

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS



វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា

VANDA INSTITUTE



សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ

ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុម

ហ៊ុន គូកា-គូឡា

COCA COLA BUDGET MANAGEMENT PROCESS

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៤

PHNOM PENH-2024



ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា
VANDA INSTITUTE



សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ

ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុម
ហ៊ុន កូកា-កូឡា
COCA COLA BUDGET MANAGEMENT PROCESS

សាមីចារ្យណែនាំ៖ ហ៊ុន សុខលីដា

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៤

PHNOM PENH-2024



**គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យសារណាបញ្ចប់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២១
ប្រធានបទ៖ ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា**

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី១

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

បេក្ខបណ្ឌិត ស្រេង ផល្លា

ហុង សុខលីនដា

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

អារម្ភកថា

(Impression)

ក្រោយពីបានសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យ នៅវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា អស់រយៈពេល៤ឆ្នាំ រួចមក ក្រុមយើងខ្ញុំបានទទួលនូវចំណេះដឹងជាច្រើន ពាក់ព័ន្ធនឹងមុខវិជ្ជាគណនេយ្យ ជាពិសេសក្រុមយើងខ្ញុំ យល់ច្បាស់ថា ជំនាញគណនេយ្យ គឺជាជំនាញមួយមានសារៈសំខាន់មួយដែរ សម្រាប់ទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន ក្នុងនោះ ស្ថាប័នរដ្ឋក្តី ឯកជន ឬអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្តី សុទ្ធតែត្រូវអនុវត្តកិច្ចការធនាគារដូចគ្នា។ ដោយឡែក ដើម្បី ឱ្យការសិក្សារបស់និស្សិតកាន់តែមានគុណភាពខ្ពស់ វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា បានបញ្ចូលនូវមុខជំនាញសំខាន់ៗ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការងារគណនេយ្យ តាមកម្មវិធីសិក្សាក្នុងឆ្នាំសិក្សាទី១ រហូតដល់ឆ្នាំសិក្សាទី៤។

គ្រប់មុខវិជ្ជាទាំងអស់ សុទ្ធតែមានសារៈសំខាន់ក្នុងការត្រួតត្រាផ្លូវនិស្សិតឱ្យយល់ច្បាស់ ពីការអនុវត្តន៍ការងារគណនេយ្យ ពីការចាប់ផ្តើមរៀបចំផែនការ ការអនុវត្ត ការបញ្ចប់ និងត្រួតពិនិត្យ វាយតម្លៃ ព្រមទាំងផ្តល់ជាអនុសាសន៍នៅក្នុងការងារគណនេយ្យ ដើម្បីពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រងនៅក្នុងស្ថាប័នខ្លួន ក្នុងន័យឆ្លើយតបឱ្យបានល្អប្រសើរនឹងគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដែលបានដាក់ចេញ។ ដោយក្រុមយើងខ្ញុំសង្កេតឃើញថា កិច្ចការងារមួយនេះមានសារៈសំខាន់ខ្លាំង ស្របពេលនៃការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្របានមកដល់ ទើបក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសនូវប្រធានបទមួយស្តីពី “**ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា**” យកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងក្នុងគោលបំណងឱ្យអ្នកស្រាវជ្រាវទាំងអស់ឱ្យយល់កាន់តែស៊ីជម្រៅពីការរៀបចំសារណា និងប្រសិទ្ធភាពនៃការធ្វើជាគណនេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ក្រុមយើងខ្ញុំសង្ឃឹមថាការរៀបចំសារណានេះ នឹងបានចូលរួមចំណែកក្នុងការស្រាវជ្រាវរបស់និស្សិតជំនាន់ក្រោយៗ ព្រមទាំងអ្នកស្រាវជ្រាវដ៏ទៃទៀត ដែលមានបំណងសិក្សាស្វែងយល់ពីកិច្ចការនេះ។

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

រេនាសម្ព័ន្ធក្រុម



ស៊ីម ស្រីនាថ

ID: B21/1074



អៀង ណារ៉ា

ID: B21/1390



គុយ ណេត

ID: B21/1712



អៀង ស៊ីមីម

ID: B21/774

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ក្រុមយើងខ្ញុំជានិស្សិតនៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២១ ជំនាញគណនេយ្យ

សូមសម្តែងនូវការគោរពដ៏ឧត្តុង្គ និងថ្លែងអំណរគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅចំពោះ

ក្រុមគ្រួសារដែលបានជួយឧបត្ថម្ភ គាំទ្រ ទាំងសម្ភារៈ ថវិកា និងស្មារតី ជំរុញលើកទឹកចិត្ត ដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ ក្នុងការសិក្សារៀនសូត្រ ដើម្បីទទួលបានចំណេះដឹងរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ ក្នុងនោះក្រុមយើងខ្ញុំសូមសម្តែងនូវការគោរព និងកត្តាធម៌យ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុត ដល់អ្នកមានគុណ ដែលបានផ្តល់កំណើតដល់ខ្ញុំបាទ នាងខ្ញុំគ្រប់រូប និងសូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ដល់បណ្តាសាស្ត្រាចារ្យ លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ ទាំងអស់ដែលបានបណ្តុះបណ្តាលក្រុមយើងខ្ញុំនាពេលកន្លងមក។

ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមសម្តែងនូវការគោរពដ៏ឧត្តុង្គដ៏ជ្រាលជ្រៅ ដល់ឯកឧត្តមបណ្ឌិត **ហេង ភាន់ដា** នាយកនៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ដែលបានផ្តល់ទីកន្លែងបណ្តុះបណ្តាល ព្រមទាំងផ្តល់បទពិសោធន៍យ៉ាងច្រើនដល់យើងខ្ញុំ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណចំពោះសាស្ត្រាចារ្យ **ហ៊ុន សុខលីដា** ជាសាស្ត្រាចារ្យណែនាំ ដោយបានជួយជ្រោមជ្រែង បង្ហាត់បង្ហាញសព្វបែបយ៉ាង ដើម្បីជួយដល់ក្រុមយើងខ្ញុំបញ្ចប់កិច្ចការសារណានេះជាស្ថាពរ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណដល់សាស្ត្រាចារ្យ និងបុគ្គលិកនៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ទាំងអស់ ដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបង្ហាត់បង្ហាញ លើកទឹកចិត្ត អនុគ្រោះដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ រហូតធ្វើឱ្យការសិក្សាបានបញ្ចប់ និងទទួលបានជោគជ័យគួរជាទីមោទនៈ។

ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះដែរ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមប្រសិទ្ធពរជ័យជូនដល់បុគ្គលទាំងអស់ខាងលើឱ្យជួបតែពុទ្ធពរឫសប្រការ គឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អំណះអំណាង

ក្រុមនាងខ្ញុំ ជានិស្សិតបរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ជំនាន់ទី២១៖

សូមធានាអះអាងថា ខ្លឹមសារសារណាក្រោមប្រធានបទ “ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា” នេះគឺជាស្នាដៃរបស់ក្រុមនាងខ្ញុំ ដោយគ្មានការពាក់ព័ន្ធនឹងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់ អ្នកផ្សេងឡើយ។ ទិន្នន័យ និងលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ ដែលលើកឡើងនេះ ជាអត្ថបទស្រាវជ្រាវថ្មីសុទ្ធសាធ ដែលពុំធ្លាប់មានជនណាម្នាក់យកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រាវជ្រាវពីមុនឡើយ។

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

ថ្ងៃទី..... ខែ..... ឆ្នាំ២០២....

ហត្ថលេខាតំណាងក្រុម

សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ

កេសដ្ឋៈកូកា កូឡាត្រូវបានបង្កើតឡើងតាំងពីឆ្នាំ១៨៨៦ ពេលគឺជាង១១៣ឆ្នាំមុនពេលបច្ចុប្បន្ន ដោយលោកវេជ្ជបណ្ឌិត John S. Pemberton មានទីលំនៅក្នុងរដ្ឋអាត្លង់តា សហរដ្ឋអាមេរិក។ នេះបើតាមការចុះផ្សាយរបស់គេហទំព័រ worldofcoca-cola.com។

នៅក្នុងដំណើរការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡាផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុក្រុមហ៊ុនមានកាតព្វកិច្ចគ្រប់គ្រងយ៉ាងជិតដិត ទៅលើសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុ ការកាន់កាប់បញ្ជីគណនេយ្យបានយ៉ាងខ្ជាប់ខ្ជួន ក្នុងគោលបំណងរៀបចំគម្រោងការគ្រប់គ្រងថវិការឱ្យមានតម្លាភាពគោរពទៅតាមស្តង់ដាររបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុអន្តរជាតិនៃកម្ពុជា (CIFRS)។ ការធ្វើផែនការថវិកាបានកើតមានអស់ជាច្រើនសតវត្សមកហើយ ដោយចាប់ផ្តើមពីអរិយធម៌បុរាណដូចជា បាប៊ីឡូន ក្រិក និងរ៉ូម។

សព្វថ្ងៃនេះ ការធ្វើផែនការថវិកាគឺជាការអនុវត្តស្តង់ដារសម្រាប់អាជីវកម្ម រដ្ឋាភិបាល និងបុគ្គលដូចគ្នា។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការកំណត់គោលដៅហិរញ្ញវត្ថុ ការប៉ាន់ប្រមាណចំណូល និងការចំណាយ និងការសម្រេចចិត្តជាយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីធានាថាធនធានត្រូវបានបែងចែកប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពដើម្បីសម្រេចបានលទ្ធផលដែលចង់បាន។ ជាមួយនឹងការមកដល់នៃបច្ចេកវិទ្យា ការធ្វើផែនការថវិកាកាន់តែមានភាពងាយស្រួល និងអាចចូលដំណើរការបាន ដោយមានការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍សូហ្វវែរ និងវេទិកាអនឡាញ ដើម្បីជួយបុគ្គល និងស្ថាប័នបង្កើត និងគ្រប់គ្រងថវិកាឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។ ការរៀបចំថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនដែលអាចជះឥទ្ធិពលជាវិជ្ជមានដល់សុខភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងដំណើរការទាំងមូលរបស់អង្គការ។

ឆ្លងតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពី ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា រួចមកក្រុមយើងខ្ញុំអាចធ្វើការសន្និដ្ឋានបានថា ក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនធ្វើឱ្យអង្គភាពពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ ទទួលបាននូវកំណើននៃភាពរីកចម្រើន ក៏ដោយសារតែក្រុមហ៊ុនបានបង្ហាញនូវរបាយការណ៍ពីការរៀបចំថវិកាបានច្បាស់លាស់ ជាហេតុនាំឱ្យអង្គភាពទទួលបាននូវទំនុកចិត្តពីក្រុមការងារទាំងមូល។

ដូចនេះ ការធ្វើដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡាជាកត្តាសំខាន់បញ្ជាក់ថាពិតជាមានសារៈសំខាន់ចំពោះក្រុមហ៊ុនយ៉ាងពិតប្រាកដ។

មាតិកា

ទំព័រ

អារម្ភកថា	i
រចនាសម្ព័ន្ធក្រុម	ii
សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ	iii
អំណះអំណាង	iv
សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ	v

ជំពូកទី១: សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	១
១.២ ចំណេញបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	១
១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៤ ទំហំដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ	២
១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ	៣
១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ	៣
១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ	៣

ជំពូកទី២

ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុន

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុន	៥
២.១.១ និយមន័យ « ថវិកា »	៥
២.១.២ ប្រវត្តិនៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា	៥
២.១.៣ ទ្រឹស្តីនៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា	៦
២.១.៤ សមាសភាពនៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា	៧
២.២ យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនឲ្យមានប្រសិទ្ធភាព	៨
២.២.១ និយមន័យ « យុទ្ធសាស្ត្រ »	៨
២.២.២ ទ្រឹស្តីនៃយុទ្ធសាស្ត្រការរៀបចំគម្រោងថវិកា	៩
២.៣ និយមន័យ « អត្ថប្រយោជន៍ »	១២
២.៣.១ អត្ថប្រយោជន៍ក្នុងការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុន	១២

ជំពូកទី៣

ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា	១៤
៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា	១៤

៣.១.២ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម គោលដៅ របស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា.....	១៥
៣.១.៣ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង តួនាទី និង ភារកិច្ច របស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា	១៧
ក.រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង	
ខ.តួនាទីគណៈគ្រប់គ្រង	
គ.ភារកិច្ចគណៈគ្រប់គ្រង	
៣.២ ប្រភេទនៃយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា	២០
៣.២.១ មូលដ្ឋាននៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា	២០
៣.២.២ របាយការណ៍ និងការរៀបចំ ចំណូល និងចំណាយថវិកាប្រចាំឆ្នាំ	២១
៣.៣. ផលប្រយោជន៍នៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា	២២
៣.៣.១ ប្រភេទនៃផលប្រយោជន៍	២២
៣.៣.២ ផលប្រយោជន៍នៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា.....	២៣

ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង.....	២៥
៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ	២៥

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន	២៧
៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍	២៧

ជំពូកទី១
សេចក្តីផ្តើម

ជំពូកទី១ **សេចក្តីផ្តើម**

១.១. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

យើងបានដឹងហើយថា សហរដ្ឋអាមេរិក គឺជាប្រទេសមួយដែលមានការអភិវឌ្ឍន៍លឿនយ៉ាងខ្លាំង និងមានការរីកចម្រើនលើគ្រប់វិស័យ ដែលវិស័យទាំងអស់នោះមានដូចជា៖ វិស័យអប់រំ វិស័យសុខាភិបាល វិស័យបច្ចេកវិទ្យា វិស័យកសិកម្ម ឧស្សាហកម្ម វិស័យទេសចរណ៍ វិស័យពាណិជ្ជកម្ម។ល។ វិស័យទាំងអស់នេះសុទ្ធតែមានការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាទៅវិញទៅមក ហើយសព្វថ្ងៃនេះផងដែរ យើងឃើញថាវិស័យពាណិជ្ជកម្មបានកំពុងនឹងមានការរីកចម្រើនយ៉ាងខ្លាំង។ ស្របគ្នានោះផងដែរ ទីផ្សារក៏មានការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាយ៉ាងមាញឹក ដែលជាហេតុធ្វើឱ្យមានដំណើរការបានយ៉ាងល្អ។

ក្នុងនោះផងដែរ ប្រទេសកម្ពុជាក៏ជាប្រទេសមួយ ដែលកំពុងតែអភិវឌ្ឍន៍ទៅលើវិស័យទាំងអស់នោះផងដែរ ជាពិសេសទៅលើវិស័យពាណិជ្ជកម្មឱ្យកាន់តែប្រសើរ។ ទាំងអស់នេះហើយ ដែលជាហេតុនាំឱ្យប្រទេសកម្ពុជា ទទួលបានការគាំទ្រនិងមានអ្នកវិនិយោគច្រើនពីដៃគូនានា។ ក្នុងការដែលមានក្រុមហ៊ុន ឬអ្នកវិនិយោគច្រើននៅក្នុងប្រទេស វាគឺជាការចូលរួមចំណែកមួយយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យសេដ្ឋកិច្ចពាណិជ្ជកម្មឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរ និងជួយកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាជនបាន តាមរយៈការផ្តល់ការងារដល់ពួកគាត់ជាដើម។ ជាក់ស្តែង ដោយក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា ក៏បានចូលរួមបង្កើននូវកំណើនសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេស និងផ្គត់ផ្គង់តម្រូវការទីផ្សារផងដែរ។ ប៉ុន្តែទោះបីយ៉ាងណាក្តី ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ស្ថាប័នឬក្រុមហ៊ុន បើយើងមិនបានធ្វើវាឱ្យលម្អិត និងមានការប្រុងប្រយ័ត្នទៅលើការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ខ្លួននោះទេ នឹងអាចធ្វើឱ្យមានផលវិបាកយ៉ាងខ្លាំងហើយអាចនឹងឈានទៅដល់ការក្ស័យធនថែមទៀតផង។

ដោយហេតុនេះហើយ ទើបក្រុមរបស់យើងខ្ញុំបានលើកយកនូវប្រធានបទមួយ ដែលនិយាយអំពី **ដំណើរការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា** មកសិក្សាស្រាវជ្រាវ ក្នុងគោលបំណងស្វែងយល់ពីការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម ដើម្បីឱ្យយើងបានយល់ដឹងកាន់តែច្បាស់ថែមទៀត។

១.២. បំណេរឧបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

គ្រប់បញ្ហាតែងតែកើតមានឡើងនៅគ្រប់ទីកន្លែង គ្រប់ពេលវេលា មិនថាបញ្ហានោះ ជាបញ្ហាតូចក្តីធំក្តី ដោយយើងមិនអាចដឹងមុនថា វានឹងមានរឿងអ្វីកើតឡើងនោះទេ។ ដោយក្នុងនាមជាម្ចាស់អាជីវកម្ម ឬផលិតកម្មត្រូវតែយល់ដឹងថា តើសព្វថ្ងៃមានរឿងអ្វីខ្លះដែលកើតមាននៅក្នុងទីផ្សារផលិតកម្ម មិនថាអាជីវកម្មឬផលិតកម្មនោះ បានបើកជាយូរមកហើយក្តី ឬក៏ទើបតែបង្កើតមកថ្មីក្តី គឺត្រូវតែយល់ដឹងឱ្យបានច្បាស់អំពីបញ្ហាទាំងអស់ ជាពិសេសក្នុងការរៀបចំគម្រោងថវិកា។

យើងបានដឹងមកហើយថាបច្ចុប្បន្នមានក្រុមហ៊ុនជាច្រើនបានប្រឈមមុខនឹងការក្ស័យធន ឬបិទក្រុមហ៊ុនដោយសារការរៀបចំគម្រោងថវិកាមិនបានត្រឹមត្រូវ។ ដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការយល់ដឹងអំពីប្រធានបទ **ការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា** ក្រុមរបស់យើងខ្ញុំមានសំណួរ២ដើម្បីលើកឡើង ៖

- ១.តើក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡាមានគោលការណ៍អ្វីខ្លះក្នុងការរៀបចំថវិកា ?
- ២.តើការរៀបចំគម្រោងថវិកាផ្តល់ផលប្រយោជន៍អ្វីខ្លះដល់ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡា ?

