



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



របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវបញ្ចប់ការសិក្សា
ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់

ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុនហុងដា

Honda Cash Management

ជំនាញ: សវនកម្ម
រៀបរៀងដោយ: ឈួន ស្រីឡឹម
អត្តលេខ: MVI20/014
ឆ្នាំសិក្សា : ឆ្នាំ២០២២ - ២០២៤



ក្រសួងអប់រំយុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា

VANDA INSTITUTE



របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវបញ្ចប់ការសិក្សា

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់

ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុនហុនដា

Honda Cash Management

ជំនាញ: សវនកម្ម

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ ៖ បណ្ឌិត កង ឱម

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក តុឌី

ឆ្នាំសិក្សា ៖ ឆ្នាំ២០២២ - ២០២៤



**គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវបញ្ចប់ការសិក្សា
ប្រធានបទ៖ ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុនហុនដា**

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក ថ្កី

បណ្ឌិត កង ឱម

គណៈកម្មការអភិវឌ្ឍន៍កម្មវិធីសិក្សា និងស្រាវជ្រាវ
ប្រធាន

ប្រធានមជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

បណ្ឌិត ហ៊ុ គុជគន្ធលីនណា

បណ្ឌិត សេង សំអឿន

នាយកវិទ្យាស្ថាន

បណ្ឌិត ហេង វ៉ាន់ដា

លេខកថា

ក្រោយពីបានសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់សវនកម្ម នៅវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា អស់រយៈពេល២ឆ្នាំ សិក្សារួចមក ខ្ញុំបានទទួលនូវចំណេះដឹងជាច្រើន ពាក់ព័ន្ធនឹងមុខវិជ្ជាសវនកម្ម ជាពិសេសយល់ច្បាស់ថា ជំនាញសវនកម្ម គឺជាជំនាញមួយដ៏មានសារៈសំខាន់ សម្រាប់តម្រូវការស្ថាប័នទាំងអស់ មិនថាស្ថាប័នរដ្ឋ ស្ថាប័នឯកជន ឬអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលឡើយ។ ក្នុងនោះផងដែរដើម្បីឱ្យការសិក្សារបស់និស្សិតកាន់តែស៊ីជម្រៅលើ ជំនាញរបស់ខ្លួន វិទ្យាស្ថានក៏បានបញ្ចូលមុខវិជ្ជាជាច្រើន ដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹងកម្មវិធីសិក្សាទៅតាមកម្រិត ពីឆ្នាំសិក្សាទីមួយ រហូតដល់ឆ្នាំសិក្សាទីពីរដែលត្រូវបញ្ចប់ការសិក្សា។

គ្រប់មុខវិជ្ជាទាំងអស់ សុទ្ធតែជាយានសម្រាប់ឱ្យនិស្សិតយកទៅប្រើប្រាស់ នៅក្នុងវិស័យការងារបាន ជាពិសេសនោះគឺមុខវិជ្ជាគណនេយ្យ ដែលស្ថាប័នត្រូវឱ្យបុគ្គលិកពាក់ព័ន្ធត្រូវមានចំណេះដឹង ដើម្បីរៀបចំ និងកាន់កាប់បញ្ជីគណនេយ្យឱ្យបានត្រឹមត្រូវស្របទៅតាមការណែនាំរបស់អគ្គនាយកដ្ឋានពន្ធដារ ដើម្បីជៀសវាង នូវបញ្ហាផ្សេងៗដែលអាចកើតមានឡើង និងធ្វើឱ្យមានការរាំងស្ទះដល់ដំណើរការ អាជីវកម្មទៅថ្ងៃក្រោយ។ ដោយ ខ្ញុំបានយល់ថាចំណេះដឹងខាងគណនេយ្យ ជាចំណេះដឹងបន្ថែមមួយដ៏មានសារៈសំខាន់ សម្រាប់សវនកម្មទាំង អស់ធ្វើការសិក្សាស្វែងយល់ និងស្របពេលដែលខ្ញុំមានឱកាសបានរៀបចំរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវបញ្ចប់ការ សិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ផងនោះទើបខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសនូវប្រធានបទមួយស្តីពី «ការគ្រប់គ្រងសាច់ ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហ៊ុនដា» យកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងក្នុងគោលបំណងឱ្យអ្នកអាន និង អ្នកស្រាវជ្រាវក្រោយៗទៀតឱ្យយល់កាន់តែច្បាស់ពីគណនេយ្យ។

ខ្ញុំសង្ឃឹមថា ការរៀបចំរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ នឹងបានចូលរួមចំណែកក្នុងការស្រាវជ្រាវរបស់ និស្សិតជំនាន់ក្រោយៗ ព្រមទាំងអ្នកដទៃទៀត ដែលមានបំណងលើការសិក្សាពីគណនេយ្យ។

ជាទីបញ្ចប់ខ្ញុំសូមមេត្តាខន្តីអភ័យទោសពីសំណាក់លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ រាមច្បង និងមិត្តអ្នកអាន នូវរាល់ កំហុសឆ្គងដែលកើតមានដោយអចេតនា នៅក្នុងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ ហើយខ្ញុំរីករាយទទួលយករាល់ ការរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនា ដើម្បីឱ្យការរៀបចំលើកក្រោយទៀតមានការភាពល្អប្រសើរ។

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

នាងខ្ញុំជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ ជំនាន់ទី២០ ជំនាញសវនកម្ម នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា

សូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅជូនចំពោះ៖

លោកឪពុក និងអ្នកម្តាយដែលបានផ្តល់កំណើត ហើយខិតខំបីបាច់ថែរក្សាកូន ព្រមទាំងផ្គត់ផ្គង់ ដល់កូនសព្វបែបយ៉ាង ខិតខំលើកទឹកចិត្តកូនក្នុងការសិក្សា តាំងពីកូនចូលរៀនដំបូងរហូតមកដល់ពេលនេះ និងបានបង្រៀនកូនឱ្យចេះស្នេហាជាតិមាតុភូមិកម្ពុជា។

នាយក គណៈគ្រប់គ្រង បុគ្គលិក សាស្ត្រាចារ្យនៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ដែលជានិច្ចកាលតែងតែផ្តល់នូវ ការលើកទឹកចិត្ត អនុគ្រោះដល់នាងខ្ញុំរហូតធ្វើឱ្យការសិក្សាបានបញ្ចប់និងទទួលបានជោគជ័យគួរជាទីមោទនៈ។

ជាពិសេសសាស្ត្រាចារ្យ **បណ្ឌិត កង ឱម** និងសាស្ត្រាចារ្យ **យ៉ាក វុទ្ធី** ដែលលោកបានផ្លាស់ប្តូរ វេលាដ៏មានតម្លៃ ដើម្បីជួយដឹកនាំដល់ការរៀបចំសរសេររបាយការណ៍របស់នាងខ្ញុំឱ្យរឹតតែមានភាពល្អប្រសើរ។

ជាទីបញ្ចប់នាងខ្ញុំ សូមលើកដៃសំពះបួងសួងដល់គុណព្រះតេជគ្រឹះ និងវត្តស័ក្តិសិទ្ធិក្នុងលោក ជួយ បីបាច់ថែរក្សាដល់លោកអ្នកមានគុណខាងលើឱ្យជួបតែសេចក្តីសុខគ្រប់ប្រការកុំបីអាក់ខានឡើយ។

សូមគោរពជូនពរដល់គុណបការជនទាំងអស់ សូមជួបប្រទះនូវពុទ្ធពរទាំងបួនប្រការ ដ៏មហាប្រសើរ គឺ៖ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ និងពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អំណះអំណាច

នាងខ្ញុំសូមធានាអះអាង និងទទួលខុសត្រូវលើខ្លឹមសារនៅក្នុងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះថារបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ គឺជាស្នាដៃស្រាវជ្រាវផ្ទាល់របស់នាងខ្ញុំ ដោយគ្មានពាក់ព័ន្ធជាមួយសារណាឬរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកផ្សេងទៀត។ ចំពោះទិន្នន័យលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវដែលមានក្នុងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ គឺថ្មី ហើយក៏មិនទាន់មានជនណាម្នាក់ យកទៅប្រើប្រាស់នៅក្នុងសារណាឬរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់គេឡើយ។

ថ្ងៃ.....ខែ.....ឆ្នាំ..... ព.ស.

ថ្ងៃទី.....ខែ.....ឆ្នាំ២០....

ហត្ថលេខា

សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ

របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវមួយច្បាប់នេះ គឺជាការសិក្សាស្រាវជ្រាវស្តីពី៖ “ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា” ដែលបានលើកយកចំណុចសំខាន់ៗចំនួន៤ មកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវដែលមានដូចជា

១. យុទ្ធសាស្ត្រ ក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព
២. គុណសម្បត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់
៣. គុណវិបត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់
៤. ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា

ក្នុងគោលបំណង ដើម្បីបង្ហាញពីវិធីសាស្ត្រនិងការអនុវត្តន៍ក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពព្រមទាំងសិក្សាឱ្យស៊ីជម្រៅបន្ថែមទៅលើគុណសម្បត្តិនិងគុណវិបត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ដែលក្រុមហ៊ុនកំពុងអនុវត្តន៍នៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន រួមទាំងបង្ហាញនូវផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា ដែលកំពុងចរាចរលក់នៅលើទីផ្សារ។

ក្រុមហ៊ុនបានគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់យ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ដោយអ្នកដឹកនាំមានទស្សនវិស័យក្នុងការចាយវាយនិងទុកដាក់សាច់ប្រាក់ច្បាស់លាស់ទៅតាមគោលនយោបាយនិងគម្រោងថវិកាដែលបានកំណត់។ លើសពីនេះទៅទៀតនោះ ក្រុមហ៊ុនមានវិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ដូចជាមានការកំណត់គម្រោងថវិកាយុទ្ធសាស្ត្រនៃការយកលុយបង្កើតលុយ គ្រប់គ្រងគណនីត្រូវទទួល និងគ្រប់គ្រងគណនីត្រូវទូទាត់បានយ៉ាងច្បាស់លាស់។ ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់បានត្រឹមត្រូវបានផ្តល់គុណសម្បត្តិជាច្រើនដូចជា លំហូរសាច់ប្រាក់មានស្ថេរភាព ចំណូលនិងចំណាយមានភាពច្បាស់លាស់និងប្រសិទ្ធភាព។ ក្រុមហ៊ុនមានហិរញ្ញវត្ថុគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការប្រើប្រាស់ក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្មនិងដោះស្រាយបញ្ហាបានទាន់ពេលវេលា។ ក្រុមហ៊ុនមានលទ្ធភាពក្នុងការពង្រីកទំហំអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនទាំងក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន និងពេលអនាគត។ ប៉ុន្តែការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ក៏បានផ្តល់នូវគុណវិបត្តិដល់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនមិនបានគិតគូរពិចារណាឱ្យបានល្អិតល្អន់។ ជាក់ស្តែងដូចជាកង្វះខាតសាច់ប្រាក់បម្រុង កាលណាបើក្រុមហ៊ុនចំណាយថវិកាតាមគម្រោងពេក ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមិនមានលទ្ធភាពដោះស្រាយបញ្ហាដែលអាចកើតឡើងដោយមិនបានដឹងជាមុនដូចជា គ្រោះធម្មជាតិ ឬបញ្ហាផ្សេងៗដែលត្រូវការចំណាយថវិកាច្រើនដើម្បីដោះស្រាយ។ លើសពីនេះទៅទៀតនោះ ក្រុមហ៊ុនក៏មានជួបនូវបញ្ហាមួយចំនួនផ្សេងទៀតដែលមានផលប៉ះពាល់ដល់ដំណើរការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ របស់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ។ ដូចជាយឺតយ៉ាវក្នុងដំណើរ ការផលិតកម្ម កង្វះខាតបុគ្គលិក និងការយឺតយ៉ាវក្នុងការបង្វិលសងរបស់អតិថិជន។

សរុបសេចក្តីមកនាងខ្ញុំសូមធ្វើការសន្និដ្ឋានជារួមថាក្រុមហ៊ុនផលិតម៉ូតូ ហុងដា ពិតជាមានយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ដោយមានសវនករផ្ទៃក្នុងក្នុងការត្រួតពិនិត្យរបាយការណ៍ មានចនា

សម្ព័ន្ធចាត់តាំងច្បាស់លាស់ មានគោលការណ៍និងទស្សនវិស័យច្បាស់លាស់អ្នកដឹកនាំមាន បទពិសោធន៍និង ជំនាញមានការកំណត់ច្បាស់លាស់ទៅលើការចំណាយប្រចាំថ្ងៃ ព្រមទាំងប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងគណនេយ្យ (Quick Book) ដែលស្របតាមគណនេយ្យផងដែរ។ ចំណុចខ្វះខាតទាំងនោះមានដូចជា ក្រុមហ៊ុនគួរតែ ជ្រើសរើសបុគ្គលិកផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុបន្ថែម ក្រុមហ៊ុនគួរតែរក្សាទុកសាច់ប្រាក់បម្រុងសម្រាប់ចំណាយលើបញ្ហា ដែលអាចកើតឡើងដោយមិនបានរំពឹងទុកក្រុមហ៊ុនគួរតែធ្វើការកែសម្រួលគោលនយោបាយថ្លៃឈប់សម្រាក និងលក្ខខណ្ឌប្រាក់បៀវត្សឱ្យស្របតាមច្បាប់ការងារ។ ក្រុមហ៊ុនគួរតែពង្រីកវិសាលភាពរបស់ខ្លួន និងស្វែងរក ដៃគូសហការដើម្បីប្រែក្លាយពីក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធ ទៅជាក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធក្នុងគោលបំណងបង្កើន ប្រាក់ចំណេញ និងធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានឈ្មោះបោះសម្លេងទាំងក្នុងស្រុកនិងក្រៅស្រុក។

មាតិកា

ទំព័រ

អារម្ភកថា	i
សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ	ii
អំណះអំណាង	iii
សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ	iv

ជំពូកទី១: សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំដើមនៃការស្រាវជ្រាវ	១
១.២ ចំណេញបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៤ ទំហំ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៤.១ ទំហំដែនកំណត់	២
១.៤.២ វិសាលភាព	៣
១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ	៣
១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ	៣
១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ	៤

ជំពូកទី២: វិភាគទ្រឹស្តី

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់	៥
២.១.១ និយមន័យ “ការគ្រប់គ្រង”	៥
២.១.២ ប្រវត្តិគ្រប់គ្រង	៦
២.១.៣ គួនាទី មុខរបរ និងកម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង	៧
២.២ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់	៩
២.២.១ និយមន័យ “យុទ្ធសាស្ត្រ”	៩
២.២.២ ប្រវត្តិនៃការកើតមានឡើងនៃយុទ្ធសាស្ត្រ	១០
២.២.៣ អ្វីទៅដែលហៅថា “ប្រសិទ្ធភាព”	១១
២.២.៤ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់	១២
២.២.៥ ខួបសាច់ប្រាក់	១៣
២.២.៦ ការត្រួតពិនិត្យសាច់ប្រាក់ចំណាយ	១៣
២.៣ គុណសម្បត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់	១៤
២.៣.១ និយមន័យ “គុណសម្បត្តិ”	១៤
២.៤ គុណវិបត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់	១៤
២.៤.១ និយមន័យ “គុណវិបត្តិ”	១៤

២.៤.២ ផលិតផលក្រុមហ៊ុន	១៤
២.៤.៣ និយមន័យ “ផលិតផល”	១៤
២.៤.៤ សមាសភាពផលិតផល	១៥
២.៤.៥ ស្រឡាយផលិតផល	១៦
២.៤.៦ ផលិតផលចម្រុះ	១៦
២.៤.៧ ការបែងចែកជាក្រុមផលិតផល	១៦

ជំពូកទី៣: លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនហុងដា	១៧
៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនហុងដា	១៧
៣.១.២ ទស្សនៈវិស័យ បេសកកម្ម និងគោលការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា	២១
៣.១.៣ ដៃគូសហការ	២៤
៣.២ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា	២៧
៣.២.១ វិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់	២៧
៣.២.២ ការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ	២៨
៣.២.៣ ការគ្រប់គ្រងគណនីអ្នកផ្គត់ផ្គង់	២៨
៣.២.៤ ការរក្សាការចុះបញ្ជីឱ្យបានទៀងទាត់	២៨
៣.២.៥ ការគ្រប់គ្រងផ្ទៃក្នុង	២៨
៣.២.៦ ការព្យាករទុក និងការរៀបចំផែនការ	២៩
៣.៣ គុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា	២៩
៣.៣.១ គុណសម្បត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា	២៩
៣.៣.២ គុណវិបត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា	២៩
៣.៣.៣ ផលិតផលក្រុមហ៊ុនហុងដា	៣០

ជំពូកទី៤: ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង	៣២
៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ	៣២

ជំពូកទី៥: សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន	៣៣
៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍	៣៣

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំមធ្យោបាយនៃការស្រាវជ្រាវ

ជាទូទៅនៅក្នុងពិភពលោកនេះ មិនថាប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ ឬប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍សម័យកាលណាក៏ដូចសម័យកាលណាដែរ តែងតែមានការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម ដើម្បីស្វែងរកប្រាក់ចំណេញជួយផ្គត់ផ្គង់គ្រួសារក៏ដូចជាសង្គមជាតិឱ្យរីកចម្រើនផងដែរ។ បើយើងក្រលេកទៅមើលនាពេលសម័យលង្វែកការធ្វើពាណិជ្ជកម្មបែបលក្ខណៈខ្នាតតូចគ្រាន់តែលក់ដូរ ដោយធ្វើការដោះដូរគ្នាទៅវិញទៅមក និងអាចទទួលបានប្រាក់ចំណេញបន្តិចបន្តួចដោយសារប្រព័ន្ធទីផ្សារមិនសូវទូលំទូលាយ។ តែនាពេលបច្ចុប្បន្នដោយសារប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងនិងការដឹកនាំមានភាពប្រាស្រ័យទាក់ទងល្អ នឹងគ្នាជាមួយប្រទេសជិតខាងបានធ្វើឱ្យវិស័យពាណិជ្ជកម្មមានការរីកចម្រើន និងផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រក៏កាន់តែទំនើបបានធ្វើឱ្យប្រទេសយើងក្លាយជាប្រទេសដែលកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ និងក្លាយខ្លួនជាប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍នាពេលអនាគត។

ភាពជឿទុកចិត្តដែលអាចជំរុញអ្នកវិនិយោគទុនក្នុងតំបន់ម្ចាស់ផ្តល់ជំនួយស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ និងប្រទេសលើសកលលោកសម្រេចចិត្តដាក់ធនធានរបស់ពួកគេមកវិនិយោគ ផ្តល់ជំនួយនឹងប្រាក់កម្ចីនៅក្នុងប្រទេស ឬតំបន់មួយអាស្រ័យលើកត្តាជាច្រើនដូចជា សុខសន្តិភាព និងស្ថិរភាពនយោបាយ ឬកំណើនសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសនោះធ្វើឱ្យម្ចាស់វិនិយោគ ឬ ម្ចាស់ជំនួយជឿជាក់ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់អង្គភាពមួយ ឬការសុំមូលនិធិក្នុងគម្រោងអ្វីមួយ លុះត្រាតែអង្គភាពស្ថាប័ននោះផ្តល់នូវរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ តើអាចឱ្យពួកគេហ៊ានរកស៊ីសម្រេចចិត្តផ្តល់ជំនួយ ឬកម្ចីដល់អង្គភាព ឬស្ថាប័ននោះ។

នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាយើងមានក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មជាច្រើនតែក្នុងប្រធានបទនេះខ្ញុំសូមលើកយកតែក្រុមហ៊ុនមួយមកនិយាយ។ បែរមកមើលការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុនរបស់ ហុងដា វិញម្តងថា តើប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់គាត់មានលក្ខណៈល្អយ៉ាងណា ដែលបានជាអាចធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនរបស់គាត់រីកចម្រើននិងមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ជាពិសេសក្រុមហ៊ុន ហុងដា បានទទួលសិទ្ធិក្នុងការធ្វើពាណិជ្ជកម្មពីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ធ្វើការនាំចូលដោយស្របច្បាប់រួមមានទាំងការបញ្ជាក់ពីគុណភាពរបស់ផលិតផលផងដែរ។

ដើម្បីធ្វើឱ្យការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា មានការរីកចម្រើននោះគឺ មានការរៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងបុគ្គលិកដែលមានសមត្ថភាព ឆន្ទៈ តស៊ូ ក្លាហាន ស្មោះត្រង់។

១.២ ចំណោទមធ្យោបាយនៃការស្រាវជ្រាវ

នៅក្នុងខណៈពេលដែលក្រុមហ៊ុនកំពុងរីកចម្រើន និងបន្តសក្តានុពលរបស់ខ្លួនក្នុងការជួយពង្រឹងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច របស់ប្រទេសកម្ពុជាឱ្យកាន់តែរីកចម្រើនទៅមុខបន្ថែមទៀត ខ្ញុំបានឃើញថានៅក្នុងក្រុមហ៊ុននីមួយៗកំពុងតែខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការពង្រឹងពាណិជ្ជកម្ម សេវាកម្ម និងពង្រឹងការទុកចិត្តពីអតិថិជនក្នុងស្រុកដើម្បីឱ្យក្រុមហ៊ុនដំណើរការបានយ៉ាងល្អ។ ទន្ទឹមនឹងនេះខ្ញុំបានឃើញថាដើម្បីសម្រេចបាននូវក្រុមហ៊ុនមួយ គឺក្រុមហ៊ុនត្រូវបានធ្វើការចុះកិច្ចសន្យាជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់បច្ចេកវិទ្យាដែលមកពីទ្វីបអាស៊ី និងអឺរ៉ុប។ ហើយក្រុមហ៊ុន ហុងដា កម្ពុជា ជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលបានប្រតិបត្តិការជាផ្លូវការនៅកម្ពុជាតាំងពីឆ្នាំ១៩៩២ មកម្ល៉េះ បើទោះបីជាក្រុមហ៊ុនមានវត្តមាននៅកម្ពុជាអស់រយៈពេលជាង២៨ឆ្នាំហើយ។ បច្ចុប្បន្នក្រុមហ៊ុន ហុងដា

មានផលិតផលនិងសេវាកម្មជាច្រើនរួមមានសាខាចំនួន៤០៥សាខា (គិតត្រឹមថ្ងៃទី៣១ ខែមីនា ឆ្នាំ២០០៧)។ ដោយសារប្រទេសកាន់តែរីកចម្រើន និងមានការអភិវឌ្ឍន៍ ដូច្នេះហើយបច្ចេកវិទ្យាក៏កាន់តែទំនើបឧបករណ៍ ប្រើប្រាស់កាន់តែទំនើប។ នេះជាមូលហេតុដែលតាក់តែងតម្រូវឱ្យមានការវិភាគ ពីប្រធានបទមួយលេចឡើង ស្តីពី “ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា” ក្នុងនោះផងដែរប្រធានបទនេះបានយកចិត្តទុកដាក់ យ៉ាងសំខាន់ទៅលើស្ថានភាពនៃការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងលក្ខណៈពិសេសយ៉ាងណាដើម្បីអាចទាញចំណាប់ អារម្មណ៍ពីសំណាក់អតិថិជន។ ដើម្បីឈានទៅរកគោលបំណងច្បាស់លាស់ នៃអត្ថបទស្រាវជ្រាវមួយនេះខ្ញុំ បានបង្កើតសំណួរស្រាវជ្រាវមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- ១.តើក្រុមហ៊ុន ហុងដា មានយុទ្ធសាស្ត្រយ៉ាងដូចម្តេច ក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ?
- ២.តើការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ផ្តល់គុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិអ្វីខ្លះដល់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា ?

១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

រាល់ការស្រាវជ្រាវសុទ្ធតែមានគោលបំណងច្បាស់លាស់ និងទាមទារចាំបាច់នូវការផ្សារភ្ជាប់រវាងទ្រឹស្តី និងការអនុវត្តជាក់ស្តែងដើម្បីឱ្យអ្វីៗ ដែលខ្ញុំបានសិក្សាកន្លងមកក្លាយជាដើមទុនយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការស្រាវជ្រាវ មួយនេះ។ ហើយគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវនេះដើម្បីឱ្យដឹងអំពីការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុនហុងដា ដោយផ្ដោតទៅលើចំណុចសំខាន់ៗដែលខ្ញុំយកមកសិក្សាកន្លងមក។

គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវនេះគឺដើម្បីសិក្សា និងត្រួតពិនិត្យមើលលើការអនុវត្តនូវការគ្រប់គ្រង ចលនាសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា មានដូចជា៖

- ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ផ្ដោតទៅលើចលនាសម្ព័ន្ធចាត់តាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ចង់ដឹងពីគោលការណ៍នៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន
- ការស្វែងយល់ពីគោលដៅនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន
- ទទួលបានបទពិសោធន៍និងចំណេះដឹងដែលទាក់ទងទៅ នឹងគោលការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុន ការសន្និដ្ឋាននិងផ្តល់អនុសាសន៍ចំពោះចំណុចខ្វះខាតរបស់ក្រុមហ៊ុន។

១.៤ ទំហំ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

១.៤.១ ទំហំ ដែនកំណត់

នៅក្នុងអត្ថបទនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវផ្ដោតសំខាន់ទៅលើការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា ដែលមានទីស្នាក់ការកណ្តាលស្ថិតនៅ៖ ផ្លូវវិងស្រេង ភូមិ ត្រពាំងថ្មី,សង្កាត់ ចោមចៅ,ខណ្ឌ ពោធិ៍សែនជ័យ រាជធានីភ្នំពេញ តែប៉ុណ្ណោះ។

១.៤.២ វិសាលភាព

ដំណើរការនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ គឺធ្វើឡើងដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងពីរបៀបនៃការអនុវត្តន៍នូវកិច្ចបញ្ជីការ របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា(២០២២)។

១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

វិធីសាស្ត្រដែលខ្ញុំបានប្រើប្រាស់សម្រាប់ធ្វើការស្រាវជ្រាវរួមមាន៖

- ទិន្នន័យចម្បង

- តាមរយៈការចុះកម្មសិក្សានិងការសាកសួរផ្ទាល់ជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រង និងបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម
- ប្រមូលទិន្នន័យនិងឯកសារទាំងឡាយដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រធានបទ។
- ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ
 - សុំការផ្តល់មតិយោបល់ និងការណែនាំពីសាស្ត្រាចារ្យដែលជាអ្នកដឹកនាំការស្រាវជ្រាវ
 - ឯកសារដែលបានសិក្សាកន្លងមកនៅវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដាគណនេយ្យ
 - ធ្វើការស្រាវជ្រាវឯកសារផ្សេងៗនៅតាមបណ្ណាល័យ និងតាមគេហទំព័រមួយចំនួនដែលទាក់ទងទៅនឹងប្រធានបទខាងលើ។

១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

យល់ដឹងអំពីនីតិវិធីក្នុងការអនុវត្ត និងការត្រួតពិនិត្យលើដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់៖

- យល់ដឹងពីវិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន
- ផ្តល់ជាឯកសារបន្ថែមសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រង និងបំពេញនូវចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួន
- ផ្តល់ជាឯកសារបន្ថែមសម្រាប់និស្សិត និងអ្នកស្រាវជ្រាវជំនាន់ក្រោយៗទៀត។

១. ចំពោះក្រុមហ៊ុន

- ផ្តល់នូវគន្លឹះ និងយុទ្ធសាស្ត្របន្ថែមសម្រាប់ធ្វើការអភិវឌ្ឍន៍
- ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះកាន់តែខ្លាំង
- បានជួយដល់ការផ្សព្វផ្សាយបន្ថែម
- បង្កើតទំនាក់ទំនងល្អនៅក្នុងសង្គម
- ដឹងពីចំណុចខ្វះខាតរបស់ក្រុមហ៊ុន
- និងធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនទទួលបាននៅអត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងៗ។

២. ចំពោះអ្នកស្រាវជ្រាវ

- បានដឹងពីរបៀបនៃការស្រាវជ្រាវ
- បង្កើតនូវសមត្ថភាពបន្ថែម
- ទទួលបាននូវបទពិសោធន៍ថ្មីផ្សេងៗ
- រៀនសូត្របានច្រើនពីអ្វីដែលបានស្រាវជ្រាវ
- បង្កើតទំនាក់ទំនងល្អនៅក្នុងក្រុម និងមនុស្សនៅជុំវិញខ្លួន
- យល់កាន់តែច្បាស់ និងធ្វើការសម្រេចចិត្តបានលឿន។

៣. ចំពោះសង្គម

- បានបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយមនុស្សជុំវិញខ្លួន និងនៅក្នុងសង្គម
- បានផ្តល់ទិន្នន័យ សម្រាប់អ្នកស្រាវជ្រាវជំនាន់ក្រោយ។

១.៧ បេសកកម្មនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ នាងខ្ញុំបានបែងចែកជាប្រាំជំពូកដូចខាងក្រោម៖

ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

បង្ហាញពីគំនិតផ្តួចផ្តើមដែលទាក់ទងនឹងទិដ្ឋភាពទូទៅបុព្វហេតុ ឬវត្ថុបំណងដែលបង្ហាញស្តីពី អត្ថប្រយោជន៍នៃការស្រាវជ្រាវ។

ជំពូកទី២ រំលឹកទ្រឹស្តី

នៅក្នុងជំពូកនេះបកស្រាយបំភ្លឺពីនិយមន័យទ្រឹស្តី និងឯកសារដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការរៀបចំគម្រោងចំណាយ របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា។

ជំពូកទី៣ លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ

ជំពូកនេះមានការបកស្រាយពីលក្ខណៈទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុននិង គោលការណ៍ ព្រមទាំងរចនាសម្ព័ន្ធហើយក៏ជាចម្លើយដែលត្រូវឆ្លើយតបទៅនឹងសំណួរដែលបានស្រាវជ្រាវ ទាំងបួនខាងលើរបស់ខ្ញុំបានធ្វើការចោទសួរហើយក៏ជាផ្នែកមួយដើរទន្ទឹមគ្នានឹងគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ។

ជំពូកទី៤ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ

ជំពូកនេះមានការបង្ហាញពីការវិភាគទៅលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយនៃប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសាច់ ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម។

ជំពូកទី៥ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

ជំពូកនេះបង្ហាញពីការធ្វើសំយោគទៅលើចំណុចសំខាន់ៗទាក់ទងទៅ នឹងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ របស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម ព្រមទាំងអនុសាសន៍កែលម្អពីលើខ្លះៗ។

ជំពូកទី២

ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់

២.១.១ និយមន័យនៃការគ្រប់គ្រង

ការគ្រប់គ្រង គឺជាមុខវិជ្ជាមួយបែបវិទ្យាសាស្ត្រដែលសិក្សាលម្អិតអំពី៖ ១.ការធ្វើផែនការ (Planning), ២.ការចាត់តាំង(Organizing), ៣.ការដឹកនាំ(leading), ៤.ការត្រួតពិនិត្យឡើងវិញ(Controlling), ៥.ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត(Decision making)¹។

ការគ្រប់គ្រង៖ គឺដំណើរការធ្វើផែនការចាត់តាំងដឹកនាំ និងត្រួតពិនិត្យទៅលើការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្ស និងធនធានដទៃទៀតដើម្បីសម្រេចគោលដៅអង្គភាព²។

ការគ្រប់គ្រង៖ គឺជាដំណើរការមួយនៃអង្គការចាត់តាំងមួយដែលមានប្រសិទ្ធភាព។ ការគ្រប់គ្រងគឺជាការទទួលខុសត្រូវមួយដ៏លំបាក វាទាមទារឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងចាំបាច់ត្រូវមានសមត្ថភាពយល់ដឹងខ្ពស់រហ័សរហួសប្រកបដោយភាពប៊ុនប្រសព្វ និងមានចំណេះដឹងធំទូលំទូលាយបើទោះបីយ៉ាងនេះក៏ដោយ ក៏មានអ្នកគ្រប់គ្រងខ្លះទទួលបានជោគជ័យហើយអ្នកគ្រប់គ្រងខ្លះ ក៏បរាជ័យផងដែរ។

ការគ្រប់គ្រង៖ គឺជាដំណើរការរៀបចំចាត់តាំងដឹកនាំ និងត្រួតពិនិត្យដោយប្រើ ធនធានផ្សេងៗ ដើម្បីសម្រេចគោលដៅ។

ការគ្រប់គ្រង៖ គឺជាដំណើរការនៃការធ្វើការជាមួយនឹងមនុស្សនិងធនធានដទៃទៀតដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់អង្គភាព⁴។

ការគ្រប់គ្រង៖ គឺជាការទទួលខុសត្រូវដ៏លំបាក វាទាមទារឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងចាំបាច់ត្រូវមានសមត្ថភាពយល់ដឹងខ្ពស់ រហ័សរហួសប្រកបដោយភាពប៊ុនប្រសព្វ និងមានចំណេះដឹងធំទូលាយ បើទោះបីយ៉ាងនេះក៏ដោយក៏នៅមាន អ្នកគ្រប់គ្រងខ្លះទទួលបានជោគជ័យហើយអ្នកគ្រប់គ្រងខ្លះបរាជ័យផងដែរ។

ការគ្រប់គ្រង៖ គឺជាដំណើរការមួយនៃអង្គការចាត់តាំងមួយដែលមានប្រសិទ្ធភាព។ ការគ្រប់គ្រងគ្មានការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធនៃកាចាត់តាំងនៅក្នុងស្ថាប័នតួនាទីរបស់បុគ្គលិកខ្លះទំនាក់ទំនងរវាងបុគ្គលិក និងអ្នកគ្រប់គ្រងរបៀបរបបពីថ្នាក់កណ្តាលគ្មានការសម្រេចចិត្ត គ្មានភាពស្ម័គ្រចិត្តគ្មានការលើកទឹកចិត្តឬកោតសរសើរបុគ្គលិកឱ្យខិតខំប្រឹងប្រែងធ្វើការធ្វើឱ្យគោលដៅមិនបានសម្រេច...។

ការគ្រប់គ្រង៖ គឺជាបរិយាកាសសកលមួយពាក្យនេះគឺជាពាក្យពេញនិយម។ គ្រប់ស្ថាប័នទាំងអស់ទាំងពាណិជ្ជកម្ម នយោបាយ វប្បធម៌ និងសង្គមគឺត្រូវតែមានទំនាក់ទំនងជាមួយការគ្រប់គ្រង ពីព្រោះការគ្រប់គ្រងមិនមែនជារឿងអ្វីនោះទេប៉ុន្តែវាជាជំនួយនិងដឹកនាំនូវកិច្ចខិតខំផ្សេងៗគ្នាឆ្ពោះទៅមុខនូវគោលបំណងដែលបានកំណត់។

¹ សៀវភៅវិទ្យាស្ថានវ៉ាន់ដា មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រង បោះពុម្ពលើទី៦ (២០១៧)

² <https://sokankeng.wordpress.com/2013/12/03/-management/>

³ [Chrin so cheat of psychology](#)

⁴ <https://clubniset.wordpress.com/2011/05/31>

បើយោងតាមទ្រឹស្តីរបស់លោក Harold Koontz ការគ្រប់គ្រង គឺជាសិល្បៈដើម្បីសម្រេចបានគោលដៅ ដែលបុគ្គលនានាត្រូវបានរៀបចំជាផ្លូវការទៅតាមក្រុមផ្សេងៗ។ វាគឺជាសិល្បៈក្នុងការបង្កើតបរិយាកាសមួយ ដែលបុគ្គលិកអាចបំពេញការងារ ដោយកិច្ចសហការប្រកបដោយ ការចូលរួមយ៉ាងសស្រាក់សស្រាំ ដើម្បី គោលបំណងរួមជាចម្បង បើតាមលោក F.W Taylor ការគ្រប់គ្រងគឺជាសិល្បៈនៃការយល់ដឹងអ្វីដែលត្រូវធ្វើ ពេលវេលាដែលត្រូវធ្វើ និងសម្រេចបានយ៉ាងល្អ និងចំណាយតិចបំផុត។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាសកម្មភាពដ៏ល្អប្រសើរហើយវា គឺជាអ្វីមួយដែលជាការដឹកនាំក្រុមឱ្យខិតខំដើម្បី សម្រេចបានគោលដៅកំណត់ច្បាស់លាស់។វាគឺជាដំណើរការនៃការងារមួយ និងតាមរយៈប្រសិទ្ធភាពការងារ របស់អ្នកដទៃដើម្បីគោលបំណងរបស់ស្ថាប័ន ដោយការប្រើប្រាស់ធនធានដែលកំណត់។ ពិតណាស់ហើយ គោលបំណងនេះ ទំនងជាប្រែប្រួលពីសហគ្រាសមួយ ទៅសហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត។ ឧទាហរណ៍ដូចជា សហគ្រាសមួយសម្រេចដាក់ចេញនូវផលិតផលថ្មីមួយ តាមរយៈការធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារជាមុន ចំណែក សហគ្រាសមួយទៀតតាមរយៈការប្រើប្រាស់ចំណាយតិចបំផុតក៏មាន។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាទំនាក់ទំនងនៃការបង្កើតបរិយាកាសផ្ទៃក្នុង។វាគឺជាការគ្រប់គ្រងដែលដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ នូវចលករទាំងអស់ដើម្បីផលិតភាពការងារ។ ជួនកាលវាគឺជាការទទួលខុសត្រូវនៃការគ្រប់គ្រងដើម្បីបង្កើតនូវ លក្ខខណ្ឌណាមួយ ដើម្បីឱ្យមានការខិតខំយ៉ាងខ្លាំងក្លាដើម្បីបំពេញការងាររបស់ពួកគេយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធផល។វារួមបញ្ចូលទាំងការធានានូវសម្ភារៈការកំណត់ប្រាក់ឈ្នួលនិងប្រាក់ខែ រូបមន្តនៃការគណនា និងបញ្ញត្តិនានា។

