



ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា

VANDA INSTITUTE



សាលាបណ្ណប្រចាំថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ

**ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្លឹកប្រាក់ប្រកបដោយ
អនវិស័យ ខេត្តកោះកុង ឬ អិលធីឌី**

EFFICIENCY OF INVENTORY OF NVC CORPORATION CO., LTD

ជំពូក គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៤

PHNOM PENH-2024



ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា

VANDA INSTITUTE



សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ

ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្តិធិរបស់ក្រុមហ៊ុន

អិលវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី

EFFICIENCY OF INVENTORY OF NVC CORPORATION CO., LTD

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ៖ ប្រេម ផល្លា

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៤

PHNOM PENH-2024



**គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យសារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២១
ប្រធានបទ៖ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្តិវិធីរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខេមបូឌី
ខូ អិលធីឌី**

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី១

សាស្ត្រាចារ្យណេនាំ

បេក្ខបណ្ឌិត ស្រេង ផល្លា

ស្រេង ផល្លា

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី៣

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី២

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក វ៉ុទី

បេក្ខបណ្ឌិត មាស សំណាង

**ប្រធានគណៈកម្មការវាយតម្លៃ និងជាប្រធាន
មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ**

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី៤

បណ្ឌិត សេង សំអឿន

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ែម សុខហៀក

នាយកវិទ្យាស្ថាន

នាយិកាដេអូប៊ីស្ត្រូយ

បណ្ឌិត ហេង វ៉ាន់ដា

បណ្ឌិត ហ៊ុ គុជគន្ធលីនណា

លេខកថា

ក្រោយពីបានសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញគណនេយ្យ នៅវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា អស់រយៈពេល៤ឆ្នាំ សិក្សាកន្លងមក ក្រុមយើងខ្ញុំ បានទទួលនូវចំណេះដឹងជាច្រើន ពាក់ព័ន្ធនឹងមុខវិជ្ជាគណនេយ្យ ជាពិសេស ក្រុមយើងខ្ញុំយល់ច្បាស់ថា ជំនាញគណនេយ្យ គឺជាជំនាញមួយមានសារៈសំខាន់មួយដែរ សម្រាប់ទីផ្សារ បច្ចុប្បន្ន ក្នុងនោះស្ថាប័នរដ្ឋក្តី ឯកជនក្តី ឬអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្តី សុទ្ធតែត្រូវអនុវត្តកិច្ចការគណនេយ្យដូចគ្នា។ ដោយឡែកដើម្បីឱ្យការសិក្សារបស់និស្សិតកាន់តែមានគុណភាពខ្ពស់ វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា បានបញ្ចូលនូវ មុខជំនាញសំខាន់ៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការងារគណនេយ្យ តាមកម្មវិធីសិក្សាក្នុងឆ្នាំទីមួយ រហូតដល់ឆ្នាំទី៤។

គ្រប់មុខវិជ្ជាទាំងអស់ សុទ្ធតែមានសារៈសំខាន់ក្នុងការត្រួតត្រាស្រាយផ្លូវនិស្សិតឱ្យយល់ច្បាស់ អំពីការ អនុវត្តការងារគណនេយ្យ ពីការចាប់ផ្តើមរៀបចំផែនការ ការកត់ត្រា ការរៀបចំរបាយការណ៍ ការត្រួតពិនិត្យ និងការវាយតម្លៃ ព្រមទាំងផ្តល់ជាអនុសាសន៍នៅក្នុងការងារគណនេយ្យ ដើម្បីពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រង នៅក្នុងស្ថាប័នខ្លួន ក្នុងន័យឆ្លើយតបឱ្យបានល្អប្រសើរនឹងគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ដែលបាន ដាក់ចេញ។ ដោយក្រុមយើងខ្ញុំសង្កេតឃើញថា កិច្ចការងារមួយនេះមានសារៈសំខាន់ខ្លាំង ស្របពេលនៃការ សរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្របានមកដល់ ទើបក្រុមយើងខ្ញុំ សម្រេចចិត្តជ្រើសរើសនូវ ប្រធានបទមួយស្តីពី **“ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបកើរសិន ខូ អិលធីឌី”** យកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងការចងក្រងក្នុងគោលបំណងឱ្យអ្នកស្រាវជ្រាវទាំងអស់ និងមានយល់ កាន់តែស៊ីជម្រៅពីការរៀបចំសរសេរសារណា។ ក្រុមនាងខ្ញុំសង្ឃឹមថា ការរៀបចំសរសេរសារណានេះ និង បានចូលរួមចំណែក ក្នុងការស្រាវជ្រាវរបស់និស្សិតជំនាន់ក្រោយៗ ព្រមទាំងអ្នកស្រាវជ្រាវដ៏ទៃទៀត ដែល មានបំណងសិក្សាស្វែងយល់ពីកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ។

ជាទីបញ្ចប់ក្រុមនាងខ្ញុំ សូមមេត្តាខន្តី អភ័យទោស ពីសំណាក់លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ រៀបច្បង និងអ្នក អានទាំងអស់ នូវរាល់កំហុសឆ្គងដែលកើតឡើងមានដោយអចេតនា នៅក្នុងសារណានេះ ហើយក្រុមនាង ខ្ញុំរីករាយនឹងទទួលយករាល់ការរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនា ដើម្បីឱ្យការរៀបចំលើកក្រោយទៀតមានភាពកាន់ តែល្អប្រសើរឡើង។

បេសកកម្មក្រុម



ឈ្មោះ ចាន់ ព្រីត្យុង

ID: B21/915



ឈ្មោះ មីន ជាតា

ID: B21/798



ឈ្មោះ សាក់ លីសា

ID: B21/810



ឈ្មោះ ម៉េង ចិត្តិការ

ID: B21/993

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ក្រុមយើងខ្ញុំជានិស្សិតនៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២១ ជំនាញគណនេយ្យ
សូមសម្តែងនូវការគោរពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ និងថ្លែងអំណរគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅចំពោះ

ក្រុមគ្រូសារដែលបានជួយឧបត្ថម្ភ គាំទ្រ ទាំងសម្ភារៈ ថវិកា និងស្មារតី ជំរុញលើកទឹកចិត្ត ដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ ក្នុងការសិក្សារៀនសូត្រ ដើម្បីទទួលបានចំណេះដឹងរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ ក្នុងនោះក្រុមនាងខ្ញុំសូមសម្តែងនូវការគោរព និងកត្តាញតាមយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុត ដល់អ្នកមានគុណ ដែលបានផ្តល់កំណើតដល់នាងខ្ញុំគ្រប់រូប និងសូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ដល់បណ្តាសាស្ត្រាចារ្យ លោកគ្រូអ្នកគ្រូ ទាំងអស់ដែលបានបណ្តុះបណ្តាលក្រុមនាងខ្ញុំនាពេលកន្លងមក។

ក្រុមនាងខ្ញុំ សូមសម្តែងនូវការគោរពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ដ៏ជ្រាលជ្រៅ ដល់ឯកឧត្តមបណ្ឌិត **ហេង វ៉ាន់ដា** នាយកនៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ដែលបានផ្តល់ទីកន្លែងបណ្តុះបណ្តាល ព្រមទាំងផ្តល់បទពិសោធន៍យ៉ាងច្រើនដល់នាងខ្ញុំ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណចំពោះសាស្ត្រាចារ្យ **ស្រេង វណ្ណ** ជាសាស្ត្រាចារ្យណែនាំ ដោយបានជួយជ្រោមជ្រែង បង្ហាត់បង្ហាញសព្វបែបយ៉ាង ដើម្បីជួយដល់ក្រុមនាងខ្ញុំបញ្ចប់កិច្ចការសារណានេះជាស្ថាពរ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណដល់សាស្ត្រាចារ្យ និងបុគ្គលិកនៃវិទ្យាស្ថានវ៉ាន់ដាទាំងអស់ ដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបង្ហាត់បង្ហាញ លើកទឹកចិត្ត អនុគ្រោះដល់ក្រុមនាងខ្ញុំ រហូតធ្វើឱ្យការសិក្សាបានបញ្ចប់ និងទទួលបានជោគជ័យគួរជាទីមោទនៈ។

ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះដែរ ក្រុមនាងខ្ញុំសូមប្រសិទ្ធពរជ័យជូនដល់បុគ្គលទាំងអស់ខាងលើឱ្យជួបតែពុទ្ធពរឬនប្រការគឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អំណះអំណាង

ក្រុមនាងខ្ញុំ ជានិស្សិតបរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ជំនាន់ទី២១៖

សូមធានាអះអាងថា ខ្លឹមសារសារណាក្រោមប្រធានបទ “ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី” នេះគឺជាស្នាដៃរបស់ក្រុមនាងខ្ញុំ ដោយគ្មានការពាក់ព័ន្ធនឹងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកផ្សេងឡើយ។ ទិន្នន័យ និងលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ ដែលលើកឡើងនេះ ជាអត្ថបទស្រាវជ្រាវថ្មីសុទ្ធសាធ ដែលពុំធ្លាប់មានជនណាម្នាក់យកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រាវជ្រាវពីមុនឡើយ។

ថ្ងៃ.....ខែ.....ឆ្នាំ..... ព.ស. ២៥៦....

ថ្ងៃទី.....ខែ.....ឆ្នាំ២០២...

ហត្ថលេខាតំណាងក្រុម

សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ

ប្រទេសកម្ពុជា ជាប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ដែលប្រជាជនមានកម្រិតជីវភាពទាប ប៉ុន្តែ មានការរីកចម្រើនស្ទើរគ្រប់វិស័យ ក្នុងនោះយើងសង្កេតឃើញថា វិស័យផលិតកម្មមានការរីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ ដោយសង្កេតឃើញ ជីវភាពរបស់ប្រជាជននៅប្រទេសកម្ពុជាមានការខ្វះខាត ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលជីឌី បានចូលរួមចំណែកក្នុងការជួយសង្គមតាមរយៈកម្មវិធីសប្បុរសធម៌ “មូលនិធិ២៥រៀល” ដែលជាទស្សនៈមួយ របស់ក្រុមហ៊ុនបានផ្តួចផ្តើមនឹងបរិច្ចាគដល់សង្គមជាច្រើន។ មិនតែប៉ុណ្ណោះ ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលជីឌី បានគិតគូរដល់សុខភាពរបស់អតិថិជន ដោយផលិតទឹកបរិសុទ្ធមានគុណភាពខ្ពស់ ដោយអនុលោម តាមតម្រូវការសុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារគោលការណ៍ច្បាប់ និងបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។

ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលជីឌី ជាក្រុមហ៊ុនក្នុងស្រុកឈានមុខមួយក្នុង វិស័យផលិត និងចែកចាយចំណីអាហារ និងភេសជ្ជៈដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ក្រុមហ៊ុននេះបានចាប់ផ្តើមដំណើរការនៅថ្ងៃទី០៧ ខែមករា ឆ្នាំ២០១០ ដោយមានការទទួលស្គាល់ពីវិទ្យាស្ថានស្តង់ដារកម្ពុជា (ISC) ក្រសួងសុខាភិបាល និងក្រសួងទេសចរណ៍។ បានទទួលស្គាល់ការវាយតម្លៃពីវិញ្ញាបនបត្រលើការអនុវត្តផលិតកម្មទឹកស្អាត (GMP) វិញ្ញាបនបត្រលើប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន វិញ្ញាបនបត្រលើប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារ ISO 2200:2005។ ក្រុមហ៊ុន ថែមទាំងទទួលបានអាជ្ញាបណ្ណអនុញ្ញាតតាមដំណើរការផលិតកម្ម ដោយក្រសួងឧស្សាហកម្ម សិប្បកម្ម និងអាជ្ញាបណ្ណអនុញ្ញាតប្រកបអាជីវកម្មដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ មិនតែប៉ុណ្ណោះ ក្រុមហ៊ុនមានការគាំទ្រក្នុងឆ្នាំ២០១២ ត្រូវបានទទួលស្គាល់នូវគុណភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ ដោយឆ្លងកាត់ការត្រួតពិនិត្យពីសំណាក់សមត្ថកិច្ចកងទ័ពជើងទឹក របស់សហរដ្ឋអាមេរិក និងឆ្នាំ២០១៣ ត្រូវបានជ្រើសរើសឱ្យប្រើប្រាស់ក្នុងកម្មវិធីតាំងពិពណ៌សុខភាពប្រចាំឆ្នាំ ដែលរៀបចំដោយស្ថានទូតសហរដ្ឋអាមេរិកប្រចាំកម្ពុជា។

យោងតាមការស្រាវជ្រាវខាងលើ បានបង្ហាញឱ្យថាក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលជីឌី ជាក្រុមហ៊ុនមួយនៅក្នុងស្រុកដែលឈានមុខគេ ហើយមានប្រជាប្រិយភាពខ្លាំង និងទទួលបានការទុកចិត្តពីសំណាក់អតិថិជនទាំងក្នុងនិងក្រៅប្រទេស។ ដោយការតាំងចិត្តពីបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុន ក្នុងការផលិត និងផ្តល់ជូននូវផលិតផលដែលមានគុណភាពខ្ពស់ មានការជ្រុំជ្រែងយ៉ាងពេញទំហឹងពីក្រុមការងារពេញទៅដោយការតាំងចិត្ត និងមានសមត្ថភាពខ្ពស់ក្នុងការខិតខំអភិវឌ្ឍជាប្រចាំ ដែលបានប្រែក្លាយវិវត្តជាម៉ាកសញ្ញាមួយលេចធ្លោនៅប្រទេសកម្ពុជា។

មាតិកា

ទំព័រ

អារម្ភកថា	i
រចនាសម្ព័ន្ធ	ii
សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ	iii
អំណះអំណាង	iv
សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ	v
មាតិកា	vi

ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

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

ជំពូកទី២

ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព	៥
២.១.១ និយមន័យនៃការគ្រប់គ្រង	៥
២.១.២ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រង	៥
២.១.៣ ទម្រង់ មុខងារ និងកម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង	៦
២.២ នីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ	៧
២.២.១ និយមន័យ	៧
២.២.២ ប្រវត្តិទូទៅនៃនីតិ	៨
២.២.៣ ទ្រឹស្តីទូទៅនៃនីតិ	៩
២.៣ វិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រង	៩
២.៣.១ និយមន័យវិធីសាស្ត្រ	៩
២.៣.២ ប្រវត្តិនៃវិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រង	១២

២.៣.៣ ទ្រឹស្តីនៃវិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រង	១២
២.៤ បញ្ហាប្រឈមក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ	១២
២.៤.១ និយមន័យក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ	១២
២.៤.២ ទ្រឹស្តីនៃបញ្ហាប្រឈមក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ	១៣

ជំពូកទី៣
ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី
ខបតើរេសិន ខូ អិលធីឌី

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី	១៤
៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី	១៤
៣.១.២ ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី	១៦
៣.១.៣ លក្ខន្តិកៈនៅក្នុងការបង្កើតក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី	១៧
៣.២ នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិស្តុកចុងរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី	២១
៣.២.១ ផលិតផលរបស់សន្និធិក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី	២២
៣.២.២ នីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី	២៤
៣.២.៣ វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងឃ្លាំងស្តុកទំនិញ ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព	២៤
៣.២.៤ គោលនយោបាយនៃស្តុកទំនិញ និងឃ្លាំងផ្ទុកទំនិញ	២៥
៣.៣ វិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី	២៦
៣.៣.១ វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ	២៦
៣.៣.២ ការត្រួតពិនិត្យសន្និធិនៅក្នុងឃ្លាំង	២៧
៣.៤ បញ្ហាប្រឈមដែលទាក់ទងនឹងផ្នែកសន្និធិដែលក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី បានជួបប្រទះ	២៩
៣.៤.១ បញ្ហាប្រឈមដែលបណ្តាលមកពីកត្តាខាងក្នុង	២៩
៣.៤.២ បញ្ហាប្រឈមដែលបណ្តាលមកពីកត្តាខាងក្រៅ	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

ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

នាពេលបច្ចុប្បន្នយើងសង្កេតឃើញថា ប្រទេសកម្ពុជាកំពុងតែរីកចម្រើនលូតលាស់ទៅមុខជាលំដាប់ ការរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័សនេះ គឺដោយសារមានការរីកចម្រើនស្ទើរគ្រប់វិស័យក្នុងនោះរួមមាន វិស័យអប់រំ ទូរគមនាគមន៍ ការស្តារចនាសម្ព័ន្ធ ជាពិសេស គឺវិស័យឧស្សាហកម្ម និងផលិតកម្ម ដែលបាននឹងកំពុងរីក ចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ ដូចដែលយើងបានដឹងហើយថា វត្តមានរបស់ក្រុមហ៊ុនជាច្រើនបានកំពុងប្រកួត ប្រជែងលើទីផ្សារយ៉ាងមហាវិញ។ ជាពិសេសក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការបំពេញ នូវតម្រូវការទីផ្សារក្នុងស្រុក និងជាផលិតផលដែលនាំមកនូវមោទនភាពជូនជាតិ ហើយវាក៏ជាចលករមួយ ដែលធ្វើឱ្យជីវភាពរបស់ប្រជាជនមួយចំនួនធំ នៅប្រទេស កម្ពុជា មានភាពប្រសើរឡើងបានមួយកម្រិតទៀត ផងដែរ។ វិស័យផលិតកម្មបានជួយសម្រួល និងធ្វើការកាត់បន្ថយការនាំចូលផលិតផលពីក្រៅប្រទេស ដែល មានចំនួនយ៉ាងច្រើនផងដែរ។

ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម បាននឹងកំពុងខិតខំផលិតនូវផលិតផលដែលមានគុណភាព និងស្តង់ដារអនាម័យ ជាច្រើនដើម្បីបំពេញតម្រូវការក្នុងស្រុក និងការនាំចេញទៅលក់នៅក្រៅប្រទេសដែលផលិតផលទាំងនោះ រួម មានដូចជា សំលៀកបំពាក់ គ្រឿងបរិក្ខាសំណង់ ផលិតផលកសិកម្ម ទឹកបរិសុទ្ធ គ្រឿងបរិភោគ និងភេសជ្ជៈ ជាដើម។ អ្វីដែលគួរឱ្យកត់សម្គាល់ជាងនេះ ទៅទៀតក្នុងរយៈពេលប្រមាណជាង១១ឆ្នាំចុងក្រោយមកនេះ ផលិតផលទឹកពិសារ វីតាល់ បាននឹងកំពុងទទួលបានការពេញនិយមយ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ មួយ វិញទៀត រោងចក្របានផលិតទឹកបរិសុទ្ធ វីតាល់ ដែលជាផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី បានដំណើរការយ៉ាងមហាវិញនៅក្នុងខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្ម នៃការផលិតនូវទឹកពិសារដើម្បីបំពេញ តម្រូវការទីផ្សារក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុកយ៉ាងសកម្មទៀតផង។

ជាការពិតណាស់ ក្នុងរយៈពេលប្រមាណជាង៣ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ផលិតផលទឹកពិសារ វីតាល់ បាន នឹងកំពុងទទួលបានការពេញនិយមយ៉ាងខ្លាំង នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខ បភីអេសិន ខូ អិលធីឌី NVC Corporation Co., Ltd បានដំណើរការយ៉ាងមហាវិញនៅក្នុងខ្សែសង្វាក់ផលិត កម្មនៃការផលិតនូវទឹកពិសារ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការទីផ្សារក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុកយ៉ាងសកម្មទៀតផង។ កត្តា ដែលធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនផលិតទឹកពិសារនេះទទួលបានជោគជ័យរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ គឺមកពីការគាំទ្រពី សំណាក់អតិថិជនគ្រប់មជ្ឈដ្ឋាន ជាពិសេសគឺទទួលបានការទទួលស្គាល់គុណភាពទឹកពី ក្រសួងសុខាភិ បាល ក្រសួងទេសចរណ៍ និងវិទ្យាស្ថានស្តង់ដារកម្ពុជា(ISC) ជាផលិតផលដែលមានគុណភាពស្របតាមស្តង់ដារ ISO និងមានការវិច្ច័យប្រកបដោយស្តង់ដារអនាម័យល្អ។ ដោយសារទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់បាន ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ និងមានសក្តានុពលនៅលើទីផ្សារបែបនេះហើយទើបក្រុមយើងខ្ញុំបានជ្រើសរើសយក ប្រធានបទ “ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្តិវិធីរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី NVC Corporation Co., Ltd” យកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងជាឯកសារនេះឡើង។ គោលបំណង នៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវមួយនេះ ធ្វើឡើងដើម្បីរកឯកសារដែលធ្វើឱ្យយើងយល់ដឹងអំពីកិច្ចការ នៃប្រសិទ្ធភាព

នៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន NVC Corporation Co., Ltd (Vital) និងទុកជាឯកសារសម្រាប់និស្សិត ជំនាន់ក្រោយៗទៀត។

១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

បញ្ហាអាចកើតមានឡើងគ្រប់ពេលវេលា និងគ្រប់ទីកន្លែងដែលយើងមិនអាចដឹងមុន។ ដូច្នេះក្នុងនាម យើងជាម្ចាស់អាជីវកម្ម ឬជាបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុនក៏ដោយក៏យើងត្រូវតែដឹងថា តើមានបញ្ហាប្រឈមអ្វីខ្លះដែលគេ ជួបប្រទះនៅក្នុងទីផ្សារសព្វថ្ងៃ។ មិនថាម្ចាស់អាជីវកម្មដែលបានបើកអាជីវកម្មយូរមកហើយ ឬម្ចាស់អាជីវកម្ម ថ្មីដែលទើបតែប្រឡូកក្នុងវិស័យធុរកិច្ចនោះទេ គឺត្រូវតែស្វែងយល់ពីបញ្ហានឹងរកដំណោះស្រាយចំពោះបញ្ហា ទាំងនោះព្រោះថា បរិយាកាសសង្គមតែងមានភាពបត់បែន រីឯបញ្ហាក៏ផ្លាស់ប្តូរទៅតាមនោះដូចគ្នាដែរ។ ដើម្បី ជាទុននឹងជាកញ្ចក់សម្រាប់ឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីទិដ្ឋភាពទូទៅជុំវិញប្រធានបទនៃ ការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន ផលិតកម្ម យើងគួរគប្បីស្វែងយល់អំពីពាក្យគន្លឹះ និងសំណួរមួយចំនួនខាងក្រោមនេះជាមុនសិន។

១. តើក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី (NVC Corporation Co., Ltd) មាននីតិវិធីអ្វីខ្លះ ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព?

