ✓ ចំណាយថ្លៃដើមផលិតផល (Acquisition Cost of each item)

• ចំណាយថែរក្សា (Holding Costs)

ការចំណាយមូលធន (Capital costs) រួមមានការប្រាក់លើលុយដែលបានវិនិយោគ នៅក្នុងសន្និធិ និងនៅក្នុងដីធ្លី អាគារ និងឧបករណ៍ចាំបាច់សម្រាប់ថែរក្សាសន្និធិ។ អត្រាទាំងនេះ ជាញឹកញាប់ច្រើនលើសពី២០%។ បើពុំមាន ការវិនិយោគទាំងនេះទេ អង្គភាពអាចវិនិយោគមូលធននៅក្នុងវិស័យផ្សេងទៀតដែលនឹងអាចទទួលបានចំណេញពីការវិនិយោគ (ROI)។

ចំណាយលើកន្លែងផ្ទុក (Storage Costs) រួមមាន ការជួល, ពន្ធ និងធានារ៉ាប់រងលើអាគារ, រំលស់អាគារ, តំបែទាំ និងការជួសជុល, កំដៅ និងពន្លឺ, ប្រាក់ខែសម្រាប់បុគ្គលិកសន្តិសុខ, ពន្ធលើសន្និធិ, ថ្លៃពលកម្មសម្រាប់រៀបចំសន្និធិ, ថ្លៃស្បៀនសម្រាប់កត់ត្រាពន្ធ និងធានារ៉ាប់រងលើឧបករណ៍រំលូស, ឧបករណ៍, ប្រេង និងថាមពលសម្រាប់ឧបករណ៍។

ចំណាយលើហានិភ័យ រួមានការចំណាយលើ សន្និធិហួសសម័យ ធានារ៉ាប់រងលើសន្និធិ ការខូចរូបរាងនៃសន្និធិ និងការបាត់បង់ពីការលួច។

- ទោះបីចំណាយទាំងនេះ ខ្លះតិចតួចក៏ដោយ ចំណាយថែរក្សាសន្និធិសរុបគឺច្រើនគួរសម។
- តាមការសិក្សាបានបង្ហាញថាសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មធម្មតាចំណាយថែរក្សាជាញឹកញាប់ប្រមាណជា ៣០%នៃថ្លៃដើមផលិតផលនៅក្នុងសន្និធិ។
- ចំណែកធំជាងគេនៅក្នុងចំណាយនេះគឺ ការចំណាយមូលធន

ចំណាយថែរក្សាប្រចាំឆ្នាំ = កំរិតមធ្យមសន្និធិ x ចំណាយថែរក្សាក្នុង១ឯកតាក្នុង១ឆ្នាំ

• ចំណាយបញ្ជាទិញ (Ordering Costs)

គឺជាវិធីសាស្ត្រ ដើម្បីកំណត់នូវចំណាយឱ្យអប្បបរមាក្នុងការបញ្ជាទិញ (បញ្ជាទិញច្រើនពេកឬញឹកពេក នាំឱ្យថ្លៃឈ្នួលដឹកជញ្ជូនចំណាយអស់ច្រើន)។ វាជាចំណាយដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្តល់ឱ្យទំនិញពីខាងក្រៅ (Outside procurement of materials)។ ចំណាយបញ្ជាទិញរួមមាន៖

- ការសរសេរបញ្ជាទិញ
- ដំណើរការដាក់បញ្ជាទិញតាមប្រព័ន្ធបញ្ជាទិញ
- ដំណើរការរឹកយបត្រ

¹³ [https://www.tvet-elearning.com \(31-08-23\)](https://www.tvet-elearning.com (31-08-23))

- តែមប្រែសណ្តាយ
- និងការដឹកជញ្ជូន...។

ចំណាយបញ្ជាទិញប្រចាំឆ្នាំ = ចំនួនដងនៃការបញ្ជាទិញក្នុង១ឆ្នាំ x ចំណាយបញ្ជាទិញក្នុង១លើក

• **ចំណាយដំណើរការផលិតកម្ម (Setup Costs)**

ជាចំណាយដែលពាក់ព័ន្ធការផ្តល់ឱ្យពីខាងក្នុង (Internal procurement) ចំណាយដំណើរការផលិតកម្មមាន៖

- ការដំណើរការសម្រាប់ប្រព័ន្ធផលិតកម្មខាងក្នុង
- ការរៀបចំកម្លាំងពលកម្ម
- សមាសភាគខូចខាតពេលតំឡើង
- ចំណាយដែលពាក់ព័ន្ធនឹងខ្សែកោងការសិក្សារបស់និយោជិត...។ល។

• **ចំណាយកង្វះសន្និធិ (Stockout Costs)**

បើសន្និធិ ពុំមានសម្រាប់ពេលអតិថិជនត្រូវការវា ឬពេលវាត្រូវការសម្រាប់ផលិតកម្មនោះទេ ការអស់ពីស្តុក (ការខ្វះ) កើតឡើង។ ការចំណាយជាច្រើន ពាក់ព័ន្ធជាមួយប្រភេទនីមួយៗ នៃការអស់ពីស្តុក ការអស់ពីស្តុកនៃមុខទំនិញមួយ ដែលមានតម្រូវការដោយអតិថិជន ឬមួយប្រចាំ អាចធ្វើឱ្យបាត់បង់ការលក់ ឬតម្រូវការបាត់បង់មេត្រីចិត្តរបស់អតិថិជន (Customer goodwill) និងចំណាយដែលទាក់ទង និងការដំណើរការ Backorders ដូចជា បញ្ជីការ និងចំណាយដឹកជញ្ជូនខ្ពស់។

ការអស់ពីស្តុកនៃមុខទំនិញ ដែលត្រូវការសម្រាប់ផលិតកម្ម នាំឱ្យមានការចំណាយសម្រាប់ការរៀបចំពេលផលិតកម្មឡើងវិញ ចំណាយនៃការមិនធ្វើការរបស់និយោជិត ឬម៉ាស៊ីនមិនដំណើរការ និងការពន្យារពេលដែលបណ្តាលមកពីការខ្វះ...។

• **ចំណាយផ្លាស់ប្តូរផលិតកម្ម (Production Change Costs)**

នៅពេលដែលកំរិតមុខចេញត្រូវផ្លាស់ប្តូរ អាចនឹងមានចំណាយសម្រាប់លើសម៉ោង ការជួលការបណ្តុះបណ្តាល និងការបញ្ឈប់។ ចំណាយនេះអាចជៀសវាងបានតាមរយៈ ការកំរិតផលិតកម្មពេលគឺ ផលិតមុខទំនិញនៅកំឡុងពេលលក់ មិនសូវជាចំសម្រាប់លក់នៅកំឡុងពេលលក់ជាប់បំផុត។

• **ចំណាយថ្លៃដើមផលិតផល (Acquisition Cost of each item)**

ទំនិញដែលបានបញ្ជាទិញមកត្រូវតែបង់ប្រាក់។ ពេលត្រូវទិញ អាចជះឥទ្ធិពលលើថ្លៃដើមផលិតផលដូចជាតាមរយៈអប្បបរមាបរិមាណ។

សរុបមកសន្និធិ គឺជាធាតុផ្សំដ៏សំខាន់នៃអាជីវកម្មហើយដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ដូចជាការបំពេញតម្រូវការអតិថិជន ការគ្រប់គ្រងដំណើរការផលិតកម្ម បង្កើនប្រសិទ្ធភាពការគ្រប់គ្រងសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ និងការបង្កើតប្រាក់ចំណូលអតិបរមា ដែលក្រុមហ៊ុនមិនអាចមើលរំលងបានឡើយ។

២.១.៦ ប្រព័ន្ធនៃការកត់ត្រាសន្និធិ

ការកត់ត្រាសន្និធិចែកចេញជា ២ប្រភេទគឺ¹⁴៖

- ប្រព័ន្ធស្តុកកំណត់ត្រា (Periodic inventory System)

គឺជាប្រព័ន្ធដែលយើង គណនាស្តុកចុង និងស្តុកដើម នៅចុងគ្រាតែម្តង ប្រព័ន្ធនេះ គឺគេច្រើនប្រើក្នុងប្រព័ន្ធសរសេរដែរ។

- ប្រព័ន្ធស្តុកអចិន្ត្រៃយ៍ (Perpetual Inventory System)

គឺជាប្រព័ន្ធ ដែលគេនិយមប្រើ នៅក្នុងខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្ម និងក្នុងប្រព័ន្ធគណនេយ្យកុំព្យូទ័រ។

២.១.៧ ថ្លៃដើមសន្និធិ

មូលដ្ឋានចម្បងនៃគណនេយ្យសម្រាប់សន្និធិគឺថ្លៃដើម តម្លៃដែលត្រូវទូទាត់ដើម្បីទទួលបានទ្រព្យសកម្ម។ ថ្លៃដើមសន្និធិ រួមមានដូចខាងក្រោម៖

១. តម្លៃសរុបលើវិក្កយបត្រ កាត់ចេញការបញ្ចុះតម្លៃ
២. ការដឹកជញ្ជូនទំនិញ រួមទាំងការធានារ៉ាប់រងក្នុងការដឹកជញ្ជូន
៣. ពន្ធ និងអាករដែលអាចអនុវត្តបាន

ការចំណាយផ្សេងទៀត សម្រាប់ការបញ្ជាទិញ ការទទួល និងការរក្សាទុក ជាគោលការណ៍គួរតែរួមបញ្ចូលនៅក្នុងថ្លៃដើមសន្និធិ។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ នៅក្នុងការអនុវត្តជាក់ស្តែង វាពិតជាលំបាកណាស់ក្នុងការបែងចែកការចំណាយជាក់លាក់ ដែលជាធម្មតាពួកគេត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការចំណាយ នៃអំឡុងពេលគណនេយ្យជាជាងដាក់ជាថ្លៃដើមសន្និធិ¹⁵។

២.១.៨ វិធីសាស្ត្រគណនាថ្លៃដើមសន្និធិ

តម្លៃដែលបានកំណត់ចំពោះការបញ្ចប់សន្និធិគឺជាលទ្ធផលនៃការវាស់វែងពីរ៖ បរិមាណ និងតម្លៃ។ នៅក្រោមប្រព័ន្ធស្តុកកំណត់ត្រា បរិមាណត្រូវបានកំណត់ដោយការទទួលយកសន្និធិរូបវន្ត។ នៅក្រោមប្រព័ន្ធស្តុកអចិន្ត្រៃយ៍ បរិមាណត្រូវបានធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពនៅពេលដែលការទិញ និងការលក់កើតឡើង។ ថ្លៃដើមត្រូវបានកំណត់ដោយដោយប្រើវិធីសាស្ត្រមួយខាងក្រោម វិធីសាស្ត្រនីមួយៗផ្អែកលើការសន្មត់ផ្សេងគ្នានៃលំហូរចំណាយ៖

១. វិធីសាស្ត្រកំណត់អត្តសញ្ញាណជាក់លាក់ (Specific Identification Method)
២. វិធីសាស្ត្រគិតជាមធ្យម (Average Cost Method)
៣. វិធីសាស្ត្រ ចូលមុន-ចេញមុន (First-in, First-out (FIFO) Method)
៤. វិធីសាស្ត្រ ចូលក្រោយ-ចេញមុន (Last-in, First-out (LIFO) Method)

វិធីសាស្ត្រកំណត់តម្លៃសន្និធិទាំងបួនប៉ះពាល់ដល់ថ្លៃដើមនៃទំនិញដែលបានលក់នៅលើរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល និងសន្និធិនៅលើតារាងតុល្យការ។ ជម្រើសនៃវិធីសាស្ត្រ អាស្រ័យលើលក្ខណៈនៃអាជីវកម្ម ផលប៉ះពាល់ហិរញ្ញវត្ថុនៃវិធីសាស្ត្រ និងតម្លៃនៃការអនុវត្តវិធីសាស្ត្រ¹⁶។

¹⁴ Vanda Institute: Basic Financial Accounting, Page 389, 4th Edition, 2009

¹⁵ Principles of accounting, 11th edition, Page358, 2011 (Belverd E. Needles, Marian Powers, Crosson, Susan V)

¹⁶ Principles of accounting, 11th edition, Page361, 2011 (Belverd E. Needles, Marian Powers, Crosson, Susan V)

២.១.៩ របាយការណ៍គ្រប់គ្រងសន្និធិ

របាយការណ៍គ្រប់គ្រងសន្និធិ បង្ហាញពីតំរូវការមានប្រយោជន៍អំពីចំនួនមុខទំនិញដែលស្តុក។ របាយការណ៍ទាំងនេះផ្តល់ជូននូវព័ត៌មានលំអិតអំពីសន្និធិ និងអាចផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនដល់អាជីវកម្មផងដែរនេះជារបាយការណ៍ទាំង ១៣ប្រភេទ សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ¹⁷៖

- របាយការណ៍ប្រតិបត្តិការសន្និធិ (Inventories performance report)
- របាយការណ៍ស្តីពីផលចំណេញនៃសន្និធិ (Report on inventories' profitability)
- របាយការណ៍តម្លៃសន្និធិ (Inventory value report)
- របាយការណ៍អំពីកម្រិតស្តុក (Report on stock levels)
- របាយការណ៍អំពីការព្យាករណ៍សន្និធិ (Report on inventory forecasting)
- របាយការណ៍ស្តីពីការលក់ (Report on sales)
- របាយការណ៍ស្តីពីតម្លៃទំនិញដែលបានលក់ (Report on cost of goods sold)
- របាយការណ៍អំពីការបញ្ជាទិញ (Report on purchase orders)
- របាយការណ៍អំពីនិន្នាការនៃការដឹកជញ្ជូន (Report on shipment trends)
- របាយការណ៍អំពីការវិភាគអតិថិជន (Report on customer analytics)
- របាយការណ៍អំពីទីតាំងនៃស្តុកច្រើន (Report on the locations of multiple stocks)
- របាយការណ៍អំពីចលនានៃសន្និធិ (Report on the movement of the stock)
- របាយការណ៍វិភាគភាពចាស់ (Aging analysis report)

២.១.១០ ទស្សនទានចំពោះសន្និធិ

ទោះបីជាសន្និធិអជីវចល តែប្រធានបទស្តីពីសន្និធិ និងការត្រួតពិនិត្យសន្និធិ បានធ្វើឱ្យភ្ញាក់ផ្អើលខុសៗប្លែកពីគ្នាក្នុងចិត្តរបស់មនុស្សទាំងឡាយ នៅតាមផ្នែកនានានៃអង្គភាពនីមួយៗ ជាទូទៅអ្នកលក់ទំនិញតែងចង់ឱ្យមាន សន្និធិទំនិញបរិមាណច្រើនក្នុងដៃព្រោះពួកគេយល់ឃើញថា នឹងអាចបំពេញនូវរាល់សំនុំមតរបស់អតិថិជន (មិនធ្វើឱ្យអតិថិជនរង់ចាំ)។ ទាំងនេះមានន័យថាពួកគេគិតជាចម្បងទៅលើសេវាអតិថិជន។

ប៉ុន្តែសម្រាប់ បុគ្គលិកផ្នែកគណនេយ្យ និងហិរញ្ញវត្ថុវិញមើលឃើញសន្និធិ នៅក្នុងជ្រុងមួយផ្សេងទៀត។ សន្និធិច្រើន (ខ្ពស់) មិនមែនបង្ហាញថា កំរិតសេវាអតិថិជនខ្ពស់នោះទេនៅក្នុងភាសាគណនេយ្យករ បែបនេះវាបង្ហាញពីការកប់ដើមទុនច្រើនទៅវិញទេ ព្រោះមិនដូច្នោះទេ គេអាចយកមូលធនទាំងនោះទៅសងបំណុល ឬយកទៅវិនិយោគក្នុងវិស័យផ្សេងៗទៀតដែលផ្តល់នូវឧត្តមភាពសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់។

បើតាម ទស្សនៈរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការវិញ សន្និធិ គឺជាឧបករណ៍មួយ (Tool) ដែលអាចប្រើប្រាស់ដើម្បីជំរុញប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការនៃរោងចក្រផលិតកម្ម។

ហើយចំណែកអ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ខ្ពស់វិញ គឺគិតដល់បញ្ហាលទ្ធផលចុងក្រោយ (Bottom Line) ថាតើសន្និធិ ផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ប៉ុណ្ណា បើធៀបជាមួយការចំណាយថ្លៃដើម¹⁸។

¹⁷ [https://inventooly.com/blog/reports-for-inventory-management \(27-10-23\)](https://inventooly.com/blog/reports-for-inventory-management (27-10-23))

¹⁸ [https://www.tvet-elearning.com \(31-08-23\)](https://www.tvet-elearning.com (31-08-23))

២.២ ការសម្រេចចិត្តធ្វើការគ្រប់គ្រងសន្តិវិធី

២.២.១ និយមន័យការគ្រប់គ្រង

ការគ្រប់គ្រងមិនមែនជាវិទ្យាសាស្ត្រពិបាកទេ។ មិនដូចគឺមីវិទ្យា ឬពិជគណិត ដែលជាញឹកញាប់មានចម្លើយត្រឹមត្រូវ, ការគ្រប់គ្រងគឺសន្ទនីយ និងប្រធានបទ ហើយមានទស្សនៈផ្សេងៗគ្នា អំពីរបៀបប្រើប្រាស់គោលការណ៍របស់វា។ ប៉ុន្តែតើអ្វីទៅជាការគ្រប់គ្រង? អ្នកប្រាជ្ញភាគច្រើនមានបម្រែបម្រួល នៃនិយមន័យដូចគ្នាដែលរួមបញ្ចូល ការប្រើប្រាស់ធនធានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅមួយ។

ការគ្រប់គ្រង គឺសំដៅទៅលើដំណើរការនៃការរៀបចំផែនការ ការរៀបចំ ការសម្របសម្រួល និងការគ្រប់គ្រងធនធាន និងសកម្មភាពនានាក្នុងអង្គភាព ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅ និងគោលបំណងជាក់លាក់។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការសម្រេចចិត្ត ការបែងចែកធនធាន និងដឹកនាំបុគ្គល ឬក្រុមឱ្យសម្រេចកិច្ចការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធភាព¹⁹។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាសិល្បៈ និងវិទ្យាសាស្ត្រនៃការសម្របសម្រួលប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងដឹកនាំធនធានមនុស្ស និងសម្ភារៈឆ្ពោះទៅរកគោលដៅរបស់អង្គភាព។ វារួមមានសកម្មភាពជាច្រើន រួមទាំងការធ្វើផែនការ ការរៀបចំ ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យ រួមបង្កើតជាសសរស្តម្ភ នៃការគ្រប់គ្រងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព²⁰។

ការគ្រប់គ្រង គឺជារបៀបដែលអាជីវកម្មរៀបចំ និងដឹកនាំលំហូរការងារ ប្រតិបត្តិការ និងបុគ្គលិកដើម្បីបំពេញតាមគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុន²¹។

Mary P. Fletcher អ្នកប្រាជ្ញផ្នែកគ្រប់គ្រងដំបូងម្នាក់ បានកំណត់លក្ខណៈនៃ ការគ្រប់គ្រង ថាវាជា «សិល្បៈនៃការសម្រេចបាននូវកិច្ចការទាំងឡាយតាមរយៈការខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់មនុស្សផ្សេងទៀត» (Graham, 1995)។ និយមន័យនេះ បង្កប់ន័យទាំងការស្វែងរកគោលដៅ (ការសម្រេចកិច្ចការ) និងការប្រើប្រាស់ធនធាន (ភាគច្រើនតាមរយៈមនុស្ស)²²។

និយមន័យដ៏ទូលំទូលាយសម្រាប់ ការគ្រប់គ្រង នោះ គឺជាការស្វែងរកគោលដៅរបស់អង្គភាព តាមរយៈការប្រើប្រាស់ធនធានរបស់អង្គភាព (Bateman & Snell, 2013)²³។

ការពិចារណាដ៏សំខាន់មួយសម្រាប់ការគ្រប់គ្រង គឺការយល់ដឹងពាក្យថា អង្គភាព គឺគ្រាន់តែសំដៅទៅលើ «ការប្រមូលផ្តុំនៃមនុស្សធ្វើការរួមគ្នាដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលបំណងរួមមួយ» (Shermerhorn, 2013, ទំព័រ១១)²⁴។

ការគ្រប់គ្រងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងអង្គភាពដោយផ្តល់ការណែនាំ ការសម្របសម្រួល និងការត្រួតពិនិត្យ។ វាត្រូវការជំនាញជាច្រើនដូចជា ការយល់ដឹងជាយុទ្ធសាស្ត្រ ការសម្រេចចិត្តប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព សមត្ថភាពដឹកនាំ និងសមត្ថភាពក្នុងការសម្របខ្លួន ធ្វើឱ្យអ្នកជំនាញអាចរុករកទិដ្ឋភាពដ៏ស្មុគស្មាញនៃអាជីវកម្មសហសម័យ និងទទួលបានសមិទ្ធផលយូរអង្វែង។

¹⁹ https://baou.edu.in/assets/pdf/PGDM_101_slm.pdf (27-10-23)

²⁰ https://intellipaat.com/blog/what-is-management/#What_is_Management (27-10-23)

²¹ <https://www.coursera.org/articles/management> (27-10-23)

²² <https://fhsu.pressbooks.pub/management/chapter/introduction-to-management/> (31-10-23)

²³ ដូចទី២២

²⁴ ដូចទី២២

២.២.២ ប្រវត្តិការគ្រប់គ្រង

១. ផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវទិដ្ឋភាពទូទៅនៃការវិវត្តនៃគំនិត និងទ្រឹស្តីនៃការគ្រប់គ្រង

២. ផ្តល់ការយល់ដឹងអំពីការគ្រប់គ្រងនៅក្នុងបរិបទនៃពិភពលោកសម័យទំនើបដែលយើងរស់នៅ

គំនិតនៃការគ្រប់គ្រងមានតាំងពីរាប់ពាន់ឆ្នាំមកហើយ។ យោងតាម Pindur, Rogers, and Kim (1995) វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗក្នុងការគ្រប់គ្រង បានត្រលប់មកវិញយ៉ាងហោចណាស់ ៣០០០ឆ្នាំមុន ដែលជាពេលវេលាមួយដែលកំណត់ត្រានៃការធ្វើជំនួញ ត្រូវបានកត់ត្រាជាលើកដំបូង ដោយពួកបូជាចារ្យនៅមជ្ឈិមបូព៌ា។

សូក្រាត នៅប្រហែលឆ្នាំ៤០០ មុនគ្រឹស្តសករាជ បាននិយាយថា ការគ្រប់គ្រងគឺជាសមត្ថភាពដាច់ដោយឡែកពីជំនាញបច្ចេកទេស និងចំណេះដឹង (Higgins, 1991) ។

បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម ដែលជាពេលវេលាមួយពីចុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ ១៧០០ ដល់ទសវត្សរ៍ឆ្នាំ ១៨០០ គឺជារយៈពេលនៃភាពចលាចល និងការផ្លាស់ប្តូរដ៏ធំនៅក្នុងរបៀបរស់នៅ និងការងាររបស់មនុស្ស។ តម្រូវការសម្រាប់ការគ្រប់គ្រង និងការសម្របសម្រួលបានក្លាយទៅជាកត្តាសំខាន់ៗ ដើម្បីទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ វិធីសាស្ត្រផ្សេងគ្នាចំពោះចេតនាសម្ព័ន្ធស្ថាប័ន និងការគ្រប់គ្រងត្រូវបានទាមទារ។

យុគសម័យ

Koontz និង O'Donnell (1955) បានកំណត់ការគ្រប់គ្រងថាជា “មុខងារនៃការសម្រេចកិច្ចការផ្សេងៗ (ទំព័រ 3)។ ឥស្សរជនមួយរូបឈរនៅពីលើអ្នកដទៃទាំងអស់ ហើយត្រូវបានចាត់ទុកថាជាបិតានៃការគ្រប់គ្រងបែបទំនើប (Edersheim, 2007) បុគ្គលនោះគឺជា Peter Drucker។ Drucker អ្នកនិពន្ធ អ្នកអប់រំ និងជាអ្នកប្រឹក្សាផ្នែកគ្រប់គ្រងត្រូវបានផ្តល់កិត្តិយសយ៉ាងទូលំទូលាយ ក្នុងការអភិវឌ្ឍគំនិតនៃការគ្រប់គ្រង ដោយគោលបំណង ឬ MBO (Wren & Bedeian, 2009) ការគ្រប់គ្រងដោយ Objective គឺជាដំណើរការនៃការកំណត់គោលបំណងជាក់លាក់ដែលចាំបាច់ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់អង្គភាព។

ទ្រឹស្តីការគ្រប់គ្រងបានបន្តវិវឌ្ឍជាមួយនឹងគោលគំនិតបន្ថែមដែលត្រូវបានដាក់ចេញដោយអ្នកគិតច្នៃប្រឌិតផ្សេងទៀត។ Henry Mintzberg ត្រូវបានគេចងចាំថា បានបំផ្ទុះគំនិតដែលថា អ្នកគ្រប់គ្រងជាបុគ្គលដែលមានរូបរាងអង្គុយនៅក្នុងការិយាល័យរបស់ពួកគេ អង្គុយនៅក្រោយ ហើយសញ្ជឹងគិតពីគំនិតរូបភាពធំៗ។ Mintzberg បានសង្កេតឃើញថា ការគ្រប់គ្រងគឺជាការងារលំបាក។ អ្នកគ្រប់គ្រងកំពុងធ្វើដំណើរទៅចូលរួមកិច្ចប្រជុំ គ្រប់គ្រងវិបត្តិ និងធ្វើអន្តរកម្មជាមួយទំនាក់ទំនងខាងក្នុង និងខាងក្រៅ។ លើសពីនេះ អាស្រ័យលើលក្ខណៈពិតប្រាកដនៃតួនាទីរបស់ពួកគេ អ្នកគ្រប់គ្រងបានបំពេញភារកិច្ចជាច្រើនរួមមាន អ្នកនាំពាក្យ អ្នកដឹកនាំ អ្នកបែងចែកធនធាន និងអ្នកចរចា (Mintzberg, 1973)។ ក្នុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៧០ លោក Tom Peters និង Robert Waterman បានធ្វើដំណើរជុំវិញពិភពលោក ដើម្បីស្វែងរកការអនុវត្តការគ្រប់គ្រងដ៏ល្អបំផុតនាពេលបច្ចុប្បន្ន។ សៀវភៅរបស់ពួកគេដែលមានចំណងជើងថា “In Search of Excellence” បានសរសេរអំពីអ្វីដែលធ្វើការទាក់ទងនឹងស្ថាប័នគ្រប់គ្រង។ ពួកគេបានរកឃើញថាក្រុមហ៊ុនដែលគ្រប់គ្រងល្អបំផុតមានវប្បធម៌ដែលលើកកម្ពស់តម្លាភាព ចែករំលែកព័ត៌មានដោយបើកចំហ និងគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងចុះក្រោមតាមឋានានុក្រមរបស់អង្គភាព (Allison, 2014)។

អ្នកផ្សេងទៀតបានរួមចំណែកយូរអង្វែងដល់ការគិតក្នុងការគ្រប់គ្រងទំនើប។ Steven Covey's *The Seven Habits of Highly Successful People* , *The Fifth Discipline* របស់ Peter Senge និង Jim Collins និង Jerry Porras's *Built to Last* គឺស្ថិតក្នុងចំណោមសៀវភៅដែលលក់ជាប់បំផុត អំពីគោលការណ៍គ្រប់គ្រង។ ក្នុងចំណោមអ្នកគិតដ៏ល្បីល្បាញនៃសម័យនេះគឺលោក Michael Porter ។ ការគិតរបស់ Porter លើការប្រកួតប្រជែង និងអត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែង បានក្លាយទៅជាគោលការណ៍មិនចេះចប់ នៃការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រដែលនៅតែប្រើសព្វថ្ងៃនេះ។ ប្រហែលជាការរួមចំណែកដ៏សំខាន់បំផុត របស់ Porter ចំពោះការគិតក្នុងការគ្រប់គ្រងបែបទំនើប គឺជាការផ្សារភ្ជាប់គ្នារវាង ជម្រើសនៃយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន និងប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុរបស់ខ្លួន។

សតវត្សទី២១

អ្នកគ្រប់គ្រងនៅសតវត្សទី២១ ត្រូវតែប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាដែលដៃគូរបស់ពួកគេកាលពីប៉ុន្មានឆ្នាំមុនស្ទើរតែមិនអាចស្រមៃបាន។ លេកបច្ចេកវិជ្ជាដែលកំពុងរីកចម្រើនឥតឈប់ឈរ ឥទ្ធិពលនៃបញ្ហាសិប្បនិម្មិត ធម្មជាតិនៃការវិវត្តន៍នៃ សកលការប្រកួតប្រជែង និងការអូសទាញនៃសង្គ្រាម រវាងភាគីពាក់ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន និងផលប្រយោជន៍ម្ចាស់ភាគហ៊ុន គឺជាកត្តាចម្បងក្នុងចំណោមតម្រូវការដែលអ្នកគ្រប់គ្រងសព្វថ្ងៃនេះនឹងត្រូវប្រឈមមុខ។

បច្ចេកវិទ្យា

ភាគច្រើនត្រូវបានសរសេរអំពីការរីកចម្រើននៃបច្ចេកវិទ្យា។ ការគ្រប់គ្រងនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ត្រូវតែដោះស្រាយជាមួយនឹងការផ្ទុះនៃទិន្នន័យដែលអាចរកបាន ដើម្បីជួយសម្រួលដល់ការសម្រេចចិត្តអាជីវកម្ម។ ការវិភាគទិន្នន័យ ការពិនិត្យសំណុំទិន្នន័យ ផ្តល់ព័ត៌មានដើម្បីជួយអ្នកគ្រប់គ្រង យល់កាន់តែច្បាស់អំពី អាកប្បកិរិយារបស់អតិថិជន តម្រូវការ និងតម្រូវការរបស់អតិថិជន កំណត់ការចែកចាយសារធាតុផ្សេងៗខ្លួន និងតាមដានការចូលមើលគេហទំព័រអនឡាញ។ ការបង្កើតការយល់ដឹង អំពីរបៀបប្រើការវិភាគទិន្នន័យដោយមិនមានការរំខាន នឹងជាបញ្ហាប្រឈមដ៏សំខាន់សម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងសតវត្សទី២១។ ការប្រមូល រៀបចំ ប្រើប្រាស់ទិន្នន័យក្នុងលក្ខណៈឡឆ្លើយខ្លី ទាន់ពេលវេលា និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពគឺបង្កើតគំរូថ្មីទាំងស្រុងនៃសមត្ថភាពគ្រប់គ្រង។ បន្ថែមពីលើការវិភាគទិន្នន័យ សុវត្ថិភាពតាមអ៊ីនធឺណិត យន្តហោះគ្មានមនុស្សបើក និងការពិនិត្យគឺជាបច្ចេកវិទ្យាថ្មីគួរឱ្យរំភើប និងផ្តល់នូវការផ្លាស់ប្តូរ ដែលមិនធ្លាប់មានពីមុនមកចំពោះវិធីធ្វើអាជីវកម្ម។ រាល់ឱកាសទាំងនេះទាមទារនូវកម្រិតថ្មីនៃសមត្ថភាពគ្រប់គ្រង ដែលបង្កើតឱកាសសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងសម័យទំនើប។

បញ្ហាសិប្បនិម្មិត

តើមនុស្សយន្តនឹងជំនួសកម្មករទេ? ដើម្បីឱ្យប្រាកដថា នេះបានកើតឡើងរួចទៅហើយដល់កម្រិតមួយចំនួននៅក្នុងឧស្សាហកម្មជាច្រើន។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ ខណៈពេលដែលការងារមួយចំនួននឹងត្រូវបាត់បង់ទៅ AI នោះ ការងារមួយចំនួនទៀតនឹងលេចឡើង ដែលទាមទារកម្រិតថ្មីនៃជំនាញគ្រប់គ្រង។ AI មានសមត្ថភាពក្នុងការលុបបំបាត់កិច្ចការដែលគ្មានតម្លៃ និងអ្នកគ្រប់គ្រងដោយឥតគិតថ្លៃ ដើម្បីផ្តោតលើចំណុចសំខាន់នៃ

ការងាររបស់ពួកគេ។ ជំនាញរបស់មនុស្សដូចជាការយល់ចិត្ត ការបង្រៀន និងការបង្កើតបុគ្គលិក ការផ្ដោតលើ ការអភិវឌ្ឍមនុស្ស និងការផ្តល់ពេលទំនេរ សម្រាប់ការគិតប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត នឹងកាន់តែមានសារៈ សំខាន់នៅពេលដែល AI បន្តអភិវឌ្ឍជាឧបករណ៍ដ៏សំខាន់សម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។

សកលការូបនីយកម្ម

សកលការូបនីយកម្ម ត្រូវបានកំណត់ថាជាការពឹងផ្អែកគ្នាទៅវិញទៅមក នៃសេដ្ឋកិច្ចរបស់ពិភពលោក ហើយ បានដើរទៅមុខឥតឈប់ឈរ ចាប់តាំងពីចុងបញ្ចប់នៃសង្គ្រាមលោកលើកទីពីរ។ ការគ្រប់គ្រងក្នុងយុគសម័យ សកលការូបនីយកម្មបាននាំមកនូវបញ្ហាប្រឈមថ្មីមួយ។ ការសម្របខ្លួនទៅនឹងវប្បធម៌ថ្មី ការរុករកផ្តុំបន្ថែមច្បាប់ ផ្សេងៗ ពន្ធគយ បទប្បញ្ញត្តិនាំចូល នាំចេញ បញ្ហាធនធានមនុស្ស ភស្តុភារ សារទីផ្សារ ការគ្រប់គ្រងខ្សែសង្វាក់ ផ្គត់ផ្គង់ រូបិយប័ណ្ណ ការវិនិយោគបរទេស និងការអន្តរាគមន៍របស់រដ្ឋាភិបាល គឺស្ថិតនៅក្នុងចំណោមតម្រូវការ ដែលប្រឈមមុខនឹងអ្នកគ្រប់គ្រងពិភពលោកនៃសតវត្សទី២១។ ទោះបីជាមានបញ្ហាប្រឈម ដ៏ធំសម្បើមទាំង នេះក៏ដោយ ពាណិជ្ជកម្មក្នុងចំណោមប្រជាជាតិនានាលើពិភពលោក បានកើនឡើង ក្នុងអត្រាដែលមិនធ្លាប់ មានពីមុនមក។ ទោះបីជាមានការរីកចម្រើនខ្លាំងក៏ដោយ សកលការូបនីយកម្មមានចំណែករបស់អ្នករិះគន់។ ចំណុចសំខាន់ក្នុងចំណោមពួកគេគឺថា សកលការូបនីយកម្មបានបង្កើនភាពខុសគ្នារវាងអ្នកមាន និងមិនមាន នៅក្នុងសង្គម។ អ្នកប្រឆាំងនៃសកលការូបនីយកម្មអះអាងថា ក្នុងករណីជាច្រើន ការងារត្រូវបានបាត់បង់ទៅ ឱ្យប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍ ដែលមានអត្រាប្រាក់ឈ្នួលទាបជាង។ លើសពីនេះ វិសមភាពបានកាន់តែអាក្រក់ ទៅៗ ជាមួយនឹងអ្នកមានបំផុត ដែលប្រើប្រាស់នូវភាគរយមិនសមាមាត្រនៃធនធានរបស់ពិភពលោក (Collins, 2015)។ អ្នកគាំទ្រប្រឆាំងថានៅកម្រិតម៉ាក្រូ សកលការូបនីយកម្មបង្កើតការងារច្រើនជាងការខាតបង់ មនុស្ស កាន់តែច្រើន ត្រូវបានដកចេញពីភាពក្រីក្រ ហើយការពង្រីកនៅទូទាំងពិភពលោក អាចឱ្យក្រុមហ៊ុនមានការ ប្រកួតប្រជែងកាន់តែច្រើននៅលើពិភពលោក។