លើសពីនេះទៅទៀតគេក៏អាចនិយាយបានថាការគ្រប់គ្រងល្អ គឺត្រូវតែមានប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធផល ល្អ។ ប្រសិទ្ធភាពមានន័យថា គឺជាធ្វើការងារដែលសមស្របចំណែកប្រសិទ្ធផលវិញគឺការធ្វើការងារបានយ៉ាង ត្រឹមត្រូវយ៉ាងសកម្មភាព ជានិយម ជាក្រុម ជាវិទ្យាសាស្ត្រ ជាសិល្បៈ និងវិជ្ជាជីវៈ។

២.១.២ ប្រវត្តិការគ្រប់គ្រង

កាលពីដើមឡើយអ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ គឺជាអ្នកដែលមានតួនាទីសំខាន់ក្នុងការគ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ អ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុក្នុងក្រុមហ៊ុន។ នេះក៏ដោយសារតែគ្មានជម្រើសផ្សេងៗពីនេះ។ រហូតដល់ពាក់កណ្តាល ដើមឆ្នាំ១៩០០ អ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុបានក្លាយជាអ្នកស្វែងរកមូលធន និងគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ទាំងមូល ហើយដែលមានប្រជាប្រិយភាពនាសម័យនេះ។

ទើបតែនៅក្នុងឆ្នាំ១៩៥០ មានទស្សនៈដែលទាក់ទងនឹងតម្លៃបច្ចុប្បន្នបានកើតមានឡើងជាហេតុធ្វើ ឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុធ្វើការពង្រីកនូវការទទួលខុសត្រូវរបស់ពួកគេ ហើយបានក្លាយទៅជាមុខរបរមួយ ដែលមានសារៈសំខាន់ក្នុងការស្វែងរកនូវធនធានសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន។ សព្វថ្ងៃនេះកត្តាជះឥទ្ធិពលពីខាងក្រៅ ដូចជាការប្រកួតប្រជែង ពីមជ្ឈដ្ឋានជុំវិញខ្លួនការប្រែប្រួលនៃបច្ចេកវិទ្យា អតិផរណា អត្រាការប្រាក់ការរីក ចម្រើនសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោក និងការប្រែប្រួលនៃអត្រាប្តូរប្រាក់ជាដើម បានធ្វើឱ្យអ្នកហិរញ្ញវត្ថុកាន់តែមានការ មមាញឹកខ្លាំងឡើង។ នាសម័យអង្គព្រះមហាក្សត្រខ្មែរសូរិយវរ្ម័នទី២ (ក្នុងគ្រឹស្តសករាជ ១១១៣ដល់១១៥០) ក្នុងការកសាងអង្គរវត្តប្រសិនបើព្រះអង្គគ្មានសមត្ថភាពដឹកនាំគ្រប់គ្រងដ៏ប៉ិនប្រសព្វ ក្នុងការកសាងគម្រោង

ផែនការ និងការចាត់តាំងបញ្ជាដ៏វិសេសវិសាលទេនោះ ក៏មិនអាចស្ថាបនាបាននូវអច្ឆរិយៈវត្ថុដ៏ល្បីល្បាញលើពិភពលោកនេះបានដែរ។

គំនិតនៃការគ្រប់គ្រងមានតាំងពីរាប់ពាន់ឆ្នាំមកហើយ។ យោងតាម Pindur, Rogers, and Kim (1995) វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗក្នុងការគ្រប់គ្រងបានត្រលប់មកវិញយ៉ាងហោចណាស់ 3000 ឆ្នាំមុនពេលកំណើតរបស់ព្រះគ្រីស្ទ ដែលជាពេលវេលាមួយដែលកំណត់ត្រានៃការធ្វើជំនួញត្រូវបានកត់ត្រាជាលើកដំបូងដោយពួកបូជាចារ្យនៅមជ្ឈិមបូព៌ា។ សូក្រាត នៅប្រហែលឆ្នាំ 400 មុនគ្រឹស្តសករាជ បាននិយាយថា ការគ្រប់គ្រងគឺជាសមត្ថភាពដាច់ដោយឡែកពីជំនាញបច្ចេកទេស និងចំណេះដឹង (Higgins, 1991)។ ជនជាតិរ៉ូមដែលល្បីល្បាញដោយសារកងទាហានរបស់ពួកគេដឹកនាំដោយ Centurions បានផ្តល់ការទទួលខុសត្រូវតាមរយៈឋានានុក្រមនៃសិទ្ធិអំណាច។ ព្រះវិហាររ៉ូម៉ាំងកាតូលិកត្រូវបានរៀបចំតាមបន្ទាត់នៃទឹកដីជាក់លាក់ ខ្សែសង្វាក់នៃពាក្យបញ្ជា និងការពិពណ៌នាការងារ។ ក្នុងកំឡុងយុគសម័យកណ្តាល ជារយៈពេល 1,000 ឆ្នាំប្រហែលពីឆ្នាំ 476 នៃគ.ស ដល់ 1450 គ.ស. Guilds ដែលជាបណ្តុំនៃសិប្បករ និងពាណិជ្ជករបានផ្តល់ទំនិញដែលធ្វើដោយដៃ រាប់ចាប់ពីនំប៉័ង រហូតដល់ពាសដែក និងជាវសម្រាប់បូជនីយកិច្ច។ ឋានានុក្រមនៃការគ្រប់គ្រង និងអំណាច ស្រដៀងទៅនឹងព្រះវិហារកាតូលិក ដែលអាជ្ញាធរបានសម្រាកជាមួយចៅហ្វាយនាយ ហើយបោកបញ្ឆោតទៅកាន់អ្នកធ្វើដំណើរ និងកូនជាង។ ជាទូទៅសិប្បករទាំងនេះគឺជាអាជីវកម្មខ្នាតតូចដែលផលិតផលិតផលដែលមានកម្រិតគុណភាពខុសៗគ្នាអត្រាផលិតភាពទាបនិងតម្រូវការតិចតួចសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងលើសពីម្ចាស់ ឬសិប្បករមេ។

បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មដែលជាពេលវេលាមួយពីចុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1700 ដល់ទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1800 គឺជារយៈពេលនៃភាពចលាចល និងការផ្លាស់ប្តូរដ៏ធំនៅក្នុងរបៀបរស់នៅ និងការងាររបស់មនុស្ស។ មុននេះ ប្រជាជនភាគច្រើនប្រកបរបរធ្វើស្រែចំការ ឬធ្វើការ និងរស់នៅក្នុងសហគមន៍ជនបទ។ ជាមួយនឹងការបង្កើតម៉ាស៊ីនចំហាយទឹក ការច្នៃប្រឌិតជាច្រើនបានកើតឡើង រួមទាំងចលនាដោយស្វ័យប្រវត្តិនៃធុងថ្មពីអណ្តូងក្រោមដីរោងចក្រថាមពលដែលឥឡូវនេះទំនិញផលិតយ៉ាងច្រើនដែលផលិតដោយដៃ និងក្បាលរថភ្លើងផ្លូវដែកដែលអាចផ្លាស់ទីផលិតផល និងសម្ភារៈឆ្លងកាត់ប្រទេសនានា បានទាន់ពេលវេលា និង វិធីមានប្រសិទ្ធភាព។ រោងចក្រត្រូវការកម្មករដែលទាមទារទិសដៅ និងអង្គការ។ ដោយសារគ្រឿងបរិក្ខារទាំងនេះ កាន់តែមានសារៈសំខាន់ និងផលិតភាព តម្រូវការសម្រាប់ការគ្រប់គ្រង និងការសម្របសម្រួលបានក្លាយជាកត្តាសំខាន់។ គិតអំពី Henry Ford ដែលជាបុរសដែលបានបង្កើតខ្សែដំឡើងចល័តដើម្បីផលិតរថយន្តរបស់គាត់។ នៅដើមទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1900 រថយន្តត្រូវបានដាក់បញ្ចូលគ្នាដោយសិប្បករ ដែលនឹងកែប្រែសមាសធាតុឱ្យសមនឹងផលិតផលរបស់ពួកគេ។ ជាមួយនឹងការមកដល់នៃផ្នែកស្តង់ដារនៅឆ្នាំ 1908 បន្តដោយខ្សែបដិវត្តន៍របស់ ដដែលបានណែនាំនៅឆ្នាំ 1913 ពេលវេលាដែលត្រូវការក្នុងការសាងសង់គំរូ T បានធ្លាក់ចុះពីប៉ុន្មានថ្ងៃមកត្រឹមប៉ុន្មានម៉ោងប៉ុណ្ណោះ (Klaess, 2020) ។ តាមទស្សនៈរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង សិប្បករដែលមានជំនាញគឺមិនចាំបាច់ក្នុងការផលិតរថយន្តទៀតទេ។ ការប្រើប្រាស់កម្លាំងពលកម្មដែលមានតម្លៃទាប និងការកើនឡើងនៃផលិតកម្មដែលទទួលបានដោយការផ្លាស់ប្តូរខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មបានអំពាវនាវឱ្យមានតម្រូវការណែនាំ និងគ្រប់គ្រង

ប្រតិបត្តិការដ៏ធំទាំងនេះ(Wilson,2015)។ ដើម្បីទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ វិធីសាស្ត្រផ្សេងគ្នា ចំពោះរចនាសម្ព័ន្ធស្ថាប័ន និងការគ្រប់គ្រងត្រូវបានទាមទារ⁵។

២.១.៣ តួនាទី មុខរបរ និងកម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង

➢ តួនាទីនៃការគ្រប់គ្រង

តួនាទីបីប្រភេទនៃការគ្រប់គ្រង៖

ក. តួនាទីទំនាក់ទំនងរវាងបុគ្គល៖ ប្រធានគ្រប់គ្រងមានតួនាទីក្នុងការទាក់ទងមនុស្សខាងក្នុង និង ខាងក្រៅក្រុមហ៊ុន ហើយក្នុងនោះក៏មានតួនាទីបីផ្សេងទៀត។

- គាត់មានតួនាទីដើម្បីតំណាងឱ្យក្រុមហ៊ុន (តួនាទីតំណាង)
- ពួកគេមានតួនាទីដើម្បីដឹកនាំបុគ្គលិកនៅខាងក្នុង (តួនាទីភាពជាអ្នកដឹកនាំ)
- ពួកគេបានប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអ្នកខាងក្រៅ ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍សម្ព័ន្ធភាពជាមួយអ្នក ផ្សេងទៀតសម្រាប់គោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុន (តួនាទីទំនាក់ទំនង)។

ខ. តួនាទីក្នុងការជូនដំណឹង៖ ប្រធានគ្រប់គ្រងមានតួនាទីស្វែងរកព័ត៌មាន និងជូនដំណឹងទៅ បុគ្គលិកខាងក្នុងក្រុមហ៊ុន ហើយក្នុងនោះក៏មានតួនាទីបីផ្សេងទៀត។

- គាត់ប្រមូលព័ត៌មានដែលមានប្រយោជន៍ពីបរិយាកាសជុំវិញ (តួនាទីក្នុងការតាមដាន)
- ពួកគេជូនដំណឹងដល់អ្នកក្រោមបង្គាប់ ឱ្យដឹងដំណឹងសំខាន់ដែលប្រធានគ្រប់គ្រងបានស្វែងរក (តួនាទីក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ)
- ពួកគេត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាអ្នកការទូតនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ដើម្បីបង្ហាញពីសកម្មភាពល្អៗ របស់អ្នកនៅខាងក្រៅ (តួនាទីជាអ្នកនាំពាក្យ)។

គ. តួនាទីក្នុងការសម្រេចចិត្ត៖ ប្រធានក្រុមហ៊ុនមានតួនាទីដើម្បីប្រមូលព័ត៌មានដើម្បីសម្រេច ផែនការនិងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ទិសដៅក្រុមហ៊ុន។

- គាត់គឺជាមនុស្សម្នាក់ដែលបានផ្ដួចផ្ដើមគំនិតច្នៃប្រឌិតថ្មីសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន (តួនាទីជាសហគ្រិន)
- ពួកគេគឺជាមនុស្សដែលកំពុងរងចាំដោះស្រាយបញ្ហានេះ (តួនាទីដោះស្រាយដែលរំខាន)
- ពួកគេគឺជាអ្នកលែងលកធនធាន ដើម្បីឱ្យប្រព្រឹត្តិការណ៍មានសកម្មភាពល្អដែលជាអាទិភាព (តួនាទីក្នុងការបែងចែកធនធាន)
- ពួកគេគឺជាអ្នកដែលធ្វើការនៅខាងក្រៅ និងខាងក្នុងក្រុមហ៊ុនដើម្បីសម្រេចបានគោលដៅ (តួនាទីចរចា)⁶។

➢ មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង

មុខងារនៃការគ្រប់គ្រងមាន៤ គឺ៖

- ការធ្វើផែនការ៖ គឺជាការកំណត់នូវគោលបំណងអង្គភាពបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ ឋានានុក្រមផែនការ និងធ្វើការសម្របសម្រួលសកម្មភាពទាំងឡាយ។

⁵ <https://fhsu-pressbooks-pub.translate.google.com/management/chapter/the-history-of-management/>

⁶ <https://web.facebook.com/hrtrainingsolution/posts/1683667888509547/>

- **ការចាត់តាំង៖** គឺជាការទទួលខុសត្រូវចំពោះគម្រោងរចនាសម្ព័ន្ធ របស់អង្គភាពបែងចែកការងារ តម្រូវទៅតាមសកម្មភាពបុគ្គលដែលត្រូវធ្វើ។
- **ការដឹកនាំ៖** គឺជាការដឹកនាំដោយផ្ទាល់និងសម្របសម្រួលជាមួយក្រុមមនុស្សទាំងអស់ចេះលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក ដឹកនាំសកម្មភាពអ្នកដទៃ ជ្រើសរៀបនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលមានប្រសិទ្ធភាពបំផុត និងដោះស្រាយជម្លោះនៅក្នុងក្រុមការងារ។
- **ការត្រួតពិនិត្យ៖** គឺដើម្បីធានាឱ្យកិច្ចការទាំងអស់ត្រូវទៅតាមផែនការដែលបានគ្រោងទុក ប្រៀបធៀបប្រតិបត្តិការជាក់ស្តែងទៅនឹងគោលបំណងអង្គភាព ហើយត្រូវធ្វើការកែប្រែលើចំណុច ដែលចាំបាច់។⁷

➤ **កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង**

អ្នកគ្រប់គ្រងមាន៣កម្រិតដូចខាងក្រោម៖

- **អ្នកគ្រប់គ្រងកម្រិតខ្ពស់ (Top Manager) ៖**

ជាមនុស្សទទួលខុសត្រូវថ្នាក់កំពូលរបស់អង្គភាពទាំងមូលជាអ្នកកំណត់ និងដាក់ចេញទិសដៅប្រតិបត្តិការរបស់អង្គភាពរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ដំណើរការ និងជាអ្នកធ្វើការសម្រេចចិត្តព្រមទាំងជាអ្នកយកចិត្តទុកដាក់ដល់បរិស្ថានខាងក្រៅដើម្បីពង្រីកការរៀបចំផែនការ ការចាត់តាំងនិងការចាត់ចែងការងារ ដឹកនាំត្រួតពិនិត្យដើម្បីភាពប្រសើរឡើងនៃប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន។

- **អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់កណ្តាល (Middle Manager) ៖**

ជាអ្នកទទួលខុសត្រូវលើប្រតិបត្តិការផ្នែកការងារនីមួយៗដែលគាត់មានជំនាញឯកទេសតាមការងាររបស់គាត់ហើយជាអ្នកអនុវត្តគោលនយោបាយផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់អង្គភាព និងបង្កើតផែនការប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួនព្រមទាំងរាយការណ៍ពីលទ្ធផល នៃសកម្មភាពដល់អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ខ្ពស់ ។

- **អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ទាប ឬ អ្នកគ្រប់គ្រងផ្ទាល់ (Supervisor) ៖**

ជាអ្នកទទួលខុសត្រូវដឹកនាំ ការអនុវត្តការងារជាក់ស្តែងមានទំនាក់ទំនងល្អលើកទឹកចិត្តនិយោជិក ដើម្បីសម្រេចគោលបំណងរយៈពេលខ្លីហើយរាយការណ៍ទៅអ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់កណ្តាលពីសកម្មភាពរបស់ក្រុមខ្លួន។

សាច់ប្រាក់ ជាទ្រព្យសកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬអង្គភាពដែលបង្ហាញក្នុងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនៅក្នុងគណនី Cash on hand & Cash in Bank account (Current Checking Account)។ រាល់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មភាគច្រើនគឺមានទំនាក់ទំនងកើនឡើង ថយចុះជាមួយនិងគណនីសាច់ប្រាក់។

សាច់ប្រាក់ ជាក្រដាសប្រាក់ ឬជាកាក់ដែលមានតម្លៃ ដែលអាចយកទៅចាយវាយបាន។ ប្រភេទសាច់ប្រាក់ (Cash) រួមមាន៖

1-Cash

- Cash on hand
- Cash in Bank (Current Checking Account)
- Cash in Bank (Saving Account)

⁷ <https://www.khsearch.com/qna/8186>

-Cash in Bank (Fixing Account)

2-Cash Equivalent

- Money order
- Certified Check
- Personal Check
- Cashier's Check
- Money Market Saving Certificates
- Certificate of Deposit (CDs)
- Short Term paper

3-Found

- Petty Cash Fund
- Payroll Cash Account
- Dividend Cash Account
- Interest Fund-Money Market Fund

២.២ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់

២.២.១ និយមន័យ “យុទ្ធសាស្ត្រ”

យុទ្ធសាស្ត្រ=យុទ្ធ+សាស្ត្រ

-យុទ្ធ (ន) (សំ), (បា) ចម្បាំង, សង្គ្រាម, យុទ្ធពិធី ឬវិធី, កលឧបាយ។

-សាស្ត្រ (ន) (សំ), (បា) គម្ពីរ, គម្ពីរប្រាប់វិទ្យា, គម្ពីរសាសនា, ច្បាប់, ច្បាប់ប្រដៅ ក្បួន, តម្រា, វិជ្ជា...។ល។

“យុទ្ធសាស្ត្រ” គឺសំដៅលើការរៀបចំផែនការក្នុងការធ្វើអ្វីមួយ។

“យុទ្ធសាស្ត្រ” មានន័យថាជាសំណុំនៃផែនការដើម្បីរៀបចំគម្រោងក្នុងគោលបំណងអ្វីមួយដើម្បីសម្រេចទិសដៅជាក់លាក់មួយ។

យុទ្ធសាស្ត្រ គឺសិល្បៈនៃការរៀបចំ ឬការដឹកនាំ ដើម្បីសម្រេចកិច្ចការឱ្យស្របតាមគោលបំណង និងគោលដៅដែលបានកំណត់^៨។

យុទ្ធសាស្ត្រ គេប្រើនៅក្នុងសម័យសង្គ្រាម មានន័យថា ជាក្បួនចម្បាំង ក្បួនសម្រាប់ច្បាំង ដែលមានជាក្បួនពូរសឹកជាដើម។យ៉ាងណាមិញ បើគេប្រើពាក្យ យុទ្ធសាស្ត្រ ក្នុងស្ថានភាពរកស៊ី ឬក្នុងការធ្វើអ្វីមួយវិញ មានន័យថា ការរៀបចំផែនការក្នុងការធ្វើអ្វីមួយដើម្បីឱ្យសម្រេចបានគោលដៅ។

^៨ <https://km.wiktionary.org/wiki/>

^៩ <https://www.facebook.com/kongchhaylengcambodia/photos/a.584931058700355/1100471853812937/>