២. តើក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី (NVC Corporation Co., Ltd) មានវិធីសាស្ត្រ អ្វីខ្លះក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព?

៣. តើមានបញ្ហាប្រឈមអ្វីខ្លះនៅក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី (NVC Corporation Co., Ltd) ?

១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

លទ្ធផលដែលបានរំពឹងទុកពីការស្រាវជ្រាវកិច្ចការនេះ គឺយើងខ្ញុំចង់ទទួលបាននូវលទ្ធផលអំពីអ្វី ដែលបានចោទឡើងដូចខាងលើនេះ ៖

- ស្វែងយល់ពីប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន NVC Corporation Co., Ltd
- ស្វែងយល់ពីប្រភេទផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន NVC Corporation Co., Ltd
 - ស្វែងយល់ពីស្ថានភាពទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ដើម្បីធានាបាននូវទំនិញដែលមានគុណភាព តម្លៃសមរម្យ និងសមហេតុផល។
 - ទទួលបានចំណេះដឹងក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ និងការកាត់បន្ថយថ្លៃចំណាយគណនេយ្យ។
- ស្វែងយល់ទៅលើគុណសម្បត្តិក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន NVC Corporation Co., Ltd
- វិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងទំនិញ ដើម្បីផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់ការទទួលបញ្ហាទិញ របស់អតិថិជននឹងធ្វើ ឱ្យយើងដឹងពីបរិមាណទំនិញផងដែរ
- សិក្សាអំពីបញ្ហាប្រឈមនានា ដែលអាចធ្វើឱ្យមានផលប៉ះពាល់ដល់ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ
- សិក្សាពីលំហូរចេញចូលនៃសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន NVC Corporation Co., Ltd
- សិក្សាអំពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ របស់ក្រុមហ៊ុន
- វិធីសាស្ត្រទប់ស្កាត់ ការបាត់បង់តាមរយៈទំនិញហួសកាលកំណត់ប្រើប្រាស់ ចោរកម្ម ឬខូចខាត។

១.៤ ទំហំដែលកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

១.៤.១ ទំហំ ដែលកំណត់

អត្ថបទកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ លើកយកមកសិក្សាតែលើប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ របស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី (NVC Corporation Co, Ltd) ក្នុងចំណោមផលិតផលទាំងអស់របស់ក្រុមហ៊ុនយើងផ្ដោតទៅលើផលិតផលទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់តែមួយប៉ុណ្ណោះ ដែលមានទីតាំងនៅ ផ្លូវលេខ ៥៩៨ សង្កាត់ទួលសង្កែ ខណ្ឌឫស្សីកែវ រាជធានីភ្នំពេញ។

១.៤.២ វិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

ទិន្នន័យដែលយើងបានយកមកបង្ហាញក្នុងកិច្ចការស្រាវជ្រាវមួយនេះ គឺកំណត់យកត្រឹមអំឡុងពេល ឆ្នាំ២០២១-២០២២។

១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

នៅក្នុងការសរសេរកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ យើងខ្ញុំបានជ្រើសរើសយកវិធីសាស្ត្រ២ ក្នុងការសរសេរ៖

ក វិធីសាស្ត្រមេបណ្តាញ

ក្រុមនាងខ្ញុំបានធ្វើការរៀបរាប់អំពីទិដ្ឋភាព ស្ថានភាព និងព្រឹត្តិការណ៍នានាដែលទាក់ទងនឹងប្រធានបទរបស់យើង។ ដែលទទួលបានមកពីការស្រាវជ្រាវ និងស្រង់យកអ្វីដែលយើងបានសង្កេតឃើញជុំវិញបញ្ហារបស់ប្រធាន។

ខ វិធីសាស្ត្រមេបណ្តាញ

ក្រុមនាងខ្ញុំបានធ្វើការពិនិត្យនឹងលើកយកនូវទ្រឹស្តីសំខាន់ៗ ដែលទាក់ទងទៅជាមួយនឹងប្រធានបទបែបពន្យល់ និងបកស្រាយផងដែរ។

១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

កិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ បានបង្ហាញអំពីសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី (NVC Corporation Co., Ltd) ដែលទទួលបានមកពីការធ្វើផលិតកម្ម ទៅលើអាជីវកម្មផលិតទឹកពិសា។ ព័ត៌មាននឹងចំណេះដឹងដែលទទួលបានមកពីកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ បានផ្សារភ្ជាប់ឱ្យអ្នកអានទាំងអស់គ្នាបានយល់ដឹង អំពីចំណេះដឹងដែលយើងទទួលបានពីការសិក្សាកន្លងមក ជាមួយនឹងបទពិសោធន៍នៃការអនុវត្តផ្ទាល់មានប្រសិទ្ធភាព នៅក្នុងវិស័យផលិតកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូអិលធីឌី (NVC Corporation Co., Ltd) ។

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនៅក្នុងអត្ថបទនេះ វាបានផ្តល់នូវសារៈប្រយោជន៍យ៉ាងច្រើន ក្នុងការបង្កើនពុទ្ធិសមត្ថភាព និងចំណេះដឹងដែលទាក់ទងទៅនឹងការធ្វើសារណា សម្រាប់ពេលដែលក្រុមនាងខ្ញុំបញ្ចប់ឆ្នាំសិក្សានាពេលខាងមុខ។ ហើយវាក៏បានផ្តល់នូវចំណេះដឹងថ្មីៗបន្ថែមទៀត ដែលយើងមិនបានដឹងពីមុនមកនៅក្នុងវិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវជួយបណ្តុះគំនិត និងមានភាពក្លាហានក្នុងការទំនាក់ទំនង សាកសួរជាមួយសាស្ត្រាចារ្យ និងមនុស្សនៅក្នុងសង្គមខាងក្រៅទៀតផង។ ជាពិសេស កិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះបានធ្វើឱ្យក្រុមយើងខ្ញុំមានការចាប់អារម្មណ៍យ៉ាងខ្លាំងទៅលើការផលិត និងការគ្រប់គ្រងសន្និធិនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាដែលវាខុសពីការរៀនតាមរយៈទ្រឹស្តីកន្លងមកនេះ។ ម្យ៉ាងវិញទៀតកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ និងក្លាយទៅជា

ឯកសារសម្រាប់បន្សល់ទុកស្នាដៃស្រាវជ្រាវរបស់ក្រុមនាងខ្ញុំក្នុងវិទ្យាស្ថាន គឺជាប្រយោជន៍សម្រាប់និស្សិត ជំនាន់ក្រោយៗទៀត ដើម្បីជាគំរូក្នុងការធ្វើសិក្សាស្រាវជ្រាវបន្តទៀត។

១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវត្រូវចែកចេញជា ៥ ជំពូកដូចខាងក្រោម៖

ជំពូកទី១ ៖ សេចក្តីផ្តើម៖ ត្រូវបង្ហាញពីលំនាំនៃការស្រាវជ្រាវ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ គោល បំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ និងវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ។

ជំពូកទី២ ៖ រំលឹកទ្រឹស្តី៖ ត្រូវលើកឡើងពីទ្រឹស្តីដែលពាក់ព័ន្ធ ទស្សនទាន ឬសំដីរបស់អ្នក ប្រាជ្ញ និង បទពិសោធន៍ផ្សេងៗទៀត។

ជំពូកទី៣ ៖ លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ៖ លើកឡើងពីស្ថានភាពទូទៅរបស់អង្គភាពដូចជា ប្រវត្តិរបស់ អង្គភាព បេសកកម្ម ទស្សនវិស័យ គោលនយោបាយ រចនាសម្ព័ន្ធចាត់តាំង (តួនាទី និងភារកិច្ច) និងបន្ទាប់ មកត្រូវលើកឡើងអោយបានពី ឬបីចំណុចទៅលើការងារបច្ចេកទេសរបស់អង្គភាព។

ជំពូកទី៤ ៖ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ៖ វិភាគទៅលើចំណុចទាំងអស់ ដែលបាន អនុវត្តជាក់ស្តែង (គឺគ្រប់ចំណុចទាំងអស់ដែលមាននៅក្នុងជំពូកទី៣) គឺក្នុងគោលបំណង វិភាគអោយ ឃើញនូវចំណុចខ្វះខាតទាំងឡាយដើម្បីធ្វើការកែលម្អ។

ជំពូកទី៥ ៖ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍៖ ធ្វើការសិរិដ្ឋានទៅលើគ្រប់ចំណុចទាំងអស់ និងផ្តល់ជាយោបល់អនុសាសន៍ទៅលើចំណុចដែលត្រូវកែលម្អ។

ជំពូកទី២
រំលឹកច្រើន

ជំពូកទី២

ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព

២.១.១ និយមន័យនៃការគ្រប់គ្រង

ការគ្រប់គ្រង (Management) គឺជាមុខវិជ្ជាមួយបែបវិទ្យាសាស្ត្រ ដែលសិក្សាលម្អិតអំពី៖ ការធ្វើផែនការ ការចាត់ចែង ការដឹកនាំ ការត្រួតពិនិត្យឡើងវិញ និងការសម្រេចចិត្ត^១។

ការគ្រប់គ្រង (Management) គឺជាដំណើរការនៃការធ្វើការនឹងមនុស្សនឹងធនធានដទៃទៀតដើម្បីសម្រេចនូវគោលដៅរបស់អង្គភាព។ អ្នកដែលគ្រប់គ្រងខ្លាំងពូកែត្រូវមានសមត្ថភាព និងប្រសិទ្ធភាព^២។

ការគ្រប់គ្រង (Management) គឺជាការទទួលខុសត្រូវមួយដ៏លំបាកហើយវាទាមទារឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងចាំបាច់ត្រូវមានសមត្ថភាពយល់ដឹងខ្ពស់ប្រកបដោយភាពប៉ិនប្រសព្វដែលមានចំណេះដឹងទូលំទូលាយដើម្បីសម្រេចគោលដៅ តាមរយៈមុខងារនៃការធ្វើផែនការ ការចាត់ចែង ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យ^៣។

២.១.២ ប្រភេទនៃការគ្រប់គ្រង

ការគ្រប់គ្រង បានកើតឡើងស្របពេលដែលមានវត្តមាននៃនីតិវិធី។ ជាក់ស្តែងតាំងពីយូរលង់ណាស់មកហើយ មនុស្សរស់នៅជាក្រុមបានបង្កើតឱ្យមានការគ្រប់គ្រង ដែលបានចាប់ផ្តើមពីការគោរពនូវទំនៀមទម្លាប់ ប្រពៃណី និងសាសនាជាដើម។ បន្ទាប់មកទៀតមនុស្សបានប្រកាន់យកនូវឥរិយាបថនៃការគ្រប់គ្រងដែលមានបែបបទជាបទដ្ឋាន និងធ្វើវិសោធកម្មដ៏ត្រឹមត្រូវហើយយកមកអនុវត្តន៍យ៉ាងទូលំទូលាយនៅតាមអង្គភាពនានា ជាពិសេសគឺក្នុងវិស័យផលិតកម្ម។

យើងបានដឹងហើយថាការគ្រប់គ្រងមានប្រសិទ្ធភាពអាចប្រើប្រាស់បានគ្រប់វិស័យ។ ជាក់ស្តែងទាក់ទងនឹងវិស័យផលិតកម្ម ការគ្រប់គ្រងមានតួនាទីសំខាន់ណាស់ដែលមិនអាចខ្វះបាន ជាពិសេសទាក់ទងជាមួយនឹងសន្និធិឬសារពើភ័ណ្ឌដែលអាចឱ្យក្រុមហ៊ុនបំពេញតម្រូវការបានដល់អតិថិជនទាន់ពេលវេលា និងជាផ្នែកនៃយុទ្ធសាស្ត្រប្រកួតប្រជែងបណ្តាលឱ្យក្រុមហ៊ុនត្រូវចេះគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យបានល្អ។ គំនិតនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិឬសារពើភ័ណ្ឌ កើតមានឡើងតាំងពីឆ្នាំ១៩១៥ នៅពេលដែល F.N. Harris បានបង្កើតគំរូដ៏សាមញ្ញនឹងមានប្រយោជន៍មួយនៃបញ្ហាបញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌ។ វាជារឿងធម្មតាសម្រាប់បញ្ហាសន្និធិ ដែលស្ថិតនៅក្នុងចំណោមជម្រើសដំបូង សម្រាប់ការវិភាគនៅក្នុងផលិតកម្ម។ ព្រោះវាជាបញ្ហាវិកលដាលយ៉ាងទូលំទូលាយ ដែលត្រូវបានគេមើលឃើញថាជារចនាសម្ព័ន្ធ ដែលទទួលបានផលចំណេញយ៉ាងច្រើនជាងបញ្ហាផ្សេងទៀតនៅក្នុងវិស័យផលិតកម្ម។ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិមានតាំងពីពេលដែលមនុស្សចាប់ផ្តើមមានទំនាក់ទំនងនៃការទិញ និងការលក់វត្ថុផ្សេងៗមកជាច្រើនសតវត្សមកហើយ។ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើកត្តាមួយចំនួនដូចជា៖

- តើកម្រិតសន្និធិប៉ុន្មានដែលយើងគួររក្សាទុកក្នុងដៃ ?
- តើបរិមាណប៉ុន្មានដែលយើងត្រូវផលិត ឬបញ្ជាទិញមួយលើកៗ ?

¹ យោងតាមសៀវភៅមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រង មេរៀនទី១៖ លំនាំដើមនៃការគ្រប់គ្រង ទំព័រទី២ (បោះពុម្ពលើកទី៧ ឆ្នាំ២០២៣)

² យោងតាមសារណាជំនាន់ទី១៩ នៅក្នុងជំពូកទី២ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ទំព័រទី៦

³ យោងតាមសារណាជំនាន់ទី១៩ នៅក្នុងជំពូកទី២ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ទំព័រទី៦

- តើចំណុចណាដែលយើងបញ្ជាទិញឡើងវិញ ហើយស្តុកទំនិញទាំងនោះនៅកន្លែងណា ?

ហេតុនេះហើយក្រុមហ៊ុនត្រូវគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យបានល្អ ព្រោះវាជាការចាំបាច់សម្រាប់ការជោគជ័យនៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ពោលគឺការគ្រប់គ្រងសន្និធិ បានជួយជម្រុញការរក្សាទុកឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់នូវផលិតផលស្តុកសម្រាប់អតិថិជន និងមានចំណាយសរុបអប្បបរមា។

តាមទ្រឹស្តីលោក Ross/Westerfield/Jordon បានឱ្យនិយមន័យថាការគ្រប់គ្រងសន្និធិដូចជាការទទួលដែរ។ សន្និធិគឺជាការវិនិយោគដ៏មានតម្លៃសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនទាំងឡាយ សម្រាប់ប្រភេទមួយនៃប្រតិបត្តិការផលិតកម្ម សន្និធិត្រូវបានគ្របដណ្តប់ ១៥% នៃទ្រព្យសម្បត្តិអ្នកលក់រាយ។ សន្និធិអាចតំណាងឱ្យ ១៤%នៃទ្រព្យសម្បត្តិទៅទៀត⁴។

២.១.៣ ទម្រង់ មុខងារ និងកម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង

សន្និធិត្រូវបានបែងចែកទៅតាមទម្រង់ និងមុខងារ និងធម្មជាតិនៃតម្រូវការ។

ក ការបែងចែកសន្និធិទៅតាមទម្រង់

ជាទូទៅប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនគេបែងចែកសន្និធិជាបីប្រភេទគឺ វត្ថុធាតុដើម ផលិតផលកំពុងដំណើរការ និងផលិតផលសម្រេច។

- វត្ថុធាតុដើម(Raw Material): គឺជាប្រភេទទំនិញដែលយើងផ្គត់ផ្គង់ខ្លួនឯង ឬក៏នាំចូលពីក្រុមហ៊ុនផ្សេងៗដើម្បីយកមកផលិតឱ្យក្លាយជាផលិតផលសម្រេច។
- ផលិតផលកំពុងដំណើរការ (Work In Process): គឺជាទំនិញដែលបិតនៅក្នុងដំណាក់កាលឱ្យក្លាយទៅជាផលិតផលសម្រេច។ ហើយផលិតផលទាំងនោះកំពុងបានសម្រេចមួយដំណាក់កាលម្តងៗតាមផ្នែកមួយៗ នៃដំណើរការផលិតកម្ម។
- ផលិតផលសម្រេច (Finished Goods): គឺជាសមិទ្ធផលចុងក្រោយនៃដំណើរការផលិតរបស់ផលិតផលសម្រេចនេះ គឺយើងយកមកប្រើប្រាស់ និងលក់ទៅឱ្យអតិថិជនផ្ទាល់តែម្តង។ ជួនកាលយើងផលិតរួចគឺស្តុកទុកក្នុងឃ្លាំងមួយរយៈ បន្ទាប់មកបញ្ជូនផលិតផលឱ្យអតិថិជនតែម្តង។ ម៉្យាងវិញទៀតផលិតផលដែលផលិតបានហើយ ត្រូវតែមានគុណភាពខ្ពស់ហើយជាប់បានយូរដើម្បីឱ្យអតិថិជនមានទំនុកចិត្ត លើផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនយើង។