ចាប់តាំងពីការបោះឆ្នោតរបស់លោក Donald Trump ជាប្រធានាធិបតីសហរដ្ឋអាមេរិកក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ និង ការសម្រេចចិត្តរបស់ចក្រភពអង់គ្លេស ក្នុងការចាកចេញពីសហភាពអឺរ៉ុប គំនិតនៃជាតិនិយមបានបង្ហាញនៅ ក្នុងប្រជាជាតិជាច្រើនជុំវិញពិភពលោក។ ឧបសគ្គជាប្រពៃណីក្នុងការពង្រីកនៅខាងក្រៅប្រទេសកំណើតរបស់ ខ្លួនបូករួមនឹងការលំបាកថ្មីៗជាច្រើនដូចជា របាំងពាណិជ្ជកម្មដែលមិនបានគ្រោងទុក ការទិញយកដែលត្រូវ បានរារាំង និងការត្រួតពិនិត្យកាន់តែខ្ពស់ពីនិយ័តករ បានបន្ថែមជាបន្ទុកនៃការគ្រប់គ្រងក្នុង សតវត្សទី២១។ ដំណាក់កាល ត្រូវបានកំណត់សម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងជំនាន់ថ្មី ដែលមានជំនាញក្នុងការដោះស្រាយបរិយាកាស អាជីវកម្មដ៏ស្មុគស្មាញថ្មីនេះ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ សព្វថ្ងៃនេះ ជាមួយនឹងបច្ចេកវិទ្យា បញ្ញាសិប្បនិម្មិត សកលការូបនីយកម្ម ជាតិនិយម និងឧបសគ្គជាច្រើនផ្សេងៗទៀត អង្គភាពនឹងបន្តដំណើរឆ្ពោះទៅរក រចនា សម្ព័ន្ធអង្គភាពដ៏ស្រស់បំព្រង រហ័សរហួនជាងមុន ដែលដំណើរការដោយអ្នកគ្រប់គ្រង ដែលមានជំនាញសម ស្របនៃសតវត្សទី ២១²⁵។

²⁵ [https://fhsu.pressbooks.pub/management/chapter/the-history-of-management/ \(31-10-23\)](https://fhsu.pressbooks.pub/management/chapter/the-history-of-management/ (31-10-23))

២.២.៣ ប្រភេទនៃការគ្រប់គ្រង

ការគ្រប់គ្រងមានទិដ្ឋភាព និងប្រភេទផ្សេងៗគ្នា នេះគឺជាការគ្រប់គ្រងសំខាន់ៗមួយចំនួន៖

- **ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ (Financial Management)**

ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុពាក់ព័ន្ធនឹងការរៀបចំផែនការ ការរៀបចំ និងការគ្រប់គ្រងធនធានហិរញ្ញវត្ថុរបស់ស្ថាប័នមួយ។ វារួមបញ្ចូលសកម្មភាពដូចជា ការរៀបចំថវិកា ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុ ការសម្រេចចិត្តវិនិយោគ និងការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់ ដើម្បីធានាស្ថិរភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងប្រាក់ចំណេញរបស់ស្ថាប័ន។

- **ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស (HRM: Human Resource Management)**

ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស គឺជាដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងកម្លាំងពលកម្មរបស់អង្គភាពមួយ។ វារួមបញ្ចូលសកម្មភាពដូចជាការជ្រើសរើស ការជ្រើសរើស ការបណ្តុះបណ្តាល ការគ្រប់គ្រងការអនុវត្ត និងទំនាក់ទំនងបុគ្គលិក។ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស គឺមានគោលបំណងទាក់ទាញ អភិវឌ្ឍ និងរក្សាបុគ្គលដែលមានទេពកោសល្យ ដែលអាចរួមចំណែកដល់ភាពជោគជ័យរបស់អង្គភាព។

- **ការគ្រប់គ្រងតាមអ៊ីនធឺណិត (Management Cybernetics)**

ទាក់ទងជាមួយនឹងការអនុវត្ត តាមអ៊ីនធឺណិត ទៅនឹងការគ្រប់គ្រង និង អង្គភាព។ "ការគ្រប់គ្រង cybernetics" ត្រូវបានណែនាំជាលើកដំបូងដោយ Stafford Beer (អ្នកទ្រឹស្តី ទីប្រឹក្សា និងជាសាស្ត្រាចារ្យនៅសាលាធុរកិច្ច Manchester) នៅចុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៥០ ហើយណែនាំយន្តការផ្សេងៗនៃការគ្រប់គ្រងខ្លួនឯងដែលបានអនុវត្តដោយ និងចំពោះការកំណត់របស់អង្គភាព ដូចដែលបានឃើញតាមរយៈទស្សនវិស័យ cybernetics។

- **ការគ្រប់គ្រងបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន (IT Management)**

គឺជារ៉ឺន័យដែលធនធាន ព័ត៌មានវិទ្យាទាំងអស់របស់អង្គភាពត្រូវបានគ្រប់គ្រងស្របតាមតម្រូវការ និងអាទិភាពរបស់វា។ វាមានមុខងារគ្រប់គ្រងជាមូលដ្ឋានជាច្រើនដូចជា ថវិកា បុគ្គលិក ការគ្រប់គ្រងការផ្លាស់ប្តូរ ការរៀបចំ និងការគ្រប់គ្រង រួមជាមួយនឹងទិដ្ឋភាពផ្សេងទៀត ដែលមានលក្ខណៈពិសេសសម្រាប់បច្ចេកវិទ្យា ដូចជា ការរចនាកម្មវិធី ការធ្វើផែនការបណ្តាញការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។ល។

- **ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ (Marketing Management)**

ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារពាក់ព័ន្ធនឹងការកំណត់អត្តសញ្ញាណ ការគិតទុកជាមុន និងការបំពេញតម្រូវការ និងតម្រូវការរបស់អតិថិជន។ វារួមបញ្ចូលសកម្មភាពដូចជា ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ ការអភិវឌ្ឍផលិតផល ការកំណត់តម្លៃ ការផ្សព្វផ្សាយ និងការចែកចាយ។ ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារមានគោលបំណងបង្កើតតម្លៃសម្រាប់អតិថិជន និងបង្កើតទំនាក់ទំនងអតិថិជនរឹងមាំ ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលបំណងរបស់អង្គភាព។

- **ការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការ និងផលិតកម្ម (Operation Management and Production Management)**

ការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការផ្តោតលើការរចនា ការធ្វើផែនការ និងការគ្រប់គ្រងការផលិត និងការចែកចាយទំនិញ និងសេវាកម្ម។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រងធនធាន ការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពដំណើរការ និងការធានានូវការប្រើប្រាស់សម្ភារៈ កម្លាំងពលកម្ម និងឧបករណ៍ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជន និងសម្រេចបាននូវឧត្តមភាពប្រតិបត្តិការ។

- **ការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រ (Strategic Management)**

ការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រ គឺជាដំណើរការបង្កើត និងអនុវត្តផែនការ និងយុទ្ធសាស្ត្ររយៈពេលវែង ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់អង្គភាព។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការវិភាគបរិយាកាសខាងក្នុង និងខាងក្រៅ ការកំណត់វត្ថុបំណង ការសម្រេចចិត្តយុទ្ធសាស្ត្រ និងការបែងចែកធនធានដើម្បីធានាភាពជោគជ័យរបស់អង្គភាព និងអត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែង²⁶ ។

- **ការគ្រប់គ្រងការផ្លាស់ប្តូរ (Change Management)**

ការគ្រប់គ្រងការផ្លាស់ប្តូរ សំដៅទៅលើដំណើរការ នៃការដឹកនាំការផ្លាស់ប្តូររបស់អង្គភាពមួយតាំងពីដើមដល់ចប់ រួមទាំងការរៀបចំផែនការ ការអនុវត្ត និងការពង្រឹងការផ្លាស់ប្តូរ នៅក្នុងអង្គភាព។ វាពាក់ព័ន្ធនឹង ការយល់ដឹងពីតម្រូវការសម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធ ការយកចិត្តទុកដាក់ និងការធានាឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរដោយរលូន ដើម្បីសម្រេចបាននូវលទ្ធផលដែលចង់បាន និងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង នូវការអនុវត្តរបស់អង្គភាព²⁷។

- **ការគ្រប់គ្រងគម្រោង (Project Management)**

ការគ្រប់គ្រងគម្រោងគឺជារឿងនៃការរៀបចំផែនការ ការរៀបចំ និងការគ្រប់គ្រងធនធាន ដើម្បីបញ្ចប់គម្រោងជាក់លាក់ក្នុងដែនកំណត់ដែលបានកំណត់ ដូចជាពេលវេលា ថវិកា និងវិសាលភាព។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្តួចផ្តើម ការធ្វើផែនការ ការអនុវត្ត ការត្រួតពិនិត្យ និងការបិទគម្រោង ដើម្បីផ្តល់លទ្ធផលដែលចង់បាន និងបំពេញតាមការរំពឹងទុករបស់អ្នកពាក់ព័ន្ធ²⁸។

- **ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ (Risk Management)**

ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ គឺជាដំណើរការនៃការកំណត់អត្តសញ្ញាណ វាយតម្លៃ និងគ្រប់គ្រងហានិភ័យផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ច្បាប់ យុទ្ធសាស្ត្រ និងសុវត្ថិភាពចំពោះដើមទុន និងប្រាក់ចំណូលរបស់អង្គភាពដែលអាចកើតមាន និងភាពមិនច្បាស់លាស់ ដែលអាចប៉ះពាល់ដល់គោលបំណងរបស់អង្គភាពនោះ។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការវិភាគហានិភ័យ ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីកាត់បន្ថយ ឬផ្ទេរពួកវា និងការអនុវត្តការគ្រប់គ្រងដើម្បីធានាបាននូវភាពបន្តអាជីវកម្ម និងការពារទ្រព្យសម្បត្តិ និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ស្ថាប័ន²⁹។

- **ការគ្រប់គ្រងការស្រាវជ្រាវ និងការអភិវឌ្ឍ (Research & Development Management)**

គឺជាការគ្រប់គ្រងក្រុម និងដំណើរការនៃការស្រាវជ្រាវ និងការអភិវឌ្ឍ។ នៅក្នុងពិភពបច្ចេកវិទ្យាដែលផ្លាស់ប្តូរជានិច្ចនេះ អង្គភាពនានាចាំបាច់ត្រូវតែមានគំនិតច្នៃប្រឌិត អភិវឌ្ឍផលិតផលថ្មី និងកែលម្អផលិតផលដែលមានស្រាប់។ ក្នុងបរិបទនេះ វាមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងនៅក្នុងអង្គភាព សម្រាប់ការទទួលបាននូវអត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែង។ ការគ្រប់គ្រង R&D ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង ឬដំណើរការកាន់តែប្រសើរឡើងរបស់អង្គភាព³⁰។

²⁶ [https://en.wikipedia.org/wiki/Management#Nature_of_work_\(01-11-23\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Management#Nature_of_work_(01-11-23))

²⁷ [https://whatfix.com/change-management/ \(21-11-23\)](https://whatfix.com/change-management/ (21-11-23))

²⁸ [https://www.planview.com/resources/guide/what-is-project-management/ \(21-11-23\)](https://www.planview.com/resources/guide/what-is-project-management/ (21-11-23))

²⁹ [https://www.ibm.com/topics/risk-management \(21-11-23\)](https://www.ibm.com/topics/risk-management (21-11-23))

³⁰ [https://www.typesof.net/a/types-of-management-with-the-definitions \(21-11-23\)](https://www.typesof.net/a/types-of-management-with-the-definitions (21-11-23))

២.២.៤ កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង

កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង គឺជាការបែងចែករវាងកម្រិតនៃសិទ្ធិអំណាច និងការទទួលខុសត្រូវនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។ កម្រិតទាំងនេះកំណត់ភារកិច្ចនៃមុខតំណែងអ្នកគ្រប់គ្រងផ្សេងៗ រួមទាំងអ្នកដែលពួកគេត្រូវ រាយការណ៍ទៅអ្នកណា និងអ្នកណារាយការណ៍ទៅពួកគេ។ ជាទូទៅការគ្រប់គ្រងមានបីកម្រិត³¹៖

- **ការគ្រប់គ្រងកម្រិតកំពូល (Top-Level Management)**
ត្រូវបានគេស្គាល់ថាជានាយកប្រតិបត្តិ ឬអ្នកគ្រប់គ្រងជាន់ខ្ពស់ កម្រិតនេះមាននាយកប្រតិបត្តិដែលមានឋានៈខ្ពស់បំផុតនៅក្នុងស្ថាប័នដូចជា CEO, CFO និងនាយកប្រតិបត្តិ C-suite ផ្សេងៗទៀត។ អ្នកគ្រប់គ្រងកម្រិតកំពូល មានទំនួលខុសត្រូវ ក្នុងការកំណត់ទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្ររួមរបស់អង្គភាព ធ្វើការសម្រេចចិត្តសំខាន់ៗ និងធានាថាគោលដៅ និងគោលបំណងរបស់អង្គភាពត្រូវបានបំពេញ។ ពួកគេក៏មានទំនួលខុសត្រូវ ក្នុងការតំណាងឱ្យអង្គភាព ទៅភាគីពាក់ព័ន្ធខាងក្រៅ និងត្រួតពិនិត្យការងាររបស់អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់កណ្តាល និងថ្នាក់ក្រោម។
- **ការគ្រប់គ្រងកម្រិតមធ្យម (Middle-Level Management)**
មានដូចជា អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅអ្នកគ្រប់គ្រងសាខា និងអ្នកគ្រប់គ្រងនាយកដ្ឋាន។ អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់កណ្តាលមានទំនួលខុសត្រូវ ក្នុងការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ និងគោលនយោបាយដែលកំណត់ដោយអ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់កំពូល។ ពួកគេត្រួតពិនិត្យនាយកដ្ឋាន ឬផ្នែកជាក់លាក់នៅក្នុងអង្គភាព ហើយទទួលខុសត្រូវក្នុងការបកប្រែគោលដៅរបស់អង្គភាពទៅជាផែនការសកម្មភាព។ អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់កណ្តាលមានមុខងារ សម្របសម្រួល ត្រួតពិនិត្យ ដោះស្រាយបញ្ហាការងាររបស់អ្នកគ្រប់គ្រងកម្រិតទាប និងនិយោជិតជាក្រុម ឬអន្តរក្រុម ដោយធានាថាការងារត្រូវបានបញ្ចប់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងអនុវត្តប្រព័ន្ធធ្វាន់ដែលគាំទ្រដល់ឥរិយាបថសហការ។ ពួកគេក៏បម្រើជាទំនាក់ទំនងរវាង អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់កំពូល និងបុគ្គលិកជួរមុខ ទំនាក់ទំនងព័ត៌មាន និងផ្តល់ការណែនាំ។
- **ការគ្រប់គ្រងជួរមុខ (Front-Line Management)**
អ្នកគ្រប់គ្រងជួរមុខ ដែលត្រូវបានគេស្គាល់ថាជា អ្នកមើលការខុសត្រូវ អ្នកដឹកនាំផ្នែក អ្នកនាំមុខ និងប្រធានក្រុម។ ពួកគេទទួលខុសត្រូវ ក្នុងការត្រួតពិនិត្យដោយផ្ទាល់លើការងារ របស់បុគ្គលិកធម្មតាដែលមិនមែនជាអ្នកគ្រប់គ្រង។ ជាធម្មតា ពួកគេទទួលខុសត្រូវលើក្រុម នាយកដ្ឋាន ឬក្រុមការងារជាក់លាក់មួយ ហើយទទួលខុសត្រូវក្នុងការធានាថា ប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃដំណើរការដោយរលូន។ អ្នកគ្រប់គ្រងជួរមុខប្រគល់ភារកិច្ច ផ្តល់ការណែនាំ ការបណ្តុះបណ្តាល និងការគាំទ្រដល់បុគ្គលិកតាមដានការអនុវត្ត និងដោះស្រាយបញ្ហា ឬបញ្ហាប្រឈមនានាដែលកើតឡើង។ ពួកគេដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការអនុវត្តគោលនយោបាយ និងនីតិវិធីរបស់អង្គភាព និងរក្សាសីលធម៌ និងផលិតភាពរបស់បុគ្គលិក។

លើសពីនេះ អង្គភាពមួយចំនួនអាចមានកម្រិតបន្ថែមនៃការគ្រប់គ្រង ដូចជាអ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់តំបន់ ឬផ្នែក អាស្រ័យលើទំហំរបស់ស្ថាប័ន និងរចនាសម្ព័ន្ធរបស់ពួកគេ។

³¹ [https://en.wikipedia.org/wiki/Management#Levels_\(01-11-23\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Management#Levels_(01-11-23))

២.២.៥ មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង

មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង សំដៅទៅលើសកម្មភាព និងដំណើរការផ្សេងៗគ្នា ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រង និងដឹកនាំអង្គភាព។ មុខងារទាំងនេះត្រូវបានកំណត់ជាទូទៅថាជា ការធ្វើផែនការ ការរៀបចំ ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យ នេះការពិពណ៌នាសង្ខេបនៃមុខងារនីមួយៗ³²៖

- **ការធ្វើផែនការ (Planning)៖** ការធ្វើផែនការ ពាក់ព័ន្ធនឹងការកំណត់គោលដៅរបស់អង្គភាព ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រ និងការកំណត់នូវដំណើរការដ៏ល្អបំផុត ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅទាំងនោះ។ ជំហានទូទៅក្នុងដំណើរការរៀបចំផែនការ រួមបញ្ចូលសកម្មភាពដូចជា៖
 - ការវិភាគស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន (Analyzing the situation)
 - ការកំណត់គោលដៅ (Setting objectives)
 - ការអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្រ (Developing strategies)
 - ការវាយតម្លៃជម្រើសរបស់អ្នក (Evaluating your options)
 - ការអនុវត្តផែនការ (Implementing the plan)
 - ការត្រួតពិនិត្យ និងពិនិត្យ (Monitoring and reviewing)
- **ការរៀបចំ (Organizing)៖** ការរៀបចំពាក់ព័ន្ធនឹងការរៀបចំធនធាន កិច្ចការ និងមនុស្ស ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅដែលបានគ្រោងទុក។ មុខងារនេះរួមមានការកិច្ចដូចជា ការផ្តល់តួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវ ការបង្កើតឋានានុក្រមនៃសិទ្ធិអំណាច និងការបង្កើតបណ្តាញទំនាក់ទំនងនៅក្នុងអង្គភាព។
- **ការដឹកនាំ (Leading)៖** ពាក់ព័ន្ធនឹងការណែនាំ និងការបំផុសគំនិតបុគ្គលិកឱ្យធ្វើការឆ្ពោះទៅរកគោលដៅរបស់អង្គភាព។ មុខងារនេះរួមមានការដូចជា ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក ការផ្តល់ការណែនាំ និងការណែនាំ ការដោះស្រាយជម្លោះ និងការលើកកម្ពស់ការងារជាក្រុម។ ការដឹកនាំប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព គឺចាំបាច់សម្រាប់ការបង្កើតលទ្ធផលការងារវិជ្ជមាន។ អ្នកដឹកនាំត្រូវមានគុណសម្បត្តិដូចខាងក្រោម៖
 - ភាពវៃឆ្លាតនៃអារម្មណ៍ (Emotional intelligence)
 - ជំនាញទំនាក់ទំនងល្អ (Good communication skills)
 - មានទំនុកចិត្ត (Confidence)
 - មានសមត្ថភាពក្នុងការបំផុសគំនិត (The ability to inspire)
 - ជំនាញគណៈប្រតិភូ (Task delegation skills)
- **ការត្រួតពិនិត្យ (Controlling)៖** ពាក់ព័ន្ធនឹងការតាមដានវឌ្ឍនភាពឆ្ពោះទៅរក និងចាត់វិធានការកែតម្រូវប្រសិនបើចាំបាច់។ មុខងារនេះរួមមានការកិច្ចដូចជា ការកំណត់ស្តង់ដារ ការត្រួតពិនិត្យការអនុវត្ត ការប្រៀបធៀបលទ្ធផលជាក់ស្តែងជាមួយនឹងការងារដែលបានគ្រោងទុក និងធ្វើការកែតម្រូវដើម្បីធានាថាគោលបំណងត្រូវបានបំពេញ។

ត្រូវមានទំនាក់ទំនងគ្នាទៅវិញទៅមក ហើយវាមានសារៈសំខាន់ណាស់ សម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងក្នុងការអនុវត្តមុខងារនីមួយៗ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីសម្រេចបានជោគជ័យក្នុងអង្គភាព។

³² [https://www.useemotion.com/blog/four-functions-of-management \(31-10-23\)](https://www.useemotion.com/blog/four-functions-of-management (31-10-23))

២.២.៦ សារៈសំខាន់នៃការគ្រប់គ្រង

ការគ្រប់គ្រង ពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រង និងត្រួតពិនិត្យការអនុវត្ត ការបង្កើតស្តង់ដារការអនុវត្ត ការវាស់វែងការអនុវត្ត និងចាត់វិធានការកែតម្រូវនៅពេលចាំបាច់។

នេះគឺជាសារៈសំខាន់នៃការគ្រប់គ្រង១០យ៉ាង៖

- សមិទ្ធផលគោលដៅ (Goal Achievement)
- ការប្រើប្រាស់ធនធានបានល្អបំផុត (Optimum Utilization of Resources)
- ការធ្វើផែនការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព (Effective Planning)
- ការសម្រេចចិត្តត្រឹមត្រូវ (Right Decision Making)
- ការគ្រប់គ្រងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព (Effective Controlling)
- ជួយថែរក្សាជីវិតអង្គភាព (Helps to Maintain Sound Organization)
- បង្កើតស្មារតីក្រុម (Builds Team Spirit)
- បង្កើនផលិតភាព (Increased Productivity)
- នាំមកនូវការសម្របសម្រួល (Brings Coordination)
- ការសម្របខ្លួនទៅនឹងបរិស្ថាន (Environmental Adaptability)

ការគ្រប់គ្រង ជាត្រីវិស័យ និងផែនទីបង្ហាញផ្លូវដែលដឹកនាំអង្គភាពឆ្ពោះទៅរកគោលដៅ និងភាពជោគជ័យ។ ការប្រើប្រាស់ធនធានដូចជា មនុស្ស ឧបករណ៍ និងហិរញ្ញវត្ថុប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ធានាថា ការខ្វះខាតពេលវេលា លុយកាក់ និងការខិតខំប្រឹងប្រែងត្រូវបានបង្រួមអប្បបរមា នេះអនុញ្ញាតឱ្យអង្គភាពសម្រេចបាននូវគោលបំណងរបស់ខ្លួនក្នុងលក្ខណៈសន្សំសំចៃ ដែលនាំឱ្យការអនុវត្ត និងសហគ្រាសបង្កើនផលិតភាពជាអតិបរមា។ តាមរយៈការខិតខំប្រឹងប្រែងរួមគ្នារបស់ក្រុម ការគ្រប់គ្រងអាចបំប្លែងសុបិនទៅជាសមិទ្ធផលជាក់ស្តែង។ ការគ្រប់គ្រងធានាថាការសម្រេចចិត្តត្រូវគ្នាទៅនឹងគោលដៅ ការសម្រេចចិត្តប្រកបដោយការយល់ដឹង និងមានប្រសិទ្ធភាព វាជាប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យ និងធ្វើការកែតម្រូវ ការវាយតម្លៃ និងការវាស់វែងជាប្រចាំ ជួយរក្សាវិន័យបង្កើនប្រសិទ្ធភាពធនធាន ការរក្សាអង្គភាពប្រកបដោយគុណភាព។ វាដើរតួជាផ្ចិតខ្នងផ្តល់នូវរចនាសម្ព័ន្ធ និងស្ថិរភាព។ វាដូចជាគ្រឹះដែលបានសាងសង់យ៉ាងល្អគាំទ្រអគារមួយ ការគ្រប់គ្រងបង្កើតដំណើរការ គោលការណ៍ និងប្រព័ន្ធដែលធានាបាននូវប្រតិបត្តិការល្អ។ វាបង្កើតបរិយាកាសការងារដ៏ស្ម័គ្រចិត្ត លើកកម្ពស់ទំនាក់ទំនងការសម្របខ្លួនទៅនឹងការផ្លាស់ប្តូរ ស្មារតីនៃឯកភាព កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ ការពារការប៉ះទង្គិច ឬការងារស្នូន និងគ្រួសារត្រាយផ្លូវ សម្រាប់ការងារជាក្រុមគ្មានថ្លៃ។ វាក៏លើកកម្ពស់ការចូលរួមរបស់បុគ្គលិក ផ្តល់ឧបករណ៍ចាំបាច់ និងការបណ្តុះបណ្តាល និងលើកទឹកចិត្តដល់ការបង្កើតថ្មី។

ការសម្របខ្លួនទៅនឹងបរិស្ថាន គឺជាសារៈសំខាន់មួយនៃការគ្រប់គ្រង វាដូចជាសត្វស្វាប្តូរពណ៌របស់វាដើម្បីលាយឡំនឹងបរិស្ថានជុំវិញ។ ការគ្រប់គ្រងត្រូវតែមានភាពបត់បែន និងឆ្លើយតបទៅនឹងការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងបរិយាកាសខាងក្រៅ ដែលអាចធ្វើការកែតម្រូវទាន់ពេលវេលាចំពោះយុទ្ធសាស្ត្រ និងប្រតិបត្តិការ ដើម្បីធានាថា អង្គភាពអាចរីកចម្រើននៅក្នុងពិភពលោកដែលមានថាមពល និងផ្លាស់ប្តូរជានិច្ច³³។

³³ [https://tyonote.com/importance-of-management/ \(02-11-23\)](https://tyonote.com/importance-of-management/ (02-11-23))

២.៣ វិធីសាស្ត្រ ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និដ្ឋាន

វិធីសាស្ត្រ សំដៅទៅលើវិធីសាស្ត្ររចនាសម្ព័ន្ធ ឬក្របខ័ណ្ឌដែលប្រើដើម្បីណែនាំការធ្វើផែនការ ការប្រតិបត្តិ និងការគ្រប់គ្រងនៃកិច្ចការ គម្រោង ឬដំណើរការផ្សេងៗ។ ពួកគេផ្តល់នូវសំណុំនៃគោលការណ៍ ការអនុវត្ត និងបច្ចេកទេសដែលជួយបុគ្គល ឬអង្គភាពឱ្យសម្រេចបាននូវគោលដៅជាក់លាក់ ដោះស្រាយបញ្ហា ឬដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមក្នុងលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធ និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

២.៣.១ និយមន័យវិធីសាស្ត្រ

វិធីសាស្ត្រ គឺជាបណ្តុំនៃនីតិវិធី បច្ចេកទេស ឧបករណ៍ និងជំនួយឯកសារ គាំទ្រដោយទស្សនវិជ្ជា ដែលនឹងជួយអ្នកបង្កើតប្រព័ន្ធក្នុងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់ពួកគេ ក្នុងការអនុវត្តប្រព័ន្ធព័ត៌មានថ្មី (Avison and Fitzgerald)³⁴។

វិធីសាស្ត្រ គឺជាបច្ចេកទេសដែលត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីអនុវត្តការស្រាវជ្រាវ កិច្ចការ ឬសកម្មភាពជាក់លាក់ណាមួយ។ សកម្មភាពណាមួយដែលត្រូវបានអនុវត្ត ជាមួយនឹងជំហានថេរមួយចំនួនដែលបានកំណត់ទុកជាមុនត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាវិធីសាស្ត្រ។ វាជាក្របខ័ណ្ឌ សម្រាប់ការវិភាគទ្រឹស្តីនៃកិច្ចការច្បាស់លាស់³⁵។

វិធីសាស្ត្រ សំដៅលើប្រព័ន្ធនៃវិធីសាស្ត្រ គោលការណ៍ ឬវិធានដែលប្រើក្នុងវិន័យ ជំនាញ ឬការស្រាវជ្រាវជាក់លាក់មួយ។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការវិភាគទ្រឹស្តីនៃយុទ្ធសាស្ត្រ ឧបករណ៍ និងនីតិវិធីដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីធ្វើការស្រាវជ្រាវ ឬកិច្ចការ ហើយរៀបរាប់អំពីហេតុផល និងការសន្មតដែលគាំទ្រដល់ការសិក្សា ឬគម្រោងជាក់លាក់ណាមួយ។ ជាសំខាន់ វាពន្យល់ពីរបៀប និងមូលហេតុដែលវិធីសាស្ត្រមួយចំនួនត្រូវប្រើដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា ឬឆ្លើយសំណួរ³⁶។

វិធីសាស្ត្រ គឺជានីតិវិធីជាក់លាក់ ជាច្បាប់ និងដំណើរការជាជំហានៗដើម្បីបង្កើត ដើម្បីសម្រេចបាននូវអ្វីមួយដែលជាក់លាក់³⁷។

វិធីសាស្ត្រ គឺជាដំណើរការវិទ្យាសាស្ត្រដែលមានគោលបំណងកំណត់នូវសំណុំវិធីសាស្ត្រដែលសមស្របបំផុតសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវឈានមុខគេ និងការវិភាគបញ្ហា ដោយមានធាតុផ្សំជាក់លាក់ដូចជា គំរូ ទ្រឹស្តី ដំណាក់កាល បច្ចេកទេស។ វិធីសាស្ត្រមិនផ្តល់ដំណោះស្រាយទេ ប៉ុន្តែផ្តល់នូវឧបករណ៍ទ្រឹស្តី សម្រាប់ការយល់ដឹងពីរបៀបដែលវិធីសាស្ត្រ សំណុំនៃវិធីសាស្ត្រ ឬដែលគេហៅថា "ការអនុវត្តល្អបំផុត" គឺត្រូវគ្នាជាមួយនឹងបរិបទជាក់លាក់ដែលពួកគេអាចត្រូវបានអនុវត្ត³⁸។

វិធីសាស្ត្រដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការកែលម្អជាបន្តបន្ទាប់ នៃកិច្ចការដែលបានអនុវត្ត។ វិធីសាស្ត្រស្ថាបនាដែលប្រើដោយអ្នកស្រាវជ្រាវនាំឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពការងារកាន់តែប្រសើរឡើង។ ចំណេះដឹង និងការពិតជុំវិញគឺមានសារៈសំខាន់ក្នុងការបង្កើតវិធីសាស្ត្រសម្រាប់សកម្មភាពផ្សេងៗ។

ស្ទើរតែគ្រប់វិស័យទាំងអស់ ប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រសម្រាប់ការប្រតិបត្តិត្រឹមត្រូវ នៃប្រធានបទរបស់ពួកគេ។ វិទ្យាសាស្ត្រធម្មជាតិ វិទ្យាសាស្ត្រសង្គម សិល្បៈ គណិតវិទ្យា ទ្រឹស្តីក្របខណ្ឌ ជាដើម សុទ្ធតែមានកម្មវិធីរបស់ពួកគេតាមក្របខណ្ឌវិធីសាស្ត្រ។

³⁴ [https://studylib.net/doc/9381231/what-is-a-methodology-\(02-11-23\)](https://studylib.net/doc/9381231/what-is-a-methodology-(02-11-23))

³⁵ [https://www.teachmint.com/glossary/m/methodology-\(03-11-23\)](https://www.teachmint.com/glossary/m/methodology-(03-11-23))

³⁶ [https://www.definitions.net/definition/Methodology-\(03-11-23\)](https://www.definitions.net/definition/Methodology-(03-11-23))

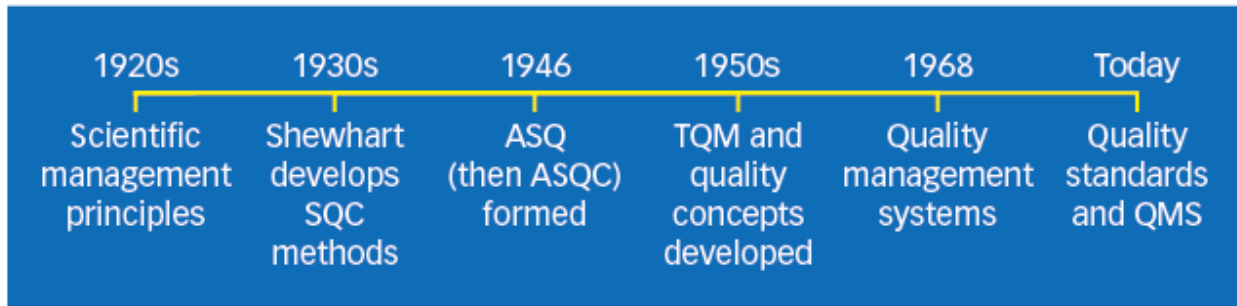
³⁷ ដូចទី៣៦

³⁸ ដូចទី៣៦

២.៣.២ ប្រវត្តិវិធីសាស្ត្រ

ប្រវត្តិសាស្ត្រនៃវិធីសាស្ត្រ អាចត្រូវបានគេតាមដានទៅសម័យបុរាណ នៅពេលដែលមនុស្សបានចាប់ផ្តើមបង្កើតវិធីសាស្ត្រ ដែលមានរចនាសម្ព័ន្ធចំពោះកិច្ចការ និងដំណើរការផ្សេងៗ។ ខណៈពេលដែលវិធីសាស្ត្រ និងលក្ខខណ្ឌជាក់លាក់បានវិវត្តន៍ជាច្រើនឆ្នាំមកនេះ គោលការណ៍ និងគោលគំនិតនៅជាប់នឹងគ្នា។

