



ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា

VANDA INSTITUTE



សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ

**នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់
ក្រុមហ៊ុន យូនីលីវេ (ខេមបូឌា) លីមីតធីត**

PROCEDURES FOR MANAGING REVENUE AND EXPENDITURE
OF UNILEVER (CAMBODIA) Ltd.

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៤

PHNOM PENH-2024



ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា
VANDA INSTITUTE



សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ

**នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់
ក្រុមហ៊ុន យូនីលីវេ (ខេមបូឌា) លីមីតធីត**

PROCEDURES FOR MANAGING REVENUE AND
EXPENDITURE OF UNILEVER (CAMBODIA) Ltd.

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ៖ ហុច កែវជារ៉ា

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៤

PHNOM PENH-2024



**គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យសារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២១
ប្រធានបទ៖ និតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន
យូនីលីវើ (ខេមបូឌា) លីមីតធីត**

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី១

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

បេក្ខបណ្ឌិត ស្រេង ផល្លា

ហុង កែវជារ៉ា

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី៣

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី២

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក វុទ្ធី

បេក្ខបណ្ឌិត មាស សំណាង

ប្រធានគណៈកម្មការវាយតម្លៃ និងជាប្រធាន
មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី៤

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ែម សុខហៀក

បណ្ឌិត សេង សំអឿន

នាយកវិទ្យាស្ថាន

នាយិកាអចិន្ត្រៃយ៍

បណ្ឌិត ហេង វ៉ាន់ដា

បណ្ឌិត ហ៊ុ គុជគន្ធលីនណា

អារម្ភកថា

(Impression)

ការសិក្សារៀនសូត្រថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រគណនេយ្យនៅ វិទ្យាស្ថានវ៉ាន់ដា អស់រយៈពេល៤ឆ្នាំកន្លងមកនេះ បានធ្វើឱ្យយើងខ្ញុំយល់កាន់តែច្បាស់អំពីសារៈសំខាន់នៃការកត់ត្រាចំណូល ចំណាយ ពិសេសគឺការយល់ដឹង បន្ថែមនូវនីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយទៅលើអង្គភាព និងស្ថាប័ននីមួយៗ ។ នីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រង ចំណូលចំណាយ គឺជាកត្តាចម្បងមួយកំណត់ទៅលើភាពជោគជ័យ ឬក៏បរាជ័យរបស់អង្គភាព និងស្ថានភាព របស់ស្ថាប័ននីមួយៗ ។ ពោលគឺអង្គភាព ឬស្ថាប័នដែលបរាជ័យទាំងនោះគឺភាគច្រើនអាចបណ្តាលមកពីការ បរាជ័យនៃការគ្រប់គ្រងតែម្តង ។ ដោយសារតែហេតុនេះហើយ បានជាក្រុមយើងខ្ញុំចង់ធ្វើការសិក្សាស្វែងយល់ បន្ថែមឱ្យកាន់តែស៊ីជម្រៅជាងនេះទៅលើការគ្រប់គ្រងនូវចំណូល ចំណាយដ៏មានប្រសិទ្ធភាពរបស់អង្គភាព និងស្ថាប័នដែលទទួលបានភាពជោគជ័យនៅក្នុងទីផ្សារនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ។

ក្រោយពីសិក្សារយៈពេលបួនឆ្នាំ នៃថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រគណនេយ្យនៅ វិទ្យាស្ថានវ៉ាន់ដា ក្រុមយើងខ្ញុំមាន សេចក្តីសោមនស្សរីករាយយ៉ាងក្រៃលែង ដោយក្រុមយើងខ្ញុំ មានឱកាសក្នុងការសរសេរបាយការណ៍បញ្ចប់ ការសិក្សាទៅលើប្រធានបទ «នីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន យូនីលីវី (ខេមបូឌា) លីមីតធីត» នេះយកមកសិក្សាស្រាវជ្រាវក្នុងការបញ្ចប់ការសិក្សាក្នុងគោលបំណងអភិវឌ្ឍនូវចំណេះដឹងដែល បានសិក្សាកន្លងមក ជាពិសេសឱ្យយល់កាន់តែច្បាស់អំពីក្រុមហ៊ុន យូនីលីវី (ខេមបូឌា) លីមីតធីត ឱ្យ កាន់តែស៊ីជម្រៅបន្ថែមទៀតទាំងការអនុវត្តទ្រឹស្តី និងការអនុវត្តជាក់ស្តែង គឺជាវិភាគទានដ៏ចាំបាច់បំផុតដើម្បី ឱ្យរបាយការណ៍បញ្ចប់ការសិក្សា របស់ក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចលេចចេញជារូបរាងបានដោយជោគជ័យដោយ មានការជួយជ្រមុជជ្រែងពីសាស្ត្រាចារ្យជាអ្នកសម្របសម្រួល ។