ខ. ការបែងចែកសន្និធិទៅតាមមុខងារ

សន្និធិត្រូវបានបែងចែកដូចខាងក្រោម៖

- ការការពារ និងការខ្វះខាត : នៅពេលតម្រូវការរបស់អតិថិជនកើតមានហួសកំណត់នោះនាំឱ្យក្រុមហ៊ុនខ្វះទំនិញក្នុងការឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការអតិថិជន។ ចុងក្រោយធ្វើឱ្យបាត់បង់តម្រូវការពីអតិថិជនដែលធ្វើឱ្យអតិថិជនងាកទៅទិញផលិតផលដទៃទៀត ដែលជាហេតុធ្វើឱ្យបាត់បង់សម្ព័ន្ធភាពរវាងក្រុមហ៊ុន និងអតិថិជនកាន់តែឃ្លាតឆ្ងាយទៅៗ ដូចនេះក្រុមហ៊ុនត្រូវតែមានសន្និធិបម្រុងដើម្បីការពារហេតុការណ៍នេះដែលកើតឡើងជាយថាហេតុ។
- ការពារ ការកើនឡើង ឬថយចុះ : បញ្ហាសំខាន់មួយទៀតគឺយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការប្រមើរ

⁴ យោងតាមសារណាជំនាន់ទី១៩ នៅក្នុងជំពូកទី២ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ទំព័រទី១២

មើលនូវសភាពការណ៍នៅលើទីផ្សារនូវថ្លៃទំនិញដែលមានភាពប្រែប្រួលពិបាកប៉ាន់ស្មាន។ ដូចនេះក្រុមហ៊ុនត្រូវបញ្ជាទិញផលិតផលនូវបរិមាណច្រើនដើម្បីទប់ទល់ និងការកើនថ្លៃដែលអនុវត្តដោយអ្នកឯកទេសរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ពិសេសក្រុមហ៊ុនអាចទិញក្នុងបរិមាណច្រើនដើម្បីទទួលបានការបញ្ចុះតម្លៃពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់។

- បំពេញតម្រូវការដែលបានរំពឹងទុក : តម្រូវការអតិថិជន គឺមានការប្រែប្រួលផ្លាស់ប្តូរគ្មានព្រំដែនពិបាកនឹងស្មានបាន។ អតិថិជនតែងតែសង្ឃឹមទុកក្នុងចិត្តថា និងមានផលិតផលទំនើបៗទាន់សម័យសម្រាប់ប្រើប្រាស់ហើយប្រកបដោយតម្លៃសមរម្យ។ ដូច្នេះយើងធ្វើការកែរច្នៃ ឬការដាវផលិតផលដែលទំនើបៗទាន់សម័យ ស្របតាមស្តង់ដារអន្តរជាតិ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការក៏ដូចជាបំពេញចិត្តអតិថិជន។
- សន្និធិក៏ត្រូវបានគេបែងចែកផងដែរទៅតាមលក្ខណៈនៃតម្រូវការមានដូចជា តម្រូវការឯករាជ្យ និងមិនឯករាជ្យ។
- តម្រូវការឯករាជ្យ : គឺជាតម្រូវការផលិតផលសម្រេចដែលត្រូវគេលក់ ឬដឹកជញ្ជូនចេញជៀសវាងយកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងផលិតកម្មផ្សេងៗទៀត មានន័យថាតម្រូវការមានលក្ខណៈឯករាជ្យនៅពេលដែលវាគ្មានទំនាក់ទំនងទៅនឹងតម្រូវការផលិតផលផ្សេងៗ ដែលក្រុមហ៊ុនបានផលិត។ តម្រូវការឯករាជ្យសម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់អ្នកប្រើប្រាស់ខាងក្រៅក្រុមហ៊ុនដែលមានសភាពមិនពិបាកក្នុងការកំណត់ព្រោះយើងមិនដឹងថាមានតម្រូវការពិតប្រាកដ ប៉ុន្មានគឺតម្រូវការក្រុមហ៊ុនជាប់ខាតត្រូវតែធ្វើការព្យាករណ៍ដែលជាតួនាទីដ៏សំខាន់ក្នុងការធ្វើការសម្រេចចិត្តផ្នែកស្តុកទុកទំនិញ។
- តម្រូវការមិនឯករាជ្យ គឺជាតម្រូវការផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ ឬក៏សកម្មភាពផ្សេងៗ សម្រាប់យកមកផលិតជាផលិតផលសម្រេចមានន័យថាតម្រូវការ នៃផលិតផលមួយអាស្រ័យទៅតាមតម្រូវការផ្សេងៗទៀតដែលក្រុមហ៊ុនត្រូវការធ្វើការផលិត។ តម្រូវការមិនឯករាជ្យត្រូវបានគេប្រើដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ផ្នែកខាងក្នុងក្រុមហ៊ុនដែលអាចកាត់បន្ថយភាព មិនច្បាស់លាស់នូវតម្រូវការ។ ដូច្នេះចំពោះតម្រូវការមិនឯករាជ្យមិនតម្រូវឱ្យធ្វើការព្យាករណ៍នោះទេ គឺត្រូវគណនាតាមរយៈចំនួននៃផលិតផលសម្រេចដែលបានផលិត និងផ្នែកផ្សេងៗដែលបានប្រើក្នុងផលិតកម្ម។

ភាគច្រើនផលិតផលដែលមានលក្ខណៈមិនឯករាជ្យ ផលិតនូវផលិតផលដែលមានលក្ខណៈឯករាជ្យប៉ុន្តែករណីខ្លះផលិតផលមួយអាចមានលក្ខណៈឯករាជ្យ និងមិនឯករាជ្យផង គឺអាចប្រើប្រាស់ទាំងស្រុងក្នុងក្រុមហ៊ុន⁵។

២.២ វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្លឹម

២.២.១ និយមន័យ

ជាទូទៅនៅតាមបណ្តាអង្គភាពនីមួយៗតែងតែមាននូវគោលនយោបាយ ឬនីតិវិធីផ្សេងៗដើម្បីដាក់លំនាំ និងជាការត្រួតត្រាផ្លូវទៅដល់បុគ្គលិកក្នុងនាមជាមេដឹកនាំនៅក្នុងអង្គភាព។ អ្នកបង្កើត (BOD) និងអ្នកអនុវត្តគោលនយោបាយ (Management) បានដើរតួសំខាន់ណាស់ដើម្បីធ្វើឱ្យប្រាកដថាបុគ្គលិកទាំងអស់នៅក្នុងអង្គភាពយល់ពីមូលហេតុដែលបង្កើតឱ្យមាននូវ គោលនយោបាយ និងនីតិវិធី។

⁵ <https://samchamreun.files.wordpress.com/2010/07/rem-stock-management.pdf>

នីតិ (Law) គឺជាវិធានទាំងអស់ដែលគ្រប់គ្រងការរស់នៅក្នុងសង្គមហើយដែលត្រូវអនុវត្ត ផ្ដន្ទាទោស ដោយអំណាចសាធារណៈ^៦។

នីតិ (Law) គឺជាវិទ្យាសាស្ត្រច្បាប់ដែលសិក្សាលើចំណុចវិធានទាំងឡាយណាដែលមនុស្សជាអ្នកបង្កើត ឡើងដើម្បីគ្រប់គ្រងការរស់នៅ និងការគ្រប់គ្រងការទំនាក់ទំនងរបស់មនុស្សក្នុងសង្គមតាមការផ្ដន្ទាទោសជា សាធារណៈ^៧។

នីតិ (Law) ជាបណ្ដុំវិធានគតិយុត្តទាំងឡាយដែលមានគោលដៅធ្វើឱ្យសង្គមមនុស្សមាន សណ្ដាប់ធ្នាប់ និងអមមកជាមួយទណ្ឌកម្ម^៨។

នីតិ (Law) ជាគ្រឿងណែនាំផែនការជាទំនៀមទម្លាប់ប្រពៃណីឬជាបណ្ដុំនៃវិធានគតិយុត្តដែលមាន ចំណងសិទ្ធិ និងកាតព្វកិច្ច មានអានុភាពចាប់បង្ខំលក្ខណៈ ទូទៅមិនចំពោះនិងមានគោលដៅរៀបចំ សណ្ដាប់ធ្នាប់សាធារណៈ។

នីតិវិធី (Procedures) គឺជាបណ្ដុំនៃបទដ្ឋានរបស់អង្គភាពក្នុងគោលគំនិត ធ្វើយ៉ាងណាគ្រប់គ្រងឱ្យ អង្គភាពទាំងមូលមានរបៀបរៀបរយក្នុងការអនុវត្តកិច្ចការងារឱ្យមានសុវត្ថិភាព សេចក្ដីថ្លៃថ្នូរ និងការរីក ចម្រើនប្រកបដោយភាពគង់វង្សនៅក្នុងអង្គភាពមួយ។

នីតិវិធី (Procedures) គឺជាផែនការសកម្មភាពច្បាស់លាស់ ដែលតម្រូវឱ្យនិយោជក និងនិយោជិក អនុវត្តគោលនយោបាយនៅក្នុងអង្គភាពមួយ។

នីតិវិធី (Procedures) គឺជាផ្នែកសំខាន់មួយនៅក្នុងអង្គភាព។ ភាពរួមគ្នារវាងគោលនយោបាយនិង នីតិវិធីផ្តល់នូវផែនទីបង្ហាញផ្លូវសម្រាប់ប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃ។ ពួកគេធានានូវការអនុលោមទៅតាមច្បាប់ និង បទបញ្ជាផ្តល់ការណែនាំសម្រាប់ធ្វើការសម្រេចចិត្ត និងសម្របសម្រួលដំណើរការផ្ទៃក្នុងរបស់អង្គភាព។

២.២.២ ប្រវត្តិទូទៅនៃនីតិ

ប្រវត្តិនៃនីតិ បានស្ដែងចេញតាមរយៈភស្តុតាងជាច្រើនដែលបានបង្ហាញឱ្យឃើញថាច្បាប់បានកើត ឡើងតាំងពីយូរលង់ណាស់មកហើយ ពោលតាំងពីសម័យដើមមកម្ល៉េះ គឺតាំងពីសម័យកាលដែលមនុស្សចេះ រូបរមរស់ជាក្រុម ជាពួក ជាកុលសម្ព័ន្ធ ដោយត្រូវមានក្រុម មេពួកឬមេកន្រ្ទាញ(ស្ដេចក្រាញ់)។ មេក្រុម មេកន្រ្ទាញ តែងតែរឹតរកគំនិត និងវិធានការផ្សេងៗដើម្បីធ្វើការគ្រប់គ្រងកូនចៅរបស់ខ្លួន។ ការគ្រប់គ្រងនេះ ហើយដែលជាការចាប់ផ្ដើមកើតនូវច្បាប់មួយ ដែលមេក្រុម មេពួក ខ្លះគ្រប់គ្រងបែបផ្តាច់ការ និងខ្លះ គ្រប់គ្រងបែបមិនផ្តាច់ការ^{១០}។

ចាប់តាំងពីការចាប់ផ្ដើមប្រវត្តិសាស្ត្រ ដែលបានកត់ត្រាដំណើរការនៃការធ្វើឱ្យ មានស្តង់ដារនីយកម្ម

^៦ យោងតាមសៀវភៅ សេចក្ដីផ្ដើមនៃនីតិ មេរៀនទី១ អំពីនីតិ ទំព័រទី៤
^៧ យោងតាមសៀវភៅ សេចក្ដីផ្ដើមនៃនីតិ មេរៀនទី១ អំពីនីតិ ទំព័រទី៣
^៨ យោងតាមសៀវភៅ សេចក្ដីផ្ដើមនៃនីតិ មេរៀនទី១ អំពីនីតិ ទំព័រទី៣
^៩ www.khsearch.com
^{១០} យោងតាមសៀវភៅ សេចក្ដីផ្ដើមនៃនីតិ មេរៀនទី១ អំពីនីតិ ទំព័រទី២

បានកំណត់ដំណាក់កាលសម្រាប់កំណើនដ៏ធំធេងនៃការសហការផលិតភាព និងការច្នៃប្រឌិត។ បទដ្ឋានអនុញ្ញាតឱ្យយើងរកឃើញនូវចំណុចប្រសព្វ អាចកំណត់បាននូវខ្នាត និងក្រិតក្រមជាក់លាក់មួយក្នុងការវាស់វែងអំពីពេលវេលា និងចន្លោះរយៈពេលពីប្រតិទិនមួយទៅប្រតិទិនមួយទៀត។ ក្នុងនោះដែរស្តេចហង់រីទី១ របស់អង់គ្លេស បានបង្កើតបទដ្ឋានថ្មីមួយដោយប្រើខ្នាតប្រវែងដែលបស់គាត់ដើម្បីបង្កើតជាខ្នាតមួយ ដែលហៅថា “ EI ” នៅឆ្នាំ១១២០ គ.ស។ ខណៈពេលនោះដែលស្តង់ដារដំបូងជាផ្នែកមួយសម្រាប់បង្កើនកិត្យានុភាព និងអំណាចរបស់មេដឹកនាំ និងនិយ័តករដែលពួកគេក្លាយទៅជាប្រភពនៃការពង្រឹងអំណាចផ្ទាល់ខ្លួន។ បន្ទាប់ពីបដិវត្តន៍បារាំង ប្រព័ន្ធឬស្តង់ដារថ្មីមួយត្រូវបានបង្កើតឡើងសម្រាប់វាស់វែង និងលើកកម្ពស់ជាវិធីសាស្ត្រមួយដើម្បីលុបបំបាត់នូវច្បាប់គ្រប់គ្រងតាមមូលដ្ឋានដែលបំពានទៅលើច្បាប់។ ដែលស្តង់ដារនោះមានឈ្មោះថា ស្តង់ដារអាគុយម៉ង់ដែលជាស្តង់ដារមួយដើម្បីធ្វើការគណនា និងការវាស់វែង ថាតើប្រជាពលរដ្ឋពិតជាអាចមានសេរីភាពឯករាជ្យ និងពឹងផ្អែកលើខ្លួនឯងបានយ៉ាងពិតប្រាកដ។ រហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះមានស្តង់ដារជាច្រើនត្រូវបានបង្កើតឡើង ដើម្បីឱ្យមនុស្សនៅលើសកលលោកអនុវត្តក្នុងគោលបំណងទទួលបានភាពងាយស្រួលក្នុងការទំនាក់ទំនង និងការធ្វើពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិជាដើម¹¹។

២.២.៣ ទ្រឹស្តីទូទៅនៃនីតិ

ក្រុមហ៊ុនធំៗបានប្រើប្រាស់ទ្រឹស្តីគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ឌជាច្រើន និងរូបមន្តគណិតវិទ្យាដើម្បីជួយពួកគេបង្កើននូវប្រសិទ្ធភាពការផលិតនិងការរក្សាទុកផលិតផលរាប់ពាន់ប្រភេទ និងដើម្បីជួយពួកគេកាត់បន្ថយការចំណាយ។ ម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចក៏អាចផ្លាស់ប្តូរគំនិតមកប្រើនូវវិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងត្រួតពិនិត្យទៅលើសារពើភ័ណ្ឌគ្រប់គ្រងរាល់ការផលិត និងការរក្សាទុករបស់ពួកគេដោយផ្អែកទៅលើតម្រូវការ ការតម្កល់ និងតម្រូវការសេវាកម្មអតិថិជន។

ទ្រឹស្តីនៃការគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ឌ Just in time លើកកម្ពស់ការផលិតនូវផលិតផលក្នុងពេលចាំបាច់ដើម្បីការបញ្ជាទិញ ជាជាងការធ្វើបញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌជាមុននិងរក្សាទុកវា ព្រោះវាគឺជាលក្ខខណ្ឌមួយដែលជួយរក្សានូវគុណភាពរបស់ផលិតផលឱ្យកាន់តែមានភាពប្រសើរឡើង។ ទ្រឹស្តីនេះបានជួយក្នុងការចំណាយលើទំនិញដែលលើស និងចំណាយទៅលើការប្រាក់នៃឥទ្ធានដែលត្រូវការដើម្បីបង្កើតបញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌ។ វាអាចមានភាពប្រថុយប្រថាន ប្រសិនបើផ្នែកមួយនៃសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់របស់អ្នកអសមត្ថភាពក្នុងការទទួលបានសម្ភារៈឬកម្លាំងពលកម្មត្រូវបានរំខាន។ ហើយវាក៏អាចធ្វើឱ្យថ្លៃផលិតកម្ម និងថ្លៃការដឹកជញ្ជូនកើនឡើងខ្ពស់ប្រសិនបើអ្នករងចាំដល់នាទីចុងក្រោយនៃការបញ្ជាទិញនោះ។¹²

២.៣ វិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រង

២.៣.១ និយមន័យក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

វិធីសាស្ត្រ (Method) គឺជាទិចនិចសម្រាប់ប្រតិបត្តិការគ្រប់គ្រងការងារដែលមានតែតិចនិចនិងគ្មានគុណធម៌ក៏មិនអាចធ្វើឱ្យវប្បធម៌នៃក្រុមហ៊ុនរឹងប៉ឹងបានដែរ។

¹¹ យោងតាមសារណាជំនាន់ទី១៩ នៅក្នុងជំពូកទី២ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ទំព័រទី១១

¹² យោងតាមសារណាជំនាន់ទី១៩ នៅក្នុងជំពូកទី២ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ទំព័រទី១២

វិធីសាស្ត្រ (Method) មានន័យថា ផ្លូវដែលត្រូវបានតាមដាននៅពេលអនុវត្តវិធីសាស្ត្រដែលជាវិទ្យាសាស្ត្រនៃវិធីសាស្ត្រ។ វាត្រូវបានប្រើក្នុងវិស័យវិទ្យាសាស្ត្រផ្សេងៗគ្នាប៉ុន្តែក៏ហៅមនុស្សដែលមានការប្រុងប្រយ័ត្នខ្ពស់ផងដែរធ្វើអ្វីៗដោយធ្វើតាមជំហាន។

ក) វិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងសន្និធិ

ដោយយោងទៅតាមស្តង់ដារគណនេយ្យកម្ពុជា សន្និធិ គឺជាទ្រព្យសម្រាប់ដែលទុកសម្រាប់លក់ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម ស្ថិតក្នុងដំណើរការផលិតផលទុកសម្រាប់លក់មានទម្រង់ជាវត្ថុធាតុដើម ឬទុកសម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម ឬផ្តល់សេវា។ សន្និធិ ត្រូវបានវាស់វែងតាមតម្លៃទាបជាង និងតម្លៃពិត។

ចំពោះការទទួលស្គាល់សន្និធិនៅពេលទិញចូល គេចាត់ទុកវាជាទ្រព្យសម្បត្តិ។ នៅពេលអង្គភាពលក់សន្និធិចេញ ថ្លៃដើមសន្និធិដែលបានលក់នោះ គេចាត់ទុកជាចំណាយ។ អង្គភាពត្រូវវាស់វែងថ្លៃលក់ ដោយយកថ្លៃដើមទំនិញ បូកជាមួយនឹងថ្លៃចំណាយលើការផលិត និងថែរក្សា។

ថ្លៃដើមសន្និធិ អង្គភាពត្រូវរាប់បញ្ចូលទាំងថ្លៃដើមសន្និធិទំនិញ ថ្លៃដើមបំប្លែងនឹងថ្លៃដើមដទៃទៀតដែលមានកើតឡើងក្នុងនាំយកសន្និធិទៅកាន់ទីតាំង និងការទុកដាក់វា។ នៅក្នុងអង្គភាពត្រូវបានរាប់បញ្ចូលថ្លៃទំនិញ ពន្ធនាំចូល និងពន្ធផ្សេងៗ ព្រមទាំងការដឹកជញ្ជូន និងការលើកដាក់ ជាថ្លៃដើមទំនិញ។ ថ្លៃដើមបំប្លែងរបស់សន្និធិ រួមមានថ្លៃដើមដែលពាក់ព័ន្ធដោយផ្ទាល់ជាមួយនឹងឯកតាផលិតកម្ម ដូចជាពលកម្មផ្ទាល់។ សន្និធិនោះគិតបញ្ចូលផងដែរនូវវិភោជន៍ប្រភេទនៃការចំណាយផលិតកម្មថេរ និងអថេរដែលបានកើតឡើងក្នុងបំប្លែងសម្ភារៈវត្ថុធាតុដើមដើម្បីឱ្យក្លាយទៅជាផលិតផលសម្រេច។

