

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS



វីឡាស្ថាន វ៉ាន់ដា

VANDA INSTITUTE



សាលាបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាបត្រ

**ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រង ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ
របស់ក្រុមហ៊ុន អិល វី ស៊ី ខបតេសិន (វីតាល់)**

THE PROCESS OF MANAGEMENT STRATEGIES OF NVC
CORPORATION (VITAL)

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៤

PHNOM PENH-2024

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS



វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា

VANDA INSTITUTE



សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ

**ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់
ក្រុមហ៊ុន អិល វី ស៊ី ខបតេសិន(វីតាល់)**

THE PROCESS OF MANAGEMENT STRATEGIES OF NVC
CORPORATION (VITAL)

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ៖ ហេង សីហា

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៤

PHNOM PENH-2024



**គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យសារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២១
ប្រធានបទ៖ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ ក្រុមហ៊ុន អិន វី ស៊ី
ខេមបូឌី (វ៉ិសាល់)**

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី១

សាស្ត្រាចារ្យណេនាំ

បេក្ខបណ្ឌិត ស្រេង ផល្លា

ហេង សីហា

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី៣

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី២

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក រុទ្ធី

បេក្ខបណ្ឌិត មាស សំណាង

ប្រធានគណៈកម្មការវាយតម្លៃ និងជាប្រធាន
មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី៤

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ែម សុខហៀក

បណ្ឌិត សេង សំអឿន

នាយកវិទ្យាស្ថាន

នាយិការងារអចិន្ត្រៃយ៍

បណ្ឌិត ហេង វ៉ាន់ដា

បណ្ឌិត ហ៊ុំ គុជគន្ធលីនណា

លេខកថា

ក្រោយពីបានសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យ នៅវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា អស់រយៈពេល ៤ ឆ្នាំ សិក្សារួចមក ក្រុមយើងខ្ញុំ បានទទួលនូវចំណេះដឹងជាច្រើន ពាក់ព័ន្ធនឹងមុខវិជ្ជាគណនេយ្យ ជាពិសេសក្រុមយើងខ្ញុំយល់ច្បាស់ថា ជំនាញគណនេយ្យ គឺជាជំនាញមួយមានសារៈសំខាន់មួយដែរសម្រាប់ទីផ្សារបច្ចុប្បន្នក្នុងនោះស្ថាប័នរដ្ឋក្តី ឯកជនក្តី ឬអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្តី សុទ្ធតែត្រូវអនុវត្តកិច្ចការគណនេយ្យ សវនកម្ម និងពន្ធដារដូចគ្នា។ ដោយឡែក ដើម្បីឱ្យការសិក្សារបស់និស្សិតកាន់តែមានគុណភាពខ្ពស់ វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដាបានបញ្ចូលនូវមុខជំនាញសំខាន់ៗ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការងារគណនេយ្យតាមកម្មវិធីសិក្សា ក្នុងឆ្នាំសិក្សាទី១ រហូតដល់ឆ្នាំសិក្សាទី៤។

គ្រប់មុខវិជ្ជាទាំងអស់ សុទ្ធតែមានសារៈសំខាន់ក្នុងការត្រួតត្រាផ្លូវនិស្សិត ឱ្យយល់ច្បាស់ពីការអនុវត្តការងារគណនេយ្យ ពីការចាប់ផ្តើមរៀបចំផែនការ ការអនុវត្ត ការបញ្ចប់ និងត្រួតពិនិត្យ វាយតម្លៃ ព្រមទាំងផ្តល់ជាអនុសាសន៍នៅក្នុងការងារគណនេយ្យ ដើម្បីពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រងនៅក្នុងស្ថាប័នខ្លួន ក្នុងន័យឆ្លើយតបឱ្យបានល្អប្រសើរ នឹងគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដែលបានដាក់ចេញ។ ដោយក្រុមយើងខ្ញុំសង្កេតឃើញថា កិច្ចការងារមួយនេះមានសារៈសំខាន់ខ្លាំង ស្របពេលនៃការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្របានមកដល់ ទើបក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសនូវប្រធានបទមួយស្តីពី **“ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ របស់ក្រុមហ៊ុន អិន វី ស៊ី ខបភើរសិន (ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់)”** យកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងក្នុងគោលបំណងឱ្យអ្នកស្រាវជ្រាវទាំងអស់ ឱ្យយល់កាន់តែស៊ីជម្រៅពីការរៀបចំសារណាក្រុមយើងខ្ញុំសង្ឃឹមថា ការរៀបចំសារណានេះ នឹងបានចូលរួមចំណែកក្នុងការស្រាវជ្រាវរបស់និស្សិតជំនាន់ក្រោយៗ ព្រមទាំងអ្នកស្រាវជ្រាវដ៏ទៃទៀត ដែលមានបំណងសិក្សាស្វែងយល់ពីកិច្ចការនេះ។

ជាទីបញ្ចប់ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមមេត្តាខន្តី អភ័យទោស ពីសំណាក់លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ រៀបច្បង និងអ្នកអានទាំងអស់ នូវរាល់កំហុសឆ្គងដែលកើតមានដោយអចេតនា នៅក្នុងសារណានេះ ហើយក្រុមយើងខ្ញុំរីករាយនឹងទទួលយករាល់ការរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនា ដើម្បីឱ្យការរៀបចំលើកក្រោយទៀតមានភាពកាន់តែល្អប្រសើរ។

រចនាសម្ព័ន្ធក្រុម



ប្រាក់ ចន្ទី
ID B21/245



ថាច់ រចនា
ID B21/471



មាន សាភ័ន
ID B21/505



ឃុំន មុណា
ID B21/574



លី ស្រីណាង
ID B21/485

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ក្រុមយើងខ្ញុំជានិស្សិតនៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២១ ជំនាញគណនេយ្យ
សូមសម្តែងនូវការគោរពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ និងថ្លែងអំណរគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅចំពោះ

ក្រុមគ្រួសារដែលបានជួយឧបត្ថម្ភ គាំទ្រ ទាំងសម្ភារៈ ថវិកា និងស្មារតី ជំរុញលើកទឹកចិត្ត ដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ ក្នុងការសិក្សារៀនសូត្រ ដើម្បីទទួលបានចំណេះដឹងរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ ក្នុងនោះក្រុមយើងខ្ញុំសូមសម្តែងនូវការគោរព និងកត្តាព្រួយបារម្ភយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុត ដល់អ្នកមានគុណ ដែលបានផ្តល់កំណើតដល់ខ្ញុំបាទ នាងខ្ញុំគ្រប់រូប និងសូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ដល់បណ្តាសាស្ត្រាចារ្យ លោកគ្រូអ្នកគ្រូទាំងអស់ ដែលបានបណ្តុះបណ្តាលក្រុមយើងខ្ញុំនាពេលកន្លងមក។

ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមសម្តែងនូវការគោរពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ដ៏ជ្រាលជ្រៅ ដល់ឯកឧត្តមបណ្ឌិត **ហេង វ៉ាន់ដា** នាយកនៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ដែលបានផ្តល់ទីកន្លែងបណ្តុះបណ្តាល ព្រមទាំងផ្តល់បទពិសោធន៍យ៉ាងច្រើនដល់យើងខ្ញុំ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណចំពោះសាស្ត្រាចារ្យ **ហេង សីហា** ជាសាស្ត្រាចារ្យណែនាំ ដោយបានជួយជ្រោមជ្រែង បង្ហាត់បង្ហាញសព្វបែបយ៉ាង ដើម្បីជួយដល់ក្រុមយើងខ្ញុំបញ្ចប់កិច្ចការសារណានេះជាស្ថាពរ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណដល់សាស្ត្រាចារ្យ និងបុគ្គលិកនៃវិទ្យាស្ថានវ៉ាន់ដាទាំងអស់ ដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបង្ហាត់បង្ហាញ លើកទឹកចិត្ត អនុគ្រោះដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ រហូតធ្វើឱ្យការសិក្សាបានបញ្ចប់ និងទទួលបានជោគជ័យគួរជាទីមោទនៈ។

ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះដែរ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមប្រសិទ្ធពរជ័យជូនដល់បុគ្គលទាំងអស់ខាងលើឱ្យជួបតែពុទ្ធពរឬនប្រការគឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អំណះអំណាង

ក្រុមយើងខ្ញុំ ជានិស្សិតបរិញ្ញាបត្រជំនាញគណនេយ្យ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ជំនាន់ទី២១៖

សូមធានាអះអាងថា ខ្លឹមសារសារណាក្រោមប្រធានបទ “ដំណើរការផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវី ខបភីអេសិន (ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់)” នេះគឺជាស្នាដៃរបស់ក្រុមយើងខ្ញុំ ដោយគ្មានការពាក់ព័ន្ធនឹងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកផ្សេងឡើយ។ ទិន្នន័យ និងលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ ដែលលើកឡើងនេះ ជាអត្ថបទស្រាវជ្រាវថ្មីសុទ្ធសាធ ដែលពុំធ្លាប់មានជនណាម្នាក់យកទៅប្រើប្រាស់ ក្នុងការស្រាវជ្រាវពីមុនឡើយ។

ថ្ងៃ. ខែ..... ឆ្នាំ..... ព.ស.២៥៦....

ថ្ងៃទី..... ខែ..... ឆ្នាំ២០២....

ហត្ថលេខាអំណាចក្រុម

មាតិកា

ទំព័រ

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

សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ.....	១
១.២ ចំណោតបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	១
១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៤ ទំហំដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
១.៤.១ ទំហំដែនកំណត់	២
១.៤.២ វិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៥.១ ការប្រមូលទិន្នន័យដំបូង.....	៣
១.៥.២ ការប្រមូលទិន្នន័យបន្ទាប់	៣
១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ	៣
១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣

ជំពូកទី២

វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រង	៤
២.១.១ និយមន័យ.....	៤
២.១.២ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រង	៥
២.១.៣ មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង.....	៥
២.១.៤ តួនាទីនៃការគ្រប់គ្រង	៦
២.១.៥ កំរិតនៃការគ្រប់គ្រង.....	៦
២.១.៦ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រង.....	៦
២.២. ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន.....	៧
២.២.១ និយមន័យប្រព័ន្ធ.....	៧
២.២.២ ប្រព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រង.....	៩
២.៣. យុទ្ធសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន.....	៩
២.៣.១ និយមន័យយុទ្ធសាស្ត្រ.....	៩

ជំពូកទី៣

លទ្ធផលដំណើរការនៃការស្រាវជ្រាវ

៣.១. ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់	១១
៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់	១១
៣.១.២ ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់	១២
៣.១.៣ ទស្សនៈវិស័យ បេសកកម្ម គុណតម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុន NVC Corporation (Vital)	១២
៣.១.៤ ផលិតផលវីតាល់	១៣
៣.២. ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុនវីតាល់	១៤
៣.២.១. រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង	១៤
៣.២.២. តួនាទីនិងភារៈកិច្ច	១៤
៣.៣ យុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនវីតាល់	១៥
៣.៣.១ ការគ្រប់គ្រងផលិតផល	១៦
៣.៣.២ ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ	១៦
៣.៣.៣ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស	១៧

ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង	២១
៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ	២១

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន	២២
៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍	២២

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

ជំពូកទី១
សេចក្តីផ្តើម

ជំពូកទី១ **សេចក្តីផ្តើម**

១.១ លំនាំបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

នាពេលបច្ចុប្បន្នយើងនេះ ឃើញថាមានក្រុមហ៊ុនជាច្រើន មានការប្រកួតប្រជែងគ្នានៅក្នុង ទីផ្សារ សេរីទៅលើផលិតផលគ្រប់ប្រភេទទាំងគុណភាព បរិមាណ និងអត្ថប្រយោជន៍របស់អ្នកប្រើប្រាស់។ អាស្រ័យ ហេតុនេះហើយទើបគ្រប់អង្គភាព ស្ថាប័ន ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មជាច្រើននាំគ្នាពង្រឹងទៅលើប្រព័ន្ធនៃការ គ្រប់គ្រង រៀបចំផែនការនៅក្នុងអង្គភាពរបស់ខ្លួន ដើម្បីទទួលបាននូវប្រសិទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ ព្រមទាំងគុណ ភាពនៃសមិទ្ធផលដែលខ្លួនបានផលិត និងដើម្បីការងារនៅក្នុងស្ថាប័នទទួលបានភាពរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័ស។ ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅ បេសកកម្ម និងចក្ខុវិស័យរបស់អង្គភាព អ្នកគ្រប់គ្រងមានតួនាទីយ៉ាង សំខាន់ក្នុងការ រៀបចំផែនការ និងព្រាងនូវសកម្មភាពនានាក្នុងការអនុវត្ត។