១.៣.គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ គឺផ្ដោតទៅលើការស្វែងរកវិធីសាស្ត្រ សម្រាប់ជាជំនួយ និងអត្ថប្រយោជន៍ក្នុងការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡា ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព និងកាន់តែប្រសើរបន្ថែមទៀត។ ដើម្បីឱ្យកាន់តែងងាយស្រួលដល់ការចំណាយបញ្ហាខាងលើ ក្រុមនាងខ្ញុំបានសិក្សាផ្ដោតទៅលើចំណុចមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- ១.សិក្សាស្វែងយល់ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ២.យល់ដឹងអំពីគោលការណ៍នៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា
- ៣.ដំណើរការក្នុងការរៀបចំគម្រោងថវិកា
- ៤.ប្រៀបធៀបទ្រឹស្តីរបស់មេរៀនជាមួយការអនុវត្តជាក់ស្តែង
- ៥.សិក្សាចំណុចខ្លាំងនិងចំណុចខ្សោយនៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា
- ៦.ទទួលបានចំណេះដឹងបន្ថែមពីការសិក្សាស្រាវជ្រាវ។

១.៤. ទំហំ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

១.៤.១.ទំហំ ដែនកំណត់

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះមានទំហំនិងដែនកំណត់ច្បាស់លាស់ ដោយតាមការរិះរកនូវអ្វីដែលជាភាពវិជ្ជមាននិងយកមកបង្ហាញពីសារៈសំខាន់ ក្នុងការរៀបចំគម្រោងថវិកាដើម្បីសំដៅទៅលើគោលដៅ ទស្សនៈវិស័យវឌ្ឍនភាព បេសកកម្ម និងភាពចម្រើនលូតលាស់ស្របទៅតាមយុគសម័យថ្មី ដែលអង្គភាពចង់បាន។ យើងបានជ្រាបថានេះជាយុគសម័យទំនើប មានសំណង់អគារខ្ពស់ៗនិងបច្ចេកវិទ្យាជឿនលឿនដែល មានភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើការងារ ស្រាវជ្រាវ ស្វែងរកឯកសារ នានា។ ហើយក្រុមនាងខ្ញុំ ក៏បានធ្វើការស្រាវជ្រាវប្រមូលឯកសារផ្សេងៗ នៅតាមបណ្តាវេបសាយមួយចំនួនដែល ពាក់ព័ន្ធជាមួយប្រធានបទយកមកសិក្សានិង បានប្រមូលឯកសារចាស់ៗពីនិស្សិតជំនាន់មុនៗយកមកសិក្សាផងដែរ។ ដោយឡែក ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡា នេះគឺមានភាពល្បីល្បាញទូទាំងសកលលោកនិងមានសាខាគ្រប់ប្រទេស ហើយក៏បានពង្រីកសាខាមកដល់ប្រទេសកម្ពុជាយើងផងដែរ។ ហេតុដូច្នេះនេះទើបក្រុមយើងខ្ញុំបានមូលមតិគ្នាជ្រើសរើសសាខានៅប្រទេសកម្ពុជាមកធ្វើការសិក្សា ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅ ផ្ទះលេខ២៨៧ ផ្លូវជាតិលេខ៥ ភូមិមិត្តភាព ខណ្ឌឫស្សីកែវ រាជធានីភ្នំពេញ។

-លេខទូរស័ព្ទ: +១៨០០២០២២២២២

-លេខទូរសារ: ០២៣ ៤២៨ ៩៩២

-គេហទំព័រ: <https://www.coca-colacompany.com>

-Facebook Page: Coca-Cola

១.៤.២. វិសាលភាព

ឯកសារនិងព័ត៌មានដែលមានយកមកលើកឡើងនៅខាងលើនេះនឹងយកមករៀបរាប់ និងវិភាគក្នុង “ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុន កូកាកូឡា” គឺចាប់ពីឆ្នាំ២០២០ រហូតដល់បច្ចុប្បន្ន។

១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

ដើម្បីឲ្យការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះមានលក្ខណៈល្អប្រសើរ និងទទួលបានជោគជ័យក្នុងក្រុមយើងខ្ញុំបានកំណត់យកនូវវិធីសាស្ត្រពីមកបកស្រាយគឺ តាមវិធីសាស្ត្រប្រមូលទិន្នន័យដំបូង និងវិធីសាស្ត្រវិភាគទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ។

- **វិធីសាស្ត្រប្រមូលទិន្នន័យ៖** ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះបានធ្វើការដកស្រង់ និងប្រមូលទិន្នន័យតាមវិធីសាស្ត្ររួមមាន ការប្រមូលតាមបែបបរិមាណ និងគុណភាព។ ទិន្នន័យសំខាន់ៗភាគច្រើនទទួលបានមកពីប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត ឯកសារនៅក្នុងបណ្ណាល័យ និងឯកសារស្រាវជ្រាវមួយចំនួនទៀត ទទួលបានពីនិស្សិតជំនាន់មុន ដែលទាក់ទងនឹងប្រធានបទ ការណែនាំ នឹងព្រឹត្តិការណ៍យោបល់ពីសំណាក់សាស្ត្រាចារ្យជាដើម។
- **វិធីសាស្ត្រវិភាគទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ៖** បន្ទាប់ពីប្រមូលទិន្នន័យបានសព្វគ្រប់ហើយក្រុមយើងខ្ញុំបានពិភាក្សាគ្នាម្តងទៀត ដើម្បីជាការសម្រេចលើកចុងក្រោយ និងបែងចែកចំណុចផ្សេងៗទៀតដើម្បីធ្វើនិងស្វែងរកទិន្នន័យបន្ថែម។

១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

តាមរយៈការសិក្សាស្រាវជ្រាវពីប្រធានបទនេះបានឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីសារៈសំខាន់ និងអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនពីក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា៖

- ដឹងពីប្រវត្តិនិង រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា
- មានការយល់ដឹងបន្ថែមពី ទ្រឹស្តីមួយចំនួននៃការវិភាគទៅលើគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡា
- ផ្តល់នូវព័ត៌មានមួយចំនួនអំពី ដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន
- យល់ដឹងកាន់តែច្បាស់អំពី ការរៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ យើងបានធ្វើការបែងចែកជា៥ជំពូកដូចខាងក្រោម៖

- **ជំពូកទី១ :** សេចក្តីផ្តើម ត្រូវបង្ហាញពីលំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ទំហំដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ។
- **ជំពូកទី២ :** រំលឹកទ្រឹស្តី ត្រូវលើកឡើងពីទ្រឹស្តីដែលពាក់ព័ន្ធនឹង ប្រវត្តិ និងទស្សនទានទាក់ទងនឹងការសិក្សា អាចជាបញ្ហាក្នុងប្រទេសនិងក្រៅប្រទេស។
- **ជំពូកទី៣ :** លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ ត្រូវលើកយកពីស្ថានភាពទូទៅរបស់អង្គភាពដូចជា ប្រវត្តិរបស់អង្គភាព គោលនយោបាយ បេសកកម្ម ទស្សនវិស័យ និងលើកឡើងបីចំណុចទៅលើសកម្មភាពរបស់អង្គភាព។
- **ជំពូកទី៤ :** ការវិភាគទៅលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ ដែលវិភាគទៅលើគ្រប់ចំណុចទាំងអស់ដែលបង្ហាញពី វត្តមានមកបញ្ជាក់គឺក្នុងគោលបំណង វិភាគនៅចំណុចខ្វះខាតទាំងឡាយ ដើម្បីធ្វើការកែលម្អ។
- **ជំពូកទី៥ :** សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍ ធ្វើការសន្និដ្ឋានទៅលើគ្រប់ចំណុចទាំងអស់និងផ្តល់យោបល់ឬអនុសាសន៍ទៅលើចំណុចដែលត្រូវកែតម្រូវ។

ជំពូកទី២
រំលឹកប្រឹក្សា

ជំពូកទី២

ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុន

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុន

២.១.១ និយមន័យ «ថវិកា»

ថវិកា គឺជាផែនការលម្អិតមួយសម្រាប់តម្រូវការ និងការប្រើប្រាស់ប្រភពហិរញ្ញវត្ថុហើយនិងប្រភពផ្សេងៗទៀតនៅក្នុងកំឡុងពេលពិសេសណាមួយ^១។

ថវិកា គឺជាចំនួនទឹកប្រាក់ដែលត្រូវការឬមានសម្រាប់គោលបំណងណាមួយ^២។

ថវិកា មានន័យថា ផែនការចំណាយ & ចំណូល ដើម្បីធ្វើសមតុល្យការចំណាយ ដែលជាធម្មតាជាអាជ្ញាធរសាធារណៈ។ ថវិកា គឺជាការបញ្ចេញមតិហិរញ្ញវត្ថុ ដែលរួមបញ្ចូលចំណូល និងចំណាយ^៣។

ថវិកា គឺជាការប៉ាន់ប្រមាណនៃប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយលើរបៀបបង្កើតថវិកាដែលបានបញ្ជាក់ក្នុងរយៈពេលអនាគត ហើយជាធម្មតាត្រូវបានចងក្រង និងវាយតម្លៃឡើងវិញតាមកាលកំណត់។ ថវិកាអាចត្រូវបានបង្កើតឡើងសម្រាប់មនុស្សម្នាក់ ក្រុមមនុស្ស អាជីវកម្ម រដ្ឋាភិបាល ឬគ្រាន់តែអំពីអ្វីផ្សេងទៀតដែលបង្កើត និងចំណាយ^៤។

២.១.២ ប្រភេទនៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា

ការធ្វើផែនការថវិកា បានកើតមានអស់ជាច្រើនសតវត្សមកហើយ ដោយចាប់ផ្តើមពីអរិយធម៌បុរាណដូចជា បាប៊ីឡូន ក្រិក និងរ៉ូម។ សង្គមសម័យដើមទាំងនេះបានទទួលស្គាល់សារៈសំខាន់នៃការគ្រប់គ្រងធនធាន និងបង្កើត ប្រព័ន្ធថវិកាតាមមូលដ្ឋានដើម្បីបែងចែកមូលនិធិសម្រាប់គោលបំណងផ្សេងៗ។

នៅក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រថ្មីៗបន្ថែមទៀត គំនិតនៃការរៀបចំផែនការថវិកាបានក្លាយជាផ្លូវការជាមួយនឹងការមកដល់នៃការអនុវត្តគណនេយ្យទំនើបនៅក្នុងសតវត្សទី ១៩ និងទី ២០ ។ បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម និងការកើនឡើងនៃមូលធននិយមបានសង្កត់ធ្ងន់បន្ថែមទៀតអំពីតម្រូវការសម្រាប់អាជីវកម្ម និងរដ្ឋាភិបាលក្នុងការរៀបចំផែនការ និងគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ពួកគេដោយប្រុងប្រយ័ត្ន។

នៅដើមសតវត្សទី ២០ ផែនការថវិកាបានក្លាយជាឧបករណ៍សំខាន់សម្រាប់រដ្ឋាភិបាលក្នុងការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុសាធារណៈ និងបែងចែកធនធានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ថវិកាកម្មវិធី ក្នុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ ១៩៦០ និងថវិកាផ្អែកលើការអនុវត្តក្នុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ ១៩៩០ បានធ្វើឱ្យដំណើរការរៀបចំផែនការថវិកាបន្ថែមទៀត ដោយផ្ដោតលើការសម្រេចបាននូវគោលដៅ និងលទ្ធផលជាក់លាក់។

សព្វថ្ងៃនេះ ការធ្វើផែនការថវិកា គឺជាការអនុវត្តស្តង់ដារសម្រាប់អាជីវកម្មរដ្ឋាភិបាល និងបុគ្គលដូចគ្នា។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការកំណត់គោលដៅហិរញ្ញវត្ថុ ការប៉ាន់ប្រមាណចំណូល និងការចំណាយ និងការសម្រេចចិត្តជាយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បី ធានាថាធនធានត្រូវបានបែងចែកប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីសម្រេចបានលទ្ធផលដែលចង់បាន។ ជាមួយនឹងការមកដល់នៃបច្ចេកវិទ្យា ការធ្វើផែនការថវិកាកាន់តែមានភាពងាយស្រួល និង

¹ ដកស្រង់ចេញពីសៀវភៅ Cost Accounting III (2019 p. 107)

² <https://km.m.wiktionary.org>

³ <https://www.investopedia.com/terms/b/budget.asp>

⁴ <https://www.slideshare.net>

អាចចូលដំណើរការបាន ដោយមានការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍សូហ្វវែរ និងវេទិកាអនឡាញ ដើម្បីជួយបុគ្គល និងស្ថាប័នបង្កើត និងគ្រប់គ្រងថវិកាឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព^៥។

២.១.៣ ទ្រឹស្តីនៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា

ទ្រឹស្តីនៃការធ្វើផែនការថវិកាមូលដ្ឋានគោលការណ៍ គំនិត និងវិធីសាស្ត្រដែល ណែនាំដំណើរការនៃ ការបង្កើត ការគ្រប់គ្រង និងវាយតម្លៃថវិកានៅក្នុងស្ថាប័ន។ ទ្រឹស្តីនេះផ្តល់នូវក្របខ័ណ្ឌសម្រាប់ការយល់ដឹង អំពីគោលបំណង និងការអនុវត្តល្អបំផុតទាក់ទងនឹងការ ធ្វើផែនការថវិកា។ ធាតុសំខាន់ៗមួយចំនួននៃ ទ្រឹស្តីនៃផែនការថវិកាមាន៖

១. ការតម្រឹមគោលដៅ៖ ការធ្វើផែនការថវិកាពាក់ព័ន្ធនឹង ការតម្រឹមធនធានហិរញ្ញវត្ថុជាមួយនឹង គោលដៅ យុទ្ធសាស្ត្រ និងអាទិភាពរបស់ស្ថាប័ន។ ថវិកាគួរតែឆ្លុះបញ្ចាំងពីបេសកកម្ម ចក្ខុវិស័យ និងគោល បំណងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់អង្គការ ដើម្បីធានាថា ធនធានត្រូវបានបែងចែកប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពដើម្បីគាំទ្រដល់ គោលដៅទាំងនេះ។

២. ការបែងចែកធនធាន៖ ការធ្វើផែនការថវិកាពាក់ព័ន្ធនឹង ការកំណត់ពីរបៀបដែល ធនធានហិរញ្ញ វត្ថុនឹងត្រូវ បានបែងចែកនៅទូទាំងនាយកដ្ឋាន គម្រោង កម្មវិធី ឬសកម្មភាពផ្សេងៗ។ ដំណើរការនេះទាមទារ ឱ្យមានការកំណត់អាទិភាពលើតម្រូវការធនធាន តុល្យភាពតម្រូវការប្រកួតប្រជែង និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃ ការប្រើប្រាស់ធនធាន ដើម្បីសម្រេចបាននូវផលប៉ះពាល់អតិបរមា។

៣. ការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ៖ ការធ្វើផែនការថវិកាទាមទារឱ្យ មានការព្យាករណ៍ប្រាក់ចំណូល ការចំណាយ និងលំហូរសាច់ប្រាក់នាពេលអនាគត ដោយផ្អែកលើទិន្នន័យប្រវត្តិសាស្ត្រ និន្នាការទីផ្សារ និងកត្តាពាក់ព័ន្ធ ផ្សេងទៀត។ ការព្យាករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុត្រឹមត្រូវ គឺចាំបាច់សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍថវិកាជាក់ស្តែងដែល ឆ្លុះបញ្ចាំង ពីចំណូល និងការចំណាយដែលបានរំពឹងទុក។

៤. ការគ្រប់គ្រងការចំណាយ៖ ការធ្វើផែនការថវិកាមានគោលបំណង គ្រប់គ្រងការចំណាយ ក្នុងដែន កំណត់ដែលបានកំណត់ទុកជាមុន។ នេះពាក់ព័ន្ធនឹងការកំណត់គោលដៅថវិកា ការត្រួតពិនិត្យការអនុវត្តជាក់ ស្តែងប្រឆាំងនឹងគោលដៅទាំងនេះ ការកំណត់អត្តសញ្ញាណភាពខុសគ្នា និងចាត់វិធានការកែតម្រូវដើម្បី ដោះស្រាយគម្លាតពីថវិកា។

៥. ការវាស់វែងការអនុវត្ត៖ ការធ្វើផែនការថវិកាមាន ការកំណត់មាត្រដ្ឋានការអនុវត្ត និងសូចនាករ ការអនុវត្តសំខាន់ៗ (KPIs) ដើម្បីវាយតម្លៃប្រសិទ្ធភាពនៃការបែងចែកថវិកា។ ការតាមដានការអនុវត្តប្រឆាំង នឹងគោលដៅថវិកាជួយវាយតម្លៃប្រសិទ្ធភាព ប្រសិទ្ធភាព និងផលប៉ះពាល់នៃការប្រើប្រាស់ធនធាន។

៦. ភាពបត់បែន និងភាពអាចសម្របបាន៖ ការធ្វើផែនការថវិកាគួរតែមានភាពបត់បែន និងសម្របខ្លួន ទៅនឹងកាលៈទេសៈដែលផ្លាស់ប្តូរ ដូចជាលក្ខខណ្ឌសេដ្ឋកិច្ច សក្តានុពលទីផ្សារ ឬអាទិភាពរបស់អង្គការ។ អង្គការអាចនឹងត្រូវ ពិនិត្យឡើងវិញនូវថវិកាជាប្រចាំដើម្បីសម្រួលដល់ ព្រឹត្តិការណ៍ដែលមិនបានមើលឃើញ ទុកជាមុន ឬឱកាសថ្មីៗ។

៧. ការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធ៖ ការរៀបចំផែនការថវិកាមានការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធ ដូចជា អ្នកគ្រប់គ្រង ជាន់ខ្ពស់ ប្រធាននាយកដ្ឋាន បុគ្គលិក អ្នកវិនិយោគ អតិថិជន និងនិយោជក ក្នុងដំណើរការរៀបចំថវិកា។ ការ