នេះគឺជាទិដ្ឋភាពសង្ខេបនៃប្រវត្តិនៃវិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងគុណភាព (TQM) ³⁹:



ឆ្នាំ១៩២០ គ្រាប់ពូជដំបូង នៃការគ្រប់គ្រងគុណភាពមួយចំនួន ត្រូវបានដាំ ខណៈពេលគោលការណ៍នៃការគ្រប់គ្រងវិទ្យាសាស្ត្រ បានសាយភាយពេញឧស្សាហកម្មសហរដ្ឋអាមេរិក។ អាជីវកម្ម បានបំបែកដំណើរការនៃការរៀបចំផែនការ និងការអនុវត្តផែនការយ៉ាងច្បាស់ ហើយការប្រឆាំងរបស់សហជីពបានកើតឡើង នៅពេលដែលកម្មករ ត្រូវបានដកហូតសំឡេង នៅក្នុងលក្ខខណ្ឌ និងមុខងារនៃការងាររបស់ពួកគេ។ ការពិសោធន៍ Hawthorne នៅចុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ ១៩២០ បានបង្ហាញពីរបៀបដែលផលិតភាពរបស់កម្មករអាចរងផលប៉ះពាល់ដោយការចូលរួម។

ឆ្នាំ១៩៣០ Walter Shewhart បានបង្កើតវិធីសាស្ត្រ សម្រាប់ការវិភាគស្ថិតិ និងការត្រួតពិនិត្យគុណភាព។

ឆ្នាំ១៩៥០ W. Edwards Deming បានបង្រៀនវិធីសាស្ត្រសម្រាប់ការវិភាគស្ថិតិ និងការគ្រប់គ្រងគុណភាពដល់វិស្វករ និងនាយកប្រតិបត្តិជប៉ុន។ នេះអាចចាត់ទុកថាជាប្រភពដើមនៃ TQM។ Joseph M. Juran បានបង្រៀនពីគោលគំនិតនៃការគ្រប់គ្រងគុណភាព និងរបកគំហើញអ្នកគ្រប់គ្រង។ សៀវភៅ Total Quality Control របស់ Armand V. Feigenbaum ដែលជាសៀវភៅនាំមុខគេ សម្រាប់ការយល់ដឹងបច្ចុប្បន្នអំពី TQM ត្រូវបានបោះពុម្ពផ្សាយ។ ការផ្សព្វផ្សាយរបស់ Philip B. Crosby លើបញ្ហាសុទ្ធយបានត្រួតត្រាយផ្លូវសម្រាប់ការកែលម្អគុណភាពនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនជាច្រើន។

ឆ្នាំ១៩៦៨ ជនជាតិជប៉ុនបានដាក់ឈ្មោះវិធីសាស្ត្ររបស់ពួកគេ ចំពោះគុណភាពសរុប "ការត្រួតពិនិត្យគុណភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន" ។ វាគឺ នៅជុំវិញពេលនេះដែលពាក្យ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងគុណភាពកើតឡើង។ ការសំយោគទស្សនវិជ្ជារបស់ Kaoru Ishikawa បានរួមចំណែកដល់ការឡើងឋានៈរបស់ប្រទេសជប៉ុនក្នុងនាមជាអ្នកដឹកនាំប្រកបដោយគុណភាព។

ថ្ងៃនេះ TQM គឺជាឈ្មោះសម្រាប់ទស្សនវិជ្ជានៃវិធីសាស្ត្រទូលំទូលាយ និងជាប្រព័ន្ធក្នុងការគ្រប់គ្រងគុណភាពអង្គភាព។ ស្តង់ដារគុណភាពដូច ជាសេរី ISO 9000 និងកម្មវិធីពានរង្វាន់គុណភាពដូចជា Deming Prize និង Malcolm Baldrige National Quality Award បញ្ជាក់គោលការណ៍ និង

³⁹ [https://asq.org/quality-resources/total-quality-management/tqm-history \(14-11-23\)](https://asq.org/quality-resources/total-quality-management/tqm-history (14-11-23))

ដំណើរការដែលមាន TQM ។ TQM ជាពាក្យដើម្បីពិពណ៌នាអំពីគោលនយោបាយ និងនីតិវិធី គុណភាពរបស់អង្គភាពមួយ បានធ្លាក់ចុះពីការពេញចិត្ត ដោយសារស្តង់ដារអន្តរជាតិ សម្រាប់ការ គ្រប់គ្រងគុណភាពត្រូវបានបង្កើតឡើង។

វាជារឿងសំខាន់ក្នុងការកត់សម្គាល់ថា វិធីសាស្ត្រមិនបីតិវិធី ប៉ុន្តែនៅតែបន្តវិវឌ្ឍ និងសម្របខ្លួនដើម្បី បំពេញតាមតម្រូវការផ្លាស់ប្តូរនៃឧស្សាហកម្ម និងអង្គភាព។ ប្រវត្តិនៃវិធីសាស្ត្រឆ្លុះបញ្ចាំងពីដំណើរស្វែងរកដែល កំពុងបន្តសម្រាប់ប្រសិទ្ធភាព ប្រសិទ្ធភាព និងការច្នៃប្រឌិតក្នុងដែនផ្សេងៗ។

២.៣.៣ ប្រភេទនៃវិធីសាស្ត្រ

វិធីសាស្ត្រអាចត្រូវបានអនុវត្តនៅទូទាំងវិញ្ញាសាផ្សេងៗដូចជា ការអភិវឌ្ឍកម្មវិធី ការគ្រប់គ្រងគម្រោង ការស្រាវជ្រាវ ការធានាគុណភាព និងច្រើនទៀត។ ពួកគេផ្តល់នូវវិធីធ្វើការស្តង់ដារ ធានាបាននូវភាពស៊ីសង្វាក់គ្នា ភាពអាចដំណើរការឡើងវិញបាន និងលទ្ធផលដែលប្រសើរឡើង។

ខាងក្រោមនេះគឺជា វិធីសាស្ត្រមួយចំនួនដែលប្រើជាទូទៅ៖

- **Waterfall Methodology**៖ វិធីសាស្ត្រទឹកជ្រោះ គឺជាវិធីសាស្ត្រលីនេអ៊ែរ និងបន្តបន្ទាប់គ្នាក្នុងការ គ្រប់គ្រងគម្រោង។ វាមានដំណាក់កាលផ្សេងៗគ្នា រួមទាំងការប្រមូលតម្រូវការ ការរចនា ការអនុវត្ត ការធ្វើតេស្ត ការដាក់ពង្រាយ និងការថែទាំ។ ដំណាក់កាលនីមួយៗត្រូវបានបញ្ចប់មុននឹងបន្តទៅវគ្គ បន្ទាប់ ហើយវាពិបាកក្នុងការធ្វើការផ្លាស់ប្តូរនៅពេលដែលដំណាក់កាលមួយត្រូវបានបញ្ចប់⁴⁰។
- **Agile Methodology**៖ វិធីសាស្ត្រ Agile រួមមាន Scrum និង Kanban ផ្តល់អាទិភាពទៅលើភាពបត់ បែន ការសហការ និងការកែលម្អជាបន្តបន្ទាប់។ ពួកគេសង្កត់ធ្ងន់លើការអភិវឌ្ឍម្តងហើយម្តងទៀត ដោយមានមតិកែលម្អញឹកញាប់ និងការសម្របខ្លួន។ វិធីសាស្ត្រហ្វែស៊ីលីតេគឺសម្រាប់គម្រោងដែល មានតម្រូវការ ឬបរិស្ថានផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងឆាប់រហ័ស⁴¹។
- **Lean Methodology**៖ វិធីសាស្ត្រគ្មានខ្លាញ់ផ្ដោតលើការលុបបំបាត់កាកសំណល់ និងការបង្កើតតម្លៃ អតិបរមា។ វាមានដើមកំណើតនៅក្នុងការផលិត ប៉ុន្តែត្រូវបានគេអនុវត្តទៅលើឧស្សាហកម្មផ្សេងទៀត។ វិធីសាស្ត្រគ្មានខ្លាញ់ មានគោលបំណងសម្រួលដំណើរការ កាត់បន្ថយភាពគ្មានប្រសិទ្ធភាព និងបង្កើន ផលិតភាពទាំងមូល។ គោលការណ៍សំខាន់ៗរួមមាន ការផលិតទាន់ពេល ការកែលម្អជាបន្តបន្ទាប់ និង ការគោរពចំពោះមនុស្ស⁴²។
- **Six Sigma Methodology**៖ គឺជាវិធីសាស្ត្រ ដែលជំរុញដោយទិន្នន័យ ដែលមានគោលបំណងកាត់ បន្ថយពិការភាព និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពដំណើរការ។ វាប្រើប្រាស់ការវិភាគស្ថិតិ និងបច្ចេកទេសដោះ ស្រាយបញ្ហាដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណ និងលុបបំបាត់ការប្រែប្រួលដែលបណ្តាលឱ្យមានពិការភាព។ Six Sigma អនុវត្តតាមវិធីសាស្ត្រដែលមានរចនាសម្ព័ន្ធ (DMAIC: កំណត់ វាស់វែង វិភាគ កែលម្អ ការគ្រប់គ្រង) ដើម្បីជំរុញការកែលម្អដំណើរការ និងសម្រេចបាននូវកម្រិតខ្ពស់នៃគុណភាពខ្ពស់⁴³។

⁴⁰ [https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-waterfall-methodology/ \(03-11-23\)](https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-waterfall-methodology/ (03-11-23))
⁴¹ [https://www.wrike.com/project-management-guide/faq/category/methodologies/ \(03-11-23\)](https://www.wrike.com/project-management-guide/faq/category/methodologies/ (03-11-23))
⁴² ដូចទី៤១
⁴³ ដូចទី៤១

- **PRINCE2 (Projects in Controlled Environments)៖** គឺជាវិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងគម្រោងដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់យ៉ាងទូលំទូលាយនៅក្នុងចក្រភពអង់គ្លេស និងអន្តរជាតិ។ វាផ្តល់នូវក្របខ័ណ្ឌដែលមានរចនាសម្ព័ន្ធ និងអាចធ្វើមាត្រដ្ឋានសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងគម្រោងនៃទំហំ ឬភាពស្មុគស្មាញណាមួយ។ PRINCE2 សង្កត់ធ្ងន់ លើការគ្រប់គ្រងគម្រោង គួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវដែលបានកំណត់ និងការផ្តោតទៅលើយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម⁴⁴។
- **Event Chain Methodology (ECM)៖** វិធីសាស្ត្រខ្សែសង្វាក់ព្រឹត្តិការណ៍ គឺជានីតិវិធីដែលវាយតម្លៃភាពមិនច្បាស់លាស់ និងហានិភ័យក្នុងការរៀបចំគម្រោង។ វាប្រើបច្ចេកទេសគណិតវិទ្យាដ៏ពេញនិយមការវិភាគ Monte Carlo ដើម្បីទស្សន៍ទាយការកើតឡើងនៃព្រឹត្តិការណ៍មួយចំនួនដែលអាចប៉ះពាល់ដល់គម្រោងដែលកំពុងដំណើរការ⁴⁵។
 - វិធីសាស្ត្រខ្សែសង្វាក់ព្រឹត្តិការណ៍រួមមាន៖
 - កំណត់អត្តសញ្ញាណព្រឹត្តិការណ៍ដែលមិនបានមើលឃើញទុកជាមុនដែលអាចកើតឡើងនៅក្នុងគម្រោង
 - ការបង្កើតផែនការសម្រាប់គ្រប់គ្រងព្រឹត្តិការណ៍ដែលមិនរំពឹងទុកទាំងនេះ
 - ការពិនិត្យឡើងវិញនូវទំនាក់ទំនងអន្តរកម្មផ្សេងៗរវាងព្រឹត្តិការណ៍ទាំងនេះ ដើម្បីមើលថាតើវាប៉ះពាល់ដល់ការធ្វើផែនការគម្រោងយ៉ាងដូចម្តេច
- **Design Thinking៖** គឺជាវិធីសាស្ត្រផ្តោតលើមនុស្ស ក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហា និងការច្នៃប្រឌិត។ វាលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការយល់ចិត្ត ការច្នៃប្រឌិត និងការសហការគ្នាដើម្បីយល់ពីតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងបង្កើតដំណោះស្រាយ ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត។ ការគិតក្នុងការរចនា ជាធម្មតាមាន៥ ដំណាក់កាល៖ យល់ចិត្ត កំណត់ គំនិត គំរូ និងការធ្វើតេស្ត⁴⁶។
- **DevOps៖** គឺជាវិធីសាស្ត្រមួយ ដែលរួមបញ្ចូលគ្នានូវការអភិវឌ្ឍកម្មវិធី និងប្រតិបត្តិការ IT ដើម្បីឱ្យការចែកចាយកម្មវិធីលឿន និងគួរឱ្យទុកចិត្តជាងមុន។ វាសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើកិច្ចសហការ ស្វ័យប្រវត្តិកម្ម និងការរួមបញ្ចូលជាបន្តបន្ទាប់ និងការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់។ DevOps មានគោលបំណងភ្ជាប់គម្លាតរវាងក្រុមអភិវឌ្ឍន៍ និងក្រុមប្រតិបត្តិការ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាព និងគុណភាព⁴⁷។
 - ទាំងនេះ គ្រាន់តែជាឧទាហរណ៍នៃវិធីសាស្ត្រ មួយចំនួនប៉ុណ្ណោះ ហើយមានច្រើនផ្សេងទៀតដែលអាចប្រើបាន អាស្រ័យលើវិស័យ ឬឧស្សាហកម្មជាក់លាក់។ ការជ្រើសរើស វិធីសាស្ត្រត្រឹមត្រូវ អាស្រ័យលើលក្ខណៈនៃគម្រោង តម្រូវការរបស់អង្គភាព និងលទ្ធផលដែលចង់បាន។

⁴⁴ ដូចទី៤១

⁴⁵ ដូចទី៤១

⁴⁶ <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking> (03-11-23)

⁴⁷ <https://www.techtarget.com/searchitoperations/definition/DevOps> (03-11-23)

២.៣.៤ ទ្រឹស្តីទាក់ទងវិធីសាស្ត្រ

ទ្រឹស្តីនៃវិធីសាស្ត្រ វាផ្ដោតលើការយល់ដឹងអំពីគោលការណ៍មូលដ្ឋាន ការសន្មត បច្ចេកទេស និងក្របខ័ណ្ឌដែលណែនាំដំណើរការនៃការធ្វើការស្រាវជ្រាវ និងការអនុវត្តវិធីសាស្ត្រជាក់ជាក់ និងការទទួលបានចំណេះដឹងនៅក្នុងវិស័យផ្សេងៗគ្នា។ នេះជាទិដ្ឋភាពទូទៅនៃទ្រឹស្តីវិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗមួយចំនួន៖

វិធីសាស្ត្រវិទ្យាសាស្ត្រ៖ វិធីសាស្ត្របែបវិទ្យាសាស្ត្រ គឺជាវិធីសាស្ត្រជាប្រព័ន្ធ ដើម្បីទទួលបានចំណេះដឹង និងការយល់ដឹង តាមរយៈការសង្កេត ការពិសោធន៍ និងការវិភាគ។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការបង្កើតសម្មតិកម្ម ការធ្វើការពិសោធន៍ ការប្រមូលទិន្នន័យ ការវិភាគលទ្ធផល និងការទាញសេចក្តីសន្និដ្ឋាន⁴⁸។ អ្នកប្រាជ្ញដូចជា Francis Bacon, René Descartes, និង Karl Popper រួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ ចំពោះការអភិវឌ្ឍវិធីសាស្ត្រវិទ្យាសាស្ត្រ។

វិធីសាស្ត្រស្រ្តីនិយម៖ វិធីសាស្ត្រស្រ្តីនិយម ស្វែងរកការដោះស្រាយភាពលំអៀងយេនឌ័រ និងអតុល្យភាពអំណាចនៅក្នុងការស្រាវជ្រាវ។ អ្នកប្រាជ្ញដូចជា Sandra Harding, Dorothy Smith, Patricia Hill Collins, និង bell hooks បានរួមចំណែកដល់វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវស្រ្តីនិយម។ ពួកគេសង្កត់ធ្ងន់លើសារៈសំខាន់នៃការរួមបញ្ចូល ការឆ្លុះបញ្ចាំង និងវិធីសាស្ត្រប្រសព្វមួយ ក្នុងការយល់ដឹងអំពីបាតុភូតសង្គម⁴⁹។

ទ្រឹស្តីរិះគន់៖ ទ្រឹស្តីរិះគន់ដែលទាក់ទងនឹងអ្នកប្រាជ្ញដូចជា Max Horkheimer, Theodor Adorno និង Jürgen Habermas នៃសាលា Frankfurt មានគោលបំណងរិះគន់ និងប្រកួតប្រជែងរចនាសម្ព័ន្ធអំណាចដែលមានស្រាប់ និងវិសមភាពសង្គម។ វាសង្កត់ធ្ងន់លើតួនាទីនៃមនោគមវិជ្ជា ជម្លោះសង្គម និងការរំដោះខ្លួនក្នុងការយល់ដឹង និងការផ្លាស់ប្តូរសង្គម⁵⁰។

ទ្រឹស្តីមូលដ្ឋាន៖ ទ្រឹស្តីមូលដ្ឋានដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយ អ្នកសង្គមវិទូ Barney Glaser និង Anselm Strauss គឺជាវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវអាំងឌុចទីវ ដែលមានគោលបំណងបង្កើតទ្រឹស្តី ដោយផ្អែកលើទិន្នន័យជាក់ស្តែង។ ពួកគេបានណែនាំទ្រឹស្តីមូលដ្ឋាន ជាវិធីសាស្ត្រជាប្រព័ន្ធសម្រាប់បង្កើតទ្រឹស្តី ដែលមានមូលដ្ឋានលើទិន្នន័យដែលប្រមូលបាន ក្នុងអំឡុងពេលដំណើរការស្រាវជ្រាវ⁵¹។

វិធីសាស្ត្របរិមាណ៖ វិធីសាស្ត្របរិមាណ ជាឫសគល់ក្នុងការវាស់វែងគោលបំណង ការវិភាគស្ថិតិ និងទិន្នន័យជាលេខ តាមរយៈទិន្នន័យដែលប្រមូលបាន ដោយការស្ទង់មតិ កម្រងសំណួរ និងការស្ទង់មតិឬដោយរៀបចំទិន្នន័យស្ថិតិដែលមានស្រាប់ដោយប្រើបច្ចេកទេសគណនា។ អ្នកប្រាជ្ញដូចជា Ronald Fisher, Karl Pearson, និង Jerzy Neyman បានចូលរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការអភិវឌ្ឍវិធីសាស្ត្រស្ថិតិ និងការអនុវត្តរបស់ពួកគេក្នុងការស្រាវជ្រាវបរិមាណ⁵²។

វិធីសាស្ត្រចម្រុះ៖ ការស្រាវជ្រាវវិធីសាស្ត្រចម្រុះរួមបញ្ចូលគ្នានូវវិធីសាស្ត្រគុណភាព និងបរិមាណ ដើម្បីទទួលបានការយល់ដឹងទូលំទូលាយអំពីសំណួរស្រាវជ្រាវ។ អ្នកប្រាជ្ញដូចជា John Creswell, Vicki Plano Clark, និង Charles Teddlie បានចូលរួមចំណែកក្នុងការអភិវឌ្ឍ និងការអនុវត្តការរចនាស្រាវជ្រាវវិធីសាស្ត្រចម្រុះ⁵³។

⁴⁸ [https://byjus.com/physics/scientific-methods/ \(08-11-23\)](https://byjus.com/physics/scientific-methods/ (08-11-23))

⁴⁹ [https://iep.utm.edu/fem-stan/ \(08-11-23\)](https://iep.utm.edu/fem-stan/ (08-11-23))

⁵⁰ [https://en.wikipedia.org/wiki/Critical_theory \(08-11-23\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Critical_theory (08-11-23))

⁵¹ [https://www.socialsciencespace.com/2022/02/barney-glaser-1930-2022-the-guardian-of-grounded-theory/ \(08-11-23\)](https://www.socialsciencespace.com/2022/02/barney-glaser-1930-2022-the-guardian-of-grounded-theory/ (08-11-23))

⁵² [https://libguides.usc.edu/writingguide/quantitative \(08-11-23\)](https://libguides.usc.edu/writingguide/quantitative (08-11-23))

⁵³ [https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_609332/objava_105202/fajlovi/Creswell.pdf \(08-11-23\)](https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_609332/objava_105202/fajlovi/Creswell.pdf (08-11-23))

២.៤ សារៈសំខាន់ និងអត្ថប្រយោជន៍ នៃការគ្រប់គ្រងសន្តិវិធី

២.៤.១ និយមន័យអត្ថប្រយោជន៍

អត្ថប្រយោជន៍ គឺជាលទ្ធផលវិជ្ជមាន ឬគុណសម្បត្តិដែលកើតចេញពីសកម្មភាព ការសម្រេចចិត្ត ដំណើរការ ឬស្ថានភាពជាក់លាក់មួយ។ ពួកវាគឺជាឱកាស ឬការកែលម្អ ដែលទទួលបានដោយបុគ្គល អង្គភាព ឬសហគមន៍ ជាលទ្ធផលនៃកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែង ឬការវិនិយោគរបស់ពួកគេ។ អត្ថប្រយោជន៍អាចជា រូបិ ឬអរូបិ ហើយអាចបង្ហាញនៅក្នុងទិដ្ឋភាពផ្សេងៗនៃជីវិត រួមទាំងផ្នែកផ្ទាល់ខ្លួន វិជ្ជាជីវៈ ហិរញ្ញវត្ថុ និងសង្គម។ នេះគឺជានិយមន័យមួយចំនួននៃអត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងៗគ្នា៖

អត្ថប្រយោជន៍ផ្ទាល់ខ្លួន៖ អត្ថប្រយោជន៍ផ្ទាល់ខ្លួនសំដៅទៅលើគុណសម្បត្តិដែលបុគ្គលជួបប្រទះក្នុង កម្រិតបុគ្គល។ ទាំងនេះអាចរួមបញ្ចូលការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវសុខភាព និងសុខុមាលភាព ការពង្រឹងចំណេះដឹង ឬជំនាញ ការលូតលាស់ និងការអភិវឌ្ឍផ្ទាល់ខ្លួន ការបង្កើនទំនុកចិត្តលើខ្លួនឯង អារម្មណ៍នៃការបំពេញ ឬ ការពេញចិត្ត និងការកែលម្អតុល្យភាពជីវិតការងារ។ អត្ថប្រយោជន៍ផ្ទាល់ខ្លួន គឺជាប្រធានបទ ហើយអាចប្រែ ប្រួលពីមនុស្សម្នាក់ទៅមនុស្សម្នាក់ទៀត⁵⁴។

អត្ថប្រយោជន៍ហិរញ្ញវត្ថុ៖ អត្ថប្រយោជន៍ហិរញ្ញវត្ថុទាក់ទងនឹងការកែលម្អសុខុមាលភាពហិរញ្ញវត្ថុ ឬ ធនធាន។ ទាំងនេះអាចរួមបញ្ចូលការបង្កើនប្រាក់ចំណូល ការសន្សំការចំណាយ ការបង្កើនប្រាក់ចំណេញ ប្រាក់ចំណូលខ្ពស់លើការវិនិយោគ (ROI) ការចំណាយកាត់បន្ថយ ការវាយតម្លៃឥណទានដែលប្រសើរឡើង ការបង្កើនទ្រព្យសម្បត្តិ និងការធ្វើឱ្យសន្តិសុខហិរញ្ញវត្ថុប្រសើរឡើង។ អត្ថប្រយោជន៍ហិរញ្ញវត្ថុច្រើនតែអាច អាចវាស់វែងបាន⁵⁵។

អត្ថប្រយោជន៍វិជ្ជាជីវៈ៖ អត្ថប្រយោជន៍វិជ្ជាជីវៈ គឺជាគុណសម្បត្តិដែលបុគ្គលទទួលបានក្នុងអាជីព ឬ ជីវិតអាជីព។ ទាំងនេះអាចរាប់បញ្ចូលទាំងឱកាសរីកចម្រើនក្នុងអាជីព ការអភិវឌ្ឍជំនាញ បង្កើនការពេញ ចិត្តការងារ សក្តានុពលនៃការរកប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ ការទទួលស្គាល់ និងរង្វាន់ ការពង្រីកបណ្តាញវិជ្ជាជីវៈ សុវត្ថិភាពការងារដែលប្រសើរឡើង និងឱកាសសម្រាប់ការសិក្សា និងការរីកចម្រើន។ អត្ថប្រយោជន៍វិជ្ជាជីវៈ រួមចំណែកដល់ភាពជោគជ័យក្នុងអាជីពយូរអង្វែងនិងការបំពេញ⁵⁶។

អត្ថប្រយោជន៍របស់អង្គភាព៖ អត្ថប្រយោជន៍របស់អង្គភាពសំដៅទៅលើអត្ថប្រយោជន៍ដែលទទួល បានដោយអាជីវកម្ម ស្ថាប័ន ឬប្រភេទអង្គភាពផ្សេងទៀត។ ទាំងនេះអាចរួមបញ្ចូលការបង្កើនផលិតភាព និង ប្រសិទ្ធភាព ការកែលម្អការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន ការបង្កើនការប្រកួតប្រជែង ប្រាក់ចំណេញកាន់តែខ្ពស់ ការចំណាយកាត់បន្ថយ ការកែលម្អសីលធម៌ និងការចូលរួមរបស់បុគ្គលិក ការប្រើប្រាស់ធនធានប្រកបដោយ ប្រសិទ្ធភាព ដំណើរការសម្រួល និងការសម្រេចចិត្តកាន់តែប្រសើរឡើង ដោយផ្អែកលើទិន្នន័យ និងការយល់ ដឹង⁵⁷។

⁵⁴ <https://www.lawinsider.com/dictionary/personal-benefit> (15-11-23)

⁵⁵ <https://www.lawinsider.com/dictionary/financial-benefit> (15-11-23)

⁵⁶ <https://www.upskillist.pro/blog/the-importance-and-benefits-of-professional-development/> (15-11-23)

⁵⁷ <https://www.lyndamonk.com/what-are-the-individual-and-organizational-health-benefits-of-a-healthy-and-thriving-workplace/> (15-11-23)

អត្ថប្រយោជន៍សង្គម៖ អត្ថប្រយោជន៍សង្គម រួមមានផលប៉ះពាល់ជាវិជ្ជមានលើសង្គម ឬសហគមន៍ ទាំងមូល។ ទាំងនេះអាចរួមបញ្ចូលការរួមសង្គម ការអភិវឌ្ឍសហគមន៍ ការកែលម្អគុណភាពជីវិត និងនិរន្តរភាព បរិស្ថាន ការបង្កើនសមធម៌សង្គម ការលើកកម្ពស់សុខភាពសាធារណៈ និងសុវត្ថិភាព ការអភិរក្សវប្បធម៌ និង ការផ្លាស់ប្តូរសង្គមជាវិជ្ជមាន។ អត្ថប្រយោជន៍សង្គមច្រើនតែងតែសន្លឹងហួសពីព្រំដែនបុគ្គល ឬអង្គភាព⁵⁸។

អត្ថប្រយោជន៍បរិស្ថាន៖ អត្ថប្រយោជន៍បរិស្ថាន ទាក់ទងនឹងផលប៉ះពាល់ជាវិជ្ជមាន ទៅលើបរិស្ថាន ធម្មជាតិ។ ទាំងនេះអាចរួមបញ្ចូល ការកាត់បន្ថយការបញ្ចេញកាបូន ការអភិរក្សធនធានធម្មជាតិ ការកែលម្អ គុណភាពខ្យល់ និងទឹក ការអភិរក្សជីវចម្រុះ ការអនុវត្តការប្រើប្រាស់ដីប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការកាត់បន្ថយ ការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ។ អត្ថប្រយោជន៍បរិស្ថាន រួមចំណែកដល់ភាពផែនដីដែលមានសុខភាពល្អ និងមាន និរន្តរភាពជាងមុន⁵⁹។

កត់សម្គាល់ថា និយមន័យនៃអត្ថប្រយោជន៍ អាចប្រែប្រួលអាស្រ័យលើបរិបទ និងទស្សនៈ។ អ្វីដែល អាចត្រូវបានគេយល់ឃើញថាជាអត្ថប្រយោជន៍ក្នុងស្ថានភាពមួយ អាចនឹងមិនមានតម្លៃដូចគ្នា ឬសារៈសំខាន់ ក្នុងស្ថានភាពមួយទៀតឡើយ។ លើសពីនេះទៀតអត្ថប្រយោជន៍អាចមានទាំងរយៈពេលខ្លី និងរយៈពេលវែង ហើយការវាយតម្លៃរបស់ពួកគេជារឿយៗទាមទារឱ្យមានការវិភាគ និងការពិចារណាយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្នលើកត្តា ផ្សេងៗ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធដែលពាក់ព័ន្ធ។

២.៤.២ ប្រភេទអត្ថប្រយោជន៍

គោលគំនិតនៃអត្ថប្រយោជន៍ និងការទទួលស្គាល់របស់ពួកគេអាចត្រូវបានតាមដានត្រឡប់ទៅអរិយ ធម៌បុរាណ ដែលបុគ្គល និងសង្គមស្វែងរកអត្ថប្រយោជន៍ និងរង្វាន់ផ្សេងៗ។ យូរៗទៅការយល់ដឹងនិងការដឹង គុណនៃអត្ថប្រយោជន៍បានវិវត្ត ឥទ្ធិពលដោយកត្តាសង្គម វប្បធម៌ និងសេដ្ឋកិច្ច។

នេះគឺជាទិដ្ឋភាពសង្ខេបនៃប្រវត្តិនៃអត្ថប្រយោជន៍៖

នៅក្នុងអរិយធម៌បុរាណ អត្ថប្រយោជន៍ត្រូវបានចងក្លាប់ជាមួយឋានានុក្រមសង្គម និងប្រព័ន្ធនៃការ គ្រប់គ្រង។ អ្នកគ្រប់គ្រង និងអ្នកដឹកនាំបានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់មុខវិជ្ជារបស់ពួកគេ ក្នុងទម្រង់នៃការការពារ ធនធាន ដីធ្លី ឬសិទ្ធិពិសេស។ អត្ថប្រយោជន៍ទាំងនេះច្រើនតែទាក់ទងនឹងភាពស្មោះត្រង់ សេវាកម្ម កាតព្វកិច្ច ចំពោះអាជ្ញាធរកាន់អំណាច។

ក្នុងអំឡុងពេល សក្តិភូមិនៅអឺរ៉ុបមជ្ឈិមសម័យ ផលប្រយោជន៍ត្រូវបានផ្តល់ដោយស្តេចសក្តិភូមិដល់ ពួកវណ្ណៈអភិជន ជាថ្មីនឹងភាពស្មោះត្រង់ ការបម្រើយោធា ឬកាតព្វកិច្ចផ្សេងទៀត។ អត្ថប្រយោជន៍ទាំង នេះជាធម្មតារួមមានដីធ្លី ការការពារ និងសិទ្ធិទាញយកធនធានពីដី។ ជាថ្មីនឹង ការសន្យារបស់ពួកអ្នកបម្រើ បានសន្យាក្តីភាពរបស់ខ្លួន និងផ្តល់ការគាំទ្រខាងយោធា។

បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម នៅសតវត្សទី១៨ និង ១៩ បាននាំមកនូវការផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងសំខាន់ នៅក្នុងការ អនុវត្តការងារ និងការងារ។ នៅពេលដែលកម្មករធ្វើចំណាកស្រុកពីតំបន់ជនបទទៅកណ្តាលទីក្រុង និយោជក

⁵⁸ [https://www.studysmarter.co.uk/explanations/microeconomics/market-efficiency/social-benefits/ \(15-11-23\)](https://www.studysmarter.co.uk/explanations/microeconomics/market-efficiency/social-benefits/ (15-11-23))
⁵⁹ [https://www.cmap.illinois.gov/about/2040/supporting-materials/process-archive/strategy-papers/parks-and-open-lands/environmental-benefits \(15-11-23\)](https://www.cmap.illinois.gov/about/2040/supporting-materials/process-archive/strategy-papers/parks-and-open-lands/environmental-benefits (15-11-23))

បានចាប់ផ្តើមផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ជាមធ្យោបាយទាក់ទាញ និងរក្សាបុគ្គលិក។ អត្ថប្រយោជន៍ទាំងនេះរួមមាន លំនៅដ្ឋាន ការថែទាំសុខភាព ការអប់រំ និងពេលខ្លះការទទួលបានកន្លែងកម្សាន្ត។

ចុងសតវត្សរ៍ទី១៩ និងដើមសតវត្សរ៍ទី២០ បានមើលឃើញពីការកើនឡើង នៃចលនាការងារ និង កំណែទម្រង់សង្គម សំដៅកែលម្អលក្ខខណ្ឌការងារ និងធានាអត្ថប្រយោជន៍សម្រាប់កម្មករ។ រយៈពេលនេះ បានឃើញមានការលេចចេញនូវអត្ថប្រយោជន៍របស់និយោជិត ដូចជាប្រាក់ឈ្នួលអប្បបរមា ម៉ោងធ្វើការ អតិបរមា ប្រាក់សោធននិវត្តន៍ និងបទប្បញ្ញត្តិសុវត្ថិភាពនៅកន្លែងធ្វើការ។

នៅពាក់កណ្តាលសតវត្សរ៍ទី២០ គំនិតនៃរដ្ឋសុខុមាលភាពទទួលបានភាពលេចធ្លោនៅក្នុងប្រទេសជា ច្រើន។ រដ្ឋាភិបាលបានចាប់ផ្តើមផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍សង្គម យ៉ាងទូលំទូលាយដល់ប្រជាពលរដ្ឋ រួមទាំងការ ថែទាំសុខភាព អត្ថប្រយោជន៍ការអត់ការងារធ្វើ ការអប់រំ និងសន្តិសុខសង្គម។ អត្ថប្រយោជន៍ទាំងនេះ មាន គោលបំណងធានានូវស្តង់ដារ នៃការរស់នៅជាមូលដ្ឋាន និងការការពារបុគ្គលពីហានិភ័យ និងភាពងាយរងគ្រោះ ផ្សេងៗ។