តម្លៃនៃទំនិញដែលបានលក់ (COGS) គឺជាង្វាស់ដ៏សំខាន់មួយនៅលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុព្រោះវាត្រូវបានដកចេញពីប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីកំណត់ប្រាក់ចំណេញសរុបរបស់ខ្លួន។ ប្រាក់ចំណេញដុលគឺជាង្វាស់រកប្រាក់ចំណេញដែលវាយតម្លៃថាតើក្រុមហ៊ុនមានប្រសិទ្ធភាពប៉ុណ្ណាក្នុងការគ្រប់គ្រងកម្លាំងពលកម្ម និងការផ្គត់ផ្គង់នៅក្នុងដំណើរការផលិតកម្ម។

ដោយសារតែ COGS គឺជាថ្លៃដើមនៃការធ្វើអាជីវកម្ម វាត្រូវបានកត់ត្រាជាការចំណាយអាជីវកម្មលើរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល។ ការដឹងពីតម្លៃនៃទំនិញដែលបានលក់ជួយអ្នកវិភាគ វិនិយោគិន និងអ្នកគ្រប់គ្រងប៉ាន់ប្រមាណពីចំណុចខាងក្រោមរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ប្រសិនបើ COGS កើនឡើងប្រាក់ចំណូលសុទ្ធនឹងថយចុះ។ ខណៈពេលដែលចលនានេះមានផលប្រយោជន៍សម្រាប់គោលបំណងពន្ធលើប្រាក់ចំណូលអាជីវកម្មនឹងមានប្រាក់ចំណេញតិចជាងសម្រាប់ម្ចាស់ភាគហ៊ុនរបស់ខ្លួន។ ដូច្នេះអាជីវកម្មព្យាយាមរក្សាតម្លៃនៃទំនិញដែលបានលក់ (COGS) របស់ពួកគេឱ្យទាបដើម្បីឱ្យប្រាក់ចំណេញសុទ្ធនឹងខ្ពស់ជាង។

តម្លៃនៃទំនិញដែលបានលក់ (COGS) គឺជាថ្លៃដើមនៃការទទួលបានឬផលិតផលដែលក្រុមហ៊ុនលក់ក្នុងអំឡុងពេលមួយ ដូច្នេះការចំណាយតែមួយគត់ដែលរួមបញ្ចូលក្នុងរង្វាស់គឺជាតម្លៃដែលទាក់ទងដោយផ្ទាល់ទីនឹងការផលិតផលិតផល រួមទាំងតម្លៃពលកម្មផងដែរ។ ម្យ៉ាងទៀត COGS រួមបញ្ចូលការចំណាយផ្ទាល់ក្នុងការផលិតទំនិញឬសេវាកម្មដែលត្រូវបានទិញដោយអតិថិជនក្នុងអំឡុងឆ្នាំ។

សារពើភ័ណ្ឌដែលត្រូវបានលក់បង្ហាញនៅក្នុងរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលក្រោមគណនី COGS។ សារពើភ័ណ្ឌចាប់ផ្តើមសម្រាប់ឆ្នាំគឺជាសារពើភ័ណ្ឌដែលនៅសល់ពីឆ្នាំមុនពេលគឺទំនិញដែលមិនត្រូវបានលក់ក្នុងឆ្នាំមុន។ ការផលិតឬការទិញបន្ថែមណាមួយដែលធ្វើឡើងដោយក្រុមហ៊ុនផលិតឬក្រុមហ៊ុនលក់វាយត្រូវ

បានបញ្ចូលទៅក្នុងសារព័ត៌មានដំបូង។ នៅចុងផ្ទាំងផលិតផលដែលមិនត្រូវបានលក់ត្រូវបានដកចេញពីផលិតផលបូកនៃសារព័ត៌មានដំបូង និងការទិញបន្ថែម។ លេខចុងក្រោយដែលបានកម្រិតការគណនាគឺជាតម្លៃនៃទំនិញដែលបានលក់សម្រាប់ឆ្នាំ។

តារាងតុល្យការមានគណនីមួយហៅថាគណនីទ្រព្យសកម្មបច្ចុប្បន្ន។ នៅក្រោមគណនីនេះគឺជាធាតុដែលហៅថាសារព័ត៌មាន។ តារាងតុល្យការចាប់យកតែសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយនៅចុងបញ្ចប់នៃរយៈពេលគណនេយ្យ។

នេះមានន័យថាតម្លៃសារព័ត៌មានដែលបានកត់ត្រានៅក្រោមទ្រព្យសកម្ម បច្ចុប្បន្នគឺជាសារព័ត៌មានបញ្ចប់។ ដោយសារសារព័ត៌មានដំបូងគឺជាសារព័ត៌មានដែលក្រុមហ៊ុនមាននៅក្នុងស្តុកនៅដើមអំឡុងពេលគណនេយ្យរបស់ខ្លួន វាមានន័យថាសារព័ត៌មានដំបូងក៏ជាសារព័ត៌មានបញ្ចប់របស់ក្រុមហ៊ុនផងដែរនៅចុងបញ្ចប់នៃរយៈពេលគណនេយ្យមុន។

ខ) តួនាទីនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

អ្នកគ្រប់គ្រងសន្និធិមានតួនាទីដូចជា៖

- គ្រប់គ្រងស្តុកទំនិញត្រូវស្គាល់រាល់ឈ្មោះមុខទំនិញ និងកូដ (Code) ដែលមាននៅក្នុងស្តុក
- ដឹងពីចំនួនទំនិញដែលមាននៅក្នុងស្តុក
- ត្រូវចេះកត់ត្រាច្បាស់លាស់ពេលមានទំនិញចេញ-ចូល
- ពិនិត្យមើលរាល់ថ្ងៃ (ការពារមានទំនិញណាមួយខូចខាត ឬបាត់បង់)
- ពោលគឺ ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យមានស្តុកទំនិញគ្រប់គ្រាន់ដែលអាចធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនអាចបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជនបានទាន់ពេលវេលា។

គ) សារៈសំខាន់នៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម

សន្និធិមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម ដែលអាចឱ្យក្រុមហ៊ុនបំពេញតម្រូវការដល់អតិថិជនបានទាន់ចិត្ត ដែលជាផ្នែកនៃយុទ្ធសាស្ត្រប្រកួតប្រជែងបណ្តាលឱ្យក្រុមហ៊ុនត្រូវចេះគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យបានល្អ។ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ គឺជាការធ្វើចំណាយសរុបនៃការថែរក្សាសន្និធិមានកម្រិតអប្បបរមា ពោលគឺធ្វើការសម្របសម្រួលរវាងចំណាយថែទាំ និងចំណាយបញ្ជាទិញបន្ថែម ការគ្រប់គ្រងសន្និធិសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើកត្តាមួយចំនួនដូចជា ៖

- តើកម្រិតសន្និធិប៉ុន្មានដែលយើងគួររក្សាទុកក្នុងដៃ
- តើបរិមាណប៉ុន្មានដែលយើងត្រូវផលិត ឬបញ្ជាទិញមួយលើកៗ
- តើចំណុចណាដែលយើងគួរបញ្ជាទិញឡើងវិញ ហើយស្តុកទំនិញទាំងនោះនៅកន្លែងណា
- តើគួរចំណាយថែទាំប៉ុន្មានដើម្បីឱ្យចំណាយអប្បបរមា និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

មូលហេតុនេះហើយ ទើបក្រុមហ៊ុនត្រូវការគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យបានល្អ ព្រោះវាជាភាពចាំបាច់សម្រាប់ជោគជ័យនៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ពោលគឺការគ្រប់គ្រងសន្និធិគឺជំរុញការរក្សាឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់នូវផលិតផលស្តុកសម្រាប់អតិថិជន និងមានចំណាយសរុបអប្បបរមា¹³។

¹³ យោងតាមសារណាជំនាន់ទី១៩ នៅក្នុងជំពូកទី២ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

២.៣.២ ប្រវត្តិនៃវិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រង

តួនាទីនៃការគ្រប់គ្រងផលិតផលត្រូវបានបង្កើតដំបូងក្នុងគោលបំណងគ្រប់គ្រងស្លាកយីហោ។ វាត្រូវបានកំណត់ដំបូងដោយអ្នកផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅក្នុងកំឡុងពេលមានវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច។ នៅក្នុងឆ្នាំ ១៩៣១ លោក Neil McElroy បានសរសេរអនុស្សាវរណៈដល់លោក Proctor & Gamble។ នាយកប្រតិបត្តិការនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មវ័យក្មេងបានស្នើចេញនូវគំនិត “Brand Man” ដែលជាតួនាទីមួយមានទំនួលខុសត្រូវជាក់លាក់ក្នុងការគ្រប់គ្រងម៉ាកផលិតផលពេញលេញ និងទំនួលខុសត្រូវចំពោះភាពជោគជ័យរបស់ខ្លួន។ គំនិតនៃភាពជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិគឺជាស្នូលនៃការគ្រប់គ្រងផលិតផលនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។ លោក McElroy បាននិយាយអំពីភាពជាម្ចាស់ផលិតផលនៅក្នុងបរិបទទីផ្សារមួយ។ គាត់ចង់ឱ្យម្ចាស់ម៉ាកយីហោនៃផលិតផលនីមួយៗ មានភាពទទួលខុសត្រូវយ៉ាងពេញលេញ ទៅលើផលិតផលរបស់ខ្លួន។ ជាងពាក់កណ្តាលសតវត្សចុងក្រោយ ក្រុមហ៊ុនជាច្រើនបានប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងម៉ាក។ ការអនុវត្តនេះត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាការគ្រប់គ្រងផលិតផលប្រើប្រាស់ និងគោលការណ៍ជាច្រើនដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ទីផ្សារដែលវាបានកើនឡើងអំឡុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៨០។ ចំណេះដឹងផ្នែកគ្រប់គ្រងម៉ាក ត្រូវបានគេចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំងដែលអ្នកគ្រប់គ្រងម៉ាកជាច្រើនត្រូវបានជ្រើសរើសដោយក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា សម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍ចំណេះដឹង និងភាពជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិ នៃផលិតផលរបស់ពួកគេផងដែរ¹⁴។

២.៣.៣ ទ្រឹស្តីនៃវិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រង

ក្រុមហ៊ុនធំៗបានប្រើប្រាស់ទ្រឹស្តីគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ឌជាច្រើន និងរូបមន្តគណិតវិទ្យាដើម្បីជួយពួកគេបង្កើននូវប្រសិទ្ធភាពការផលិតនិងការរក្សាទុកផលិតផលរាប់ពាន់ប្រភេទ និងដើម្បីជួយពួកគេកាត់បន្ថយការចំណាយ។ ម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូចក៏អាចផ្លាស់ប្តូរគំនិតមកប្រើនូវវិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងត្រួតពិនិត្យទៅលើសារពើភ័ណ្ឌគ្រប់គ្រងរាល់ការផលិត និងការរក្សាទុករបស់ពួកគេដោយផ្អែកទៅលើតម្រូវការ ការតម្កល់ និងតម្រូវការសេវាកម្មអតិថិជន។

ទ្រឹស្តីនៃការគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ឌ Just in time លើកកម្ពស់ការផលិតនូវផលិតផលក្នុងពេលចាំបាច់ដើម្បីការបញ្ជាទិញ ជាជាងការធ្វើបញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌជាមុននិងរក្សាទុកវា ព្រោះវាគឺជាលក្ខខណ្ឌមួយដែលជួយរក្សានូវគុណភាពរបស់ផលិតផលឱ្យកាន់តែមានភាពប្រសើរឡើង។ ទ្រឹស្តីនេះបានជួយក្នុងការចំណាយលើទំនិញដែលលើស និងចំណាយទៅលើការប្រាក់នៃឥទ្ធានដែលត្រូវការដើម្បីបង្កើតបញ្ជីសារពើភ័ណ្ឌ។ វាអាចមានភាពប្រចុយប្រថាន ប្រសិនបើផ្នែកមួយនៃសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់របស់អ្នកអសមត្ថភាពក្នុងការទទួលបានសម្ភារៈឬកម្លាំងពលកម្មត្រូវបានរំខាន។ ហើយវាក៏អាចធ្វើឱ្យថ្លៃផលិតកម្ម និងថ្លៃការដឹកជញ្ជូនកើនឡើងខ្ពស់ប្រសិនបើអ្នករងចាំដល់នាទីចុងក្រោយនៃការបញ្ជាទិញនោះ។¹⁵

២.៤ បញ្ហាប្រឈមក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

២.៤.១ និយមន័យក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

បញ្ហាប្រឈម គឺជាបញ្ហាដែលបានកើតឡើង ហើយត្រូវការជំនួយនិងការប្តេជ្ញាចិត្តដើម្បីដោះស្រាយឬកាលៈទេសៈអ្វីមួយ ដែលអ្នកមិនដែលបានជួបឬធ្វើពីមុនមក ដែលចាំបាច់ត្រូវតែដោះស្រាយ។

¹⁴ យោងតាមសារណាជំនាន់ទី១៩ នៅក្នុងជំពូកទី២ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ទំព័រទី១២

¹⁵ យោងតាមសារណាជំនាន់ទី១៩ នៅក្នុងជំពូកទី២ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ទំព័រទី១២

ដោយក្រុមហ៊ុន ឬអង្គភាពនានាពេលមានសន្និធិច្រើន ហើយការងារក្នុងការគ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធមានការ
លំបាកច្រើន ដូចជាតម្រូវឲ្យបុគ្គលិកគ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធសន្និធិត្រូវបែងចែកជាច្រើននាក់ ដើម្បីគ្រប់គ្រងតាមផ្នែក
ថ្មីត្បិតតែការគ្រប់គ្រងពីមុនមានលក្ខណៈល្អ និងការងារផ្សេងៗត្រូវបានដំណើរការក៏ដោយ។ ក្រុមហ៊ុនគួរតែ
ប្រើប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិបច្ចេកវិទ្យា ព្រោះវាអាចធានាបាននូវសុវត្ថិភាពក្នុងការរក្សាទិន្នន័យ មានការងាយ
ស្រួលក្នុងការត្រួតពិនិត្យរហ័ស ចំណេញពេលវេលា ចំណេញថវិការ។ អង្គភាព ឬក្រុមហ៊ុនត្រូវមានអ្នកស្ទាត់
ជំនាញប្រើប្រាស់កុំព្យូទ័រដែលមានបច្ចេកវិទ្យាល្អិតល្អន់ ច្បាស់លាស់សម្រាប់ត្រួតពិនិត្យទិន្នន័យនិងសន្និធិ
និងភ្ជាប់ទៅដោយអ៊ីនធឺណេត ដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការគ្រប់គ្រង។

តួនាទីនៃការគ្រប់គ្រងផលិតផលត្រូវបានបង្កើតដំបូងក្នុងគោលបំណងគ្រប់គ្រងស្លាកយីហោ។ វាត្រូវបានកំណត់ដំបូងដោយអ្នកផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅញូវយ៉កក្នុងកំឡុងពេលមានវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច។ នៅក្នុងឆ្នាំ ១៩៣១ លោក Neil McElroy បានសរសេរអនុស្សាវរណៈដល់លោក Proctor & Gamble¹ នាយកប្រតិបត្តិការនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មវ័យក្មេងបានស្នើរចេញនូវគំនិត “Brand Man” ដែលជាតួនាទីមួយមានទំនួលខុសត្រូវជាក់លាក់ក្នុងការគ្រប់គ្រងម៉ាកផលិតផលពេញលេញ និងទំនួលខុសត្រូវចំពោះភាពជោគជ័យរបស់ខ្លួន។ គំនិតនៃភាពជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិគឺជាស្នូលនៃការគ្រប់គ្រងផលិតផលនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។ លោក McElroy បាននិយាយអំពីភាពជាម្ចាស់ផលិតផលនៅក្នុងបរិបទទីផ្សារមួយ។ គាត់ចង់ឱ្យម្ចាស់ម៉ាកយីហោនៃផលិតផលនីមួយៗ មានភាពទទួលខុសត្រូវយ៉ាងពេញលេញ ទៅលើផលិតផលរបស់ខ្លួន។ ជាងពាក់កណ្តាលសតវត្សចុងក្រោយ ក្រុមហ៊ុនជាច្រើនបានប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងម៉ាក។ ការអនុវត្តនេះត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាការគ្រប់គ្រងផលិតផលប្រើប្រាស់ និងគោលការណ៍ជាច្រើនដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ទីផ្សារដែលវាបានកើនឡើងអំឡុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៨០។ ចំណេះដឹងផ្នែកគ្រប់គ្រងម៉ាក ត្រូវបានគេចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំងដែលអ្នកគ្រប់គ្រងម៉ាកជាច្រើនត្រូវបានជ្រើសរើសដោយក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា សម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍ចំណេះដឹង និងភាពជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិ នៃផលិតផលរបស់ពួកគេផងដែរ¹⁶។

របស់ទីភ្នាក់ងារការគ្រប់គ្រងសន្តិវិធីរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនធឺស៊ី ខេមបូឌីយ៉ា ឧបត្ថម្ភកម្ម អិនធឺស៊ី

ជំពូកទី៣
លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

ជំពូកទី៣

ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្តិសុខសាធារណប្រសិទ្ធភាព

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី

៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី

វីតាល់គឺជាផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី (NVC Corporation Co., Ltd) ដែលជាក្រុមហ៊ុនក្នុងស្រុកឈានមុខមួយ ក្នុងវិស័យផលិត និងចែកចាយ ចំណីអាហារ និងភេសជ្ជៈ ដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ក្រុមហ៊ុនយើង បានចាប់ផ្តើមដំណើរការជាផ្លូវការ នៅថ្ងៃទី០៧ ខែមករា ឆ្នាំ២០១០។ ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី មានមោទនភាពនឹងសមិទ្ធផលថ្មី គឺក្រុមហ៊ុនបានកសាងអគាររោងចក្រថ្មី បំពាក់ទៅដោយសង្វាក់ផលិតកម្មទំនើប ដែលប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាចុងក្រោយគេបង្អស់នៅលើផ្ទៃដីទំហំជាង ១០ពាន់ម៉ែត្រការ៉េ ជាមួយនឹងសមត្ថភាពផលិតខ្ពស់ជាងមុន៣ដង។ ទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់ ត្រូវបានផលិតតាមបទដ្ឋានបច្ចេកទេសអន្តរជាតិ ហើយទទួលបានវិញ្ញាបនបត្រ ISO 9001 និង ISO 14001។

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

យើងមិនត្រឹមតែផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលដែលមានគុណភាពខ្ពស់បំផុតប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងរួមចំណែកដល់សុខុមាលភាពសង្គមរបស់សង្គមកម្ពុជាផងដែរ។ ប៉ុន្មានឆ្នាំមកនេះ តាមរយៈមូលនិធិ ២៥ រៀលរបស់យើង យើងបានផ្តួចផ្តើម និងឧបត្ថម្ភគម្រោងជាច្រើនក្នុងទិដ្ឋភាពផ្សេងៗ រួមទាំងការអប់រំ បរិស្ថាន វប្បធម៌ ប្រពៃណី សុខភាព និងកីឡា។ សកម្មភាពទាំងនេះបានបំផុសគំនិតសហគមន៍ និងសាធារណជនឱ្យចូលរួម និងរួមចំណែកក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សហគមន៍នៃប្រទេសកម្ពុជា។