⁵ <https://t.me/GPT4Telegrambot>

បញ្ចូល និងមតិកែលម្អរបស់អ្នកពាក់ព័ន្ធអាចបង្កើនគុណភាពនៃការសម្រេចចិត្តថវិកា និងបង្កើតការគាំទ្រសម្រាប់ការបែងចែកថវិកា។

សរុបមក ទ្រឹស្តីនៃការរៀបចំផែនការថវិកា ផ្តល់នូវក្របខ័ណ្ឌដ៏ទូលំទូលាយមួយសម្រាប់ការរចនាការអនុវត្ត និងការវាយតម្លៃថវិកាដែលស្របតាមគោលដៅរបស់អង្គការ បង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការបែងចែកធនធាន ការគ្រប់គ្រងការចំណាយ ការវាស់វែងការអនុវត្ត និងការចូលរួមអ្នកពាក់ព័ន្ធប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ តាមរយៈការអនុវត្តគោលការណ៍ និងការអនុវត្តទាំងនេះ អង្គការអាចបង្កើតផែនការថវិកាដ៏រឹងមាំ ដែលគាំទ្រដល់គោលដៅជាយុទ្ធសាស្ត្រ និងនិរន្តរភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ពួកគេ។

២.១.៤ សមាសភាពនៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា

ការធ្វើផែនការថវិកា ពាក់ព័ន្ធនឹងធាតុផ្សំសំខាន់ៗមួយចំនួនដែលជួយក្នុងការបង្កើតថវិកាដ៏ទូលំទូលាយ និងមានប្រសិទ្ធភាព។ សមាសធាតុសំខាន់ៗមួយចំនួនរួមមាន៖

១. ការព្យាករណ៍ប្រាក់ចំណូល៖ នេះពាក់ព័ន្ធនឹងការប៉ាន់ប្រមាណចំនួនប្រាក់ចំណូល ឬប្រាក់ចំណូលដែលអង្គការរំពឹងថានឹងបង្កើតបានក្នុងអំឡុងពេលថវិកា។ នេះអាចរួមបញ្ចូលប្រភពដូចជាការលក់ ជំនួយការបរិច្ចាគ និងទម្រង់ចំណូលផ្សេងទៀត។

២. ការព្យាករណ៍លើការចំណាយ៖ នេះពាក់ព័ន្ធនឹងការប៉ាន់ប្រមាណចំនួនប្រាក់ដែលនឹងត្រូវចំណាយលើការចំណាយផ្សេងៗដូចជា ប្រាក់ខែ ថ្លៃជួល ឧបករណ៍ប្រើប្រាស់ ការផ្គត់ផ្គង់ ទីផ្សារ និងការចំណាយប្រតិបត្តិការផ្សេងទៀត។ វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការព្យាករណ៍ការចំណាយទាំងនេះឱ្យបានត្រឹមត្រូវ ដើម្បីធានាថាថវិកាមានភាពប្រាកដនិយម និងអាចសម្រេចបាន។

៣. គោលដៅ និងគោលបំណងថវិកា៖ ការកំណត់ឱ្យបានច្បាស់លាស់នូវគោលដៅ និងគោលបំណងរបស់អង្គការសម្រាប់រយៈពេលថវិកាគឺមានសារៈសំខាន់ក្នុងការដឹកនាំដំណើរការរៀបចំផែនការថវិកា។ គោលដៅទាំងនេះគួរតែជាក់លាក់ អាចវាស់វែងបាន សម្រេចបាន ពាក់ព័ន្ធ និងកំណត់ពេលវេលា (SMART)។

៤. ការធ្វើផែនការបន្ទាន់៖ វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការបញ្ចូលមូលនិធិសង្គ្រោះបន្ទាន់ទៅក្នុងថវិកាដើម្បីគណនាការចំណាយដែលមិនបានរំពឹងទុក ឬកង្វះខាតចំណូល។ នេះអាចជួយកាត់បន្ថយហានិភ័យ និងធានាស្ថេរភាពហិរញ្ញវត្ថុក្នុងករណីមានកាលៈទេសៈដែលមិនបានមើលឃើញទុកជាមុន។

៥. ការត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ៖ ការបង្កើតប្រព័ន្ធសម្រាប់ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃថវិកាពេញមួយរយៈពេល ថវិកាគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដើម្បីធានាថាអង្គភាពស្ថិតនៅលើផ្លូវនិងធ្វើការកែតម្រូវចាំបាច់ទៅតាមតម្រូវការ។ ការត្រួតពិនិត្យជាប្រចាំ នៃការអនុវត្តហិរញ្ញវត្ថុជាក់ស្តែងជៀបនឹងចំនួនថវិកាអាចជួយកំណត់អត្តសញ្ញាណភាពខុសគ្នា និងចាត់វិធានការកែតម្រូវ។

៦. ការទំនាក់ទំនង និងការចូលរួមរបស់អ្នកពាក់ព័ន្ធ៖ ការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗក្នុងដំណើរការរៀបចំផែនការថវិកា និងការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាអំពីគោលដៅថវិកា និងអាទិភាពប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពអាចជួយបង្កើតការទិញចូល និងគាំទ្រថវិកា។ តម្លាភាព និងការប្រាស្រ័យទាក់ទងបើកចំហគឺជាគន្លឹះនៃការរៀបចំផែនការថវិកាប្រកបដោយជោគជ័យ។

⁶ <https://t.me/GPT4Telegrambot>

ដោយពិចារណាលើធាតុផ្សំទាំងនេះ នៅក្នុងដំណើរការរៀបចំផែនការថវិកា អង្គការនានាអាចបង្កើតថវិកា ដែលមានរចនាសម្ព័ន្ធល្អ និងជាក់ស្តែង ដែលស្របតាមគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ និងគោលបំណងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ ពួកគេ^៧។

២.២. យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការរៀបចំថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព

២.២.១. និយមន័យ“យុទ្ធសាស្ត្រ”

“យុទ្ធសាស្ត្រ” គេប្រើនៅក្នុងសម័យសង្គ្រាម មានន័យថា ជាក្បួនចម្បាំង ក្បួនសម្រាប់ច្បាំង ដែលមាន ជាក្បួនព្យុហស្វីកជាដើម។

យ៉ាងណាមិញ បើគេប្រើពាក្យយុទ្ធសាស្ត្រ ក្នុងស្ថានភាពរកស៊ី ឬក្នុងការធ្វើអ្វីមួយវិញ មានន័យថា ការរៀបចំផែនការក្នុងការធ្វើអ្វីមួយដើម្បីឱ្យសម្រេចបានគោលដៅ^៨។

“យុទ្ធសាស្ត្រ” គឺជាផែនការសកម្មភាព គ្រោងឡើងដើម្បីសំរេចបាននូវគោលដៅជាក់លាក់មួយ។ ពាក្យនេះក្លាយមកពីពាក្យក្រិច Strategy ដែលមានន័យថា “មេទ័ព មេបញ្ជាការកងទ័ព”។ ក្នុងភាសាខ្មែរ វា ក្លាយមកពីពាក្យ “យុទ្ធសាស្ត្រ < យុទ្ធ + សាស្ត្រ”។ យុទ្ធ ជាពាក្យបាលីសំស្ក្រឹត មានន័យថា ចម្បាំង ឬសង្គ្រាម ចំណែកឯ សាស្ត្រ ជាពាក្យបាលីសំស្ក្រឹតដូចគ្នា និងមានន័យថា ក្បួន ឬគម្ពីរ។ សរុបមកយុទ្ធសាស្ត្រមានន័យ ថា ជាក្បួន ចម្បាំង ឬ ក្បួនសម្រាប់ច្បាំង។

“យុទ្ធសាស្ត្រ” ត្រូវបានប្រើយ៉ាងទូលំទូលាយក្នុងវិស័យ នយោបាយ យោធា សេដ្ឋកិច្ច និង ជំនួញ។ កន្លងមក មានអ្នកប្រាជ្ញ ជាច្រើនបានចងក្រងទ្រឹស្តីនៃ យុទ្ធសាស្ត្រ ហើយខ្លះមានប្រវត្តិតាំងពីមុនគ្រឹស្តសករាជ មកម្ល៉េះ។ ក្នុងចំណោមនោះមានដូចជាលោក ស៊ុន ស៊ូ (ស.វ ទី៦ មុន គ.ស), បាណាក្យា (ស.វ ទី៤ មុន គ.ស), ម៉ៅសេទុង, ម៉ែឃើល ផតធើរ, ខាលវ៉ែន ក្លូសវីដ ជាដើម។ “យុទ្ធសាស្ត្រ” ពាក្យនេះគឺតែងតែគួរឱ្យ ភ័យខ្លាច បន្តិចដោយសារតែ វិចទ័របានដឹងថានៃគំនិតនេះ។ នៅក្រោមយុទ្ធសាស្ត្រ នេះជាពិសេសវាមានន័យថា គោលនយោបាយរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ។ ប្រសិនបើអ្នកសម្លឹងមើលទៅលើគំនិតនេះព្យញ្ជនៈ នេះគឺជាពិតជាអ្វី ដែលនាយកប្រតិបត្តិក្រុមហ៊ុននេះមានបំណងចង់ធ្វើការនៅក្នុងពេលអនាគត^៩។

២.២.២. លក្ខណៈផ្សេងៗនៃយុទ្ធសាស្ត្រ

+សារសំខាន់នៃយុទ្ធសាស្ត្រ

ដើម្បីឱ្យមានលក្ខណៈពេញលេញ និងរឹងមាំ យុទ្ធសាស្ត្រត្រូវមានលក្ខណៈសម្បត្តិដូចជា៖

- យុទ្ធសាស្ត្រ ជាការច្របាច់បញ្ចូលគ្នាត្រឹមត្រូវ នៃកត្តាជាច្រើន។
- យុទ្ធសាស្ត្រ ផ្ដោតជាសំខាន់ទៅលើឥទ្ធិពលនៃកត្តាខាងក្រៅ ដែលអាចប៉ះពាល់ដល់អង្គភាពជាជាង បញ្ហាផ្ទៃក្នុង។
- យុទ្ធសាស្ត្រ ជាគោលការណ៍សម្រាប់រយៈពេលវែង និងសម្លឹងមើលទៅក្នុងអនាគត ក្នុងគោលដៅ ទប់ស្កាត់បញ្ហា ដោះស្រាយបញ្ហា ឬ ធ្វើកំណែទម្រង់អ្វីមួយ។

⁷ <https://t.me/GPT4Telegrambot>

⁸ ដកស្រង់ចេញពីវិចនានុក្រមសម្តេចព្រះសង្ឃរាជជួនណាត

⁹ <https://socheatorganization.wordpress.com/>

- យុទ្ធសាស្ត្រ មិនមែនជាការសម្ងាត់របស់ថ្នាក់ដឹកនាំកំពូល ផ្ទុយទៅវិញវាគួរត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយ ទៅរាល់បុគ្គលនៅថ្នាក់ក្រោម ដើម្បីឱ្យពួកគេយល់ និងតម្រិតម្រង់សកម្មភាពទាំងឡាយ របស់ពួកគេឱ្យស្របទៅនឹងយុទ្ធសាស្ត្រដែលបានដាក់ចេញ។
- យុទ្ធសាស្ត្រ ពឹងផ្អែកលើការ “ វិភាគ ” មិនមែនជាការស្រមើស្រមៃទេ។ យុទ្ធសាស្ត្រ ភាគច្រើនផ្ដើមឡើងដោយថ្នាក់ដឹកនាំកំពូល។
- យុទ្ធសាស្ត្រ ផ្អែកលើគោលដៅច្បាស់លាស់។

អាស្រ័យលើការប្រើប្រាស់ នៅក្នុងពេលនេះ ខ្ញុំនឹងច្របាច់បញ្ចូលយុទ្ធសាស្ត្រ ជាបីក្រុមសំខាន់ៗគឺ៖

1. យុទ្ធសាស្ត្រជំនួញ
2. យុទ្ធសាស្ត្រនយោបាយ
3. យុទ្ធសាស្ត្រយោធា

+ ចំណាត់ថ្នាក់នៃយុទ្ធសាស្ត្រ

តាមការពិសោធន៍ និងអង្កេតជាក់ស្តែងលើ ទិដ្ឋភាព និង ដំណើរការប្រព្រឹត្តិទៅ នៃអង្គភាព យុទ្ធសាស្ត្រ ត្រូវបានបែងចែកជា បីកម្រិតផ្សេងគ្នាគឺ កម្រិតយុទ្ធសាស្ត្រ (Corporate/strategic level) កម្រិតគ្រប់គ្រង ឬកម្រិតកណ្តាល (Business/Management level) និងកម្រិតប្រតិបត្តិការ (functional/operational level)។ កម្រិតយុទ្ធសាស្ត្រ ជាកម្រិតកំពូល ភាគច្រើនពុំជាប់ពាក់ព័ន្ធនឹង ការងារបច្ចេកទេសច្រើនឡើយ។ នៅក្នុងអង្គភាពអាជីវកម្ម គឺបណ្តាក្រុមប្រឹក្សាភិបាល ឬនាយកប្រតិបត្តិ ដែលជាអ្នកស្ថិតនៅក្នុងកម្រិតនេះ។ កម្រិតកណ្តាល ជាប់ពាក់ព័ន្ធយ៉ាងច្រើនទៅនឹងដំណើរការគ្រប់គ្រង និងបច្ចេកទេស។ អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែក ទីផ្សារ ហិរញ្ញវត្ថុ រដ្ឋបាល និង ព័ត៌មានវិទ្យា ត្រូវបានចាត់ចូលទៅក្នុងកម្រិតនេះ។ កម្រិតកណ្តាលនេះ មានតួនាទីចាត់ចែងឱ្យយុទ្ធសាស្ត្រកើតចេញជាសកម្មភាព។

កម្រិតប្រតិបត្តិការ ជាអ្នកអនុវត្តន៍នូវយុទ្ធសាស្ត្រដែលថ្នាក់កំពូល និងកណ្តាលបានដាក់ចេញ។

+ ការបង្កើត យុទ្ធសាស្ត្រ

គេបង្កើត យុទ្ធសាស្ត្រ ទៅតាមដំណាក់កាលដូចខាងក្រោម៖

1. កំណត់ ឬស្វែងរកបញ្ហា
2. វិភាគភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមកំហែង
3. កំណត់គោលដៅ ទិសដៅ និងបេសកកម្ម
4. បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រ
5. អនុវត្តន៍យុទ្ធសាស្ត្រ
6. វាយតម្លៃការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ

+ការប្រើប្រាស់ យុទ្ធសាស្ត្រ

ការប្រើប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្រ មានលក្ខណៈទូលំទូលាយក្នុងវិស័យជាច្រើនរាប់ទាំង នយោបាយយោធា ជំនួញ សេដ្ឋកិច្ច និង ទំនាក់ទំនងការទូត។ អាស្រ័យដោយការប្រជែងមានលក្ខណៈកាន់តែខ្លាំងក្លា នាបច្ចុប្បន្ន ការប្រើប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្របានត្រឹមត្រូវអាចជួយឱ្យបុគ្គល ឬអង្គភាពអាចការពារខ្លួនពីការប្រជែង ឈានមុខគេ ប្រជែង ឬ រារាំងគូប្រជែងបាន។ យុទ្ធសាស្ត្រនេះគឺជាអ្វីដែល? ពាក្យនេះគឺតែងតែគួរឱ្យក៏យខ្លាចបន្តិចដោយសារ តែរឹតទ័របានដឹងថានៃគំនិតនេះ។ នៅក្រោមយុទ្ធសាស្ត្រនេះជាពិសេសវាមានន័យថាគោលនយោបាយរបស់ ក្រុមហ៊ុននេះ។ ប្រសិនបើអ្នកសម្លឹងមើលទៅលើគំនិតនេះព្យញ្ជនៈ, នេះគឺជាពិតជាអ្វីដែលនាយកប្រតិបត្តិ ក្រុមហ៊ុននេះមានបំណងចង់ធ្វើការនៅក្នុងពេលអនាគត។ ចំពោះការយល់ដឹងច្បាស់ពីអ្វីដែលជាយុទ្ធសាស្ត្រ គឺជាការចាំបាច់ដើម្បីពិចារណារយៈពេលនៅក្នុងទិដ្ឋភាពជាច្រើន។ ដំបូង យុទ្ធសាស្ត្រជាទិសដៅជាមួយនឹង ការអនុម័តនៃសហគ្រាសដំណោះស្រាយរយៈពេលវែងនេះ។ ជាដំបូងនៃការទាំងអស់មានយុទ្ធសាស្ត្រ របស់ក្រុមហ៊ុន នេះត្រូវតែត្រូវបានកំណត់ពីទស្សនៈនៃ ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចដែលដោយចៃដន្យ ឬចេតនា កំណត់ទិសដៅរយៈពេលវែងនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចរបស់ខ្លួន។ ក្នុងករណីនេះ របស់ក្រុមហ៊ុនមួយអាចមាន ន័យថាអាជីវកម្ម ឬ អង្គការការបែកបាក់ ឬក្រុមហ៊ុនបុគ្គលម្នាក់របស់ខ្លួន។ ទោះបីយ៉ាងណា បញ្ហា នៅក្រោមអ្វីដែលមិនមានអង្គភាពអាជីវកម្មនោះទេ គួរតែរួមបញ្ចូលយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ដែល បានកំណត់ ទុកជាមុននូវដំណោះស្រាយនាពេល អនាគតរបស់ខ្លួនពីរចនាសម្ព័ន្ធចាត់តាំងនិង ដាក់ចេញសកម្មភាព។ អ្នក ឯកទេសបានកត់សម្គាល់ គុណសម្បត្តិចម្បងពីរជាមួយនឹងនិយមន័យនៃយុទ្ធសាស្ត្រនេះ។ ទីមួយគឺថាយើង កំពុងនិយាយអំពីដំណោះស្រាយដោយខ្លួនឯងនិងដំណើរការនៃការធ្វើ មិនមានគម្រោងនេះ។ បន្ទាប់ពីបាន ទាំងអស់ដោយមិនគិតពីថា តើគម្រោងនេះនឹងត្រូវបានយកការសម្រេចចិត្តនៅគ្រប់ដង។ អត្ថប្រយោជន៍ទីពីរគឺ ត្រូវបានបង្ហាញនៅក្នុងអាទិភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន។ មិនមែនទាំងអស់នៃការចនាម្តង ដែលត្រូវបានដឹងថា ដូច្នេះវា ជាយុទ្ធសាស្ត្រមួយជ័យជំនះ ទំនាស់ផលប្រយោជន៍ និងផលវិបាករបស់ពួកគេដើម្បីជំនះលើការ មិនអាច ទាយទុកជាមុន។ បើយោងទៅតាមនិយមន័យដំបូងនៃយុទ្ធសាស្ត្រ នេះបានសម្រេចចិត្តដើម្បីក្លាយជា អ្នក ដឹកនាំនៅក្នុងអង្គការនេះ គឺមិនត្រូវបានចាត់ទុកថាជាយុទ្ធសាស្ត្រ។ សេចក្តីសម្រេចនេះ ទំនងជាត្រូវបាន ទាក់ទងទៅនឹង ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ។ នៅក្នុងសេចក្តីសង្ខេប យុទ្ធសាស្ត្រជាការអនុវត្តកម្មវិធីដែល អាចនាំឱ្យ មានលទ្ធផលជាក់ស្តែងដែល អាចមានទាំងវិជ្ជមាន និងអវិជ្ជមាន។ ដូច្នេះក្នុងនិយមន័យដំបូងបានពន្យល់ពីអ្វី ដែលជាយុទ្ធសាស្ត្រ។ ទោះជាយ៉ាងណា របៀបដែលយុទ្ធសាស្ត្រនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីសម្រេចបាននូវ លទ្ធផលដែលអ្នកចង់បានខ្ពស់? សំណួរនេះអាចឆ្លើយនូវនិយមន័យទីពីរ ដែលបង្ហាញថាជាយុទ្ធសាស្ត្រឆ្នើម នេះគឺជាយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងគ្នា។ វានឹងនាំមកនូវ ប្រាក់ចំណេញលើសតែប៉ុណ្ណោះប្រសិនបើការសម្រេចចិត្តនេះនឹង មានភាពខុសគ្នាពីដំណោះស្រាយបន្តិចប្រកួតប្រជែង។ ក្នុងករណីនេះផ្សេងគ្នា វាមិនតែងតែមានន័យថាល្អ ប្រសើរជាងមុន។ គំរូអាជីវកម្មអាចត្រូវ បានប្រែប្រួលទៅកាន់ទីផ្សារតែប៉ុណ្ណោះនៅពេលដែល វាគឺជាការ ប្រកួតប្រជែង។ ដូច្នេះអ្វីដែលជាបណ្តឹងឧទ្ធរណ៍ពិសេសអាចមានគំរូសម្រាប់អតិថិជនមួយ? នេះអាចជា ផលិតផលល្អប្រសើរជាងមុននិង មានតម្លៃទាប ឬសេវាល្អប្រសើរជាងមុន។ "ល្អបំផុត" នៅក្នុងខ្លួនវាតែងតែ មានន័យថាគំនិត "មិនដូចអ្នកដទៃទៀត"។ ដើម្បីរក្សាទុកផលប្រយោជន៍ សម្រាប់ពេលយូរនោះវាមិនគួរមាន