❖ សារៈសំខាន់នៃយុទ្ធសាស្ត្រ

- យុទ្ធសាស្ត្រ មានសារៈសំខាន់ដោយសារវាជាត្រីវិស័យ នៃអង្គភាពពេលជាផែនទីបង្ហាញផ្លូវ រយៈពេលវែងជាបន្ទាត់សម្រាប់កំណត់ដែនសកម្មភាព ក៏ដូចជាទិសដៅមួយសំដៅធានានិរន្តរភាព ភាពប្រកួតប្រជែង និងភាពរីកចម្រើននៃអង្គភាព។

លក្ខណៈសំខាន់ៗនៃយុទ្ធសាស្ត្រ

ដើម្បីឱ្យមានលក្ខណៈពេញលេញ និងរឹងមាំ យុទ្ធសាស្ត្រត្រូវមានលក្ខណៈសម្បត្តិដូចជា៖

- យុទ្ធសាស្ត្រ គឺផ្ដោតជាសំខាន់ទៅលើទិព្វនៃកត្តាខាងក្រៅ ដែលអាចប៉ះពាល់ដល់អង្គភាព ជាជាងការបញ្ហាផ្ទៃក្នុង។
- យុទ្ធសាស្ត្រ ជាគោលការណ៍សម្រាប់រយៈពេលវែង និងសម្លឹងមើលនាពេលអនាគតក្នុងគោលដៅ ទប់ស្កាត់បញ្ហា ដោះស្រាយបញ្ហា ឬធ្វើកំណែទម្រង់អ្វីមួយ។
- យុទ្ធសាស្ត្រ មិនមែនជាការសម្ងាត់របស់ថ្នាក់ដឹកនាំកំពូលទេ ផ្ទុយទៅវិញវាគួរត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយ ទៅរាល់បុគ្គលនៅថ្នាក់ក្រោមដើម្បីឱ្យពួកគេយល់ និងតម្រេចចិត្តសកម្មភាពទាំងឡាយរបស់ ពួកគេ ឱ្យស្របទៅនឹងយុទ្ធសាស្ត្រដែលបានដាក់ចេញ។
- យុទ្ធសាស្ត្រពឹងផ្អែកលើការ “វិភាគ” មិនមែនជាការស្រមៃស្រមៃទេ។
- យុទ្ធសាស្ត្រ ភាគច្រើនផ្ដើមឡើងដោយថ្នាក់ដឹកនាំកំពូល។
- យុទ្ធសាស្ត្រ ផ្អែកលើគោលដៅច្បាស់លាស់។
- មានបំណងប្រាថ្នាដើម្បីធ្វើឱ្យសម្រេចគោលបំណងរបស់អង្គការ
- ជាយុទ្ធសាស្ត្រដែលពាក់ព័ន្ធនឹងអ្នកដែលទទួលបានផលប្រយោជន៍ពីអង្គការ
- នាំមកនូវព័ន្ធជ័រច្រើនអំឡុងពេល ដោយពឹងផ្អែកលើបញ្ហារយៈពេលខ្លីដោយ ស្ថានភាព ការងារ ក្នុងតួនាទី ហើយបង្កើតឱ្យកើតប្រយោជន៍ដ៏ល្អប្រសើរបំផុតទាំងបច្ចុប្បន្ន និងអនាគត
- ការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រដែលពាក់ព័ន្ធទាំងប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធផល ។¹⁰

❖ ចំនាត់ថ្នាក់នៃយុទ្ធសាស្ត្រ

តាមការពិសោធន៍ និងអង្កេតជាក់ស្ដែងទៅលើទិដ្ឋភាព និងដំណើរការប្រព្រឹត្តិទៅនៃអង្គភាព យុទ្ធសាស្ត្រត្រូវបានបែងចែកជា៣កម្រិតផ្សេងៗគ្នាដូចជា៖ កម្រិតយុទ្ធសាស្ត្រ (Corporate/ strategic level) កម្រិតគ្រប់គ្រង ឬកម្រិតកណ្តាល (Business/Management level) និងកម្រិតប្រតិបត្តិការ (Functional/Operation level)។

កម្រិតយុទ្ធសាស្ត្រជាកម្រិតកំពូល ភាគច្រើនពុំជាប់ពាក់ព័ន្ធនឹងការងារបច្ចេកទេសច្រើនឡើយ។ ប៉ុន្តែនៅក្នុងអង្គភាពអាជីវកម្មគឺមានដូចជាបណ្តាក្រុមប្រឹក្សាភិបាល ឬនាយកប្រតិបត្តិដែលជាអ្នកស្ថិតនៅ ក្នុងកម្រិតនេះ។ កម្រិតកណ្តាលជាប់ពាក់ព័ន្ធយ៉ាងច្រើនទៅនឹងដំណើរការគ្រប់គ្រង និងបច្ចេកទេស។

¹⁰ <https://www.khsearch.com/qna/31438>

អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកទីផ្សារហិរញ្ញវត្ថុរដ្ឋបាល និងព័ត៌មានវិទ្យាត្រូវបានចាត់ចូលទៅក្នុងកម្រិតនេះ។ កម្រិតកណ្តាលនេះមានតួនាទីចាត់ចែងឱ្យយុទ្ធសាស្ត្រកើតចេញជាសកម្មភាព។ កម្រិតប្រតិបត្តិការជា អ្នកអនុវត្តន៍នូវយុទ្ធសាស្ត្រដែលថ្នាក់កំពូល និងកណ្តាលបានដាក់ចេញ។

២.២.២ ប្រវត្តិនៃការកើតមានឡើងនៃយុទ្ធសាស្ត្រ

ពាក្យនេះក្លាយមកពីពាក្យក្រិច Strategic ដែលមានន័យជា “មេទ័ព ឬមេបញ្ជាការកងទ័ព”។ ក្នុង ភាសាខ្មែរវាក្លាយមកពីពាក្យ “យុទ្ធសាស្ត្រ <យុទ្ធ+សាស្ត្រ>”។ យុទ្ធជាពាក្យបាលីសំស្ក្រឹតមានន័យថាចម្បាំង ឬសង្គ្រាម។ ចំណែកឯសាស្ត្រជាពាក្យបាលីសំស្ក្រឹតមានន័យថា ក្បួន ឬគម្ពីរ។

សរុបមកយុទ្ធសាស្ត្រមានន័យថាជាក្បួនចម្បាំង ឬក្បួនសម្រាប់ចម្បាំង។ យុទ្ធសាស្ត្រត្រូវបានប្រើយ៉ាង ទូលំទូលាយនៅក្នុងវិស័យដូចជា៖ នយោបាយ យោធា សេដ្ឋកិច្ច និងជំនួញ។ កន្លងមកមានអ្នកប្រាជ្ញជា ច្រើនបានចងក្រងទ្រឹស្តីនៃយុទ្ធសាស្ត្រ ហើយខ្លះមានប្រវត្តិតាំងពីមុន គ.ស មកម្ល៉េះ។ ក្នុងចំណោមនោះមាន លោក ស៊ុន ស៊ូ (ស.វទី៦ មុន គ.ស), ចាណាក្យា (ស.វទី៤ មុនគ.ស), ម៉ៅសេទុង, ម៉ែយើលផតធើរ, ខាលវ៉ែន កូសវិដជាដើម។

• តើគេបង្កើត យុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីអ្វី?

គេបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រទៅតាមដំណាក់កាលដូចខាងក្រោម៖

- កំណត់ ឬស្វែងរកបញ្ហាវិភាគ ភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមកំហែង
- កំណត់គោលដៅ ទិសដៅ និងបេសកកម្ម (Goal Vision and Mission)
- បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រ
- អនុវត្តន៍យុទ្ធសាស្ត្រ
- វាយតម្លៃការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ

❖ ការប្រើប្រាស់ យុទ្ធសាស្ត្រ

ការប្រើប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្រ មានលក្ខណៈទូលំទូលាយក្នុងវិស័យជាច្រើនរាប់ទាំងនយោបាយយោធា ជំនួញផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងទំនាក់ទំនងការទូត។ អាស្រ័យដោយការប្រជែងមានលក្ខណៈកាន់តែខ្លាំងក្លានា ពេលបច្ចុប្បន្ន ការប្រើប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្របានត្រឹមត្រូវអាចជួយឱ្យបុគ្គល ឬអង្គភាពអាចការពារខ្លួនពីគូ ប្រកួតប្រជែង និងឈានមុខចូលទៅក្នុងទីផ្សារ។

❖ ប្រភេទនៃយុទ្ធសាស្ត្រ

ដូចដែលបានរៀបរាប់ខាងលើនេះរួចមកខ្ញុំអាចសន្មតបានថា យុទ្ធសាស្ត្រសំខាន់ៗមាន៣ក្រុមធំៗគឺ៖

- យុទ្ធសាស្ត្រជំនួញ
- យុទ្ធសាស្ត្រនយោបាយ
- និងយុទ្ធសាស្ត្រយោធា

❖ ប្រភេទជាក់លាក់ខ្លះនៃមូលនិធិបម្រុងគឺ

1. មូលនិធិបម្រុងទូទៅ៖ មិនបានដាក់កំហិតក្នុងរបៀបប្រើប្រាស់ ដូច្នេះអាចប្រើសម្រាប់ពេលមាន អាសន្ន និងការប្រើប្រាស់ទូទៅបាន។
2. មូលនិធិមានការកំហិត៖ ឧ. មូលនិធិដែលម្ចាស់ជំនួយបានបញ្ជាក់ពីការប្រើប្រាស់នៅក្នុងកិច្ចព្រម ព្រៀងម្ចាស់ជំនួយ។
3. មូលនិធិដែលបានកំណត់៖ ឧ. មូលនិធិដែលបានកំណត់ទុកសម្រាប់គោលបំណងជាក់លាក់ណា មួយតាមការសម្រេចរបស់ថ្នាក់គ្រប់គ្រងអង្គភាព។
4. មូលនិធិមូលធន៖ បម្រុងទុកក្នុងទម្រង់ទិញទ្រព្យរយៈពេលវែង(ដូចជា៖ យានយន្ត អាគារ និងគ្រឿង បរិក្ខារគម្រោង) ។
5. មូលនិធិទាយជ្ជទាន៖ មូលនិធិសម្រាប់វិនិយោគបង្កើតចំណូល។ ប្រាក់ដើមដែលបានបណ្តាក់ទុកមិន ត្រូវបានប៉ះពាល់។¹¹

២.២.៣ អ្វីទៅដែលហៅថា ប្រសិទ្ធភាព?

ប្រសិទ្ធភាព (ន) ភាពសក្តិសិទ្ធិ។ ភាពនៃការទទួលបានផលល្អពីការអនុវត្តកិច្ចការអ្វីមួយ។

ប្រសិទ្ធិ(គុ) : ដែលតាក់តែងហើយ, ដែលប្រដាប់ហើយ, ដែលធ្វើឱ្យសម្រេចហើយ, ដែលមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះ ល្បីល្បាញ, ធ្វើឱ្យសម្រេច, ធ្វើឱ្យពូកែ , ធ្វើឱ្យមានជោគជ័យ។

ភាព(ន) : បែបបទលំនាំ ឫក្សា ទម្រង់ សណ្តាន ទ្រង់ទ្រាយ។ ឧទាហរណ៍ : ភាពល្អ ភាពអាក្រក់ ភាពសមរម្យ និងភាពត្រឹមត្រូវ។ (ដកស្រង់ចេញពីសៀវភៅវិចិត្រនុក្រមខ្មែររបស់ពុទ្ធសាសនិកបណ្ឌិត នៅ ព.ស ២៥១១ និងគ.ស១៩៦៧) ។

២.២.៤ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់

ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ គឺត្រូវបានកាត់បន្ថយសាច់ប្រាក់ឱ្យមានកម្រិតអប្បបរមា បើសិនជាគេរក្សាទុក សាច់ប្រាក់ច្រើនពេកនៅក្នុងទ្រព្យសកម្មនោះ មូលដ្ឋានទ្រព្យសកម្មវា និងកើតឡើងដោយពុំបានបង្កើតនូវ ផលប្រយោជន៍អ្វីឡើយ។ ប៉ុន្តែបើគេរក្សាទុកសាច់ប្រាក់តិចពេកក្រុមហ៊ុន និងត្រូវខ្ចីគេបន្ថែមដែលធ្វើឱ្យ លទ្ធផលប្រាក់ចំណេញព្រមទាំង Return on Investment របស់ក្រុមហ៊ុន និងធ្លាក់ចុះដោយសារតែថ្លៃដើម ហិរញ្ញវត្ថុកើនឡើងនិងជួបនូវហានិភ័យ។ តែបើពន្យារពេលក្នុងការទូទាត់នោះខ្លួន នឹងប្រឈមមុខនូវផលវិបាក មួយគឺអ្នកផ្គត់ផ្គង់វត្ថុធាតុដើមនិងកាត់បន្ថយជំនឿទុកចិត្តក្នុងការលក់បន្ត។ ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ឱ្យមាន ប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់រក្សាមុខជំនួញ គឺជាហេតុផលសំខាន់ដើម្បីទប់ទល់ការបរាជ័យក្នុងការប្រកបជំនួញរបស់ លោកអ្នក។ រក្សាការចុះបញ្ជីឱ្យបានទៀងទាត់តាមដានប្រាក់ចំណូល និងចំណាយដែលពាក់ព័ន្ធដោយ ផ្ទាល់និងសាច់ប្រាក់ជាមូលដ្ឋានគ្រឹះក្នុងការគ្រប់គ្រង។

¹¹ socheatorganization.wordpress.com

ទោះបីជាប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រជាមធ្យោបាយដ៏មានប្រសិទ្ធភាពបំផុតក្នុងការតាមដាន និងរក្សាតុល្យភាព រវាងទ្រព្យសកម្មចរន្ត និងបំណុលអកម្មក៏ដោយក៏ការធ្វើផ្ទាល់ដៃអាចអនុវត្តនូវកិច្ចការនោះផងដែរ។ ការគ្រប់គ្រងផ្ទៃក្នុងនិងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ គឺជាកត្តាសំខាន់ក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវភាពជាក់លាក់ប្រៀបធៀបទាត់។ ដើម្បីការពារចោរនិងធ្វើឱ្យច្បាស់ថាពាណិជ្ជកម្មរបស់លោកមានសាច់ប្រាក់ឱ្យបានច្បាស់លាស់ ក៏ដូចជានីតិវិធីប្រតិបត្តិការមានលក្ខណៈស្តង់ដារដែលបង្កើតឡើងនូវឥរិយាបថរឹងមាំ និងបង្កើតភាពទទួលខុសត្រូវបាន។ ការព្យាករណ៍ទុកនិងការរៀបចំផែនការ ការរៀបចំផែនការពីគម្រោងលំហូរសាច់ប្រាក់ក្នុងរយៈពេលវែងប្រចាំឆ្នាំ និងអំឡុងពេលខ្លីប្រចាំខែអាចជួយឱ្យអ្នកយល់ដឹងពីការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ប្រចាំថ្ងៃដែលចាំបាច់ ក៏ដូចជាអភិវឌ្ឍន៍នូវយុទ្ធសាស្ត្រដែលអាចសម្រេចទិសដៅរយៈពេលវែង។ ការបញ្ចេញគំនិតល្អៗថា ពេលណា ទីណា និងសាច់ប្រាក់ប៉ុន្មានដែលជានិច្ចកាលមុខជំនួញរបស់អ្នកត្រូវការច្រើនបំផុតដើម្បីរៀបចំឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពជាងមុនហើយអាចកាត់បន្ថយ ឬលុបបំបាត់ខ្លីជាមូលនិធិរយៈពេលខ្លី។ ការវិភាគពីកំហុសឆ្គងដែលមានកន្លងមក អាចជួយឱ្យអ្នកចៀសផុតពីកំហុសច្រំដែល និងឈានដល់ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់កាន់តែប្រសើរឡើង។ សាច់ប្រាក់ដែលត្រូវទទួលបានត្រូវមាននីតិវិធីក្នុងការប្រមូលព្រោះវាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការបញ្ចូលសាច់ប្រាក់។ កត្តានេះក៏រាប់បញ្ចូលផងដែរថ្លៃមិនត្រូវបានកំណត់នូវកត្តាផ្សេងៗដូចជាការធ្វើឱ្យបានច្បាស់លាស់នៃវិក្កយបត្រប្រចាំខែឱ្យបានទៀងទាត់ពេលវេលា, ការត្រួតពិនិត្យប្រាក់ដែលទទួលបាន និងពិសោធន៍ឱ្យឃើញដូចគ្នានូវអតិថិជនមួយចំនួនដែលធ្វើការបង់ប្រាក់យឺតយ៉ាវ, ការបង្កើតនីតិវិធីផ្សេងៗសម្រាប់អនុវត្តស្របតាមការបង់យឺតយ៉ាវ, ការពង្រឹងនូវគោលការណ៍ណែនាំក្នុងការផ្តល់ឥណទាន និងការបញ្ចុះតម្លៃដល់អតិថិជនដែលបានបង់ ឬទូទាត់លើវិក្កយបត្រមុនពេលកំណត់។

ដូចនេះយុទ្ធសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់គឺជាការរក្សាទុក (ប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់) ឱ្យតិចបំផុតដោយមិនធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនឡើយ។ ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ដ៏មានប្រសិទ្ធភាពគឺស្ថិតក្រោមយុទ្ធសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ។

២.២.៥ ខួបសាច់ប្រាក់(Cash Cycle)

ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនមានលក្ខណៈស្មុគស្មាញ (ចរន្តសាច់ប្រាក់ហូរចូល និងហូរចេញ) វាក៏មានខួបសាច់ប្រាក់ដូចជាក្រុមហ៊ុនចែកចាយ និងទិញទំនិញពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ជាទូទៅមិនតម្រូវឱ្យមានការទូទាត់ជាសាច់ប្រាក់ភ្លាមៗទេ ទំនិញត្រូវចុះវិក្កយបត្រនៅពេលដឹកជញ្ជូនហើយ កំណត់ចូលជាសន្និធិ(Stock) ជាមួយនិងការកើនឡើងរបស់គណនីត្រូវសង (Account Payable) នៅពេលទិញទំនិញតាមរយៈពេលចន្លោះរវាងពេលបញ្ជាទិញ និងពេលទទួលទំនិញ វាគឺជាការព្រួយបារម្ភមួយចំពោះអ្នកគ្រប់គ្រង។

២.២.៦ ការត្រួតពិនិត្យសាច់ប្រាក់ចំណាយ

ក្រុមហ៊ុនដែលខ្លួនរកស៊ីជាមួយ និងដឹងពីគោលបំណងនៃការចំណាយ ហើយត្រូវដឹងថាពួកគេទាំងនោះធ្វើការផ្តល់សេវាឬផ្គត់ផ្គង់មកឱ្យយើងទាន់ពេលវេលាដែរឬអត់។ យើងត្រូវដឹងពីថ្លៃប្រកួតប្រជែង ជាមួយក្រុមហ៊ុនដទៃទៀតថាតើពួកគេផ្គត់ផ្គង់បន្តឬក៏បញ្ឈប់ការផ្គត់ផ្គង់ ?នេះជាកត្តាដែលយើងអាចកាត់បន្ថយបានខ្លះ

ចំពោះការចំណាយ និងធ្វើឱ្យការចំណាយនេះប្រកបដោយប្រសិទ្ធ។ ខាងក្រោមនេះជាវិធីសាស្ត្រមួយចំនួន ក្នុងការត្រួតពិនិត្យការចំណាយសាច់ប្រាក់៖

- តើគ្រប់ផ្នែកដែលត្រូវការចាយវាយសាច់ប្រាក់លើសម្ភារៈផ្គត់ផ្គង់ ដែលខ្លួនត្រូវការមានធ្វើបណ្តុំស្នើសុំ ទិញឬអត់?
- តើសាច់ប្រាក់ប៉ុន្មានដែលយើងត្រូវសរសេរ Check ហើយសាច់ប្រាក់ប៉ុន្មានដែលយើងចំណាយជា សាច់ប្រាក់សុទ្ធ?
- គ្រប់ Check ទាំងអស់មានចុះលេខរៀងត្រឹមត្រូវដែរឬទេ? ហើយរាល់ការបាត់បង់លេខរៀងនៃ Check តើមានការត្រួតពិនិត្យតាមដានដែរឬទេ?
- ហើយនរណាខ្លះដែលមានសិទ្ធិចុះហត្ថលេខា និងសរសេរ Check
- គ្រប់ Check ទាំងអស់ត្រូវមានឯកសារគ្រប់គ្រាន់
- តើការចំណាយទាំងនោះត្រឹមត្រូវ និងគ្រប់ចំនួនពិតប្រាកដដែរឬទេ?
- រាល់ការចំណាយទាំងអស់ដែលបានបង់រួចហើយ តើមានចុះត្រាបានចំណាយ (Paid) ឬទេ?
- អ្នកចុះហត្ថលេខាលើ Check ពុំមានសិទ្ធិក្នុងការធ្វើរបាយការណ៍សម្រួលធនាគារទេ?
- ការសម្រួលធនាគារត្រូវធ្វើឡើងជារៀងរាល់ខែ
- Check ដែលខុសត្រូវមានសញ្ញាសម្គាល់អ្វីមួយ ឬសរសេរពាក្យថា Canceled?
- តើការចាយវាយទាំងនេះចុះត្រូវខ្វះចំណាយឬទេ?
- តើសក្ខីបត្រមានចុះហត្ថលេខាគ្រប់គ្រាន់ឬទេ?
- តើមានធ្វើការប្រៀបធៀបចំណាយជាមួយគម្រោងថវិកាឬទេ?
- តើត្រូវធ្វើការវាយតម្លៃ និងលើកទឹកចិត្តដល់និយោជិក និងកម្មករដែលពេញសិទ្ធិធ្វើការច្រើនឆ្នាំដែរ ឬទេ?