ការគ្រប់គ្រងជាឧបករណ៍យ៉ាងសំខាន់មួយ ដែលជួយអ្នកគ្រប់គ្រង និងនិយោជិតឱ្យដឹងច្បាស់ពីទិសដៅ សកម្មភាពដែលត្រូវអនុវត្ត និង សកម្មភាពតាមផ្នែកនានាៗ និងងាយស្រួលក្នុងការតាមដាន វាយតម្លៃទៅលើ សកម្មភាពនិងហិរញ្ញវត្ថុផងដែរ។ អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវចេះចាត់ចែងផែនការសកម្មភាពទៅតាមបណ្តាលផ្នែក និងក្រុមដែលទទួលបន្ទុកដោយបង្កើតជាវចនាសម្ព័ន្ធ បែងចែកតួនាទី និងភារកិច្ចចាត់តាំងសមាសភាព មនុស្សតាមជំនាញបែងចែកធនធាននានាដើម្បីសម្រេចគោលបំណង។

ជាក់ស្តែងក្រុមហ៊ុនទឹកបរិសុទ្ធ គឺជាក្រុមហ៊ុនផលិតកេសជ្ជៈដ៏ធំមួយនៅប្រទេសកម្ពុជានិងជាផលិតផល ដែលមានការគាំទ្រខ្លាំងនោះគឺ ទឹកបរិសុទ្ធដែលមានការ ពេញនិយមយ៉ាងខ្លាំងដល់ប្រទេសកម្ពុជាទាំងមូល។ ហេតុ ដូច្នេះហើយទើបក្រុមនាងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសប្រធានបទមួយស្តី ពីដំណើរការនៃ ការគ្រប់គ្រងផែន ការ យុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន« អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី (N.V.C Corporation Co.,Ltd) (ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់)» ដើម្បីចងក្រងឡើងជាឯកសារនេះឱ្យបានល្អប្រសើរឡើង។

១.២ ចំណោទបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

យើងដឹងហើយថា អង្គភាពមួយមិនអាចខ្វះការគ្រប់គ្រងបានទេ ដោយហេតុថាដើម្បីអោយអង្គភាព សម្រេចគោលដៅ លុះត្រាតែមានការគ្រប់គ្រងច្បាស់លាស់ ការប្រើប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្រនានាបានព្រមទាំងការ ប្រមើលទៅអនាគតកាលថែមទៀតផង។

ចំពោះក្រុមហ៊ុនទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់ គឺជាក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម ដែលបានទទួលការចាប់អារម្មណ៍ និង គាំទ្រពីអតិថិជនជាច្រើន ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនទឹកបរិសុទ្ធនេះ ក៏នៅមានដៃគូប្រកួតប្រជែងជាច្រើនផងដែរ។ ហេតុនេះហើយទើបធ្វើឱ្យក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ទៅលើក្រុមហ៊ុន« អិនវីស៊ី ខបភីអេ សិន ខូ អិលធីឌី (N.V.C Corporation Co.,Ltd) (ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់)» ទើបមានសំណួរមួយចំនួនបានលើកឡើង ដូចខាងក្រោម៖

- ១ . តើក្រុមហ៊ុនអិនវី ស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី(វីតាល់)មានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងដូចម្តេចខ្លះ ?
- ២ . តើក្រុមហ៊ុនវីតាល់មានយុទ្ធសាស្ត្រអ្វីខ្លះដើម្បីឱ្យការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ?

១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

រាល់ការស្រាវជ្រាវ គឺសុទ្ធតែមានគោលបំណងសំខាន់ៗច្បាស់លាស់ ហើយក៏ត្រូវទាមទារចាំបាច់នូវការផ្សារភ្ជាប់រវាងទ្រឹស្តីនៅការអនុវត្តជាក់ស្តែងផងដែរ ដើម្បីការសិក្សាកន្លងមក គឺយកមកធ្វើជាដើមទុនក្នុងការស្រាវជ្រាវមួយនេះគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវវិញ គឺដើម្បីស្វែងយល់ពីដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូអិលជីឌី (N.V.C Corporation co. Ltd) (វីតាល់) ដោយផ្ដោតទៅលើចំណុចសំខាន់ៗមួយចំនួនដែលយើងបានសិក្សាកន្លងមករួមមាន ៖

- ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី
- គោលនយោបាយនៃការគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូល
- សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍ទៅលើចំណុចខ្វះខាតរបស់ក្រុមហ៊ុន
- បង្កើតបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការកែច្នៃឱ្យកាន់តែមានភាពស៊ីវិល័យ
- បង្កើតបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការកែច្នៃឱ្យកាន់តែមានភាពស៊ីវិល័យបង្កើនការជឿជាក់ពីអតិថិជន
- បង្កើតបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការកែច្នៃឱ្យកាន់តែមានភាពស៊ីវិល័យ
- កំណត់តម្លៃដែលអតិថិជនអាចទទួលយកបាននៅលើទីផ្សារ
- ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយផលិតផលឱ្យកាន់តែច្រើន
- សិក្សាឱ្យកាន់តែច្បាស់ពីតម្រូវការទីផ្សារ និងអ្នកប្រើប្រាស់
- យល់ឱ្យច្បាស់ពីឫសគល់នៃការគ្រប់គ្រង

១.៤ ទំហំដែលកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

១.៤.១ ទំហំដែលកំណត់

ដោយឡែក ដំណើរការនៃការស្រាវជ្រាវនេះ គឺធ្វើឡើងដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងពីដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់ ដោយសារតែក្រុមហ៊ុននេះមានភាពល្បីល្បាញនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ហេតុដូច្នេះហើយទើបក្រុមរបស់យើងខ្ញុំបានសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសយកក្រុមហ៊ុនផលិតទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់នេះ ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅអគារលេខ 888K ផ្លូវ 598 សង្កាត់ ទួលសង្កែ ខណ្ឌឫស្សីកែវ រាជធានីភ្នំពេញ។

១.៤.២ វិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

ឯកសារ និងព័ត៌មានដែលបានយកមកលើកឡើងខាងលើមកវិភាគ « ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម អិនវី ស៊ី ខបភីអេសិន ខូអិលជីឌី (ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់) » គឺនៅចន្លោះឆ្នាំ ២០២០-២០២២។

១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវតាមរយៈកម្មសិក្សានេះ អាចប្រព្រឹត្តទៅបានចាប់តាំងពីពេលចាប់ផ្តើមដំបូងរហូតដល់ទីបញ្ចប់ ប្រកបដោយភាពជោគជ័យ ប្រសិទ្ធភាព គុណភាព គឺពិតណាស់ដែលត្រូវទាមទារអោយកើតមាននូវការកំណត់វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវដោយភាពច្បាស់លាស់ និងត្រឹមត្រូវ ។

១.៥.១ ការប្រមូលទិន្នន័យដំបូង

ដោយពេលវេលាក្នុងការស្រាវជ្រាវ តាមឯកសារពាក់ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន បានសាកសួរព័ត៌មានពីផ្នែក គ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ។

- ឯកសារក្នុងបណ្ណាល័យ
- វេបទំព័រ
- សៀវភៅអ្នកប្រាជ្ញ
- ឯកសារដែលមានស្រាប់ដែលទាក់ទងនឹងប្រធានបទ
- អ៊ីនធឺណិត (Internet) ។

១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

តាមរយៈការស្រាវជ្រាវរបស់ក្រុមយើងខ្ញុំមួយនេះគឺបានផ្តល់នូវផលប្រយោជន៍ដល់អ្នកសិក្សាក៏ដូចជា ក្រុមហ៊ុន ដូចខាងក្រោម ៖

- យល់ដឹងអំពីដំណើរការនៃគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបកើអេសិន ខូ អិលជីឌី (N.V.C Corporation Co.,Ltd) (ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់)
- ផ្តល់ជាឯកសារបន្ថែមសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រង និងបំពេញនូវចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួន
- ផ្តល់ជាឯកសារសម្រាប់និស្សិត និងអ្នកស្រាវជ្រាវជំនាន់ក្រោយ
- ដើម្បីផ្សារភ្ជាប់ការសិក្សាទៅលើទ្រឹស្តី និងការអនុវត្តជាក់ស្តែងជាមូលដ្ឋានដើម្បីការសិក្សា បន្តកម្រិតក្រោយឧត្តមសិក្សា។

១.៧ បេសកកម្មនៃការស្រាវជ្រាវ

នៅក្នុងរបាយការណ៍នេះ ក្រុមយើងខ្ញុំបានបែងចែកជា៥ ផ្នែកធំៗដែលរួមមានដូចខាងក្រោម៖

❖ **ជំពូកទី១៖ សេចក្តីផ្តើម** ត្រូវបានបង្ហាញពីលំនាំនៃការស្រាវជ្រាវ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ទំហំដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ វិធីសាស្ត្រនៃ ការស្រាវជ្រាវ និងសារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ។

❖ **ជំពូកទី២៖ រំលឹកទ្រឹស្តី**ត្រូវលើកឡើងពីទ្រឹស្តីដែលជាប់ពាក់ព័ន្ធនឹងទស្សនៈទាន។

❖ **ជំពូកទី៣៖ លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ** ការសិក្សាពីស្ថានភាពទូទៅរបស់ ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបកើអេសិន ខូអិលជីឌី (N.V.C Corporation Co.,Ltd) (ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់)ដូចជាប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន គោលនយោបាយ បេសកកម្មចក្ខុវិស័យ។

❖ **ជំពូកទី៤៖ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ** ៖ ដោយវិភាគ និងធ្វើការស្វែងយល់អំពី ចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់ប្រធានបទដែលពាក់ព័ន្ធ ។

❖ **ជំពូកទី៥៖ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍** ៖ ជាការសន្និដ្ឋាន គ្រប់ចំណុចទាំងអស់ដែល បានអនុវត្តជាក់ស្តែង និងផ្តល់អនុសាសន៍ធ្វើការកែលម្អឱ្យមានភាពប្រសើរឡើង ។

ជំពូកទី២
រំលឹកច្រើន

ជំពូកទី២

ការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រង

២.១.១ និយមន័យ

❖ ការគ្រប់គ្រង គឺជាដំណើរការនៃការធ្វើផែនការ ការចាត់តាំងដឹកនាំនិងត្រួតពិនិត្យទៅលើការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្ស និងធនធានដទៃទៀតដើម្បីសម្រេចគោលដៅរបស់អង្គភាព។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាបរិយាកាសសកលមួយ ដែលគ្រប់ស្ថាប័នទាំងអស់ទាំងពាណិជ្ជកម្ម នយោបាយ វប្បធម៌ និងសង្គមគឺត្រូវតែមានទំនាក់ទំនងជាមួយការគ្រប់គ្រង ពីព្រោះការគ្រប់គ្រងជាចំណែកមួយដ៏សំខាន់ក្នុងការជំនួយ និងដឹកនាំនូវកិច្ចខិតខំផ្សេងៗគ្នាឆ្ពោះទៅមុខនូវគោលបំណងដែលបានកំណត់។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាការទទួលខុសត្រូវមួយដ៏លំបាកវាទាមទារឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងចាំបាច់ត្រូវមានសមត្ថភាពយល់ដឹងខ្ពស់ រហ័សរហួន ប្រកបដោយភាពប៊ិនប្រសព្វ និងមានចំណេះដឹងជំនួយ បើទោះបីយ៉ាងនេះក៏ដោយ ក៏នៅមានអ្នកគ្រប់គ្រងខ្លះទទួលបានជោគជ័យ ហើយអ្នកគ្រប់គ្រងខ្លះទៀតក៏ ទទួលបានភាពបរាជ័យផងដែរ។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាបញ្ហាស្មុគស្មាញមួយដែលត្រូវមានការគិតគូរហ្មត់ចត់ ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យមានប្រសិទ្ធិភាព និងប្រសិទ្ធផល និងជាដំណើរការនៃការប្រមូលធនធានរបស់អង្គភាព ដើម្បីសម្រេចគោលដៅ តាមរយៈមុខងារនៃការធ្វើផែនការ ការចាត់តាំង ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យ។