ការងាយស្រួលក្នុងការធ្វើម្តងទៀត។ ក្លែងក្លាយរបស់គាត់ត្រូវតែទាមទារឱ្យ មានដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់យើងនៃ ការចេញពីទុរវិនិយោគយ៉ាងសំខាន់។ និងនៅពេលដែល ពួកគេនឹងអាចចាប់ឡើងជាមួយនឹងមេដឹកនាំលោក នឹង បានធ្វើឱ្យបោះជំហានទៅមុខមួយហើយម្តងទៀតផ្តល់ជូននូវអ្វីល្អប្រសើរជាងមុន។

ចម្លើយសាមញ្ញបំផុតក្នុងការសំណួរថា: "តើអ្វីជាយុទ្ធសាស្ត្រ" អាចត្រូវបានរកឃើញនៅក្នុង អក្សរសិល្ប៍ ដែលមានមូលដ្ឋាន ឬសេចក្តីយោងត្រូវបានបំភ្លឺយ៉ាងទូលំទូលាយនិង ផ្ទៀងផ្ទាត់ការអនុវត្តបច្ចេកទេសការអភិវឌ្ឍ អាជីវកម្ម។ វិធីសាស្ត្រផ្សេងគ្នាពួកគេតំណាងដើម្បី ពង្រីកសកម្មភាពរបស់ក្រុមហ៊ុននេះទាក់ទងទៅនឹង ការ ផ្លាស់ប្តូររបស់គ្នានៃធាតុដូចខាងក្រោមនេះ: ទីផ្សារផលិតផលឧស្សាហកម្មនិងបច្ចេកវិទ្យា។ គ្នានៃធាតុទាំងនេះ អាចមានវត្តមាននៅក្នុងរដ្ឋដែលមានស្រាប់ឬថ្មី។ សព្វថ្ងៃនេះអ្នកជំនាញក្នុង ការអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្រមានតម្លៃ លក្ខណៈសម្បត្តិសំខាន់ពីរនៃ ផលប្រយោជន៍ក្នុងការប្រកួតប្រជែង។ នៅពេលជាមួយគ្នាដើម្បីឱ្យ មានភាព ខុសគ្នាបន្តិចហើយអ្នកត្រូវតែ ធ្វើអ្វីខុសគ្នាជាងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់យើង។ ហើយដូច្នេះយើងត្រូវតែអាច ទទួលយកការសម្រេចចិត្ត ការគិតធម្មតាការប្រកួតប្រជែង¹⁰។

២.២.៣ ទ្រឹស្តីនៃយុទ្ធសាស្ត្រការរៀបចំគម្រោងថវិកា

ការរៀបចំគម្រោងថវិកា គឺជាការជះឥទ្ធិពលដែលមានគោលដៅលើប្រធានបទនៃ វត្ថុបំណងសំដៅ ធ្វើឱ្យបាននូវផលប្រយោជន៍មួយជាក់ណាត់។ សម្រេចគោលដៅនៃ អង្គភាពចាត់តាំងមួយដោយការឆ្លងកាត់ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និងធនធានដទៃទៀត។

ការរៀបចំគម្រោងថវិកា គឺជាដំណើរការប្រើប្រាស់ធនធាននៅក្នុងអង្គភាព ឱ្យទទួលបានជោគជ័យដល់ អង្គភាព ដោយមានការរៀបចំ ការធ្វើផែនការ ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យ។

ការគ្រប់គ្រងគម្រោងថវិកា គឺជាដំណើរការរៀបចំចាត់ចែងដឹកនាំ និងត្រួតពិនិត្យដោយប្រើធនធាន ផ្សេងៗទៀតនិងដើម្បីសម្រេចគោលដៅ¹¹។

២.៣ និយមន័យអត្ថប្រយោជន៍

អត្ថប្រយោជន៍ គឺជាគុណសម្បត្តិ ឬរង្វាន់ដែលកើតចេញពីស្ថានភាព ឬសកម្មភាពជាក់លាក់មួយ។ នៅក្នុងបរិបទនៃការងារ អត្ថប្រយោជន៍ច្រើនតែសំដៅទៅលើសំណងដែលមិនមែនជាប្រាក់ឈ្នួលដែលផ្តល់ ដល់និយោជិតបន្ថែមពីលើប្រាក់បៀវត្សរ៍ធម្មតារបស់ពួកគេ ដូចជាការធានារ៉ាប់រងសុខភាព ផែនការចូលនិវត្តន៍ ពេលវេលាសម្រាក និងអត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងៗទៀត។ អត្ថប្រយោជន៍ក៏អាចសំដៅទៅលើលទ្ធផលវិជ្ជមាន ឬ គុណសម្បត្តិដែលទទួលបានពីដំណើរការជាក់លាក់នៃសកម្មភាព ឬការសម្រេចចិត្ត¹²។

២.៣.១ អត្ថប្រយោជន៍ក្នុងការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុន

ការរៀបចំថវិការបស់ក្រុមហ៊ុន ផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើន ដែលអាចជះឥទ្ធិពលជាវិជ្ជមានដល់ សុខ ភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងដំណើរការទាំងមូលរបស់អង្គការ។ អត្ថប្រយោជន៍សំខាន់ៗមួយចំនួន នៃការរៀបចំថវិកា របស់ក្រុមហ៊ុនរួមមាន៖

¹⁰ <https://km.birmiss.com>

¹¹ ដកស្រង់ចេញពីសៀវភៅសារណាចាស់ៗ កាគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ិន ស៊ី អិច ហុងដា(ត្រង់ចំណុច ២.១ លក្ខណៈ ទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់)

¹² <https://t.me/GPT4Telegrambot>

១. ការធ្វើផែនការហិរញ្ញវត្ថុ៖ ថវិកាផ្តល់នូវផែនទីបង្ហាញផ្លូវសម្រាប់សកម្មភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ជួយរៀបចំផែនការ និងបែងចែកធនធានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីគាំទ្រដល់គោលដៅអាជីវកម្ម។

២. ការកំណត់គោលដៅ និងការវាយតម្លៃការអនុវត្ត៖ ថវិកាអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនកំណត់គោលដៅហិរញ្ញវត្ថុ និងស្តង់ដារដែលអាចត្រូវបានប្រើដើម្បីវាយតម្លៃការអនុវត្ត និងធ្វើការកែតម្រូវតាមតម្រូវការដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅ។

៣. ការបែងចែកធនធាន៖ តាមរយៈការបង្កើតថវិកា ក្រុមហ៊ុនអាចបែងចែកធនធានដូចជា ដើមទុន កម្លាំងពលកម្ម និងសម្ភារៈតាមរបៀបដែលបង្កើនប្រសិទ្ធភាព និងគាំទ្រដល់គំនិតផ្តួចផ្តើមយុទ្ធសាស្ត្រ។

៤. ការគ្រប់គ្រងការចំណាយ៖ ថវិកាជួយក្នុងការគ្រប់គ្រងការចំណាយ និងគ្រប់គ្រងការចំណាយដោយកំណត់ដែនកំណត់ និងត្រួតពិនិត្យការចំណាយក្នុងវិស័យផ្សេងៗនៃអាជីវកម្ម។

៥. ការសម្រេចចិត្ត៖ ថវិកាដែលបានរៀបចំយ៉ាងល្អផ្តល់នូវទិន្នន័យហិរញ្ញវត្ថុ ដ៏មានតម្លៃដែលគាំទ្រដល់ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តដែលមានព័ត៌មាន អនុញ្ញាតឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងផ្តល់អាទិភាព ដល់ការវិនិយោគ ផែនការពង្រីក និងគំនិតផ្តួចផ្តើមយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងទៀត។

៦. ការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់៖ ថវិកាជួយក្នុងការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់ ដោយការព្យាករណ៍ប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយ ដោយធានាថា ក្រុមហ៊ុនមានសាច់ប្រាក់ងាយស្រួលគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីបំពេញកាតព្វកិច្ចហិរញ្ញវត្ថុរបស់ខ្លួន។

៧. ការវាស់វែងការអនុវត្ត៖ ថវិកាដើរតួជាគោល សម្រាប់វាយតម្លៃការអនុវត្តហិរញ្ញវត្ថុជាក់ស្តែងរៀបរឹងគោលដៅដែលបានគ្រោងទុក ដែលអាចឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងកំណត់អត្តសញ្ញាណភាពខុសគ្នា និងចាត់វិធានការកែតម្រូវតាមតម្រូវការ។

៨. ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធ៖ ថវិកាអាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាឧបករណ៍សម្រាប់ទំនាក់ទំនងផែនការហិរញ្ញវត្ថុ និងការអនុវត្តទៅកាន់ភាគីពាក់ព័ន្ធដូចជា វិនិយោគិន អ្នកផ្តល់ប្រាក់កម្ចី និងសមាជិកក្រុមប្រឹក្សាភិបាល ដោយជំរុញឱ្យមានតម្លាភាព និងគណនេយ្យភាព។

៩. ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ៖ ថវិកាអនុញ្ញាត ឱ្យក្រុមហ៊ុនកំណត់អត្តសញ្ញាណហានិភ័យហិរញ្ញវត្ថុដែលអាចកើតមាន និងបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីកាត់បន្ថយពួកគេ បង្កើនស្ថិរភាពហិរញ្ញវត្ថុទាំងមូល។

១០. ការតម្រឹមយុទ្ធសាស្ត្រ៖ តាមរយៈការតម្រឹមថវិកាជាមួយ នឹងគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន អង្គការអាចធានាថាធនធានហិរញ្ញវត្ថុ ត្រូវបានតម្រង់ឆ្ពោះទៅរកសកម្មភាពដែល គាំទ្រដល់កំណើនរយៈពេលវែង និងនិរន្តរភាព។

សរុបមក ការរៀបចំថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនគឺ ចាំបាច់សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុប្រកបដោយ ប្រសិទ្ធភាព ការធ្វើផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងការវាយតម្លៃការអនុវត្ត ដែលទីបំផុតរួមចំណែក ដល់ភាពជោគជ័យ និងស្ថិរភាពនៃអាជីវកម្មទាំងមូល¹³។

១១. ជួយឱ្យផ្នែកគ្រប់គ្រង ដឹងពីប្រតិបត្តិការទាំងមូលរបស់អង្គភាព និងការជះឥទ្ធិពលពីកត្តាខាងលើប្រតិបត្តិការ ដូចជានិន្នាការសេដ្ឋកិច្ច ដើម្បីឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងធ្វើការសម្រេចចិត្តបានត្រឹមត្រូវ។

¹³ <https://t.me/GPT4Telegrambot>

១២. ជួយសម្របសម្រួលសកម្មភាពអាជីវកម្ម នៅក្នុងអង្គភាព ដែលធ្វើឲ្យគោលដៅរបស់ឧបករណ៍នីមួយៗ ជាប់ទាក់ទងជាមួយកម្មវត្ថុទាំងមូលរបស់អង្គភាព។

១៣. ផ្តល់នូវ កម្មវត្ថុជាក់លាក់មួយ សម្រាប់វាយតម្លៃការអនុវត្តការងារគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់។

១៤. តម្រូវឱ្យផ្នែកគ្រប់គ្រងលំដាប់ថ្នាក់ រៀបចំគម្រោងសម្រាប់ពេលអនាគត និងធ្វើការកំណត់នូវគោលដៅ ជាក់លាក់មួយ សម្រាប់ប្រតិបត្តិការទូទៅ ដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងអង្គភាព។

១៥. ជួយលើកទឹកចិត្តដល់បុគ្គលិក ក្នុងការរៀបចំដើម្បីសម្រេចបានតាមកម្មវត្ថុដែលបានគ្រោងទុក។

ជំពូកទី៣
លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

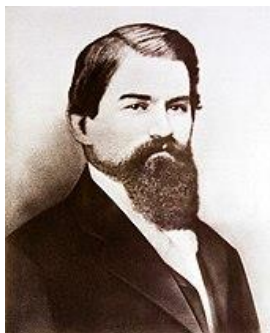
ជំពូកទី៣

ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា

៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា

ភេសជ្ជៈកូកា-កូឡាត្រូវបានបង្កើតឡើងតាំងពីឆ្នាំ១៨៨៦ ពេលគឺជាង១៣៥ឆ្នាំមុនពេលបច្ចុប្បន្ន ដោយលោកវេជ្ជបណ្ឌិត John S. Pemberton មានទីលំនៅក្នុងរដ្ឋអាត្លង់តា សហរដ្ឋអាមេរិក។ នេះបើតាមការចុះផ្សាយរបស់គេហទំព័រ worldofcoca-cola.com។



John S. Pemberton

ភេសជ្ជៈ កូកា-កូឡា ប្រភេទដបត្រូវបាននាំចូលមកលក់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ជាលើកដំបូងតាំងពីដើមសតវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៦០ មកម្ល៉េះ ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈកម្ពុជាទើបតែ ចាប់ផ្តើមផលិតភេសជ្ជៈដែលផ្តល់នូវអារម្មណ៍ស្រស់ស្រាយ និងដ៏ពេញនិយមនេះ នៅប្រទេសកម្ពុជានៅក្នុងឆ្នាំ១៩៩៣ ប៉ុណ្ណោះដោយរោងចក្ររបស់យើងមានទីតាំងស្ថិតនៅលើប្រាំងទន្លេសាប ខណ្ឌឫស្សីកែវ រាជធានីភ្នំពេញ។



Coca Cola Cambodia

លោក Frank M. Robinson ដែលជាអ្នកលក់សៀវភៅ និងជាមិត្តម្នាក់របស់លោក Pemberton បានដាក់ឈ្មោះ និងរចនាម៉ូតូកូកា-កូឡាដែលគេបានឃើញមកដល់សព្វថ្ងៃ។ កាលពីជាងមួយរយឆ្នាំមុននោះ កូកា-កូឡាត្រូវបានគេកត់ត្រាថា មានអ្នកផឹកប្រមាណតែប្រាំបួនកែវប៉ុណ្ណោះក្នុងមួយថ្ងៃ នៅក្នុងអាត្លង់តា។ តែសព្វថ្ងៃ ជុំវិញពិភពលោក កូកា-កូឡាមានអ្នកបរិភោគប្រមាណជាង១.៩ពាន់លានដងក្នុងមួយថ្ងៃ។ ក្រោយមក លោក Pemberton បានលក់ភាគហ៊ុនរបស់លោកទៅកាន់អ្នកជំនួញជាច្រើនទៀត នៅពេលដែលគាត់ទទួលមរណភាពក្នុងឆ្នាំ១៨៨៨។

ដោយមានតម្រូវការច្រើនលើសលប់ ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡាបានបង្កើតរោងចក្រចម្រុះ ដោយខ្លួនឯង ក្នុងឆ្នាំ១៩៩៤ រួចលក់ចេញទៅក្រៅទីក្រុងអាត្លង់តា។ ក្នុងឆ្នាំ១៩១៦ កូកាកូឡាបានផលិតដំបូងរបស់ខ្លួនដែល មានលក្ខណៈប្លែកពីដំបូងដូចជាដំឡើងស្រួលក្នុងការចំណាំនិងកាន់។