២.៣ គុណសម្បត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់

២.៣.១ និយមន័យ “គុណសម្បត្តិ”

និយមន័យ

គុណសម្បត្តិ (-សំប-ប័ត) = សេចក្តីដល់ព្រមដោយគុណគឺការបរិបូណ៌ដោយសេចក្តីល្អ, ដោយ សេចក្តីបរិសុទ្ធ, មនុស្សនេះមានគុណសម្បត្តិគួរឱ្យសរសើរ។ ពាក្យ “ គុណ + សម្បត្តិ > គុណសម្បត្តិ” បើតាមវចនានុក្រមសម្តេចព្រះសង្ឃរាជ្យ ជួន ណាត លោកបានពន្យល់ថា “គុណ” (គុ) មានន័យថា ដំណើរថ្វីឱ្យចម្រើនកើនឡើង។ (ន) មានន័យថា សេចក្តីចម្រើន, ថ្នាក់, ជាន់, លក្ខណៈ, ចំណែក, សេចក្តីល្អ, សភាព, បែបបទ។ សភាវធម៌ដែលចម្រើនឡើងដោយលក្ខណៈរបស់ខ្លួនគួរគោរពតប ស្នងនឹកខានពុំបានដូចជា គុណមាតា បិតា និងគុណគ្រូអាចារ្យជាដើម។ ចំណែកពាក្យថា “សម្បត្តិ” មានន័យថាចក្តីសម្រេច, ការសមប្រកប, ការគ្រប់គ្រាន់, សេចក្តីសុខ, គុណភាព, ទ្រព្យ, ធនធាន។

សុភាសិតបុរាណ “សម្បត្តិកម្ចាត់ព្រួយ មានគេជួយ ពុំបាច់ហៅរក”។ សុភាសិតសម័យថ្មី “សម្បត្តិច្រើន ចម្រើនបុណ្យ ប្រពន្ធល្អ បរិបូណ៌មិត្ត ចិត្តទូលាយ ងាយទាំងគ្រប់” រួមមួយពាក្យថា “គុណ សម្បត្តិ” មានន័យថា “សេចក្តីដល់ ព្រមដោយគុណ គឺការបរិបូណ៌ដោយសេចក្តីល្អ”។

២.៤ គុណវិបត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់

២.៤.១ និយមន័យ “គុណវិបត្តិ”

គុណវិបត្តិ (-វិបាត់) = វិបត្តិនៃគុណ, ការប្រាសចាកគុណ, ការខ្វះសេចក្តីល្អ, ការគ្មានផលប្រយោជន៍។
ឧទាហរណ៍៖ មនុស្សម្នាក់ៗតែងមានគុណសម្បត្តិខ្លះ និងគុណវិបត្តិខ្លះ ?

២.៤.២ ផលិតផលក្រុមហ៊ុន

និយមន័យ “ផលិតផល”

- ផលិតផល សំដៅទៅលើរបស់របរដែលបង្កើតឡើងឬផលិតឡើងដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់មនុស្សជាក់លាក់មួយក្រុម ឬច្រើនក្រុម។
- ផលិតផល អាចជាអរូបី និងរូបី ហើយក៏អាចស្ថិតនៅក្នុងទម្រង់នៃ សេវាកម្មឬទំនិញ។
- ផលិតផល គឺជាអ្វីៗដែលបំពេញតម្រូវការរបស់គេ មានន័យថាគេត្រូវប្រមូលផ្តុំការយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើតម្រូវការសម្រាប់ក្នុងស្រុក និងនាំចេញទៅក្រៅប្រទេសដទៃទៀត (គុណភាពនិងតម្លៃផលិតផល)។
- ផលិតផល គឺជាធាតុផ្សំមួយរបស់ម៉ាយីជីងចំរុះ រួមមានអ្វីៗទាំងអស់ដែលត្រូវបានផ្តល់ទៅឱ្យទៅផ្សារដោយអង្គភាពអាជីវកម្មដើម្បីបំពេញតម្រូវការ។ គឺជាប្រការសំខាន់បំផុតសម្រាប់អ្នកម៉ាយីជីងដែលត្រូវយល់ថាផលិតផលតែងតែត្រូវបានមើលទៅតាមទស្សនៈផ្សេងគ្នារវាងអ្នកប្រើប្រាស់ និងអាជីវកម្ម។
- អាជីវករមានទស្សនៈថាផលិតផលគឺជាអ្វីៗទាំងអស់ដែលផ្តល់ទៅទីផ្សារ មានន័យថាគេប្រមូលផ្តុំលើអ្វីដែលគេបានផ្តល់។
- ចំណែកអ្នកប្រើប្រាស់យល់ថា ផលិតផលគឺជាអ្វីៗទាំងអស់ដែលបំពេញតម្រូវការរបស់គេ មានន័យថាគេប្រមូលផ្តុំយកចិត្តទុកដាក់លើតម្រូវការរបស់គេ

២.៤.៣ សមាសសភាពផលិតផល

លក្ខណៈពិសេសផលិតផល (Product features) ត្រូវបានអង្គភាពអាជីវកម្មបន្ថែមលើគុណភាព ដើម្បីធ្វើឱ្យផលិតផលប្លែក និងប្រសើរជាងផលិតផលគូប្រជែង។ លក្ខណៈពិសេសនេះត្រូវតែឆ្លើយតបទៅនឹងការសង្ឃឹមរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ផងដែរ។

- ជម្រើសមុខងារផ្សេងៗ (Options) ទោះបីជាផលិតផលពិសេសក៏ដោយ ដើម្បីលើកកម្ពស់ផលិតផលអ្នកត្រូវបង្កើតផលិតផលឱ្យមានតាមលំដាប់ និងលក្ខណៈផ្សេងៗគ្នាដើម្បីឱ្យអ្នកទិញមានជម្រើសច្រើន ក្នុងការទប់ស្កាត់កុំឱ្យអតិថិជនអាចគេចចេញពីក្រុមឬស្រឡាយផលិតផលរបស់ខ្លួន។
- សេវាផ្សារភ្ជាប់ (Associated services) ជាមួយនឹងការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អតិថិជន យើងក៏ត្រូវផ្តល់នូវសេវាអតិថិជន ដោយណែនាំឱ្យគេស្គាល់ពីផលិតផលរបស់អ្នក និងការបណ្តុះបណ្តាលអតិថិជនពីរបៀបប្រើប្រាស់ និងថែរក្សា។ មិនតែប៉ុណ្ណោះទេអ្នកត្រូវគិតថានៅមានរឿងជាច្រើនទៀតដែលអតិថិជនត្រូវពឹងពាក់អ្នកឱ្យជួយដោះស្រាយ។

- ផ្លាកសញ្ញា (នាមសញ្ញា) (Brand Name) មើលមួយភ្លែតផ្លាកសញ្ញាហាក់ដូចជាមិនមែនជាផ្នែកដែលសំខាន់របស់ផលិតផល។ តែតាមការពិតអតិថិជនអាចកត់សម្គាល់បានផលិតផលដែលគេចង់ទិញតាមរយៈផ្លាកសញ្ញានេះផងដែរ។ ហើយវាជាកត្តាសំខាន់បំផុតសម្រាប់ការសម្រេចចិត្តនៅពេលដែលទៅទិញលើកក្រោយៗទៀត។ ផ្លាកសញ្ញាគឺជាឈ្មោះសញ្ញាពាក្យដែលកំណត់ដាក់ឱ្យផលិតផលណាមួយ។ ពាណិជ្ជកម្មគឺជាការការពារខាងផ្លូវច្បាប់នៃផ្លាកសញ្ញាសម្រាប់ផលិតផល។
- ការធានា (Guarantee/Warranty) ពេលអតិថិជនទិញផលិតផល គេប្រាថ្នាទទួលបានតម្លៃយ៉ាងប្រសើរប្រសិនបើគេដឹងថាផលិតផលផ្ទុំឡើងមិនល្អ និងមិនដំណើរការបានប្រសើរ ឬក៏ខូចហើស អ្នកទិញនឹងមិនទិញវាឡើយ។ ក្រុមហ៊ុនត្រូវផ្តល់នូវការធានាចំពោះផលិតផលទៅឱ្យអតិថិជន ដោយសន្យាថានឹងធ្វើការជួសជុលដោយមិនគិតថ្លៃ និងជូនការវិញនៅពេលមានបញ្ហា។
- សំបកវេចខ្ចប់ (Packing) វាជាផ្នែកដែលមនុស្សមួយចំនួនគិតមិនដល់ តែម៉ាយីដឹងមិនមើលរំលងចំណុចនេះទេ ទៅលើសំបកវេចខ្ចប់ផ្តល់នូវការការពារ និងសុវត្ថិភាពចំពោះផលិតផលរហូតដល់ដៃអតិថិជនអាចប្រើប្រាស់វាបាន ហើយនៅលើស្រោមសំបកក្រៅពីផ្លាកសញ្ញានៅមានការសរសេរ និងដាក់សញ្ញាមួយចំនួននៅលើនោះ។ វាអាចផ្តល់នូវព័ត៌មានជាជំនួយក្នុងការសម្រេចចិត្តទិញ វាមានប្រយោជន៍ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយផលិតផលទាក់ទាញការយកចិត្តទុកដាក់ បង្ហាញពីការប្រើប្រាស់ផលិតផល។ល។

២.៤.៤ ស្រឡាយផលិតផល

ស្រឡាយផលិតផល (Product line) គឺជាសេរីនៃផលិតផលដែលមានភាពខុសគ្នាតែទៅលើទំហំ ពណ៌តែមានមុខងារដូចគ្នា និងស្ថិតនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនតែមួយ។ ឧទាហរណ៍ ទឹកក្រូចម៉ាក A ទឹកក្រូចម៉ាក B ទឹកក្រូចម៉ាក C តែជាជម្រើសដែលក្រុមហ៊ុនមួយបង្កើតឡើង។

២.៤.៥ ផលិតផលចម្រុះ

ផលិតផលចម្រុះ (Product Mix) វាជាប្រភេទផលិតផលដែលមានមុខងារផ្សេងៗគ្នា ប៉ុន្តែស្ថិតនៅក្នុងក្រុមមួយដែលមិនអាចខ្វះបាន និងស្ថិតនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនតែមួយ។ ឧទាហរណ៍ កុំព្យូទ័រលើតុ។

២.៤.៦ ការបែងចែកវត្ថុធាតុផ្សំផលិតផល

ទំនិញប្រើប្រាស់រយៈពេលវែង (Durable goods) រាល់ទំនិញដែលមានការសឹករិចរិល វាអាចប្រើបានយូរ ហើយអាយុកាលរបស់វាក៏មានរយៈពេលវែង គេអាចចាត់ទំនិញប្រភេទនេះរួមមាន គ្រឿងយន្ត និងទូរទស្សន៍។ល។

សេវាកម្ម (Service) ផលិតផលនេះត្រូវបានគេកំណត់ទៅលើសកម្មភាពនៃការបម្រើ ហើយដែលអាចទាញយកវិញនូវប្រយោជន៍ ឬប្រាក់ចំណេញ។ តួយ៉ាងមណ្ឌលថែរក្សាសុខភាព ឬមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាលចំណេះវិជ្ជា។

ជំពូកទី៣

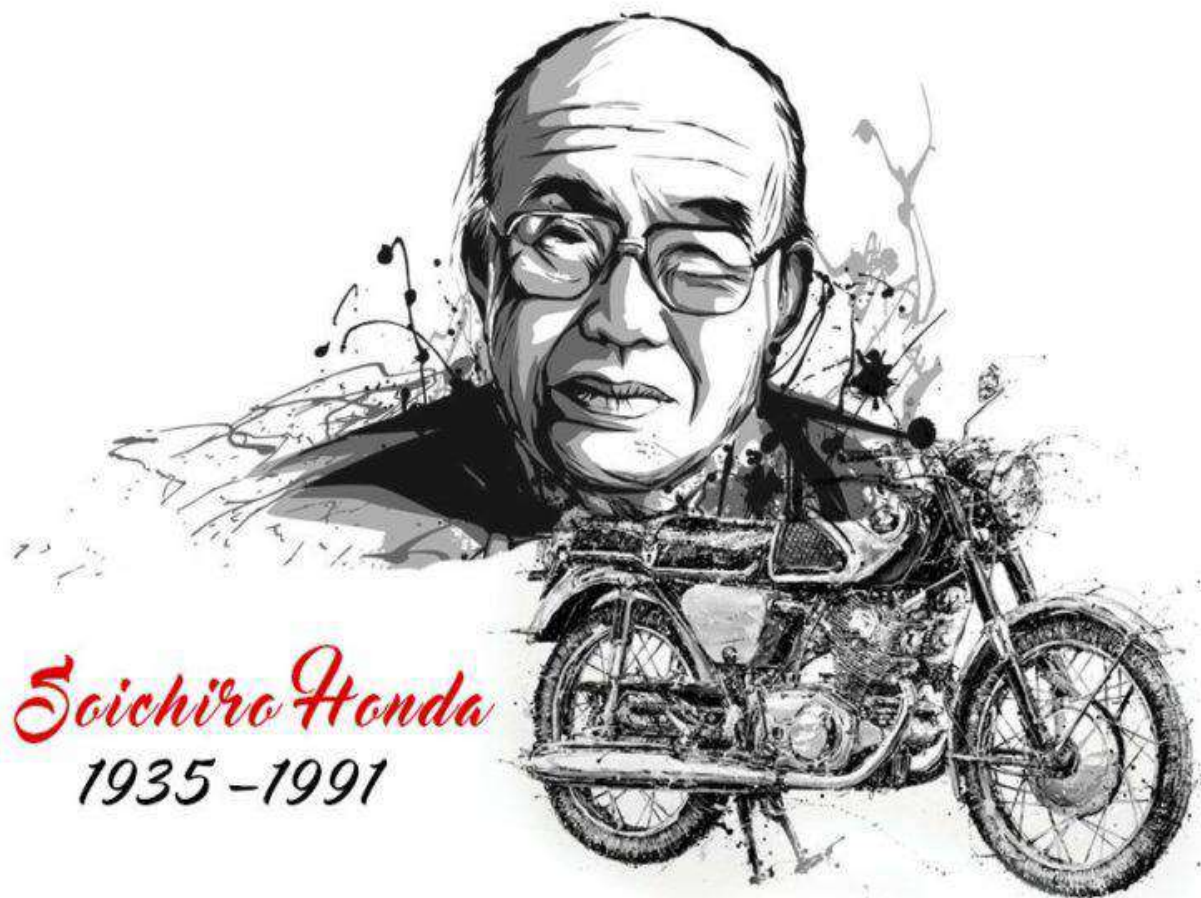
ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនហុងដា

បច្ចុប្បន្ននេះខ្ញុំឃើញថាប្រទេសកម្ពុជាយើងមានការរីកចម្រើនស្ទើរគ្រប់វិស័យមានដូចជា៖វិស័យកសិកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឧស្សាហកម្ម និងវិស័យទេសចរណ៍។ វិស័យទាំងអស់បានដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ សេដ្ឋកិច្ចជាតិតាមរយៈការទាក់ទាញអ្នកវិនិយោគគិតពីក្រៅប្រទេសឱ្យចូលមកវិនិយោគ នៅក្នុងប្រទេសខ្មែរ ឱ្យបានច្រើន ដើម្បីធ្វើឱ្យគេដឹងថាប្រទេសយើងពិតជារីកចម្រើនពិតមែន។ ដោយសារតែក្រុមហ៊ុន ហុងដា មានកំណើនទីផ្សារកាន់តែរីកចម្រើនទៅៗ ទើបធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនបង្កើតរោងចក្រនៅតាមបណ្តាប្រទេសមួយចំនួន នៅទ្វីបអាស៊ីដូចជា៖ ប្រទេសកម្ពុជា ថៃ សិង្ហបុរី មីយ៉ាន់ម៉ា ភូមា វៀតណាម...។ សព្វថ្ងៃនេះកម្ពុជាយើងពុំទាន់ មានការបង្កើតរោងចក្រ ផលិតនៅឡើយទេ ដោយសារតែប្រទេសយើងពុំទាន់មាននូវ វត្ថុធាតុដើមគ្រប់គ្រាន់ ហើយជាពិសេសចំណែកទីផ្សាររបស់ប្រទេសយើងមានចំនួនតូច ដូច្នេះហើយទើបក្រុមហ៊ុនគ្រាន់តែបង្កើត រោងចក្រសម្រាប់ដំឡើងម៉ូតូតែប៉ុណ្ណោះ(មានន័យថាយកគ្រឿងម៉ូតូ ពីក្រុមហ៊ុនធំ ហើយយកមក ធ្វើការ ដំឡើងនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា)។