បើយោងតាម Harold Koontz ការគ្រប់គ្រង គឺជាសិល្បៈដើម្បីសម្រេចបានគោលដៅដែលបុគ្គលនានាបានរៀបចំជាផ្លូវការទៅតាមក្រុមផ្សេងៗ។ វាជាសិល្បៈក្នុងការបង្កើតបរិយាកាសមួយដែលបុគ្គលិកអាចបំពេញការងារដោយកិច្ចសហការគ្នាប្រកបដោយការចូលរួមយ៉ាងសក្រាន់ស្រាប់ដើម្បីសម្រេចបំណងរួមជាចម្បង។ បើយោងតាម FREDERICK W. Taylor ការគ្រប់គ្រងគឺជាសិល្បៈនៃការយល់ដឹងអ្វីដែលត្រូវធ្វើពេលវេលាដែលត្រូវធ្វើ និងសម្រេចបានយ៉ាងល្អ និងចំណាយតិចបំផុត។

កត្តាមួយចំនួនដែលមានអ្នកគ្រប់គ្រងមានការអន់ថយ៖

- អ្នកគ្រប់គ្រងខ្វះបទពិសោធន៍ ចំណេះដឹង
- មិនមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រង (ខ្វះភាពប៊ិនប្រសព្វ មិនមានឥទ្ធិពលឬអំណាចគ្រប់គ្រាន់ ឫកពា អាកប្បកិរិយា ឥរិយាបថ វាជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់ផងដែរ)
- មិនមានចនាសម្ព័ន្ធត្រឹមត្រូវ
- ការគ្រប់គ្រងធនធាននៅមានភាពខ្វះចន្លោះ
- ប្រើប្រាស់ធនធានខុសគោលដៅ
- អនុវត្តន៍ផែនការខុសគោលដៅដែលចង់បាន
- មិនចេះប្រើប្រាស់ចិត្តសាស្ត្រប្រើមនុស្ស
- មិនចេះប្រើប្រាស់ចិត្តសាស្ត្រដើម្បីជាមធ្យោបាយជួយដល់ការគ្រប់គ្រង
- មិនមានការរៀបចំផែនការច្បាស់លាស់ ធ្វើផែនការ អនុវត្តផែនការ

- មិនមានការចាត់តាំងឱ្យបានល្អ ។

២.១.២ ប្រវត្តិការគ្រប់គ្រង

ដើមកំណើតនៃការគ្រប់គ្រង ត្រូវបានគេសន្មត់ថាជាប្រូហ្វឌ័រវីនស្លូវប៊ែលី (Frederick Winslow Taylor) បុរសម្នាក់ដែលមានការគិតស្រមៃស្រមៃប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពតែមួយនាំឱ្យមានទ្រឹស្តីគ្រប់គ្រងដើម្បីការចាត់ចែងវិទ្យាសាស្ត្រ ប៉ុន្តែការគិតបែបមេកានិច ត្រូវបានជំនួសឱ្យការព្រួយបារម្ភចំពោះមនុស្ស និងបរិស្ថាន។

លោក Frederick Winslow Taylor បានកំណត់ច្បាស់លាស់ឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងទាំងអស់គ្នាតែ៖

- ត្រូវបានបណ្តុះបណ្តាលលើគោលការណ៍វិទ្យាសាស្ត្រ
- ត្រូវសិក្សាភារកិច្ចក្នុងការគ្រប់គ្រង
- ការជ្រើសរើស និងបណ្តុះបណ្តាលកម្មករទៅតាមជំនាញ
- មានការលើកទឹកចិត្ត និងជាគំរូដល់កម្មករ
- ត្រួតពិនិត្យនរណាម្នាក់ដោយមិនប្រើប្រាស់អំណាចផ្តាច់ការ
- លោក ADAM SMITH បានយកចិត្តទុកដាក់ខ្លាំងខ្លាចដល់ការគ្រប់គ្រង
- ការរៀបចំផែនការគ្រប់គ្រងឱ្យបានម៉ត់ចត់ (PLANNING)
- ការចាត់ចែង (ORGANIZING)
- ការដឹកនាំ (LEADING)
- ការត្រួតពិនិត្យឡើងវិញ (CONTROLLING)

២.១.៣ មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង

មុខងារនៃការគ្រប់គ្រងបែងចែកជាបួនផ្នែកគឺ៖

ការធ្វើផែនការ ជាមុខងារនៃការសម្រេចចិត្ត តើត្រូវធ្វើអ្វីខ្លះក្នុងពេលអនាគត។ ពេលគឺ ដាក់ចេញនូវគោលដៅ និងរៀបចំមធ្យោបាយ ដើម្បីសម្រេចនូវគោលដៅនោះ។ គឺជាដំណើរការមួយប្រមើលមើលថ្ងៃមុខដែលគ្រប់គ្រងគ្រោងព្យាយាមចូលរួមក្នុងពេលអនាគតត្រូវធ្វើអ្វីខ្លះ។ គេបានដាក់ចេញនូវគោលដៅសម្រាប់អនុវត្តរបស់អង្គភាពមួយព្រមទាំងរកឱ្យឃើញនូវសកម្មភាពដែលត្រូវឈានទៅសម្រេចគោលដៅនោះ។

ការចាត់តាំង ទូទៅអ្នកគ្រប់គ្រងនៃការកសាងរចនាសម្ព័ន្ធមួយដែលមានអន្តរទំនាក់ទំនងគ្នាព្រមទាំងផ្តល់ជូននូវមនុស្ស និងធនធានទាំងឡាយដែលមានក្នុងរចនាសម្ព័ន្ធនោះ។

ការដឹកនាំ ជាទូទៅអ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវធ្វើការលើកទឹកចិត្តផង និងណែនាំឱ្យខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់និយោជិកឆ្ពោះទៅរកការសម្រេចគោលដៅរបស់អង្គភាព។

ការត្រួតពិនិត្យ ជាមុខងារគ្រប់គ្រងខាងការវាយតម្លៃទៅលើការអនុវត្តរបស់អង្គភាព ដើម្បីកំណត់ថាតើដំណើរការនៃការងារអនុវត្តតាមទិសដៅ ដែលអនុវត្តនោះបានសម្រេចដែរឬទេ? ក្នុងការវាយតម្លៃក្នុងការអនុវត្តគឺជាគំរូនៃការគ្រប់គ្រង ធ្វើការប្រៀបធៀបលទ្ធផលដែលចង់បាន។ ដំណើរការនៃការត្រួតពិនិត្យមានចំនួន៦ដំណាក់កាល៖

- ពុទ្ធីស្តីពីយុទ្ធសាស្ត្រ និងផែនការ
- កំណត់ទៅលើខ្នាតគំរូនៃការអនុវត្តមួយ

- ការវាស់វែងចំពោះការអនុវត្តតែពិតប្រាកដ
- ប្រៀបធៀបការអនុវត្តពិតប្រាកដជាមួយនឹងខ្នាតគំរូពិតប្រាកដនៃការអនុវត្ត
- វាយតម្លៃការងារខុសឆ្គង
- ផ្ដើមគំនិតចំពោះការកែលម្អឡើងវិញ។

២.១.៤ តួនាទីនៃការគ្រប់គ្រង

១. តួនាទីអន្តរបុគ្គល៖ ប្រធានគ្រប់គ្រងមានតួនាទីក្នុងការទាក់ទងមនុស្សខាងក្នុង និងខាងក្រៅ ក្រុមហ៊ុន ហើយក្នុងនោះក៏មានតួនាទីបីផ្សេងទៀត។

- តួនាទីតំណាង
- តួនាទីភាពជាដឹកនាំ
- តួនាទីទំនាក់ទំនង

២. តួនាទីព័ត៌មាន៖ ប្រធានគ្រប់គ្រងមានតួនាទីស្វែងរកព័ត៌មាន និងជូនដំណឹងទៅបុគ្គលិកខាងក្នុងក្រុមហ៊ុនហើយក្នុងនោះក៏មានតួនាទីបីផ្សេងទៀត។

- តួនាទីក្នុងការតាមដាន
- តួនាទីក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ
- តួនាទីជាអ្នកនាំពាក្យ

៣. តួនាទីធ្វើការសម្រេចចិត្ត៖ ប្រធានគ្រប់គ្រងមានតួនាទីដើម្បីប្រមូលព័ត៌មានដើម្បីសម្រេចផែនការ និងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ទិសដៅក្រុមហ៊ុន។

- តួនាទីជាសហគ្រិន
- តួនាទីដោះស្រាយបញ្ហាដែលរំខាន
- តួនាទីក្នុងការបែងចែកធនធាន
- តួនាទីចរចា

២.១.៥ កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង

កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រងអង្គភាពមួយ គឺសំដៅលើបន្ទាត់នៃការកំណត់ព្រំដែននៃមុខដំណែងគ្រប់គ្រងជាច្រើននៅក្នុងអង្គភាព។ កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រងកើនឡើងនៅពេលទំហំនៃអាជីវកម្ម និងទំហំការងារកើនឡើងហើយមានតិចនៅពេលទំហំនៃអាជីវកម្ម និងទំហំនៃការងារមានតិច។ កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង បង្ហាញតាមរយៈពាក្យបញ្ជាឥទ្ធិពលនៃទឹកប្រាក់ មុខតំណែងនីមួយៗ។ កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រងចែកចេញជា ៣ថ្នាក់មានដូចជា៖

ថ្នាក់ខ្ពស់៖ នៅក្នុងការគ្រប់គ្រងថ្នាក់ខ្ពស់អាចមានអ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ដូចជា៖ ប្រធាន (President) នាយកប្រតិបត្តិការ (Chief Executive Office-CEO) នាយកផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ (Chief Financial Officer (CFO))

ថ្នាក់កណ្តាល៖ នៅក្នុងការគ្រប់គ្រងថ្នាក់កណ្តាលអ្នកគ្រប់គ្រងអាចជា អ្នកគ្រប់គ្រងរោងចក្រ (Plant Managers) អ្នកគ្រប់គ្រងសាខា (Branch Managers) អ្នកគ្រប់គ្រងតាមមុខងារនីមួយៗនៃរោងចក្រផ្សេងៗ

ថ្នាក់ទាប៖ ចំពោះការគ្រប់គ្រងកម្រិតទាបវិញអ្នកគ្រប់គ្រងអាចជាមេការ និងអ្នកដឹកនាំតាមក្រុម (Team Leader) អ្នកត្រួតពិនិត្យ (Controller) និងអ្នកគ្រប់គ្រងការិយាល័យ។

២.១.៦ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រង

ការធ្វើផែនការ (Planning) គឺជាគម្រោងគិតនូវ ទស្សនៈវិស័យ បេសកកម្ម គោលដៅ គោលបំណង យុទ្ធសាស្ត្រ សកម្មភាព ថវិកា និងពេលវេលាភ្ជាប់ជាមួយសកម្មភាព (Marti)។

ក្នុងប្រតិបត្តិការងារការធ្វើផែនការត្រូវបានកំណត់ជាពីរផ្នែក៖

ក/ ការធ្វើផែនការជាផ្លូវការ (Formal Planning) ជាផែនការដែលត្រូវបានគេយកមកប្រើប្រាស់ទូលំទូលាយក្នុងអង្គភាពអនុលោមតាមគោលនយោបាយយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងៗដែលអង្គភាពទាំងមូលត្រូវគោរពប្រតិបត្តិមានចំណុចស្នូលដូចជា៖មានគោលដៅជាក់លាក់មានការកំណត់ពេលវេលាត្រឹមត្រូវមានជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ និងមានការបែងចែកការងារឱ្យនិយោជិក។

ខ/ ការធ្វើផែនការក្រៅផ្លូវការ (Informal Planning) ផែនការបែបនេះត្រូវបានអនុវត្តនៅពេលដែលអង្គភាពជួបបញ្ហាដែលត្រូវដោះស្រាយ ឬធ្វើការសម្រេចចិត្តភ្លាមៗដែលមានចំណុចដូចជា៖គ្មានលាយលក្ខណ៍អក្សរ គ្មានការកំណត់ពេលវេលាច្បាស់លាស់ និងមិនបានបែងចែកគោលបំណងច្បាស់លាស់ឱ្យនិយោជិក។

ការចាត់ចែង (Organizing) គឺជាការចាត់ចែងធនធានមនុស្ស ធនធានរូបវន្ត ធនធានបរិក្ខារ និងឧបទ្វេសនិងធនធានហិរញ្ញវត្ថុ ក្នុងដំណើរការផែនការ និងស្របតាមផែនការរចនាសម្ព័ន្ធ។