ក្នុងឆ្នាំ១៨៨៧ បានទាក់ទាញទីផ្សាររបស់អតិថិជនដោយចែករេសផ្ទះមួយនេះដោយឥតគិតថ្លៃសម្រាប់ អ្នកពិសារដំបូង។ វាមិនមែនជារឿងថ្មីសម្រាប់ពេលបច្ចុប្បន្ននោះទេ តែកាលពីសម័យនោះ ការទាក់ទាញទីផ្សារ បែបនេះមិនមែនជារឿងសាមញ្ញនោះទេ។ ក្រោយមក អ្នកដែលបានភ្ជាក់បានចាប់អារម្មណ៍យ៉ាងខ្លាំងជាមួយ នឹងរេសជាតិរបស់វា។ នៅក្នុងអំឡុងពេល៥០ឆ្នាំចុងក្រោយ កូកាកូឡាបានពង្រីកឈ្មោះរបស់ខ្លួនតាមរយៈប ណ្តាញទូរទស្សន៍ជាច្រើនជុំវិញពិភពលោក។ គ្រឿងផ្សំសំខាន់នៃរេសជាតិរបស់កូកាកូឡា នៅតែជាអាថ៌កំបាំង សំងាត់ ដែលមនុស្សភាគច្រើនមិនអាចដឹង¹⁴។

ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡា ជាក្រុមហ៊ុនផលិតនិងចែកចាយរេសផ្ទះគ្មានជាតិស្រវឹងឈានមុខគេនៅក្នុង ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ រោងចក្រដល់ទំនើបរបស់យើង(សម្ពោធជាក់ឱ្យដំណើរការក្នុងឆ្នាំ២០១៣) មានទី តាំងស្ថិតនៅក្នុងតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេសភ្នំពេញ។ កូកាកូឡាកម្ពុជា ជាក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធ១០០%របស់ក្រុម ហ៊ុន Bottling Investments Group (BIG) នៅក្នុងប្រព័ន្ធក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡា។

ក្រុមហ៊ុនផលិតរេសផ្ទះចំនួន១៦មាន ៩ម៉ាកផលិតផល (9Brands) ជាប្រភេទរេសផ្ទះគ្មានជាតិ ស្រវឹង រួមមានរេសផ្ទះមានជាតិហ្គាស (Sparkling) តែ (Tea) រេសផ្ទះប៉ូរ៉ែកំលាំង (Energy drinks) ទឹក (water) និងរេសផ្ទះបំពេញជាតិទឹក (Isotonic) ដែលកំពុងផ្គត់ផ្គង់ដល់អតិថិជន នៅទូទាំងប្រទេសព្រះ រាជាណាចក្រកម្ពុជា។



កូកាកូឡាកម្ពុជា មានបុគ្គលិកប្រមាណជាង ៨៣០នាក់ កំពុងបំពេញការងារដោយផ្ទាល់ និង ប្រមាណជាង៨០០០នាក់ទៀត បំពេញការងារដោយប្រយោល នៅទូទាំងប្រទេស។ ក្រុមហ៊ុនពិតជា មាន មោទនភាព ដែលមានបុគ្គលិកជាជនជាតិខ្មែរលើសពី ៩៩,៧%ដែលក្នុងនោះស្ត្រី ៣១% ហើយស្ត្រីកាន់តួនាទី ជាគណៈគ្រប់គ្រងជាន់ខ្ពស់ក្រុមហ៊ុនមានរហូតដល់ទៅ ៣៧%។ ក្រុមហ៊ុន ប្តេជ្ញានឹងលើកកម្ពស់ស្ត្រី ដើម្បី សម្រេចឲ្យបានចំនួនបុគ្គលិកជាស្ត្រី ៥០%នៅត្រឹមឆ្នាំ២០៣០។

¹⁴ <https://thmeythmey.com/?page=detail&id=74786>

៣.១.២ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម គោលដៅ របស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា

• ចក្ខុវិស័យ

ចក្ខុវិស័យរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា ការបង្កើតម៉ាកយីហោ និងផ្តល់ជម្រើសភេសជ្ជៈជាច្រើន ប្រភេទដែលប្រជាជនកម្ពុជាចូលចិត្ត ព្រមទាំងផ្តល់នូវភាពស្រស់ស្រាយទាំងផ្នែករាងកាយ និងស្មារតីជូន ដល់ពួកគាត់ផងដែរ។

យើងមានចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់ក្នុងការ កសាងអាជីវកម្មមួយប្រកបដោយនិរន្តរភាព ដើម្បីកសាង អនាគតរួមគ្នាដល់ល្អ និងកាន់តែប្រសើរ សម្រាប់ការរស់នៅរបស់ប្រជាជន សហគមន៍ និងពិភពលោក ទាំងមូល។

• បេសកកម្ម និងគោលដៅ

យើងមានគោលដៅកែប្រែជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជន ឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរជាងមុន ដែលគិតចាប់ ពីបុគ្គលិករបស់យើង អ្នកដែលមានទំនាក់ទំនងជាមួយអាជីវកម្មរបស់យើង រហូតដល់សហគមន៍ជាច្រើន ផ្សេងៗទៀតដែលយើងចាត់ទុកជាផ្ទះរបស់យើងផងដែរ។

តាមរយៈកម្មវិធីទំនួលខុសត្រូវសង្គម ដោយរាប់ចាប់ពីការដំឡើងប្រព័ន្ធចម្រោះទឹកស្អាត ដែលបាន ផ្តល់ទឹកពិសោជន៍ដល់ប្រជាសហគមន៍ចំនួនជាង 60,000នាក់ នៅទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា រហូតដល់ ការ ផ្តល់ជំនួយដល់សហគមន៍របស់យើងនៅក្នុងពេលមានផ្ទុះឡើង នូវជំងឺរាតត្បាតកូវីដ-19 រាល់សកម្មភាព របស់ក្រុមហ៊ុន ភេសជ្ជៈកម្ពុជា (កូកា-កូឡា) យើងនេះគឺតែងតែផ្តល់អាទិភាពខ្ពស់ ទៅលើប្រជាជនជានិច្ច។

នៅឆ្នាំ2030 ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា មានគោលដៅប្រមូលកែច្នៃដបប្លាស្ទិក ឬកំប៉ុងឲ្យបាន100%ស្មើ និងចំនួនសំបកវេចខ្ចប់ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា បានប្តេជ្ញារក្សាភាពស្រស់បំព្រងនៃធម្មជាតិ និងផ្តល់ជូនសហគមន៍វិញ នូវទឹក ដែលយើងបានប្រើប្រាស់ក្នុងភេសជ្ជៈ និងក្នុងសង្វាក់ផលិតកម្មឲ្យបាន100%+។ ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា កំពុងបំពេញបេសកកម្មផ្តល់ និងរក្សាធនធានទឹកនៅគ្រប់ទីកន្លែងដែលយើងធ្វើអាជីវកម្មពេលគឺទី តាំងផលិតធាតុផ្សំនិងទីតាំងទាំងឡាយ ណាដែលជាផ្នែកពាក់ព័ន្ធនឹងអាជីវកម្ម¹⁵។

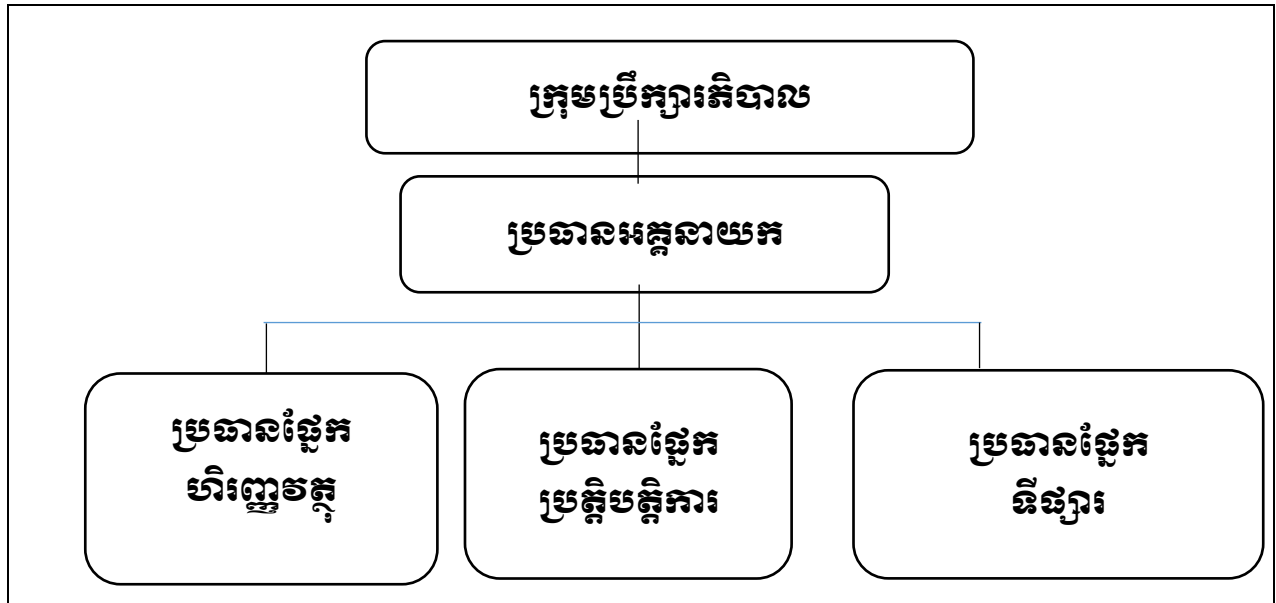
ស្ថាប័នសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា



¹⁵ <https://www.cbcl.com.kh/km/our-company/history-of-cbcl/>

៣.១.៣ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង តួនាទី និង ភារកិច្ច របស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា
ក. រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង

រចនាសម្ព័ន្ធរបស់អាជីវកម្ម



ក្រុមហ៊ុនក៏ត្រូវបានរៀបចំជាអង្គភាព និងតំបន់ប្រតិបត្តិការផ្សេងៗ ដែលនីមួយៗមានក្រុមដឹកនាំផ្ទាល់ខ្លួនទទួលខុសត្រូវចំពោះប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃ និងទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងតំបន់រៀងៗខ្លួន។ អង្គភាពទាំងនេះរួមមានអាមេរិកខាងជើង អាមេរិកឡាទីន អឺរ៉ុប មជ្ឈិមបូព៌ា និងអាហ្វ្រិក អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក ក្រុមវិនិយោគដប និងសាជីវកម្ម។

សូមចំណាំថា រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន The Coca-Cola អាចនឹងមានការវិវឌ្ឍន៍តាំងពីឆ្នាំ 2022 មកម្ល៉េះ ដូច្នេះគួរយោងទៅប្រភពផ្លូវការចុងក្រោយបំផុតសម្រាប់ព័ត៌មានចុងក្រោយបំផុត¹⁶។

ខ. តួនាទីគណៈគ្រប់គ្រង

គិតត្រឹមឆ្នាំ 2022 ក្រុមគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន Coca-Cola ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជំរុញទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន គ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន និងធានានូវកំណើនប្រកបដោយចីរភាព។ នេះជា ទិដ្ឋភាព សំខាន់ មួយ ចំនួន នៃ តួនាទី របស់ ក្រុម គ្រប់ គ្រង របស់ កូកា-កូឡា ក្នុង អំឡុង ពេល នេះ៖

1. ភាពជាអ្នកដឹកនាំយុទ្ធសាស្ត្រ៖ ក្រុមការងារគ្រប់គ្រងដែលដឹកនាំដោយនាយកប្រតិបត្តិ និងនាយកប្រតិបត្តិកំពូលផ្សេងទៀត ទទួលខុសត្រូវក្នុងការកំណត់អាទិភាពយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន និងចក្ខុវិស័យយុទ្ធសាស្ត្រ។ ពួកគេបង្កើតផែនការដើម្បីជំរុញកំណើន ការបង្កើតថ្មី និងប្រាក់ចំណេញ ខណៈពេលដែលសម្របខ្លួនទៅនឹងការផ្លាស់ប្តូរថាមវន្តទីផ្សារ។
2. ឧត្តមភាពផ្នែកប្រតិបត្តិការ៖ ក្រុមការងារគ្រប់គ្រងត្រួតពិនិត្យប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃរបស់កូកា-កូឡា ដោយធានាបាននូវប្រសិទ្ធភាព គុណភាព និងការអនុលោមតាមតម្រូវការបទប្បញ្ញត្តិ។ ពួកគេផ្តោតលើការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពដំណើរការ ការគ្រប់គ្រងការចំណាយ និងការផ្តល់តម្លៃដល់អតិថិជន និងម្ចាស់ភាគហ៊ុន។

¹⁶ <https://t.me/GPT4Telegrambot>

3. ការច្នៃប្រឌិត និងការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផល៖ ក្រុមការងារគ្រប់គ្រងជំរុញការបង្កើតថ្មីនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ស្វែងរកឱកាសផលិតផលថ្មីៗ បច្ចេកវិទ្យា និងគំរូអាជីវកម្ម។ ពួកគេវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវ និងការអភិវឌ្ឍន៍ដើម្បីបង្កើតភេសជ្ជៈប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងដំណោះស្រាយការវេចខ្ចប់ ដែលបំពេញតាមចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងនិន្នាការទីផ្សារ។
4. ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ និងម៉ាកយីហោ៖ ក្រុមការងារគ្រប់គ្រង រួមទាំងប្រធានផ្នែកទីផ្សារ ដឹកនាំកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងទីផ្សាររបស់កូកា-កូឡា ក្នុងការកសាងម៉ាកយីហោឱ្យរឹងមាំ ទាក់ទាញអ្នកប្រើប្រាស់ និងជំរុញការលក់។ ពួកគេបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ យុទ្ធនាការ និងភាពជាដៃគូដើម្បីផ្សព្វផ្សាយផលិតផលរបស់កូកា-កូឡាទូទាំងពិភពលោក។
5. និរន្តរភាព និងទំនួលខុសត្រូវសាជីវកម្ម៖ ក្រុមគ្រប់គ្រងផ្ដោតលើនិរន្តរភាព និងទំនួលខុសត្រូវសាជីវកម្មដោយធ្វើការឆ្ពោះទៅរកការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន ផលប៉ះពាល់សង្គម និងការអនុវត្តអាជីវកម្មប្រកបដោយក្រមសីលធម៌។ ពួកគេកំណត់គោលដៅកាត់បន្ថយការបញ្ចេញកាបូន លើកកម្ពស់ការកែច្នៃឡើងវិញ និងគាំទ្រគំនិតផ្តួចផ្តើមសហគមន៍។
6. ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ៖ CFO និងក្រុមហិរញ្ញវត្ថុដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងដំណើរការហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Coca-Cola រួមទាំងថវិកា ការព្យាករណ៍ និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ ពួកគេធានាថាក្រុមហ៊ុនរក្សាជំហរហិរញ្ញវត្ថុរឹងមាំ និងផ្តល់តម្លៃដល់អ្នកវិនិយោគ។
7. ការអភិវឌ្ឍន៍ទេពកោសល្យ និងភាពចម្រុះ៖ ក្រុមគ្រប់គ្រងផ្ដោតលើការអភិវឌ្ឍកម្លាំងពលកម្មចម្រុះ និងរួមបញ្ចូល ការទាក់ទាញទេពកោសល្យកំពូល និងជំរុញវប្បធម៌នៃការសហការ និងការច្នៃប្រឌិត។ ពួកគេវិនិយោគលើការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ការអភិវឌ្ឍន៍ភាពជាអ្នកដឹកនាំ និងគំនិតផ្តួចផ្តើមភាពចម្រុះដើម្បីជំរុញភាពជោគជ័យរបស់អង្គការ។

សរុបមក ក្រុមការងារគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន Coca-Cola ក្នុងឆ្នាំ 2022 និងលើសពីនេះ គឺត្រូវបានឧទ្ទិសដល់ការជំរុញកំណើនប្រកបដោយនិរន្តរភាព ជំរុញការបង្កើតថ្មី និងការផ្តល់តម្លៃដល់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ខណៈពេលដែលរក្សាតម្លៃស្នូល និងការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់ឧត្តមភាព¹⁷។

គ. ភារកិច្ចគណៈគ្រប់គ្រង

គិតត្រឹមឆ្នាំ 2022 និងបន្តរហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន ក្រុមការងារគ្រប់គ្រងនៅ Coca-Cola មានទំនួលខុសត្រូវលើភារកិច្ច និងមុខងារជាច្រើន ដើម្បីធានាបាននូវភាពជោគជ័យ និងនិរន្តរភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ភារកិច្ចសំខាន់ៗមួយចំនួននៃការគ្រប់គ្រងរបស់ Coca-Cola ចាប់ពីឆ្នាំ 2022 ដល់បច្ចុប្បន្នរួមមាន៖

1. ការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ៖ ក្រុមគ្រប់គ្រងមានទំនួលខុសត្រូវក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ និងអនុវត្តផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ដើម្បីជំរុញកំណើនរបស់ក្រុមហ៊ុន ប្រាក់ចំណេញ និងអត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងឧស្សាហកម្មភេសជ្ជៈពិភពលោក។ ពួកគេវាយតម្លៃនិន្នាការទីផ្សារ ចំណូលចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងឱកាសដែលកំពុងរីកចម្រើន ដើម្បីដឹកនាំទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន។