នៅសតវត្សរ៍ទី២០ អត្ថប្រយោជន៍របស់និយោជិត បានក្លាយជាស្តង់ដារ និងជាផ្លូវការ នៅក្នុងវិស័យ សាធារណៈ។ ក្រុមហ៊ុនបានចាប់ផ្តើមផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដូចជាការធានារ៉ាប់រងសុខភាព ផែនការចូលនិវត្តន៍ ការឈប់សម្រាកដែលមានប្រាក់ខែ និងអត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងទៀតដើម្បីទាក់ទាញ និងរក្សាបុគ្គលិកដែលមាន ជំនាញ។ ប្រព័ន្ធសន្តិសុខសង្គមក៏ត្រូវបានពង្រីកផងដែរ ដោយផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់បុគ្គលក្នុងអំឡុងពេល ចូលនិវត្តន៍ ពិការភាព ឬព្រឹត្តិការណ៍ជីវិតផ្សេងទៀត។

ក្នុងប៉ុន្មានឆ្នាំថ្មីៗនេះ ទិដ្ឋភាពនៃអត្ថប្រយោជន៍បានបន្តវិវឌ្ឍ ឥទ្ធិពលដោយការផ្លាស់ប្តូរប្រជាសាស្ត្រ ការរំពឹងទុករបស់សង្គម និងកត្តាសេដ្ឋកិច្ច។ មានការសង្កត់ធ្ងន់កាន់តែខ្លាំងឡើងលើ សមតុល្យជីវិតការងារ ជំនួយសុខភាពផ្លូវចិត្ត ការរៀបចំការងារដែលអាចបត់បែនបាន និងភាពចម្រុះ និងការផ្គូផ្គងដាក់បញ្ចូល។ សេដ្ឋកិច្ចធំ និងការកើនឡើងនៃការងារឯករាជ្យ និងការងារពិចម្រោះក៏បាននាំមកនូវបញ្ហាប្រឈម និងឱកាសថ្មីៗ ក្នុងការកំណត់ និងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់កម្មករ។

ប្រវត្តិនៃអត្ថប្រយោជន៍ គឺទាក់ទងគ្នាជាមួយនឹងការអភិវឌ្ឍសង្គម និងសេដ្ឋកិច្ចកាន់តែទូលំទូលាយ។ ការយល់ដឹង និងការផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍បានរីកចម្រើន ដោយសារសង្គមបានទទួលស្គាល់សារៈសំខាន់នៃការ គាំទ្របុគ្គល និងសហគមន៍ក្នុងទិដ្ឋភាពផ្សេងៗនៃជីវិត។ ធម្មជាតិ និងវិសាលភាពនៃអត្ថប្រយោជន៍បន្តសម្រប ខ្លួនដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការ និងការរំពឹងទុកនៃការផ្លាស់ប្តូរបុគ្គល អង្គភាព និងសង្គម។

២.៤.៣ ទ្រឹស្តីទាក់ទងអត្ថប្រយោជន៍

ប្រាកដណាស់! នៅពេលពិភាក្សាអំពីទ្រឹស្តីនៃអត្ថប្រយោជន៍ មានអ្នកប្រាជ្ញលេចធ្លោមួយចំនួនដែល ការងាររបស់គាត់បានរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងវិស័យនេះ។ នេះគឺជាទ្រឹស្តីសំខាន់ៗមួយចំនួននៃអត្ថប្រយោជន៍ និងអ្នកប្រាជ្ញដែលទាក់ទង៖

- ១. ទ្រឹស្តីក្រុមសីលធម៌/Utilitarianism៖ (អ្នកប្រាជ្ញ៖ Jeremy Bentham និង John Stuart Mill)
 - ការពិពណ៌នា៖ Utilitarianism គឺជាទ្រឹស្តីក្រុមសីលធម៌ដែលបន្តបន្ទាប់គ្នា ដែលសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើការបង្កើនសុភមង្គល ឬអត្ថប្រយោជន៍ជាអតិបរមា ជាគោលការណ៍គ្រឹះសម្រាប់កំណត់ផ្លូវត្រូវ

នៃសកម្មភាព។ យោងទៅតាម Bentham និង Mill សកម្មភាពគួរតែត្រូវបានវាយតម្លៃដោយផ្អែកលើសមត្ថភាពរបស់ពួកគេក្នុងការផលិតនូវសុភមង្គលច្រើនបំផុតសម្រាប់ចំនួនមនុស្សច្រើនបំផុត⁶⁰។

២. ទ្រឹស្តីសីលធម៌បុរាណ/Eudaimonism ៖ (អ្នកប្រាជ្ញ៖ អារីស្តូត)

- ការពិពណ៌នា៖ Eudaimonism ដែលភ្ជាប់ជាមួយនឹងទស្សនវិជ្ជារបស់អារីស្តូត ផ្ដោតលើគោលគំនិតនៃ eudaimonia ដែលបកប្រែថា "រស់នៅល្អ" ឬ "ធ្វើបានល្អ"។ យោងទៅតាមអារីស្តូត គោលដៅចុងក្រោយនៃជីវិតមនុស្សគឺ ដើម្បីសម្រេចបាននូវ eudaimonia ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការរស់នៅប្រកបដោយគុណធម៌ និងការបំពេញសក្តានុពលរបស់មនុស្សដើម្បីដឹកនាំជីវិតដ៏មានន័យ⁶¹។

៣. ក្រមសីលធម៌ Deontological ៖ (អ្នកប្រាជ្ញ៖ អ៊ីម៉ានុយែល ខេន/Immanuel Kant)

- ការពិពណ៌នា៖ ក្រមសីលធម៌ Deontological តស៊ូមតិដោយ Kant សង្កត់ធ្ងន់លើកាតព្វកិច្ចសីលធម៌ដែលមានស្រាប់ និងគោលគំនិតនៃកត្តាចាំបាច់។ យោងតាមលោក Kant សកម្មភាពសីលធម៌ គឺជាសកម្មភាពដែលត្រូវបានអនុវត្តចេញពីអារម្មណ៍នៃកាតព្វកិច្ច ដែលដឹកនាំដោយគោលការណ៍ដែលអាចត្រូវបានអនុវត្តជាសកលដោយមិនមានភាពផ្ទុយគ្នា។ ការផ្ដោតសំខាន់គឺទៅលើចេតនានៅពីក្រោយសកម្មភាព ជាជាងលទ្ធផលរបស់វា⁶²។

៤. កិច្ចសន្យានិយម/Contractualism ៖ (អ្នកប្រាជ្ញ៖ Thomas Scanlon)

- ការពិពណ៌នា៖ Contractualism ដូចដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយ Scanlon បង្ហាញថាគោលការណ៍សីលធម៌ គឺផ្អែកលើគំនិតនៃការព្រមព្រៀងគ្នាឬការយល់ព្រម។ យោងទៅតាម Scanlon សកម្មភាពគឺ ត្រឹមត្រូវខាងសីលធម៌ ប្រសិនបើពួកគេសមហេតុផលចំពោះអ្នកដទៃ ដោយផ្អែកលើគោលការណ៍ដែលគ្មាននរណាម្នាក់អាចបដិសេធដោយសមហេតុផល។ វាសង្កត់ធ្ងន់លើសារៈសំខាន់នៃភាពយុត្តិធម៌ និងគំនិតនៃការចាត់ទុកអ្នកដទៃជាបុគ្គលដែលមានសេរីភាព និងស្មើភាព⁶³។

៥. វិធីសាស្ត្រសមត្ថភាព/Capability Approach ៖ (អ្នកប្រាជ្ញ៖ Amartya Sen និង Martha Nussbaum)

- ការពិពណ៌នា៖ វិធីសាស្ត្រសមត្ថភាព ដែលស្នើឡើងដោយ សែន និងអភិវឌ្ឍន៍បន្ថែមដោយ Nussbaum ផ្ដោតលើសារៈសំខាន់នៃសមត្ថភាព និងមុខងាររបស់បុគ្គល។ វាផ្លាស់ប្តូរការផ្ដោតអារម្មណ៍ពីធនធានសម្ភារៈទៅជាសមត្ថភាពរបស់បុគ្គលម្នាក់ៗ ដើម្បីសម្រេចបាននូវមុខងារដ៏មានតម្លៃ ដូចជាសុខភាពការអប់រំ ការចូលរួមក្នុងសង្គម និងការអភិវឌ្ឍផ្ទាល់ខ្លួន។ គោលបំណងគឺ ដើម្បីបង្កើនសេរីភាព និងសុខុមាលភាពរបស់ប្រជាជនតាមរយៈការពង្រីកសមត្ថភាពរបស់ពួកគេ⁶⁴។

៦. ភាពស្មើគ្នា/Egalitarianism ៖ (អ្នកប្រាជ្ញលេចធ្លោរួមមាន John Rawls និង Ronald Dworkin)

- ការពិពណ៌នា៖ ទ្រឹស្តីនេះអះអាងថា អត្ថប្រយោជន៍គួរតែត្រូវបានចែកចាយស្មើគ្នាក្នុងចំណោមបុគ្គលទាំងអស់នៅក្នុងសង្គមមួយ⁶⁵។

⁶⁰ <https://plato.stanford.edu/entries/utilitarianism-history/> (16-11-23)

⁶¹ <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-ancient/> (16-11-23)

⁶² <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-deontological/> (16-11-23)

⁶³ <https://plato.stanford.edu/entries/contractualism/> (16-11-23)

⁶⁴ <https://plato.stanford.edu/entries/capability-approach/> (16-11-23)

⁶⁵ <https://plato.stanford.edu/entries/egalitarianism/> (16-11-23)

៧. សេរីនិយម/Liberalism៖ ទ្រឹស្តីនេះតស៊ូមតិ សម្រាប់ការបង្កើនសេរីភាពបុគ្គល និងកាត់បន្ថយ អន្តរាគមន៍របស់រដ្ឋាភិបាល។ អ្នកប្រាជ្ញដែលទាក់ទងនឹងលទ្ធិសេរីនិយមរួមមាន Robert Nozick និង Friedrich Hayek ⁶⁶។

៨. ស្ត្រីនិយម/Feminism៖ ទ្រឹស្តីនេះពិនិត្យពីរបៀបដែលអត្ថប្រយោជន៍ និងអំណាចត្រូវបានចែកចាយ ដោយផ្អែកលើយេនឌ័រ ហើយស្វែងរកការដោះស្រាយវិសមភាពយេនឌ័រ។ អ្នកប្រាជ្ញស្ត្រីនិយមលេច ធ្លោរួមមាន Judith Butler, Susan Bordo, និង Bell hooks⁶⁷។

៩. លទ្ធិកុម្មុយនីស្ត/Communitarianism៖ ទ្រឹស្តីនេះសង្កត់ធ្ងន់លើ សារៈសំខាន់នៃសហគមន៍ និង សុខុមាលភាពសមូហភាព ដោយលើកហេតុផលថា អត្ថប្រយោជន៍គួរតែត្រូវបានចែកចាយដោយ ផ្អែកលើអ្វីដែលល្អបំផុតសម្រាប់សហគមន៍ទាំងមូល។ អ្នកប្រាជ្ញដែលទាក់ទងនឹងលទ្ធិកុម្មុយនីស្ត រួមមាន Amitai Etzioni និង Michael Walzer ⁶⁸។

ទាំងនេះគ្រាន់តែជាឧទាហរណ៍មួយចំនួននៃទ្រឹស្តីនៃអត្ថប្រយោជន៍ និងអ្នកប្រាជ្ញទាក់ទងនឹងពួក គេ។ ទ្រឹស្តីនីមួយៗ ផ្តល់នូវទស្សនវិស័យពិសេសមួយ អំពីរបៀបកំណត់នូវអ្វី ដែលមានប្រយោជន៍ ឬ ត្រឹមត្រូវខាងសីលធម៌ក្នុងបរិបទផ្សេងៗ។

២.៤.៤ អត្ថប្រយោជន៍នៃការអប់រំ

ការអប់រំ គឺជាភ្នាក់ងារដ៏មានឥទ្ធិពលនៃការផ្លាស់ប្តូរ និងលើកកម្ពស់សុខភាព និងជីវភាពរស់នៅ រួម ចំណែកដល់ស្ថិរភាពសង្គម និងជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចរយៈពេលវែង⁶⁹។

ការអប់រំ គឺជាដំណើរការដែលបុគ្គលម្នាក់ទទួលបាន ឬផ្តល់ចំណេះដឹងជាមូលដ្ឋានដល់អ្នកដទៃ។ វា ក៏ជាកន្លែងដែលមនុស្សម្នាក់ៗ អភិវឌ្ឍជំនាញចាំបាច់ក្នុងការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ រៀនបទដ្ឋានសង្គម អភិវឌ្ឍការ វិនិច្ឆ័យ និងហេតុផល និងរៀនពីរបៀបយល់ត្រូវពីខុស⁷⁰។

អត្ថប្រយោជន៍នៃការអប់រំមានច្រើន មិនត្រឹមតែបុគ្គលដែលទទួលបានការអប់រំទទួលបាននោះទេ ប៉ុន្តែ សង្គម និងសហគមន៍ ក៏ទទួលបានដូចគ្នាផងដែរ។ នេះជាការសង្ខេបអត្ថប្រយោជន៍នៃការអប់រំ⁷¹៖

- ផ្ទាល់ខ្លួន៖ មានចំណូលខ្ពស់ ឱកាសការងារច្រើន អភិវឌ្ឍជំនាញផ្ទាល់ខ្លួន មានរបៀបរស់នៅដែល មានសុខភាពល្អ ពង្រឹងចំណេះដឹង ពង្រីកគំនិត ការពិសោធន៍ និងទំនាក់ទំនងសង្គមកាន់តែប្រសើរ។
- សង្គម និងសហគមន៍៖ កាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ កាត់បន្ថយអំពើហិង្សា សុខភាពទូទៅកាន់តែប្រសើរ មានសាមគ្គីភាព សមភាពកាន់តែច្រើន ឧក្រិដ្ឋកម្មទាប ការចូលរួមរបស់ពលរដ្ឋ កំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់នៃបរិស្ថានលើផែនដី។

“កង្វះលទ្ធភាពទទួលបានការអប់រំ ត្រូវបានចាត់ទុកថា ជាឫសគល់នៃភាពក្រីក្រ”

⁶⁶ <https://plato.stanford.edu/entries/liberalism/> (16-11-23)
⁶⁷ <https://plato.stanford.edu/entries/feminist-philosophy/> (16-11-23)
⁶⁸ <https://plato.stanford.edu/entries/communitarianism/> (16-11-23)
⁶⁹ <https://www.globalpartnership.org/benefits-of-education> (18-11-23)
⁷⁰ <https://www.worldvision.ca/stories/education/why-is-education-important> (18-11-23)
⁷¹ <https://www.uopeople.edu/blog/benefits-of-education-are-societal-and-personal/> (18-11-23)

ជំពូកទី៣

ការគ្រប់គ្រងសន្តិវិធីរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី ឆ្នាំ២០២៣

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី

៣.១.១ ប្រវត្តិក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី

ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី ត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅក្នុងឆ្នាំ២០១០ ជាសហគ្រាសឯកបុគ្គលទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត ដែលមានទីតាំងនៅ ផ្ទះលេខ២០ ផ្លូវ៤១៨ សង្កាត់ទួលទំពូងទី១ ខណ្ឌចំការមន រាជធានីភ្នំពេញ ដោយបច្ចុប្បន្នបានប្តូរទីតាំងទៅ បុរីកាំងម៉េង ភូមិឆ្នួល ឃុំជើងកើប ស្រុកកណ្តាលស្ទឹងខេត្តកណ្តាល ។

កត្តាសំខាន់ៗមួយចំនួន ដែលជំរុញឱ្យកើតក្រុមហ៊ុននេះឡើង គឺបណ្តាលមកពីម្ចាស់សហគ្រាសគាត់សម្លឹងឃើញពីការកើនឡើងនៃតម្រូវការសកល តម្រូវការឧបករណ៍អគ្គិសនី បន្តកើនឡើងជាសកល ជាពិសេសប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍ កំពុងជួបប្រទះនូវនគរូបនីយកម្ម និងឧស្សាហូបនីយកម្មយ៉ាងឆាប់រហ័ស ដែលទាមទារឱ្យមានការកើនឡើងយ៉ាងខ្លាំង នៃហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផលិត ថាមពល និងចែកចាយ។ តាមរយៈ ការបង្កើតក្រុមហ៊ុន អាចទាញយកតម្រូវការទីផ្សារ ដែលកំពុងកើនឡើងនេះ ហើយទាញយកប្រយោជន៍ពីឱកាសដែលវាបានបង្ហាញ។ ជួរផលិតផលចម្រុះ ធ្វើឱ្យវិស័យបរិក្ខារអគ្គិសនីគ្របដណ្តប់លើផលិតផលជាច្រើន ដែលអនុញ្ញាតឱ្យមានភាពចម្រុះ និងភាពបត់បែនក្នុងប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ក្រុមហ៊ុនអាចផ្គត់ផ្គង់ប្រភេទឧបករណ៍ផ្សេងៗ បំពេញតម្រូវការអតិថិជនខុសៗគ្នា តម្រូវការគម្រោង និងទីផ្សារភូមិសាស្ត្រ។

ភាពប្រសព្វនេះនឹងអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុន សម្របខ្លួនទៅនឹងការផ្លាស់ប្តូរទីផ្សារ និងស្វែងរកលំហូរប្រាក់ចំណូលច្រើន។ ការពង្រីកទីផ្សារ និងឱកាសពាណិជ្ជកម្ម ក្រុមហ៊ុនអាចចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ ទាំងការនាំចូល និងការនាំចេញ។ នេះអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនស្វែងរកទីផ្សារថ្មី ពង្រីកមូលដ្ឋានអតិថិជនរបស់ខ្លួន លើសពីនេះទៀត ក្រុមហ៊ុនអាចរួមចំណែកដល់ការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធថាមពលនៅក្នុងតំបន់ផ្សេងៗ ដោយហេតុនេះ អាចជួយជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងការអនុវត្តថាមពល ប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ ភាពជឿនលឿនផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា វិស័យបរិក្ខារអគ្គិសនីកំពុងមើលឃើញពី វឌ្ឍនភាពបច្ចេកវិទ្យាយ៉ាងឆាប់រហ័សដែលជំរុញដោយតម្រូវការសម្រាប់ប្រសិទ្ធភាពថាមពល ការរួមបញ្ចូលថាមពលកើតឡើងវិញ និងដំណោះស្រាយក្រឡាចត្រង់ឆ្លាតវៃ។ តាមរយៈការចូលរួមក្នុងការនាំចូល និងនាំចេញ ក្រុមហ៊ុនអាចណែនាំបច្ចេកវិទ្យាទំនើបៗទៅកាន់ទីផ្សារក្នុងស្រុករបស់យើង ហើយស្ថិតនៅជួរមុខនៃនិន្នាការឧស្សាហកម្ម។ នេះកំណត់ថាក្រុមហ៊ុនជាប្រភពដែលអាចទុកចិត្តបាន នៃដំណោះស្រាយ ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត ទាក់ទាញអតិថិជន ដែលកំពុងស្វែងរកឧបករណ៍អគ្គិសនីកម្រិតខ្ពស់ និងនិរន្តរភាព។

សរុបសេចក្តីមកការបង្កើតក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មនេះឡើង គឺផ្តោតលើការនាំចូល និងនាំចេញឧបករណ៍អគ្គិសនី ដែលផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើន នៅក្នុងឧស្សាហកម្មដែលកំពុងរីកចម្រើន។

៣.១.២ ទស្សនវិស័យ បេសកកម្ម និងគោលបំណង របស់ក្រុមហ៊ុន

ទស្សនវិស័យ៖ អ៊ីមអិន ខមភេនី នឹងកម្លាយខ្លួនទៅជាអ្នកជំនាញផ្គត់ផ្គង់បរិក្ខារអគ្គិសនី ដែលឈានមុខគេនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

បេសកកម្ម៖ អ៊ីមអិន ខមភេនី នឹងពង្រីកការចែកចាយទៅគ្រប់តំបន់ក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ និងនៅតាមបណ្តាខេត្តផ្សេងៗ នៅទូទាំងប្រទេស។

គោលបំណង៖ អ៊ីមអិន ខមភេនី ផ្តល់ជូននូវបរិក្ខារអគ្គិសនីដែលមានគុណភាពខ្ពស់ សុវត្ថិភាពខ្ពស់ សន្សំសំចៃច្រើន និងស្តង់ដារ។

៣.១.៣ សកម្មភាពអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន

❖ សកម្មភាពអាជីវកម្មចម្បងរបស់ក្រុមហ៊ុនគឺ៖ អាហារវ៉ែន នីហារវ៉ែន (បរិក្ខារអគ្គិសនី)

❖ សកម្មភាពអាជីវកម្មបន្ទាប់បន្សំគឺ៖ លក់រាយ សម្ភារៈប្រើប្រាស់ក្នុងផ្ទះ គ្រប់ប្រភេទ

៣.១.៤ ប្រភេទផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន

ក្រុមហ៊ុនបានធ្វើការនាំចូល និងចែកចាយនូវបរិក្ខារអគ្គិសនីមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

ផលិតផលខ្សែភ្លើង (Cable Products) ៖

ផលិតផលនាំចូលមកពី ប្រទេសសិង្ហបុរី និងថៃ មានដូចជា៖

ខ្សែទោល, ខ្សែទន់មូល, ខ្សែធន់នឹងភ្លើង, ខ្សែស្រោប២ជាន់, ខ្សែXLPE, ខ្សែរឹង, ខ្សែទន់, ខ្សែណេតវើក, ខ្សែកាបទូទស្សន៍, ខ្សែកាមេរ៉ា, ខ្សែទូរស័ព្ទ, ខ្សែកណ្តឹងពាទី...។

ផលិតផលបំភ្លឺ (Lighting Products) ៖

ផលិតផលមកពីប្រទេសថៃ ហុងកុង ម៉ាឡេស៊ី មានដូចជា៖

ប្រភេទអិលអ៊ីឌី (អំពូលភ្លើង, ឈុតបានបង្គប់, ឈុតអំពូលពិជាន, ស៊ុមបង្គប់, គ្រឿងអំពូល, អំពូលម៉ែត្រ, ជើងអំពូល, ឈុតហ្វាបង្គប់/ហ្វាជើងរ៉ៃ, អំពូលដើម, អំពូលបាល់, អំពូលបាន, អំពូលលំអរសួន, អំពូលលើតុ, អំពូលចង្អៀងតាម, ស៊ុមការពារទឹក, ឈុតអំពូលហ្វា, ឈុតសូឡាអំពូលហ្វា, ឈុតសូឡាបំភ្លឺតាមសួន, ឈុតសូឡាបំភ្លឺតាមផ្លូវ...។

ផលិតផលផ្សេងៗ (Other Products) ៖

ផលិតផលនាំចូលមកពីប្រទេសថៃ អាណ្លីម៉ង់ អេស្ប៉ាញ ឥណ្ឌា ហុងកុង មានដូចជា៖

ឌីហ្សឺន់ទ័រធម្មតា, ឌីហ្សឺន់ទ័រឆក់លោត, ម៉ូឌុលឡាកុងតាក់ទ័រ, ឌីហ្សឺន់ទ័រការពាររន្ទះ, អូតូរ៉ឺល, នាឡិកាឌីជីថលកំណត់ម៉ោង, ឆ្អឹងដោតឌីហ្សឺន់ទ័រ, ឌីហ្សឺន់ទ័រខ្នាតធំ, សាន់ទ្រីបឌីហ្សឺន់ទ័រ, កុងតាក់ទ័រសម្រាប់កាប៉ាស៊ីទ័រ, កុងតាក់ទ័រ, ជើងកុងតាក់, រឺឡេទែរម៉ិក, កុងតាក់បិទ/បើក និងប្តូរប្រភពភ្លើងសម្រាប់ទូភ្លើង, ហ្វ្លាយស៊ីបការពារចរន្តលើសបន្ទុក, រឺឡេកំណត់ពេល, រឺឡេជ្រុងតូច, ឌីហ្សឺន់ទ័រម៉ូទ័រ, កុងតាក់ទ័រម៉ូទ័រ, អំពូលសញ្ញា, ប្រអប់ឌីហ្សឺន់ទ័រ, ទូដេកឌីហ្សឺន់ទ័រ, ជើងទម្រម៉ាស៊ីនត្រជាក់, ទុយោ និងគ្រឿងទុយោខ្សែភ្លើង, ប្រអប់ខ្សែភ្លើង, ហ្គែនដុតឆេះ, ហ្គែនការពារឆេះ, បត់ចែក, កង្ហារពិជានស្លាប៣, កង្ហារបីត, កង្ហារទឹក, កុងតាក់ និងព្រី, ព្រីភ្លើងមានខ្សែ, ចំណងរឹត, ឧបករណ៍វាស់, ឌុយដោត, ស្កុតខ្សែភ្លើង, ដែកទែរការពាររន្ទះ...។

៣.១.៥ ប្រភេទអតិថិជនរបស់ក្រុមហ៊ុន

ក្រុមហ៊ុនមាន អតិថិជនគោលដៅរបស់ខ្លួន ៣ប្រភេទនៅទូទាំងប្រទេសគឺ៖

- អ្នកបោះដុំ (Wholesaler)
- អ្នកលក់រាយ (Retailer)
- គម្រោង (Project)

៣.១.៦ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន

ក្រុមហ៊ុនបានប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ QuickBooks និង Excel សម្រាប់គ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ខ្លួនតាំងពីចាប់ផ្តើមដំណើរការអាជីវកម្មដំបូង រហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន។

៣.១.៧ មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន

ពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដំបូង ក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់ម៉ូតូសណ្តោងរ៉ឺម៉ក សម្រាប់ដឹកជញ្ជូនទំនិញទៅឱ្យអតិថិជនរបស់ខ្លួន។

ដោយក្រុមហ៊ុនមានការរីកចម្រើនជាបន្តបន្ទាប់ ការបញ្ជាទិញកាន់តែច្រើន ទំនិញដែលចេញមួយលើកៗក៏ច្រើនជាងមុន និងមានទម្ងន់ធ្ងន់ៗ ហើយទីតាំងរបស់អតិថិជនផ្សេងៗគ្នា ធ្វើឱ្យការដឹកជញ្ជូនទំនិញមានភាពយឺតយ៉ាវ ដោយសារត្រូវដឹកច្រើនដងក្នុងអតិថិជនម្នាក់ៗ។

បន្ទាប់មក ក្រុមហ៊ុនក៏បានសម្រេចចិត្តទិញរថយន្តដឹកទំនិញជន់តូចបន្ថែម ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានេះ ប៉ុន្តែដោយសារកំណើនប្រជាពលរដ្ឋចូលមករស់នៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញបន្តកើនឡើងជាបន្តបន្ទាប់ សេដ្ឋកិច្ចជាតិ បន្តអភិវឌ្ឍន៍ឥតឈប់ឈរ ធ្វើឱ្យមានការកកស្ទះចរាចរណ៍ស្ទើរគ្រប់ដងផ្លូវ ដែលជាហេតុបណ្តាលឱ្យការដឹកជញ្ជូនដោយរថយន្តមានការពិបាក ក្នុងការទៅដល់គោលដៅ និងទាន់ពេលវេលាដែលអតិថិជនត្រូវការ ធ្វើឱ្យមានមតិវិះគន់ត្រឡប់មកវិញជាហេតុអ្នកទិញ ហើយផ្នែកលក់ក៏ប្រឈមនឹងការស្តីបន្ទោស និងដោះស្រាយបញ្ហាជាមួយអតិថិជនជាញឹកញាប់ បង្កឱ្យមានបទពិសោធអវិជ្ជមាន ក្នុងការបញ្ជាទិញរបស់អតិថិជន នាំឱ្យថយចុះនូវប្រតិបត្តិការលក់របស់ក្រុមហ៊ុន។

ជាចុងក្រោយក្រុមហ៊ុនជ្រើសរើសយកម៉ូតូ ជាមធ្យោបាយបន្ថែមដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានេះ។

សរុបមក មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅឱ្យអតិថិជនមាន ៣ប្រភេទគឺ៖

- រថយន្តដឹកទំនិញជន់តូច៖ សម្រាប់ទំនិញធ្ងន់ៗ ច្រើន ទីតាំងឆ្ងាយៗ និងត្រូវទឹកខូច...
- ម៉ូតូមានសណ្តោងរ៉ឺម៉ក៖ សម្រាប់ទំនិញ ធំៗ ឬវែងៗ...
- ម៉ូតូ៖ សម្រាប់ទំនិញតិច ហើយអតិថិជនត្រូវការប្រញាប់ៗ...

៣.១.៨ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន

ក្រុមហ៊ុនបានរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងដូចខាងក្រោម៖

- អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ (General Manager)
- ជំនួយការអ្នកគ្រប់គ្រង (Assistant's General Manager)
- ប្រធានផ្នែក ឬជំនាញ (Department Manager)
- អ្នកគ្រប់គ្រង (Department Supervisor)
- បុគ្គលិក (Staffs)

៣.១.៩ តួនាទី និងភារកិច្ច របស់បុគ្គលិក

-អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ (General Manager)

មានទំនួលខុសត្រូវក្នុងការត្រួតពិនិត្យប្រតិបត្តិការរួម និងទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន ភារកិច្ចសំខាន់ៗរួមមាន ការកំណត់គោលដៅ និងគោលបំណង បង្កើតផែនការអាជីវកម្ម ការគ្រប់គ្រងថវិកា និងធានានូវប្រាក់ចំណេញ និងការរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ផ្តល់ភាពជាអ្នកដឹកនាំដល់អង្គភាពទាំងមូល ធ្វើការសម្រេចចិត្តសំខាន់ៗ និងតំណាងក្រុមហ៊ុនដល់ភាគីពាក់ព័ន្ធ អតិថិជន និងដៃគូ។

-ជំនួយការអ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ (Assistant's General Manager)

ទូទៅដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការគាំទ្រអ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅក្នុងសកម្មភាពប្រចាំថ្ងៃ។ ភារកិច្ចរួមមានការគ្រប់គ្រងកាលវិភាគសម្របសម្រួលកិច្ចប្រជុំ រៀបចំរបាយការណ៍ និងបទបង្ហាញធ្វើការស្រាវជ្រាវ និងដោះស្រាយការឆ្លើយឆ្លង។ តួនាទីជាអ្នកទំនាក់ទំនងរវាងផ្នែកផ្សេងៗ ជួយក្នុងដំណើរការធ្វើការសម្រេចចិត្ត និងធានាឱ្យមានទំនាក់ទំនងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងអង្គភាព។

-ប្រធានផ្នែក ឬនាយកដ្ឋាន (Department Manager)

មានទំនួលខុសត្រូវ ក្នុងការត្រួតពិនិត្យការងារក្នុងផ្នែករបស់ខ្លួនដូចជា បង្កើតគោលដៅ និងយុទ្ធសាស្ត្រ គ្រប់គ្រងថវិកា បែងចែកធនធាន និងធានានូវដំណើរការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពតាមផ្នែករៀងៗខ្លួន។ ពួកគេត្រូវត្រួតពិនិត្យ និងណែនាំបុគ្គលិក តាមដានការអនុវត្ត និងធ្វើការសហការជាមួយផ្នែកផ្សេងៗទៀត ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលបំណងទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន។

-អ្នកគ្រប់គ្រង (Department Supervisor)

មានទំនួលខុសត្រូវក្នុងការគ្រប់គ្រងក្រុមនៃបុគ្គលិកក្នុងផ្នែករបស់ខ្លួន។ ភារកិច្ចរួមមានការចាត់តាំងកិច្ចការ និងគម្រោង ផ្តល់ការណែនាំ និងគាំទ្រតាមដានវឌ្ឍនភាព និងវាយតម្លៃការអនុវត្តបុគ្គលិក។ ត្រូវធានាថាការងារបានបញ្ចប់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព បានបំពេញតាមពេលវេលាកំណត់និងរក្សាបាននូវស្តង់ដារគុណភាព។ ពួកគេដើរតួជាទំនាក់ទំនងរវាងថ្នាក់លើ និងបុគ្គលិកបញ្ជូនព័ត៌មាន និងសម្របសម្រួលទំនាក់ទំនងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

-បុគ្គលិក (Staffs)

គឺជាអ្នកដែលបំពេញភារកិច្ចប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃ និង អនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ទំនួលខុសត្រូវរបស់ពួកគេប្រែប្រួលអាស្រ័យលើតួនាទី និងផ្នែករបស់ពួកគេ។ ពួកគេអាចចូលរួមក្នុងកិច្ចការដូចជា សេវាកម្មអតិថិជន ការផលិត ការគាំទ្រផ្នែករដ្ឋបាល ការលក់ ទីផ្សារ ឬប្រតិបត្តិការបច្ចេកទេស។ ពួកគេរួមចំណែកដល់ភាពជោគជ័យជារួមរបស់ក្រុមហ៊ុនដោយការបំពេញភារកិច្ចដែលបានកំណត់ កិច្ចប្រជុំគោលដៅ និងប្រកាន់ខ្ជាប់នូវគោលការណ៍ និងនីតិវិធីរបស់ក្រុមហ៊ុន។

៣.២ ការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិល ខមភេតី

៣.២.១ កត្តាក្រុមហ៊ុន

ការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិមានសារៈសំខាន់សម្រាប់អាជីវកម្ម ដោយសារវាជះឥទ្ធិពលដោយផ្ទាល់ទៅលើប្រសិទ្ធភាព និងប្រាក់ចំណេញសរុបរបស់ស្ថាប័ន។ កត្តាសំខាន់ៗជាច្រើនមានឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្តទាំងនេះ ហើយការយល់ដឹងអំពីពួកវាគឺជាចាំបាច់សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ នេះគឺជាកត្តាសំខាន់ៗមួយចំនួន ដែលជះឥទ្ធិពលដល់ការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ៖