ការត្រួតពិនិត្យ (Controlling) គឺជាអះអាងនូវភាពត្រឹមត្រូវនៃប្រព័ន្ធអនុវត្ត ដែលទាក់ទងយ៉ាងសំខាន់ ដល់មុខងារ ៣ នៃការគ្រប់គ្រងគឺ៖ ការធ្វើផែនការ ការរៀបចំការងារ និងការដឹកនាំព្រោះវាការប្រៀបធៀបលទ្ធផល ជាក់ស្តែងទៅនឹងផែនការដែលបានគ្រោងទុក។

ការត្រួតពិនិត្យ គឺជាសកម្មភាពទាក់ទងនឹងការវាយតម្លៃឬវិនិច្ឆ័យលើសកម្មភាព ឬលទ្ធផលការងារដែលបាននឹងកំពុងអនុវត្តដើម្បីដឹងថាតើលទ្ធផលជាក់ស្តែងបានត្រឹមត្រូវតាមផែនការកំណត់ដែរឬទេ ឬត្រូវធ្វើសកម្មភាពកែតម្រូវ ។

ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត (Decision Making) គឺជាការកំណត់បញ្ហា និងឱកាសដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា។វាជាការជ្រើសរើសមធ្យោបាយផ្សេងៗដើម្បីដាក់ចេញនូវកម្មវិធីប្រតិបត្តិការឬកម្មវិធីធ្វើសកម្មភាពរបស់និយោជិតទាំងអស់ក្នុងអាជីវកម្ម។ អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវឈ្លានសង្កេតក្នុងការសម្រេចចិត្ត ព្រោះវាកំណត់នូវភាពជោគជ័យ ឬបរាជ័យរបស់អង្គភាព ។

ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តត្រូវចែកជា ៣ ប្រភេទ៖

- ការសម្រេចចិត្តតាមកម្មវិធី និងការសម្រេចចិត្តមិនតាមកម្មវិធី
- ការសម្រេចចិត្ត Proactive Reactive Decision Making
- ការធ្វើការសម្រេចចិត្ត Intuitive and Systematic Decision making

២.២ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន

២.២.១ និយមន័យប្រព័ន្ធ

ប្រព័ន្ធ គឺជាការធ្លាក់ជំពាក់ ចងរឹតរួត ចងធ្លាក់ ចងក្រងជាគាថា ឬពាក្យកាព្យ។

ប្រព័ន្ធ គឺជាវត្ថុ សំណុំវត្ថុដែលយើងយកមកសិក្សាបើប្រៀបធៀបទៅនឹងវត្ថុដទៃ។

* ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ច

ប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ច ក្នុងសង្គម ឬទីតាំងភូមិសាស្ត្រជាក់លាក់ណាមួយ។ សម្គាល់ទៅលើចំណុចអាទិភាពណា ខ្លះ សេដ្ឋកិច្ចដ៏មានប្រសិទ្ធភាព ផលិតដោយរបៀបណា និងការបែងចែកទំនិញ ឬសេវាកម្មនៅ វាក៏យោងទៅ តាមប្រព័ន្ធនៃសង្គមផងដែរ ដើម្បីកត់ ដែលសង្គមនៅអាចសម្រេចបានក្នុងគោលបំណងបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រ និងទទួលបានភាពជោគជ័យ ប្រព័ន្ធនៃសេដ្ឋកិច្ចត្រូវកំណត់ថាអ្វីដែលគេត្រូវផលិត និងផលិតទៅឱ្យអ្នក ណា។ យ៉ាងណាមិញប្រព័ន្ធនៃសេដ្ឋកិច្ចត្រូវបានគេបែង ចែកជា៤៖

ទី១ សេដ្ឋកិច្ចបែបប្រពៃណី

វាគឺជាសេដ្ឋកិច្ចដើមដែលប្រពៃណី ទំនៀមទម្លាប់ និងជំនឿរបស់គ្រួសារ សហគមន៍ ក្រុមកុលសម្ព័ន្ធ ឬ សាសនារបស់ខ្លួននឹងកំណត់ពីទំនិញ ឬសេវាកម្មដែលសេដ្ឋកិច្ចនោះត្រូវផលិត និងចែកចាយ ហើយភាគ ច្រើន ការដោះដូរទំនិញ គឺមិនប្រើប្រាស់លុយកាក់។ ប្រទេសដែលប្រើប្រាស់សេដ្ឋកិច្ចរបៀបនេះ ភាគច្រើនគឺ ស្ថិតនៅ តំបន់ដាច់ស្រយាល និងពឹងផ្អែកទៅលើវិស័យកសិកម្មជាចម្បង។ គេអាចហៅម្យ៉ាងទៀតថា “ភាព គ្រប់គ្រាន់ សម្រាប់ចិញ្ចឹមជីវិត”។ សេដ្ឋកិច្ចរបៀបនេះ គឺមិនសូវមាន ឬគ្មានការអភិវឌ្ឍន៍ ទទួលយកបច្ចេកវិទ្យា និងផ្នែក សុខាភិបាលពីបរទេសតិចតួច ឬគ្មានសោះដោយប្រពៃណីនឹងសម្រេចពីការចិញ្ចឹមជីវិត ការស្លៀកពាក់ ក៏ដូចជា ការ តាំងទីលំនៅរបស់ពួកគេដែលប្រព្រឹត្តទៅតាមមនុស្សប្រពៃមុន។ ប៉ុន្តែវាមានលក្ខណៈប្រសើរត្រង់ថា សេដ្ឋកិច្ច បែបនេះនឹងជួយឱ្យប្រជាជននៅតែរក្សាប្រពៃណី ទំនៀមទម្លាប់ និងការបំពេញចិត្ត មនុស្សជុំវិញបានស្រប ពេល ដែលសេដ្ឋកិច្ចផ្សេងទៀតពិបាកនឹងធ្វើបាន។

ទី២ សេដ្ឋកិច្ចបញ្ជា ឬសេដ្ឋកិច្ចផែនការ

សេដ្ឋកិច្ចរបៀបនេះ គឺរដ្ឋមានសិទ្ធិកាន់កាប់ទៅលើសកម្មភាពទាំងស្រុងនៃសេដ្ឋកិច្ច សម្រេចចិត្តចែកចាយ និងផលិត គឺធ្វើទៅតាមផែនការរបស់រដ្ឋាភិបាល។ វាមិនសូវមានភាពបត់បែនដូចសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារទេ ហើយ ប្រតិកម្មផ្លាស់ប្តូរការទិញទំនិញរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងភាពឡើងចុះនៃការផ្គត់ផ្គង់ និង តម្រូវការក៏មានភាពយឺត យ៉ាវផងដែរ។ ឧទាហរណ៍ដូចជាប្រទេសដែលកាន់របបកុម្មុយនីស។ ហេតុផល ចម្បងដែលរដ្ឋាភិបាលជ្រើសរើស សេដ្ឋកិច្ចប្រភេទនេះ គឺដើម្បីអាចកាន់កាប់ធនធានដែលមានតម្លៃរបស់ខ្លួន (ឧ. ប្រេង រ៉ែ មាស) រីឯផ្នែកផ្សេង ទៀតដូចជាកសិកម្មគឺប្រជាជនជាអ្នកដឹកនាំនិងចាត់ចែង។

ទី៣ សេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី

រាល់សកម្មភាពនៃការដោះដូរទំនិញដោយសេរី និងអាស្រ័យទៅលើការត្រូវរ៉ូវគ្នា រវាងអ្នកប្រើប្រាស់ និង អ្នកផ្គត់ផ្គង់។ ក្រុមហ៊ុន ក៏ដូចជាស្ថាប័នឯកជនមានសិទ្ធិកាន់កាប់ក្រុមហ៊ុន ជាក់តម្លៃទំនិញ គ្រប់គ្រង សង្វាក់ ផលិតកម្ម ក៏ដូចជាបុគ្គលិកដោយខ្លួនឯង។ ចំណែករដ្ឋាភិបាលមិនមានសិទ្ធិគ្រប់គ្រងធនធានចាំបាច់ ទំនិញ ដែលមានតម្លៃ ឬវិស័យសំខាន់ៗនៃសេដ្ឋកិច្ចនោះទេ ប្រជាជនជាអ្នកកំណត់ថាសេដ្ឋកិច្ចត្រូវប្រព្រឹត្តទៅដោយ របៀបណាការផ្គត់ផ្គង់ត្រូវធ្វើដូចម្តេច និងតម្រូវការអ្វីខ្លះដែលថាចាប់។ ជាក់ស្តែងមិនមានសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី សុទ្ធសាធនៅក្នុងពិភពលោកឡើយ។ រដ្ឋាភិបាលនៅតែមានចំណែកចំពោះសេដ្ឋកិច្ចខ្លះៗដែលសុទ្ធសាធ នៅក្នុងពិភពលោកឡើយ។

ទី៤ សេដ្ឋកិច្ចចម្រុះ

ជាសេដ្ឋកិច្ចមួយ ដែលរួមបញ្ចូលកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ និងសេដ្ឋកិច្ចផែនការ ជាមួយ ធនធានត្រូវបានគេបែងចែកទៅឱ្យទាំងឯកជន 3 និងរដ្ឋជាអ្នកត្រួតត្រាតាមវិស័យនីមួយៗ ដែល ប្រើប្រាស់

គោល រណ៍ល្អបំផុតចំពោះប្រព័ន្ធទាំងពីរ។ ទីផ្សារសេរី គឺមានតិច ឬច្រើនជាងរដ្ឋាភិបាលលើក លែងតែវិស័យ សំខាន់ៗ មួយចំនួន ដូចជាវិស័យអប់រំ ថាមពល (ខ. អគ្គិសនីកម្ពុជា) ទូរគមនាគន៍ជាដើម។ វិស័យទាំងនោះមិន អាចឱ្យឯក ជនកាន់កាប់ទាំងស្រុងបានទេ ព្រោះវាអាចធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់សន្តិសុខជាតិ។ ជាក់ស្តែងយើងឃើញ ថាវិស័យ ផ្សេងៗ គឺមានទាំងរដ្ឋនិងឯកជន (ខ. វិស័យអប់រំ)។ ទោះបីជាតាមទ្រឹស្តី គឺគេចង់ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យវិស័យ ទាំង ដើរ អាចទាញយកផលប្រយោជន៍ពីគ្នាទៅវិញទៅមកឱ្យបានល្អយ៉ាងណាក៏ដោយប៉ុន្តែចំពោះការអនុវត្ត ជាក់ស្តែង មិនងាយនោះឡើយ។ យើងឃើញថាទំហំនៃការគ្រប់គ្រងរបស់រដ្ឋាភិបាលគឺធំដែលជួនកាលអាចមាន ឥទ្ធិពលលើសពីភាពចាំបាច់ទៅទៀត។

២.២.២ ប្រព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រង

យើងធ្លាប់សិក្សារួចមកហើយថាប្រព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រងបែងចែកជា ៣ ដូចជា ៖

១. មជ្ឈការ គឺជាការគ្រប់គ្រងរដ្ឋមួយប្រភេទ ដែលរដ្ឋាភិបាលដឹកនាំដោយរដ្ឋផ្ទាល់ ហើយអាជ្ញាធរដែន ដីគ្រាន់តែជាស្ថានប៉ុណ្ណោះ ។ បើគេនិយាយពីមជ្ឈ គឺគេនិយាយអំពីអំណាចកណ្តាល គឺអំណាចរដ្ឋបាលរបស់ រដ្ឋាភិបាល ដែលកាន់កាប់ដោយនាយករដ្ឋមន្ត្រី រដ្ឋលេខាធិការ ប្រធានស្ថាប័នទាំងឡាយ។ ប្រព័ន្ធមជ្ឈការ មាន គោលបំណង ៣ ធំ គឺ៖ ១. នីតិបុគ្គលសាធារណៈមានតែរដ្ឋ ២.អំណាចសម្រេចសេចក្តី និងបញ្ជាស្ថិតនៅ រដ្ឋបាលកណ្តាលទាំងអស់ ៣.រដ្ឋបាលទាំងអស់ត្រូវរៀបចំតាមថានុក្រម។

២. វិមជ្ឈការ គឺជាប្រព័ន្ធមួយដែលអាជ្ញាធររដ្ឋបាលកណ្តាលទទួលស្គាល់នូវសិទ្ធិអំណាចក្នុងការ សម្រេចរបស់អាជ្ញាធររដ្ឋបាលមូលដ្ឋាន ដោយមានការចែង នៅក្នុងរដ្ឋធម្មនុញ្ញ និងច្បាប់នានា។ វិមជ្ឈការ ជាប្រព័ន្ធរដ្ឋ បាលមួយដែលបានអនុញ្ញាតឱ្យសហភាព ដែនដី ឬសេវាសាធារណៈធ្វើការគ្រប់គ្រង ដោយ ខ្លួនឯងក្នុងក្របខណ្ឌនៃ ការគោរពគោលការណ៍និរន្តរភាព។