¹⁷ <https://t.me/GPT4Telegrambot>

2. ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ៖ ក្រុមការងារគ្រប់គ្រងត្រួតពិនិត្យសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់កូកា-កូឡា រួមទាំងថវិកា របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ និងការបែងចែកដើមទុន។ ពួកគេធ្វើការដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុ គ្រប់គ្រងការចំណាយ និងផ្តល់ផលចំណេញខ្លាំងដល់ម្ចាស់ភាគហ៊ុន។
3. ការច្នៃប្រឌិតផលិតផល៖ ក្រុមការងារគ្រប់គ្រងផ្ដោតលើការច្នៃប្រឌិតក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផល ដើម្បីបំពេញតម្រូវការ និងចំណូលចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ដែលផ្លាស់ប្តូរ។ ពួកគេវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវ និងការអភិវឌ្ឍន៍ដើម្បីបង្កើតភេសជ្ជៈថ្មី ដំណោះស្រាយវេចខ្ចប់ និងគំនិតផ្តួចផ្តើមប្រកបដោយនិរន្តរភាពដែលឆ្លើយតបនឹងអតិថិជន។
4. ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ និងម៉ាកយីហោ៖ ក្រុមការងារគ្រប់គ្រងដឹកនាំកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងផ្នែកទីផ្សាររបស់កូកា-កូឡា ក្នុងការកសាង និងពង្រឹងម៉ាកសញ្ញារបស់ខ្លួន ទាក់ទាញអ្នកប្រើប្រាស់ និងជំរុញការលក់។ ពួកគេបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ យុទ្ធនាការ និងភាពជាដៃគូដើម្បីបង្កើនភាពមើលឃើញ និងភាពស្មោះត្រង់របស់ម៉ាកយីហោ។
5. និរន្តរភាព និងទំនួលខុសត្រូវសាជីវកម្ម៖ ក្រុមការងារគ្រប់គ្រងបានដាក់អាទិភាពខ្ពស់លើគំនិតផ្តួចផ្តើមប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការទទួលខុសត្រូវសាជីវកម្ម។ ពួកគេធ្វើការដើម្បីកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់បរិស្ថាន លើកកម្ពស់ការកែច្នៃឡើងវិញ គាំទ្រកម្មវិធីសហគមន៍ និងលើកកម្ពស់ការអនុវត្តអាជីវកម្មប្រកបដោយក្រមសីលធម៌។
6. ការគ្រប់គ្រងទេពកោសល្យ៖ ក្រុមគ្រប់គ្រងផ្ដោតលើការទាក់ទាញ អភិវឌ្ឍ និងរក្សាបាននូវទេពកោសល្យកំពូលនៅក្នុងកូកា-កូឡា។ ពួកគេវិនិយោគលើការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ការអភិវឌ្ឍន៍ភាពជាអ្នកដឹកនាំ ភាពចម្រុះ សមធម៌ និងគំនិតផ្តួចផ្តើមដាក់បញ្ចូល ដើម្បីជំរុញវប្បធម៌នៃការច្នៃប្រឌិត និងការសហការ។
7. ការចូលរួមរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធ៖ ក្រុមការងារគ្រប់គ្រងចូលរួមជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ រួមទាំងវិនិយោគិន បុគ្គលិក អតិថិជន អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងសហគមន៍ ដើម្បីបង្កើតទំនាក់ទំនងរឹងមាំ និងដោះស្រាយតម្រូវការ និងកង្វល់របស់ពួកគេ។ ពួកគេប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាប្រកបដោយតម្លាភាព និងប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីរក្សាទំនុកចិត្ត និងការគាំទ្រដល់ក្រុមហ៊ុន។
8. ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ៖ ក្រុមគ្រប់គ្រងកំណត់ និងគ្រប់គ្រងហានិភ័យដែលអាចប៉ះពាល់ដល់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម កេរ្តិ៍ឈ្មោះ ឬប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុរបស់កូកា-កូឡា។ ពួកគេអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីកាត់បន្ថយហានិភ័យ និងធានាឱ្យមានការបន្តអាជីវកម្មនៅពេលប្រឈមមុខនឹងបញ្ហា។

សរុបមក ក្រុមការងារគ្រប់គ្រងនៅ Coca-Cola ចាប់ពីឆ្នាំ 2022 ដល់បច្ចុប្បន្ន គឺផ្ដោតសំខាន់លើការជំរុញកំណើន ការច្នៃប្រឌិត និរន្តរភាព និងការបង្កើតតម្លៃ ខណៈពេលដែលរក្សាការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនចំពោះឧត្តមភាព និងការអនុវត្តអាជីវកម្មប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ¹⁸។

៣.២ ប្រភេទនៃយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា
៣.២.១ មូលដ្ឋាននៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា

ការរៀបចំគម្រោងថវិកា គឺជាដំណើរការនៃការធ្វើផែនការ ការចាត់ចែង ការដឹកនាំនិងត្រួតពិនិត្យទៅលើការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្សនៅក្នុងអង្គភាព ឬក្រុមហ៊ុនមួយដើម្បីឈានទៅដល់គោលដៅក្នុងអង្គភាព។

¹⁸ <https://t.me/GPT4Telegrambot>

កាលណាការគ្រប់គ្រងល្អ ក្រុមហ៊ុន ឬអង្គភាពនោះក៏ដំណើរការល្អទៅតាមនឹងដែរ។ តែជាក់ស្តែងនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនណា ក៏ដូចក្រុមហ៊ុនណាដែល ដំណើរការនៃការធ្វើអាជីវកម្មតែងតែជួបប្រទះនៅបញ្ហាមួយចំនួន ដោយចៀសពុំបាន។ ដូច្នេះហើយទើបក្រុមហ៊ុនទាំងអស់មានការបែងចែក តួនាទី និងស្វែងរកអ្នករៀបចំគម្រោងថវិកាដែលមានជំនាញច្បាស់លាស់ក្នុងការរៀបចំ។

គោលការណ៍ក្នុងការរៀបចំគម្រោងថវិកាឱ្យបានល្អមានបីប្រភេទគឺ តួនាទីរវាងបុគ្គល តួនាទីក្នុងការជូនដំណឹង និងតួនាទី ក្នុងការសម្រេចចិត្ត។

១.គោលការណ៍រវាងបុគ្គល៖ ប្រធានគ្រប់គ្រងមានតួនាទីក្នុងការទាក់ទងជាមួយមនុស្សខាងក្នុង និងខាងក្រៅក្រុមហ៊ុន ។ ក្នុងនោះក៏មានតួនាទី៣ដែរ៖

- គោលការណ៍តំណាង
- គោលការណ៍ជាអ្នកដឹកនាំ
- គោលការណ៍ទំនាក់ទំនង

២.គោលការណ៍ក្នុងការជូនដំណឹង៖ ប្រធានគ្រប់គ្រងមានតួនាទីក្នុងការស្វែងរកព័ត៌មាន និងជូនដំណឹងទៅបុគ្គលិកក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ហើយក្នុងនោះក៏មានតួនាទី៣ ទៀតដែរគឺ៖

- គោលការណ៍ក្នុងការតាមដាន
- គោលការណ៍ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ
- គោលការណ៍ជាអ្នកដឹកនាំពាក្យ

៣.គោលការណ៍ក្នុងការសម្រេចចិត្ត៖ ប្រធានក្រុមហ៊ុនមានតួនាទីក្នុងការប្រមូលព័ត៌មាន ដើម្បីសម្រេចផែនការ និងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ទិសដៅក្រុមហ៊ុន។ ក្នុងនោះដែលមានតួនាទី៤ទៀតដូចជា៖

- គោលការណ៍ជាសហគ្រិន
- គោលការណ៍ដោះស្រាយបញ្ហាដែរខាន
- គោលការណ៍ក្នុងការបែងចែកធនធាន
- គោលការណ៍នាទីចរចា។

វិធីសាស្ត្រក្នុងការរៀបចំគម្រោងថវិកាមានសារៈសំខាន់ណាស់ សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន ឬអង្គភាពទាំងអស់ត្រូវកំណត់ឱ្យបានច្បាស់លាស់នូវការបង់ប្រាក់ឱ្យបានត្រឹមត្រូវតាមពេលវេលា និងចំនួនទឹកប្រាក់ដែលត្រូវបង់។ ខាងក្រោមនេះជាវិធីសាស្ត្រមួយចំនួនក្នុងការរៀបចំ ចំណាយ ៖

- ការបង់ប្រាក់គួរតែធ្វើឡើងតាមរយៈក្រដាសចំណាយ (Debit Note) ឬប្រាក់ល្អិត
- គ្រប់ក្រដាសចំណាយ (Debit Note) ទាំងអស់ត្រូវតែមានចុះលេខរៀងទៅតាមលំដាប់ និងមានហត្ថលេខាឬបោះត្រាឈ្មោះរបស់ម្ចាស់អង្គភាពអាជីវកម្ម ឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។
- ត្រូវកំណត់ឱ្យបានច្បាស់លាស់ នូវបុគ្គលិកដែលមានសិទ្ធិ ក្នុងការចេញក្រដាសចំណាយ (Debit Note) និងមានសិទ្ធិចុះហត្ថលេខាលើក្រដាសចំណាយ (Debit Note) ។
- មនុស្សដែលមានសិទ្ធិចំណាយវិក័យបត្រ មិនគួរមានសិទ្ធិចុះហត្ថលេខាលើក្រដាសចំណាយ (Debit Note) ទេ។
- អ្នកដែលចំណាយប្រាក់ ត្រូវតែធានាបានក្នុងការចំណាយត្រឹមត្រូវ នូវចំនួនពិតប្រាកដ និងត្រូវចំណាយ៨ ចំគោលដៅ ចំណាយឱ្យចំមនុស្ស និងចំទីកន្លែង។

-ត្រូវតែមានមនុស្សពីរ ឬបីនាក់ក្នុងមួយថ្ងៃសម្រាប់ចុះហត្ថលេខាលើក្រដាសចំណាយ (Debit Note) នោះ ការដកប្រាក់នានាចេញពីក្រុមហ៊ុននិងមិនអាចធ្វើទៅបានទេ បើមានតែមនុស្សម្នាក់គត់ដែលបានចុះហត្ថ លេខាក្នុងការដកប្រាក់។

- អ្នកដែលមាន សិទ្ធិចុះហត្ថលេខាលើក្រដាសចំណាយ (Debit Note) មិនគួរមានសិទ្ធិក្នុងការលុបចោល ក្រដាសចំណាយ (Debit Note) ឬការសម្រួលក្រុមហ៊ុនទេ។

- ចំពោះក្រដាសចំណាយ (Debit Note) ដែលខុស (សសេរខុស) ត្រូវតែមានដាក់សញ្ញាសម្គាល់ថាមិន អាចប្រើប្រាស់បានទេ និងត្រូវរក្សាទុកជាឯកសារ។

៣.២.២ របាយការណ៍ និងការរៀបចំ ចំណូល និងចំណាយថវិកាប្រចាំឆ្នាំ

របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ គឺជារបាយការណ៍ដែលពិណ័យនាំអំពីសកម្មភាពអាជីវកម្ម និងប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុ ប្រចាំថ្ងៃរបស់អង្គភាព។ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុគឺជារបាយការណ៍ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីស្ថានភាពចំណេញ-ខាតរបស់ អង្គភាព តាមរយៈការបង្ហាញជាព័ត៌មានក្នុងហិរញ្ញវត្ថុក្នុងរបាយការណ៍ដែលទាក់ទងទៅនឹងសកម្មភាពប្រតិបត្តិការ នីមួយៗ ឬលំហូរសាច់ប្រាក់របស់អង្គភាពក្នុងកំឡុងពេលជាក់លាក់ណាមួយសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រង អ្នកវិភាគទី ផ្សារ អ្នកកម្ចី ព្រមទាំងអ្នកវិនិយោគក្នុងការវាស់វែង វាយតម្លៃលើសកម្មភាពអាជីវកម្ម ក៏ដូចជាស្ថានភាពហិរញ្ញ វត្ថុរបស់អង្គភាពក្នុងគោលបំណងព្យាករណ៍ ការធ្វើផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងសេចក្តីសម្រេចចិត្តផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច ជាដើម។

ដោយសារតែប្រតិបត្តិការជាច្រើនក្នុងអាជីវកម្មមានទាក់ទង និងប្រាក់កាក់ដែលជាចំណូល ដូច នេះការត្រួតពិនិត្យគណនេយ្យ គឺជាការសំខាន់ណាស់។ នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនទាំងអស់ចំណូលគឺជាទ្រព្យដែល មានសារៈសំខាន់ និងពិបាកក្នុងការគ្រប់គ្រងហើយក៏ងាយបាត់បង់ផងដែរ។ដើម្បីឱ្យការរៀបចំ គម្រោងថវិកា មានដំណើរការល្អ មានពីរចំណុចគឺ៖

-**ការដឹកនាំ ៖** គឺជាការដឹកនាំដោយផ្ទាល់ សម្របសម្រួលជាមួយក្រុមមនុស្សទាំងអស់ និងចេះលើកទឹកចិត្ត បុគ្គល ដឹកនាំសកម្មភាពអ្នកដទៃ ជ្រើសរើសរបៀបនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលមាន ប្រសិទ្ធភាពបំផុត និង ដោះស្រាយជម្លោះនៅក្នុងក្រុមការងារ។

-**ការត្រួតពិនិត្យ៖** គឺដើម្បីធានាថាកិច្ចការទាំងអស់ត្រូវទៅតាមផែនការដែលបានគ្រោងទុក ប្រៀបធៀប ប្រតិបត្តិការ ជាក់ស្តែងទៅនឹងគោលបំណងអង្គភាព ហើយត្រូវធ្វើការកែប្រែលើចំណុចដែលចាំបាច់។

ថវិកា គឺជាតារាងលម្អិតមួយ បង្ហាញអំពីការសង្ខេបទុកលើចំណូលពីការលក់ទំនិញ សម្រាប់ថវិកា មួយកំឡុងពេល ។ ជាទូទៅវាត្រូវបានបង្ហាញជាប្រាក់ដុល្លា និងជាចំនួនឯកតា។ការបង្កើតថវិកាចំណូលគឺជា គន្លឹះផ្ដើមមួយក្នុងដំណើរការបង្កើតថវិកា។ គ្រប់ផ្នែកទាំងអស់នៃថវិកាមេ គឺផ្អែកទៅលើថវិកាចំណូល នៅក្នុង មធ្យោបាយខ្លះ ដូចបានបង្ហាញនៅក្នុងរូប។ ដូច្នេះបើ ថវិកាចំណូលរៀបចំមិនបានល្អ ដំណើរការនៃការរៀបចំ ថវិកាមានការខ្លះខ្លាយពេលវេលាច្រើន។ថវិកាចំណូលនិងជួយដល់ការកំណត់ឯកតាផលិត ថាតើផលិតផល ចំនួនប៉ុន្មានឯកតាដែលក្រុមហ៊ុននឹងត្រូវផលិត។នៅក្នុងអង្គភាព ឬស្ថាប័នមួយការរៀបចំចំណូល ចំណាយត្រូវ តែបង្កើតឡើងដើម្បីរៀបចំនិង ត្រួតពិនិត្យទៅលើផែនការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយ នឹងតាមដានមើលអំពី លទ្ធផល។ ដើម្បីតាមដានទៅលើការបញ្ចេញចំណូល ចំណាយរបស់អង្គភាព ត្រូវតែទទួលបាននូវព័ត៌មាន គ្រប់គ្រាន់ និងទាន់ពេលវេលាព្រមទាំងអនុវត្តមុខងារមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- រៀបចំផែនការចំណូល ចំណាយប្រចាំខែ
- ផ្តល់ព័ត៌មានដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការចំណាយជាក់ស្តែងព្រមទាំងឯកសារដែលបញ្ជាក់ទិន្នន័យចំណាយ
- ធ្វើការវិភាគលើរបាយការណ៍ប្រៀបធៀប ការកែតម្រូវ និងព្យាករណ៍ចំណូល ចំណាយ
- លើកគម្រោងសម្រាប់កែតម្រូវចំណូល ចំណាយ ដើម្បីប្រៀបធៀបនឹងលំហូរសាច់ប្រាក់ជាក់ស្តែង
- រក្សាទុកនូវរបាយការណ៍ប្រមូលព័ត៌មានស្តីពីការអនុវត្តចំណូល និងចំណាយហើយបញ្ជូនទៅថ្នាក់ដឹកនាំ ។
- ត្រួតពិនិត្យការចំណាយ និងការបញ្ចេញសាច់ប្រាក់
- រៀបចំបែបបទ និងចុះកិច្ចបញ្ជី ការចំណាយ
- ធ្វើការគ្រប់គ្រងប្រាក់ និងថែរក្សាសាច់ប្រាក់របស់អង្គភាព
- ធ្វើការកត់ត្រាឱ្យបានទាន់ពេលវេលាចំពោះសាច់ប្រាក់ដែលអតិថិជនសងត្រឡប់មកវិញ
- ធ្វើការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ និងថែរក្សាទុកឱ្យបានល្អនូវរាល់សាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន¹⁹។

ខាងក្រោមនេះជារបាយការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា៖

Consolidated Statements of Income

	December 31, 2023	December 31, 2022	% Change
Net Operating Revenues	\$ 10,849	\$ 10,125	7
Cost of goods sold	4,634	4,513	3
Gross Profit	6,215	5,612	11
Selling, general and administrative expenses	3,799	3,431	11
Other operating charges	143	106	34
Operating Income	2,273	2,075	10
Interest income	267	143	87
Interest expense	413	304	36
Equity income (loss) — net	361	339	7
Other income (loss) — net	(6)	247	—
Income Before Income Taxes	2,482	2,500	(1)
Income taxes	496	444	12
Consolidated Net Income	1,986	2,056	(3)
Less: Net income (loss) attributable to noncontrolling interests	13	25	(46)
Net Income Attributable to Shareowners of The Coca-Cola Company	\$ 1,973	\$ 2,031	(3)
Basic Net Income Per Share¹	\$ 0.46	\$ 0.47	(3)
Diluted Net Income Per Share¹	\$ 0.46	\$ 0.47	(2)
Average Shares Outstanding	4,317	4,326	0
Effect of dilutive securities	13	21	(36)
Average Shares Outstanding Assuming Dilution	4,330	4,347	0

¹⁹ ដកស្រង់ចេញពីសៀវភៅ Cost account ភាគ III
និងឯកសារនៅក្នុងបណ្ណាល័យ

Consolidated Balance Sheets

	December 31, 2023	December 31, 2023
ASSETS		
Current Assets		
Cash and cash equivalents	\$ 9,366	\$ 9,519
Short-term investments	2,997	1,043
Total Cash, Cash Equivalents and Short-Term Investments	12,363	10,562
Marketable securities	1,300	1,069
Trade accounts receivable, less allowances of \$502 and \$516, respectively	3,410	3,487
Inventories	4,424	4,233
Prepaid expenses and other current assets	5,235	3,240
Total Current Assets	26,732	22,591
Equity method investments	19,671	18,264
Other investments	118	501
Other noncurrent assets	7,162	6,189
Deferred income tax assets	1,561	1,746
Property, plant and equipment — net	9,236	9,841
Trademarks with indefinite lives	14,349	14,214
Goodwill	18,358	18,782
Other intangible assets	516	635
Total Assets	\$ 97,703	\$ 92,763