ជាក់ស្តែង នៅក្នុងរយៈពេលត្រឹមតែ២ឆ្នាំប៉ុណ្ណោះនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី បានកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ខ្លួនពីក្រុមហ៊ុនមួយដែលធ្លាប់តែមានបុគ្គលិក៣០នាក់ ទៅជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលមានសភាពទ្រុឌទ្រាយធំហើយនៅពេលបច្ចុប្បន្ននេះ មានបុគ្គលិកប្រមាណប្រហែលរហូតទៅដល់រាប់ពាន់នាក់។ ជាងនេះទៅទៀត សមត្ថភាពផលិតផលរបស់យើងបានកើតឡើងពី ៦០ពាន់លីត្រក្នុងមួយថ្ងៃ ទៅដល់១៨០ពាន់លីត្រក្នុងមួយថ្ងៃ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការនៅក្នុងការចែកចាយដែលគ្របដណ្តប់ទូទាំង២៥ខេត្តក្រុង។ លើសពីនេះទៅទៀតក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី គឺមានទឹកពិសារបរិសុទ្ធក្នុងស្រុកដំបូងគេបង្អស់ដែលត្រូវបាននាំចេញទៅក្រៅស្រុក និងត្រូវបានជ្រើសរើសដោយកងទ័ពមូលដ្ឋានសមុទ្ររបស់សហរដ្ឋអាមេរិក នៅក្នុងបេសកកម្មមនុស្សធម៌កាលពីខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១១។ សក្ខីភាពនេះ គឺជាមោទនភាពផលិតផលជាតិ។

១. ការទទួលស្គាល់: មានការទទួលស្គាល់ពីក្រសួងចំនួនបីដែលមានដូចខាងក្រោម៖



វិទ្យាស្ថានស្តង់ដារកម្ពុជា



ក្រសួងសុខាភិបាល



ក្រសួងទេសចរណ៍

២. អាជ្ញាបណ្ណ: ក្រុមហ៊ុនទទួលបានអាជ្ញាបណ្ណចំនួន២មានដូចតទៅ៖



ក្រសួងឧស្សាហកម្ម និងសិប្បកម្ម



វិទ្យាស្ថានស្តង់ដារកម្ពុជា

៣. ការគ្រាំគ្រង

ក្នុងឆ្នាំ២០១១ ទឹកសុទ្ធ Vital premium ត្រូវបាននាំចេញដើម្បីសង្គ្រោះជនរងគ្រោះក្រោមគ្រោះមហន្តរាយរលកយក្សស៊ីណាម៉ិក្នុងប្រទេសជប៉ុន។

ក្នុងឆ្នាំ២០១២ ទឹកសុទ្ធ Vital premium ត្រូវបានឆ្លងកាត់ការពិសោធន៍គុណភាពដោយ US Marin Unit និងមានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីប្រើប្រាស់។

ក្នុងឆ្នាំ២០១៣ ទឹកសុទ្ធ Vital premium ត្រូវបាននាំយកមកតាំងពិពណ៌សុខភាព ដែលទទួលស្គាល់ដោយស្ថានទូតសហរដ្ឋអាមេរិកនៅភ្នំពេញ។

ក្នុងឆ្នាំ២០២៣ ទឹកសុទ្ធ Vital premium ត្រូវបានយកទៅបម្រើនៅក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ Sea Game ដែលកម្ពុជាយើងធ្វើជាម្ចាស់ផ្ទះ។

៣.១.២ ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន អិលវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី

ទីស្នាក់ការរបស់រោងចក្រ អិលវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី (NVC Corporation Co., Ltd) មានទីតាំងនៅ ផ្លូវលេខ៥៩៨ សង្កាត់ទួលសង្កែ ខណ្ឌឫស្សីកែវ រាជធានីភ្នំពេញ។

លេខទូរស័ព្ទ: ០២៣ ៨៦៤ ២២២/៨៦៤ ៣៣៣

ទូរសារ: ០២៣ ៨៦៤ ៩៩៩

គេហទំព័រ: www.vitalpremiumwater.com

Email: info@vitalpremiumwater.com

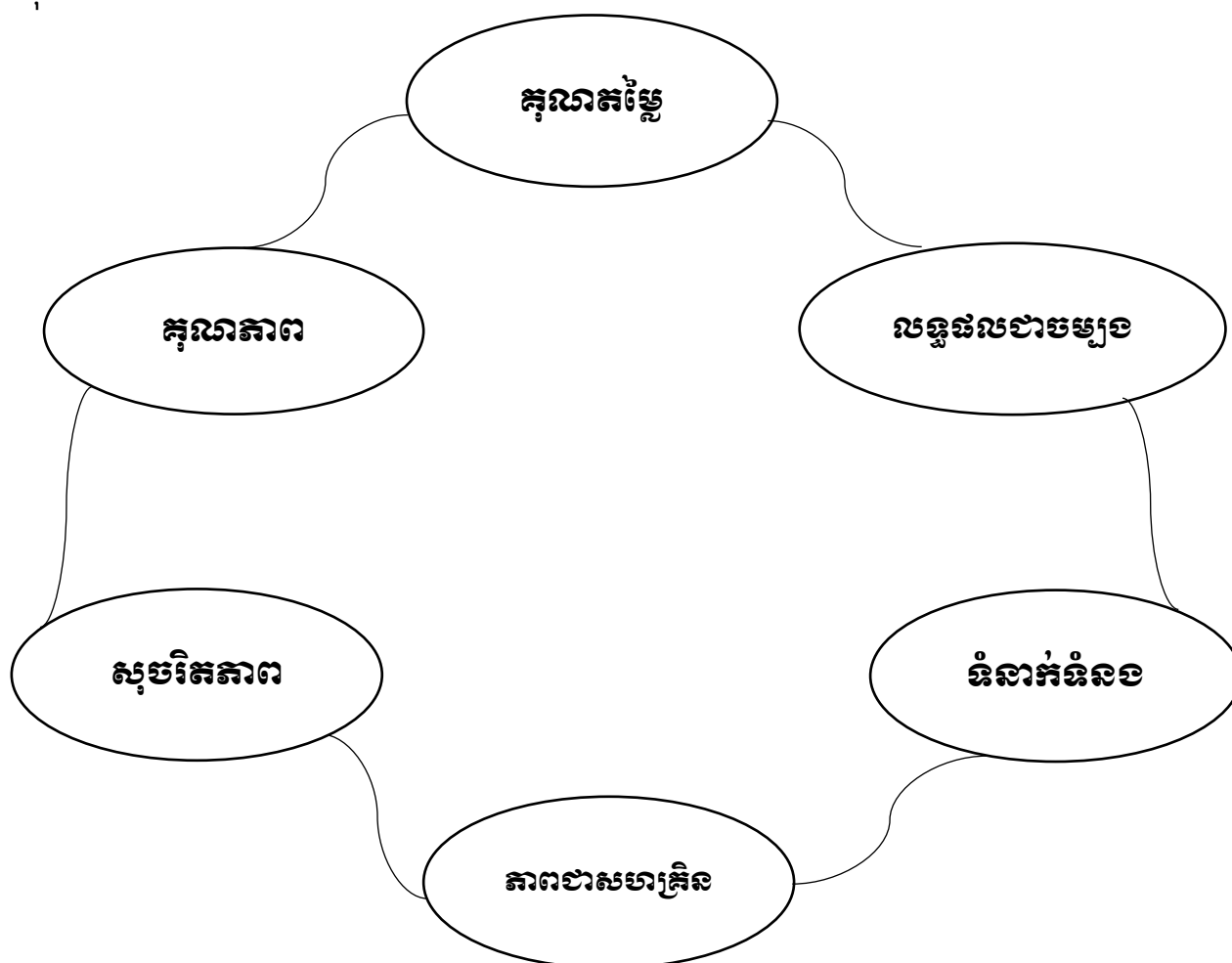
ក.ទស្សនវិស័យ

ក្លាយទៅជាក្រុមហ៊ុនជាតិដែលត្រូវបានការកោតសរសើរជាងគេក្នុងវិស័យផលិតទឹកពិសារ។

ខ.បេសកកម្ម

ផ្តល់ជូននូវទឹកពិសារដែលមានគុណភាពខ្ពស់ សម្រាប់ជីវិតមនុស្ស និងសង្គមមនុស្ស។

លើសពីនេះទៅទៀតក្រុមហ៊ុនក៏ផ្តោតទៅលើគុណតម្លៃទាំង៥ដែលជាគោលការណ៍សំខាន់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនផងដែរនោះគឺ៖



គុណភាព យើងប្រឹងប្រែងបំពេញចិត្តអតិថិជននិងភាគីពាក់ព័ន្ធ ដោយស្វែងយល់ពីតម្រូវការរបស់ពួកគេ និងផ្តល់លទ្ធផលលើសពីការរំពឹងទុក។

លទ្ធផលជាចំបង យើងស្វែងរកដើម្បីបង្កើតដំណោះស្រាយ និងជម្នះឧបសគ្គដើម្បីសម្រេចលទ្ធផល។

សុចរិតភាព ធ្វើការដោយភាពស្មោះត្រង់ តម្លាភាព និងសច្ចភាព ដោយតម្កល់ផលប្រយោជន៍រួម។

ទំនាក់ទំនង យើងយល់ពីសារៈសំខាន់នៃទំនាក់ទំនង ជំរុញឱ្យមានការសន្ទនា និងចែករំលែកទស្សនៈរបស់ខ្លួន។

ភាពជាសហគ្រិន យើងម្ចាស់ការ និងទទួលខុសត្រូវចំពោះអ្វីដែលយើងធ្វើ ដើម្បីផលចំណេញ និងផលប្រយោជន៍របស់ ក្រុមហ៊ុន បុគ្គលិក និងសង្គម។

តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុន៖

ការទទួលខុសត្រូវរបស់នាយកក្រុមហ៊ុន៖

- នាយកមានសិទ្ធិសម្រេចគ្រប់បែបយ៉ាងលើដំណើរការរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ចែកចាយ និងផ្តល់បទពិសោធន៍ដល់និយោជិតគ្រប់ផ្នែក
- ជាអ្នកស្វែងរក និងពិភាក្សាជាមួយអ្នកបញ្ជាទិញទំនិញ
- ទទួលបានការណ៍ពីការគ្រប់គ្រងផ្នែកផលិត និងគ្រប់ផ្នែកទាំងអស់ និង ត្រួតពិនិត្យរបាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ ។

តួនាទី នាយកប្រតិបត្តិ ៖

- ជាអ្នកតំណាងឱ្យនាយកដំណើរការដែលនាយកជំរើសនៅ ឬទៅក្រៅប្រទេស
- ជាអ្នកពិគ្រោះពិភាក្សាជាមួយនឹងអ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកផលិត
- ជាអ្នកផ្ដួចផ្ដើមក្នុងការធ្វើផែនការ និងដឹកនាំការងារប្រចាំថ្ងៃ

៣.១.៣ លក្ខន្តិកៈនៃវត្ថុនៃការបង្កើតក្រុមហ៊ុន

ក.គោលដៅ

លក្ខន្តិកៈក្រុមហ៊ុន

ប្រការ ១ ៖ នាមករណ៍ក្រុមហ៊ុន ៖

ប្រការ ២ ៖ ទម្រង់ក្រុមហ៊ុន ៖

ប្រការ ៣ ៖ កម្មវត្ថុអាជីវកម្ម ៖

ISIC Code: សូមជ្រើសរើស កូដ ដែលបញ្ជាក់ពីសកម្មភាពចំបងរបស់ក្រុមហ៊ុន ប្រសិនបើម្ចាស់ហ៊ុនដាក់ការរឹតត្បិតណាមួយ ទៅលើសកម្មភាពអាជីវកម្ម សូមបញ្ជាក់ខាងក្រោម ៖

ប្រការ ៤ ៖ អាស័យដ្ឋានទីស្នាក់ការក្រុមហ៊ុននៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ៖ អាស័យដ្ឋានទំនាក់ទំនង របស់ក្រុមហ៊ុន បើមានផ្សេង

ប្រការ ៥ ៖ ឈ្មោះភ្នាក់ងារចុះបញ្ជីរបស់ក្រុមហ៊ុន

ប្រការ ៦ ៖ ថិរវេលានៃសកម្មភាពក្រុមហ៊ុនគឺ មានរយៈពេល

ប្រការ ៧ ៖ ដើមទុនរបស់ក្រុមហ៊ុនគឺរៀល។ ដើមទុននេះត្រូវបានបែងចែកជាភាគហ៊ុន។ ដែលភាគហ៊ុននីមួយៗ មានតម្លៃបារីករៀល។

ប្រការ ៨ ៖ ក្នុងករណីប្រភេទភាគហ៊ុនបន្ថែមត្រូវបានអនុញ្ញាតបោះចេញ មានប្រភេទ ចំនួន និងតម្លៃចារឹក។ សូមបញ្ជាក់ពី សិទ្ធិ ឯកសិទ្ធិ ការរឹតត្បិត និងលក្ខខណ្ឌទាំងឡាយដែលភ្ជាប់ទៅនឹងប្រភេទនៃភាគហ៊ុននីមួយៗ។ ប្រសិនបើមានភាគហ៊ុនតែមួយប្រភេទត្រូវបានបោះចេញ សូមបញ្ជាក់ថា មិនមាន។

ប្រការ ៩ ៖ ក្នុងករណីមានការរឹតត្បិតពិសេសណាមួយទៅលើការផ្ទេរភាគហ៊ុនដែលបានបញ្ជាក់ដោយម្ចាស់ហ៊ុនសូមចែងឱ្យបានច្បាស់។ ប្រសិនបើគ្មានការរឹតត្បិតទេ សូមបញ្ជាក់ថា គ្មាន។

ប្រការ ១០ ៖ ក្នុងករណីមានការរឹតត្បិតពិសេសណាមួយទៅលើការប្រកាស និងការបែងចែកភាគលាភ ដែលបានបញ្ជាក់ដោយម្ចាស់ហ៊ុន សូមចែងឱ្យបានច្បាស់។ ប្រសិនបើគ្មានការរឹតត្បិតទេ សូមបញ្ជាក់ថា គ្មាន។

ប្រការ ១១ ៖ យើងទាំងអស់គ្នាដែលមានឈ្មោះ អាជីព សញ្ជាតិ អាស័យដ្ឋាន និងអត្តសញ្ញាណប័ណ្ណ ឬលិខិតឆ្លងដែន ដូចដែលមាននៅក្នុងបញ្ជីខាងក្រោមបានសម្រេចចិត្តបង្កើតក្រុមហ៊ុន ដូចមានចែងក្នុងលក្ខន្តិកៈនេះ ហើយទាំងអស់គ្នាយល់ព្រមទទួលយកចំនួនភាគហ៊ុននៅក្នុងដើមទុនរបស់ក្រុមហ៊ុន ដូចបានបញ្ជាក់ ៖ ឈ្មោះរបស់ម្ចាស់ហ៊ុន អាជីព សញ្ជាតិ អត្តសញ្ញាណប័ណ្ណ ឬលិខិតឆ្លងដែននឹងកាលបរិច្ឆេទ។

ប្រការ ១២ ៖ បុគ្គលដែលមានឈ្មោះ និង អាស័យដ្ឋានដូចខាងក្រោមត្រូវបានតែងតាំងជាអភិបាលក្រុមហ៊ុន សម្រាប់អាណត្តិកំណត់ដូចខាងក្រោម ៖ ឈ្មោះអភិបាល អាណត្តិ អាស័យដ្ឋាន

ប្រការ ១៣ ៖ តាមរយៈការចុះហត្ថលេខាលើលក្ខខណ្ឌ ម្ចាស់ហ៊ុន និងអភិបាលទាំងអស់ ទទួលស្គាល់កាតព្វកិច្ចដើម្បីអនុវត្តតាម វិធានគ្រប់គ្រង ក្រុមហ៊ុន ដែលមានចែងក្នុងច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម។

ប្រការ ១៤ ៖ ហត្ថលេខារបស់ម្ចាស់ហ៊ុន
ហត្ថលេខាម្ចាស់ហ៊ុនកាលបរិច្ឆេទ និងការណែនាំ

ប្រការ ១៥ ៖ នាមករណ៍របស់ក្រុមហ៊ុនឯកជនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិតត្រូវបញ្ចូលពាក្យ ក្រុមហ៊ុន ឯកជនទទួលខុសត្រូវ មានកម្រិត “Private Limited Company”។ នាមករណ៍របស់ក្រុមហ៊ុនមហាជនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិតត្រូវដាក់នូវពាក្យថា “ក្រុមហ៊ុនមហាជនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត”។ នាមករណ៍ក្រុមហ៊ុនត្រូវសរសេរ ជាភាសាខ្មែរ ហើយការបកប្រែនាមករណ៍ពីភាសាអង់គ្លេសទៅជាភាសាខ្មែរ។

ប្រការ ១៦ ៖ ក្រុមហ៊ុនឯកជនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត គឺជាទ្រង់ទ្រាយមួយនៃក្រុមហ៊ុនមូលធន ហើយត្រូវមានលក្ខណៈ សម្គាល់ដូចតទៅ ៖

ក-ក្រុមហ៊ុនអាចមានសមាជិកភាគហ៊ុនពី ២០នាក់រហូតដល់ ៣០នាក់។ ប៉ុន្តែបុគ្គលម្នាក់ក៏អាចបង្កើតក្រុមហ៊ុនបានដែរ ដែលមានឈ្មោះថា សហគ្រាសឯកបុគ្គលទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត។ សហគ្រាសឯកបុគ្គលទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត មានលក្ខខណ្ឌដូចគ្នាទៅនឹងលក្ខខណ្ឌទាំងឡាយរបស់ក្រុមហ៊ុនឯកជនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិតដែរ លើកលែង តែលក្ខខណ្ឌស្តីទំនាក់ទំនងរវាងសមាជិកភាគហ៊ុន។

ខ-ក្រុមហ៊ុននោះមិនអាចអនុញ្ញាតឱ្យលក់ភាគហ៊ុន ឬមូលបត្រដទៃទៀតជាសាធារណបានឡើយ។ ប៉ុន្តែអាចអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើអនុប្បទានទៅសមាជិកភាគហ៊ុន សមាជិកគ្រួសារ និងអ្នកគ្រប់គ្រង ក្នុងករណីធ្វើអនុប្បទានទៅ ឱ្យតិចតួចត្រូវ មានការយល់ព្រមពីសមាជិកភាគហ៊ុនដទៃទៀតតាមសំឡេងភាគច្រើន។

គ-ក្រុមហ៊ុននោះអាចមានការរឹតត្បិតមួយ ឬច្រើនបានទៅលើការផ្ទេរចំណែកនៃប្រភេទភាគហ៊ុន ទាំងអស់។

យ-ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានទទួលស្គាល់ថាជាក្រុមហ៊ុនឯកជនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត ចាប់ពីពេលដែលបានចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្មតាមទម្រង់បែបបទជាក់លាក់ ដែលកំណត់ដោយប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

ប្រការ៣ ៖ សូមមើលតារាងក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ និងជ្រើសរើសអ្វីដែលសមហេតុផលបំផុត។ ជ្រើសរើសកូដ ដែល បញ្ជាក់ពីសកម្មភាពចម្បងរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ប្រការ៤ ៖ ផ្តល់អាស័យដ្ឋានស្នាក់ការក្រុមហ៊ុនពិតប្រាកដ និងអាស័យដ្ឋាន ទំនាក់ទំនង។ លិខិតជូនដំណឹងអំពីការផ្លាស់ប្តូរ ទីតាំងរបស់ទីស្នាក់ការចុះបញ្ជី ត្រូវផ្ញើទៅមន្ត្រី ទទួលបន្ទុកគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុននៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្មក្នុងរយៈពេល ១៥(ដប់ប្រាំថ្ងៃ) នៃថ្ងៃធ្វើការបន្ទាប់ពីមានការផ្លាស់ប្តូរនោះ។