៣.១.១ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនហុងដា

ក្រុមហ៊ុនហុងដាត្រូវបានបង្កើតដោយលោក **Soichiro Honda** នៅខែតុលា ឆ្នាំ1946។ គាត់ជា មនុស្សម្នាក់ដែលចាប់អារម្មណ៍ជាខ្លាំងទៅលើរថយន្ត ចាប់តាំងពីរូបលោកនៅវ័យក្មេងម្ល៉េះ ហើយលោក ធ្លាប់បើកនិងប្រណាំងឡានដោយប្រើប្រាស់យានដ្ឋានរបស់មិត្តគាត់ទៀតផង។ ក្រោយមកគាត់បានសម្រេច ចិត្តបើកឧស្សាហកម្មផលិតរថយន្ត។ មិនយូរប៉ុន្មានការប្រឹងប្រែងរបស់គាត់បានផលហើយគាត់ទទួលបាន ការចុះកិច្ចសន្យា សម្រាប់ការផ្គត់ផ្គង់ពិស្តុង (Piston) សម្រាប់អ្នកផលិតរថយន្ត (Toyota) តែជាសំណាង អាក្រក់គាត់បានបាត់បង់ការព្រមព្រៀង ដោយសារតែផលិតផលរបស់គាត់មិនមានគុណភាពតាមតម្រូវការ។ ដូច្នេះលោកបានទៅកាន់រោងចក្រជាច្រើនក្នុងប្រទេសជប៉ុន ដើម្បីរកមើលវិធីពង្រឹងគុណភាពរបស់ម៉ាស៊ីន ដោយការផលិតពិស្តុងដែលមានប្រសិទ្ធភាព។ មិនយូរប៉ុន្មានគាត់អាចរកឃើញម៉ាស៊ីនដំណើរការខ្ពស់បំផុត ដែលអាចប្រើកម្មករ ដែលគ្មានជំនាញដើម្បីផលិតពិស្តុងដែលមានគុណភាពខ្ពស់។ Toyota បានចាប់អារម្មណ៍ ទៅនឹងផលិតផលរបស់គាត់ហើយបានទិញវានៅក្នុងឆ្នាំ 1941។ ក្រោយមកគាត់បានចាប់ផ្តើមក្រុមហ៊ុនមួយ មានឈ្មោះថា Tokai Seiki ដើម្បីផលិតផលិតផលក្នុងទំហំធំមួយ។ ពេលនោះ Toyota បានទិញ 40% នៃ ភាគហ៊ុនក្រុមហ៊ុនហើយ Soichiro និង Toyota អាចសាងទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មដ៏យូរអង្វែង។



ប៉ុន្តែភាពលំបាកជាច្រើនបានបំផ្លាញចំណែកដ៏ធំនៃ ក្រុមហ៊ុនរបស់គាត់ហេតុនេះទើបបង្ខំអោយ Soichiro លក់ភាគហ៊ុនដែលនាំសល់ទៅអោយក្រុមហ៊ុន Toyota។ នៅឆ្នាំ1946 គាត់បានបង្កើតHonda Technclal Research Institute ដើម្បីលក់កង់ដែលបានបញ្ជាទិញជាមួយនឹងម៉ូតូ។ គាត់មានបុគ្គលិកត្រឹមតែ12នាក់ ប៉ុណ្ណោះ។

នៅឆ្នាំ1949 បន្ទាប់ពីការតស៊ូជាច្រើនឆ្នាំ Honda ហើយនិងក្រុមការងាររបស់គាត់អាចបញ្ចេញនូវ ម៉ូដែលD ដែលជាម៉ូតូដំបូងរបស់ពួកគេបានផលិត។ ក្នុងពេលដ៏ឆាប់តម្រូវការចំពោះទោចក្រយានដ៏មានតម្លៃ ទាបនេះបានកើនឡើងឆ្នាំ1964(ក្រុមហ៊ុនហុងដាបានក្លាយជាក្រុមហ៊ុនផលិតម៉ូតូដ៏ធំក្នុងពិភពលោក)។ពួកគេ មិនបានបញ្ឈប់ត្រឹមនេះទេ តែពួកគេបានព្យាយាមបង្កើតចេញនូវលទ្ធផលផ្សេងៗ។ នៅកំឡុងពេលនោះដែល ពួកគេបានបន្តពង្រីកចំណាត់ថ្នាក់នៃយានយន្តរបស់ពួកគេ ហើយពួកគេបានផលិតរថយន្តដំបូង ដែលមាន ឈ្មោះថា S500 Sport Car។



នៅឆ្នាំ1991 ពួកគេបានបញ្ចេញ **Honda NSX Supercar** ដែលជាយានយន្តដំបូងដើម្បីភ្ជាប់ម៉ាស៊ីន V6 ជាមួយ Variable-valve timing ចុងក្រោយ។ ភាពជោគជ័យរបស់ពួកគេគ្មានដែនកំណត់ទេ ពួកគេបន្តបញ្ចូលរបៀបថ្មីហើយចាប់ផ្តើមផលិត ម៉ូតូ Scooter ម៉ាស៊ីន ម៉ាស៊ីនភ្លើង ម៉ូតូ និងម៉ាស៊ីនបុរេទឹកយ៉ាងជោគជ័យបំផុត។ នៅឆ្នាំ2012 ក្រុមហ៊ុនHonda ទទួលបានចំណូល99ពាន់លានដុល្លារអាមេរិច ពីកំរៃ3\$ ប្រចាំឆ្នាំ ហើយមានបុគ្គលិក175,000នាក់ ស្ថិតក្នុងតំបន់ផ្សេងៗក្នុងពិភពលោក។ បច្ចុប្បន្នគ្មានផ្លូវណាមួយដែលអ្នកមិនអាចឃើញយានយន្តម៉ាក Honda ជិះកាត់នោះទេ។

ក្រុមហ៊ុន **អិន ស៊ី អិច** គឺជាក្រុមហ៊ុនដ៏ល្បីល្បាញ និងធំជាងគេមួយក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនធំៗទាំងឡាយ និងជាក្រុមហ៊ុនឈានមុខនៅក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្មផលិត និងចែកចាយម៉ូតូក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ក្រុមហ៊ុន អិន ស៊ី អិច ត្រូវបានបង្កើតឡើងដំបូងក្នុងឆ្នាំ1992 ដោយគ្រាន់តែធ្វើការនាំចូលផលិតផលសម្រេចម៉ាកហុងដាមកលក់នៅលើទីផ្សារតែប៉ុណ្ណោះ។ ដោយទទួលបានប្រជាប្រិយភាព និងការគាំទ្រយ៉ាងខ្លាំង និងឆាប់រហ័សពីសំណាក់អតិថិជន ក្រុមហ៊ុនបានបង្កើតខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មខ្នាតតូចដំបូងនៅឆ្នាំ1999 ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅកណ្តាលរាជធានីភ្នំពេញ ដោយបានដំឡើងម៉ូតូក្នុងទម្រង់IKD ហើយនៅឆ្នាំ2004 បានពង្រីកខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មខ្នាតធំថ្មី ដែលមានទីតាំងនៅតាមបណ្តោយមហាវិថីវង់ស្រេងសង្កាត់ចោមចៅ ខណ្ឌពោធិ៍សែនជ័យ រាជធានីភ្នំពេញ។



បច្ចុប្បន្នក្រុមហ៊ុន អិន ស៊ី អិច មិនត្រឹមតែមានខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មសម្រាប់ដំឡើងម៉ូតូនោះទេប៉ុន្តែ ថែមទាំងមានខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មសម្រាប់ផលិតគ្រឿងបំណែកមួយចំនួនរបស់ម៉ូតូនៅក្នុងទម្រង់ IKD1.5 ផងដែរ ធ្វើអោយក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើតការងារយ៉ាងច្រើនសម្រាប់ប្រជាជនកម្ពុជា ជាក់ស្តែងបច្ចុប្បន្ន ក្រុមហ៊ុន អិន ស៊ី អិច បាននឹងកំពុងប្រើប្រាស់កំលាំងពលកម្មជាង១៣០០នាក់។ សព្វថ្ងៃនេះក្រុមហ៊ុន អិន ស៊ី អិច បានក្លាយជាក្រុមហ៊ុនដ៏ជោគជ័យ និងធំបំផុតមួយក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនដែលជោគជ័យ និងធំៗទាំងឡាយ នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និងជាក្រុមហ៊ុនឈានមុខគេនៅក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្មផលិត និងចែកចាយ ម៉ូតូដោយមានសាខាធំៗ និងអនុសាខារយនៅទូទាំងប្រទេសសម្រាប់ចែកចាយផលិតរបស់ខ្លួន។ ដើម្បីឆ្លើយតប នឹងតម្រូវការរបស់អតិថិជន ក្រុមហ៊ុនតែងតែបង្កើត និងនាំមកនូវផលិតផលម៉ាកហុងដាភ្ជាប់សិបប្រភេទរួម មានដូចជា Honda DREAM125 , Honda WAVE100, Honda EEAT, Honda ZOOMER-X, Honda SCOOPY i , Honda CLICK125i, Honda CLICK150i, Honda PCX150, Honda ADV150, Honda MSX125SF & Honda CB150R¹² ។

¹² <https://www.ncxhonda.com/kh/corporate-profile>



៣.១.២ ទស្សនៈវិស័យ បេសកកម្ម និងគោលការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា

ក. ទស្សនៈវិស័យ

ក្រុមហ៊ុន អិន ស៊ី អិច ហុងដា ជាក់ចេញនូវទស្សនវិស័យថ្មីក្នុងឆ្នាំ២០២២របស់យើងគឺ TOMORROW TOGETHER “យើងឆ្ពោះទៅមុខជាមួយគ្នា”

ក្រុមហ៊ុន អិន ស៊ី អិច ដែលជាក្រុមហ៊ុននាំចូល និងចែកចាយផ្តាច់មុខនូវផលិតផលរបស់ Honda ជាច្រើនប្រភេទដើម្បីបំពេញរាល់សេចក្តីត្រូវការរបស់អតិថិជន នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់ និងបច្ចេកវិទ្យាឈានមុខគេរួមមានដូចជា ៖ ម៉ូតូ Honda - រថយន្ត Honda - និងម៉ាស៊ីនកសិឧស្សាហកម្ម Honda ។



ជាមួយចក្ខុវិស័យសម្រាប់ ថ្ងៃអនាគត NCX នឹងបន្តឆ្ពោះទៅមុខជានិច្ច ពួកយើងនឹងមិនបញ្ឈប់ការផ្តល់ជូននូវសេចក្តីរីករាយប្រកបដោយសក្តានុពលនៃជីវិតប្រចាំថ្ងៃ ហើយនឹងធ្វើអោយមនុស្សគ្រប់រូបបានចូលរួមចំណែកជម្រុញសង្គមជាតិរីចម្រើនជាលំដាប់។ ក្រុមហ៊ុន NCXនៅតែបន្តសំរិតសំរាងយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់

លើបច្ចេកវិទ្យាដ៏ទំនើបរបស់ហុងដា ដើម្បីឆ្លើយតបតាមតម្រូវការ និងសមស្របទៅនឹងការរីកលូតលាស់ជាដ៏រាបរបស់សង្គមកម្ពុជា។

យើងជឿជាក់ថាបច្ចេកវិទ្យាអាចធ្វើអោយពិភពលោកទាំងមូលកាន់តែប្រសើរឡើងៗជាច្រើនឆ្នាំមកនេះពួកយើងបានចូលរួមចំណែកដោយនាំមកនូវបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ទំនើបឈានមុខ បំពេញរាល់តម្រូវការ និងសម្រួលដល់ការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ។



ក្រុមហ៊ុន NCX ផ្តល់ជូនជាទីគាប់ចិត្តបំផុត ដោយផលិតផលមានគុណភាពខ្ពស់ និងសេវាកម្មក្រោយការលក់គ្រប់ទីកន្លែងប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈនិងគ្រឿងបន្លាស់សុទ្ធរបស់ហុងដាសម្រិតសម្រាប់ជូនអតិថិជនហើយពួកយើង តែងតែឆ្លើយតបទៅនឹងការលើកកម្ពស់ផ្នែកសុវត្ថិភាពបើកបរក្នុងសង្គម ឆ្ពោះទៅមុខជាលំដាប់។ ព្រោះយើងមិនត្រឹមតែបង្កើតនូវភាពរីករាយជូនអតិថិជនតែប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែយើងក៏ផ្តល់នូវភាពរីករាយជូនទៅកាន់ប្រជាជនកម្ពុជាទាំងមូលផងដែរ។

- Tomorrow with Quality (SALES)
-ឆ្ពោះទៅមុខជានិច្ច ប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់
- Tomorrow with Genuineness (SPARE PARTS)
-ឆ្ពោះទៅមុខជានិច្ច ជាមួយគ្រឿងបន្លាស់សុទ្ធរបស់ហុងដា
- Tomorrow with Care (SAFETY)
-ឆ្ពោះទៅមុខជានិច្ច ដោយលើកកម្ពស់សុវត្ថិភាពលើដងផ្លូវ
- Tomorrow with Professional (SERVICE)

-ឆ្ពោះទៅមុខជានិច្ច ជាមួយការផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈ

ក្រុមហ៊ុន NCX បានក្លាយជាក្រុមហ៊ុនដ៏ជោគជ័យ និងធំជាងគេបំផុតមួយនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងជាក្រុមហ៊ុនឈានមុខគេលំដាប់ថ្នាក់លេខ១ នៅក្នុងវិស័យទោចក្រយានយន្ត។ ហើយយើងមានតំណាងចែកចាយរាប់រយសាខា រួមជាមួយសាខាធំ និងសាខាតូចៗ នៅទូទាំងប្រទេស។ យើងបាននឹងកំពុងបន្តអភិវឌ្ឍន៍បណ្តាញចែកចាយអោយក្លាយជាកន្លែងរបស់អ្នករាល់គ្នាជឿទុកចិត្ត និងរីករាយក្នុងការទទួលយកសេវាកម្មក្រោយការលក់ដ៏ល្អបំផុត។ បុគ្គលិកផ្នែកបច្ចេកទេសគ្រប់រូបមានចំណេះដឹងជំនាញច្បាស់លាស់ មានការបណ្តុះបណ្តាលត្រឹមត្រូវ និងមានឧបករណ៍ជុសជុលគ្រប់គ្រាន់ស្របតាមបទដ្ឋានបច្ចេកទេសហុងដា ផ្តល់នូវទំនុកចិត្តខ្ពស់ក្នុងការជុសជុល។ ជាមួយគ្នានេះផងដែរផ្នែកសេវាកម្មអតិថិជនមានភាពរួសរាយរាក់ទាក់ និងទទួលយ៉ាងកក់ក្តៅ ដើម្បីប្រាកដថាអតិថិជនរបស់យើងនឹងទទួលបានសេវាកម្មល្អបំផុត។



ខ. បេសកកម្ម

ក្រុមហ៊ុន ហុងដាភ្នំពេញ ដែលស្ថិតក្រោមសម្ព័ន្ធក្រុមហ៊ុន NCX ប្តេជ្ញាផ្តល់ជូននូវ ថយន្តប្រកបដោយគុណភាព សុវត្ថិភាពខ្ពស់ និង សេវាកម្មក្រោយការលក់ ដ៏ល្អបំផុត ជូនអតិថិជន។ ការរំពឹងទុករបស់អតិថិជនត្រូវបានបំពេញជូនយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់ ពីសំណាកបុគ្គលិកគ្រប់ជាន់ថ្នាក់¹³។

គ. គោលការណ៍របស់ហុងដា

រក្សាឱ្យបាននូវទស្សនៈជាសកលដោយលះបង់គ្រប់យ៉ាង ដើម្បីនូវផលិតផលដែលមានគុណភាពឈានមុខគេជាមួយតំលៃសមរម្យសម្រាប់បំពេញចិត្តអតិថិជនទូទាំងសកលលោក។

- ការតាំងចិត្តជាចំបងរបស់យើងដំណើរការជានិរន្តរ៍ប្រកបដោយមហិច្ឆិតា និងជំរុញឱ្យមានការប្រកួតប្រជែង
- បំពេញការងារឱ្យមានលក្ខណៈប្រសើរដូចជាទ្រឹស្តីដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍នូវគំនិតថ្មីៗនិងប្រើពេលវេលាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

¹³ <https://cambonomist.com/news/ncx-honda-new-year-new-vision-launched/>

- មានក្តីរីករាយក្នុងការបំពេញតួនាទីរបស់ខ្លួន និងលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការទទួលយកយោបល់គ្នាទៅវិញទៅមក។
- ព្យាយាមប្រកបដោយស្មោះត្រង់ដើម្បីឱ្យការងារដំណើរការឈានទៅមុខជានិច្ច។
- ជានិច្ចកាលយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការឱ្យតម្លៃលើការស្រាវជ្រាវនិងការខិតខំប្រឹងប្រែង¹⁴។

៣.១.៣ ដៃគូសហការ

ដៃគូសហការរបស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដាមាន៖ក្រុមហ៊ុន ជីអិល ហ្វាយនែន គឺជាដៃគូសហការផ្តាច់មុខរបស់ក្រុមហ៊ុន N.C.X. Co.,Ltd ក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មកតិសន្យាហិរញ្ញវត្ថុដល់ម៉ូតូម៉ាក ហុងដានៅគ្រប់សាខាចែកចាយម៉ូតូ ហុងដា ស្របច្បាប់ទាំងអស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។



ជាមួយនឹងបទពិសោធន៍ជាង ៣៥ឆ្នាំ នៅក្នុងឧស្សាហកម្មកតិសន្យានៅប្រទេសថៃបានបង្កើតគំនិតច្នៃប្រឌិត និងការអនុវត្តប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ការប្រើសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុឈានមុខគេបំផុតរបស់ ជីអិលហ្វាយនែន ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងជាលក្ខណៈឌីជីថល“ វេទិកាហិរញ្ញវត្ថុឌីជីថល” យើងកំពុងប្រតិបត្តិការចំណុចដែលផ្តោតលើបច្ចេកវិទ្យានៃការលក់បណ្តាញ និងការដាក់ពាក្យស្នើសុំហិរញ្ញវត្ថុឌីជីថល GL សម្រាប់តំណាងភ្នាក់ងារ GL នៅក្រុមហ៊ុន OPEX ទាប និងមូលដ្ឋានព័ត៌មានដែលអាចជួយបានយ៉ាងឆាប់រហ័ស។ ការពង្រីកយើងជាដៃគូផ្លូវការជាមួយក្រុមហ៊ុន HONDAនិងក្រុមហ៊ុនគូបូតាក្នុងការផ្តល់ផលិតផលប្រកបដោយគុណភាពតាមរយៈសេវាកម្មកតិសន្យាហិរញ្ញវត្ថុរហ័ស និងច្នៃប្រឌិតថ្មីនិងងាយស្រួលដល់អតិថិជនទាំងអស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