LIABILITIES AND EQUITY

Current Liabilities

Accounts payable and accrued expenses	\$ 15,485	\$ 15,749
Loans and notes payable	4,557	2,373
Current maturities of long-term debt	1,960	399
Accrued income taxes	1,569	1,203

Total Current Liabilities	23,571	19,724
----------------------------------	---------------	---------------

Long-term debt	35,547	36,377
----------------	--------	--------

Other noncurrent liabilities	8,466	7,922
------------------------------	-------	-------

Deferred income tax liabilities	2,639	2,914
---------------------------------	-------	-------

The Coca-Cola Company Shareowners' Equity

Common stock, \$0.25 par value; authorized — 11,200 shares; issued — 7,040 shares	1,760	1,760
---	-------	-------

Capital surplus	19,209	18,822
-----------------	--------	--------

Reinvested earnings	73,782	71,019
---------------------	--------	--------

Accumulated other comprehensive income (loss)	(14,275)	(14,895)
---	----------	----------

Treasury stock, at cost — 2,732 and 2,712 shares, respectively	(54,535)	(52,601)
--	----------	----------

Equity Attributable to Shareowners of The Coca-Cola Company	25,941	24,105
--	---------------	---------------

Equity attributable to noncontrolling interests	1,539	1,721
---	-------	-------

Total Equity	27,480	25,826
---------------------	---------------	---------------

Total Liabilities and Equity	\$ 97,703	\$ 92,763
-------------------------------------	------------------	------------------

Consolidated Statements of Cash Flows

	December 31, 2023	December 31, 2022
Operating Activities		
Consolidated net income	\$ 10,703	\$ 9,571
Adjustments to reconcile consolidated net income to net cash provided by operating activities:		
Depreciation and amortization	1,128	1,260
Stock-based compensation expense	254	356
Deferred income taxes	(2)	(122)
Equity (income) loss — net of dividends	(1,019)	(838)
Foreign currency adjustments	175	203
Significant (gains) losses — net	(492)	(129)
Other operating charges	1,741	1,086
Other items	(43)	236
Net change in operating assets and liabilities	(846)	(605)
Net Cash Provided by Operating Activities	11,599	11,018
Investing Activities		
Purchases of investments	(6,698)	(3,751)
Proceeds from disposals of investments	4,354	4,771
Acquisitions of businesses, equity method investments and nonmarketable securities	(62)	(73)
Proceeds from disposals of businesses, equity method investments and nonmarketable securities	430	458
Purchases of property, plant and equipment	(1,852)	(1,484)
Proceeds from disposals of property, plant and equipment	74	75
Collateral (paid) received associated with hedging activities — net	366	(1,465)
Other investing activities	39	706
Net Cash Provided by (Used in) Investing Activities	(3,349)	(763)
Financing Activities		
Issuances of loans, notes payable and long-term debt	6,891	3,972
Payments of loans, notes payable and long-term debt	(5,034)	(4,930)
Issuances of stock	539	837
Purchases of stock for treasury	(2,289)	(1,418)
Dividends	(7,952)	(7,616)
Other financing activities	(465)	(1,095)
Net Cash Provided by (Used in) Financing Activities	(8,310)	(10,250)

៣.៣. ផលប្រយោជន៍នៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា

៣.៣.១. ប្រភេទនៃផលប្រយោជន៍

- ផលប្រយោជន៍នៃទម្រង់ (Form Utility) គឺជាការរៀបចំផលិតផលជាទម្រង់អាចប្រើប្រាស់បានក្នុងទំនាក់ទំនងទៅនឹងតម្រូវការរបស់មនុស្សណានោះ ។
- ផលប្រយោជន៍ពេលវេលា (Time Utility) មានន័យថាមានផលិតផលនៅពេលដែលអតិថិជនត្រូវការវា ។ ធ្វើយ៉ាងនេះវាមានលក្ខណៈងាយស្រួលសម្រាប់អតិថិជន តែអ្នកលក់ត្រូវស្តុកក្នុងយូរឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីត្រៀមបំពេញទុកពេលមានតម្រូវការ ។
- ផលប្រយោជន៍នៃទីកន្លែង (Place Utility) កើតឡើង នៅពេលដែលផលិតផលឈានទៅដល់អតិថិជនសក្តានុពល ។ ពេលដែលផលិតផលទៅដល់ហាងជិតអតិថិជន ដែលត្រូវការប្រើប្រាស់វា នោះតម្លៃរបស់វាត្រូវបានបំពេញបន្ថែម ។
- ផលប្រយោជន៍នៃព័ត៌មាន (Information Utility) មានន័យថាជាសារដែលត្រូវផ្តល់ដល់អតិថិជនអំពីផលិតផល ថ្លៃ ទិញនៅកន្លែងណាតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយណាមួយ ។
- ផលប្រយោជន៍នៃកម្មសិទ្ធិ (Possession Utility) មានន័យថា វាកើតឡើងនៅពេលដែលអតិថិជនទិញផលិតផល ខណៈពេលជាម្ចាស់ត្រូវបានផ្ទេរទៅអ្នកទិញ។²⁰

៣.៣.២ ផលប្រយោជន៍នៃការរៀបចំគម្រោងថវិកា

ការរៀបចំគម្រោងថវិកា ពិតជាមានអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនចំពោះក្រុមហ៊ុន។ ក្រុមហ៊ុនមួយមានការរឹងមាំចាក់គ្រឹះបានយូរអង្វែង គឺត្រូវតែមានការរៀបចំហិរញ្ញវត្ថុឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងច្បាស់លាស់ស្របទៅតាមស្តង់ដារហើយការរៀបចំផែនការថវិកា នឹងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ សម្រាប់កម្មវិធីកែទម្រង់ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុសាធារណៈ ដើម្បីអាចឈានឆ្ពោះទៅការអនុវត្តថវិកាសមិទ្ធិកម្ម ដែលស្របតាមទិសដៅ ជាយុទ្ធសាស្ត្រនៃការផ្សារភ្ជាប់ថវិកាទៅនឹងគោលនយោបាយ និងគណនេយ្យភាពសមិទ្ធិកម្ម នៅឆ្នាំ២០២៥ ។ ក្នុងនោះ មុខងាររៀបចំផែនការថវិកា នឹងក្លាយជាឧបករណ៍មួយយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការជួយដោះស្រាយនូវបញ្ហាប្រឈមផ្សេងៗ របស់អគ្គនាយកដ្ឋានថវិកា នៃក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ និងបណ្តាក្រសួង-ស្ថាប័ន ព្រមទាំងអង្គភាពថវិកាអាណាប័កផ្ទេរសិទ្ធិពេញលេញនៅថ្នាក់កណ្តាល ក្នុងដំណើរការរៀបចំផែនការថវិកា។

ការរៀបចំគម្រោងថវិកាដំណើរការមានប្រយោជន៍ដូចជា៖

- ផ្តល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការគ្រប់គ្រងព័ត៌មាន ឬ ទិន្នន័យរបស់ថវិកាចរន្ត និងថវិកាមូលធន ជួយកាត់បន្ថយការចំណាយពេលវេលាក្នុងការរៀបចំ និងកែតម្រូវទិន្នន័យ នៅពេលមានការកែប្រែលើផែនការយុទ្ធសាស្ត្រថវិកាបីឆ្នាំរំកិល ក៏ដូចជាផែនការគម្រោងចំណូល-ចំណាយថវិកាប្រចាំឆ្នាំ បន្ទាប់ពីមានការសម្រេចឯកភាពកម្រិតបច្ចេកទេស និងកម្រិតថ្នាក់ដឹកនាំ នៃក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ
- ផ្តល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការផ្ទៀងផ្ទាត់ បូកសរុបលើកញ្ចប់ថវិកាមរបស់បណ្តាក្រសួង-ស្ថាប័ន ក្នុងករណីមានការកែតម្រូវលើថវិកាដែលបានគ្រោងឡើង ។

²⁰ <https://km.m.wiktionary.org/wiki>

-ផ្តល់ភាពងាយស្រួលសម្រាប់ការត្រួតពិនិត្យ និងតាមដានរាល់ការចំណាយរបស់អង្គភាពថវិកានីមួយៗ ដែលអាចឱ្យយើងដឹងអំពីការចំណាយមិនចំគោលដៅ ឬមិនស្របទៅតាមសូចនាករដែលបានកំណត់ដើម្បី ឬមិនស្របទៅតាមស្មារតីនៃការចរចាថវិកាប្រចាំឆ្នាំ រវាងក្រសួង-ស្ថាប័ន ជាមួយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ

-ផ្តល់ភាពងាយស្រួលសម្រាប់ការកំណត់ពិធានថវិកា ក្នុងការរៀបចំគម្រោងចំណូល-ចំណាយប្រចាំឆ្នាំ

-ជួយកាត់បន្ថយការចំណាយលើការប្រើប្រាស់ឯកសារជាក្រដាស ។²¹

ដោយឡែក ការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា ក៏មានប្រយោជន៍ជាច្រើនដែលជួយឱ្យក្រុមហ៊ុនអាចឈរជើងបានរហូតដល់បច្ចុប្បន្នខាងក្រោមនេះរួមមាន៖

1. ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ៖ ការធ្វើផែនការថវិកាជួយក្រុមហ៊ុន Coca-Cola រក្សាការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុដោយកំណត់គោលដៅច្បាស់លាស់ និងត្រួតពិនិត្យការចំណាយ។ វាអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនតាមដានការចំណាយរបស់ខ្លួន កំណត់ភាពខុសប្លែកគ្នា និងចាត់វិធានការកែតម្រូវ ដើម្បីបន្តដំណើរតាមគោលដៅហិរញ្ញវត្ថុ។
2. ការបែងចែកធនធាន៖ ការធ្វើផែនការថវិកាអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុន Coca-Cola បែងចែកធនធានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងផ្តល់អាទិភាពដល់ការវិនិយោគ ស្របតាមគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រ។ វាជួយក្រុមហ៊ុនធ្វើការសម្រេចចិត្តដែលមានព័ត៌មានអំពីកន្លែងដែលត្រូវបែងចែកមូលនិធិសម្រាប់ផលប៉ះពាល់អតិបរមា។
3. ការកំណត់គោលដៅ៖ ការរៀបចំផែនការថវិកាជួយក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡាកំណត់គោលដៅ និងគោលដៅហិរញ្ញវត្ថុជាក់លាក់ ដោយផ្តល់នូវផែនទីបង្ហាញផ្លូវសម្រាប់ការសម្រេចបាននូវភាពជោគជ័យរយៈពេលវែង។ វាធានាថាធនធានហិរញ្ញវត្ថុ របស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានតម្រឹមជាមួយនឹងអាទិភាពយុទ្ធសាស្ត្រ និងចក្ខុវិស័យរបស់ខ្លួន។
4. ការវាយតម្លៃការអនុវត្ត៖ ការធ្វើផែនការថវិកាអាចឱ្យក្រុមហ៊ុន Coca-Cola វាស់វែងការអនុវត្តធៀបនឹងគោលដៅដែលបានកំណត់ថវិកា និងសូចនាករការអនុវត្តសំខាន់ៗ។ វាផ្តល់នូវមូលដ្ឋានសម្រាប់ការវាយតម្លៃភាពជោគជ័យនៃផែនការហិរញ្ញវត្ថុ និងការកំណត់តំបន់សម្រាប់ការកែលម្អ។
5. ការគាំទ្រក្នុងការសម្រេចចិត្ត៖ ផែនការថវិកាផ្តល់ព័ត៌មានដ៏មានតម្លៃ ដើម្បីគាំទ្រដល់ការសម្រេចចិត្តនៅគ្រប់កម្រិតនៃស្ថាប័ន។ វាជួយ Coca-Cola វាយតម្លៃផលប៉ះពាល់ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនៃជម្រើសផ្សេងៗ និងធ្វើការជ្រើសរើសដែលមានព័ត៌មានដែលស្របតាមយុទ្ធសាស្ត្ររបស់វា។
6. ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ៖ ការធ្វើផែនការថវិកាអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុន Coca-Cola កំណត់អត្តសញ្ញាណ និងកាត់បន្ថយហានិភ័យហិរញ្ញវត្ថុដោយគិតទុកជាមុនអំពីបញ្ហាប្រឈមដែលអាចកើតមាន និងបញ្ចូលយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងហានិភ័យទៅក្នុងដំណើរការថវិកា។

សរុបមក ការធ្វើផែនការថវិកាដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជួយក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា គ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ខ្លួនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព សម្រេចបាននូវគោលបំណងយុទ្ធសាស្ត្រ និងជំរុញកំណើនប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងប្រាក់ចំណេញ។²²

²² <https://fmis.mef.gov.kh/>

ជំពូកទី៤
ការវិភាគចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

បន្ទាប់ពីបានស្រាវជ្រាវទៅលើក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា រួចមកយើងខ្ញុំបានពិនិត្យឃើញថា ក្នុងការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនតែងតែមាននៅចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ ប៉ុន្តែការវិភាគចំណុចទាំងនេះវាពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ពីព្រោះវាបានផ្តល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការវាយតម្លៃ វាស់វែងពីដំណើរការ និងស្ថានភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីមានការអភិវឌ្ឍន៍ និងរីកចម្រើនទៅមុខ។ ដូចនេះហើយសម្រាប់ការ រៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ឃើញថាមានភាពខ្លាំងច្រើនជាងភាពខ្សោយដែលក្រុមហ៊ុន មិនទាន់បានបំពេញបន្ថែមទៀត។

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង

ឆ្លងតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវទាក់ទងនឹងប្រធានបទ ដំណើរការនៃការរៀបចំគម្រោងថវិការបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា រួចមកយើងបានឃើញថា៖

- ក្រុមហ៊ុនបានរក្សាការចុះបញ្ជីយ៉ាងទៀងទាត់ ពាក់ព័ន្ធទៅនឹងចំណូល ចំណាយប្រចាំខែ។
- ក្រុមហ៊ុនមានប្រព័ន្ធផ្ទៃក្នុង ក្នុងការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់យ៉ាងរឹងមាំ។
- រៀបចំកញ្ចប់ថវិកាដែលត្រូវចំណាយបានច្បាស់លាស់ និងចំពេលវេលា។
- រាល់ចំណាយទាំងអស់ត្រូវឆ្លងកាត់កាត់អនុញ្ញាតពីអ្នកគ្រប់គ្រងដោយមានចុះហត្ថលេខាជាមុនហើយត្រូវមានវិក័យបត្រមកបញ្ជាក់ដើម្បីជាឯកសារក្នុងការកត់ត្រាប្រតិបត្តិការ។
- ការរៀបចំបែបបទ និងចុះកិច្ចបញ្ជី ការចំណូល និងចំណាយទាន់ពេលវេលា។
- ការគ្រប់គ្រងផ្ទៃក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុនមានការច្បាស់លាស់ទាំងការទូទាត់សាច់ប្រាក់ទាំងការប្រើប្រាស់គោលនយោបាយផ្ទៃក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ការបែងចែកធនធានប្រកបដោយ ប្រសិទ្ធភាព និងផ្តល់អទិភាពដល់ការវិនិយោគ ស្របតាមគោលដៅនិងយុទ្ធសាស្ត្រ
- ក្រុមហ៊ុនបានកាត់បន្ថយហានិភ័យហិរញ្ញវត្ថុ ដោយគិតទុកជាមុនអំពីបញ្ហាប្រឈម ដែលអាចកើតឡើង ។

៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ

ទោះបីជានៅក្រុមហ៊ុនមានចំណុចខ្លាំងពិតមែនក៏ប៉ុន្តែរាល់ការរៀបចំថវិកានៅតែមានចំណុចខ្លះខាតឬចំណុចខ្សោយជានិច្ចមិនថាក្រុមហ៊ុនតូចឬធំនោះទេ។ ចំពោះក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា គឺជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលមានភាពខ្លាំងទៅលើការផលិត ប៉ុន្តែក៏នៅតែមានចំណុចខ្សោយមួយចំនួនដូចជា៖

- ការចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនរាល់ពេលចេញក្រដាសចំណាយគឺមានការខ្វះខាតពេលវេលាច្រើននិងមានភាពស្មុំញ៉ាំ។
- ក្រុមហ៊ុនមានការចំណាយច្រើនទៅលើ ការសាកល្បងបង្កើតផលិតផលថ្មី។
- ពេលចំណូលមានការកើនឡើងខ្លាំងជាហេតុធ្វើឱ្យពិបាកក្នុងការគ្រប់គ្រងនិងងាយក្នុងការបាត់បង់។

- ដំណើរការនៃការប្រើប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្រមានភាពបទបែនច្រើន និងសមត្ថភាពរបស់បុគ្គលិកក្នុងការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុនៅមានកម្រិត។

ជំពូកទី៥
សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្រោយពីបានសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពី ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា រួចមកបានឱ្យដឹងថា ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ជា ក្រុមហ៊ុនមួយដែលទទួលបានភាពជោគជ័យមានគុណភាពខ្ពស់ មានស្តង់ដារ អនាម័យ បុគ្គលិកតាមផ្នែក នីមួយៗប្រកបទៅដោយសមត្ថភាពខ្លាំងក្លា និងមានលក្ខណៈធំហើយក៏បានផ្តល់សេវាកម្មចែកចាយគ្រប់ខេត្ត ក្រុងជាច្រើននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលមានទីផ្សារ ឈានមុខគេ លក្ខណៈធំទូលាយទាំងលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ នៅលើផលិតផលដែលជាផលិតផលល្អ មាន គុណភាព អនាម័យល្អ រូបរាងកំប៉ុងស្អាតព្រមជាមួយនិងរសជាតិដ៏ពិសេសរបស់ផលិតផលផងដែរ។

ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាមានឈ្មោះល្បីល្បាញ និងឈរនៅលើទីផ្សារអន្តរជាតិអស់រយៈពេលយូរឆ្នាំមក ហើយ តាំងពីឆ្នាំ1886មកម្ល៉េះ។ មកដល់សព្វថ្ងៃនេះកូកា កូឡា នៅតែមានឈ្មោះល្បីល្បាញទីផ្សារឈានមុខគេនៅ ក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា នៅតែមានស្លាយីហោគ្រប់ទីកន្លែង ទោះបីជាមានដៃគូប្រកួនប្រជែងច្រើនក៏ដោយ។

លើសពីនេះទៅទៀតតាមការវិភាគនៅក្នុងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុបានបង្ហាញពីចំណូល ចំណាយ នៃការ លក់ផលិតផលក្រោមស្លាកយីហោតែមួយ ហើយការចំណេញនិងចំណាយពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំក៏មានការផ្លាស់ ប្តូរគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ ប្រសិនបើផ្អែកលើការគណនានិងលទ្ធផលនៃការវិភាគសមាមាត្រក្នុងរយៈពេល 2ឆ្នាំជាប់ គ្នា (2022-2023) បានបង្ហាញយ៉ាងច្បាស់អំពីស្ថានភាពរបស់ កូកា កូឡានាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។ជាមួយនឹង កម្លាំងយុទ្ធសាស្ត្រតែមួយបានធ្វើឱ្យកូកា កូឡាមានចំណូលជាងពាន់លានដុល្លាក្នុងមួយឆ្នាំ។

ផ្ទុយមកវិញ ក្រុមហ៊ុនក៏មានចំណាយយ៉ាងច្រើនទៅលើផលិតផលបរាជ័យមួយចំនួន របស់ខ្លួនដែល ធ្វើឱ្យមានការប៉ះពាល់ទៅលើចំណូលមួយផ្នែកយ៉ាងធំ។ ក្រៅពីការចំណាយយ៉ាងច្រើន ទៅលើផលិតផល បរាជ័យ ក្រុមហ៊ុនក៏បានទៅលើផ្នែកផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មផងដែរ ហើយមានផលិតកម្មខ្លះត្រូវបានរិះគន់ ក្រោយពីការចេញផ្សាយទៀតផង។ កត្តានេះមិនត្រឹមតែធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនខាតបង់ថវិការប៉ុណ្ណោះទេ វាក៏ធ្វើឱ្យកេរ្តិ៍ ឈ្មោះរបស់ក្រុមហ៊ុន និងអតិថិជនបាត់បង់ជាច្រើន យ៉ាងណាមិញក្រោយពីបានទទួលការរិះគន់ ពីសំណាក់ អតិថិជនរបស់ខ្លួនមកក្រុមហ៊ុន ក៏បានធ្វើសេចក្តីសោកស្តាយនិងកែតម្រូវហើយក្រុមហ៊ុន គ្មានចេតនាប្រៀប ធៀបទៅនឹងសកម្មភាពបែបនោះទេ។ រីឯភេសជ្ជៈខ្លះ ត្រូវបានគេរិះគន់ដោយសារយល់ឃើញថា ផលិតផល ទាំងនោះមានផលប៉ះពាល់ច្រើន ព្រមទាំង មានសារធាតុគីមីបន្ថែម និងរសជាតិដើម។

៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍

ទោះបីជាការរៀបចំគម្រោងថវិកា មានភាពល្អប្រសើរក៏ដោយ ក៏ពួកខ្ញុំ សង្កេតឃើញនូវចំណុចចន្លោះ មួយចំនួនតូច ដូច្នេះខាងក្រោមនេះគឺអនុសាសន៍តិចតួចស្តង់ដារមួយចំនួន ដើម្បីចូលរួមចំណែកក្នុងការ ស្ថាបនាឱ្យក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា កាន់តែប្រសើរឡើង៖

- ក្រុមហ៊ុនគួរតែបង្កើតវិធីសាស្ត្រក្នុងការបញ្ចេញនូវក្រដាសចំណាយឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ភាព ងាយស្រួលនិង ចំណេញពេលវេលា។

- ក្រុមហ៊ុនត្រូវរៀបចំត្រួតពិនិត្យឱ្យបានត្រឹមត្រូវមុនពេលធ្វើការដាក់សាកល្បងតេស្តផលិតផលថ្មី ដើម្បីកុំឱ្យមានការបរាជ័យច្រើនលើកដែលវាធ្វើឱ្យមានការចំណាយច្រើន។
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែយកចិត្តទុកត្រួតពិនិត្យទៅលើផ្នែកមួយចំនួនដែលពាក់ព័ន្ធទៅលើចំណូល ព្រោះ កាលណាមានចំណូលហូរចូលក្រុមហ៊ុនច្រើនអាចធ្វើឱ្យមានការធ្វេសប្រហែសនិង បាត់បង់។
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែមានការកំណត់នូវយុទ្ធសាស្ត្រដែលស្របទៅតាមស្តង់ដារ បច្ចេកវិទ្យាជំនាន់ថ្មី។

ឯកសារយោង

ឯកសារយោង

ដកស្រង់ចេញពីសារណារបស់សិស្សច្បងជំនាន់មុន

¹ ដកស្រង់ចេញពីសៀវភៅ Cost Accounting III (2019 p. 107)

¹ <https://km.m.wiktionary.org>

¹ <https://www.investopedia.com/terms/b/budget.asp>

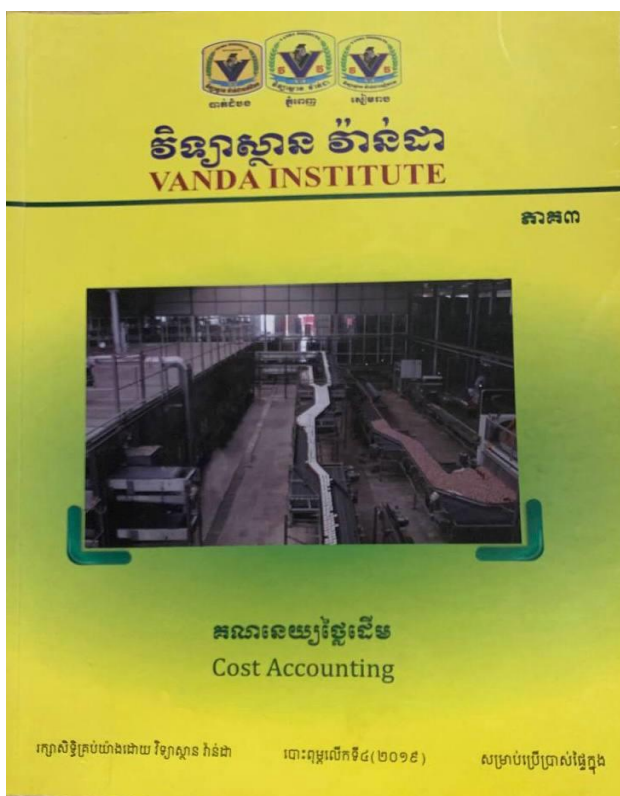
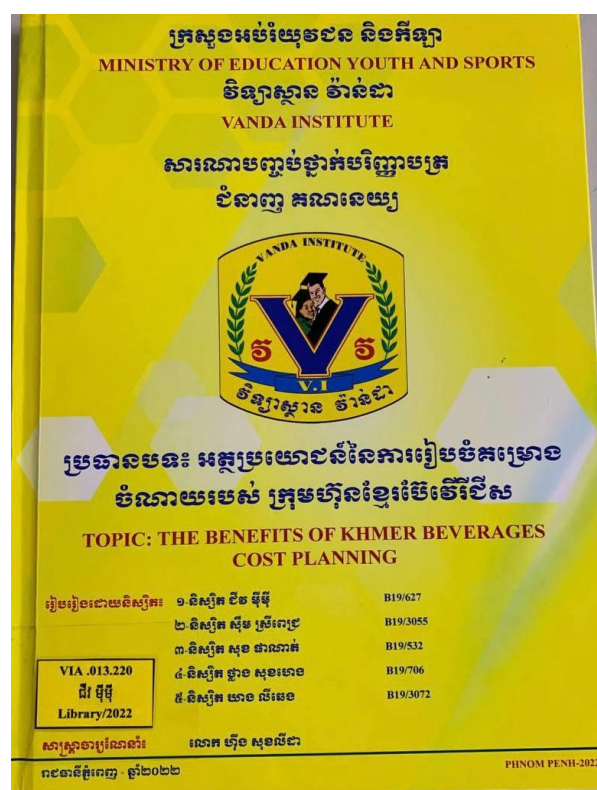
¹ <https://www.slideshare.net>

¹ <https://t.me/GPT4Telegrambot>

¹ <https://socheatorganization.wordpress.com/>

ឧបសម្ព័ន្ធ

ଉପସମ୍ପ୍ଳବ୍ଧ





News Release

Coca-Cola Reports Fourth Quarter and Full-Year 2023 Results

Global Unit Case Volume Grew 2% for the Quarter and 2% for the Full Year

Net Revenues Grew 7% for the Quarter and 6% for the Full Year;
Organic Revenues (Non-GAAP) Grew 12% for the Quarter and 12% for the Full Year

Operating Income Grew 10% for the Quarter and 4% for the Full Year;
Comparable Currency Neutral Operating Income (Non-GAAP) Grew 20% for the Quarter and
16% for the Full Year

Fourth Quarter EPS Declined 2% to \$0.46; Comparable EPS (Non-GAAP) Grew 10% to \$0.49;
Full Year EPS Grew 13% to \$2.47; Comparable EPS (Non-GAAP) Grew 8% to \$2.69

Cash Flow from Operations Was \$11.6 Billion for the Full Year, Up 5%;
Full-Year Free Cash Flow (Non-GAAP) Was \$9.7 Billion for the Full Year, Up 2%

Company Provides 2024 Financial Outlook

ATLANTA, Feb. 13, 2024 – The Coca-Cola Company today reported fourth quarter and full-year 2023 results.

"During the year, our people and partners rose to meet new challenges, allowing us to excel globally and deliver in a dynamic world," said James Quincey, Chairman and CEO of The Coca-Cola Company. "As we begin a new year, we're confident that our all-weather strategy, powerful portfolio and harmonized system will continue to create value for our stakeholders in 2024 and for the long term."

Highlights

Quarterly / Full-Year Performance

- **Revenues:** For the quarter, net revenues grew 7% to \$10.8 billion, and organic revenues (non-GAAP) grew 12%, driven by 9% growth in price/mix and 3% growth in concentrate sales. The quarter included one additional day, which resulted in a 1-point tailwind to revenue growth. For the full year, net revenues grew 6% to \$45.8 billion, and organic revenues (non-GAAP) grew 12%, driven by 10% growth in price/mix and 2% growth in concentrate sales. For both the quarter and the full year, organic revenue (non-GAAP) performance was strong across all operating segments.
- **Operating margin:** For the quarter, operating margin was 21.0% versus 20.5% in the prior year, while comparable operating margin (non-GAAP) was 23.1% versus 22.7% in the prior year. For the full year, operating margin was 24.7% versus 25.4% in the prior year, while comparable operating margin (non-GAAP) was 29.1% versus 28.7% in the prior year. Operating margin performance included items impacting comparability and currency headwinds. For both the quarter and full year, comparable operating margin (non-GAAP) expansion was primarily driven by strong topline growth, partially offset by an increase in marketing investments versus the prior year, as well as currency headwinds.
- **Earnings per share:** For the quarter, EPS declined 2% to \$0.46, while comparable EPS (non-GAAP) grew 10% to \$0.49. EPS performance included the impact of a 14-point currency headwind, while comparable EPS (non-GAAP) performance included the impact of a 13-point currency headwind. For the full year, EPS grew 13% to \$2.47, and comparable EPS (non-GAAP) grew 8% to \$2.69. EPS performance included the impact of an 8-point currency headwind, while comparable EPS (non-GAAP) performance included the impact of a 7-point currency headwind.
- **Market share:** For both the quarter and the full year, the company gained value share in total nonalcoholic ready-to-drink (NARTD) beverages.
- **Cash flow:** Cash flow from operations was \$11.6 billion for the full year, an increase of \$581 million versus the prior year, driven by strong business performance and working capital initiatives, partially offset by a transition tax payment and currency headwinds. Free cash flow (non-GAAP) was \$9.7 billion for the full year, an increase of \$213 million versus the prior year.

THE COCA-COLA COMPANY AND SUBSIDIARIES

Consolidated Balance Sheets

(In millions except par value)

	December 31, 2023	December 31, 2022
ASSETS		
Current Assets		
Cash and cash equivalents	\$ 9,366	\$ 9,519
Short-term investments	2,997	1,043
Total Cash, Cash Equivalents and Short-Term Investments	12,363	10,562
Marketable securities	1,300	1,069
Trade accounts receivable, less allowances of \$502 and \$516, respectively	3,410	3,487
Inventories	4,424	4,233
Prepaid expenses and other current assets	5,235	3,240
Total Current Assets	26,732	22,591
Equity method investments	19,671	18,264
Other investments	118	501
Other noncurrent assets	7,162	6,189
Deferred income tax assets	1,561	1,746
Property, plant and equipment — net	9,236	9,841
Trademarks with indefinite lives	14,349	14,214
Goodwill	18,358	18,782
Other intangible assets	516	635
Total Assets	\$ 97,703	\$ 92,763
LIABILITIES AND EQUITY		
Current Liabilities		
Accounts payable and accrued expenses	\$ 15,485	\$ 15,749
Loans and notes payable	4,557	2,373
Current maturities of long-term debt	1,960	399
Accrued income taxes	1,569	1,203
Total Current Liabilities	23,571	19,724
Long-term debt	35,547	36,377
Other noncurrent liabilities	8,466	7,922
Deferred income tax liabilities	2,639	2,914
The Coca-Cola Company Shareowners' Equity		
Common stock, \$0.25 par value; authorized — 11,200 shares; issued — 7,040 shares	1,760	1,760
Capital surplus	19,209	18,822
Reinvested earnings	73,782	71,019
Accumulated other comprehensive income (loss)	(14,275)	(14,895)
Treasury stock, at cost — 2,732 and 2,712 shares, respectively	(54,535)	(52,601)
Equity Attributable to Shareowners of The Coca-Cola Company	25,941	24,105
Equity attributable to noncontrolling interests	1,539	1,721
Total Equity	27,480	25,826
Total Liabilities and Equity	\$ 97,703	\$ 92,763

THE COCA-COLA COMPANY AND SUBSIDIARIES

Consolidated Statements of Income

(In millions except per share data)

	Year Ended		
	December 31, 2023	December 31, 2022	% Change
Net Operating Revenues	\$ 45,754	\$ 43,004	6
Cost of goods sold	18,520	18,000	3
Gross Profit	27,234	25,004	9
Selling, general and administrative expenses	13,972	12,880	8
Other operating charges	1,951	1,215	60
Operating Income	11,311	10,909	4
Interest income	907	449	102
Interest expense	1,527	882	73
Equity income (loss) — net	1,691	1,472	15
Other income (loss) — net	570	(262)	—
Income Before Income Taxes	12,952	11,686	11
Income taxes	2,249	2,115	6
Consolidated Net Income	10,703	9,571	12
Less: Net income (loss) attributable to noncontrolling interests	(11)	29	—
Net Income Attributable to Shareowners of The Coca-Cola Company	\$ 10,714	\$ 9,542	12
Basic Net Income Per Share¹	\$ 2.48	\$ 2.20	12
Diluted Net Income Per Share¹	\$ 2.47	\$ 2.19	13
Average Shares Outstanding	4,323	4,328	0
Effect of dilutive securities	16	22	(29)
Average Shares Outstanding Assuming Dilution	4,339	4,350	0

Note: Certain growth rates may not recalculate using the rounded dollar amounts provided.

¹ Calculated based on net income attributable to shareowners of The Coca-Cola Company.

THE COCA-COLA COMPANY AND SUBSIDIARIES
Consolidated Statements of Cash Flows
(In millions)

	Year Ended	
	December 31, 2023	December 31, 2022
Operating Activities		
Consolidated net income	\$ 10,703	\$ 9,571
Adjustments to reconcile consolidated net income to net cash provided by operating activities:		
Depreciation and amortization	1,128	1,260
Stock-based compensation expense	254	356
Deferred income taxes	(2)	(122)
Equity (income) loss — net of dividends	(1,019)	(838)
Foreign currency adjustments	175	203
Significant (gains) losses — net	(492)	(129)
Other operating charges	1,741	1,086
Other items	(43)	236
Net change in operating assets and liabilities	(846)	(605)
Net Cash Provided by Operating Activities	11,599	11,018
Investing Activities		
Purchases of investments	(6,698)	(3,751)
Proceeds from disposals of investments	4,354	4,771
Acquisitions of businesses, equity method investments and nonmarketable securities	(62)	(73)
Proceeds from disposals of businesses, equity method investments and nonmarketable securities	430	458
Purchases of property, plant and equipment	(1,852)	(1,484)
Proceeds from disposals of property, plant and equipment	74	75
Collateral (paid) received associated with hedging activities — net	366	(1,465)
Other investing activities	39	706
Net Cash Provided by (Used in) Investing Activities	(3,349)	(763)
Financing Activities		
Issuances of loans, notes payable and long-term debt	6,891	3,972
Payments of loans, notes payable and long-term debt	(5,034)	(4,930)
Issuances of stock	539	837
Purchases of stock for treasury	(2,289)	(1,418)
Dividends	(7,952)	(7,616)
Other financing activities	(465)	(1,095)
Net Cash Provided by (Used in) Financing Activities	(8,310)	(10,250)
Effect of Exchange Rate Changes on Cash, Cash Equivalents, Restricted Cash and Restricted Cash Equivalents	(73)	(205)
Cash, Cash Equivalents, Restricted Cash and Restricted Cash Equivalents		
Net increase (decrease) in cash, cash equivalents, restricted cash and restricted cash equivalents during the year	(133)	(200)
Cash, cash equivalents, restricted cash and restricted cash equivalents at beginning of year	9,825	10,025
Cash, Cash Equivalents, Restricted Cash and Restricted Cash Equivalents at End of Year	9,692	9,825
Less: Restricted cash and restricted cash equivalents at end of year	326	306
Cash and Cash Equivalents at End of Year	\$ 9,366	\$ 9,519