- **ការព្យាករណ៍តម្រូវការ៖** គឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ អាជីវកម្មត្រូវការវិភាគទិន្នន័យប្រវត្តិសាស្ត្រ និងការទីផ្សារ និងអាកប្បកិរិយារបស់អតិថិជន ដើម្បីទស្សន៍ទាយតម្រូវការនាពេលអនាគត។ នេះជួយក្នុងការកំណត់កម្រិតសន្និធិដ៏ល្អប្រសើរ ដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន ដែលជៀសវាងការស្តុកទុកច្រើនពេក ឬស្តុកទុក។
- **ពេលវេលានាំមុខ៖** សំដៅលើពេលវេលាដែលបានមកពីការបញ្ជាទិញ រហូតដល់ទទួលបានសន្និធិ។ ពេលវេលានាំមុខកាន់តែយូរ តម្រូវឱ្យអាជីវកម្មរក្សាកម្រិតសន្និធិខ្ពស់ជាងមុន ដើម្បីជៀសវាងការអស់ស្តុក។ រយៈពេលនាំមុខខ្លីអនុញ្ញាតឱ្យមានកម្រិតសន្និធិទាប កាត់បន្ថយការចំណាយលើការកាន់កាប់។ ការយល់ដឹងអំពីពេលវេលានាំមុខជួយក្នុងការកំណត់បរិមាណសន្និធិឡើងវិញ។
- **ថ្លៃដើមនៃការកាន់កាប់សន្និធិ៖** ការកាន់កាប់សន្និធិ ត្រូវចំណាយដូចជា ការផ្ទុក ការធានារ៉ាប់រង ភាពហួសសម័យ ការប្រាក់ និងដើមទុនដែលកើនឡើង។ ក្រុមហ៊ុនចាំបាច់ត្រូវធ្វើសមតុល្យ រវាងការកាន់កាប់សន្និធិ ឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីបំពេញតម្រូវការ និងកាត់បន្ថយការចំណាយលើការកាន់កាប់។
- **ការអស់ស្តុក៖** ការដាច់ស្តុកអាចបណ្តាលឱ្យបាត់បង់ការលក់ អតិថិជនមិនពេញចិត្ត និងធ្វើឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ក្រុមហ៊ុន។ វាមិនត្រឹមតែការបាត់បង់ភ្លាមៗប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏មានផលវិបាករយៈពេលវែងដែលអាចកើតមានផងដែរ។ ក្រុមហ៊ុនត្រូវពិចារណាពីផលប៉ះពាល់ នៃការដាច់ស្តុក លើភាពទុកចិត្តរបស់អតិថិជន និងការលក់នាពេលអនាគត។
- **ទំនាក់ទំនងអ្នកផ្គត់ផ្គង់៖** ទំនាក់ទំនងរឹងមាំជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់អាចជះឥទ្ធិពលជាវិជ្ជមាន ដល់ការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ដែលអាចទុកចិត្តបានជាមួយនឹងពេលវេលានាំមុខខ្លីជាង និងគុណភាពជាប់លាប់អាចជួយកាត់បន្ថយកម្រិតសន្និធិ។ ទំនាក់ទំនងសហការក៏អាចនាំទៅរកតម្លៃកាន់តែប្រសើរ ការបញ្ចុះតម្លៃ និងការបំពេញការបញ្ជាទិញកាន់តែប្រសើរឡើង។
- **បច្ចេកវិទ្យា និងស្វ័យប្រវត្តិកម្ម៖** ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា និងឧបករណ៍ស្វ័យប្រវត្តិកម្មអាចមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងលើការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ កម្មវិធីគ្រប់គ្រងសន្និធិ ប្រព័ន្ធបាកូដ និងការវិភាគទិន្នន័យតាមពេលវេលាជាក់ស្តែង អាចឱ្យអាជីវកម្ម តាមដានកម្រិតសន្និធិបានយ៉ាងត្រឹមត្រូវ សម្រួលដំណើរការ និងធ្វើការសម្រេចចិត្តប្រកបដោយការយល់ដឹង។ ស្វ័យប្រវត្តិកម្មក៏អាចជួយក្នុងការកាត់បន្ថយកំហុស ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវភាពត្រឹមត្រូវនៃការបញ្ជាទិញ និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការផ្លាស់ប្តូរសន្និធិ។
- **កត្តាសេដ្ឋកិច្ច៖** កត្តាសេដ្ឋកិច្ចដូចជាអតិផរណា អត្រាប្តូរប្រាក់ និងលក្ខខណ្ឌទីផ្សារអាចមានឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ។

៣.២.២ កត្តាអតិថិជន

អតិថិជនដើរតួយ៉ាងសំខាន់លើការគ្រប់គ្រងសន្និធិសម្រាប់អាជីវកម្ម។ តម្រូវការ ចំណង់ចំណូលចិត្ត និងអាកប្បកិរិយា នៃការទិញរបស់ពួកគេ ជះឥទ្ធិពលដោយផ្ទាល់ទៅលើកម្រិតសន្និធិ និងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន។

នេះគឺជាឥទ្ធិពលរបស់អតិថិជនលើការគ្រប់គ្រងសន្និធិ៖

- អតិថិជនលើការគ្រប់គ្រងសន្និធិ គឺជាតម្រូវការរបស់ពួកគេសម្រាប់ផលិតផល ឬសេវាកម្ម។ តាមរយៈការវិភាគនិន្នាការ ចំណូលចិត្ត និងទិន្នន័យប្រវត្តិសាស្ត្ររបស់អតិថិជន អាជីវកម្មអាចប៉ាន់ប្រមាណតម្រូវការសម្រាប់ផលិតផលរបស់ពួកគេ និងកែសម្រួលសន្និធិឱ្យសមស្រប។ ការយល់ដឹងពីតម្រូវការរបស់អតិថិជនជួយជៀសវាងការស្តុកទុក ឬសន្និធិលើស។
- ការផ្លាស់ប្តូរចំណូលចិត្ត និងការទាមទារតាមរដូវកាលរបស់អតិថិជន មានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងលើការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ជាឧទាហរណ៍ ក្នុងរដូវវស្សា ផលិតផលមួយចំនួនអាចមានតម្រូវការខ្ពស់ដែលត្រូវការកម្រិតស្តុក។ តាមរយៈការតាមដានអាកប្បកិរិយារបស់អតិថិជន អាជីវកម្មអាចប្រមើលមើលនិន្នាការតាមរដូវកាល និងកែសម្រួលកម្រិតសន្និធិរបស់ពួកគេដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។
- អតិថិជនមានឥទ្ធិពលលើការគ្រប់គ្រងសន្និធិ តាមរយៈចំណូលចិត្តរបស់ពួកគេ ចំពោះការប្រែប្រួលផលិតផលជាក់លាក់ ឬជម្រើសដែលវិភាគមតិកែលម្អរបស់អតិថិជន និងនិន្នាការទីផ្សារ អាជីវកម្មអាចកំណត់ថាតើការប្រែប្រួលផលិតផល ឬលក្ខណៈពិសេសណាមួយដែលពេញនិយមក្នុងចំណោមអតិថិជន។ នេះអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុន អាចកែសម្រួលយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ពួកគេ ដោយស្តុកទុកផលិតផលចម្រុះសមស្រប ដើម្បីបំពេញតាមចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន។
- ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន ក៏អាចជះឥទ្ធិពលដល់ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ តាមរយៈគោលនយោបាយត្រឡប់មកវិញ និងការផ្លាស់ប្តូរផងដែរ។ ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែមានកន្លែងដើម្បីដំណើរការការត្រឡប់មកវិញរបស់អតិថិជន ឬការផ្លាស់ប្តូរ។ ការគ្រប់គ្រងការត្រឡប់មកវិញប៉ះពាល់ដល់កម្រិតសន្និធិ ដោយសារទំនិញដែលបានត្រឡប់មកវិញអាចត្រូវការជំនួស ឬជួសជុលឡើងវិញ។
- អាកប្បកិរិយារបស់អតិថិជនក្នុងការឆ្លើយតបទៅនឹងការផ្សព្វផ្សាយ និងព្រឹត្តិការណ៍លក់អាចជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងដល់ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ក្រុមហ៊ុនត្រូវមានវិធីច្បាស់លាស់ក្នុងការបញ្ចុះតម្លៃ ការផ្តល់ជូនពេលវេលាមានកំណត់ ឬការបញ្ចុះតម្លៃលើការទិញភាគច្រើន។ តាមរយៈការវិភាគអាកប្បកិរិយារបស់អតិថិជនក្នុងអំឡុងពេលផ្សព្វផ្សាយ អាជីវកម្មអាចកែសម្រួលកម្រិតសន្និធិ និងធានាបាននូវស្តុកគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់តម្រូវការអតិថិជនដែលរំពឹងទុក។

សរុបមក តម្រូវការ ចំណង់ចំណូលចិត្ត និងអាកប្បកិរិយានៃការទិញរបស់អតិថិជនមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងលើការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ តាមរយៈការត្រួតពិនិត្យ និងការយល់ដឹងយ៉ាងជិតស្និទ្ធដល់នូវអាកប្បកិរិយារបស់អតិថិជន ក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើនប្រសិទ្ធភាពកម្រិតសន្និធិរបស់ពួកគេ កាត់បន្ថយបរិមាណស្តុកទុក កាត់បន្ថយសន្និធិលើស និងធានាបាននូវការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន។

៣.២.៣ កត្តាដែលគួរប្រកួតប្រជែង

ដៃគូប្រកួតប្រជែងដែលស្ថិតនៅក្នុងប្រភេទអាជីវកម្មតែមួយ អាចមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងលើការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន។ នេះគឺជាកត្តាសំខាន់ៗដែលទាក់ទងនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែងដែលមានឥទ្ធិពលលើក្រុមហ៊ុនដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ៖

- **ការកំណត់តម្លៃប្រកួតប្រជែង៖** ការកំណត់តម្លៃប្រកួតប្រជែងគឺជាកត្តាសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ប្រសិនបើដៃគូប្រកួតប្រជែងបន្ទាបតម្លៃរបស់ពួកគេ វាដល់តម្រូវការអតិថិជនកើនឡើង។ ដើម្បីរក្សាការប្រកួតប្រជែង ក្រុមហ៊ុនអាចនឹងត្រូវកែសម្រួលយុទ្ធសាស្ត្រកំណត់តម្លៃរបស់ខ្លួន និងបង្កើនកម្រិតសន្និធិដែលមានសក្តានុពល ដើម្បីបំពេញតម្រូវការដែលបានរំពឹងទុក។
- **ភាពអាចរកបានផលិតផល៖** ប្រសិនបើដៃគូប្រកួតប្រជែង មានផលិតផលជាប់លាប់នៅលើទីផ្សារ វាអាចប៉ះពាល់ដល់ការសម្រេចចិត្តសន្និធិ។ ក្រុមហ៊ុនអាចត្រូវការកម្រិតដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជន និងការលក់ទៅកាន់ដៃគូប្រកួតប្រជែងដែលមានផលិតផលនៅក្នុងស្តុក។
- **ការច្នៃប្រឌិតផលិតផល៖** ការច្នៃប្រឌិតរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែង និងការចេញផ្សាយផលិតផលថ្មីអាចប៉ះពាល់ដល់ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ប្រសិនបើដៃគូប្រកួតប្រជែងធ្វើការណែនាំផលិតផលថ្មី និងទាក់ទាញក្រុមហ៊ុនអាចត្រូវការកម្រិតសន្និធិរបស់ខ្លួនសម្រាប់ផលិតផលដែលពាក់ព័ន្ធ ឬស្រដៀងគ្នា ដើម្បីរក្សាការប្រកួតប្រជែង។
- **ទីផ្សារ និងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម៖** ការខិតខំប្រឹងប្រែងផ្នែកទីផ្សារ និងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់អ្នកប្រកួតប្រជែងអាចប៉ះពាល់ដល់ការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ប្រសិនបើដៃគូប្រកួតប្រជែងចាប់ផ្តើមយុទ្ធនាការទីផ្សារដោយជោគជ័យ ឬប្រើបច្ចេកទេសផ្សាយពាណិជ្ជកម្មបញ្ចុះបញ្ចូល វាអាចបណ្តាលឱ្យតម្រូវការអតិថិជនកើនឡើងនូវកម្រិតសន្និធិខ្ពស់ ដើម្បីបំពេញតាមការរំពឹងទុករបស់ទីផ្សារ។
- **ប្រសិទ្ធភាពខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់៖** ដៃគូប្រកួតប្រជែងដែលមានខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពអាចផ្តល់ពេលវេលាចែកចាយលឿនជាង ឬលទ្ធភាពទទួលបានផលិតផលកាន់តែប្រសើរ។ ដើម្បីប្រកួតប្រជែងលើបញ្ហានេះ ក្រុមហ៊ុនត្រូវបង្កើនប្រសិទ្ធភាពដំណើរការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ខ្លួន និងធានាបាននូវប្រតិបត្តិការខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ដែលមានភាពប្រសើរឡើង។
- **ការផ្សព្វផ្សាយ និងការបញ្ចុះតម្លៃ៖** ការផ្សព្វផ្សាយរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែង ការបញ្ចុះតម្លៃ ព្រឹត្តិការណ៍លក់តាមរដូវកាលអាចមានឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ប្រសិនបើដៃគូប្រកួតប្រជែងផ្តល់នូវការបញ្ចុះតម្លៃដ៏គួរឱ្យទាក់ទាញ ឬការផ្តល់ជូនពេលវេលាមានកំណត់ ក្រុមហ៊ុនអាចត្រូវការកម្រិតសន្និធិ និងយុទ្ធសាស្ត្រកំណត់តម្លៃ ដើម្បីរក្សាការប្រកួតប្រជែងក្នុងអំឡុងពេលនោះ។
- **ចំណែកទីផ្សារ៖** ចំណែកទីផ្សារ និងទីតាំងរបស់អ្នកប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងឧស្សាហកម្ម អាចប៉ះពាល់ដល់ការសម្រេចចិត្តសន្និធិ។ ក្រុមហ៊ុនមួយអាចត្រូវការទីតាំងទីផ្សារទាក់ទងនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែង និងកែសម្រួលកម្រិតសន្និធិដើម្បីតម្រឹមតាមតម្រូវការទីផ្សារ និងរក្សាការប្រកួតប្រជែង។

តាមរយៈការត្រួតពិនិត្យ និងវិភាគយ៉ាងជិតស្និទ្ធនូវកត្តាទាំងនេះទាក់ទងនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែង ក្រុមហ៊ុនបានធ្វើការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ ដែលមានព័ត៌មានដែលអនុញ្ញាតឱ្យមានប្រតិបត្តិការ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន និងការប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារ។

៣.២.៤ ការសម្រេចចិត្តគ្រប់គ្រងសន្និធិ

សន្និធិ គឺជាទ្រព្យសកម្មដ៏ធំបំផុតរបស់ក្រុមហ៊ុន ហើយវាក៏មានសារៈសំខាន់ផងដែរ ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិត្រឹមត្រូវដើម្បីធានាបាននូវប្រាក់ចំណេញ និងសុខភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន ជៀសវាងកំហុស និងហានិភ័យនៃការស្តុកទុក ស្តុកលើស ឬកំណត់ត្រាមិនត្រឹមត្រូវ។

កម្មវត្ថុនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ គឺដើម្បីធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត ទាក់ទងនឹងកំរិតសមស្របនៃសន្និធិ និងបម្រែបម្រួលកំរិតសន្និធិ។

ដើម្បីរក្សានូវកំរិតសន្និធិសមស្រប វិធាននៃការសម្រេចចិត្តត្រូវឆ្លើយនឹងសំណួរបីជាមូលដ្ឋាន៖

- ១. តើពេលណាគួរបញ្ជាទិញដើម្បីបំពេញសន្និធិ?
- ២. តើគួរបញ្ជាទិញក្នុងបរិមាណប៉ុន្មាន? និង
- ៣. តើគួររក្សាសន្និធិបំរុងក្នុងបរិមាណប៉ុន្មាន

វិធាននៃការសម្រេចចិត្តមគ្គុទេសអ្នកគ្រប់គ្រងសន្និធិ ក្នុងការវាយតម្លៃស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ននៃសន្និធិ និងធ្វើការសម្រេចចិត្តប្រសិនបើត្រូវការបំពេញសន្និធិ។ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិជាច្រើនប្រភេទដាក់បញ្ចូលវិធានផ្សេងៗគ្នាដើម្បីសម្រេចចិត្ត «ពេលណា?» និង «ចំនួនប៉ុន្មាន?» ខ្លះអាស្រ័យសំខាន់ដូចគ្នា លើពេលវេលា និងខ្លះទៀតអាស្រ័យលើកំរិតសន្និធិ ប៉ុន្តែការសម្រេចចិត្តមានសារៈសំខាន់ដូចគ្នា។

គោលបំណងចម្បងនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ គឺដើម្បីកំណត់ប្រាក់ចំណូលឱ្យបានត្រឹមត្រូវដោយការផ្គុំផ្គងការចំណាយនៃអំឡុងពេលជៀបនឹងប្រាក់ចំណូលសម្រាប់រយៈពេលនេះ។ ការគ្រប់គ្រងត្រូវតែជ្រើសរើសក្នុងចំណោមភាពខុសគ្នា ប្រព័ន្ធដំណើរការ វិធីសាស្ត្រចំណាយ និងវិធីសាស្ត្រវាយតម្លៃ។ ភាពខុសគ្នាទាំងនេះប្រព័ន្ធ និងវិធីសាស្ត្រជាធម្មតាបណ្តាលឱ្យមានបរិមាណផ្សេងគ្នា នៃប្រាក់ចំណូលសុទ្ធដែលបានរាយការណ៍។

ដូច្នេះជម្រើសរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង ប៉ះពាល់ដល់ការវាយតម្លៃរបស់អ្នកវិនិយោគ និងការវាយតម្លៃរបស់ម្ចាស់បំណុលនៃក្រុមហ៊ុន ក៏ដូចជាការវាយតម្លៃផ្ទៃក្នុង ដូចជាការពិនិត្យលើការអនុវត្តប្រាក់រង្វាន់ និងសំណងប្រតិបត្តិកិច្ចការលើ អនុសញ្ញាភាពស៊ីសង្វាក់គ្នានេះតម្រូវឱ្យក្រុមហ៊ុនមួយបានសម្រេចចិត្តរួចហើយប្រព័ន្ធ និងវិធីសាស្ត្រដែលវានឹងប្រើក្នុងគណនេយ្យសម្រាប់សន្និធិ វាត្រូវតែប្រើពួកវាពីរយៈពេលគណនេយ្យមួយទៅរយៈពេលបន្ទាប់ លុះត្រាតែអ្នកគ្រប់គ្រងអាចបង្ហាញអំពីភាពត្រឹមត្រូវនៃការផ្លាស់ប្តូរ។

ប្រសិនបើការផ្លាស់ប្តូរគឺសមហេតុផល អនុសញ្ញាបង្ហាញព័ត៌មានពេញលេញ តម្រូវឱ្យកំណត់ចំណាំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ពន្យល់យ៉ាងច្បាស់អំពីការផ្លាស់ប្តូរ និងផលប៉ះពាល់របស់វា។ ដោយសារការវាយតម្លៃសន្និធិប៉ះពាល់ដល់ប្រាក់ចំណូល វាអាចមានការពិចារណាអាចប៉ះពាល់ដល់ចំនួនពន្ធលើប្រាក់ចំណូលដែលក្រុមហ៊ុនត្រូវបង់ និងចំនួននៃពន្ធដែលខ្លួនបង់អាចមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំង ទៅលើលំហូរសាច់ប្រាក់របស់វា។

ការវាយតម្លៃសន្និធិ គឺផ្អែកលើការចំណាយដែលកើតឡើងដើម្បីរៀបចំវាសម្រាប់លក់ និងការដឹកជញ្ជូនទៅកាន់អតិថិជន។ នៅពេលដែលការវាយតម្លៃនេះលេចឡើង នៅលើតារាងតុល្យការអាជីវកម្ម វាក៏អាចប្រើជាវត្ថុបញ្ជាក់សម្រាប់ប្រាក់កម្ចី និងសម្រាប់ការវាយតម្លៃតម្លៃអាជីវកម្មផងដែរ ព្រោះសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនភាគច្រើនសន្និធិ គឺជាទ្រព្យសកម្មធំបំផុតដែលពួកគេមាន។

៣.៣ វិធីសាស្ត្រ ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិល ខមភេតី

៣.៣.១ វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ គឺជាដំណើរការត្រួតពិនិត្យ និងគ្រប់គ្រងលំហូរទំនិញចូល និងចេញពីសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រងកម្រិតស្តុក តាមដានចលនាសន្និធិ និងធានានូវភាពអាចរកបាននៃផលិតផលដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។

នេះគឺជាវិធីសាស្ត្រមួយចំនួន សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន៖

១. កំណត់គោលដៅសន្និធិ៖

កំណត់គោលដៅច្បាស់លាស់សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ដូចជាកាត់បន្ថយការស្តុកទុក បង្កើនប្រសិទ្ធភាពចំណូលសន្និធិ កាត់បន្ថយការចំណាយលើការដឹកជញ្ជូន កែលម្អការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន ការបាត់បង់ និងសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុ។

២. ចាត់ថ្នាក់បញ្ជីសន្និធិ៖

ចាត់ថ្នាក់ធាតុសន្និធិដោយផ្អែកលើគំរូតម្រូវការ តម្លៃ ឬការរឹតត្បិតរបស់ពួកគេ។ នេះជួយក្នុងការផ្តល់អាទិភាពដល់កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងគ្រប់គ្រង និងអនុវត្តវិធានការត្រួតពិនិត្យសមស្រប។

៣. ការព្យាករណ៍តម្រូវការ៖

ប្រើប្រាស់ទិន្នន័យប្រវត្តិសាស្ត្រ និន្នាការទីផ្សារ និងបច្ចេកទេសព្យាករណ៍តម្រូវការ ដើម្បីប៉ាន់ប្រមាណតម្រូវការនាពេលអនាគតឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។ នេះអនុញ្ញាតឱ្យមានការរៀបចំផែនការសន្និធិកាន់តែប្រសើរឡើង និងការពារការស្តុកទុកលើស ឬទំនិញមិនគ្រប់។

៤. បង្កើនប្រសិទ្ធភាពការបំពេញសន្និធិ៖

ពិនិត្យមើលជាទៀងទាត់ និងកែតម្រូវចំណុចបញ្ហាទិញឡើងវិញ និងកម្រិតស្តុកសុវត្ថិភាពផ្អែកលើការផ្លាស់ប្តូរគំរូតម្រូវការ ប្រតិបត្តិការអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ឬលក្ខខណ្ឌទីផ្សារ។ នេះធានានូវការបំពេញបន្ថែមទាន់ពេលវេលា។

៥. សហការជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធ៖

បង្កើតទំនាក់ទំនងរឹងមាំជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ អតិថិជន និងអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្ទៃក្នុង ដើម្បីកែលម្អទំនាក់ទំនង សម្រួលដំណើរការ។ កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរួមគ្នាអាចនាំទៅរកការព្យាករណ៍តម្រូវការកាន់តែប្រសើរការបំពេញការបញ្ជាទិញលឿនជាងមុន និងការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសន្និធិទាំងមូល។

៦. ធ្វើសវនកម្មសន្និធិជាប្រចាំ៖

អនុវត្តការរាប់សន្និធិតាមកាលកំណត់ ដើម្បីផ្សះផ្សាកម្រិតសន្និធិជាក់ស្តែងជាមួយនឹងបរិមាណដែលបានកត់ត្រា។ វាអាចជួយកំណត់អត្តសញ្ញាណភាពមិនស៊ីសង្វាក់គ្នា កែលម្អភាពត្រឹមត្រូវ និងកំណត់បញ្ហាណាមួយជាមួយដំណើរការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។

៧. បង្កើតគណៈកម្មាធិការត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ៖

គឺដើម្បីត្រួតពិនិត្យ និងគ្រប់គ្រងដំណើរការដែលទាក់ទងនឹងសន្និធិនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។ គណៈកម្មាធិការនេះ ជាធម្មតាមានបុគ្គលមកពីផ្នែកផ្សេងៗ ដូចជាហិរញ្ញវត្ថុ ប្រតិបត្តិការ និងលទ្ធកម្ម។

៣.៣.២ វិធីសាស្ត្ររៀបចំឃ្នាំង

ឃ្នាំង គឺជាកន្លែងស្តុកទុក ដែលម្ចាស់អាជីវកម្មអាចរក្សាទុកផលិតផលរបស់ពួកគេ សម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនតាមការបញ្ជាទិញ ឬប្រើប្រាស់នៅពេលក្រោយ។

ឃ្នាំង ពាក់ព័ន្ធនឹងមុខងាររក្សាទុកក្នុងបណ្តាញចែកចាយទំនិញ។

មុខងារទូទៅបំផុតនៃឃ្នាំងគឺ ការផ្ទុក ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ការវេចខ្ចប់ការពារ ការគ្រប់គ្រងសម្ភារៈ ការទិញទំនិញ និងការដឹកជញ្ជូន។

ជាទូទៅឃ្នាំងមាន៣ប្រភេទ គឺ៖

- ឃ្នាំងសាធារណៈ (Public Warehouse)
- ឃ្នាំងឯកជន (Private Warehouse)
- ឃ្នាំងជាប់បំណុល (Bonded Warehouse)

មិនមែនគ្រប់អាជីវកម្មទាំងអស់សុទ្ធតែត្រូវការឃ្នាំងនោះទេ ប៉ុន្តែអាជីវកម្មមួយចំនួនមិនអាចដំណើរការប្រតិបត្តិការរបស់ពួកគេបាន ដោយមិនមានឃ្នាំងទេដូចជា E-Commerce ដែលយើងត្រូវរក្សាទុកផលិតផលជាក់ស្តែង ដូច្នេះពួកគេអាចដឹកជញ្ជូនបានយ៉ាងឆាប់រហ័ស នៅពេលមានតម្រូវការ។ អត្ថប្រយោជន៍សំខាន់របស់វាគឺ យើងមិនចាំបាច់ព្រួយបារម្ភអំពីការឡើងថ្លៃផលិតផលនោះទេ ព្រោះអ្នកអាចស្តុកទុកផលិតផលរាប់រយរាប់ពាន់មុខនៅក្នុងឃ្នាំង ហើយលក់វាបានភ្លាមៗនៅពេលចាំបាច់។ បើមិនដូច្នោះទេ ប្រសិនបើអ្នកកំពុងចែកចាយផលិតផលដោយផ្អែកលើការបញ្ជាទិញ ដោយមិនមានស្តុកនៅក្នុងឃ្នាំង នោះច្បាស់ណាស់ថាអ្នកនឹងអាចប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាតម្លៃកើនឡើង និងបាត់បង់ការលក់ញឹកញាប់។

នេះគឺជាវិធីសាស្ត្រនៃការរៀបចំឃ្នាំងសម្រាប់ផ្ទុកសន្និធិ របស់ក្រុមហ៊ុនទាំងមូល៖

-ផ្នែកខាងក្រៅ (ខាងមុខឃ្នាំង)

មានទីធ្លាធំទូលាយ ទុកសម្រាប់ចត នូវមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនរបស់ក្រុមហ៊ុនគ្រប់ប្រភេទ និងយានជំនិះរបស់បុគ្គលិក ព្រមទាំងមានជាបន្ទប់ទឹកផងដែរ។

-ផ្នែកខាងក្នុង (ជាន់ផ្ទាល់ដី)

សម្រាប់ផ្ទុកប្រភេទទំនិញដែលចេញ-ចូលញឹកញាប់ ធ្ងន់ ធំ វែង និងឆាប់ប្រតិកម្មនឹងកម្ដៅមានដូចជា ខ្សែភ្លើង ខ្សែកាប កង្ហារទឹក កង្ហារស្លាបដែក ទុយោខ្សែភ្លើង ទូដែកឌីហ្សឺន៍ទ័រ... ក៏ដូចជាឧបករណ៍ សម្រាប់ប្រើប្រាស់ដើម្បី លើក-ដាក់ អូស ទាញ រុញ កាត់ សន្និធិ។

-ផ្នែកខាងក្នុង (ជាន់ផ្ទាល់ដីនៅលើ Racks)

សម្រាប់រក្សាទុកផលិតផលដែលមានទំហំតូចៗ ទម្ងន់ល្មម ភាគច្រើនជាគ្រឿងទុយោខ្សែភ្លើង ព្រី កុងតាក់ ចំណងរឹត ឌីហ្សឺន៍ទ័រ ប្រអប់ឌីហ្សឺន៍ទ័រ ក្រចាប់ សុង កូស ស្កុតខ្សែភ្លើង...។

-ផ្នែកខាងក្នុង (ជាន់ឡៅត្រឡី/ជាន់លើ)

សម្រាប់ស្តុកទុកផលិតផលផ្សេងៗ ដែលមានទម្ងន់ស្រាល ស្ទើងងាយបាក់បែក ធន់នឹងកម្ដៅ និងមានចំនួនច្រើនៗដូចជា អំពូលបំភ្លឺ ចង្កៀងគោម ស៊ុមឆ្អឹងត្រី ឈុតបានបង្កប់ ឈុតសូឡា ជើងកុងតាក់...។

៣.៣.៣ វិធីសាស្ត្ររៀបចំសន្និធិ

សន្និធិ អាចនិយាយបានថាជាសវនកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនទិញ-លក់ ដូច្នេះវាពិតជាមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ ដែលតម្រូវឱ្យក្រុមហ៊ុន ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់បំផុត ក្នុងការរៀបចំ និងថែរក្សា។ ព្រោះវាអាចជួយសម្រួលដល់ ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មបានទាំងមូលដូចជា ការលក់ ការរាប់ ជាពិសេសជឿជាក់ពីទំនិញជិតហួសថ្ងៃកំណត់ អាចបញ្ចេញទាន់ពេលវេលា ជួយកាត់បន្ថយការខាតបង់។

នេះគឺជាគ្រោងមូលដ្ឋានសម្រាប់វិធីសាស្ត្រក្នុងការរៀបចំសន្និធិ នៅក្នុងឃ្លាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន៖

- កំណត់ប្រភេទសន្និធិ៖

ចាប់ផ្តើមដោយការចាត់ថ្នាក់សន្និធិ ដោយពឹងផ្អែកលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដែលពាក់ព័ន្ធដូចជា ប្រភេទផលិតផល ទំហំ តម្លៃ កាលបរិច្ឆេទ ឬភាពចេញចូលញឹកញាប់ វាជួយក្នុងការរៀបចំ និងគ្រប់គ្រងសន្និធិ ឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។

- បង្កើតប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ៖

អនុវត្តប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ ដើម្បីតាមដាន និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពកម្រិតសន្និធិឱ្យបានត្រឹមត្រូវ ប្រព័ន្ធនេះនឹងសម្រួលដំណើរការរៀបចំ កាត់បន្ថយកំហុស និងការបាត់បង់។

- អនុវត្តចំនួនស្តុកដំបូង៖

ចាប់ផ្តើមដោយធ្វើការរាប់សន្និធិទាំងអស់នៅក្នុងឃ្លាំង ដើម្បីបង្កើតកម្រិតសន្និធិមូលដ្ឋាន។

- កំណត់កម្រិតស្តុកសុវត្ថិភាព៖

បង្កើតកម្រិតស្តុកសុវត្ថិភាព ដើម្បីគណនាការប្រែប្រួលនៃតម្រូវការ ដែលមិនរំពឹងទុក ឬការពន្យារពេលក្នុងការបំពេញបន្ថែម។

- អនុវត្តវិធីសាស្ត្របង្វិលសន្និធិ៖

ដើម្បីធានាថាសន្និធិចាស់ៗ ឬឆាប់ខូចត្រូវបានប្រើប្រាស់ ឬលក់មុន ដោយកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការហួសសម័យ ឬកាកសំណល់។

- រៀបចំប្លង់ឃ្លាំង៖

រៀបចំប្លង់ឃ្លាំងតាមរបៀបដែលបង្កើនការប្រើប្រាស់លំហ និងសម្របសម្រួលក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ពិចារណាលើកត្តាដូចជា ទំហំផលិតផល ទម្ងន់ និងតម្រូវការដើម្បីកំណត់ទីតាំងល្អបំផុតសម្រាប់មុខទំនិញនីមួយៗ។

- បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកឃ្លាំង៖

បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកឃ្លាំង អំពីវិធីសាស្ត្រនៃការរៀបចំសន្និធិ រួមទាំងនីតិវិធីនៃការចាត់ចែងការផ្ទុក និងការប្រើប្រាស់ឯកសារពាក់ព័ន្ធឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។

- អនុវត្តការរាប់វដ្តទៀងទាត់៖

អនុវត្តកាលវិភាគសម្រាប់ការរាប់ទៀងទាត់ ដើម្បីផ្ទៀងផ្ទាត់ភាពត្រឹមត្រូវ នៃកំណត់ត្រាសន្និធិ និងបរិមាណដែលបានកត់ត្រាក្នុងប្រព័ន្ធ។

៣.៣.៤ លំហូរនៃសន្និធិ

លំហូរសន្និធិ សំដៅទៅលើចលនានៃទំនិញ ឬផលិតផលតាមរយៈដំណាក់កាលផ្សេងៗ នៅក្នុងខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ ឬបណ្តាញចែកចាយ។ ការគ្រប់គ្រងលំហូរសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពពាក់ព័ន្ធនឹងការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពពេលវេលា បរិមាណ និងទីតាំងនៃសន្និធិ ដើម្បីធានាបាននូវប្រតិបត្តិការល្អនៃ កាត់បន្ថយការចំណាយ និងបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។

➤ **លំហូរចូលនៃសន្និធិ**

- **ការបញ្ជាទិញពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ (Purchase Order) ៖** នេះជាចំណុចចាប់ផ្តើម នៃលំហូរចូលសន្និធិ រាល់ការបញ្ជាទិញត្រូវធ្វើឡើងដោយផ្អែកលើតម្រូវការជាក់ស្តែង ការវិភាគ និងលក្ខខណ្ឌទីផ្សារ។ ដើម្បីបញ្ជាទិញសន្និធិបាន បុគ្គលិកនៅផ្នែកបញ្ជាទិញ ត្រូវឆ្លងកាត់ការអនុញ្ញាតពី អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅជាមុនសិនទៅលើ មុខទំនិញ បរិមាណ តម្លៃ លក្ខខណ្ឌឱ្យ ជំពាក់ ក៏ដូចជាថ្លៃដឹកជញ្ជូនទាំងអស់។ ពេលសន្និធិចូលមកដល់ ផ្នែកឃ្លាំងធ្វើការត្រួតពិនិត្យ និងផ្ទៀងផ្ទាត់ផ្តល់នូវទិន្នន័យត្រឹមត្រូវអស់ហើយ ផ្នែកបញ្ជាទិញត្រូវបញ្ចូលចំនួនសន្និធិទាំងនោះទៅក្នុងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិយ៉ាងយូរនៅថ្ងៃបន្ទាប់។
- **ការបង្វិលចូលពីអតិថិជន (Credit Memo) ៖** ក្រុមហ៊ុនមានគោលការណ៍ ទទួលទំនិញត្រឡប់មកពីអតិថិជនវិញក្នុងករណី លក់មិនដាច់ចង់ប្តូរយកផលិតផលថ្មីជំនួសវិញ ឬគ្មានលទ្ធភាពសងប្រាក់ដែលនៅជំពាក់ ឬពេលបិទអាជីវកម្ម ឬពេលដែលទំនិញមានបញ្ហាបច្ចេកទេសពីរោងចក្រ ឬនៅពេលដែលខូចគុណភាពនៅក្នុងរយៈពេល នៃការធានាពីក្រុមហ៊ុន។
- **ការខ្ចី/ទិញពីអតិថិជន៖** ពេលដែលមានតម្រូវការលក់ចាំបាច់ ឬការបញ្ជាទិញពីអតិថិជនសំខាន់ៗ តែគ្មានសន្និធិនៅក្នុងឃ្លាំង(ដាច់ស្តុក) ក្រុមហ៊ុនប្រើវិធីសាស្ត្រនេះដើម្បីបង្រួបសន្និធិដែលខ្វះ។
- **ការលើសស្តុក៖** កើតមាននៅពេលអ្នកកាន់ស្តុកបើកខ្វះទៅឱ្យអតិថិជន ឬច្រឡំមុខទំនិញ។