ប្រការ៥ ៖ ភ្នាក់ងារចុះបញ្ជីរបស់ក្រុមហ៊ុន ត្រូវតែជាបុគ្គលដែលមាន សមត្ថភាពតាមផ្លូវច្បាប់ដែលអនុញ្ញាតឱ្យទទួលនូវ លិខិតស្នាម ឬឯកសារផ្លូវការ រួមមាន ដីកា និងការកោះអញ្ជើញរបស់តុលាការក្នុងនាមក្រុមហ៊ុន។

ប្រការ៦ ៖ រយៈពេលនៃក្រុមហ៊ុនអាចកំណត់ដោយអ្នកស្ថាបនិក។ រយៈពេលនៃក្រុមហ៊ុនអាចមិនមានពេលកំណត់។

ប្រការ៧ ៖ លក្ខន្តិកៈក្រុមហ៊ុនត្រូវ ចែងពីចំនួនភាគហ៊ុនដែលត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យបោះចេញដោយក្រុមហ៊ុន និងតម្លៃបារីក នៃភាគហ៊ុននីមួយៗ។

ប្រការ៨ ៖ ក្នុងករណីក្រុមហ៊ុនបោះចេញភាគហ៊ុនលើសពីមួយប្រភេទ នោះត្រូវបញ្ជាក់ពី សិទ្ធិឯកសិទ្ធិ ការរឹតត្បិត និងលក្ខខណ្ឌទាំងឡាយដែលភ្ជាប់ទៅនឹងប្រភេទនៃភាគហ៊ុននីមួយៗ។

ប្រការ៩៖ ច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើអនុប្បទានទៅសមាជិកភាគហ៊ុនសមាជិកគ្រួសារ និងអ្នក គ្រប់គ្រងបានដោយសេរី។ ក្នុងករណីធ្វើអនុប្បទានទៅឱ្យតតិយជនត្រូវ មានការយល់ព្រមពីសមាជិកភាគហ៊ុន ដទៃទៀត តាមសំឡេងភាគច្រើន។ ច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មចែងថា ការរឹតត្បិតបន្ថែមទៀតលើការធ្វើអនុប្បទាន ត្រូវចែង ក្នុង លក្ខន្តិកៈ។

ប្រការ១០ ៖ អភិបាលអាចប្រកាសចេញនូវ ភាគលាភសល់ ឬ ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធរបស់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីចែកជូនម្ចាស់ហ៊ុន។ ការរឹតត្បិតអាចចែងនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌនីមួយៗ។ មាត្រា ១៥៧--១៥៩ នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មមានចែងពីវិធាន និងការរឹតត្បិតលើការបែងចែកទៅឱ្យម្ចាស់ហ៊ុនម្នាក់ៗ។

ប្រការ១១ ៖ ចែងពី ឈ្មោះ អាជីព សញ្ជាតិ អាស័យដ្ឋាន លេខ និង ថ្ងៃខែលិខិតឆ្លងដែនរបស់ម្ចាស់ហ៊ុនម្នាក់ៗ ព្រមទាំងចំនួនភាគហ៊ុនដែលបានបែងចែកទៅឱ្យម្ចាស់ហ៊ុនម្នាក់ៗ។

ប្រការ១២ ៖ មាត្រា១២១ នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មមានចែងថាអាណត្តិ អភិបាលម្នាក់ៗត្រូវមាន អាណត្តិ ០២ (ពីរឆ្នាំ) ហើយបានបញ្ជាក់ថាលក្ខន្តិកៈអាចចែងផ្សេងៗ។ មាត្រា ១១៦ ចែងថាអភិបាលដំបូងត្រូវកាន់តំណែង ចាប់ពីកាលបរិច្ឆេទនៃការបង្កើតក្រុមហ៊ុនរហូត ដល់មានមហាសន្និបាតម្ចាស់ហ៊ុនលើកទីមួយ។ មាត្រា ១២៤ ចែងថា អភិបាលអាចត្រូវដកហូតចេញពីមុខតំណែងបាន ដោយសំឡេងភាគច្រើនដាច់ខាតនៃម្ចាស់ហ៊ុនដែលមានសិទ្ធិបោះឆ្នោត ទោះជាមាន ឬ គ្មានមូលហេតុក៏ដោយ។ មាត្រា ១១៦-១៤២ នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មមានចែងពីតួនាទី ការទទួលខុសត្រូវនិងការជ្រើសរើសអភិបាល។ សិទ្ធិរបស់អភិបាលមានចែងក្នុងមាត្រា ១១៩ នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម។

លក្ខន្តិកៈក្រុមហ៊ុនចែងពីសិទ្ធិរបស់អភិបាលដែលមានជាអាទិ៍ ៖

- ១-តែងតាំង និងដកហូតអ្នកគ្រប់គ្រងទាំងអស់ និងកំណត់នូវសិទ្ធិច្បាស់លាស់សម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងទាំងនោះ។
- ២-កំណត់ប្រាក់បៀវត្ស និងប្រាក់បំណាច់ផ្សេងៗដល់អ្នកគ្រប់គ្រង។
- ៣-កម្រិតប្រាក់បៀវត្ស ឬប្រាក់បំណាច់ផ្សេងៗសម្រាប់អភិបាលទាំងឡាយ ហើយដាក់ជូនទៅម្ចាស់ហ៊ុនដើម្បីសុំសេចក្តីសម្រេច។
- ៤-ចេញប័ណ្ណកំណត់សន្យាសញ្ញាប័ណ្ណ និងលិខិតស្នាមដែលបញ្ជាក់ថាមានបំណុលនិងត្រឹមត្រូវផ្សេងៗនៃបំណុលរបស់ក្រុមហ៊ុននឹងកំណត់នូវលក្ខណៈដាច់ខាត និងលក្ខណៈធៀបរបស់លិខិតស្នាមទាំងឡាយនោះ។
- ៥-ស្នើសុំម្ចាស់ហ៊ុន ដើម្បីធ្វើការកែប្រែលក្ខន្តិកៈ ឬលុបចោលលក្ខន្តិកៈរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ៦-ស្នើសុំម្ចាស់ហ៊ុននូវកិច្ចសន្យាវិលមកវិញឬរួមបញ្ចូលគ្នារវាងក្រុមហ៊ុន និងបុគ្គលផ្សេងណាមួយ។
- ៧-ស្នើសុំម្ចាស់ហ៊ុន ដើម្បីលក់ទ្រព្យសម្បត្តិក្រុមហ៊ុនទាំងអស់ ឬមួយភាគ។
- ៨-ស្នើសុំម្ចាស់ហ៊ុន ដើម្បីរំលាយជម្រះបញ្ជីក្រុមហ៊ុន។
- ៩-ប្រកាសភាគលាភទៅតាមគោលការណ៍គណនេយ្យនឹងតាមលក្ខខណ្ឌនៃការដាក់ភាគហ៊ុនប្រភេទនីមួយៗដែល មានសិទ្ធិទទួលភាគលាភ។
- ១០-ចេញប័ណ្ណភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុនតាមវិសាលភាពដែលបានចែងនៅក្នុងលក្ខន្តិកៈរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ១១-ខ្ចីប្រាក់។
- ១២-បោះចេញសារជាថ្មីឬលក់មូលបត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ១៣-ចុះកិច្ចសន្យាធានា ក្នុងនាមជាក្រុមហ៊ុន។
- ១៤-ធ្វើអ្វីប៉ុន្តែ ចុះកិច្ចសន្យាបញ្ចាំ បើមិនដូច្នោះទេបង្កើតផលប្រយោជន៍ ពីមូលបត្រចំពោះទ្រព្យសម្បត្តិទាំងអស់ ឬទ្រព្យសម្បត្តិណាមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីធ្វើការធានាកាតព្វកិច្ចណាមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ១៥-រៀបចំការបិទបញ្ជីគណនេយ្យ នៃការបរិច្ឆេទនីមួយៗ ជូនម្ចាស់ហ៊ុន និងស្នើចាត់ចែងលទ្ធផលប្រចាំឆ្នាំដាក់ជូនមហាសន្និបាតនៃម្ចាស់ហ៊ុន។

ប្រការ១៣៖ តាមរយៈការចុះហត្ថលេខាលើលក្ខន្តិកៈ ម្ចាស់ហ៊ុននិងអភិបាលទាំងអស់យល់ព្រមទទួលកាតព្វកិច្ច ដើម្បីអនុវត្តតាមវិធានគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនដែលមានចែងក្នុងច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម។

ប្រការ១៤៖ ម្ចាស់ហ៊ុនទាំងអស់ត្រូវចុះហត្ថលេខាលើលក្ខខណ្ឌ៖

១. ក្រុមហ៊ុននីមួយៗ មានកាតព្វកិច្ច តម្កល់ប្រតិវិធីប្រចាំឆ្នាំដែលទាក់ទងនឹងស្ថានភាពរបស់ក្រុមហ៊ុននៅក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។
២. ម្ចាស់ហ៊ុនត្រូវតែតាំងសវនករមួយរូបដោយសេចក្តីសម្រេចសាមញ្ញនៅក្នុងមហាសន្និបាតម្ចាស់ហ៊ុនប្រចាំឆ្នាំលើកទី១ និងមហាសន្និបាតប្រចាំឆ្នាំនីមួយៗ។ សវនករត្រូវកាន់ដំណែងរហូតដល់មហាសន្និបាតប្រចាំឆ្នាំបន្ទាប់។ ប្រសិនបើសវនករមិនបានដំណែងតាំង នៅក្នុងមហាសន្និបាតម្ចាស់ហ៊ុនទេ សវនករដែលកំពុងកាន់ដំណែងត្រូវបន្តរហូតដល់សវនករថ្មីត្រូវបានតែងតាំង។
៣. តាមរយៈការតម្កល់លក្ខខណ្ឌ៖ ក្រុមហ៊ុនត្រូវមានកាតព្វកិច្ចអនុវត្តតាមវិធានទាំងឡាយដែលមានចែងក្នុងមាត្រា ១២៨-១៣២ និងមាត្រា២០៥-២២៣ នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មដែលពាក់ព័ន្ធដល់ កិច្ចប្រជុំរបស់រដ្ឋាភិបាលនិងម្ចាស់ហ៊ុន ។

៤. តាមរយៈការតម្កល់លក្ខខន្តិកៈរបស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវមាន កាតព្វកិច្ចរៀបចំ និងរក្សាកំណត់ហេតុអង្គប្រជុំ និងសេចក្តីសម្រេចទាំងឡាយរបស់ម្ចាស់ហ៊ុនមុន និងអាចធ្វើសម្រង់បានដោយមិនគិតពីកម្រៃយោងតាមមាត្រា ១០៩-១១០ នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម។

៥. ក្រុមហ៊ុនមួយអាចរៀបចំបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងផ្ទាល់ដើម្បីសម្រួលដល់កិច្ចការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ប៉ុន្តែមិនចាំបាច់តម្កល់បទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងមួយ នៅក្រសួងពាណិជ្ជកម្មដែលធ្វើឡើងក្នុងគោលបំណងដើម្បីបញ្ជាក់អំពីសិទ្ធិពិសេសណាមួយទៅលើក្រុមហ៊ុននឹងអភិបាលក្រុមហ៊ុន ។

៦. ក្រុមហ៊ុនមិនត្រូវប្រកបរបរពាណិជ្ជកម្មណាមួយ ឬអនុវត្តន៍សិទ្ធិណាមួយដែលលក្ខខន្តិកៈរបស់ខ្លួនបានហាមឃាត់ ។

៧. ក្រុមហ៊ុនត្រូវរៀបចំ រក្សាសៀវភៅបញ្ជី និងកំណត់ហេតុដូចមានចែងក្នុង មាត្រា ១០៩-១១៤ នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម ។

៨. ផ្អែកទៅតាមលក្ខខន្តិកៈ បទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុន និងរាល់សិទ្ធិដែលអាច ទិញមុនគេរបស់ម្ចាស់ហ៊ុន និងមូលបត្រ អាចអនុញ្ញាតឱ្យបោះចេញទៅតាម ពេលវេលា និងចំពោះបុគ្គលទាំងឡាយដែលក្រុមហ៊ុនកំណត់ឱ្យ។ អភិបាលត្រូវកំណត់តម្លៃរបស់ប័ណ្ណភាគហ៊ុន និងតម្លៃមូលបត្រដែលត្រូវលក់ចេញ។ តម្លៃក្រុមហ៊ុនមិនត្រូវបោះចេញទេរហូតដល់ការបង់ថ្លៃសម្រាប់ភាគហ៊ុនត្រូវបានបំពេញចប់សព្វគ្រប់ជាសាច់ប្រាក់ ជាវត្ថុ ឬជាសេវាពីមុនទៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ។អភិបាលទាំងឡាយដែលកំណត់តម្លៃនៃការដាក់ភាគទុនជាវត្ថុ ឬជាសេវាកម្មពីមុននោះ ហើយសេចក្តីសម្រេចរបស់អភិបាលទាំងនេះចាត់ទុកថាបានការប្រសិនបើគ្មានការក្លែងបន្លំពាក់ព័ន្ធក្នុងរឿងនេះទេ ។

៩. មាត្រា ១៦៤-១៦៨ នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មគ្រប់គ្រងចេញមូលបត្រ ការចុះបញ្ជីនិងការផ្ទេរមូលបត្រ។

១០. តាមមាត្រា ២២៤-២៣៤ នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មការតម្កល់លក្ខខន្តិកៈអភិបាលក្រុមហ៊ុនមានកាតព្វកិច្ចផ្តល់ដល់ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុក្រុមហ៊ុន និងលទ្ធផលនៃប្រតិបត្តិអាជីវកម្មដែលតម្រូវឱ្យលក្ខខន្តិកៈនិងបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុង។

១១. មាត្រា ១៦៤-១៩៨ នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មចែងពីវិធានសម្រាប់ធ្វើការកែប្រែលក្ខខន្តិកៈ។

១២. តាមរយៈតម្កល់លក្ខខន្តិកៈអភិបាល និងម្ចាស់ហ៊ុនមានកាតព្វកិច្ចអនុវត្ត តាមមាត្រា ២៥១-២៥៨ នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម។

១៣. តាមមាត្រា ២៨៩នៃច្បាប់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម លក្ខខន្តិកៈ ឬបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងអាចចែងថាជាជម្លោះណាមួយដែលកើតមានរវាងអភិបាល និងម្ចាស់ហ៊ុនដែលត្រូវដោះស្រាយនៅមជ្ឈត្តការ។

៣.២ នីតិវិធីវិភាគការគ្រប់គ្រងសន្តិវិធីរបស់ក្រុមហ៊ុន អិលវីស៊ី

៣.២.១ ផលិតផលសន្តិវិធីរបស់ក្រុមហ៊ុន

ក. ស្ថាប័ន



ពាក្យថា វីតាល់ បានកើតឡើងដោយសារបន្សំ រវាងពាក្យពីរសំខាន់គឺ (វីបុរស) បូកជាមួយ (តាលុជៈ)។ វីបុរសមានន័យថា មនុស្សដែលមានភាពខ្លាំងក្លា រឹងមាំ ជាពិសេសប្រជាជនខ្មែរតែងតែមានវីបុរសជាច្រើនដែលស្ថិតនៅក្នុងសតិសម្បជញ្ញៈគ្រប់ៗគ្នា។ Tal ពីបទចម្រៀង Talouch បានស្រែកច្រៀងពីក្រអូមមាត់ជនជាតិ Mee ដ៏ល្បីល្បាញដែលបង្ហាញពីភាពល្បីល្បាញរុងរឿង ចាប់តាំងពីសម័យបុរាណ ជាពិសេសនៅក្នុងកេរ្តិ៍ឈ្មោះដ៏អស្ចារ្យរបស់បុព្វបុរសរបស់ពួកគេ។ Vital មានអត្ថន័យជ្រាលជ្រៅនឹងជាសកលក្នុងភាសាជាតិ និងអន្តរជាតិ។ រូបសញ្ញា Vitality ជានិមិត្តរូបនៃទឹកបរិសុទ្ធដែលមានគុណភាពខ្ពស់ មានប្រភពពីធនធានចម្រុះ និងជាផលិតផលជាតិដែលនាំមកនូវមោទនភាពជូនប្រទេសជាតិ។ Vital ត្រូវបានចុះបញ្ជីស្របច្បាប់ជាមួយក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

ខ.ប្រភេទផលិតផល

ផលិតផលវីតាល់មានច្រើនប្រភេទផ្សេងៗដែលអាចបំពេញទៅតាមតម្រូវការអ្នកចង់បាន មិនថានៅក្នុងកម្មវិធីអ្វីក៏ដោយក៏អាចយកទៅប្រើប្រាស់បានដែរ។ ផលិតផលវីតាល់មានចំណុះដូចខាងក្រោម៖



២៥០មីលីលីត្រ Vital premium Water

វីតាល់ ចំណុះ 250ml គឺជាជម្រើសដ៏ល្អបំផុតសម្រាប់ទទួលភ្លៀវនៅផ្ទះនិងក្នុងហាងទំនើបៗដូចជាហាងកាត់សក់ កន្លែងតាំងបង្ហាញផលិតផល ហាងអុបទិក សាលារៀន។



៣៥០ មីលីលីត្រ Vital Premium Water

វីតាល់ ចំណុះ ៣៥០ml ត្រូវបានប្រើសម្រាប់ឱកាសពិសេសៗដូចជាពិធី អាពាហ៍ពិពាហ៍និងពិធីផ្សេងៗ។ វីតាល់ ចំណុះ ៣៥០ml ជាជម្រើសដែលពេញ និយមបំផុតសម្រាប់ការប្រជុំនិងកន្លែងប្រកមអាជីវកម្ម។



៥០០ មីលីលីត្រ Vital Premium Water

វីតាល់ ចំណុះ ៥០០ml ជាផលិតផលដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ច្រើនជាង គេបំផុត។ វីតាល់ ចំណុះ ៥០០ml មានគ្រប់ទីកន្លែងនិងពេញនិយមសម្រាប់ ការពិសារទូទៅប្រចាំថ្ងៃនិងពេលលេងកីឡា។



១៥០០មីលីលីត្រ Vital Premium Water

វីតាល់ចំណុះ១.៥L ងាយស្រួលបំផុតសម្រាប់យកតាមខ្លួនទៅគ្រប់ទីកន្លែង។ វីតាល់ចំណុះ 1.5L ពេញនិយមបំផុតសម្រាប់ពេលធ្វើដំណើរផ្សេងៗ ដំណើរ កម្សាន្ត លេងកីឡា ចែករំលែកជាមួយគ្នាពេលសិក្សា និងធ្វើការ។

លើសពីនេះទៅទៀតផលិតផលវិវត្តន៍ត្រូវបានរៀបចំឡើងក្នុងក្របខណ្ឌស្របតាមស្ថានភាព និងទីតាំង ក្នុងតំបន់ដែលបានកំណត់ និងទីតាំងដែលបានកំណត់។ ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី ជាភ្នាក់ងារដែលបានយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំងទៅលើ គុណភាព និងគ្រប់គ្រងផលិតផលរបស់ខ្លួន។ អាស្រ័យដូចនេះហើយទើបក្រុមហ៊ុន បានជ្រើសរើសនីតិវិធី ២ យ៉ាងក្នុងការធ្វើឱ្យប្រាកដថាគុណភាព និងប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងផលិតផលរបស់ខ្លួនដូចជា៖

៣.២.២ នីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី ជាភ្នាក់ងារដែលបានយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំងទៅលើ គុណភាព និងគ្រប់គ្រងផលិតផលរបស់ខ្លួន។ អាស្រ័យដូចនេះហើយទើបក្រុមហ៊ុន បានជ្រើសរើសនីតិវិធី ២ យ៉ាងក្នុងការធ្វើឱ្យប្រាកដថាគុណភាព និងប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងផលិតផលរបស់ខ្លួនដូចជា៖