¹⁴ <https://www.ncxhonda.com/kh/corporate-profile>



ក្រុមហ៊ុន Honda សហការជាមួយនឹងក្រុមហ៊ុន General Motors អភិវឌ្ឍន៍ទៅលើថាមពលថ្មីសម្រាប់ រថយន្ត EV ថ្មីៗនេះ ក្រុមហ៊ុន General Motors Co. (NYSE: GM) និងក្រុមហ៊ុន Honda (NYSE: HMC) បានធ្វើការបង្ហាញអំពីកិច្ចព្រមព្រៀងមួយ សម្រាប់ការផលិតរួមគ្នាទៅលើសមាសភាគនៃថាមពលថ្មីកម្រិត ខ្ពស់ដែលមានដូចជា Cell និង Module សម្រាប់ប្រើប្រាស់នៅលើរថយន្តអគ្គិសនីនោះ។ សម្រាប់ថាមពលថ្ម ជំនាន់ចុងក្រោយនេះ នឹងមានថាមពលខ្លាំងក្លាកម្រិតខ្ពស់ ហើយវាក៏មានទំហំកាន់តែតូចជាងមុន និងមាន ការប្រើប្រាស់នូវបច្ចេកវិទ្យា faster charging សម្រាប់ប្រើប្រាស់នៅលើផលិតផលនាពេលអនាគតជាច្រើន សម្រាប់ទីផ្សារនៅក្នុងអាមេរិកខាងជើង។

នៅក្រោមកិច្ចព្រមព្រៀងនេះក្រុមហ៊ុនទាំងពីរនេះ នឹងធ្វើការសហការគ្នាផ្អែកទៅលើប្រព័ន្ធថាមពលថ្ម ជំនាន់ក្រោយរបស់ក្រុមហ៊ុន GM សម្រាប់ប្រើប្រាស់នៅលើរថយន្ត Honda ជាមួយនឹងការប្រើប្រាស់ថាមពល ថ្មរបស់ក្រុមហ៊ុន GM។ កិច្ចសហការនេះនឹងទ្រទ្រង់ទៅលើរថយន្តជាច្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ ដែលពិតជាផ្តល់ នូវអ្វី ដែលជាតម្រូវការសម្រាប់អតិថិជនរបស់ខ្លួនជាក់ជាមិនខាន។ លោក Mark Reus ដែលជានាយក ប្រតិបត្តិ និងជាអនុប្រធានផ្នែកអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលពិភពលោករបស់ ក្រុមហ៊ុន General Motors បាន បញ្ជាក់ថា “នៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងថ្មីនេះ ជាមួយនឹងក្រុមហ៊ុន Honda នៅពេលនេះ គឺបានបង្ហាញអំពីសមត្ថភាព របស់ក្រុមហ៊ុន General Motors នៅក្នុងការបង្កើតនូវអ្វីដែលថ្មីសម្រាប់ប្រើប្រាស់នៅលើរថយន្តអគ្គិសនី នោះ។ យើងនឹងផ្តល់នូវដំណោះស្រាយជាច្រើនកាន់តែប្រសើរសម្រាប់អតិថិជន និងការផ្តល់នូវគុណតម្លៃ ខ្ពស់បំផុតសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់។ ក្រុមហ៊ុន GM និងក្រុមហ៊ុន Honda ក៏មានទំនាក់ទំនងនៅជុំវិញការផលិត នូវប្រព័ន្ធ hydrogen fuel cell system កម្រិតខ្ពស់នៅក្នុងឆ្នាំ 2020 ។ ក្រុមការងារអភិវឌ្ឍន៍រួមគ្នានេះកំពុងធ្វើ ការក្នុងការចែកចាយនូវដំណោះស្រាយទៅលើ Fuel Cell និងប្រព័ន្ធ hydrogen storage systems ដែលមាន ការសន្សំសំចៃខ្ពស់បំផុតនោះ។

៣.២ យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព

៣.២.១ វិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់

❖ ការកំណត់គម្រោងថវិកា

នៅក្នុងអាជីវកម្មសាច់ប្រាក់ត្រូវបានបែងចែកជាបី គឺការលក់ (Turnover) ប្រាក់ចំណេញ (Profit) និងលំហូរសាច់ប្រាក់ (Cash Flow)។ ហេតុនេះម្ចាស់អាជីវកម្មត្រូវចេះវិភាគនិងតាមដាននូវព័ត៌មានដែលទាក់ទង និងចំណុចទាំងបីខាងលើឱ្យបានយ៉ាងម៉ត់ចត់ ហើយត្រូវចេះស្វែងរកការប្រឹក្សាយោបល់ពីមន្ត្រីជំនាញផ្នែក ហិរញ្ញវត្ថុបើសិនអ្នកជួបបញ្ហាអ្វីមួយ។ ដើម្បីឱ្យការប្រើប្រាស់សាច់ប្រាក់នេះមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន និងពេលអនាគត យើងបានរៀបចំគម្រោងសាច់ប្រាក់រួចមុនជាស្រេចសម្រាប់រយៈពេលពី៦ខែទៅ១ឆ្នាំខាង មុខដើម្បីធានាឱ្យបាននូវគុណភាព និងប្រសិទ្ធភាពដូចដែលបានគ្រោងទុក។លើសពីនេះទៅទៀតនោះការ យល់ដឹងពីទំហំសាច់ប្រាក់ ដែលត្រូវប្រើប្រាស់នៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មមួយដែលកំពុងដំណើរការស្រាប់និង ការដឹងពីចំនួនសាច់ប្រាក់ចំណេញដែលយោងពីការិយបាស់ព្រមទាំងការដឹងច្បាស់ជាមុនអំពីទំហំសាច់ប្រាក់ ត្រូវចំណាយសម្រាប់ការវិនិយោគលើអាជីវកម្មផ្សេងមួយទៀត។ ហើយវាក៏ជាវិធីសាស្ត្រមួយយ៉ាងសំខាន់ណាស់ ក្នុងការចំណាយសាច់ប្រាក់ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ដូចគម្រោងដែលបានកំណត់ប្រៀបចំទុកជាមុន។

❖ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការយកលុយបង្កើតលុយ

ក្នុងការប្រកបអាជីវកម្មមួយបានជោគជ័យ និងមានភាពរីកចម្រើនទៅមុខព្រមទាំងអាចចំណាយទុនតិច ក្រុមហ៊ុនកំពុងអនុវត្តនូវវិធីសាស្ត្រមួយគឺការយកលុយបង្កើតលុយ។ ដូចនេះហើយដើម្បីយកលុយទៅបង្កើត លុយគឺអាជីវកម្មត្រូវរក្សាឱ្យបាននូវតុល្យភាពប្រាក់ចំណេញ។ ក្នុងការបង្កើនប្រាក់ចំណេញក្រុមហ៊ុនត្រូវកំណត់ គោលដៅ (Target) ដល់ផ្នែកផលិត និងផ្នែកលក់ដើម្បីឱ្យផ្នែកទាំងពីរអាចបំពេញការងារដោយមានទំនួល ខុសត្រូវខ្ពស់ក្នុងការបង្កើនផលិតផល (Product) ឬទំនិញ (Good) និងចំនួននៃការលក់ (Turnover) ឱ្យមាន កំណើនខ្ពស់ដើម្បីឱ្យកំណើនចំណូលធំជាងចំណាយ។ ព្រោះថានៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មកាលណាចំណូល តូចជាងចំណាយ ឬចំណូលស្មើនឹងចំណាយវាបញ្ជាក់បានថា៖ ដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនកន្លងមក គឺ មានការខាតបង់។ សរុបមកការយកលុយបង្កើតលុយ មានន័យថា យកប្រាក់ចំណេញពីការប្រកបអាជីវកម្ម ទៅបន្តពង្រីកអាជីវកម្មឱ្យកាន់តែធំជាងមុនដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូលឱ្យកាន់តែច្រើន ។

ជាក់ស្តែងក្រុមហ៊ុន ហុងដា ដើមឡើយក្រុមហ៊ុនគ្រាន់តែបង្កើតខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មខ្នាតតូចដោយ តម្លើងម៉ូតូក្នុងទម្រង់ IKD តែប៉ុណ្ណោះ។ ដោយទទួលបានការគាំទ្រខ្លាំងពីសំណាក់អតិថិជនយ៉ាងខ្លាំងធ្វើឱ្យ ក្រុមហ៊ុនទទួលបានប្រាក់ចំណូលច្រើន ក្រុមហ៊ុនក៏បានពង្រីកខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មខ្នាតធំ នៅឆ្នាំ២០០៤។ បច្ចុប្បន្នក្រុមហ៊ុនមិនត្រឹមតែមានខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មសម្រាប់តម្កើងម៉ូតូប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងមានខ្សែសង្វាក់ ផលិតកម្មសម្រាប់ផលិតគ្រឿងបំណែកមួយចំនួនក្នុងទម្រង់ IKD 1.5 ផងដែរ។

៣.២.២ គ្រប់គ្រងគណនីឥណទាន (Account Receivable)

អាជីវកម្ម ឬក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនតែងជួបប្រទះនូវបញ្ហាជំពាក់ពីអតិថិជន ដែលធ្វើឱ្យចរន្តនៃលំហូរ សាច់ប្រាក់ត្រូវរាំងស្ទះ ដើម្បីដោះស្រាយនូវបញ្ហានេះបាន អ្នកអាចសាកល្បងនូវមធ្យោបាយខាងក្រោមនេះ ៖

- បញ្ចុះតម្លៃសម្រាប់អ្នកដែលទិញបង់លុយភ្លាមៗ
- ត្រួតពិនិត្យលើអតិថិជនធំៗ គឺត្រូវមានកិច្ចសន្យាច្បាស់លាស់លើគណនីគណនេយ្យ
- នៅពេលលក់ត្រូវចេញវិក្កយបត្រភ្លាមៗ ត្រូវព្យាយាមទំនាក់ទំនងអតិថិជនដើម្បីទទួលបានការទូទាត់សាច់ប្រាក់ត្រឡប់មកវិញ។
- បង្កើតឱ្យមានការផាកពិន័យចំពោះអតិថិជនណា ដែលធ្វើការបង់ប្រាក់យឺតយ៉ាវហួសកាលបរិច្ឆេទកំណត់។

៣.២.៣ គ្រប់គ្រងគណនីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ (Account Payable)

ត្រូវចរចាជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដើម្បីស្នើឱ្យមានការទូទាត់លុយក្នុងរយៈពេលយូរ តែក៏មិនត្រូវឱ្យហួសថ្ងៃកំណត់ដែរ ប្រសិនបើវិក្កយបត្រទូទាត់របស់ក្រុមហ៊ុនអ្នកមានសុពលភាព៣០ថ្ងៃ គួរតែពុំទាន់ទូទាត់មុនថ្ងៃព្រោះវាអាច និងបណ្តាលឱ្យអ្នកជួបបញ្ហាលំហូរសាច់ប្រាក់ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនអ្នកមានហានិភ័យណាមួយកើតឡើង។ ត្រូវចេះជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់ (Supplier) ដោយមិនត្រូវផ្ដោតលើតែតម្លៃថោកនោះទេ ផ្ទុយទៅវិញនោះត្រូវជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់ណា ដែលអាចជួយសម្រួលដល់ចលនាលំហូរសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុនអ្នកទើបជាការប្រសើរ។

៣.២.៤ រក្សាការចុះបញ្ជីអោយបានឆ្លៀតឆាប់

ការតាមដានប្រាក់ចំណូល និងចំណាយដែលពាក់ព័ន្ធដោយផ្ទាល់នឹងសាច់ប្រាក់ គឺជាមូលដ្ឋានគ្រឹះក្នុងការគ្រប់គ្រង។ ទោះជាប្រព័ន្ធដែលផ្ទុកក្នុងកុំព្យូទ័រជាមធ្យោបាយដ៏មានប្រសិទ្ធភាពបំផុតក្នុងការតាមដាននិងរក្សាគុណភាពរវាងទ្រព្យសកម្មចរន្ត និងបំណុលអកម្មក៏ដោយក៏ការធ្វើផ្ទាល់ដៃអាចអនុវត្តនូវកិច្ចការនេះផងដែរ។

៣.២.៥ ការគ្រប់គ្រងថ្លៃកូន

ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ គឺជាកត្តាសំខាន់ក្នុងការធ្វើអោយប្រសើរឡើងនូវភាពជាក់លាក់ ឬទៀងទាត់ដើម្បីការពារចោរ និងធ្វើអោយច្បាស់ថា ពាណិជ្ជកម្មរបស់លោកអ្នកមានសាច់ប្រាក់គ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ទូទាត់បំណុល ក្នុងនោះរាប់បញ្ចូលទាំងការសរសេរគោលនយោបាយប្រើប្រាស់សាច់ប្រាក់ឱ្យបានច្បាស់ ក៏ដូចជានីតិវិធីប្រតិបត្តិការមានលក្ខណៈស្តង់ដា ដែលបង្កើតឡើងនូវឥរិយាបថរំពឹងទុក និងបង្កើតភាពអាចទទួលខុសត្រូវបាន។

៣.២.៦ ការព្យាករណ៍ និងការរៀបចំផែនការ

ការរៀបចំផែនការពីគម្រោងលំហូរសាច់ប្រាក់ក្នុងរយៈពេលវែងប្រចាំឆ្នាំ និងអំឡុងពេលខ្លីប្រចាំខែ វាអាចជួយឱ្យអ្នកយល់ដឹងពីការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ប្រចាំថ្ងៃដែលចាំបាច់ ក៏ដូចជាអភិវឌ្ឍន៍នីយ័យទូសាស្ត្រដែលអាចសម្រេចទិសដៅរយៈពេលវែង។ ការបញ្ចេញគំនិតល្អៗថា ពេលណា ទីណា និងសាច់ប្រាក់ប៉ុន្មានដែលជានិច្ចកាលមុខជំនួញរបស់អ្នកត្រូវការច្រើនបំផុតដើម្បីរៀបចំឱ្យប្រសើរជាងមុន ហើយអាចកាត់បន្ថយឬលុបបំបាត់ការខ្ចីជាប្រភពមូលនិធិរយៈពេលខ្លី។ ការវិភាគពីកំហុសឆ្គងដែលមានកន្លងមកអាចជួយឱ្យអ្នកចៀសផុតពីកំហុសច្រំដែល និងឈានដល់ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់កាន់តែប្រសើរឡើង។

៣.៣ គុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា

៣.៣.១ គុណសម្បត្តិ នៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា

តាមរយៈការចុះធ្វើកម្មសិក្សាផ្ទាល់ជាមួយគណៈគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា រួចមកគាត់បានរៀបរាប់ឱ្យដឹងពីគុណសម្បត្តិនៅក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ តាមរយៈវិធីសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- ក្រុមហ៊ុនអាចគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់ (Cash Flow) ដោយដឹងពីចំណូលនិងចំណាយយ៉ាងច្បាស់លាស់។
- លំហូរសាច់ប្រាក់មានតុល្យភាពធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនកាត់បន្ថយបាននូវភាពស្មុគស្មាញ នៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មប្រចាំថ្ងៃដូចជាក្រុមហ៊ុនអាចបើកប្រាក់ខែជូនបុគ្គលិកទាន់ពេលវេលាមានទឹកប្រាក់គ្រប់គ្រាន់ដើម្បីទិញវត្ថុធាតុដើម(RM).....។ល។
- មិនជួបនូវបញ្ហាខ្វះទុនបង្វិលក្នុងអាជីវកម្ម (សម្រាប់ប្រភេទចំណាយថេរដែលកើតមានជាប្រចាំ)
- អាចប៉ាន់ស្មាននូវតម្រូវការសាច់ប្រាក់ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម
- ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានសមត្ថភាពក្នុងការពង្រឹងទំហំអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនឱ្យធំជាងមុន
- មានលទ្ធភាពដកយកប្រាក់ចំណេញក្រុមហ៊ុនមួយចំនួន ទៅធ្វើជាដើមទុនដើម្បីបង្កើតអាជីវកម្មមួយផ្សេងទៀតទៅតាមគម្រោងដែលបានព្រៀងទុក។

៣.៣.២ គុណវិបត្តិ នៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា

ក្រោយពីបានចុះសាកសួរផ្ទាល់ជាមួយគណៈគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា រួចមកគាត់បានបង្ហាញឱ្យដឹងពីមូលហេតុចម្បងមួយចំនួន ដែលធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនជួបបញ្ហាក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ដូចជា៖

- កង្វះខាតទុនបម្រុង
- កង្វះខាតបុគ្គលិក
- ការយឺតយ៉ាវក្នុងការផលិតកម្ម

ក.កង្វះខាតទុនបម្រុង

បច្ចុប្បន្ននេះក្រុមហ៊ុនក៏កំពុងតែជួបប្រទះនូវបញ្ហាកង្វះខាតសាច់ប្រាក់ ក្នុងការបង្វិលផងដែរ បណ្តាលមកពីកង្វះខាតអគ្គិសនី និងទឹកប្រើប្រាស់។ ចំពោះចំណុចនេះការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ តាមវិធីសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា ក៏មានការធ្វេសប្រហែសខ្លះដែរ ដោយក្រុមហ៊ុនមិនបានត្រៀមទុកនូវ សាច់ប្រាក់បម្រុងគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីទុកដោះស្រាយបញ្ហាដែលកើតឡើងដោយមិនបានដឹងជាមុនដូចជាគ្រោះធម្មជាតិជាដើម។ ក្រុមហ៊ុនអាចជួបនូវបញ្ហាក្បែរធនធានយ៉ាងងាយ ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនមានការធ្វេសប្រហែសក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ដែលមិនបានគិតគូរច្បាស់លាស់ពីមជ្ឈដ្ឋានជុំវិញខ្លួននោះ។

ខ. កង្វះខាតបុគ្គលិក

ម្យ៉ាងវិញទៀតក្រុមហ៊ុនមួយនេះជាប្រភេទក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម ដូច្នេះហើយបុគ្គលិកពិតជាដើរតួយ៉ាងសំខាន់ណាស់ក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ដោយឡែកក្រុមហ៊ុនកំពុងតែជួបបញ្ហាកង្វះខាតបុគ្គលិកទៅវិញដោយសារតែក្នុងដំណើរការផលិតទាមទារឱ្យមានបុគ្គលិកដែលមានជំនាញ ប៉ុន្តែបុគ្គលិកមួយចំនួនដែលមានជំនាញបានឈប់ជាបន្តបន្ទាប់ ដោយសារតែប្រាក់ខែដែលពួកគាត់ទទួលបានគឺមិនអាចផ្គត់ផ្គង់ដល់ជីវភាពរស់នៅរបស់ពួកគាត់គ្រប់គ្រាន់ទេ។ ដូចនេះហើយទើបពួកគាត់បានសម្រេចចិត្តទៅធ្វើការងារ ឬប្រកបរបរផ្សេងទៀត។

កង្វះខាតបុគ្គលិកជំនាញ គឺជាផ្នែកមួយដែលបង្អាក់ដល់ការផលិតនូវទំនិញជូនដល់អតិថិជនបានទាន់ពេលវេលា ហើយវាក៏ជាមូលហេតុធ្វើឱ្យអតិថិជនមួយចំនួនដែលបានទិញទំនិញជឿពីក្រុមហ៊ុន ពុំមានលទ្ធភាពបង្វិលសាច់ប្រាក់សងទៅក្រុមហ៊ុនវិញតាមកាលកំណត់ ឬមិនទាន់ពេលវេលាដែលធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនជួបនូវវិបត្តិកង្វះខាតសាច់ប្រាក់ដែលយកទៅបង្វិល។