➤ **លំហូរចេញនៃសន្និធិ**

- **ការលក់៖** អតិថិជន ត្រូវធ្វើការបញ្ជាទិញទំនិញទៅកាន់ផ្នែកលក់ បន្ទាប់មកផ្នែកលក់ទម្លាក់ការកុម្ម៉ង់ (Sale Oder) មកកាន់ផ្នែកគណនេយ្យ ដើម្បីចេញវិក្កយបត្រលក់ (Sale Invoice) ទៅឱ្យផ្នែកឃ្លាំងដកស្តុក និងរៀបចំដឹកជូនអតិថិជន ទាំងការលក់ជំពាក់ និងទូទាត់ភ្លាម។
- **ការដកយកប្រើប្រាស់៖** ដកតាមរយៈការចេញវិក្កយបត្រ ជារឿយៗក្រុមហ៊ុនតែងតែមានតម្រូវការប្រើប្រាស់សន្និធិ ដើម្បីបំពេញដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនផ្ទាល់ដូចជាឃ្លាំង និងការិយាល័យ ។
- **ការដកធ្វើជាអំណោយ៖** គឺត្រូវជាចេញវិក្កយបត្រ ជាទូទៅក្រុមហ៊ុនមានប្រារព្ធពិធីជប់លៀងប្រចាំឆ្នាំ សម្រាប់បុគ្គលិក និងអតិថិជនរបស់ខ្លួន និងមានការតាំងពិពណ៌ ឬសិក្ខាសាលាផ្សេងៗជាមួយដៃគូពាណិជ្ជកម្ម ដោយក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់ផលិតផលរបស់ខ្លួនធ្វើជាអំណោយ។
- **ការដកបង្វិលសងអតិថិជន៖** ដោយត្រូវចេញវិក្កយបត្របង្វិលសង ក្រុមហ៊ុនមានគោលការណ៍បង្វិលទំនិញថ្មីត្រឡប់ទៅអតិថិជនរបស់ខ្លួនវិញ ប្រសិនបើមានករណីដែលរកឃើញថា ទំនិញដែលទិញទៅមានបញ្ហាលើបច្ចេកទេសពីរោងចក្រ ឬការខូចខាតក្នុងពេលដឹកជញ្ជូន ឬមានបញ្ហាផ្សេងៗទៀតដែលស្ថិតនៅក្នុងកំឡុងពេលនៃការទទួលខុសត្រូវរបស់ក្រុមហ៊ុន។

- ការបាត់ស្តុក៖ ជាទូទៅបាត់ពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់(រោងចក្រ) អ្នកកាន់ស្តុកបើកលើសទៅឱ្យអតិថិជន និងកត្តាផ្សេងៗមួយចំនួនទៀត ដោយត្រូវធ្វើនិយ័តភាព (Inventory Adjust) ។
- ស្តុកខូច៖ ទំនិញខូចពីរោងចក្រ ដែលមិនទទួលបានការសងត្រឡប់ ខូចគុណភាពដោយសារទុកយូរ ឬខូចដោយការធ្វេសប្រហែសរបស់បុគ្គលិកឃ្លាំង តម្រូវឱ្យធ្វើនិយ័តភាព (Inventory Adjust) ។

៣.៣.៥ ការត្រួតពិនិត្យសន្និធិ និងវិធានការការពារ

ការត្រួតពិនិត្យសន្និធិ ធ្វើឡើងក្នុងគោលបំណង ផ្ទៀងផ្ទាត់បរិមាណដែលស្តុកទុក ស្ថានភាព និងការប្រែប្រួលរបស់សន្និធិ ទីកន្លែងដែលផ្ទុកសន្និធិ ក៏ដូចជាដើម្បីអភិវឌ្ឍវិធីសាស្ត្រក្នុងការការពារ។

▪ **ត្រួតពិនិត្យទីកន្លែងស្តុកទុកសន្និធិ (ឃ្លាំង)**

នេះជាកត្តាចម្បង ក្នុងការជួយឱ្យការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ឃ្លាំងគឺជាកន្លែងសម្រាប់ស្តុកទុកនូវសន្និធិ តាំងពីចាប់ផ្តើមលំហូរចូលនៃសន្និធិដំបូងរបស់ក្រុមហ៊ុន រហូតទៅដល់អតិថិជន។ ដូចនេះ យើងត្រូវពិនិត្យមើលឱ្យបានម៉ត់ចត់ បើសិនជាឃ្លាំងមានបញ្ហា ឬខូចខាត វាក៏បង្កផលប៉ះពាល់ដល់សន្និធិយើងដូចគ្នា។ ដើម្បីការពារបន្ថែម យើងត្រូវជ្រើសរើសទីតាំងសុវត្ថិភាពសម្រាប់ឃ្លាំង (ជៀសពីការជន់លិចនៅរដូវវស្សា) ត្រូវមានច្រកចេញចូលច្បាស់លាស់ មានសន្តិសុខយាមជាប្រចាំទាំងថ្ងៃយប់សម្រាកផ្សេងៗ និងមានតម្លើងការមេវាសុវត្ថិភាពគ្រប់កន្លែងដែលសំខាន់ៗ។

▪ **ត្រួតពិនិត្យលើសន្និធិជាក់ស្តែង**

ជំហានដំបូង ដែលយើងត្រូវយកចិត្តទុកដាក់បំផុត គឺនៅពេលដែលក្រុមហ៊ុន ត្រូវទទួលទំនិញ/ស្តុកចូលក្នុងឃ្លាំងរបស់ខ្លួន។ នោះគឺជាពេលវេលាមួយដែលអ្នកទទួលខុសត្រូវទទួលទំនិញចាំបាច់ត្រូវតែធ្វើការត្រួតពិនិត្យដោយប្រុងប្រយ័ត្ន ទៅលើមុខទំនិញនីមួយៗ ចំនួន ឬបរិមាណ និងគុណភាពនៃសន្និធិដែលទទួលបានជាក់ស្តែង ជាមួយនឹងឯកសារនៃការដឹកជញ្ជូនទំនិញ និងប័ណ្ណបញ្ជាទិញទៅអ្នកផ្គត់ផ្គង់។ ប្រសិនបើមានការខូចខាត ឬបាត់បង់ ត្រូវធ្វើរបាយការណ៍ និងបញ្ជូនមកផ្នែកបញ្ជាទិញវិញ ដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មានត្រឡប់ទាន់ពេលវេលាទៅអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ឬអ្នកដឹកជញ្ជូនដើម្បីទទួលបានទំនិញថ្មីជំនួសវិញ ឬកាត់កងជាសាច់ប្រាក់។ ទំនិញដែលត្រូវយកចូលក្នុងឃ្លាំងត្រូវតែមានគុណភាព និងគ្រប់ចំនួនដើម្បីបន្តទៅឱ្យអតិថិជនឬអ្នកប្រើប្រាស់ប្រកបដោយទំនុកចិត្ត។ ជាទូទៅដើម្បីសុវត្ថិភាពផ្នែកនេះពួកគេមានគោលការណ៍មួយគឺត្រូវទទួល និងផ្ទៀងផ្ទាត់សន្និធិ ឱ្យបានចប់សព្វគ្រប់ជាមួយក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនជាមុនសិន ទើបអនុញ្ញាតឱ្យផ្នែកលក់មានសិទ្ធិទម្លាក់ការបញ្ជាទិញរបស់អតិថិជនបាន។

▪ **ត្រួតពិនិត្យពីលក្ខខណ្ឌសន្និធិ**

នៅក្នុងចំណុចនេះ គឺជាការត្រួតពិនិត្យទៅលើស្ថានភាពរបស់សន្និធិ មើលថាតើមានខូចទ្រង់ទ្រាយ ឬគុណភាពដែរឬទេ ជាពិសេសគឺពិនិត្យទៅលើអាយុនៃការប្រើប្រាស់របស់វា ដើម្បីកំណត់ពីទំនិញណាដែលត្រូវប្រញាប់បញ្ជូនវាចេញមុននៅពេលមានតម្រូវការ។ ហើយប្រសិនបើទំនិញដែលជិតហួសកំណត់ទាំងនោះមិនសូវមានតម្រូវការពីអតិថិជននោះទេ យើងនឹងអាចរកវិធីសាស្ត្រក្នុងការបញ្ចេញវាបានទាន់ពេលវេលា ជៀសវាងនូវការខាតបង់។

▪ ត្រួតពិនិត្យលើស្តុកខូច

ទោះបីជាពេលស្តុកចូលដំបូងយើងបានត្រួតពិនិត្យម្តងរួចទៅហើយក្តី តែពេលខ្លះវាក៏នៅមានលេចចេញនូវភាពមិនប្រក្រតីខ្លះៗ ទាក់ទងនឹងស្តុកមួយចំនួនអាចខូចគុណភាព និង ខ្វះចំនួនផងដែរ យើងចាំបាច់ត្រូវពិនិត្យមើលឡើងវិញសាជាថ្មីជាប្រចាំ ដោយល្អិតល្អន់ជាទីបំផុត ដែលវាផ្តល់ប្រយោជន៍ដល់អ្នកកាន់ការងារស្តុក បានដោះស្រាយ និងកែលម្អទាន់ពេល។ ស្តុកខូចនៅក្រុមហ៊ុន ចែកជា ៣ប្រភេទ គឺ

- ទី១. ខូចមិនអាចដំណើរការបានដោយមានបញ្ហាបច្ចេកទេសពីរោងចក្រផ្ទាល់
- ទី២. គឺខូចដោយសារការធ្វេសប្រហែសរបស់បុគ្គលិកឃ្លាំង
- ទី៣. ខូចដោយការប្រើប្រាស់របស់អ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយហើយបង្វិលចូលត្រឡប់មកក្រុមហ៊ុនវិញតាមរយៈអតិថិជន។

ស្តុកទាំងនេះ តម្រូវឱ្យអ្នកធ្វើការគ្រប់គ្រងស្តុកផ្ទាល់ ត្រូវបែងចែកមួយចំនួនរក្សាទុកដើម្បីបញ្ជូនត្រឡប់ទៅអ្នកផ្គត់ផ្គង់វិញ ដើម្បីប្តូរជាទំនិញថ្មី ឬគិតជាសាច់ប្រាក់ជំនួស និងមួយចំនួនទៀតទុកដកយកគ្រឿងបន្លាស់ផ្សេងៗដែលអាចប្រើប្រាស់បានមករក្សាទុក ហើយស្តុកដែលនៅសេសសល់ប្រើការមិនបាន អាចយកទៅបោះចោល និងធ្វើនិយ័តភាពចេញពីប្រព័ន្ធបានត្រូវមានការស្នើសុំ ពីផ្នែកឃ្លាំង ឬផ្នែកគណនេយ្យ ដោយត្រូវឆ្លងកាត់ការត្រួតពិនិត្យផ្ទាល់ និងឯកភាពពីអ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅជាមុនសិន។

៣.៣.៦ ការរាប់សន្និធិ និងការបាត់ស្តុក

អាជីវកម្មអាចធានាបាននូវភាពត្រឹមត្រូវនៃកម្រិតសន្និធិរបស់ពួកគេ គឺតាមរយៈការរាប់ទៀងទាត់ និងធ្វើសវនកម្មតាមកាលកំណត់។ នេះពាក់ព័ន្ធនឹងការរាប់ និងផ្ទៀងផ្ទាត់បរិមាណនៃទំនិញនីមួយៗនៅក្នុងស្តុក។ ដោយការប្រៀបធៀប ការគណនាសន្និធិជាក់ស្តែង ជាមួយនឹងបរិមាណដែលបានកត់ត្រា នៅក្នុងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ អាជីវកម្មអាចកំណត់អត្តសញ្ញាណភាពខុសគ្នាណាមួយនិងចាំបាច់ដើម្បីកែតម្រូវ។ ការរាប់សន្និធិទៀងទាត់ក៏ជួយកំណត់អត្តសញ្ញាណចោរកម្មណាមួយ ការខូចខាត ការបំផ្លាញ ឬការបង្កូចសន្និធិ លើសពីនេះអាចរកឃើញកំហុសក្នុងការកត់ត្រា ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអាជីវកម្មដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនេះភ្លាមៗ។ ការរាប់សន្និធិជួយឱ្យអាជីវកម្មរក្សាសន្និធិត្រឹមត្រូវ ក៏ដូចជាជួយឱ្យអាជីវកម្ម រកឃើញសន្និធិសក្តានុពល និងបញ្ហាការគ្រប់គ្រងតាមវិធីជាច្រើន។

ខាងក្រោមនេះ គឺជាវិធីសាស្ត្រមួយចំនួនក្នុងការរាប់សន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន៖

➢ **ការកំណត់ប្រភេទសន្និធិដែលត្រូវរាប់**

សន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុនមានច្រើនមុខ ច្រើនប្រភេទ និងចំនួនច្រើនៗ ដូចនេះមិនអាចធ្វើការរាប់ឱ្យអស់ក្នុងពេលតែម្តង ឬមួយលើកបានឡើយ។ ក្រុមហ៊ុនធ្លាប់បានប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្ររាប់ទំនិញទាំងអស់នៅក្នុងឃ្លាំងឱ្យចប់ត្រឹមតែមួយថ្ងៃ ជាច្រើនលើកច្រើនសារតែមិនទទួលបានលទ្ធផលល្អពីការរាប់នោះឡើយ ផ្ទុយមកវិញគឺតែងតែទទួលបាននូវភាពបរាជ័យ ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ខ្លួន។ ហេតុផលម្យ៉ាងទៀតដែលមិនទទួលបានជោគជ័យគឺ អ្នកគ្រប់គ្រងដែលទទួលបន្ទុក និងមានសិទ្ធិសម្រេចក្នុងកិច្ចការងារនេះ តែងតែបង្កកទុកនូវលទ្ធផលនៃការរាប់នៅក្នុងដៃ ដោយហេតុផលថាចំនួនដែលរាប់ជាក់ស្តែងខុសគ្នាខ្លាំងពេកជាមួយនឹង បរិមាណនៅក្នុងប្រព័ន្ធកត់ត្រាសន្និធិ ហើយមិនព្រមបន្តនីតិវិធីរបស់ខ្លួនដើម្បីដោះស្រាយបន្ត។ ដោយឡែក ដោយសារការជឿទុកចិត្តរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ និង

មិនសូវបានត្រួតពិនិត្យទៀតនោះ ធ្វើឱ្យថ្នាក់ក្រោមដែលជាអ្នកទទួលខុសត្រូវ នៅក្នុងការអនុវត្តផ្ទាល់ (រាប់ស្តុក) គ្មានកម្លាំងចិត្តកម្លាំងកាយដើម្បីបន្តក្នុងកិច្ចការមួយនេះឡើយ បណ្តាលឱ្យដំបៅវិវត្តន៍ទៅជាមហារីកអស់រយៈពេលជាច្រើនឆ្នាំ។

ផ្នែកគណនេយ្យ ផ្នែកឃ្លាំង និងផ្នែកលក់បានលើកយកបញ្ហាទាំងអស់នេះ និងផលប៉ះពាល់ប្រាប់ទៅម្ចាស់ក្រុមហ៊ុនជាញឹកញាប់ ទើបតែនៅក្នុងកំឡុងចុងឆ្នាំ២០២០ ដោយមើលឃើញពីលទ្ធផលកាន់តែធ្ងន់ធ្ងរ បណ្តាលមកពីកង្វះភាពត្រឹមត្រូវនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិនេះ អ្នកចាត់ការទូទៅបានចាត់ចែងឱ្យផ្នែកគណនេយ្យធ្វើការគ្រប់គ្រង និងសម្រេចលើកិច្ចការស្តុកនេះដោយផ្ទាល់។ បន្ទាប់ពីពេលនោះមកសន្និធិ របស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានកំណត់វិធីសាស្ត្រសម្រាប់បែងចែកក្នុងការរាប់ដូចខាងក្រោម៖

- ផលិតផលខ្សែភ្លើង** បែងចែករាប់ជា២ក្រុម គឺ ខ្សែជុំ (Roll) និង ខ្សែកាត់ម៉ែត្រ (Meter)
- ផលិតផលបំភ្លឺ** រាប់តាម Brand របស់ផលិតផល ទោះមុខទំនិញខុសគ្នាក៏ដោយ
- ផលិតផលផ្សេងៗ** មួយចំនួនរាប់តាម Brand របស់ផលិតផល និងមួយចំនួនទៀតរាប់តាមប្រភេទទំនិញដែលមានប្រភេទដូចគ្នា ទោះបី Brand ខុសគ្នាក៏ដោយ។ ឧទាហរណ៍ដូចជា ក្រុមកង្ហារ ទោះបីជាម៉ាក Hatari, Toshiba, Ogawa, Philips, Liper,...) ត្រូវរាប់ទាំងអស់ក្នុងពេលតែមួយ។

➤ **ការបែងចែកមនុស្ស និងពេលវេលាដែលត្រូវរាប់**

ការរាប់សន្និធិម្តងៗ តែងតែមានជម្លោះគ្នារវាងផ្នែកគណនេយ្យ និងឃ្លាំង ព្រោះតែពួកគេមិនបានយល់ច្បាស់ពីតួនាទី និងភារកិច្ចរបស់ខ្លួននីមួយៗដែលត្រូវទទួលបន្ទុក។ ពិសេសផ្នែកឃ្លាំងពួកគាត់តែងតែមានអារម្មណ៍មិនល្អ និងមិនពេញចិត្ត នៅពេលដែលផ្នែកគណនេយ្យ ចុះទៅត្រួតពិនិត្យ និងធ្វើការសំណូមពរ ឬធ្វើការណែនាំអំពីនីតិវិធីផ្សេងៗ ដើម្បីជួយក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។

ការរាប់សន្និធិចែកចេញជា ២ដំណាក់កាលផ្សេងៗគ្នាដូចខាងក្រោម៖

○ **ផ្នែកឃ្លាំងរាប់ដោយខ្លួនឯង**

ពួកគេរាប់ជារៀងរាល់ថ្ងៃទៅតាមកាលវិភាគដែលរៀបចំឡើងដោយផ្នែកគណនេយ្យគឺ៖

- ផលិតផលខ្សែភ្លើង (Cable Product) រាប់រាល់ថ្ងៃ
- ផលិតផលបំភ្លឺ (Lighting Product) រាប់ ៣ដង ក្នុងមួយខែ
- ផលិតផលផ្សេងៗ (Other Product) រាប់ ៣ដង ក្នុងមួយខែ

ត្រូវរាប់ជារៀងរាល់ព្រឹកមុននឹងធ្វើប្រតិបត្តិការទៅលើសន្និធិបន្ត។ បន្ទាប់មកផ្ទេរលទ្ធផលដែលបានរាប់ចូលក្នុងក្រុមតេឡេក្រាម ដើម្បីឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងស្តុក និងគណនេយ្យធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់ ជាមួយនិងកំណត់ត្រានៅក្នុងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ។

○ **ផ្នែកឃ្លាំងរាប់ជាមួយ ផ្នែកគណនេយ្យ**

ត្រូវរាប់រៀងរាល់ថ្ងៃអាទិត្យ ដោយផ្អែកទៅលើផ្នែកគណនេយ្យជាអ្នកកំណត់ រួមទាំងប្រភេទឬបញ្ជីទំនិញដែលត្រូវរាប់ផងដែរ។ ជាធម្មតាតម្រូវឱ្យមាន៤ក្រុម ដែលក្នុងមួយក្រុមមានចំនួន៤នាក់ (គណនេយ្យ២នាក់+ឃ្លាំង២នាក់)។ បន្ទាប់ពីរាប់រួចរាល់ ផ្នែកគណនេយ្យនឹងយកលទ្ធផលមកធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់ ជាមួយនឹងលទ្ធផលនៅក្នុងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ ។

➢ ការបាត់ស្តុក និងវិធានការដោះស្រាយ

មិនថាជាឯកត្តបុគ្គល គ្រួសារ ក្រុមហ៊ុន សហគមន៍ ឬក៏សង្គមជាតិទាំងមូលនោះទេ ពាក្យថា បាត់បង់ទ្រព្យរបស់ខ្លួនគ្មានអ្នកណាម្នាក់ចង់ស្តាប់ពាក្យនេះឡើយ។ ដូច្នេះហើយ ក្រុមហ៊ុនបានផ្ដោតការយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំងលើបញ្ហានេះ ព្រោះថាសន្និធិគឺជា ជីវិត នៃប្រភេទអាជីវកម្មទិញ-លក់។

ប៉ុន្តែ មិនថាក្រុមហ៊ុនមានការព្យាយាមយ៉ាងណាក៏ដោយ នៅតែមិនអាចគេចរួចអំពីបញ្ហានេះ មូលហេតុដែលបណ្តាលឱ្យមានការបាត់បង់សន្និធិ កើតឡើងក៏ព្រោះតែ៖

-ការលួចបន្លំ (ចេតនា)

-ការដាក់លើសទៅឱ្យអតិថិជន

-ការត្រួតពិនិត្យពេលទទួលទំនិញចូលឃ្លាំងមិនច្បាស់លាស់

-ការបញ្ជាដកយកទៅប្រើប្រាស់ ពីផ្នែកផ្សេងៗទៅឃ្លាំង ដោយមិនមានលិខិតស្នាមត្រឹមត្រូវ បើសិនជាបានរកឃើញនូវកំហុសទាំងនេះ ដូចដែលបានលើកឡើងក្នុងករណីខាងលើ ថាជាទង្វើសម្តែងចេញដោយចេតនា ក្រុមហ៊ុនមានវិធានការទៅលើអ្នកប្រព្រឹត្ត និងអ្នកចូលរួមដូចជា៖

-កំហុសលើកទី១ (អនុគ្រោះឱ្យ ដោយគ្រាន់តែកាត់ប្រាក់ខែសងត្រឡប់វិញ)

-កំហុសលើកទី២ (អនុគ្រោះឱ្យ ដោយគ្រាន់តែកាត់ប្រាក់ខែសងត្រឡប់វិញ)

-កំហុសលើកទី៣ (កាត់ប្រាក់ខែសងត្រឡប់វិញ បញ្ឈប់ពីការងារ ឬចាត់ការតាមផ្លូវច្បាប់)

ប៉ុន្តែវាក៏អាស្រ័យទៅលើទំហំនៃទឹកប្រាក់ បរិមាណសន្និធិ និងចរិតនៃកំហុសផងដែរហើយត្រូវពឹងផ្អែកលើការសម្រេចចិត្តរបស់ម្ចាស់ក្រុមហ៊ុនបន្ថែម។ ក្រុមហ៊ុនក៏មានការលើកលែងដែរ ប្រសិនបើចំនួនសន្និធិដែលបាត់បង់នោះមានចំនួនតិចតួច ហើយជាការធ្វេសប្រហែសដោយអចេតនា ឬដោយកត្តាផ្សេងៗទៀតដែលមិនមានផលប៉ះពាល់ដល់ប្រយោជន៍ក្រុមហ៊ុនធ្ងន់ធ្ងរ។

ការរាប់សន្និធិទៀងទាត់អាចឱ្យអាជីវកម្មកំណត់អត្តសញ្ញាណចលនាយឺត ឬសន្និធិដែល លែងប្រើ។ ដោយការរាប់នេះ និងពិនិត្យមើលសន្និធិនៅក្នុងដៃ អាជីវកម្មអាចកំណត់ថាទំនិញណាដែលលក់មិនលឿនដូចជារំពឹងទុក ឬលែងត្រូវការ។ នេះអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេទទួលយកភាពសមស្របនៃសកម្មភាពដូចជាការអនុវត្តការផ្សព្វផ្សាយការលក់ ការកែតម្រូវតម្លៃ ឬការបញ្ឈប់ផលិតផលមួយចំនួន។

តាមរយៈការផ្ទៀងផ្ទាត់កម្រិតសន្និធិជាទៀងទាត់ អាជីវកម្មអាចធានាបានថា កំណត់ត្រារបស់ពួកគេគឺទាន់សម័យ និងឆ្លុះបញ្ចាំងពីស្តុកបច្ចុប្បន្ននៅក្នុងដៃ ដែលអាចប្រើបាន។ នេះជួយការពារការស្តុកទុកលើស ឬខ្វះស្តុក ដែលអាចនាំឱ្យបាត់បង់ការលក់ ឬកប់ដើមទុន។

សរុបមក ការរាប់សន្និធិទៀងទាត់គឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់អាជីវកម្មក្នុងការថែរក្សា កត់ត្រាសន្និធិត្រឹមត្រូវ កំណត់បញ្ហាដែលអាចកើតមាន និងទទួលយកការចាំបាច់ធ្វើសកម្មភាពដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន។

៣.៣.៧ តួនាទី និងភារកិច្ច ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

នៅពេលនិយាយអំពីការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ការកំណត់តួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវច្បាស់លាស់សម្រាប់សមាជិកបុគ្គលិក ពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដើម្បីធានាបាននូវការសម្របសម្រួលប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងប្រតិបត្តិការល្អ។ ខណៈពេលដែលតួនាទីជាក់លាក់អាចប្រែប្រួលអាស្រ័យលើអង្គភាព និងរចនាសម្ព័ន្ធរបស់វា ខាងក្រោមនេះជាតួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវពាក់ព័ន្ធរបស់ពួកគេក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ៖

១. អ្នកគ្រប់គ្រងសន្និធិ (Inventory Manager/Controller)

- ត្រួតពិនិត្យ និងគ្រប់គ្រងដំណើរការគ្រប់គ្រងសន្និធិរួម
- បង្កើត និងអនុវត្តគោលនយោបាយសន្និធិ នីតិវិធី និងយុទ្ធសាស្ត្រ
- បង្កើនប្រសិទ្ធភាពកម្រិតសន្និធិដើម្បីធ្វើសមតុល្យតម្រូវការអតិថិជន និងការចំណាយកាន់កាប់
- ធ្វើសវនកម្មសន្និធិជាប្រចាំ និងផ្សះផ្សាភាពខុសគ្នា
- វិភាគទិន្នន័យសន្និធិដើម្បីកំណត់និន្នាការ លំនាំ និងតំបន់សម្រាប់ការកែលម្អ
- សហការជាមួយនាយកដ្ឋានផ្សេងទៀត ដូចជាលទ្ធកម្ម ការលក់ និងផលិតកម្ម ដើម្បីធានាបាននូវការព្យាករណ៍តម្រូវការ និងផែនការផ្គត់ផ្គង់ត្រឹមត្រូវ។
- ត្រួតពិនិត្យ និងរក្សាកំណត់ត្រាសន្និធិដែលមានភាពត្រឹមត្រូវក្នុងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ
- បង្កើត និងរក្សាទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងអ្នកលក់
- កំណត់ និងអនុវត្តការកែលម្អដំណើរការ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

២. អ្នកឯកទេសទិញ (Supply Department)

- សហការជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រងសន្និធិ ដើម្បីកំណត់បរិមាណបញ្ជាទិញដ៏ល្អប្រសើរ
- ដាក់បញ្ជាទិញជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដោយផ្អែកលើការព្យាករណ៍តម្រូវការ និងតម្រូវការសន្និធិ
- តាមដានការអនុវត្តរបស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ រួមទាំងពេលវេលាដឹកជញ្ជូន គុណភាព និងតម្លៃ
- វាយតម្លៃជម្រើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងចរចាភិក្ខុសន្យា និងលក្ខខណ្ឌ
- រក្សាកំណត់ត្រាត្រឹមត្រូវនៃការបញ្ជាទិញ វិក្កយបត្រ និងឯកសារពាក់ព័ន្ធ
- សម្របសម្រួលជាមួយក្រុមអ្នកទទួល ដើម្បីធានាបានទាន់ពេលវេលានូវការទទួលសន្និធិចូល
- បង្កើតបញ្ជីឈ្មោះសន្និធិ តារាងតម្លៃ ឬកូដទំនិញសម្រាប់ការទិញ-លក់
- បញ្ចូលសន្និធិក្នុងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិបន្ទាប់ពីសន្និធិចូល

៣. បុគ្គលិកឃ្លាំង/ស្តុក (Warehouse Department)

- ទទួល និងត្រួតពិនិត្យទំនិញចូលស្តុក ដើម្បីភាពត្រឹមត្រូវ និងគុណភាព
- រក្សាទុក និងរៀបចំសន្និធិក្នុងឃ្លាំងឲ្យបានត្រឹមត្រូវ ធានាការប្រើប្រាស់ទីធ្លាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព
- ជ្រើសរើស វេចខ្ចប់ និងរៀបចំការបញ្ជាទិញសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងទាន់ពេលវេលា
- ធ្វើការរាប់សន្និធិជាប្រចាំថ្ងៃ ប្រចាំសប្តាហ៍ ប្រចាំខែ និងប្រចាំឆ្នាំ ដើម្បីជួយក្នុងការផ្សះផ្សាសន្និធិ
- រក្សាអនាម័យ និងការរៀបចំក្នុងឃ្លាំង
- សហការជាមួយក្រុមផ្សេងទៀតដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាដែលទាក់ទងនឹងសន្និធិ ឬភាពមិនស្របគ្នា
- ប្រតិបត្តិការ និងថែទាំឧបករណ៍ ដូចជា រទេះរុញ ឬម៉ាស៊ីន ដែលប្រើប្រាស់ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

៤. អ្នកគ្រប់គ្រងគណនេយ្យ (Accounting Department)

- **ការកត់ត្រាប្រតិបត្តិការសន្និធិ៖** កត់ត្រារាល់ប្រតិបត្តិការ ដែលទាក់ទងនឹងសន្និធិ រួមទាំងការទិញ ការលក់ ការត្រឡប់មកវិញ និងការកែតម្រូវ។ នេះពាក់ព័ន្ធនឹងការរក្សាកំណត់ត្រាត្រឹមត្រូវ នៃលំហូរចូល និងលំហូរចេញនៃសន្និធិ ដើម្បីធានាថាសមតុល្យសន្និធិ ត្រូវបានតាមដានយ៉ាងត្រឹមត្រូវ។
- **ការវាយតម្លៃសន្និធិ៖** កំណត់តម្លៃនៃសន្និធិ ដោយប្រើវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗ ដូចជា FIFO, LIFO ឬ តម្លៃមធ្យមដែលមានទម្ងន់។ ការវាយតម្លៃត្រឹមត្រូវនៃសន្និធិ គឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ ការរាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ការអនុលោមតាមពន្ធ និងការវាយតម្លៃសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- **វិធីសាស្ត្រចំណាយ៖** ជួយក្នុងការជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រចំណាយសមរម្យសម្រាប់ការវាយតម្លៃសន្និធិ។ ការសម្រេចចិត្តនេះ ប៉ះពាល់ដល់ប្រាក់ចំណេញ កាតព្វកិច្ចពន្ធ និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ វិធីសាស្ត្រនៃការចំណាយផ្សេងៗគ្នា មានផលប៉ះពាល់ខុសៗគ្នា ចំពោះតម្លៃនៃការបញ្ចប់សន្និធិ និងតម្លៃនៃទំនិញដែលបានលក់។
- **របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ៖** ធានាថាព័ត៌មានសន្និធិត្រូវបានកត់ត្រាយ៉ាងត្រឹមត្រូវ និងរាយការណ៍នៅក្នុងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ នេះរួមបញ្ចូលទាំង ការរាយការណ៍សន្និធិ នៅលើតារាងតុល្យការជាទ្រព្យសកម្ម និងការទទួលស្គាល់តម្លៃទំនិញ ដែលបានលក់នៅលើរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល។
- **ការត្រួតពិនិត្យ និងការវិភាគសន្និធិ៖** ផ្តល់នូវរបាយការណ៍ និងការវិភាគលើរង្វាស់ ដែលទាក់ទងនឹងសន្និធិដូចជា ចំណូលសន្និធិ ចំណាយលើការដឹកជញ្ជូន ការហួសសម័យ ការស្តុកទុក និងដាច់ស្តុក។
- **ការផ្សះផ្សា និងការវិភាគបម្រែបម្រួល៖** ទទួលខុសត្រូវក្នុងការផ្ទៀងផ្ទាត់ ឬផ្សះផ្សាចំនួនសន្និធិដែលរាប់ជាមួយនឹងសមតុល្យសន្និធិដែលបានកត់ត្រា។ ការធ្វើសវនកម្មសន្និធិតាមកាលកំណត់ ដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណភាពខុសគ្នា ឬការបាត់បង់ណាមួយ និងអនុវត្តការវិភាគបម្រែបម្រួលផងដែរ ដើម្បីស៊ើបអង្កេត និងដោះស្រាយភាពខុសគ្នាសំខាន់ៗ រវាងកម្រិតសន្និធិជាក់ស្តែង និងការកត់ត្រា។
- **ការត្រួតពិនិត្យផ្ទៃក្នុង៖** បង្កើតការត្រួតពិនិត្យផ្ទៃក្នុង ដើម្បីការពារសន្និធិពីការលួច ការខូចខាត ឬការយកប្រើប្រាស់ដោយគ្មានការអនុញ្ញាត។ នេះរួមបញ្ចូលទាំងការអនុវត្តនីតិវិធីសម្រាប់ការរាប់សន្និធិ ការបែងចែកការកិច្ច និងការផ្សះផ្សានៃកំណត់ត្រាសន្និធិ ដើម្បីធានាបាននូវភាពត្រឹមត្រូវ និងវិធានការការពារការក្លែងបន្លំ។

៥. ក្រុមបំពេញការលក់/បញ្ជាទិញ (Sale Department)

- ផ្តល់ព័ត៌មានត្រឹមត្រូវ និងទាន់ពេលវេលាលើការបញ្ជាទិញ និងតម្រូវការរបស់អតិថិជន
- សហការជាមួយការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ដើម្បីធានាការបំពេញការបញ្ជាទិញ និងជៀសវាងការស្តុកទុក
- ទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនទាក់ទងនឹងស្ថានភាពការបញ្ជាទិញ ភាពអាចរកបាន និងការដឹកជញ្ជូន
- សម្របសម្រួលការត្រឡប់មកវិញ ការផ្លាស់ប្តូរ ឬការលុបចោលការបញ្ជាទិញ ជាមួយនឹងសន្និធិ និងក្រុមសេវាកម្មអតិថិជន
- ផ្តល់មតិត្រឡប់ ទៅកាន់អ្នកគ្រប់គ្រងសន្និធិ អំពីនិន្នាការតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងតម្រូវការភាពអាចរកបានផលិតផល