១. Standard Operation Procedure (SOP) ជានីតិវិធីនៃការអនុវត្តការងារនៃលំហូរចេញនៃសន្និធិ។ នីតិវិធីនៃប្រតិបត្តិការស្តង់ដារ គឺជាការណែនាំបន្តបន្ទាប់ដែលបានចងក្រងដោយអង្គភាព សហគ្រាសឬរោងចក្រណាមួយដើម្បីជួយឱ្យកម្មករធ្វើប្រតិបត្តិការសាមញ្ញមួយទៅតាមគោលបំណង និងគោលដៅដែលបានរៀបចំឡើង។ SOP មានគោលបំណងដើម្បីសម្រេចនូវប្រសិទ្ធភាពទិន្នន័យ គុណភាព និងឯកសណ្ឋាននៃការអនុវត្តជួយកាត់បន្ថយនូវភាពមិនត្រឹមត្រូវនិងការអនុលោមទៅតាមបទបញ្ជារបស់រោងចក្រ ។

២. ប្រព័ន្ធ SAP System ត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យចេញ-ចូល និងនីតិវិធីថែរក្សា និងការទុកដាក់ទំនិញ។ SAP System គឺជាប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិជាតិរបស់អាជីវកម្មដែលបានគេស្គាល់ថាជាកម្មវិធីធ្វើផែនការផ្នែកធនធាន។ កម្មវិធីនេះអនុញ្ញាតឱ្យអង្គភាពគ្រប់គ្រងលើប្រតិបត្តិការក្នុងការប្រតិបត្តិការប្រមូល និងបញ្ជូនទិន្នន័យពីទិន្នភាពផ្សេងៗគ្នានៃអាជីវកម្ម។

៣.២.៣ នីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិក្នុងឃ្លាំងស្តុកទំនិញឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព

ដើម្បីគ្រប់គ្រងស្តុកទំនិញឱ្យបានត្រឹមត្រូវ អ្នកគ្រប់គ្រងស្តុកគប្បីត្រូវមានអនុវត្តតួនាទីនិងទំនួលខុសត្រូវយ៉ាងខ្លាំងទៅលើប្រតិបត្តិការនានាដែលទាក់ទងជាមួយនឹងលំហូរចេញ និងលំហូរចូលនៃសន្និធិ។

១. តួនាទីនិងការទទួលខុសត្រូវទាក់ទងនឹងលំហូរចេញ និងលំហូរចូលនៃសន្និធិ

- ធ្វើឱ្យប្រាកដថា វត្ថុធាតុដើម ផលិតផលពាក់កណ្តាលសម្រេច ផលិតផលសម្រេចមានចំនួនគ្រប់គ្រាន់នូវពេលវេលាត្រូវការសម្រាប់ផលិតកម្ម ឬលក់ចេញទៅឱ្យអតិថិជនក្តី។
- ធានាឱ្យបាននូវវត្ថុធាតុដើម ឬផលិតផលសម្រេចត្រូវបានបញ្ជូនឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងចាប់រហ័ស
- ផ្ដោតទៅលើការធ្វើឱ្យបានប្រសើរឡើងនូវសេវាអតិថិជនខាងក្រៅ និងខាងក្នុងឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព និងកាត់បន្ថយចំណាយ
- គ្រប់គ្រងសន្និធិ និងចរាចរណ៍របស់វាឱ្យបានល្អិតល្អន់។

២. ប្រព័ន្ធប្រើប្រាស់លេខកូដ

លេខកូដជាកាសាដែលត្រូវបានគេប្រើ ជាទូទៅនៅក្នុងសហគ្រាសមួយមានទិសដៅ ដើម្បីឱ្យមានការស៊ីសង្វាក់គ្នាក្នុងទំនាក់ទំនងព័ត៌មាន ការប្រើប្រាស់លេខកូដនេះរាប់បញ្ចូលតាំងពី ៖

- ការធ្វើផែនការ

- ការវិភាគផលិតផល
- ការទិញ-លក់
- ហិរញ្ញវត្ថុ
- ផ្នែកដឹកជញ្ជូន
- ឃ្លាំង។

៣. សវនកម្មសន្និធិ

សវនកម្ម និងរបាយការណ៍សន្និធិគឺជាការងារមួយផ្នែកសំខាន់នៅក្រោមការទទួលខុសត្រូវរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងឃ្លាំងដែរ ដែលមានការត្រួតពិនិត្យ ២ ដំណាក់កាលសំខាន់ៗដើម្បីគ្រប់គ្រងភាពត្រឹមត្រូវគឺ៖ ការរាប់សន្និធិទាំងអស់ និងការរាប់វិលជុំ។

ជាសន្និដ្ឋាន ភាពសាយនៃទំនួលខុសត្រូវរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងឃ្លាំងស្តុកទំនិញមានន័យថា គាត់មិនត្រឹមតែគ្រប់គ្រងលំហូរសន្និធិនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែរួមទាំងលំហូរព័ត៌មានរបស់សន្និធិថែមទៀតផង។ ដរាបណានិរន្តរភាពទាំងពីរខាងលើកាន់តែប្រសើរទៅៗ នោះអ្នកគ្រប់គ្រងឃ្លាំងស្តុកទំនិញកាន់តែមានសមត្ថភាពអាចឆ្លើយតបនិងតម្រូវការអតិថិជនកាន់តែឆាប់រហ័ស កាត់បន្ថយថ្លៃដើមការពារមិនឱ្យមានកាលៈទេសៈអស់ទំនិញពីស្តុក។ ជាលទ្ធផលអាចធានាបានថា អតិថិជនអាចទទួលបាននូវ សេវាកម្ម ទំនិញ ដែលពួកគេត្រូវការតម្លៃសមរម្យ តាមពេលវេលាកំណត់ និងដល់ទីកន្លែងជាក់លាក់។

៣.២.៤ គោលនយោបាយនៃស្តុកទំនិញ និងឃ្លាំងទុកទំនិញ

១. គោលនយោបាយនៃសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី

ដើម្បីគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព និងមានសណ្តាប់ធ្នាប់ ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី បានយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំងទៅលើគោលនយោបាយនៃស្តុកទំនិញ។ ក្នុងនោះដែលគោលនយោបាយនៃសន្និធិត្រូវបានបែងចែកជា ២ សំខាន់ៗគឺ៖

១.១ គោលនយោបាយសន្និធិជាគោលនយោបាយដែលប្រាប់ អំពីចំនួននៃសន្និធិដែលត្រូវមាននៅក្នុងទំនិញ ។

១.២ គោលនយោបាយរបស់សន្និធិ ជាគោលនយោបាយមួយដែលប្រាប់អំពីកន្លែង ដែលគួរតែទុកសន្និធិ ដើម្បីឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ។

ខាងក្រោមនេះគឺជាមុខងារមួយចំនួនដែលគួរតែត្រូវកំណត់ដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការគ្រប់គ្រង៖

- Picking Storage សំដៅទៅលើទីធ្លាសម្រាប់ទុកដាក់សន្និធិដែលត្រូវការចាំបាច់ភ្លាមៗក្នុងគោលដៅប្រើប្រាស់នៅក្នុងផលិតកម្ម ឬលក់ចេញក្តី ។
- Fixed Storage សំដៅទៅលើកន្លែងដែលកំណត់ទុកសម្រាប់តែវត្ថុណាមួយតែប៉ុណ្ណោះ ។
- Bulk Storage សំដៅលើការទុកដាក់ជាប៉ាឡែតពេញតែម្តងៗ ហើយការប្រើប្រាស់ទៀតសោតប្រើបានម្តងមួយប៉ាឡែតដែរ

➢ Random Storage អនុញ្ញាតឱ្យមានការទុកដាក់បាននៅពេលណាមានកន្លែងទំនេរ។ ការកំណត់ទីតាំង និងទំនាក់ទំនងបានល្អនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនការងារមានសារៈសំខាន់ដើម្បីឱ្យប្រតិបត្តិការលើកដាក់ទំនិញមានភាពត្រឹមត្រូវ។

២. ការគ្រប់គ្រង និងការកាន់កាប់ឃ្លាំងស្តុកទំនិញ

នៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងទីផ្សារពេលបច្ចុប្បន្ន មុខងារនៃឃ្លាំងស្តុកទំនិញដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ដើម្បីឱ្យប្រាកដថា ទំនិញ និងរាល់ព័ត៌មានសំខាន់ៗស្របគ្នា និងមានលំហូរប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ទាំងមូល។ ការផ្សព្វផ្សាយខ្ពស់នាំអ្នកទាំងអស់គ្នាឱ្យទៅស្គាល់ឃ្លាំងស្តុកទំនិញសម្រាប់កន្លែងផលិតកម្មដែលទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ គោលការណ៍របស់វាគឺសំដៅទៅស្ទើរគ្រប់ឃ្លាំងស្តុកទំនិញទាំងអស់ផងដែរ។

៣.៣ វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព

៣.៣.១ វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ

ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ គឺជាផ្នែកមួយនៃការគ្រប់គ្រងខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ដែលមានគោលបំណងតែងតែមានផលិតផលត្រឹមត្រូវក្នុងបរិមាណត្រឹមត្រូវសម្រាប់លក់នៅពេលត្រឹមត្រូវ។ នៅពេលដំណើរការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព អាជីវកម្មកាត់បន្ថយការចំណាយលើការផ្ទុកសារពើភ័ណ្ឌដែលលើសខណៈពេលដែលបង្កើតការលក់អតិបរមា។ ការគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ឌអាចជួយអ្នកក្នុងការតាមដានសារពើភ័ណ្ឌរបស់អ្នកក្នុងពេលជាក់ស្តែងដើម្បីសម្រួលដំណើរការនេះ។

តាមរយៈ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់អ្នកប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពអ្នកអាចមានផលិតផលត្រឹមត្រូវក្នុងបរិមាណត្រឹមត្រូវនៅក្នុងដៃ និងជៀសវាងផលិតផលអស់ពីស្តុក ហើយមូលនិធិត្រូវបានភ្ជាប់នៅក្នុងស្តុកលើស។ អ្នកក៏អាចធានាបានដែរថា ផលិតផលរបស់អ្នកត្រូវបានលក់ទាន់ពេលវេលាដើម្បីជៀសវាងការខូចគុណភាពឬហួសសម័យ ឬចំណាយប្រាក់ច្រើនពេកលើស្តុក។

វិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងសន្និធិ ដោយយោងទៅតាមស្តង់ដារគណនេយ្យកម្ពុជា។ សន្និធិគឺជាទ្រព្យដែលទុកសម្រាប់លក់ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មស្ថិតនៅក្នុងដំណើរការផលិតទុកសម្រាប់លក់ មានទម្រង់ជាវត្ថុធាតុដើម ឬការផ្តល់សេវា។ សន្និធិត្រូវបានធ្វើការវាស់វែងតាមតម្លៃទាបជាង និងតម្លៃពិត។ ចំពោះការទទួលស្គាល់សន្និធិនៅពេលទិញចូលគេចាត់ទុកវាជាទ្រព្យសម្បត្តិ។ នៅពេលអង្គភាពលក់សន្និធិចេញថ្លៃដើមរបស់សន្និធិដែលបានលក់នោះត្រូវបានគេចាត់ទុកជាចំណាយ។ អង្គភាពត្រូវបានវាស់វែងថ្លៃលក់ដោយយកថ្លៃដើមទំនិញ ឬក៏ជាមួយនឹងថ្លៃចំណាយលើការផលិតនិងថែរក្សា។

ថ្លៃដើមសន្និធិអង្គភាពត្រូវរាប់បញ្ចូលទាំងថ្លៃដើមទំនិញ ថ្លៃដើមបំប្លែង និងថ្លៃដើមដទៃទៀតដែលបានកើតឡើងក្នុងការនាំយកសន្និធិទៅទីតាំង និងលក្ខខណ្ឌទុកដាក់វា។ អង្គភាពត្រូវរាប់បញ្ចូលនូវ ថ្លៃទំនិញពន្ធនាំចូល ពន្ធផ្សេងៗព្រមទាំងការដឹកជញ្ជូន និងការលើកដាក់ជាថ្លៃដើមទំនិញ។ ថ្លៃដើមបំប្លែងរបស់សន្និធិរួមមានថ្លៃដើមដែលពាក់ព័ន្ធដោយផ្ទាល់ជាមួយនឹងឯកតាផលិតកម្ម ដូចជាពលកម្មផ្ទាល់។ សន្និធិនោះគិតបញ្ចូលផងដែរ នូវប្រព័ន្ធនៃការចំណាយផលិតកម្មថេរ និងអថេរដែលបានកើតឡើងក្នុងការបំប្លែងសម្ភារៈវត្ថុ

ធាតុដើមឱ្យក្លាយជាផលិតផលសម្រេច។ ដើម្បីគ្រប់គ្រងសន្និធិឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពអ្នកត្រូវដឹងពីវិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រង។

បើនិយាយពីពាក្យថ្លៃដើម ស្តាប់ទៅវាមានន័យថាថ្លៃដើមនៃទំនិញដែលយើងទិញ ឬផលិតបន្ទាប់ពីលក់ឱ្យអតិថិជន។ ប៉ុន្តែវាមិនដូច្នោះទេ វាត្រូវបានគេគណនាតាមស្តង់ដារគណនេយ្យ ដោយមានរួមបញ្ចូលការចំណាយដទៃទៀត ដូចជាថ្លៃដឹកជញ្ជូន និងថ្លៃធ្វើដំណើរជាដើម។ ប៉ុន្តែថ្លៃដើម មិនត្រូវបានបូកជាមួយថ្លៃចំណាយក្នុងប្រតិបត្តិការដូចជា ចំណាយលើប្រាក់ខែបុគ្គលិក ថ្លៃទឹកភ្លើង និងថ្លៃជួលជាដើមនោះទេ។ ការដឹងអំពីថ្លៃដើមគឺសំខាន់ណាស់ ជាពិសេសសម្រាប់អ្នកបើកហាងលក់ទំនិញព្រោះវាជួយយើងក្នុងការប្រៀបធៀបតម្លៃជាមួយគូប្រជែងរបស់យើង។

ហើយការគណនាលំហូរថ្លៃដើមសន្និធិ ក៏ជាចំណែកមួយក្នុងនឹងដែរ។ តាមស្តង់ដារគណនេយ្យកម្ពុជា វិធីសាស្ត្រគណនាលំហូរថ្លៃដើមសន្និធិ គឺសំដៅទៅលើការគណនាថ្លៃដើមរបស់ទំនិញ ដែលបានលក់រួចរាល់ទៅឱ្យអតិថិជន មិនទំនិញទាំងអស់ទេ។ ដោយយោងទៅតាម ស្តង់ដារគណនេយ្យអន្តរជាតិ វិធីសាស្ត្រគណនាថ្លៃដើមសន្និធិត្រូវបានបែងចែកចេញជាបីសំខាន់ៗគឺ ៖

- វិធីសាស្ត្រចូលមុន-ចេញមុន (First In – First Out : FIFO)
- វិធីសាស្ត្រចូលក្រោយ-ចេញមុន (Last In – First Out : LIFO)
- វិធីសាស្ត្រចំណាយជាមធ្យម (Cost Average Method)

ដោយយោងទៅតាមការសាកសួរក៏ដូចជា ការសិក្សាស្រាវជ្រាវមួយរយៈពេលរបស់ក្រុមយើងខ្ញុំព្រមទាំងបានទទួលការសហការជាមួយក្រុមហ៊ុនទៀតនោះក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលជីឌី (NVC Corporation Co., Ltd) ត្រូវចាប់ផ្តើមដំបូងនោះគឺការចងរបាយការប្រចាំខែនឹងប្រចាំឆ្នាំនៅក្នុងកម្មវិធី Excel។

ការចងរបាយការណ៍ស្តុកប្រចាំខែនីមួយៗ និងប្រចាំឆ្នាំមាន៨ធាតុ

1. Beginning Stock: ដែលជាស្តុកដើមគ្រា ស្តុកដែលសល់ក្នុងឃ្លាំងស្រាប់ពីខែចាស់។
 2. Stock In: ស្តុកទិញចូល ឬនាំចូលទៅក្នុងឃ្លាំង សម្រាប់ស្តុកទុកលក់។
 3. Stock Out: ស្តុកដកចេញ ឬដកចេញលក់អតិថិជន។
 4. Stock Damage: សន្និធិដែលខូចគុណភាព ហួសសុពលភាព។
 5. Stock Return: បង្វិលសន្និធិមកវិញ។
 6. Stock Ending: ស្តុកចុងគ្រា ស្តុកដែលសល់ចុងខែ មិនទាន់រាប់ច្បាស់លាស់។
 7. Stock Counts: ស្តុករាប់ជាក់ស្តែង និងមូលហេតុដែលបាត់ទំនិញ ឬការពេលខ្លះរាប់ទំនិញខ្វះ។
 8. Stock Adjustments: ក្នុងរបាយការណ៍នេះការឱ្យមូលហេតុដែលរាប់ Stock Ending និង Stock Count មិនស្មើគ្នា។
- ❖ Beginning Stock + Stock In = Stock Available for sale/Use

៣.៣.២ ការត្រួតពិនិត្យសន្និធិនៅក្នុងឃ្លាំង

- ដំណើរការត្រួតពិនិត្យគុណភាព: ក្នុងនោះមានការបែងចែក៣ មានដូចខាងក្រោម៖
ក.ដំណើរការប្រព្រឹត្តកម្មទឹកស្អាត

ប្រព័ន្ធបន្សុទ្ធទឹកស្អាតរបស់យើង ត្រូវបានបំពាក់ទៅដោយម៉ាស៊ីន ដែលមានបច្ចេកវិទ្យាទំនើប នាំចូលពីអឺរ៉ុប និងត្រូវបានបំពាក់ ដោយប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិ ដើម្បីធានាបានថា គ្រប់ផលិតផល សុទ្ធតែមានគុណភាពខ្ពស់បំផុត។

- ប្រព័ន្ធវីសអូស្តូស៊ីស គឺជាប្រព័ន្ធចម្រោះប្រសើរបំផុតសំរាប់ការបន្សុទ្ធទឹកបរិសុទ្ធ។
- ប្រព័ន្ធអូស្តូស្តូស៊ីស អាចសម្លាប់មីក្រូសរីរាង្គ បានយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីទទួលបានទឹកពិសាដែលមានសុវត្ថិភាព និងគុណភាពខ្ពស់។
- សម្ភារៈដែលប្រើផ្ទាល់ជាមួយផលិតផល គឺត្រូវបាន ធ្វើពីអ៊ីណុក (AISI) ដែលសមស្របសម្រាប់ការប្រើប្រាស់នៅក្នុងឧស្សាហកម្មភេសជ្ជៈ និងចំណីអាហារ។
- ដំណើរការនីមួយៗ នៃប្រព័ន្ធប្រព្រឹត្តកម្មទឹកស្អាត ក៏ឆ្លងកាត់ប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យគុណភាពដែលមានស្តង់ដារខ្ពស់ផងដែរ។

ខ.ការត្រួតពិនិត្យសម្ភារៈវេចខ្ចប់

- ខ្សែសង្វាក់នៃការវេចខ្ចប់ ចាប់ផ្តើម ពីការផ្គុំជាដប ការច្រកទឹកចូលដប រហូតដល់ការច្រកចូលកេស។ បច្ចេកវិទ្យាស្វ័យប្រវត្តិ ដែលមានល្បឿនលឿននឹងទំនើប។
- ដំណើរការនៃការផ្គុំដបរួមមាន ការសម្អាត ឡូត ការត្រួតពិនិត្យឡូត ការផ្គុំដប និងការត្រួតពិនិត្យ ដប ដោយប្រើម៉ាស៊ីនស្វ័យប្រវត្តិដំណើរការនៃការច្រកទឹកចូលដប ចាប់ផ្តើមពីការសម្អាតដប និងគម្របដប ហើយច្រកទឹកចូលដប ដោយប្រើប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិដែលមានល្បឿនលឿន។
- ដំណើរការនៃការវេចខ្ចប់ រួមមានការដាក់ស្លាកផលិតផលលើដប ការបោះពុម្ពកាលបរិច្ឆេទប្រើប្រាស់ ដោយឡូស៊ី និងការវេចខ្ចប់ផលិតផលចូលកេស។
- ដំណើរការនីមួយៗនៃខ្សែសង្វាក់វេចខ្ចប់ ត្រូវបានត្រួតពិនិត្យយ៉ាងម៉ត់ចត់ដោយ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងគុណភាពស្វ័យប្រវត្តិ។