ការស្វែងរកបុគ្គលិកថ្មីៗ គឺត្រូវការចំណាយច្រើនណាស់ទៅលើការផ្សព្វផ្សាយ និងពេលវេលាក្នុងការបង្អាតការងារជូនដល់ពួកគាត់ដែលធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនខាតបង់ទាំងពេលវេលា និងប្រាក់កាក់ផងដែរ។

គ. ការយឺតយ៉ាវក្នុងដំណើរការផលិតកម្ម

ដោយសារតែអាកាសធាតុនៅប្រទេសកម្ពុជាមានការប្រែប្រួល ដោយកើនឡើងនូវកម្ដៅយ៉ាងខ្លាំង និងជួបបញ្ហាកង្វះទឹកបានធ្វើឱ្យទំនប់វ៉ែអគ្គីសនីពុំមានទឹកគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការផលិតអគ្គីសនី ហើយវាក៏ជាមូលហេតុនាំឱ្យដំណើរការផលិតកម្មយឺតយ៉ាវក្នុងការផលិត និងផ្គត់ផ្គង់ទំនិញជូនដល់អតិថិជនឱ្យទាន់ពេលវេលា។

៣.៣.៣ ផលិតផលរបស់ហុនដា

ម៉ូតូចង្កឹះលេខ

- ហុងដា ឌ្រីម
- វេវ១១០



ម៉ូតូអូតូ

- ដីអរណូផ្លីស
- សូពី គឺប ១២
- សូពី ប្រេសស្ទីក
- ប៊ីត
- ក៊ីស៊ីអិច
- ហ៊ីរូមម-អិច
- ឃ្លឹក១២៥
- ឃ្លឹក១៦០
- អេឌីវី១៦០



ម៉ូតូអាប្រាយ៉ា

- អ៊ីមអេសអិច ក្រុម

- ស៊ីប៊ី១៥០អ

- ស៊ីប៊ីអ១៥០អ



ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ

ក្រោយពីបានធ្វើការស្រាវជ្រាវ ខ្ញុំបានសង្កេតឃើញថា ក្រុមហ៊ុន ហុងដា មានទាំងចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយដូចខាងក្រោម៖

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង

- ក្រុមហ៊ុនអាចគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់ (Cash Flow) ដោយដឹងពីចំណូលនិងចំណាយយ៉ាងច្បាស់លាស់។
- លំហូរសាច់ប្រាក់មានគុណភាពធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនកាត់បន្ថយបាននូវភាពស្មុគស្មាញនៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មប្រចាំថ្ងៃដូចជាក្រុមហ៊ុនអាចបើកប្រាក់ខែជូនបុគ្គលិកទាន់ពេលវេលាមានទឹកប្រាក់គ្រប់គ្រាន់ដើម្បីទិញវត្ថុធាតុដើម(RM).....។ល។
- ក្រុមហ៊ុនមានលទ្ធភាពដកយកប្រាក់ចំណេញក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនទៅធ្វើជាដើមទុនដើម្បីបង្កើតអាជីវកម្មមួយផ្សេងទៀតទៅតាមគម្រោងដែលបានព្រៀងទុក។
- ក្រុមហ៊ុនតែងតែបង្ហាញផលិតផលថ្មីរបស់ខ្លួនដាក់បង្ហាញឱ្យសាធារណៈជន បានយល់ដឹងពីគុណភាព និងអត្ថប្រយោជន៍
- ក្រុមហ៊ុនជាក្រុមហ៊ុនឈានមុខគេខាងបច្ចេកវិទ្យាទំនើប

៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ

- ម៉ូតូរបស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា មានតម្លៃថ្លៃ ដោយសារក្រុមហ៊ុនបានផលិតម៉ូតូថ្មីទាន់សម័យនិងអតិថិជនពេញនិយមប្រើប្រាស់
- គ្រឿងបន្លាស់របស់ក្រុមហ៊ុនមានតម្លៃថ្លៃ ព្រោះក្រុមហ៊ុនមានគ្រឿងបន្លាស់ថ្មីៗហើយប្រើប្រាស់បានយូរមិនងាយខូច។

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

បន្ទាប់ពីបានធ្វើការស្រាវជ្រាវ និងបានសាកសួរយ៉ាងលម្អិតដែលទាក់ទង និងប្រធានបទនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ជាមួយក្រុមហ៊ុន ហុងដា រួចហើយខ្ញុំបានយល់ដឹងបានយ៉ាងច្រើន និងឆ្លើយតបទៅនឹងចំណោទបញ្ហាដែលបានចោទសួរមកពីខាងដើម។ ចំណុចមួយទៀតគឺអាចឱ្យយើងរកឃើញនូវតម្លាភាពចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្វះខាត មួយចំនួនក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ និងយុទ្ធសាស្ត្រនានារបស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា ក្នុងរយៈពេលកន្លងមក។ ក្រោយពីបានចុះទៅជាក់ស្តែងធ្វើឱ្យខ្ញុំយល់ច្បាស់ថាក្រុមហ៊ុន ហុងដា ដែលជាក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ និងចែកចាយម៉ូតូជំនាញនៅក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនជាច្រើននៅប្រទេសកម្ពុជាដែលមានការគាំទ្រនិងបញ្ជាទិញទំនិញជាច្រើនពីក្រុមហ៊ុនដោយពួកគេទទួលស្គាល់ថាក្រុមហ៊ុននេះ គឺគោរពទៅតាមច្បាប់មានឧបករណ៍ការពារបរិស្ថានល្អ គុណភាពនៃគ្រឿងចក្រមានគុណភាពខ្ពស់ គឺមិនដែលផ្តល់ទំនិញឱ្យយឺតពេលដល់អតិថិជនឡើយ នេះសបញ្ជាក់ឱ្យយើងឃើញថា ក្រុមហ៊ុន ហុងដា មានការគ្រប់គ្រង នឹងចាត់ចែងការងារបានល្អទាំងការគ្រប់គ្រងលើផ្នែកធនធានមនុស្ស។ ជាពិសេសទៅទៀតទៅលើការគ្រប់គ្រងការចំណាយប្រាក់ដែលកើនឡើងជារៀងរាល់ថ្ងៃក្នុងប្រតិបត្តិការ។ ម្យ៉ាងវិញទៀតអ្នកដឹកនាំមានរបៀបនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់និងធ្វើយ៉ាងណាឱ្យប្រតិបត្តិការសាច់ប្រាក់មានដំណើរការល្អប្រកបដោយតម្លាភាពនិងប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។

ដូចនេះខ្ញុំអាចសន្និដ្ឋានបានថា ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា មានការចាយវាយល្អតាំងពីចាប់ផ្តើមធ្វើការស្នើសុំរហូតដល់ការចំណាយ នេះបញ្ជាក់ថាការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន មានភាពរលូនទៅមុខ និងមានតម្លាភាពបូករួមទាំងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ទទួលបានការថែរក្សាសាច់ប្រាក់ ជាពិសេសទៀតបុគ្គលិកគណនេយ្យនិងហិរញ្ញវត្ថុសុទ្ធតែមានបទពិសោធន៍ខ្ពស់និងជំនាញដែលខ្លួនបានសិក្សានៅមហាវិទ្យាល័យកត្តានេះហើយដែលធ្វើឱ្យ ប្រសិទ្ធភាពការងារកាន់តែរីកចម្រើនជាងមុនបានយ៉ាងលឿន ប្រសិនបើស្ថាប័នមួយជ្រើសរើសបុគ្គលិករបស់ខ្លួនត្រូវនឹងជំនាញដែលគេមាន។ម្យ៉ាងវិញទៀតក្រុមហ៊ុន ហុងដា ជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលស្វែងរកប្រាក់ចំណេញដើម្បីផ្គត់ផ្គង់តម្រូវការរបស់ខ្លួនជាពិសេស គឺជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលបានចូលរួមសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ជាមួយនឹងរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ក្នុងការការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រមួយផ្នែក និងធ្វើឱ្យប្រជាជនកម្ពុជាបានប្រើប្រាស់នូវម៉ូតូទំនើប និងមានគុណភាពខ្ពស់។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ការគ្រប់គ្រងប្រកបដោយមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ក៏ពិតមែន ក៏ប៉ុន្តែមិនមានខ្ញុំធ្វើនេះត្រឹមត្រូវ១០០ភាគរយនោះទេ តែងតែមានភាពខ្វះខាតទាំងនោះមិនមែនជាបញ្ហាជំងឺក្តីតែនេះសបញ្ជាក់ឱ្យខ្ញុំបានឃើញថាការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន មានភាពចន្លោះប្រហោងដែលអាចនឹងធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមិនមានភាពរីកចម្រើន។

៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍

ថ្វីត្បិតតែការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់នៅមានចន្លោះខ្វះខាតតិចតួចក៏ដោយ ក៏ក្រុមហ៊ុន ហុងដា នៅតែមានដំណើរការល្អឈានទៅមុខជានិច្ច ហើយបន្តច្រើនឆ្នាំទៀតផងគឺអាស្រ័យទៅលើបុគ្គលិក-កម្មករសហការគ្នាទៅវិញទៅមក ក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាក្នុងសកម្មភាពប្រតិបត្តិការ (Embrace)។ ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់មួយដែលមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់បានមិនមែនតែក្រុមហ៊ុន ឬស្ថាប័ននោះរកប្រាក់បានយ៉ាងច្រើនជារៀង

រាល់ខែនោះទេ។ អ្វីដែលសំខាន់នោះគឺ អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវចេះបត់បែនតាមកាលៈទេសៈ ចេះរៀបចំប្រាក់ចំណូល និងចំណាយដោយធ្វើការសន្សំសំចៃខ្ពស់ ដោយកាត់បន្ថយចំណាយដែលមិនចាំបាច់ យើងត្រូវប្រើប្រាស់វាឱ្យ អស់លទ្ធភាព (Economy)។ លើសពីនេះអ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវបែងចែក និងរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធទៅតាមជំនាញ និង ចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់បុគ្គលិកក្នុងការបម្រើការជូនក្រុមហ៊ុនដើម្បីធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនរីកចម្រើន និងប្រកបដោយ ប្រសិទ្ធភាព(Efficiency)។ នេះផងដែរអ្នកគ្រប់គ្រងក៏ត្រូវតែយកចិត្តទុកដាក់លើការគ្រប់គ្រងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចដែលចំណាយថវិកាតិច ប៉ុន្តែទទួលបាននូវប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់តាមគោលបំណងរបស់ក្រុម ប្រឹក្សាភិបាល (BOD)។ ម្យ៉ាងវិញទៀតក្រុមហ៊ុនគួរតែធ្វើការបន្ថយថ្លៃផលិតផលរបស់គាត់ឱ្យមានភាពសមរម្យ ដើម្បីឱ្យអតិថិជនដែលមានជីវភាពសមរម្យ និងជីវភាពមិនសូវរីកចម្រើនអាចមានលទ្ធភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ ផលិតផលដែលថ្មីមកប្រើបានគ្រប់គ្នា។

ឯកសារយោង

1. Accounting Procedures and Financial Management Manual ២០០៧.
2. Principle of Management (វគ្គសិទ្ធិដោយវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា), បោះពុម្ពលើកទី៦ ឆ្នាំ២០១៧
3. Financial Management (វគ្គសិទ្ធិដោយវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា), បោះពុម្ពលើកទី២ ឆ្នាំ២០១១

Website:

1. https://www.researchgate.net/pubilcation/3328666459_HONDA_STRATEGIC_ANALYSIS/link/5cceb90c299bf14d95788b2a/download
2. <https://nexhonda.com.kh/en/>
3. <https://www.ncxhonda.com/motorcycles/kh/products>

ឧបសម្ព័ន្ធ

កម្រងសំណួរ ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ ក្រុមហ៊ុនហុងដា

សូមគោរពជូនលោកប្រធានក្រុមហ៊ុន និងតំណាងក្រុមហ៊ុន ហុងដា ជាទីគោរពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ យើងខ្ញុំជានិស្សិត ឆ្នាំ២ ជំនាន់២០ ជំនាញសវនកម្មនៃ វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា គណនេយ្យ។ យើងខ្ញុំកំពុងតែធ្វើការសិក្សា ស្រាវជ្រាវ អំពីការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ហុងដា។ អាស្រ័យហេតុនេះ សូមលោកប្រធានក្រុមហ៊ុន និង តំណាងក្រុមហ៊ុន ផ្តល់នូវឯកសារយោង និងមតិយោបល់ក្នុងការឆ្លើយនូវកម្រងសំណួររបស់យើងខ្ញុំដោយក្តី ស្រលាញ់ពេញចិត្ត និងអនុគ្រោះ។ លោកអ្នកគ្រាន់តែគូសសញ្ញា✓ នៅក្នុងប្រអប់ចម្លើយ ឬ បំពេញចម្លើយ ដែល អ្នកពេញចិត្តផ្តល់ឱ្យ។ ជាចុងក្រោយ យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះការចំណាយពេលវេលាដ៏មាន តម្លៃ របស់ លោកអ្នក។

១. ក្រុមហ៊ុន ឈ្មោះ ៖ ហុងដាប្រភេទអាជីវកម្ម:

២. ដោយក្តីអនុញ្ញាតិសូមរាយ ឈ្មោះ បុគ្គលិកមានតួនាទីទទួលខុសត្រូវលើផ្នែកគណនេយ្យ និង ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ ក្រុមហ៊ុន ហុងដា ។

ឈ្មោះ:		តួនាទី

៣. ឯកសារសិក្សាស្រាវជ្រាវមួយចំនួនពីក្រុមហ៊ុន ដែលយើងត្រូវសិក្សាស្រាវជ្រាវ។ ដោយក្តីអនុគ្រោះសូម ផ្នែក ខាងក្រុមហ៊ុន ហុងដាជួយផ្តល់ជូនឯកសារមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- ☐ ព័ត៌មានរបស់ក្រុមហ៊ុន (Company Profile)
- ☐ របាយការណ៍តារាងតុល្យការរបស់ក្រុមហ៊ុន (Balance Sheet)
- ☐ របាយការណ៍លទ្ធផល (Income Statement)
- ☐ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ (Financial Statement)
- ☐ របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ (Cash Flow Statement)
- ☐ សមធម៌ចំពោះផ្សារហ៊ុន (Equity to Stock Exchange)
- ☐ផ្សេងៗ

៤. តើក្រដាសម៉ោងបុគ្គលិក-កម្មករបម្រើការងារ ទាំងពេញម៉ោង និងក្រៅម៉ោង ត្រូវបានផ្តល់ជូនពួកគេអោយរក្សា ទុកនិង ត្រួតពិនិត្យទេ ?

- ☐ ផ្តល់អោយ
- ☐ មិនផ្តល់អោយ

៥. តើក្រុមហ៊ុនចេញលិខិតការងារ ឬកិច្ចសន្យាដែលរាប់បញ្ចូលប្រាក់ខែបុគ្គលិកដែរឬទេ ?

☐ រាប់បញ្ចូល

☐ មិនរាប់បញ្ចូល

៦. តើក្រុមហ៊ុនរក្សាកំណត់ត្រាសារពើភ័ណ្ឌសម្រាប់ឧបករណ៍ទេ ?

☐ រក្សាទុក

☐ មិនរក្សាទុក

៧. តើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកមានគោលការណ៍ និងនីតិវិធីគណនេយ្យទេ ?

☐ មាន

☐ មិនមាន

៨. បំពេញព័ត៌មានខាងក្រោមទាក់ទងនឹងបុគ្គលិកដែលរក្សាកំណត់ត្រាគណនេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនអ្នក។

a) តើគាត់មានបទពិសោធន៍ប៉ុន្មានឆ្នាំ ?

--

b) តើគាត់ធ្វើការអោយក្រុមហ៊ុនអ្នកប៉ុន្មានឆ្នាំហើយ ?

--

c) តើគាត់ចេះប្រើប្រាស់កម្មវិធី Excel ដែរឬទេ ?

☐ ចេះ

☐ មិនចេះ

d) តើគាត់ដឹងពីរបៀបប្រើប្រព័ន្ធគណនេយ្យតាមកុំព្យូទ័រដែរ

☐ ចេះ

☐ មិនចេះ

ឬទេ ?

e) តើគាត់មានសញ្ញាបត្រគណនេយ្យឬហិរញ្ញវត្ថុទេ ?

☐ មាន

☐ មិនមាន

៩. តើក្រុមហ៊ុនរក្សាទុកវិក័យបត្រប័ណ្ណ ប័ណ្ណទូទាត់ និងវិក័យបត្រសម្រាប់ការទូទាត់ទាំងអស់ដែរឬទេ ?

☐ រក្សាទុក

☐ មិនរក្សាទុក

១០. តើប្រព័ន្ធគណនេយ្យរបស់អ្នកសង្ខេបការចំណាយដោយ បែងចែកទៅតាមប្រភេទថវិការដែរឬទេ ?

☐ បែងចែក

☐ មិនបែងចែក

១១. តើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកធ្វើការរៀបចំឯកសារគណនេយ្យ ឬហិរញ្ញវត្ថុរៀងរាល់ ?

☐ មួយខែម្តង

☐ ត្រីមាស

☐ ឆមាស

☐ ១ឆ្នាំ

.....

១២. តើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកបានផ្តល់សេវាធានារ៉ាប់រងដល់បុគ្គលិកដែរ ឬទេ ?

☐ មាន

☐ មិនមាន

១៣. តើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នករក្សាទុកកំណត់ត្រាគណនេយ្យ រួមមាន វិក័យបត្រ ប័ណ្ណទូទាត់ បង្កាន់ដៃ និងកំណត់ត្រាម៉ោងបម្រើការងារ យ៉ាងហោចណាស់ ៣ឆ្នាំដែរឬទេ ?

☐ រក្សាទុក

☐ មិនរក្សាទុក (ពន្យល់)

--

១៤. តើក្រុមហ៊ុន ប្រើប្រាស់គណនីធនាគារដែរឬទេ ?

☐ ប្រើ

☐ មិនប្រើ

១៥. តើក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកមានសវនកម្មខាងក្រៅទេ (អនុវត្តដោយក្រុមហ៊ុនសវនកម្ម ឬគណនេយ្យករសាធារណៈដែលមានការបញ្ជាក់) ?

☐ មាន

☐ មិនមាន

បើមាន សូមសរសេរ ឈ្មោះ ក្រុមហ៊ុនដែលចុះសវនកម្មនោះ

១៦. តើសវនកម្មត្រូវអនុវត្តប៉ុន្មានដង ?

☐ ១ឆ្នាំម្តង

☐ ២ឆ្នាំម្តង

☐ ផ្សេងៗ.....

១៧. បញ្ចូលកាលបរិច្ឆេទចាប់ផ្តើម និងបញ្ចប់នៃឆ្នាំសារពើពន្ធ (ហិរញ្ញវត្ថុ) របស់ក្រុមហ៊ុនអ្នក៖

ចាប់ផ្តើម: (ខែ, ថ្ងៃទី)

បញ្ចប់: (ខែ, ថ្ងៃទី)

យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅជាថ្មីម្តងទៀតសម្រាប់ការចំណាយពេលវេលាដ៏មានតម្លៃរបស់លោកអ្នកក្នុងការឆ្លើយសំណួរអោយយើងខ្ញុំទទួលបាននូវព័ត៌មានសម្រាប់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងទទួលបាននូវចំណេះដឹង ផ្នែកមុខវិជ្ជានេះ។