៣. វិសហមជ្ឈការ គឺជាបច្ចេកទេសមួយដែលអាជ្ញាធររដ្ឋបាលកណ្តាល រំលែកអំណាច ឬកិច្ចការ មួយ ចំនួនឱ្យទៅរដ្ឋបាលមូលដ្ឋាន ធ្វើការសម្រេចចិត្ត ដោយខ្លួនឯងផ្ទាល់មានន័យថា វាជាបច្ចេកទេសមួយ ក្នុងការ រៀបចំរដ្ឋ ដើម្បីសម្រួលដល់ប្រព័ន្ធមជ្ឈការ ហើយបានផ្តល់ឱ្យអំណាចខ្លះៗដែរពី មុនវាជាអំណាចរដ្ឋ បាលកណ្តាល។

២.៣ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន

២.៣.១ និយមន័យ

❖ និយមន័យយុទ្ធសាស្ត្រ

- យុទ្ធសាស្ត្រមានន័យថាគោលនយោបាយរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ។ប្រសិនបើអ្នកសម្លឹងមើលទៅ លើគំនិត នេះព្យញ្ជនៈនេះគឺពិតជាអ្វីដែលនាយកប្រតិបត្តិក្រុមហ៊ុននេះមានបំណងចង់ធ្វើការនៅក្នុងពេលអនាគត។

- យុទ្ធសាស្ត្រជាទិសដៅ ក្នុងការអនុម័តនៃសហគ្រាសដំណោះស្រាយរយៈពេលវែង ជាដំបូងយុទ្ធសាស្ត្រ ទាំងអស់របស់ក្រុមហ៊ុននេះត្រូវតែបានកំណត់ពីទស្សនៈនៃការធ្វើសេចក្តីសម្រេចដោយចៃដន្យឬចេតនា កំណត់ទិសដៅរយៈពេលវែងនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចរបស់ខ្លួន ។ក្នុងករណីនេះក្រុមហ៊ុនមួយ អាចមានន័យថា អាជីវកម្មឬអង្គការការបែកបាក់ឬក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធរបស់ខ្លួន ។ទោះជាយ៉ាងណាបញ្ហានៅ ទុកជាមុននូវដំណោះស្រាយនាពេលអនាគតរបស់ខ្លួនពីរចនាសម្ព័ន្ធចាត់តាំងនិងដាក់ចេញជាសកម្មភាព។

- យុទ្ធសាស្ត្រ គឺសំដៅលើការរៀបចំផែនការក្នុងការធ្វើអ្វីមួយ។

- យុទ្ធសាស្ត្រគឺមានន័យថាបង្ហាញនូវសកម្មភាពប្រកបទៅដោយឆន្ទៈដ៏មុះមុតដើម្បីសម្រេចបាននូវភាពជោគជ័យ។
- យុទ្ធសាស្ត្រគឺជាសំណុំនៃផែនការដើម្បីរៀបចំគម្រោងក្នុងគោលបំណងអ្វីមួយដើម្បីសម្រេចទិសដៅ។

ឧទាហរណ៍៖ បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រឡើង ក្នុងគោលបំណងដើម្បីអនុវត្តន៍ឱ្យទទួលបានភាពជោគជ័យ។

*** ប្រវត្តិយុទ្ធសាស្ត្រ**

យុទ្ធសាស្ត្រ គឺពាក្យនេះក្លាយមកពីពាក្យក្រិច Strategos ដែលមានន័យថា “មេទ័ព ឬ មេបញ្ជាការ កងទ័ព”។ ក្នុងភាសាខ្មែរ វាក្លាយមកពីពាក្យ “យុទ្ធសាស្ត្រ <យុទ្ធ + សាស្ត្រ>”។ យុទ្ធ ជាពាក្យបាលីសំស្ក្រឹត មានន័យថាចម្បាំង ឬសង្គ្រាម ចំណែកឯង សាស្ត្រ ជាពាក្យបាលីសំស្ក្រឹតដូចគ្នា និងមានន័យថា ក្បួនឬគម្ពីរ។ សរុបមក យុទ្ធសាស្ត្រមានន័យថា ជាក្បួន ចម្បាំង ឬក្បួនសម្រាប់ច្បាំង។

*** ទ្រឹស្តីយុទ្ធសាស្ត្រ**

យុទ្ធសាស្ត្រ ត្រូវបានប្រើយ៉ាងទូលំទូលាយក្នុងវិស័យនយោបាយ យោធា សេដ្ឋកិច្ច និង ជំនួញ។ កន្លងមកមានអ្នកប្រាជ្ញ ជាច្រើនបានចងក្រងទ្រឹស្តីនៃ យុទ្ធសាស្ត្រ ហើយខ្លះមានប្រវត្តិតាំងពីមុនគ្រឹស្តសករាជ មកម្ល៉េះ។ ក្នុងចំណោមនោះមានដូចជាលោក ស៊ិន ស៊ី (ស.វ ទី៦ មុន គ.ស), ចាណាក្យា (ស.វទី៤ មុនគ.ស), ម៉ៅ សេទុង, ម៉ែឃើល ផតធើរ, ខាលរ៉ុន ភួសរីដ ជាដើម។

¹ វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា: ការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រ បោះពុម្ពលើកទី០៦ ឆ្នាំ២០១៩ ទំព័រទី៤

ជំពូកទី៣
លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

ជំពូកទី៣

**បទដ្ឋានដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រង ផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន
អិន វី ស៊ី ខបតេអិលសិន (វីតាល់)**

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់ NVC Corporation (Vital)

៣.១.១ ប្រភេទរបស់ក្រុមហ៊ុន ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់ NVC Corporation (Vital)

❖ ប្រភេទរបស់យើង

កាលពី១០ឆ្នាំមុន នៅពេលដែលខ្ញុំកំពុងជិះកង់ហាត់ប្រាណនៅភ្នំពេញនាព្រឹកថ្ងៃសុក្រដ៏ត្រជាក់ ពេលនោះខ្ញុំ ត្រូវការញ៉ាំទឹក ហើយខ្ញុំក៏ស្វែងរកទឹកដែលមានគុណភាពល្អ។ ចុងក្រោយខ្ញុំ ក៏បានសម្រេច ជ្រើសរើសយកទឹកដែលនាំចូលមកពីក្រៅប្រទេស។ ប៉ុន្តែទោះជាយ៉ាងណា ខ្ញុំនៅតែមានអារម្មណ៍មិនសុខ ក្នុងចិត្តខ្ញុំចេះតែគិតថា ចុះហេតុអ្វីប្រទេសកម្ពុជាយើងមិនអាចផលិតទឹកពិសាដោយខ្លួនឯង ដែលមានការ ទទួលស្គាល់ថ្នាក់ អន្តរជាតិ ?

ចាប់ពីពេលនោះមក ខ្ញុំក៏បានយកគំនិតមួយនេះមកធ្វើការសិក្សា រួចក៏បង្កើតនៅក្រុមការងារមួយ ដើម្បីចាប់ផ្តើមបេសកកម្មមួយនេះ។ ជាសំណាងល្អ ខ្ញុំទទួលបានការជួយជ្រោមជ្រែងយ៉ាងពេញទំហឹងពីក្រុម ការងារ ដែលពួកគាត់ពោរពេញទៅដោយការតាំងចិត្ត និងមានសមត្ថភាពខ្ពស់ ជាពិសេសពួកគាត់មានភាព ជឿជាក់មកលើរូបខ្ញុំនិងទស្សនវិស័យរបស់យើង ។

យើងទាំងអស់គ្នា មានមោទនភាពទៅលើភាពជោគជ័យកន្លងមករបស់យើង។ វីតាល់បានបង្កើតនូវ ស្តង់ដារមួយដែលមានការទទួលស្គាល់ពីសហគមន៍ជាតិនិងអន្តរជាតិ។ រហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ វីតាល់នៅ តែជាផលិតផលនាំមុខគេនៅលើទីផ្សារ ដែលផ្តល់ជូនទឹកពិសាដល់ប្រជាជនរាប់លាននាក់ជារៀងរាល់ថ្ងៃ។



៣.១.២.ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុនទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់ NVC Corporation (Vital)

❖ ទីស្នាក់ការរបស់រោងចក្រផលិតទឹកបរិសុទ្ធ NVC Corporation (Vital)

Building No. 888K, Road 598, Sangkat Toul Sangke, Khan Russey Keo, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia.

Tel: 023-864 222/864 333

ទូរស័ព្ទ: 023-864 999

គេហទំព័រ : www.vitalpremiumwater.com

៣.១.៣ ទស្សនៈវិស័យ បេសកកម្ម គុណតម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុន NVC Corporation (Vital)

ក.ទស្សនៈវិស័យ

វីតាល់ជាផលិតផលជាតិដែលឈានមុខគេ និងជួយលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពប្រជាពលរដ្ឋជាចម្បងនិងអភិវឌ្ឍសង្គមជាតិ។

ខ.បេសកកម្ម

បម្រើ និងថែទាំសុខភាពលោកអ្នកតាមរយៈផលិតផល និងផ្គត់ផ្គង់ទឹកពិសាដែលមានគុណភាពខ្ពស់ស្របតាមស្តង់ដារបច្ចេកទេស និងមានតម្លៃសមរម្យ។

គ.គុណតម្លៃទាំង៥

គុណភាព

យើងប្រឹងប្រែងបំពេញចិត្តអតិថិជននិងភាគីពាក់ព័ន្ធ ដោយស្វែងយល់ពីតម្រូវការរបស់ពួកគេ និងផ្តល់លទ្ធផលលើសពីការរំពឹងទុក។



លទ្ធផលជាចំបង

យើងស្វែងរកបង្កើតដំណោះស្រាយ និងជម្នះឧបសគ្គដើម្បីសម្រេចលទ្ធផល។



សុចរិតភាព

យើងធ្វើការដោយភាពស្មោះត្រង់ តម្លាភាព និងសច្ចភាព ដោយតម្កល់ផលប្រយោជន៍រួម។



ទំនាក់ទំនង

យើងយល់ពីសារៈសំខាន់នៃទំនាក់ទំនង ជំរុញឱ្យមានការសន្ទនា និងចែករំលែកទស្សនៈរបស់ខ្លួន។



ភាពជាសហគ្រិន

យើងម្ចាស់ការ និងទទួលខុសត្រូវចំពោះអ្វីដែលយើងធ្វើ ដើម្បីផលចំណេញ និងផលប្រយោជន៍របស់ ក្រុមហ៊ុន បុគ្គលិក និងសង្គម ។



៣.១.៤ ផលិតផលវីតាល់

វីតាល់ ចំណុះ 250mL គឺជាជម្រើសដ៏ល្អបំផុតសម្រាប់ទទួលភ្លៀវនៅផ្ទះ និងនៅក្នុងហាងទំនើបៗដូចជាហាងកាត់សក់ កន្លែងតាំងបង្ហាញផលិតផល ហាងអុបទិក សាលារៀន ។ល។



វីតាល់ ចំណុះ 350mL ត្រូវបានប្រើសម្រាប់ឱកាសពិសេសៗដូចជា ពិធីរៀបអាពាហ៍ពិពាហ៍ និងពិធីផ្សេងៗ។ វីតាល់ ចំណុះ 350mL ជាជម្រើសដែលពេញនិយមបំផុតសម្រាប់ការប្រជុំ និងកន្លែងប្រកបអាជីវកម្ម។



វីតាល់ ចំណុះ 500mL ជាផលិតផលដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ច្រើនជាងគេបំផុត ។ វីតាល់ ចំណុះ 500mL មានគ្រប់ទីកន្លែង និងពេញនិយមសម្រាប់ការពិសាទូទៅ។



វីតាល់ ចំណុះ 1.5L ងាយស្រួលបំផុតសម្រាប់យកតាមខ្លួនទៅគ្រប់ទីកន្លែង។ វីតាល់ ចំណុះ 1.5L ពេញនិយមបំផុតសម្រាប់ពេលធ្វើដំណើរផ្សេងៗ និងការធ្វើដំណើរកម្សាន្ត។ល។