ជាកាពិតណាស់នៅក្នុងប្រទេស ឬក្រុមហ៊ុននីមួយៗគឺតែងតែអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចរៀងៗខ្លួន ដើម្បីឱ្យ កាន់តែមានការរីចម្រើននៅក្នុងប្រទេស ឬក្រុមហ៊ុនដែលគេមិនគួរមើលរំលង នូវការយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើ ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនោះទេ ជាពិសេសគឺចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនធ្វើយ៉ាងណាឱ្យចំណូលត្រូវតែចូល ច្រើនជាងចំណាយ នឹងធ្វើយ៉ាងណារាល់ការចំណាយទាំងអស់ត្រូវចំណាយឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ដោយសារតែ ផ្នែកនេះគឺជាកត្តាចម្បងដ៏សំខាន់ដែលជំរុញឱ្យកត្តាសេដ្ឋកិច្ចយើងមានភាពប្រសើរទាំង នៅក្នុងប្រទេសព្រម ទាំងតាមក្រុមហ៊ុននីមួយៗ ។ ម្យ៉ាងវិញទៀតការគ្រប់គ្រងអង្គភាពអាជីវកម្ម ដើម្បីធ្វើឱ្យដំណើរការទៅបាន ដោយរលូនគឺតម្រូវឱ្យមានចំណូលនិងចំណាយចេញចូលជានិច្ច ព្រោះវាជាផ្នែកមួយដែលសំខាន់បំផុតដែល ធ្វើឱ្យអាជីវកម្មមានភាពរីកចម្រើនតទៅមុខកាន់តែប្រសើរឡើង លុះត្រាតែយើងចេះគ្រប់គ្រងនូវចំណូលនិង ចំណាយឱ្យបានល្អ ។

ជាចុងក្រោយ ក្រុមយើងខ្ញុំសង្ឃឹមថាស្នាដៃមួយនេះអាចផ្តល់ជាប្រយោជន៍មួយចំនួនសម្រាប់ប្អូនៗ និស្សិតជំនាន់ក្រោយ ក៏ដូចជាអាចបម្រើជាប្រយោជន៍សាធារណៈផងដែរ ។ ស្របពេលជាមួយគ្នានេះផងដែរ ក្រុមយើង ខ្ញុំសូមធ្វើការអភ័យទោសចំពោះរាល់កំហុសខុសឆ្គងដោយអចេតនាណាមួយនូវប្រការណាមួយ ដែលអាចនឹងកើតមានឡើងនៅក្នុងរបាយការណ៍បញ្ចប់ការសិក្សាមួយនេះ ។

បេតាសម្ព័ន្ធក្រុម



លី គីមហេង

ID: B21/1077



ស៊ីម សុក្រតីតា

ID: B21/1034



ចាន លីដា

ID: B21/3370



ស៊ីម សេងត៍ណ្ណា

ID: B21/3377

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ក្រុមយើងខ្ញុំជានិស្សិតនៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២១ ជំនាញ គណនេយ្យ។

សូមសំដែងទូរការគោរពដ៏ឧត្តុង្គ និងថ្លែងអំណរគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅចំពោះ

ក្រុមគ្រួសារដែលបានជួយឧបត្ថម្ភ គាំទ្រ ទាំងសម្ភារៈ ថវិកា និងស្មារតី ជំរុញលើកទឹកចិត្ត ដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ ក្នុងការសិក្សារៀនសូត្រ ដើម្បីទទួលបានចំណេះដឹងរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ ក្នុងនោះក្រុមយើងខ្ញុំសូមសំដែងនូវការគោរព និងកត្តញ្ញតាធម៌យ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុត ដល់អ្នកមានគុណ ដែលបានផ្តល់កំណើតដល់នាងខ្ញុំគ្រប់រូប និងសូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅដល់បណ្តាសាស្ត្រាចារ្យ លោកគ្រូ អ្នកគ្រូទាំងអស់ដែលបានបណ្តុះបណ្តាលក្រុមយើងខ្ញុំនាពេលកន្លងមក។

ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមសំដែងនូវការគោរពដ៏ឧត្តុង្គគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅ ដល់ឯកឧត្តមបណ្ឌិត **ហេង វ៉ាន់ដា** នាយកនៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ដែលបានផ្តល់ទីកន្លែងបណ្តុះបណ្តាលព្រមទាំងផ្តល់បទពិសោធន៍យ៉ាងច្រើនដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណចំពោះសាស្ត្រាចារ្យ **ហុន កែវដាវ៉ា** ជាសាស្ត្រាចារ្យណែនាំ ដោយបានជួយជ្រោមជ្រែង បង្ហាត់បង្ហាញសព្វបែបយ៉ាង ដើម្បីជួយដល់ក្រុមយើងខ្ញុំបញ្ចប់កិច្ចការសារណានេះជាស្ថាពរ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណដល់សាស្ត្រាចារ្យ និងបុគ្គលិកនៃវិទ្យាស្ថានវ៉ាន់ដាទាំងអស់ ដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបង្ហាត់បង្ហាញ លើកទឹកចិត្ត អនុគ្រោះដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ រហូតធ្វើឱ្យការសិក្សាបានបញ្ចប់ និងទទួលបានជោគជ័យគួរជាទីមោទនៈ។

ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះដែរ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមប្រសិទ្ធពរជ័យជូនដល់បុគ្គលទាំងអស់ខាងលើឱ្យជួបតែពុទ្ធពរឬនប្រការគឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អំណះអំណាច

ក្រុមនាងខ្ញុំ ជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ជំនាន់ទី២១៖

សូមធានាអះអាងថា ខ្លឹមសារសារណាក្រោមប្រធានបទ «នីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយ របស់ក្រុមហ៊ុន យូនីលីវ៉េ (ខេមបូឌា) លីមីតធីត» នេះគឺជាស្នាដៃរបស់ក្រុម នាងខ្ញុំ ដោយគ្មានការពាក់ព័ន្ធ នឹងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកផ្សេងទៀត។ ទិន្នន័យ និងលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ ដែលលើកឡើង នេះ ជាអត្ថបទស្រាវជ្រាវថ្មីសុទ្ធសាធ ដែលពុំធ្លាប់មានជនណាម្នាក់យកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រាវជ្រាវពីមុន ឡើយ។

ថ្ងៃ. ខែ..... ឆ្នាំ..... ព.ស.២៥៦....

ថ្ងៃទី..... ខែ..... ឆ្នាំ២០២....

ហត្ថលេខាអំណាចក្រុម

សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ

ឆ្លងតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវអស់រយៈពេលជាច្រើនខែកន្លងមក ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី (ខេមបូឌា) គឺជា ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មដែលនាំចូលនូវទំនិញប្រើប្រាស់ឈានមុខគេក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលបានចុះបញ្ជីជាផ្លូវ ការជាមួយក្រសួងពាណិជ្ជកម្មកម្ពុជានៅថ្ងៃទី ១១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០០៣។ បន្ថែមពីនេះទៅទៀតនៅថ្ងៃទី ១១ ខែ សីហា ឆ្នាំ ២០១៥ អគ្គនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករកម្ពុជាបានទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការថា ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី (ខេមបូឌា) លីមីតធីត គឺជាសមាជិកក្រុមពាណិជ្ជកម្មល្អបំផុតនៅប្រទេសកម្ពុជា។ ដែលមានសិទ្ធិផ្តាច់មុខ ដែលមានការនាំចូល និងចែកចាយផលិតផលក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ពេលបច្ចុប្បន្ននេះក្នុងក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី (ខេមបូឌា) លីមីតធីតបានបម្រើអតិថិជនចំនួន ១៧លានអ្នកនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាជារៀងរាល់ថ្ងៃរួមជាមួយ នឹងជាង ២០ ហាងថែរក្សាសម្បុរ, សុខភាព, ការថែទាំផ្ទាល់ខ្លួន, អាហារូបត្ថម្ភ, ការវេច និងម៉ាក Home care រួមទាំងម៉ាកល្បីៗជាច្រើនមានដូចជា Dove, Viso Pises, Sunlight, Clear, Sunsilk, Knorr និង Wall's Ice Cream ដែលមានការលក់នៅលើទីផ្សារគ្រប់ដណ្តប់ពេញព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ជាហេតុដូច្នេះហើយ ប្រភពចំណូលដ៏សំខាន់ៗរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី (ខេមបូឌា) លីមីតធីត គឺបានមកពីការលក់ពីផលិតផល របស់ក្រុមហ៊ុនដែលធ្វើការនាំចូលជាផលិតផលដែលបានរៀបរាប់ខាងលើ។ រីឯប្រភពចំណាយសំខាន់ៗមាន ដូចជា ចំណាយប្រាក់បៀវត្ស ចំណាយពន្ធនាំចូលជាដើម។

ចំពោះគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវនេះ គឺដើម្បីស្វែងយល់បន្ថែមឱ្យបានកាន់តែច្បាស់បន្ថែមពីសារៈ សំខាន់មួយចំនួនដូចជា៖ ស្ថានភាពទូទៅ ទស្សនៈវិស័យ ផលិតផល នីតិវិធី និងគោលការណ៍នៃការគ្រប់គ្រង នូវរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដែលជាកត្តាដ៏សំខាន់បំផុតសម្រាប់ស្ថាប័នទាំងមូលដែលនាំមករកភាពជោគជ័យ មកដល់សព្វថ្ងៃនេះដែលជាក្រុមហ៊ុនឈានមុខគេ នៅកម្ពុជាដែលជាក្រុមហ៊ុននាំចូលនូវផលិតផលជាច្រើន ប្រភេទដែលស្រមតាមតម្រូវការអ្នកប្រើប្រាស់។

នីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងនូវរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន គឺមានគោលការណ៍យ៉ាងច្បាស់លាស់ ព្រោះភាពខ្លាំងនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ឱ្យត្រឹមត្រូវ នៅក្នុងអង្គភាពដែលជាគ្រឹះក្នុងការដឹកនាំក្រុមហ៊ុនដែល នាំទៅរកភាពជោគជ័យមកដល់សព្វថ្ងៃនេះដែលជាក្រុមហ៊ុនឈានមុខគេនៅលើវិស័យពាណិជ្ជកម្មនៅកម្ពុជា ជំនាញក្នុងការធ្វើទីផ្សារដ៏ល្អឥតខ្ចោះ បុគ្គលិកមានសមត្ថភាពក្នុងការធ្វើការងារ និងការជឿទុកចិត្តពីអតិថិជន ដែលជាចំណុចខ្លាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី (ខេមបូឌា) លីមីតធីតក៏ពុំទាន់មានភាពឥតខ្ចោះ ទៅលើការប្រកួតប្រជែងខ្ពស់ជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្សេងទៀតនៅលើទីផ្សារ និងផលិតផលដែលមានភាពស្រដៀង ជាមួយផលិតផលផ្សេងទៀតនៅលើទីផ្សារដែលជាការគំរាមគំហែងដល់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី។

ក្រុមយើងខ្ញុំសូមផ្តល់ជាមតិយោបល់ និងអនុសាសន៍មួយចំនួននៅក្នុងន័យស្ថាបនាកែលម្អនូវរាល់ ចំណុចខ្វះខាតទាំងនោះ ដើម្បីឱ្យក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី មានអតិថិជនគាំទ្រច្រើនជាងមុននិងមានការនាំចូលនូវ ផលិតផលថ្មីៗជាច្រើនប្រភេទថែមទៀតដែលអាចផ្គត់ផ្គង់ដល់អ្នកប្រើប្រាស់។ ប្រសិនបើអាចក្រុមហ៊ុនគួរតែ ផ្សព្វផ្សាយរាល់គ្រប់ផលិតផលដែលខ្លួនបាននាំចូលមកផ្គត់ផ្គង់នៅទីផ្សារកម្ពុជា ពីព្រោះរាល់ផលិតផលនាំ ចូលទាំងអស់នេះសុទ្ធតែជាផលិតផលមកពីបរទេស ហេតុដូច្នេះមានអតិថិជនខ្លះមិនទាន់យល់ច្បាស់អំពី ការប្រើប្រាស់ដែលអាចជះឥទ្ធិពលក្នុងការធ្វើទីផ្សារនៅកម្ពុជា។

មាតិកា

ទំព័រ

អារម្ភកថា	i
រចនាសម្ព័ន្ធ	ii
សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ	iii
អំណះអំណាង	vi
សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ	v

ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	០៩
១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	១០
១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ	១០
១.៤ ទំហំដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ	១០
១.៤.១ ទំហំដែនកំណត់	១០
១.៤.២ វិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ	១០
១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ	១១
១.៥.១ ការប្រមូលទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ	១១
១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ	១១
១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ	១២

ជំពូកទី២

នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន យូនីលីវើ (ខេមបូឌា) លីមីតធីត

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រង	១៣
២.១.១ និយមន័យការគ្រប់គ្រង	១៣
២.១.២ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រង	១៤
២.១.៣ គួនាទីនៃការគ្រប់គ្រង	១៤
ក. មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង	១៥
ខ. កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង	១៦
២.២ ប្រភពចំណូល និងប្រភេទចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន	១៦
២.២.១ និយមន័យចំណូល ចំណាយ	១៦
ក. ចំណូល	១៦