៦. គណៈកម្មាធិការ ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ (Monitoring and Evaluation Committee)

- បង្កើតគោលការណ៍ណែនាំ និងគោលនយោបាយ ទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ
- ធ្វើការត្រួតពិនិត្យ និងវិភាគទិន្នន័យសន្និធិជាប្រចាំ ដើម្បីវាយតម្លៃការអនុវត្តរបស់វា
- ធ្វើសវនកម្មសន្និធិ ដើម្បីធានាថាការរាប់សន្និធិរូបវន្តតាមកាលកំណត់ ត្រូវបានធ្វើឡើងដើម្បីផ្ទៀងផ្ទាត់ភាពត្រឹមត្រូវនៃបញ្ជីសន្និធិ និងកំណត់ភាពមិនស្របគ្នា ឬការបាត់បង់ណាមួយ។
- ធ្វើការវាយតម្លៃប្រសិទ្ធភាព នៃប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ស្ថាប័ន រួមទាំងកម្មវិធី ឧបករណ៍ និងបច្ចេកវិទ្យា។ វាអាចណែនាំការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើង ឬការផ្លាស់ប្តូរដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាព ភាពត្រឹមត្រូវ និងរួមបញ្ចូលជាមួយដំណើរការអាជីវកម្មផ្សេងទៀត។
- ផ្អែកលើការវាយតម្លៃនៃទិន្នន័យសន្និធិ និងការអនុវត្ត គណៈកម្មាធិការសហការជាមួយនាយកដ្ឋានពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់បង្កើនប្រសិទ្ធភាពកម្រិតសន្និធិ កាត់បន្ថយការចំណាយលើការដឹកជញ្ជូន កាត់បន្ថយការស្តុកទុក និងកែលម្អការអនុវត្តការគ្រប់គ្រងសន្និធិរួម។

៧. អ្នកវិភាគទិន្នន័យ (Assistant's General Manager)

- ប្រមូល វិភាគ និងបកស្រាយទិន្នន័យសន្និធិ រួមទាំង អត្រាប្តូរវេន និងលំនាំតម្រូវការ
 - បង្កើតរបាយការណ៍ និងការយល់ដឹង ដើម្បីគាំទ្រដល់ការសម្រេចចិត្តក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ
 - កំណត់តំបន់សម្រាប់ការកែលម្អ និងធ្វើការណែនាំដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពដំណើរការសន្និធិ
 - សហការជាមួយក្រុមឆ្លងមុខដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យដែលពាក់ព័ន្ធ និងធានាភាពត្រឹមត្រូវនៃទិន្នន័យ
- វាជារឿងសំខាន់ក្នុងការកត់សម្គាល់ថា តួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវទាំងនេះអាចត្រួតលើគ្នា ឬត្រូវបានប្តូរតាមបំណងដោយផ្អែកលើ តម្រូវការជាក់លាក់ និងរចនាសម្ព័ន្ធរបស់អង្គភាព។ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ការសហការ និងការសម្របសម្រួលក្នុងចំណោមតួនាទីទាំងនេះ គឺជាកត្តាសំខាន់សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយជោគជ័យ។

៣.៤ សារៈសំខាន់ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិល ខមភេស៊ី

៣.៤.១ សារៈសំខាន់នៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ មានសារៈសំខាន់សម្រាប់អង្គភាពដោយសារហេតុផលសំខាន់ៗទូទៅ មួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- ១. ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម៖** ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពជួយឱ្យស្ថាប័នគ្រប់គ្រងការចំណាយទាក់ទងនឹងសន្និធិ។ តាមរយៈការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពកម្រិតសន្និធិ អង្គភាពអាចជៀសវាងការស្តុកទុកច្រើនពេក ដែលភ្ជាប់ដើមទុន និងបង្កើតការចំណាយលើការកាន់កាប់។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរ ការស្តុកទុកតិចតួចអាចបណ្តាលឱ្យបាត់បង់ការលក់ និងអតិថិជនមិនពេញចិត្ត។ ដោយរក្សាកម្រិតសន្និធិដ៏ល្អប្រសើរ អង្គភាពអាចកាត់បន្ថយការចំណាយ និងបង្កើនប្រាក់ចំណេញអតិបរមា។
- ២. ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន៖** ការគ្រប់គ្រងសន្និធិធានាថាផលិតផលអាចរកបាននៅពេលដែលអតិថិជនត្រូវការវា។ ដោយមានផលិតផលត្រឹមត្រូវក្នុងស្តុក អង្គភាពអាចបំពេញការបញ្ជាទិញរបស់អតិថិជនភ្លាមៗ ដោយកាត់បន្ថយពេលវេលានាំមុខ និងជៀសវាងការអស់ស្តុក។ អតិថិជនដែលពេញ

ចិត្តទំនងជារក្សាភាពស្មោះត្រង់ និងណែនាំក្រុមហ៊ុនរបស់ទៅដល់អ្នកដទៃ ដែលរួមចំណែកដល់ភាពជោគជ័យរយៈពេលវែង។

៣. ប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការ៖ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិត្រឹមត្រូវជួយសម្រួលប្រតិបត្តិការ និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាព។ ដោយមានព័ត៌មានត្រឹមត្រូវអំពី កម្រិតសន្និធិ អង្គភាពអាចបង្កើនប្រសិទ្ធភាពដំណើរការលទ្ធកម្ម ការផលិត និងការចែកចាយ។ នេះនាំឱ្យមានការកាត់បន្ថយពេលវេលានាំមុខ អត្រាការបំពេញការបញ្ជាទិញប្រសើរឡើង និងប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការទាំងមូល។

៤. ការធ្វើផែនការតម្រូវការ៖ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិផ្តល់នូវការយល់ដឹងដ៏មានតម្លៃចំពោះគំរូតម្រូវការ និងនិន្នាការនៃការលក់។ តាមរយៈការវិភាគទិន្នន័យនេះ អង្គភាពអាចព្យាករណ៍ពីតម្រូវការនាពេលអនាគតជាមួយនឹងភាពត្រឹមត្រូវជាងមុន ដែលអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេធ្វើផែនការផលិតកម្ម និងសកម្មភាពលទ្ធកម្មស្របតាម។ ការធ្វើផែនការតម្រូវការត្រឹមត្រូវកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃសន្និធិលើស ឬស្តុកទុកបង្កើនប្រសិទ្ធភាពការបែងចែកធនធាន និងកាត់បន្ថយកាកសំណល់។

៥. ការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់៖ សន្និធិភ្ជាប់ផ្នែកសំខាន់នៃដើមទុនធ្វើការរបស់អង្គភាពមួយ។ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ធានាថាបរិមាណសន្និធិត្រឹមត្រូវ ត្រូវបានរក្សានៅគ្រប់ពេលវេលា ដោយមិនបង្កើនដើមទុនសម្រាប់តម្រូវការអាជីវកម្មផ្សេងទៀត។ តាមរយៈការគ្រប់គ្រងកម្រិតសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព អង្គភាពអាចធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវលំហូរសាច់ប្រាក់ និងធនធានវិនិយោគក្នុងផ្នែកដូចជា ការស្រាវជ្រាវ ការអភិវឌ្ឍ និងគំនិតផ្តួចផ្តើមកំណើន។

៦. ការកាត់បន្ថយហានិភ័យ៖ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ជួយឱ្យអង្គភាពកាត់បន្ថយហានិភ័យដែលទាក់ទងនឹងការរំខាននៃសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ ការប្រែប្រួលទីផ្សារ និងការផ្លាស់ប្តូរចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន។ តាមរយៈការត្រួតពិនិត្យយ៉ាងជិតស្និទ្ធដល់នូវកម្រិតសន្និធិ និងការបន្តជូនដំណឹងអំពីសក្តានុពល ទីផ្សារ អង្គភាពអាចសម្របខ្លួនបានយ៉ាងឆាប់រហ័សទៅនឹងការផ្លាស់ប្តូរ និងកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់នៃហានិភ័យដែលអាចកើតមាន។

៧. ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចដែលជំរុញដោយទិន្នន័យ៖ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិផ្តល់នូវទិន្នន័យ និងការវិភាគតាមពេលវេលាជាក់ស្តែង ដែលអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើការសម្រេចចិត្ត ប្រកបដោយការយល់ដឹង។ ក្រុមហ៊ុនអាចប្រើប្រាស់ទិន្នន័យនេះ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពកម្រិតសន្និធិ វាយតម្លៃការអនុវត្តរបស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ កំណត់អត្តសញ្ញាណទំនិញយឺត ឬលែងប្រើ ហើយកែសម្រួលយុទ្ធសាស្ត្រកំណត់តម្លៃ។ ការសម្រេចចិត្តដែលផ្អែកលើទិន្នន័យ នាំឱ្យដំណើរការប្រតិបត្តិការប្រសើរឡើង និងលទ្ធផលអាជីវកម្មកាន់តែប្រសើរឡើង។

សរុបមក ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ មានសារៈសំខាន់សម្រាប់អង្គភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងការចំណាយបង្កើនការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន បង្កើនប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការ រៀបចំផែនការសម្រាប់តម្រូវការ គ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់ កាត់បន្ថយហានិភ័យ និងធ្វើការសម្រេចចិត្តប្រកបដោយការយល់ដឹង។ តាមរយៈការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ពួកគេប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព អង្គភាពអាចសម្រេចបាននូវការប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារ និងជំរុញកំណើនប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

៣.៤.២ អត្ថប្រយោជន៍សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន

ការគ្រប់គ្រងសន្និធិបានផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន ក៏ដូចជាអតិថិជនរបស់ខ្លួន។ នេះគឺជាអត្ថប្រយោជន៍សំខាន់ៗមួយចំនួន៖

- **ប្រសិទ្ធភាពនៃការចំណាយ៖** ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពជួយឱ្យក្រុមហ៊ុនកាត់បន្ថយការចំណាយទាក់ទងនឹងសន្និធិលើស ការចំណាយលើការដឹកជញ្ជូន និងការស្តុកទុក។ បង្កើនប្រសិទ្ធភាពកម្រិតសន្និធិរបស់ពួកគេ អាចកាត់បន្ថយការចំណាយមួយចំនួនបន្ថែមទៀតលើការកាន់កាប់ដែលទាក់ទងនឹងការផ្ទុក ការធានារ៉ាប់រង និងភាពហួសសម័យ។
- **លំហូរសាច់ប្រាក់ប្រសើរឡើង៖** ការគ្រប់គ្រងសន្និធិត្រឹមត្រូវ អាចធានាបានថាក្រុមហ៊ុនមានបរិមាណសន្និធិត្រឹមត្រូវតាមពេលវេលាត្រឹមត្រូវ កាត់បន្ថយចំនួនដើមទុនដែលចងក្លាប់នៅក្នុងសន្និធិ។ តាមរយៈការគ្រប់គ្រងកម្រិតសន្និធិ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព អាចធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវលំហូរសាច់ប្រាក់ និងអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនអាចបែងចែកធនធានទៅផ្នែកផ្សេងៗទៀតដូចជាផ្នែកទីផ្សារ ការស្រាវជ្រាវ និងការអភិវឌ្ឍជាដើម។
- **ការធ្វើផែនការផលិតកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព៖** ការគ្រប់គ្រងសន្និធិដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការធ្វើផែនការផលិតកម្ម។ តាមរយៈការព្យាករណ៍យ៉ាងត្រឹមត្រូវអំពីតម្រូវការ និងការរក្សាកម្រិតសន្និធិដ៏ល្អប្រសើរ ក្រុមហ៊ុនអាចរៀបចំផែនការផលិតកម្មរបស់ពួកគេប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដោយធានាថាពួកគេមានវត្ថុធាតុដើម និងសមាសធាតុចាំបាច់ ដើម្បីបំពេញតាមការបញ្ជាទិញរបស់អតិថិជនដោយមិនមានការពន្យារពេល ឬការរំខាន។
- **ការធ្វើការសម្រេចចិត្តកាន់តែប្រសើរ៖** ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិផ្តល់ឱ្យក្រុមហ៊ុននូវទិន្នន័យត្រឹមត្រូវ និងទាន់ពេលវេលាអំពីកម្រិតសន្និធិ តម្រូវការ និងនិន្នាការនៃការលក់។ ទិន្នន័យនេះអនុញ្ញាតឱ្យមានការសម្រេចចិត្តទាក់ទងនឹងការទិញ ផែនការផលិតកម្ម ការកំណត់តម្លៃ និងការផ្សព្វផ្សាយ ដែលនាំទៅរកលទ្ធផលអាជីវកម្មកាន់តែប្រសើរ និងផ្តល់នូវប្រសិទ្ធភាពរួម។

ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ផ្តល់ឱ្យក្រុមហ៊ុនយល់ដឹង កាន់តែប្រសើរឡើងអំពីកម្រិតសន្និធិ អាចដឹងពីព័ត៌មានលក់ល្អ និងមិនល្អ អតិថិជនល្អ និងមិនល្អ សន្និធិដែលត្រូវការបញ្ជាទិញឡើងវិញ ឬបំពេញបន្ថែម ផលិតផលណាដែលលក់ដាច់ និងមិនដាច់ និន្នាការបង្ហាញពីប្រាក់ចំណេញក្នុងរយៈពេលជាក់លាក់ ការសម្រេចចិត្តទិញ ដំណើរការផលិតផល ការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់បានត្រឹមត្រូវ ល្បឿននៃការលក់ ជួយគ្រប់គ្រងលំហូរប្រាក់ចំណូល ការព្យាករណ៍ការលក់ពេលអនាគត ដំណើរការគណនេយ្យមានភាពល្អប្រសើរឡើង ការវាយតម្លៃ Bottom Line របស់ក្រុមហ៊ុន ការកំណត់តម្លៃនៃផលិតផល ការគណនាពន្ធប្រចាំឆ្នាំ ឬប្រចាំត្រីមាស ការកំណត់អត្តសញ្ញាណឱកាសរីកចម្រើន អាចកំណត់សុខភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់អាជីវកម្ម ការសម្រេចចិត្តថាត្រូវបង្កើនការវិនិយោគក្នុងប្រតិបត្តិការ ឬ រៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិឡើងវិញ សកម្មភាពបញ្ជាទិញ វិធីសាស្ត្រទទួលបានអតិថិជនថ្មី ទីតាំងស្តុក ឃ្លាំង របៀបដែលសន្និធិកំពុងផ្លាស់ប្តូរក្នុងអាជីវកម្ម លំហូរចូល និងលំហូរចេញនៃសន្និធិ កំណត់បានផលិតផលដែលមានចលនាលឿន និងយឺត ជម្រះការស្ទង់សាច់ប្រាក់ ជាពិសេសជៀសវាងការបាត់បង់ប្រាក់ចំណូល ដោយការលក់ស្តុកចាស់ៗមុនពេលហួសកំណត់។

៣.៤.៣ អត្ថប្រយោជន៍ចំពោះអតិថិជន

- **ភាពអាចរកបាននៃផលិតផលកាន់តែប្រសើរឡើង៖** ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព អាចធានាថាអតិថិជនអាចស្វែងរកផលិតផលដែលពួកគេត្រូវការបានភ្លាមៗ។ វាកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការអស់ស្តុកដោយមិនចាំបាច់ឱ្យអតិថិជនធ្វើការរង់ចាំយូរ ឬខកបំណងក្នុងការទទួលបានផលិតផល ដែលពួកគេចង់បាន និងនាំឱ្យអតិថិជនទៅរកកន្លែងផ្សេងៗទៀត ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់ពួកគេ។ ជាពិសេសធ្វើឱ្យអតិថិជនមានបទពិសោធន៍ទិញទំនិញជាវិជ្ជមាន។
- **ការដឹកជញ្ជូនទាន់ពេលវេលា៖** ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពអាចឱ្យក្រុមហ៊ុនបំពេញការបញ្ជាទិញរបស់អតិថិជនបានភ្លាមៗ។ នេះនាំឱ្យមានពេលវេលាដឹកជញ្ជូនលឿនជាងមុន ចំណេញជាងមុនបំពេញបានតាមការរំពឹងទុករបស់អតិថិជន និងកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការពន្យារពេល ឬការបញ្ជាទិញត្រឡប់មកវិញ។
- **ព័ត៌មានផលិតផលត្រឹមត្រូវ៖** ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ ផ្តល់ព័ត៌មានក្នុងពេលជាក់ស្តែងអំពីភាពអាចរកបានរបស់ ផលិតផល ទំហំ ពណ៌ និងការប្រែប្រួល។ អតិថិជនអាចធ្វើការសម្រេចចិត្តទិញដែលមានព័ត៌មានដោយផ្អែកលើព័ត៌មានផលិតផលត្រឹមត្រូវ និងទាន់សម័យ ដោយកាត់បន្ថយឱកាសនៃការខកចិត្ត ឬត្រឡប់មកវិញ។
- **ភាពសម្បូរបែបនៃផលិតផល៖** ការគ្រប់គ្រងសន្និធិអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនមានលទ្ធភាពផ្តល់ជូននូវផលិតផលជាច្រើនដល់អតិថិជន។ តាមរយៈការគ្រប់គ្រងកម្រិតសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ក្រុមហ៊ុនអាចស្តុកទុកផលិតផលចម្រុះ ដោយផ្តល់ឱ្យអតិថិជននូវជម្រើសកាន់តែច្រើន។
- **ការកំណត់តម្លៃប្រកួតប្រជែង៖** ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពជួយឱ្យក្រុមហ៊ុនជៀសវាងសន្និធិលើស ដែលអាចនាំឱ្យមានការចុះតម្លៃ ឆ្អើនប្រសិទ្ធភាពយុទ្ធសាស្ត្រកំណត់តម្លៃដោយផ្អែកលើកម្រិតសន្និធិ តម្រូវការ និងលក្ខខណ្ឌទីផ្សារ។ នេះអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនរក្សាតម្លៃប្រកួតប្រជែងដោយផ្តល់ជូនអតិថិជននូវតម្លៃកាន់តែប្រសើរសម្រាប់ការទិញរបស់ពួកគេ។
- **សេវាកម្មអតិថិជនប្រសើរឡើង៖** ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិអាចឱ្យក្រុមហ៊ុនអាចតាមដានការបញ្ជាទិញរបស់អតិថិជន ផ្តល់បច្ចុប្បន្នភាពស្ថានភាពការបញ្ជាទិញ និងដោះស្រាយការត្រឡប់មកវិញ ឬការផ្លាស់ប្តូរប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ នេះបង្កើនសេវាកម្មអតិថិជន និងបង្កើតទំនុកចិត្ត និងភាពស្មោះត្រង់ក្នុងចំណោមអតិថិជន។
- **គុណភាពជាប់លាប់៖** ការគ្រប់គ្រងសន្និធិត្រឹមត្រូវធានាថាក្រុមហ៊ុនអាចរក្សាបាននូវគុណភាពនៃផលិតផលរបស់ពួកគេ។ តាមរយៈការគ្រប់គ្រងកម្រិតសន្និធិ និងការត្រួតពិនិត្យកាលបរិច្ឆេទផុតកំណត់ ក្រុមហ៊ុនអាចជៀសវាងការលក់ផលិតផលផុតកំណត់ ឬខូចគុណភាព ដោយធានាបាននូវការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន។

សរុបមក ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់ក្រុមហ៊ុនដោយកាត់បន្ថយការចំណាយ កែលម្អប្រសិទ្ធភាព និងបង្កើនការសម្រេចចិត្ត។ សម្រាប់អតិថិជន វានាំទៅរកភាពអាចរកបាននៃផលិតផលកាន់តែប្រសើរឡើង ការបំពេញការបញ្ជាទិញកាន់តែលឿន ព័ត៌មានផលិតផលត្រឹមត្រូវ តម្លៃប្រកួតប្រជែង និងការពង្រឹងសេវាកម្មអតិថិជន។

ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង

ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងភាពជោគជ័យទាំងមូលនៃអាជីវកម្ម។ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ផ្តល់នូវភាពខ្លាំងសំខាន់ៗមួយចំនួនដែលអាចជះឥទ្ធិពលជាវិជ្ជមានដល់ស្ថាប័នមួយ។ នេះគឺជាចំណុចខ្លាំងមួយចំនួន នៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន៖

- ✓ បុគ្គលិកភាគច្រើនសុទ្ធតែមានបទពិសោធន៍ និងជំនាញច្បាស់លាស់ ក្នុងការអនុវត្តការងារទាក់ទងនឹងតួនាទីភារកិច្ចរបស់ខ្លួនដូចជា ផ្នែកទីផ្សារ ផ្នែកគណនេយ្យ ផ្នែកឃ្លាំង តាំងពីចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដំបូងរហូតមកដល់ពេលបច្ចុប្បន្ន។
- ✓ មានឃ្លាំងស្តុកទុកសន្និធិត្រឹមត្រូវដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់ក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់ ទំហំធំទូលាយ រងថ្លៃទំនុកជំរុញមានសន្តិសុខយាមប្រចាំការរាល់ថ្ងៃ ២៤ម៉ោង និងបំពាក់ដោយការមេរ័សុវត្ថិភាព អាចស្តុកទុកសន្និធិបានគ្រប់គ្រាន់ កាត់បន្ថយចំណាយលើការបញ្ជាទិញច្រើនលើក ។
- ✓ មានមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន និងឧបករណ៍ប្រើប្រាស់សម្រាប់សន្និធិគ្រប់គ្រាន់។
- ✓ មានការត្រួតពិនិត្យ និងតាមដានចំនួនសន្និធិ ដោយធ្វើការរាប់ប្រចាំថ្ងៃ ប្រចាំសប្តាហ៍ ប្រចាំខែ និងប្រចាំឆ្នាំ ការពារបានពីការលួចបន្លំផ្សេងៗ និងមានព័ត៌មានច្បាស់លាស់ត្រឹមត្រូវអំពីសន្និធិ ឬមុខទំនិញនីមួយៗ ព្រមទាំងមានវិធានការដោះស្រាយច្បាស់លាស់លើការបាត់ស្តុក ដើម្បីកាត់បន្ថយហានិភ័យ។
- ✓ រក្សាបាននូវកំណត់ត្រាសន្និធិត្រឹមត្រូវ បំពេញការបញ្ជាទិញរបស់អតិថិជនបានក្លាមៗ និងបំពេញតាមការរំពឹងទុករបស់អតិថិជនជាប់លាប់ ជៀសវាងការបញ្ជាទិញពីក្រៅ។
- ✓ មានអតិថិជនច្រើននៅក្នុងដៃទូទាំងប្រទេស ទាំងអ្នកលក់រាយ លក់ដុំ និងគម្រោង (Project) ។
- ✓ ដំណើរការការបញ្ជាទិញលឿន ច្បាស់លាស់ កាត់បន្ថយពេលវេលានាំមុខ និងបង្កើនផលិតភាព។
- ✓ ទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ឬអ្នកលក់មានភាពរឹងមាំ និងល្អប្រសើរ តាមរយៈការព្យាករណ៍តម្រូវការយ៉ាងត្រឹមត្រូវ ផ្តល់ព័ត៌មានទាន់ពេលវេលាដល់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងការរក្សាកម្រិតសន្និធិដែលអាចទុកចិត្តបាន អាជីវកម្មអាចចរចាបានតម្លៃបានល្អប្រសើរ ទទួលបានលក្ខខណ្ឌអំណោយផល និងបង្កើតភាពជាដៃគូរយៈពេលវែង។
- ✓ ផលិតផលសរុបមានច្រើនជាង៣ពាន់ប្រភេទ ស្ទើរតែអាចគ្រប់ដណ្តប់លើបរិក្ខារអគ្គិសនីបានទាំងស្រុង ហើយផលិតផលនីមួយៗ ប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់ សុវត្ថិភាព តម្លៃសមរម្យ និងជួយសន្សំសំចៃជូនអ្នកប្រើប្រាស់។

វាជាការសំខាន់ក្នុងការកត់សម្គាល់ថា ភាពខ្លាំងនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ អាចប្រែប្រួលអាស្រ័យលើឧស្សាហកម្មជាក់លាក់ គំរូអាជីវកម្ម និងតម្រូវការប្រតិបត្តិការ។ ការអនុវត្តបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងសន្និធិត្រឹមត្រូវ និងប្រព័ន្ធដែលស្របតាមតម្រូវការរបស់ស្ថាប័នគឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការប្រើប្រាស់ចំណុចខ្លាំងទាំងនេះប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ

ខណៈពេលដែលការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើន វាក៏មាន ភាពទន់ខ្សោយ ឬបញ្ហាប្រឈមដែលអង្គភាពអាចប្រឈមមុខផងដែរ។ ការស្វែងយល់ពីចំណុចខ្សោយទាំង នេះអាចជួយឱ្យអាជីវកម្មកំណត់តំបន់សម្រាប់ការកែលម្អ និងអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីកាត់បន្ថយ។

នេះគឺជាចំណុចខ្សោយមួយចំនួន នៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន៖

- **ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងផ្ទៃក្នុង៖** ផ្នែកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស មិនមានអ្នកកាន់ការងារ ឬទទួលខុសត្រូវបាន ច្បាស់លាស់ ព្រោះជាអាជីវកម្មលក្ខណៈគ្រួសារ ធ្វើឱ្យប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងផ្ទៃក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុន មានភាព ទន់ខ្សោយ ដូចជាការអនុវត្តបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុន និងច្បាប់ការងារ។
- **ឃ្លាំងស្តុកទំនិញ៖** មានទីតាំងស្ថិតនៅឆ្ងាយពីក្នុងក្រុង ធ្វើឱ្យមានភាពយឺតយ៉ាវលើការដឹកជញ្ជូនទំនិញ ទៅកាន់អតិថិជន និងស្ថិតនៅដីទំនាបក្បែរស្ទឹងដែលជាតំបន់ធ្លាប់លិចទឹកញឹកញាប់។
- **បុគ្គលិកផ្នែកឃ្លាំង៖** បុគ្គលិកផ្នែកកាន់ស្តុក និងផ្នែកដឹកជញ្ជូននៅធ្វើការមិនសូវបានយូរ តែងតែដាក់ ពាក្យលាលយបំប៉នការងារ ហើយពេលរើសបុគ្គលិកថ្មីមកជំនួស ចំណាយពេលវេលាច្រើនដើម្បីបង្រៀន ឱ្យគាត់ស្គាល់ពីផលិតផល និងទីតាំងរបស់អតិថិជន។
- **ការត្រួតពិនិត្យសន្និធិ៖** ក្រុមហ៊ុននូវមានចំណុចខ្វះខាតទៅលើការត្រួតពិនិត្យ លំហូរចេញ-ចូល នៃសន្និធិ របស់ខ្លួន ដោយពេលទំនិញចូលមកម្តងៗមានចំនួនច្រើនៗ និងចូលតែពេលយប់ ធ្វើឱ្យអ្នកទទួល ទំនិញត្រួតពិនិត្យមិនបានដិតដល់ ភាគច្រើនមានការបាត់បង់ក្នុងកេស ឬបង់។ ហើយអ្នកត្រួតពិនិត្យ ពេលទំនិញបើកចេញទៅអតិថិជនច្រើនតែទុកចិត្តទៅលើអ្នកកាន់ស្តុក (អ្នកទៅបើកយកស្តុកចេញ) ដោយឆែកតែត្រួសៗ ពេលខ្លះទំនិញលើសទៅអតិថិជន ពេលខ្លះខ្វះ ពេលខ្លះខុសមុខទំនិញក៏មាន។
- **បំណុលជាយថាហេតុ៖** កើតឡើងព្រោះក្រុមហ៊ុនមានគោលការណ៍ធានាទៅលើផលិតផលមួយចំនួន ដោយគ្មានលក្ខខណ្ឌ និងរយៈពេលកំណត់ច្បាស់លាស់ គឺអាស្រ័យលើជំនួយការអ្នកគ្រប់គ្រង និង មួយវិញទៀតអតិថិជនអាចបង្វិលទំនិញត្រឡប់ចូលមកក្រុមហ៊ុនវិញបាន ក្នុងករណីដែលទំនិញនោះ អតិថិជនលក់មិនចេញ ហើយចង់ដោះដូរយកផលិតផលផ្សេងៗក្នុងក្រុមហ៊ុនជំនួសវិញ។
- **ការបណ្តុះបណ្តាល និងការលើកទឹកចិត្ត៖** ក្រុមហ៊ុនមិនមានផែនការ ការលើកទឹកចិត្ត ឬក៏យុទ្ធសាស្ត្រ ក្នុងការជួយអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពរបស់បុគ្គលិកទេ គឺបុគ្គលិកគ្រប់ផ្នែក គ្រប់ជំនាញ ពឹងផ្អែកលើខ្លួនឯង រាល់គ្នាទីការងារ មិនមានការវាយតម្លៃលទ្ធផលសម្រាប់តំឡើងឋានៈ ឬប្រាក់ខែឡើយ គឺអាស្រ័យ លើការសម្រេចចិត្តរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ ធ្វើឱ្យលទ្ធភាពការងាររបស់បុគ្គលិកមិនល្អប្រសើរ។
- **កំហុសក្នុងការព្យាករណ៍៖** កើតឡើងដោយសារកត្តាផ្សេងៗដូចជា ការផ្លាស់ប្តូរលក្ខខណ្ឌទីផ្សារ រដូវកាល ឬតម្រូវការអតិថិជនដែលមិនអាចទាយទុកជាមុនបាន។ ការព្យាករណ៍មិនបានត្រឹមត្រូវ នាំឱ្យមានការ ស្តុកទុកលើស ឬស្តុកទុកដែលប៉ះពាល់ដល់សមត្ថភាពរបស់ស្ថាប័នក្នុងការបំពេញតម្រូវការអតិថិជន ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។
- **ដាច់ស្តុក និងបាត់បង់ការលក់៖** ការប៉ាន់ប្រមាណតម្រូវការលើស ឬជួបប្រទះការរំខាន នៃការផ្គត់ផ្គង់ និងបញ្ហាហិរញ្ញវត្ថុ រួមចំណែកដល់ការដាច់ស្តុក នាំឱ្យបាត់បង់ការលក់ អតិថិជនមិនពេញចិត្ត ។

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ជាក់ស្តែងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព គឺជាទិដ្ឋភាពសំខាន់នៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ដែលអាចជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងដល់ដំណើរការ និងប្រាក់ចំណេញរបស់អង្គភាព។ តាមរយៈការវិភាគចំណុច ខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ យើងអាចទាញសេចក្តីសន្និដ្ឋានសំខាន់ៗមួយចំនួន៖

ការគ្រប់គ្រងសន្និធិត្រឹមត្រូវនាំឱ្យការគ្រប់គ្រងការចំណាយ និងលំហូរសាច់ប្រាក់ប្រសើរឡើង។ តាម រយៈការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពកម្រិតសន្និធិ កាត់បន្ថយការចំណាយលើការកាន់កាប់ និងការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ នៃការបញ្ជាទិញ និងការបំពេញបន្ថែមប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព អាជីវកម្មអាចកាត់បន្ថយការចំណាយ និង បង្កើនដើមទុនសម្រាប់ការវិនិយោគផ្សេងទៀត។ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពបង្កើនការពេញ ចិត្តរបស់អតិថិជន។ តាមរយៈការធានានូវភាពអាចរកបានផលិតផល ការបំពេញការបញ្ជាទិញទាន់ពេលវេលា និងកំណត់ត្រាសន្និធិត្រឹមត្រូវ អាជីវកម្មអាចបំពេញតាមការរំពឹងទុករបស់អតិថិជន ជៀសវាងការស្តុកទុក និង បង្កើតទំនាក់ទំនងអតិថិជនដ៏រឹងមាំ។ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវប្រសិទ្ធ ភាពប្រតិបត្តិការ និងផលិតភាព។ តាមរយៈការអនុវត្តប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ ស្វ័យប្រវត្តិកម្ម និងដំណើរការ សម្រួល អាជីវកម្មអាចកាត់បន្ថយកំហុសដោយដៃ កាត់បន្ថយពេលវេលានាំមុខ និងបង្កើនផលិតភាព។ ការ គ្រប់គ្រងសន្និធិត្រឹមត្រូវកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការលែងផលិតផល។ តាមរយៈការត្រួតពិនិត្យ យ៉ាងដិតដល់ នូវកម្រិតសន្និធិ តាមដានគំរូតម្រូវការ និងការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្របង្វិលផលិតផល ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព អាជីវកម្មអាចកាត់បន្ថយស្តុកដែលលែងប្រើ ឬផុតកំណត់ កាត់បន្ថយកាកសំណល់ និងបង្កើនប្រាក់ចំណេញ អតិបរមា។ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិពង្រឹងទំនាក់ទំនងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងអ្នកលក់។ តាមរយៈការព្យាករណ៍តម្រូវការ យ៉ាងត្រឹមត្រូវ រក្សាកម្រិតសន្និធិដែលអាចទុកចិត្តបាន និងការផ្តល់ព័ត៌មានទាន់ពេលវេលា ដល់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ អាជីវកម្មអាចចរចាតម្លៃកាន់តែប្រសើរ កែលម្អលក្ខខណ្ឌ និងបង្កើតភាពជាដៃគូរយៈពេលវែង។ ការសម្រេច ចិត្តដែលជំរុញដោយទិន្នន័យ គឺមានសារៈសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ តាមរយៈការវិភាគចំណូលសន្និធិ គំរូតម្រូវការ និងពេលវេលានាំមុខ អាជីវកម្មអាចធ្វើការសម្រេចចិត្តប្រកបដោយការយល់ដឹងទាក់ទងនឹងតម្លៃ លទ្ធកម្ម ផែនការផលិតកម្ម និងការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ទាំងមូល ដែលនាំឱ្យប្រសើរឡើងនូវ ប្រាក់ចំណេញ និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ។

ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិក៏បង្កជាបញ្ហាប្រឈម និងចំណុចខ្សោយដែលត្រូវដោះ ស្រាយផងដែរ។ ទាំងនេះរួមមាន ការចំណាយលើការកាន់កាប់ ការស្តុកទុក កំហុសក្នុងការព្យាករណ៍ ការ បង្រួញសន្និធិ ការកើនឡើងរយៈពេលនាំមុខ ការខ្វះការរួមបញ្ចូល និងការមើលឃើញ និងការពឹងផ្អែកខ្លាំង លើដំណើរការដោយដៃ។ ដើម្បីជម្នះភាពទន់ខ្សោយទាំងនេះ អាជីវកម្មគួរតែវិនិយោគលើប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ កម្រិតខ្ពស់ ប្រើប្រាស់ស្វ័យប្រវត្តិកម្ម និងបច្ចេកវិទ្យា កែលម្អភាពត្រឹមត្រូវនៃការព្យាករណ៍តម្រូវការ អនុវត្ត វិធានការសុវត្ថិភាពដ៏រឹងមាំ និងបង្កើនលទ្ធភាពមើលឃើញខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់។ ការត្រួតពិនិត្យជាប្រចាំ ការវិភាគ

និងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែង ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងជាបន្ត គឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការធ្វើឱ្យ ដំណើរការគ្រប់គ្រង សន្និធិប្រសើរឡើង និងធានានូវភាពជោគជ័យរយៈពេលវែង។

សរុបមក ការគ្រប់គ្រងសន្និធិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពគឺជាទង្វើដែលមានតុល្យភាពដែលទាមទារឱ្យមាន ការរៀបចំផែនការ ការត្រួតពិនិត្យ និងការសម្របខ្លួនយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្ន ដើម្បីតម្រឹមជាមួយនឹងការផ្លាស់ប្តូរទីផ្សារ។ តាមរយៈការប្រើប្រាស់ចំណុចខ្លាំង និងដោះស្រាយចំណុចខ្សោយនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ អាជីវកម្មអាចសម្រេច បាននូវប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការប្រសើរឡើង ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន និងការអនុវត្តផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។

៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍

នេះគឺជាអនុសាសន៍មួយចំនួន ដើម្បីដោះស្រាយភាពទន់ខ្សោយទាក់ទង នឹងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ៖

- ✚ ក្រុមហ៊ុនគួរតែមាន ផ្នែកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស ដើម្បីជួយបង្កើត ឬអភិវឌ្ឍច្បាប់ និងពង្រឹងតួនាទី ឬភារកិច្ចរបស់បុគ្គលិក ក៏ដូចជាការអនុវត្តនូវបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងផងដែរ។ ជាពិសេសអាចជួយសម្រួល នៅពេលមានការរើសបុគ្គលិកថ្មីចូល អាចជួយដោះស្រាយបញ្ហា ឬផ្សះផ្សារជម្លោះឆ្លងមុខងារ ការពារ អត្ថប្រយោជន៍របស់បុគ្គលិក រួមទាំងក្រុមហ៊ុនដូចគ្នា។
- ✚ ក្រុមហ៊ុនគួរតែមានឃ្លាំងស្តុកទំនិញទំហំល្មមមួយនៅក្នុងក្រុងដើម្បីស្តុកទុកនូវសន្និធិមួយចំនួនដែល ចាំបាច់ ឬសម្រាប់អតិថិជនដែលជាអ្នកលក់រាយត្រូវការភ្លាមៗ ជៀសវាងបាត់បង់ការលក់ ឬក្លាយទៅ ទម្លាប់មិនល្អនៅក្នុងចិត្តអតិថិជនក្នុងការបញ្ជាទិញដែលខកបំណង (ចង់ទិញតែដោយការដឹកជញ្ជូន យូរពេកមិនទិញវិញ)។ ម្យ៉ាងទៀតអាចធ្វើជា ធុរ (Racks) មួយចំនួន ដើម្បីត្រៀមទុកសម្រាប់ផ្លាស់ទី ទំនិញ ដែលនៅជាន់ផ្ទាល់ដីពេលមានជំនន់លិចទឹក ដែលអាចជាគ្រោះមហន្តរាយមិនអាចស្មានដឹង។
- ✚ ក្រុមហ៊ុនគួរតែបង្កើតឱ្យមាន កិច្ចសន្យាការងារត្រឹមត្រូវ អនុវត្តទៅលើបុគ្គលិកផ្នែកឃ្លាំង ដើម្បីកាត់ បន្ថយហានិភ័យចង់ចូលចង់ចេញពេលណាក៏បាន ដែលនាំឱ្យមានផលប៉ះពាល់ក្នុងផ្នែកឃ្លាំងផ្ទាល់ ក៏ ដូចជាដំណើរការអាជីវកម្មទាំងមូលផងដែរ ម្យ៉ាងទៀតមិនគួរផ្តល់សិទ្ធិអំណាចទាំងស្រុង ទៅលើប្រធាន ឃ្លាំងតែម្នាក់ជាអ្នករើសបុគ្គលិកចូលបម្រើការងារ ឬបញ្ឈប់បុគ្គលិកពីការងារនោះឡើយ។
- ✚ គួរតែពន្យល់បន្ថែមទៀតឱ្យបានច្បាស់អំពីតួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវ របស់អ្នកត្រួតពិនិត្យទំនិញ ចេញ-ចូល នៅឃ្លាំង ហើយគួរតែមានវិធានការយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់ទៅលើកំហុស ឬការធ្វេសប្រហែស។ មិនគួរយោគយល់ និងមានការលើកលែងរហូត បណ្តោយឱ្យក្លាយទៅជាទម្លាប់មិនយកចិត្តទុកដាក់ លើការងាររបស់ខ្លួន ដែលវាធ្វើឱ្យការគ្រប់គ្រងសន្និធិគ្មានប្រសិទ្ធភាព។
- ✚ ក្រុមហ៊ុនត្រូវពិនិត្យឡើងវិញទៅលើគោលការណ៍ធានាលើទំនិញមួយចំនួន ដូចជាលក្ខខណ្ឌនៃទំនិញ និងរយៈពេលនៃការធានា ដើម្បីជួយបានពីការជាប់បំណុលជាយថាហេតុដោយមិនដឹងខ្លួន និងសង មិនចេះអស់មិនចេះចប់។
- ✚ ក្រុមហ៊ុនគួរវិនិយោគលើសមត្ថភាពរបស់បុគ្គលិក ដែលជាធនធានសំខាន់ក្នុងក្រុមហ៊ុន ផ្តល់ជាកម្មវិធី បណ្តុះបណ្តាលដ៏ទូលំទូលាយគ្រប់ផ្នែកតាមជំនាញ។ បកស្រាយប្រាប់ពួកគេអំពី គោលបំណងរបស់ ក្រុមហ៊ុន បច្ចេកទេសគ្រប់គ្រង និងការអនុវត្តល្អបំផុត។ លើកទឹកចិត្តឱ្យមានកិច្ចសហការឆ្លងមុខងារ និងការចែករំលែកចំណេះដឹង ដើម្បីជំរុញវប្បធម៌នៃការកែលម្អជាបន្តបន្ទាប់។

- ✚ កែលម្អការព្យាករណ៍តម្រូវការ បង្កើនភាពត្រឹមត្រូវនៃការព្យាករណ៍តម្រូវការ ដោយសហការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយក្រុមលក់ និងទីផ្សារ ដើម្បីប្រមូលការយល់ដឹងដ៏មានតម្លៃ និងកែតម្រូវការព្យាករណ៍ឱ្យសមស្រប។ ពិនិត្យ និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពការព្យាករណ៍ជាប្រចាំ ទៅលើការផ្លាស់ប្តូរចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន និងលក្ខខណ្ឌទីផ្សារ។
- ✚ គួរថែទាំសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ដោយពិនិត្យមើលឡើងវិញនូវគោលការណ៍លក់ដ៏ពាក់ ទៅ ឱ្យអតិថិជន លក្ខខណ្ឌនៃការទូទាត់សង និងវិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលប្រាក់ ដើម្បីជួយកាត់បន្ថយការកប់ដើមទុនច្រើន និងរយៈពេលយូរ ដែលមិនអាចយកមកប្រើការបាននៅក្នុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។
- ✚ ត្រួតពិនិត្យជាប្រចាំ និងកែសម្រួលគោលនយោបាយសន្និធិ រួមទាំងកម្រិតសុវត្ថិភាព ការបញ្ជាទិញឡើងវិញ និងចំណាត់ថ្នាក់ផលិតផល។ ត្រូវប្រាកដថាគោលនយោបាយសន្និធិ ត្រូវនឹងគោលបំណងអាជីវកម្ម និងសក្តានុពលទីផ្សារ។ កែសម្រួលគោលនយោបាយតាមតម្រូវការដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពកម្រិតសន្និធិ និងកាត់បន្ថយការចំណាយលើការកាន់កាប់ និងកប់ដើមទុន។
- ✚ គួរវិនិយោគលើកម្មវិធីគ្រប់គ្រងសន្និធិដ៏រឹងមាំ ឬប្រព័ន្ធដែលផ្តល់នូវភាពមើលឃើញក្នុងពេលវេលាជាក់ស្តែងទៅក្នុងកម្រិតសន្និធិ ចលនា និងនិន្នាការ។ រួមបញ្ចូលបច្ចេកវិទ្យាស្វ័យប្រវត្តិកម្ម ដូចជាការស្កេនបាកូដ ការដាក់ស្លាក RFID និងប្រព័ន្ធតាមដានសន្និធិដោយស្វ័យប្រវត្តិ ដើម្បីសម្រួលដំណើរការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ប្រព័ន្ធទាំងនេះ អាចធ្វើស្វ័យប្រវត្តិកម្មការបញ្ចូលទិន្នន័យ វាជួយកាត់បន្ថយកំហុសដោយដៃ និងផ្តល់នូវកំណត់ត្រាសន្និធិត្រឹមត្រូវ ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវប្រសិទ្ធភាព សម្រាប់ការសម្រេចចិត្តប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។
- ✚ អនុវត្តវិធានការសុវត្ថិភាពប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព កាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការរួញតូចនៃសន្និធិ និងការបាត់បង់ដោយការអនុវត្តវិធានការសន្តិសុខដ៏រឹងមាំនៅក្នុងឃ្លាំង និងមជ្ឈមណ្ឌលចែកចាយ។ នេះអាចរួមបញ្ចូលការអនុវត្តការគ្រប់គ្រងការចូលប្រើ ការធ្វើសវនកម្មសន្និធិជាប្រចាំ និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកអំពីពិធីការសុវត្ថិភាពត្រឹមត្រូវ។
- ✚ ទទួលយកការកែលម្អឥតឈប់ឈរ ដោយបង្កើតវប្បធម៌នៃការកែលម្អជាបន្តបន្ទាប់ និងធ្វើការពិនិត្យមើលដំណើរការ និងវិធីសាស្ត្រជាទៀងទាត់។ ស្វែងរកមតិកែលម្អ និងស្នើសុំនិតច្នៃប្រឌិតសម្រាប់ពង្រឹងការអនុវត្តការគ្រប់គ្រងសន្និធិពីបុគ្គលិក និងអនុវត្តការកែតម្រូវដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាព និងភាពត្រឹមត្រូវ។

តាមរយៈការអនុវត្តអនុសាសន៍ទាំងនេះ និងការអនុវត្តល្អបំផុត អង្គភាពអាចដោះស្រាយភាពទន់ខ្សោយដែលទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ និងធ្វើឱ្យដំណើរការសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន មានភាពប្រសើរឡើងសម្រាប់ប្រសិទ្ធភាព ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន និងការអនុវត្តផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។

ឯកសារយោង

- ឯកសារ និងទិន្នន័យរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ីមអិន ខមភេនី
- Vanda Institute: Basic Financial Accounting, Page 389, 4th Edition, 2009
- Inventory Control and Management, 2nd Edition, 2003 (Donald Waters)
- Principles of Accounting, 11th Edition (E. Needles Jr, Marian Powers, V.Crosson)
- Financial Accounting, 10th Edition, 2006 (Walter T. Harrison Jr., Charles T. Horngren, William Thomas)
- <https://www.tvet-elearning.com> (31-08-23)
- <https://www.investopedia.com/terms/i/inventory.asp> (27-10-23)
- <https://www.ags-recordsmanagement.com/news/word-history-inventory/> (26-10-23)
- <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/inventory-management/inventory.shtml> (23-11-23)
- <https://inventooly.com/blog/reports-for-inventory-management> (27-10-23)
- https://baou.edu.in/assets/pdf/PGDM_101_slm.pdf (27-10-23)
- <https://www.coursera.org/articles/management> (27-10-23)
- <https://fhsu.pressbooks.pub/management/chapter/introduction-to-management/> (31-10-23)
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Management#Levels> (01-11-23)
- <https://www.usemotion.com/blog/four-functions-of-management> (31-10-23)
- <https://tyonote.com/importance-of-management/> (02-11-23)
- <https://studylib.net/doc/9381231/what-is-a-methodology> (02-11-23)
- <https://www.teachmint.com/glossary/m/methodology> (03-11-23)
- <https://www.definitions.net/definition/Methodology> (03-11-23)
- <https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-waterfall-methodology/> (03-11-23)
- <https://www.wrike.com/project-management-guide/faq/category/methodologies/> (03-11-23)
- <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking> (03-11-23)
- <https://www.techtarget.com/searchitoperations/definition/DevOps> (03-11-23)
- <https://byjus.com/physics/scientific-methods/> (08-11-23)
- <https://iep.utm.edu/fem-stan/> (08-11-23)
- <https://libguides.usc.edu/writingguide/quantitative> (08-11-23)
- https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_609332/objava_105202/fajlovi/Creswell.pdf (08-11-23)
- <https://whatfix.com/change-management/> (21-11-23)
- <https://www.planview.com/resources/guide/what-is-project-management/> (21-11-23)
- <https://www.ibm.com/topics/risk-management> (21-11-23)
- <https://www.typesof.net/a/types-of-management-with-the-definitions> (21-11-23)
- <https://asq.org/quality-resources/total-quality-management/tqm-history> (14-11-23)
- <https://www.lawinsider.com/dictionary/personal-benefit> (15-11-23)
- <https://www.upskillist.pro/blog/the-importance-and-benefits-of-professional-development/> (15-11-23)
- <https://plato.stanford.edu/entries/utilitarianism-history/> (16-11-23)
- <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/microeconomics/market-efficiency/social-benefits/> (15-11-23)
- <https://www.lyndamonk.com/what-are-the-individual-and-organizational-health-benefits-of-a-healthy-and-thriving-workplace/> (15-11-23)
- <https://www.socialsciencespace.com/2022/02/barney-glaser-1930-2022-the-guardian-of-grounded-theory/> (08-11-23)
- <https://www.cmap.illinois.gov/about/2040/supporting-materials/process-archive/strategy-papers/parks-and-open-lands/environmental-benefits> (15-11-23)
- <https://www.businessstudynotes.com/others/introduction-to-business/explain-advantages-and-functions-of-warehousing-in-detail/> (20-09-23)

ឧបសម្ព័ន្ធ

RECEIVING GOODS REPORT

Received From: SES POLYMER EXTRUSION INDUSTRIES SDN BHD (551697-U)
Address : MALAYSIA
Transporter: Thai Sea Transport

No.: RGR-230278
Off-Loading Date: 24-Jun-23
Invoice Ref. no.: 2964
P/O or PRN#: Location W.H : K.S (New)

No.	Code	Description	Quantity (PCS)					Remark of Carton
			Invoice	Good	Damage	Received	Gain/(Loss)	
1	STA-Pipe16-WH	ឡាយល្អ 16 ស	1,000	1,000		1,000	-	20
2	STA-Pipe20-WH	ឡាយល្អ 20 ស	22,600	22,600		22,600	-	452
3	STA-Pipe32-WH	ឡាយល្អ 32 ស	500	500		500	-	20
4	STA-Pipe20-BK	ឡាយល្អ 20 ខ្មៅ	6,000	6,000		6,000	-	120
5	STA-Pipe25-BK	ឡាយល្អ 25 ខ្មៅ	1,200	1,200		1,200	-	24
6	SES-Pipe16-WH	ឡាយខ្សែភ្លើង លេខ១៦ម.ម ពណ៌ស	1,000	1,000		1,000	-	20
7	SES-Pipe20-WH	ឡាយខ្សែភ្លើង លេខ២០ម.ម ពណ៌ស	3,250	3,250		3,250	-	65
8	SES-Pipe25-WH	ឡាយខ្សែភ្លើង លេខ២៥ម.ម ពណ៌ស	7,800	7,800		7,800	-	156
9	SES-Pipe32-WH	ឡាយខ្សែភ្លើង លេខ៣២ម.ម ពណ៌ស	200	200		200	-	8
10	SES-Pipe20-BK	ឡាយខ្សែភ្លើង លេខ២០ម.ម ពណ៌ខ្មៅ	3,500	3,500		3,500	-	70
11	SES-Pipe25-BK	ឡាយខ្សែភ្លើង លេខ២៥ម.ម ពណ៌ខ្មៅ	500	500		500	-	10
12	STA-TRUN-N1	ប្រអប់ខ្សែភ្លើងសាងហ្គាញ ១	1,200	1,200		1,200	-	30
13	STA-TRUN-N2	ប្រអប់ខ្សែភ្លើងសាងហ្គាញ ២	1,200	1,200		1,200	-	60
14	STA-TRUN-N5	ប្រអប់ខ្សែភ្លើងសាងហ្គាញ ៥	100	100		100	-	10
15	STA-TRUN-N6	ប្រអប់ខ្សែភ្លើងសាងហ្គាញ ៦	54	54		54	-	9
16	STA-TRUN-N7	ប្រអប់ខ្សែភ្លើងសាងហ្គាញ ៧	54	54		54	-	9
17	STA-TRUN-N8	ប្រអប់ខ្សែភ្លើងសាងហ្គាញ ៨	32	32		32	-	8
18	STA-TRUN-N9	ប្រអប់ខ្សែភ្លើងសាងហ្គាញ ៩	18	18		18	-	18
19	STA-TRUN-N10	ប្រអប់ខ្សែភ្លើងសាងហ្គាញ ១០	20	20		20	-	20
20	STA-CO20-WH	ស្នងឡាយ ២០ ស	10,000	10,000		10,000	-	5
21	STA-CLIP20-WH	គ្រាប់ឥដ្ឋសាងហ្គាញ លេខ២០ ស	20,000	20,000		20,000	-	4
22	BENDING-20MM	វីលីរក្សាឡាយលេខ ២០	60	60		60	-	3
23	STA-J2L20-WH	បកម្មល្អខ្នង ២ កែងលេខ 20		3,000		3,000	3,000	-
24			0			-	-	-
25			0			-	-	-
26			0			-	-	-
27						-	-	-
28						-	-	-
29						-	-	-
30						-	-	-
31						-	-	-
32						-	-	-
33						-	-	-
34						-	-	-
35						-	-	-
36						-	-	-
Total			80,288	83,288	-	83,288	3,000	1,141

REMARKS:Conditoin,ETC..... ឥតមាន STA-J2L20-WH = 3000pcs ខាងរោងចក្រដាក់សងឥតខ្ចី

Delivered by

Checked by

Received by

Acknowledged by:

26/6/23

Br7
26/6/23

B3
26/6/23

Br
26/6/23

Be sure to make this record accurate and completed.

Inventory Card 2023

Code: 00050

Brand: SES

No: 1

Item Name: បាញ់ទឹកស្រទាប់ 16 ម៉ែត្រ (ល)

WH: គ្រួសារ

Description: SES Pipe 16 W.H

Month:

ថ្ងៃខែឆ្នាំ	លេខប្រភេទ	ចូល		ចេញ		សមតុល្យ		កំណត់សម្គាល់
		ទំនិញល្អ	ទំនិញខ្ទង់	ទំនិញល្អ	ទំនិញខ្ទង់	ទំនិញល្អ	ទំនិញខ្ទង់	
8-1-23						9847		B22
13-1-23				150		2697	✓	B53
22-2-23	112-24			300		2397	✓	B1 B22
2-3-23	B3-57			500		1897		B22
3-3-23	DU23 0.299			200		1697		B345
1-4-23	C2-60			150		1547		B22
16-3-23	N3-81			50		1497		B22
18-3-23	P3-65			100		1397		B345
20-3-23	Q3-90			300		1097		B53
15-5-23	OS-56			50		1047		B22
22-5-23	RGR230216	1000				2047		B22
31-5-23	SA-94			200		1847	✓	B345
1-6-23	B6-33			50		1797		B22
3-6-23	CEH0148	1000				2797		B22
12-6-23	LG-20			100		2697		B345
14-6-23	AB 126 82			100		2597		B31
20-6-23	SB 56			50		2547	✓	B31
24-6-23	RGR230278	1000				3547		B22
7-8-23	K8 25			100		3447		B345
29-8-23	P29 55			200		3247		B31
12-9-23	Chetel (65 ម៉ែត្រ x 50)					3250		B1 B22
19-9-23	S9-59			150		3100		B53

សម្រេចដោយ: លោកស្រី គង់ ឈ័យ (សមាជិកគណៈកម្មាធិការ)

ACCOUNT: Final

Sunday, September 17, 2023

42

B53,22,31,16,69

3.OTHER_D.PVC

Counting Date:

September 17, 2023

186 items

1	2	3	4	5	PHYSICAL COUNT			QUICKBOOKS				VARIANCE		
					A	B	C=A+B	D	E	F	G=D+E+F	H=J-I	I=B-E	J=C-G
ITEM CODE	DESCRIPTION KHMER	SIZE	CODE	BLOG	GOOD	DMG	TOTAL1	M/O	DMG	KV	TOTAL2	GOOD	DMG	TOTAL
PRI-PFA20-25-WH	ស្រង លេខ២០២៥ ពណ៌ស	PRI	OD032	A	1,400	-	1,400	1,400	-	-	1,400	-	-	-
PRI-PFA25-32-WH	ស្រង លេខ២៥៣២ ពណ៌ស	PRI	OD033	A	1,479	-	1,479	1,479	-	-	1,479	-	-	-
PRI-Tee 16-WH	គេរត៍ត្រប លេខ១៦ ពណ៌ស	PRI	OD034	A	700	-	700	700	-	-	700	-	-	-
PRI-Tee 32-WH	គេរត៍ត្រប លេខ៣២ ពណ៌ស	PRI	OD035	A	1,791	-	1,791	1,791	-	-	1,791	-	-	-
SCT25100BK	សំប៉ងីត ២.៥*១០០ មម. - ខ្មៅ	SATA	OD036	A	1,541	-	1,541	1,541	-	-	1,541	-	-	-
SCT25100WH	សំប៉ងីត ២.៥*១០០ មម. - ស	SATA	OD037	A	2,477	-	2,477	2,477	-	-	2,477	-	-	-
SCT35150BK	សំប៉ងីត ៣.៥*១៥០ មម. - ខ្មៅ	SATA	OD038	A	3,015	-	3,015	3,015	-	-	3,015	-	-	-
SCT35150WH	សំប៉ងីត ៣.៥*១៥០ មម. - ស	SATA	OD039	A	4,521	-	4,521	4,521	-	-	4,521	-	-	-
SCT45200BK	សំប៉ងីត ៤.៥*២០០ មម. - ខ្មៅ	SATA	OD040	A	2,875	-	2,875	2,875	-	-	2,875	-	-	-
SCT45200WH	សំប៉ងីត ៤.៥*២០០ មម. - ស	SATA	OD041	A	5,185	-	5,185	5,185	-	-	5,185	-	-	-
SCT45250BK	សំប៉ងីត ៤.៥*២៥០ មម. - ខ្មៅ	SATA	OD042	A	2,336	-	2,336	2,336	-	-	2,336	-	-	-
SCT45250WH	សំប៉ងីត ៤.៥*២៥០ មម. - ស	SATA	OD043	A	4,599	-	4,599	4,599	-	-	4,599	-	-	-
SCT45300BK	សំប៉ងីត ៤.៥*៣០០ មម. - ខ្មៅ	SATA	OD044	A	1,848	-	1,848	1,848	-	-	1,848	-	-	-
SCT45300WH	សំប៉ងីត ៤.៥*៣០០ មម. - ស	SATA	OD045	A	5,268	-	5,268	5,268	-	-	5,268	-	-	-
SCT75400BK	សំប៉ងីត ៧.៥*៤០០ មម. - ខ្មៅ	SATA	OD046	A	1,045	-	1,045	1,045	-	-	1,045	-	-	-
SCT75400WH	សំប៉ងីត ៧.៥*៤០០ មម. - ស	SATA	OD047	A	1,006	-	1,006	1,006	-	-	1,006	-	-	-
SCT76500BK	សំប៉ងីត ៧.៥*៥០០ មម. - ខ្មៅ	SATA	OD048	A	800	-	800	800	-	-	800	-	-	-
SCT76500WH	សំប៉ងីត ៧.៥*៥០០ មម. - ស	SATA	OD049	A	588	-	588	588	-	-	588	-	-	-
SES-Pipe16-WH	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ១៦ ពណ៌ស	SES	OD050	B	3,250	-	3,250	3,147	-	100	3,247	3	-	3
SES-Pipe20-BK	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ២០ ពណ៌ខ្មៅ	SES	OD051	B	1,500	-	1,500	1,000	-	500	1,500	-	-	-
SES-Pipe20-WH	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ២០ ពណ៌ស	SES	OD052	B	11,987	-	11,987	10,375	-	1,615	11,990	(3)	-	(3)
SES-Pipe25-BK	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ២៥ ពណ៌ខ្មៅ	SES	OD053	B	1,154	-	1,154	1,154	-	-	1,154	-	-	-
SES-Pipe25-WH	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ២៥ ពណ៌ស	SES	OD054	B	11,022	-	11,022	8,722	-	2,300	11,022	-	-	-
SES-Pipe32-WH	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ៣២ ពណ៌ស	SES	OD055	B	473	-	473	473	-	-	473	-	-	-
STA-Pipe16-WH	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ១៦ ពណ៌ស	STARFLEX	OD056	B	11,687	-	11,687	4,587	-	7,100	11,687	-	-	-
STA-Pipe20-BK	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ២០ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD057	B	-	-	-	(50)	-	50	-	-	-	-
STA-Pipe20-WH	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ២០ ពណ៌ស	STARFLEX	OD058	B	2,583	-	2,583	(8,996)	-	11,570	2,574	9	-	9
STA-Pipe25-BK	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ២៥ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD059	B	24	-	24	(176)	-	200	24	-	-	-
STA-Pipe25-WH	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ២៥ ពណ៌ស	STARFLEX	OD060	B	7,684	841	8,525	3,253	841	4,430	8,524	1	-	1
STA-Pipe32-WH	ទូលាវ៉ែត្រប លេខ៣២ ពណ៌ស	STARFLEX	OD061	B	766	-	766	766	-	-	766	-	-	-

B53,22,31,16,69

3.OTHER_D.PVC

Counting Date:

September 17, 2023

186 items

1	2	3	4	5	PHYSICAL COUNT			QUICKBOOKS				VARIANCE		
					A	B	C=A+B	D	E	F	G=D+E+F	H=J-I	I=B-E	J=C-G
ITEM CODE	DESCRIPTION KHMER	SIZE	CODE	BLOG	GOOD	DMG	TOTAL1	M/O	DMG	KV	TOTAL2	GOOD	DMG	TOTAL
STA-TRUN-N1	ប្រអប់ប្រែប្រួល សាងប្រាស្រ្ត ១	STARFLEX	OD062	B	2,712	-	2,712	2,711	-	-	2,711	1	-	1
STA-TRUN-N10	ប្រអប់ប្រែប្រួល សាងប្រាស្រ្ត ១០	STARFLEX	OD063	B	22	-	22	22	-	-	22	-	-	-
STA-TRUN-N2	ប្រអប់ប្រែប្រួល សាងប្រាស្រ្ត ២	STARFLEX	OD064	B	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STA-TRUN-N3	ប្រអប់ប្រែប្រួល សាងប្រាស្រ្ត ៣	STARFLEX	OD065	B	589	-	589	529	-	60	589	-	-	-
STA-TRUN-N4	ប្រអប់ប្រែប្រួល សាងប្រាស្រ្ត ៤	STARFLEX	OD066	B	667	1	668	667	1	-	668	-	-	-
STA-TRUN-N5	ប្រអប់ប្រែប្រួល សាងប្រាស្រ្ត ៥	STARFLEX	OD067	B	543	-	543	543	-	-	543	-	-	-
STA-TRUN-N6	ប្រអប់ប្រែប្រួល សាងប្រាស្រ្ត ៦	STARFLEX	OD068	B	304	-	304	304	-	-	304	-	-	-
STA-TRUN-N7	ប្រអប់ប្រែប្រួល សាងប្រាស្រ្ត ៧	STARFLEX	OD069	B	110	3	113	110	3	-	113	-	-	-
STA-TRUN-N8	ប្រអប់ប្រែប្រួល សាងប្រាស្រ្ត ៨	STARFLEX	OD070	B	75	-	75	75	-	-	75	-	-	-
STA-TRUN-N9	ប្រអប់ប្រែប្រួល សាងប្រាស្រ្ត ៩	STARFLEX	OD071	B	-	-	-	(2)	-	2	-	-	-	-
STA-PFA16-BK	ស្រង លេខ១៦ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD072	B	6,900	-	6,900	6,900	-	-	6,900	-	-	-
STA-PFA16-WH	ស្រង លេខ១៦ ពណ៌ស	STARFLEX	OD073	B	1,595	-	1,595	1,595	-	-	1,595	-	-	-
STA-PFA20-BK	ស្រង លេខ២០ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD074	B	10,300	-	10,300	10,300	-	-	10,300	-	-	-
STA-PFA20-WH	ស្រង លេខ២០ ពណ៌ស	STARFLEX	OD075	B	16,851	-	16,851	15,851	-	1,000	16,851	-	-	-
STA-PFA25-BK	ស្រង លេខ២៥ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD076	B	16,270	-	16,270	16,270	-	-	16,270	-	-	-
STA-PFA25-WH	ស្រង លេខ២៥ ពណ៌ស	STARFLEX	OD077	B	1,007	-	1,007	3	-	1,000	1,003	4	-	4
STA-PFA32-BK	ស្រង លេខ៣២ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD078	B	9,400	-	9,400	9,400	-	-	9,400	-	-	-
STA-PFA32-WH	ស្រង លេខ៣២ ពណ៌ស	STARFLEX	OD079	B	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STA-TEE16-BK	គេរត៍ត្រប លេខ១៦ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD080	B	7,900	-	7,900	7,900	-	-	7,900	-	-	-
STA-TEE16-WH	គេរត៍ត្រប លេខ១៦ ពណ៌ស	STARFLEX	OD081	B	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STA-TEE20-BK	គេរត៍ត្រប លេខ២០ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD082	B	2,603	-	2,603	2,603	-	-	2,603	-	-	-
STA-TEE20-WH	គេរត៍ត្រប លេខ២០ ពណ៌ស	STARFLEX	OD083	B	6,734	-	6,734	6,734	-	-	6,734	-	-	-
STA-TEE25-BK	គេរត៍ត្រប លេខ២៥ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD084	B	4,801	-	4,801	4,801	-	-	4,801	-	-	-
STA-TEE25-WH	គេរត៍ត្រប លេខ២៥ ពណ៌ស	STARFLEX	OD085	B	5,000	-	5,000	5,000	-	-	5,000	-	-	-
STA-TEE32-BK	គេរត៍ត្រប លេខ៣២ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD086	B	5,000	-	5,000	5,000	-	-	5,000	-	-	-
STA-TEE32-WH	គេរត៍ត្រប លេខ៣២ ពណ៌ស	STARFLEX	OD087	B	17,997	-	17,997	17,997	-	-	17,997	-	-	-
STA-SADDL20-BK	ក្របាច់ម្លូម លេខ២០ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD088	B	9,600	-	9,600	9,600	-	-	9,600	-	-	-
STA-SADDL20-WH	ក្របាច់ម្លូម លេខ២០ ពណ៌ស	STARFLEX	OD089	B	26,700	-	26,700	26,700	-	-	26,700	-	-	-
STA-SADDL25-BK	ក្របាច់ម្លូម លេខ២៥ ពណ៌ខ្មៅ	STARFLEX	OD090	B	7,300	-	7,300	7,300	-	-	7,300	-	-	-
STA-SADDL25-WH	ក្របាច់ម្លូម លេខ២៥ ពណ៌ស	STARFLEX	OD091	B	8,100	-	8,100	8,100	-	-	8,100	-	-	-

SCHEDULE FOR PHYSICAL COUNT (WH)

Update: Tuesday, October 3, 2023

1 A.Himel (1) 166 B.C&E 39 C.CMC 25	3 A.Himel (3) 235	5 Lighting 1 152	7 Lighting 4 107 Z.O-O Clear 87	9 Z.O-O(1) 145
11 A.Himel (1) 166 B.C&E 39 C.CMC 25	13 A.Himel (3) 235	15 Lighting 1 152	17 Lighting 4 107 Z.O-O Clear 87	19 Z.O-O(1) 145
21 A.Himel (1) 166 B.C&E 39 C.CMC 25	23 A.Himel (3) 235	25 Lighting 1 152	27 Lighting 4 107 Z.O-O Clear 87	29 Z.O-O(1) 145
			31 A.H&S-Clear 135	
2 A.Himel (2) 183	4 A.Himel (4) 244	6 Lighting 2 86 Lighting 3 94	8 Lighting 5 133	10 Z.O-O(2) 117
12 A.Himel (2) 183	14 A.Himel (4) 244	16 Lighting 2 86 Lighting 3 94	18 Lighting 5 133	20 Z.O-O(2) 117
22 A.Himel (2) 183	24 A.Himel (4) 244	26 Lighting 2 86 Lighting 3 94	28 Lighting 5 133	30 Z.O-O(2) 117

Note:

- 1 Stock for daily count:
- | | |
|---------------------------|-----|
| 1. Cable-Roll (All Brand) | 208 |
| 3. Other-A.Himel (SP) | 36 |
| 3. Other-D.PVC | 186 |
| 3. Other-E.FP | 72 |

- 2 If the item list that we have to count is on Sunday, we should count before/after that if we can.

Product Group	Detail	Unit/Item	Schedule for count (WH)
1.Cable	ROLL (All Brand)	208	Everyday
2.Lighting	Lighting-1 (Ello)	152	5, 15, 25
	Lighting-2 (Fixer&Hi-Tek)	86	6, 16, 26
	Lighting-3 (Liper&Philip)	94	6, 16, 26
	Lighting-4 (Shining)	107	7, 17, 27
	Lighting-5 (Toshiba)	133	8, 18, 28
3.Other	A.Himel (SP)	36	Everyday
	A.Himel (1)	166	1, 11, 21
	A.Himel (2)	183	2, 12, 22
	A.Himel (3)	235	3, 13, 23
	A.Himel (4)	244	4, 14, 24
	A.Himel (5) Clear	135	31
	B.C&E (All Brand)	39	1, 11, 21
	C.CMC (All Brand)	25	1, 11, 21
	D.PVC (All Brand)	186	Everyday
	E.FP (All Brand)	72	Everyday
	Z.O-O(1)	145	9, 19, 29
	Z.O-O(2)	117	10, 20, 30
	Z.O-O(3) Clear	87	7, 17, 27

Total 2450

Update: Tuesday, October 3, 2023