គ.ការត្រួតពិនិត្យដំណើរការក្នុងការធ្វើការងារ

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

មន្ទីរពិសោធន៍គុណភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន មានការឆ្លងកាត់មន្ទីរពិសោធន៍ចំនួន៣ ដូចជា

- ការធ្វើតេស្តដោយញាណ
- ការវិភាគលក្ខណៈរូប
- ការវិភាគលក្ខណៈគីមី។

មន្ទីរពិសោធន៍គុណភាពខាងក្រៅ របស់ក្រុមហ៊ុនបានឆ្លងកាត់ ហើយទទួលស្គាល់លើ៖ ការវិភាគ
លក្ខណៈរូប គីមី និងជីវសាស្ត្រ ដោយ វិទ្យាស្ថានប៉ាស្ទ័រកម្ពុជា និងមជ្ឈមណ្ឌលមន្ទីរពិសោធន៍ឧស្សាហកម្ម
កម្ពុជា។



វិទ្យាស្ថានប៉ាស្ទ័រកម្ពុជា

មជ្ឈមណ្ឌលមន្ទីរពិសោធន៍ឧស្សាហកម្មកម្ពុជា ILCC

កាតខុសគ្នារវាងឆ្នាំឃ្លាំង គណនេយ្យករទទួលបន្ទុកស្តុក និងក្រុមសារពើភ័ណ្ឌ

ក ការកិច្ចឆ្នាំឃ្លាំង

- តាមដានបរិមាណសន្និធិចូល ចេញ និងសល់ក្នុងឃ្លាំង
- មើលថែទាំសន្និធិ កុំឱ្យកណ្តៀលរកោរ កណ្តុរកាត់ កន្លាតបោះជាដើម
- កាន់សាលាកបត្រស្តុក (Inventory Card)។

ខ ការកិច្ចរបស់គណនេយ្យករទទួលបន្ទុកស្តុក

- ក្តាប់បរិមាណសន្និធិចូល ចេញ និងសល់ក្នុងឃ្លាំង
- តាមដានថ្លៃទិញចូលគ្រប់ពេលវេលា
- គណនាតម្លៃសន្និធិចុងគ្រា
- កាន់សាលាបត្រស្តុក។

គ ក្រុមសារពើភ័ណ្ឌ

ក្រុមសារពើភ័ណ្ឌគឺបង្កើតឡើងដោយប្រធានត្រូវបានជ្រើសតាំងពីគ្រប់បណ្តាលអង្គភាពផ្សេងៗ ក្រៅ
ពីឆ្នាំឃ្លាំង និងគណនេយ្យករទទួលបន្ទុកស្តុក ដើម្បីរាប់ស្តុកក្នុងគោលបំណងផ្ទៀងផ្ទាត់។

៣.៤ បញ្ហាប្រឈមនៅក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្តិវិធី

ជាការពិតជាក់ស្តែងគ្រប់បណ្តាលអង្គភាព សហគ្រាស អាជីវកម្ម រោងចក្រនានាតែងតែមានការ
ជួបប្រទះនូវ បញ្ហាប្រឈមដែលអាចធ្វើឱ្យមាននូវហានិភ័យផ្សេងៗ បញ្ហាទាំងនោះអាចកើតឡើងគ្រប់ពេល
វេលា ប៉ុន្តែមិនសុទ្ធតែអាចក្រក់ទេ។ បញ្ហាខ្លះអាចជួយឱ្យយើងបង្កើននូវសមត្ថភាព នៅក្នុងការដោះស្រាយ
បញ្ហាបង្កើតនូវគំនិតច្នៃប្រឌិត ទទួលបានបទពិសោធន៍ជាដើម ។ ប្រភពបង្កើតឱ្យមានបញ្ហាប្រឈមម្យ៉ាងគឺកត្តា
ខាងក្នុងអង្គភាព និងកត្តាខាងក្រៅអង្គភាព។

៣.៤.១ បញ្ហាប្រឈមដែលបណ្តាលមកពីកត្តាខាងក្នុង

ក. កម្លាំងពលកម្ម

ប្រទេសកម្ពុជាជាប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ ដូចនេះនាំឱ្យធនធានកម្លាំងពលកម្មមានភាពសម្បូរបែប ជាងធនធានមនុស្សដែលប្រើប្រាជ្ញានៅក្នុងការប្រកបការងារ។ ក៏ប៉ុន្តែដោយសារតែប្រាក់ឈ្នួលថ្លៃពលកម្ម មានកម្រិតទាបជាងបណ្តាប្រទេសដទៃទៀតដូចជា ថៃ ម៉ាឡេស៊ី កូរ៉េខាងត្បូងជាដើម ទើបធ្វើឱ្យមានការកើន ឡើងនូវចំនួនកម្លាំងពលកម្មដែលបម្រើការនៅក្នុងប្រទេសមានការបែងចែកទៅតាមតំបន់ ឬកន្លែងនានា ក៏ មិនសូវជិតដល់។ ម្យ៉ាងវិញទៀតដោយសារតែ ប្រទេសកម្ពុជាមានការសម្រាកជាច្រើនថ្ងៃដែលបណ្តាលឱ្យ ការងារដែលប្រើប្រាស់កម្លាំងពលកម្ម ដូចក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី មានការរាំងស្ទះនៅក្នុង ការផលិត និងចែកចាយជារៀងៗផងដែរ។

ខ. សេវាដឹកជញ្ជូន

ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី NVC Corporation Co., Ltd សព្វថ្ងៃនេះបានខិតខំ បំពេញនូវសេវាកម្ម នៅក្នុងការដឹកជញ្ជូនដល់អតិថិជនគ្រប់មជ្ឈដ្ឋាន។ ទោះបីយ៉ាងណាក្តី ពេលខ្លះក៏នៅ មានភាពខ្វះខាត។ ជាក់ស្តែងជាមួយនឹងបញ្ហានៃការដឹកជញ្ជូនដែលមិនអាចបំពេញនូវតម្រូវការទាន់ពេល វេលាជាដើម។ បញ្ហានេះកើតឡើងដោយសារ៖

- ការខ្វះខាតកម្លាំងពលកម្ម
- ការយឺតយ៉ាវមិនទាន់ពេលវេលារបស់កម្មករ
- ដេប៉ូចែកចាយតិច
- អតិថិជនច្រើនជាងតំណាងចែកចាយ
- ការដឹកជញ្ជូនយឺត(ចរាចរណ៍)
- មានការកម្ទេចជាន់គ្នាជាច្រើន។

គ. ការខូចខាត

ដោយសារតែការខិតខំផលិតឱ្យទាន់តម្រូវការអតិថិជននឹងតម្រូវការឱ្យទាន់ឪកាសពិធីបុណ្យផ្សេងៗ។ វាបានធ្វើឱ្យស្តុកផលិតផលទឹកសុទ្ធខ្លះមានការខូចខាតដែលបណ្តាលពីកត្តាដូចជា៖

- ការលើកដាក់លីសែង
- ការវេចខ្ចប់
- អាកាសធាតុ
- កាលកំណត់នៃគុណភាពទឹក
- ការជាន់នៃផលិតផលជាដើម។

៣.៤.២ បញ្ហាប្រឈមដែលបណ្តាលមកពីកត្តាខាងក្រៅ

ក. កត្តានយោបាយ

កាលណាប្រទេសមួយមិនមានសន្តិភាព មានភាពចរាចរណ៍ដែលនាំឱ្យសេដ្ឋកិច្ចប្រទេសនោះមានការអន់ថយ។ ដូចនេះនាំឱ្យផលិតផលមិនអាចធ្វើចរាចរណ៍ទីផ្សារបានយ៉ាងល្អ ធ្វើឱ្យផលិតផលមានការរាំងស្ទះ ចំណូលក្រុមហ៊ុនការធ្លាក់ខ្លះ រោងចក្រមានលទ្ធភាពក្នុងការផលិតបន្ត។

ខ. ចរាចរណ៍ផលិតផលនៅលើទីផ្សារ

ដូចដែលយើងបានដឹងស្រាប់ហើយថា នៅលើទីផ្សារសព្វថ្ងៃនេះផលិតផលទឹកបរិសុទ្ធច្រើនសម្បូរបែបដែលមានទាំងផលិតផលក្នុងស្រុក និងផលិតផលនាំចេញពីក្រៅប្រទេសផងដែរ នេះជាកត្តាមួយដែលអាចធ្វើឱ្យមានការធ្លាក់ចុះនៃអត្រាលក់នៃផលិតផល។ នៅពេលដែលមានជម្រើសច្រើននាំឱ្យអតិថិជនគិតគូរនឹងពិចារណាប្រៀបធៀបទៅលើផលិតផលដូចជា៖

- អំពីគុណប្រយោជន៍
- គុណភាព
- សោភ័ណភាពនៃការវេចខ្ចប់
- ចំណូល និងលទ្ធភាពនៃការទិញ
- ចំណង់ចំណូលចិត្ត និងរសជាតិជាដើម។

គ. ដៃគូប្រកួតប្រជែង

នៅលើទីផ្សារតែងតែមានដៃគូប្រកួតប្រជែងគឺជារឿងធម្មតា នៅក្នុងលក្ខខណ្ឌនោះដែលវាបានធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី បានជួបប្រទះនឹងបញ្ហាមួយចំនួនដូចជា៖

- ពិបាកស្វែងរកទីផ្សារសម្រាប់លក់ផលិតផល
- ត្រូវការស្វែងគំនិតច្នៃប្រឌិតខ្ពស់ក្នុងការទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍អតិថិជន
- កត្តាថ្លៃនៃផលិតផល
- គុណភាពនៃផលិតផល
- ការចំណាយលើថ្លៃដើមពាណិជ្ជកម្មជាច្រើន។

ជំពូកទី៤
ការវិភាគចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង

ការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី (NVC Corporation Co., Ltd) គឺគិតគូរពីបញ្ហា ដើម្បីដាក់ឱ្យមានចរាចរនៅលើទីផ្សារសេរី ហើយទាមទារឱ្យមានការក្តោបក្តាប់ស្ថានភាព រៀបចំ និងការប្រើប្រាស់ស្តុកទំនិញនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។ គោលបំណងសំខាន់របស់ក្រុមហ៊ុនគឺមានភាពងាយស្រួលក្នុងការចាត់ចែង និងត្រួតពិនិត្យទៅលើសន្និធិក្នុងឃ្លាំង។ បន្ទាប់ពីធ្វើការស្រាវជ្រាវនៅក្នុងប្រធានបទ ខាងលើរួចហើយ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន NVC Corporation Co., Ltd កន្លងមកនេះបានបង្ហាញឱ្យឃើញនូវសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុនដូចខាងក្រោម៖

- ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី ជាក្រុមហ៊ុនដែលយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំងទៅលើគុណភាព និងគ្រប់គ្រងផលិតផលរបស់ខ្លួន។
- ក្រុមហ៊ុន មានសម្ភារៈគ្រប់គ្រាន់ប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់ និងមានឧបករណ៍បំពាក់ដោយប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិយ៉ាងទំនើបនៅក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។
- ការប្រើប្រាស់ការកត់ត្រាតាមប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ ព្រោះវាមានភាពងាយស្រួលក្នុងការតាមដានសន្និធិចេញចូលនៅក្នុងឃ្លាំង។
- ប្រព័ន្ធ SAP System ត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យចេញ-ចូល និងនីតិវិធីថែរក្សានឹងទុកដាក់ទំនិញ។
- បុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនមានទំនួលខុសត្រូវខ្ពស់ ចំពោះការក្តោបក្តាប់បរិមាណសន្និធិចេញ-ចូល និងសល់នៅក្នុងឃ្លាំង។
- ដំណើរការនីមួយៗរបស់ក្រុមហ៊ុន ត្រូវបានត្រួតពិនិត្យយ៉ាងម៉ត់ចត់ដោយ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងភាពស្វ័យប្រវត្តិ។

៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ

ឆ្លងកាត់តាមការវិភាគអំពីចំណុចខ្សោយ របស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី រួចមកយើងរកឃើញនូវចំណុចខ្សោយមួយចំនួនផងដែរ ដែលគួរឱ្យកត់សម្គាល់ដូចខាងក្រោម៖

- ការកត់ត្រា និងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ មួយចំនួនពេលខ្លះក៏មានការ Error System ណាមួយផងដែរដោយសារបុគ្គលិកអាចធ្វើការកំនត់ច្រឡំជាដើម
- ការដឹកជញ្ជូននៅមានភាពយឺតយ៉ាវ មិនទាន់អាចបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជន ដោយសារតែខ្វះបុគ្គលិកឬមកពីបញ្ហាចរាចរណ៍។

ជំពូកទី៥
សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

បន្ទាប់ពីបានធ្វើការស្រាវជ្រាវ និងបានសាកសួរយ៉ាងលំអិតដែលទាក់ទងជាមួយប្រធានបទ “ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អិនវីស៊ី ខបភីអេសិន ខូ អិលធីឌី” រួចមកបានផ្តល់ការយល់ដឹងជាច្រើន ព្រមទាំងបានទទួលចម្លើយឆ្លើយតបទៅនឹងចំណោទបញ្ហាដែលយើងបានចោទសួរមកពីខាងដើម។ ម្យ៉ាងទៀតនិក្ខេបបទនេះបានឆ្លុះបញ្ចាំងឱ្យឃើញអំពីតម្លាភាព និងចំណុចខ្លាំងព្រមទាំងចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិ យល់ដឹងកាន់តែច្បាស់អំពីវិធីសាស្ត្រនានា ដែលបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងវិស័យផលិតកម្មទៀតផង។ យើងបានដឹងហើយថា ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ វាជាការគ្រប់គ្រងមួយដែលមានភាពស្មុគស្មាញពិបាកក្នុងការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ។ ម្យ៉ាងវិញទៀតដោយសារប្រសិទ្ធភាពនិងភាពជោគជ័យក្នុងការប្រតិបត្តិនានានៅក្នុងសង្វាក់ផលិតកម្ម ជាពិសេសគឺភាពវៃឆ្លាតនៅក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ដូច្នេះហើយទើបធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុននេះអាចឈរបានយ៉ាងរឹងមាំ និងនៅតែជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលមានលទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រង នៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងនៅលើទីផ្សារចាប់តាំងពីការចាប់ផ្តើមបង្កើតរហូតដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ អ្វីដែលកាន់តែពិសេសជាងនេះទៅទៀត ដោយសារតែគុណភាពការផលិតប្រកបដោយស្តង់ដារអនាម័យដែលបានទទួលស្គាល់ និងគាំទ្រយ៉ាងខ្លាំងមកលើផលិតផលទឹកបរិសុទ្ធវីតាល់ អំពីសំណាក់ប្រជាជនកម្ពុជាទូទាំងប្រទេសដែលជាកត្តាមួយដែលស្តែងឱ្យឃើញការរីកចម្រើន និងចំណុចខ្លាំងរបស់ក្រុមហ៊ុនយ៉ាងពិតប្រាកដ។

ជាចុងបញ្ចប់នេះក្រុមនាងខ្ញុំ សូមធ្វើការអភ័យទោសនិងការអធ្យាស្រ័យអំពីសំណាក់លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ សាស្ត្រាចារ្យ មិត្តអ្នកអាន និងអ្នកស្រាវជ្រាវទាំងអស់នៅក្នុងប្រការណាមួយដែលបានកើតឡើងដោយអចេតនា ព្រោះវាគ្រាន់តែជាការលើកយកមកបង្ហាញអំពីការងារ ក្នុងការគ្រប់គ្រងសន្និធិបន្ថែមលើមេរៀនដែលបានសិក្សាកន្លងមកតែប៉ុណ្ណោះ។ ថ្វីត្បិតតែកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះមិនបង្ហាញអំពីទិន្នន័យគ្រប់ជ្រុងជ្រោយក៏ពិតមែន ប៉ុន្តែវាក៏ជាឯកសារដ៏មានប្រយោជន៍ដល់សិស្សជំនាន់ក្រោយដែលអាចធ្វើជាគម្រូរ និងការស្រាវជ្រាវដែលទាក់ទងជុំវិញនឹងប្រធានបទនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិផងដែរ។ ក្រុមនាងខ្ញុំសូមទទួលការចូលរួមចំណែកកែលំអរដើម្បីស្ថាបនាដោយការយោគយល់ និងអនុគ្រោះដោយក្តីរីករាយ។

៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍

យោងតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើទ្រឹស្តីបទ វិធីសាស្ត្រ ការស្វែងយល់ពីការអនុវត្តន៍ជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុន វីតាល់ ពិតជាមានរចនាសម្ព័ន្ធ និង នីតិវិធីក្នុងការរៀបចំ គ្រប់គ្រងសន្និធិលើអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនស្របទៅតាមគោលនយោបាយត្រឹមត្រូវពិតមែន។ ប៉ុន្តែក្នុងនោះក្រុមហ៊ុនក៏មានការខ្វះខាតមួយចំនួនដែលត្រូវលើកមកពិចារណា និងកែតម្រូវធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងវិញផងដែរ ដែលមានដូចជា៖

- ក្រុមហ៊ុន ត្រូវពង្រឹងទៅលើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត ដើម្បីជៀសវាងកុំឱ្យមានបញ្ហាក្នុងការតាមដានទៅលើសន្និធិដូចជាការ Error System ជាដើម
- ក្រុមហ៊ុន គប្បីបន្ថែមអ្នកដឹកនាំជំនាញដើម្បីបម្រើដល់អតិថិជនឱ្យបានទៀងពេលវេលាក្នុងការបំពេញតម្រូវការភ្ញៀវចង់បាន។

ឯកសារយោង

ឯកសារយោង

- យោងតាមសារណាជំនាន់ទី១៩ នៅក្នុងជំពូកទី៣ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុនវីតាល់ ទំព័រទី១៥ដល់១៩
- យោងតាមសារណាជំនាន់ទី១៩ នៅក្នុងជំពូកទី២
- យោងតាមសារណាជំនាន់ទី១៩ នៅក្នុងជំពូកទី២៣ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុនវីតាល់ ទំព័រទី២៤
- យោងតាមសៀវភៅ Basic Financial Accounting ជំពូកទី ៤ មេរៀនទី១ ថ្លៃទិញ និងការគណនាសន្និធិបង់ត្រា ទំព័រទី 94
- យោងតាមសៀវភៅ Basic Financial Accounting Part-II ជំពូកទី ៤ មេរៀនទី២ ប្រព័ន្ធស្តុកកំណត់ត្រា ទំព័រទី 133
- យោងតាមសៀវភៅ Basic Financial Accounting Part-II ជំពូកទី ៤ មេរៀនទី១ ថ្លៃទិញ និងការគណនាសន្និធិបង់ត្រា ទំព័រទី 96
- <https://www.vital.com.kh/>
- <https://www.vital.com.kh/>
- <https://www.vital.com.kh/>
- <https://www.forbes.com/advisor/business/fifo-method>
- <https://www.google.com/searchLIFO>
- <https://www.investopedia.com/terms/a/averagecostmethod.asp>
- <https://www.investopedia.com/terms/a/averagecostmethod>
- <https://www.vital.com.kh/en>

ឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធ