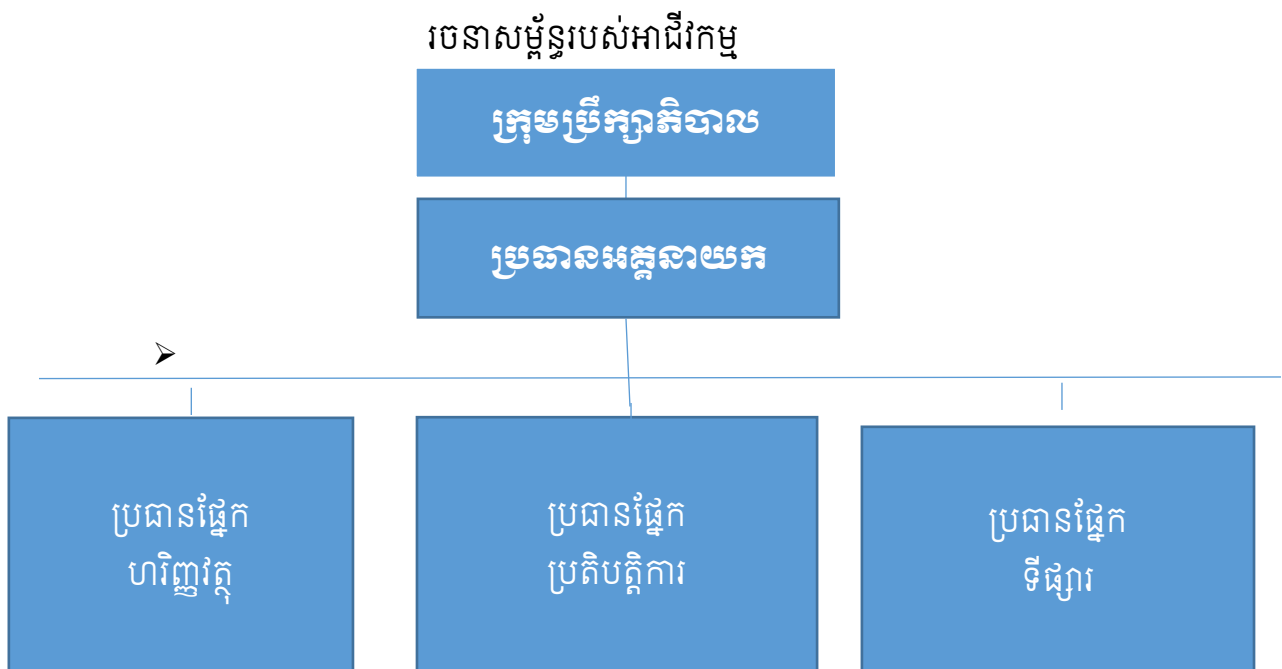


៣.២ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុនវិគាល់

៣.២.១ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង

រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងនៃក្រុមហ៊ុន ត្រូវបានរៀបចំបានយ៉ាងល្អ សម្រាប់ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីដំណើរការការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន បានឆ្លុះបញ្ចាំងពីប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រង ដោយមានការបែងចែកការគ្រប់គ្រងតាមលំដាប់ថ្នាក់ គ្រប់គ្រងមួយធ្វើឱ្យមានការសហការគ្នាបានយ៉ាងល្អ តាំងពីបុគ្គលិកថ្នាក់ទាបរហូតដល់បុគ្គលិកថ្នាក់ខ្ពស់ ក្នុងការអនុវត្តនូវគោលការណ៍ និងយុទ្ធសាស្ត្រនានារបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព។ បន្ទាប់ពីក្រុមប្រឹក្សាភិបាល រួមមាន៖ នាយក នាយករង ប្រធានផ្នែកឬនាយកដ្ឋាន អនុប្រធានផ្នែកឬអនុនាយកដ្ឋាន ប្រធានការិយាល័យ បុគ្គលិកសុទ្ធតែជាជំនួយបន្ថែម ក្នុងការគ្រប់គ្រងល្អដើម្បីទទួលបាននូវប្រសិទ្ធភាព និងការអភិវឌ្ឍបន្តទៅមុខរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ក្រុមប្រឹក្សាភិបាល ស្ថាប័នសាជីវកម្មដែលទទួលខុសត្រូវ និងទទួលខុសត្រូវរួមក្នុងការអនុវត្តការគ្រប់គ្រង របស់ក្រុមហ៊ុន។



៣.២.២ តួនាទីនិងភារកិច្ច

ក. ក្រុមប្រឹក្សាភិបាល

1. ដឹកនាំ និងគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុន ស្របតាមផលប្រយោជន៍ និងគោលបំណងរបស់ក្រុមហ៊ុន។
2. ម្ចាស់ រក្សា និងគ្រប់គ្រងទ្រព្យសម្បត្តិ។
3. ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលកំណត់គំរូនៃការចែកចាយភារកិច្ចរៀងៗខ្លួន។
4. អនុម័ត Strategy Planning
5. ទទួលខុសត្រូវចំពោះមុខច្បាប់ និងសាធារណៈជនទូទៅ (Public)
6. អនុម័ត Policy and Procedures

7. ធ្វើរបាយការណ៍ជូន Public & Shareholder

8. កោះប្រជុំ រាល់ការសម្រេចចិត្តត្រូវបោះឆ្នោត តាមរយៈសំលេង 50+1

ខ. អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ គឺជាបុគ្គលដែលត្រូវបានតែងតាំងតួនាទីក្នុង អង្គភាពមួយដែលមានអំណាច ស្រប ច្បាប់ក្នុងការអនុវត្ត មុខងារ ភារកិច្ច ការទទួលខុសត្រូវ ការត្រួតពិនិត្យ ការសម្រេចចិត្ត ការវិភាគ និងលទ្ធផល។ ជាទូទៅអ្នកគ្រប់គ្រងជាអ្នក ដែលយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើការដោះស្រាយបញ្ហាសុគតស្មាញនានា និងផ្ដោតជា ចម្បងទៅលើកិច្ចការ និងផ្នែក បច្ចេកទេសរបស់អង្គភាព។ តំណែងនេះគ្រប់គ្រងប្រធានផ្នែកនីមួយៗនៅថ្នាក់ ក្រោម ដូចជាផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ផ្នែកប្រតិបត្តិការ ផ្នែកទីផ្សារ ផ្នែកលក់ និងផ្នែកជាច្រើនទៀតតាមតម្រូវការ គ្រប់គ្រង របស់អាជីវកម្មដូចជាផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ផ្នែកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស ផ្នែកស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍ ផលិតផល ផ្នែក សវនកម្មផ្ទៃក្នុង និងផ្នែករៀបរយទូទៅសាស្ត្រជាដើម។

តួនាទីនៃអ្នកគ្រប់គ្រង៖

1. ចាត់ចែងរៀបចំប្រព័ន្ធ នីតិវិធី និងរបៀបរបប ការងារអង្គភាព
2. ការងារ ការទទួលខុសត្រូវ និង ធនធានដល់សមាជិកក្រុម
3. ប្រតិបត្តិការងារ និងការទទួលខុសត្រូវ ដល់បុគ្គលិក
4. ត្រួតពិនិត្យការរីកចម្រើន តាមដាន កិច្ចការ និងកំណត់បញ្ហានានាដែលអាចកើតមាន
5. ចាត់ចែងការងារ ពេលវេលា ថវិកា ដើម្បីគ្រប់គ្រងបានស្រួល
6. កំណត់ចំណុចដៅ សកម្មភាព ពេលវេលា និងធនធាននានា
7. ដោះស្រាយបញ្ហា វិវាទនានា លើទឹកចិត្ត និងដាក់វិន័យ
8. អនុវត្តគោលនយោបាយដែលក្រុមប្រឹក្សាភិបាលអនុម័តរួច

គ. បុគ្គលិក គឺជាបុគ្គល ឬក្រុមមនុស្សដែលអនុវត្តការងារតាមការបញ្ជារបស់អ្នកគ្រប់គ្រងដូចជា

1. រៀបចំតាម Accounting policy and procedures
2. រៀបចំតាម Accounting Standard
3. ដើម្បីជាប្រយោជន៍ដល់ការប្រើប្រាស់ខាងក្នុងអង្គភាព

• ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ផ្នែកនេះទទួលខុសត្រូវក្នុងការធានាថាអាជីវកម្មដំណើរការ ដោយរលូន។

អ្នកកាន់តំណែងធានាថាប្រតិបត្តិការនៃអាជីវកម្មទាំងមូលដំណើរការដោយរលូន រួមទាំងការបើកដំណើរការ សេវាកម្មអតិថិជន។ ចូលទៅក្នុងហាងហើយចាកចេញទៅវិញដោយពេញចិត្ត។

• ផ្នែកទីផ្សារ ផ្នែកនេះ ទទួលខុសត្រូវលើការផ្សព្វផ្សាយផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីជម្រុញ ការលក់។ ផ្នែកនេះ គ្រប់គ្រងលើផ្នែកលក់ផ្ដោតតែលើធ្វើយ៉ាងណាដណ្ដើម និងគ្រប់គ្រងទីផ្សារ ដែលមានស្រាប់ តាមរយៈយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងៗ។ កេរ្តិ៍ឈ្មោះអាជីវកម្ម និងទំហំនៃការរកប្រាក់ចំណូល គឺពឹង លើផ្នែកនេះ។ រាល់ពេលមុនដាច់ឆ្នាំ ផ្នែកទីផ្សារតែងតែដាក់គម្រោងទៅឱ្យប្រធានថ្នាក់លើ ថាត្រូវប្រើយុទ្ធ សាស្ត្រទីផ្សារអ្វីខ្លះនៅឆ្នាំ បន្ទាប់ និងចំណាយអស់ប៉ុន្មាន ហើយរំពឹងថានឹងរកចំណូលពីវាវិញបានប៉ុន្មាន។ បន្ទាប់មកបើថ្នាក់លើពិនិត្យ ហើយយល់ព្រម នោះគេនឹងទម្លាក់កញ្ចប់ថវិការធ្វើទីផ្សារនោះមកឱ្យប្រធានផ្នែក ទីផ្សារ តាមរយៈផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ដែលគ្រប់គ្រងលុយ។

- ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ផ្នែកនេះទទួលខុសត្រូវលើការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន រួមមានការគ្រប់គ្រងបញ្ជីគណនេយ្យ ដែលត្រូវកត់ត្រា និងគិតគូរចំណូលចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន ហើយធ្វើរបាយការណ៍ចំណេញខាត និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុផ្សេងទៀត ដាក់ជូនថ្នាក់លើត្រួតពិនិត្យ។ ប្រធានផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ត្រូវវិភាគរាល់ចំណូល-ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន ដូចជាការបន្ថែមទុន ចំណូលពី ការលក់ ចំណាយផ្សេងៗ និងប្រាក់ចំណេញ ដើម្បីរាយការណ៍ជូនថ្នាក់លើ ដូចជាការចំណាយណាខ្លះគួរបន្ថយ ចំណាយណាខ្លះគួរបង្កើន ការព្រមានពីផលប៉ះពាល់ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ជាដើម។

- ផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ផ្នែកនេះទទួលខុសត្រូវគ្រប់គ្រងដំណើរការផ្នែកបច្ចេកទេស ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងបច្ចេកវិទ្យា និងអភិវឌ្ឍន៍បច្ចេកវិទ្យាគាំទ្រដល់ប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យមានដំណើរការល្អដោះស្រាយបញ្ហាបច្ចេកទេស បច្ចេកវិទ្យា អោយអ្នកដែលកើតមានក្នុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ។

៣.៣ យុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សរបស់ក្រុមហ៊ុនវីតាល់

៣.៣.១ ការគ្រប់គ្រងផលិតផល



ប្រព័ន្ធពីសអូសូស៊ីស គឺជាប្រព័ន្ធចម្រោះប្រសើរបំផុតសម្រាប់ការបន្សុទ្ធទឹកបរិសុទ្ធ។ ប្រព័ន្ធអូសូស៊ីសអាចសម្លាប់មីក្រូសរីរាង្គ បានយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីទទួលបានទឹកពិសាដែលមានសុវត្ថិភាព និងគុណភាពខ្ពស់។

សម្ភារៈដែលប្រើផ្ទាល់ជាមួយផលិតផល គឺត្រូវបាន ធ្វើពីអ៊ីណុក (AISI) ដែលសមស្របសម្រាប់ការប្រើប្រាស់នៅក្នុងឧស្សាហកម្មភេសជ្ជៈ និងចំណីអាហារ។

ដំណើរការនីមួយៗនៃប្រព័ន្ធប្រព្រឹត្តកម្មទឹកស្អាតក៏ឆ្លងកាត់ប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យគុណភាពដែលមានស្តង់ដារខ្ពស់ផងដែរ។

- ខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មនៃការវេចខ្ចប់



ខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្មនៃការវេចខ្ចប់

ខ្សែសង្វាក់នៃការវេចខ្ចប់ ចាប់ផ្តើម ពីការផ្គុំជាដប ការច្រកទឹកចូលដប រហូតដល់ការច្រកចូលកេស។ បច្ចេកវិទ្យាស្វ័យប្រវត្តិ ដែលមានល្បឿនលឿន និងទំនើប ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីធានាបានគុណភាពខ្ពស់ ក្នុងការបំពេញតម្រូវការអតិជន។

ដំណើរការនៃការផ្គុំដបរួមមាន ការសម្អាត ឡូត ការត្រួតពិនិត្យឡូត ការផ្គុំដប និងការត្រួតពិនិត្យ ដបដោយប្រើម៉ាស៊ីនស្វ័យប្រវត្តិដំណើរការនៃការច្រកទឹកចូលដប ចាប់ផ្តើមពីការសម្អាតដប និងគម្របដប ហើយច្រកទឹកចូលដប ដោយប្រើប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិដែលមានល្បឿនលឿន។

ដំណើរការនៃការវេចខ្ចប់ រួមមានការដាក់ស្លាកផលិតផលលើដប ការបោះពុម្ពកាលបរិច្ឆេទប្រើប្រាស់ដោយឡែក និងការវេចខ្ចប់ផលិតផលចូលកេស។

ដំណើរការនីមួយៗនៃខ្សែសង្វាក់វេចខ្ចប់ ត្រូវបានត្រួតពិនិត្យយ៉ាងម៉ត់ចត់ដោយ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងគុណភាពស្វ័យប្រវត្តិ

- ក្រុមការងារផលិតកម្ម



ក្រុមការងារផលិតកម្ម

ក្រុមការងាររបស់យើង មានសមត្ថភាព ជំនាញ និងបទពិសោធន៍ ពេញលេញ ផ្នែកឧស្សាហកម្មអាហារ និងភេសជ្ជៈ ដោយមានការទទួលស្គាល់ទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេស។ ជាងនេះទៅទៀត យើងខ្ញុំកំពុងបន្តពង្រឹង និងអភិវឌ្ឍជាបន្តបន្ទាប់ ទាំងដំណើរការផលិតកម្ម និងធនធានមនុស្សរបស់យើង។

ក្រុមការងាររបស់យើងមានសមត្ថភាពជំនាញនិងបទពិសោធន៍ពេញលេញផ្នែកឧស្សាហកម្មអាហារ និងភេសជ្ជៈ ដោយមានការទទួលស្គាល់ទាំងក្នុងនិងក្រៅប្រទេស។ ជាងនេះទៅទៀត យើងខ្ញុំកំពុងបន្តពង្រឹង និង អភិវឌ្ឍ ជាបន្តបន្ទាប់ ទាំងដំណើរការផលិតកម្ម និងធនធានមនុស្សរបស់យើង។

៣.៣.២ ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ

ក. យុទ្ធសាស្ត្រថ្លៃ

ការកំណត់ថ្លៃទៅលើទំនិញផលិតផល ឱ្យក្រុមហ៊ុនទទួលបាននូវប្រាក់ចំណេញ ឥទ្ធិពលខ្លាំងណាស់ ទៅលើយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ ឬសេវាកម្មពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងការគាំទ្រពី អតិថិជន។ ចំពោះការប្រែប្រួលតម្លៃ ពិតជាមានការ ជះឥទ្ធិពលលើតម្រូវការនិងការកើនឡើងផងដែរ។ ចំណុចពិសេសក្នុងការកំណត់ថ្លៃផ្នែកលើកត្តា ៣សំខាន់ៗ ជាមូលដ្ឋាន៖ ការពិនិត្យមើលតម្លៃទីផ្សារប្រកួត ប្រជែង តម្លៃវាយលុកទីផ្សារ និងតម្លៃសមរម្យដែលអតិថិជនអាចទទួលយកបាន។

ខ. យុទ្ធសាស្ត្រយោសនា

យុទ្ធសាស្ត្រយោសនា គឺជាមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មាន ជូនអតិថិជនដល់គោលដៅបាន យល់ និងបង្ហាញអំពីផលិតផល ឬសេវាកម្ម។ មធ្យោបាយទាំងនោះរួមមាន៖ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ទំនាក់ ទំនង សាធារណៈ ការរៀបចំលក់។ ការយោសនាអាចធ្វើទៅបានតាមរយៈប្រព័ន្ធ ផ្សព្វផ្សាយ អ៊ីនធឺណែត កម្មវិធីតាំងពិពណ៌ និងព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗ។ ជាពិសេសក្នុងបរិបទនេះគេ ផ្ដោតយកចិត្តទុកដាក់លើបណ្តាញសង្គមខ្លាំងបំផុត។ សម្រាប់យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយនេះវាមានដូចជា៖

- ការបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយ៖ ចាប់ផ្តើមដោយការកំណត់ចំណុចផលិតផលដែលរួមមាន លក្ខណៈរបស់ ផលិតផល គុណភាព ថ្លៃប្រើប្រាស់ ការប្រៀបធៀបជាមួយដៃគូប្រកួតប្រជែងគោលដៅ។
- ទិសដៅនៃការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម៖ គឺត្រូវផ្តល់ព័ត៌មានលម្អិតស្តីពីផលិតផលទៅ ឱ្យអតិថិជន។
- ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរួមមាន ៖ ការផ្សព្វផ្សាយតាមអ៊ីនធឺណែត ទូរទស្សន៍ ការផ្សាយតាម វីឡូ ការផ្សាយ តាមរយៈកាសែត និងទស្សនាវដ្តី ឬការផ្សាយតាមទីសាធារណៈ។ល។
- ការផ្សព្វផ្សាយនៅកន្លែងលក់ ៖ ការតាំងបង្ហាញទំនិញនៅកន្លែងលក់ឱ្យមានភាពទាក់ទាញនិងការ ចូលរួមការតាំងពិពណ៌ផ្សេងៗ។
- ការផ្សព្វផ្សាយជម្រុញការលក់៖

គួរបញ្ជាក់ផងដែរថា វីតាល់ មិនត្រឹមតែផ្តល់នូវផលិតផលដែលមានគុណភាពខ្ពស់ប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏បានចូល រួមចំណែកក្នុងការជួយគាំទ្រដល់សុខុមាលភាពនៃសង្គមកម្ពុជាផងដែរ។ ក្នុងរយៈពេលជាង ១០ឆ្នាំមកនេះ តាមរយៈមូលនិធិ២៥រៀល វីតាល់បានផ្តួចផ្តើមគំនិត ឧបត្ថម្ភគាំទ្រគម្រោងនានា និងចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុង កិច្ចការសង្គម ដោយផ្ដោតលើវិស័យ៤ធំៗ រួមមាន ៖ វប្បធម៌ និងសាសនា ,កីឡា និងសុខភាព ,បរិស្ថានអប់រំ។ សកម្មភាពទាំងនេះ បានទាក់ទាញការចាប់អារម្មណ៍ពីសហគមន៍ ក៏ដូចជាសាធារណជនគ្រប់ទិសទីជា ពិសេសយុវជនឱ្យចេះចូលរួម និងចែករំលែក ដើម្បីអភិវឌ្ឍសហគមន៍នានាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

គ. យុទ្ធសាស្ត្រចែកចាយ

ការចែកចាយគឺឆ្ពោះទៅយកលទ្ធភាពទទួលបានផលិតផល ឬភាពងាយស្រួលរបស់អតិថិជនក្នុង ការទិញផលិតផល។ យុទ្ធសាស្ត្រចែកចាយដែល គេពេញនិយមជាងគេគឺការចែកចាយទៅកាន់ដេប៉ូឬឈ្នួញ កណ្តា

លឿនគេលក់បន្ត។ យុទ្ធសាស្ត្រគឺធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីឱ្យសាធារណជនមើលឃើញពីផលិតផលរបស់យើង បានគ្រប់ទីកន្លែងទាំងអស់។ការធ្វើបែបនេះគឺជាការសម្រួលដល់អតិថិជនផងដែរ។

- ប្រព័ន្ធចែកចាយវែងៗពីផលិតករទៅកាន់អ្នកលក់រាយ និង ទៅអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ។
- ការចែកចាយសម្រុក៖ ការចែកចាយទៅកាន់គ្រប់ទីកន្លែងដែលអាចចូលទៅដល់ទោះជាកន្លែងណាក៏ដោយ។
- ការចែកចាយផ្តាច់មុខ៖សហគ្រាសធ្វើការចែកចាយផ្តាច់ទៅកាន់អ្នកលក់បន្តតែ១ ឬ២នាក់ក្នុងតំបន់ភូមិសាស្ត្រនីមួយៗ។

យ.យុទ្ធសាស្ត្រផលិតផល

ទន្ទឹមនឹងការខិតខំប្រឹងប្រែងនៅក្នុងការរៀបចំផែនការ និងយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងថ្លៃ យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការយោសាសនា និងការផ្សព្វផ្សាយ ក្រុមហ៊ុនវីតាល់ ក៏បានផ្ដោតសំខាន់ទៅលើគុណភាពរបស់ ផលិតផលផងដែរ។ វីតាល់ គឺជាផលិតផលរបស់ ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលជីឌី (N.V.C Corporation Co., Ltd.) ដែលជាក្រុមហ៊ុនក្នុងស្រុកឈានមុខមួយ ក្នុងវិស័យផលិត និងចាយចាយ ចំណីអាហារ និងភេសជ្ជៈដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ក្រុមហ៊ុនយើង បានចាប់ផ្ដើមដំណើរការជាផ្លូវការ នៅថ្ងៃទី៧ ខែមករា ឆ្នាំ២០១០។

វីតាល់ គឺជាម៉ាកសញ្ញាទឹកពិសាដែលឈានមុខ ដែលទទួលបានការនិយមពីសំណាក់អតិថិជនរាប់លាននាក់ គ្រប់ស្រទាប់វណ្ណៈ។ ការតាំងចិត្តរបស់យើងក្នុងការផលិត និងផ្តល់នូវផលិតផល និងសេវាកម្មដែលមានគុណភាពខ្ពស់ ដោយការខិតខំអភិវឌ្ឍជាប្រចាំ បានប្រែក្លាយវីតាល់ ជាម៉ាកសញ្ញាមួយលេចធ្លោ នៅប្រទេសកម្ពុជា។ យើងជឿជាក់ថា ការប្តេជ្ញាចិត្ត និងភាពលម្អិតរបស់យើង គឺជាកម្លាំងចលករ ក្នុងការផលិតនូវផលិតផលដែលល្អឥតខ្ចោះ។ ជាកស្ថតាង ផលិតផល និងប្រព័ន្ធរបស់យើង ទទួលបានវិញ្ញាបនបត្រទទួលស្គាល់ដោយស្តង់ដារជាតិ និងអន្តរជាតិ ដូចជា CS 009:2005, GHPs, HACCP, ISO 2200:2018, ISO 9001:2015, ISO 14001:2015។

យើងមិនត្រឹមតែផ្តល់នូវផលិតផលដែលមានគុណភាពខ្ពស់ ប៉ុន្តែយើង ក៏ចូលរួមចំណែកក្នុងការជួយគាំទ្រដល់សុខុមាលភាពនៃសង្គមកម្ពុជាផងដែរ។ ជាច្រើនឆ្នាំកន្លងទៅនេះ មូលនិធិ២៥ បានផ្តួចផ្តើមគំនិត និងឧបត្ថម្ភគាំទ្រគម្រោងនានា ក្នុងវិស័យអប់រំ បរិស្ថាន វប្បធម៌ និងប្រពៃណី និង សុខភាព និងកីឡា។ សកម្មភាពទាំងនេះ បានទាក់ទាញចាប់អារម្មណ៍ពីសហគមន៍ ក៏ដូចជាមនុស្សជាច្រើន ឱ្យចេះចូលរួម និងចែករំលែក ដើម្បីអភិវឌ្ឍសហគមន៍របស់ប្រទេសកម្ពុជា។

៣.៣.៣ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស

ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស គឺជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់របស់ក្រុមហ៊ុន ពីព្រោះបុគ្គលិកជាអ្នកធ្វើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មផ្ទាល់ ដើម្បីផលិតចំណូលដល់ក្រុមហ៊ុន និងជាទ្រព្យរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ក្រុមហ៊ុន វីតាល់ មានដំណើរការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស ដូចខាងក្រោម ៖

- ការធ្វើផែនការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស ជាសកម្មភាពដែលបានគ្រោងទុកដើម្បីរៀបចំ និង សម្របសម្រួលនូវធនធានមនុស្សក្នុងអង្គភាព ។ ការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិក ដើម្បីពណ៌នាពីកន្លែងទំនេរ និង

ផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនូវបណ្តា តួនាទីថ្មីៗរបស់អង្គភាពអាជីវកម្មណាមួយ ក្នុងគោលបំណងជ្រើសរើសយក បេក្ខជនមជ្ឈដ្ឋានខាងក្រៅឱ្យមកបំពេញការងារ ឬតួនាទីណាមួយនៅក្នុងអង្គភាពរបស់ពួកគេ។

- ការជ្រើសរើសយកបុគ្គលិក : ជាដំណើរការនៃការកំណត់យក បេក្ខជនឱ្យមកធ្វើការងារ ដែលមាន សមត្ថភាពដើម្បីសម្រេចគោលដៅរបស់អង្គភាពអាជីវកម្ម ។
- ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក : ដើម្បីគ្រោងនូវការប្រមើលមើលនូវតម្រូវការនៃបណ្តុះបណ្តាលដោយ អត្តសញ្ញាណកម្មនូវសកម្មភាពទាំងឡាយណា ដែលបុគ្គលិកទាំងអស់គួរតែអាចធ្វើបាន ។ ការវាយតម្លៃ សកម្មភាពការងារបុគ្គលិក ដែលបុគ្គលិកទាំងឡាយត្រូវវាយតម្លៃ ជាការកំណត់នូវបទដ្ឋានការងារនិងកម្មវត្ថុ ធ្វើការងារ។
- លើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក និង ការទូទាត់សំណង: ជាការរំភាគទៅលើការងារនូវការផ្តល់លក្ខខណ្ឌ ក្នុង ការលើកទឹកចិត្ត និងការទូទាត់សំណង តាមលទ្ធផលការងាររបស់និយោជិក។
- សុវត្ថិភាព និងសុខភាពការងារ : ជាសេរីភាពរបស់និយោជិកក្នុងការទទួលបាននូវការការពារឱ្យផុត ពីគ្រោះថ្នាក់ ឬជំងឺដង្កាត់ផ្សេងៗ ទៅតាមគោលការណ៍ថែរក្សាសុខភាពរបស់និយោជិក ។

ជំពូកទី៤
ការវិភាគចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ របស់ក្រុមហ៊ុនវីតាល់ពិតជាមានសារៈសំខាន់ ណាស់ក្នុងការវាយតម្លៃថ្លឹងថ្លែងវាស់វែងទៅលើដំណើរការ នៃការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន វីតាល់ក្រោយពីបានសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងធ្វើការវិភាគរួចមក ក្រុមយើងខ្ញុំក៏បានរកឃើញនូវចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- អ្នកគ្រប់គ្រងគ្រប់ផ្នែកទាំងអស់របស់ក្រុមហ៊ុនវីតាល់ មានទំនាក់ទំនងគ្នា សហការគ្នាជាក្រុម និងមានការបែងចែក ទៅតាមតួនាទីរៀងៗខ្លួន ដូច្នេះហើយធ្វើឱ្យការងារកាន់តែរីកចម្រើននិងរហ័សរហួន។
- នៅលើទីផ្សារក៏បានបើកបង្ហាញឱ្យឃើញថាក្រុមហ៊ុនមួយនេះមានភាពល្បីល្បាញក៏ដោយសារតែការធ្វើMarketing និងការផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងតាមបែបបទដែលធ្វើឱ្យមានការទាក់ទាញខ្លាំងបំផុត។
- ចំពោះតម្លៃលក់របស់ផលិតផលនេះវិញគឺតម្លៃសមរម្យដែលអតិថិជនគ្រប់ស្រទាប់វណ្ណៈមានលទ្ធភាពក្នុងការទិញយកទៅពិសាទាំងនេះក៏បានបង្ហាញថាអ្នកគ្រប់គ្រងមានការសិក្សាច្បាស់លាស់លើស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចផងដែរ។

៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ

ឆ្លងតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវកន្លងមកក្រុមយើងខ្ញុំក៏បានសង្កេតឃើញផងថាក្រុមហ៊ុនវីតាល់ក៏នៅមានចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនតូចដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ កែលម្អ និងពង្រឹងឡើងវិញ ដើម្បីឱ្យក្រុមហ៊ុនកាន់តែទទួលបានភាពប្រសើរឡើងថែមទៀត ៖

- ជាក់ស្តែងជាមួយនឹងតម្រូវការទីផ្សារកើនឡើងធ្វើឱ្យការផលិតមានភាពយឺតយ៉ាវខ្វះអាងស្តុកទឹកខ្វះខាតម៉ាស៊ីនផលិតទឹក ខ្វះខាតកម្លាំងពលកម្មការដឹកជញ្ជូនមិនអាចបំពេញតម្រូវការទាន់ពេលវេលា។
- ក្រុមហ៊ុនវីតាល់ពុំទាន់មានការនាំចេញផលិតផលរបស់ខ្លួនទៅកាន់បណ្តាលប្រទេសនានាឱ្យមានភាពទូលំទូលាយនៅឡើយទេ។

ជំពូកទី៥
សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

យោងតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងការរំលឹកទ្រឹស្តីកន្លងមកធ្វើឱ្យយើងបានយល់កាន់តែច្បាស់ថែមទៀត ទៅលើប្រធានបទស្តីពី ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ដែលដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ របស់ អង្គភាពនីមួយៗពិតជាមានសារៈសំខាន់ និងសារៈប្រយោជន៍ខ្លាំងសម្រាប់អង្គភាពនោះ ទោះបីជា អង្គភាពនោះជាអង្គភាពស្វែងរកប្រាក់ចំណេញក្តី ឬជាអង្គភាពមិនស្វែងរកប្រាក់ចំណេញក្តី។ មិនតែ ប៉ុណ្ណោះ ការគ្រប់គ្រងដំណើរការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុនមួយមានដំណើរការល្អឬមិនបានល្អនោះវាក៏បានឆ្លុះបញ្ចាំង ពីសមត្ថភាពរបស់ថ្នាក់ដឹកនាំ ថាតើថ្នាក់ដឹកនាំបានរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ បានកំណត់ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម និងគោលដៅរបស់អង្គភាពបានត្រឹមត្រូវកម្រិតណាផងដែរ។ ជាងនេះទៅទៀត ដំណើរការការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រ របស់ អង្គភាពមួយបានល្អ វាក៏បានបង្ហាញពីភាពរីកចម្រើននិង ផលចំណេញសម្រាប់អង្គភាពនោះដែរ។

ទន្ទឹមនឹង ការគ្រប់គ្រងដែលប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងភាពរីកចម្រើនរបស់អង្គភាព ជាមួយគ្នានោះដែរ ក៏មានការចូលរួមចំណែកពីបុគ្គលិកគ្រប់ជាន់ថ្នាក់ ដែលពោរពេញដោយចំណេះជំនាញខ្ពស់ផងដែរ ទើបធ្វើ ឱ្យការដឹកនាំ និង ការគ្រប់គ្រងឆាប់ទទួលបានលទ្ធផល និងមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ តែទោះជាយ៉ាងនេះក្តី ក៏ដំណើរការ នៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអង្គភាពទាំងមូល ក៏នៅតែមានចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនតូច និងចំណុចខ្លះដែល ត្រូវកែតម្រូវដើម្បីឱ្យការគ្រប់គ្រងដំណើរការរបស់អង្គភាពកាន់ប្រសើរឡើង។ ទោះបីជា ការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបស់ក្រុមយើងខ្ញុំនៅមានកម្រិត ហើយទិន្នន័យជាក់ស្តែងនៅមិនទាន់មានលក្ខណៈពិស្តារ និងសព្វគ្រប់ជ្រុង ជ្រោយក៏ដោយ ក៏ទិន្នន័យនេះអាចធ្វើការឆ្លុះបញ្ចាំងពីទិដ្ឋភាពជាក់ស្តែង នៃដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន វិចារ។

ឆ្លងតាមការស្រាវជ្រាវ ដោយយកចិត្តទុកដាក់ក្រោមប្រធានបទដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុនវិចារ រួចមកធ្វើឱ្យក្រុមយើងខ្ញុំទទួលបានចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ថ្មីៗ ជាច្រើនដែលទាក់ទងទៅនឹងដំណើរការ នៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់អង្គភាពទាំងមូល។

៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍

តាមរយៈការវិភាគទៅលើចំណុចខ្សោយ ក៏ដូចជាការបកស្រាយរួមទាំងការសន្និដ្ឋានខាងលើ ក្រុមសិក្សាស្រាវជ្រាវសារណាមាននូវគំនិត និងមតិយោបល់មួយចំនួនដើម្បីឱ្យក្រុមហ៊ុនធ្វើការពិចារណា និងកែតម្រូវជាថ្មីនូវចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួន ដើម្បីឱ្យការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មកាន់តែជោគជ័យ និងទទួលបានប្រាក់ចំណេញកាន់តែច្រើន ក្នុងនោះមានចំណុចដែលត្រូវកែតម្រូវដូចជា៖

- ក្រុមហ៊ុនវិចារគួរតែពង្រីកអាងស្តុកទឹកម៉ាស៊ីនចម្រោះទឹកកម្លាំងពលកម្មបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញតម្រូវការទីផ្សារឲ្យបានទាន់ពេលវេលា។
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែពង្រីកការនាំចេញទឹកបរិសុទ្ធវិចារទៅកាន់បណ្តាប្រទេសនានាមួយចំនួនបន្ថែមទៀត។

ឯកសារយោង

ឯកសារយោង

➤ ឯកសារគោល

១. លោកបណ្ឌិត សេង សំអឿន បង្រៀននិស្សិតជំនាន់ ១៧ ឆ្នាំទី៣ ឆមាសទី១ សៀវភៅ វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវរបស់វិទ្យាស្ថានវ៉ាន់ដា
២. ការស្រាវជ្រាវពីអ៊ិនធើណែត
៣. សៀវភៅវិចិត្រក្រម សម្តេចសង្ឃ ជួន ណាត
៤. ឯកសារ យោងដែលបានមកពីបណ្ណាល័យនៃវិទ្យាស្ថានវ៉ាន់ដា
៥. បានសាកសួរព័ត៌មានពីប្រធានផ្នែកធនធានមនុស្សតាមរយៈTelegram

➤ ឯកសារបន្ទាប់បន្សំ

១. សៀវភៅ មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រង បោះពុម្ពលើកទី៧ (២០២៣)
២. សៀវភៅ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស បោះពុម្ពលើកទី៨ (២០២២)
៣. សៀវភៅ ការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រ បោះពុម្ពលើកទី៦ (២០១៩)
៤. [https:// N.V.C Corporation Co., Ltd. \(Vital Premium Water/](https:// N.V.C Corporation Co., Ltd. (Vital Premium Water/)

ឧបសម្ព័ន្ធ







ទឹកពិសាវីតាល់ជាទំនិញ
យុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម



The advertisement features a clear plastic bottle of Vital water and a blue box with the brand name 'វីតាល់' (Vital) in large Khmer characters. Below the name, it says 'ទឹកពិសាគុណភាពខ្ពស់' (High quality purified water) and 'មោទនភាពដ៏តម្លៃថ្លៃ' (Prestigious value). The English text 'Vital Premium Water' is also visible. In the background, there is a faint logo of the Ministry of Commerce of Cambodia.





B.Heang Lina Vita

last seen recently

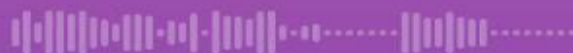


January 24

ជម្រាបសួរបង 1:51 PM ✓✓



00:08



1:53 PM ✓✓



00:16



1:53 PM ✓✓



00:08



1:54 PM ✓✓

Hi sister 2:06 PM



00:10



2:07 PM

បងពួកសុំចុះតែមួយព្រឹកបង 2:07 PM ✓✓



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



សារណាមកពីការសិក្សាថ្នាក់បណ្ឌិត