ខ. ចំណាយ	១៦
២.២.២ ប្រភពចំណូល និងប្រភេទចំណាយ	១៦
ក. ប្រភពចំណូល	១៧
ខ. ប្រភេទចំណាយ	១៨
២.២.៣ ការកើតមានប្រភពចំណូលនិងប្រភេទចំណាយ	១៨
២.៣ វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយ	១៨
២.៣.១ និយមន័យនៃវិធីសាស្ត្រ	១៨
២.៣.២ ប្រវត្តិនៃវិធីសាស្ត្រ	១៩
២.៣.៣ វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយ	២១

ជំពូកទី៣

នីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន

យូនីលីតេ(ខេមបូឌា) លីមីតធីត

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃក្រុមហ៊ុនយូនីលីតេ	២២
៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីតេ	២២
៣.១.២ ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីតេ	២៣
៣.១.៣ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម គោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីតេ	២៣
ក.ចក្ខុវិស័យ	២៣
ខ.បេសកកម្ម	២៣
គ.គោលដៅ	២៣
៣.១.៤ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង	២៤
៣.២ ប្រភពចំណូល និងប្រភេទចំណាយនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនយូនីលីតេ	២៤
៣.២.១ ប្រភពចំណូល	២៥
៣.២.២ ប្រភេទចំណាយ	២៦
៣.២.៣ នីតិវិធីនៃការកត់ត្រាបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ	២៨
៣.៣ វិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីតេ	២៨
៣.៣.១ វិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល	២៩
៣.៣.២ វិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណាយ	៣០

ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង	៣២
៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ	៣២

ជំពូកទី៥
សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន ៣៣

៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍ ៣៤

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

ជំពូកទី១
សេចក្តីផ្តើម

ជំពូកទី១
សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

ប្រទេសកម្ពុជាជាប្រទេសមួយដែលមានការឆ្លងកាត់សង្គ្រាមរ៉ាំរ៉ៃ ដែលទទួលបាននូវការវាយប្រហារ ការខូចខាតដោយសារតែសង្គ្រាមអូសបន្លាយជាង ២សតវត្សរ៍កន្លងមកហើយដែលធ្វើឱ្យរចនាសម្ព័ន្ធជាច្រើនត្រូវបានបំផ្លិចបំផ្លាញស្ទើរតែគ្រប់វិស័យ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជាតិត្រូវបំផ្លាញស្ទើរតែគ្មានសល់ ជាពិសេសគឺនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញដែលជាកន្លែងដែលសំខាន់ក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម និងពាណិជ្ជកម្មយ៉ាងសំខាន់ដែលជះឥទ្ធិពលអាក្រក់បំផុតសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា។ បន្ទាប់ពីមានការបោះឆ្នោតដោយសេរីដែលមានសុក្រឹតភាព និងមានតម្លាភាពដែលបានរៀបចំឡើងដោយអង្គការសហប្រជាជាតិកាលពីឆ្នាំ ១៩៩៣ កន្លងមកនេះយើងសង្កេតឃើញថាប្រទេសកម្ពុជាបានប្រកាន់យកប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី ព្រមទាំងបានទាក់ទាញវិនិយោគទុនជាច្រើនបានមកបោះទុនធ្វើទីផ្សាររកស៊ីនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ចាប់តាំងពីពេលនោះមកក្រុមហ៊ុនឯកជនបានធ្វើវិនិយោគទុន ព្រមទាំងអង្គការទាំងក្នុងនិងក្រៅរដ្ឋាភិបាលជាច្រើនទៀតបានមកធ្វើសកម្មភាពរកស៊ីក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាក៏មានការរីកចម្រើនលូតលាស់ឥតឈប់ឈរជាពិសេសវិស័យពាណិជ្ជកម្មទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេសមានការកើនឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ ស្របពេលនឹងការអភិវឌ្ឍន៍ឥតឈប់ឈរទាំងនេះមករួមផ្សំ និងការបើកចំហទីផ្សារសេរីរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដែលមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែងដោយសេរីដែលធ្វើឱ្យអ្នកវិនិយោគមានការប្រកួតប្រជែងគ្នាយ៉ាងខ្លាំងដើម្បីឆ្ពោះទៅទីផ្សារគោលដៅ និងសម្រេចបាននូវជោគជ័យដែលជាការប៉ងប្រាថ្នាចង់បានរបស់អ្នកវិនិយោគទុនគ្រប់ៗរូប។

ទន្ទឹមនឹងនេះ ដើម្បីធានាសល់នូវទ្រព្យសុវត្ថិភាពរបស់វិនិយោគិន រាជរដ្ឋាភិបាលនៃប្រទេសកម្ពុជាបានយកចិត្តទុកដាក់លើការកំណត់គោលនយោបាយ ច្បាប់ ជាពិសេសគឺនីតិវិធីនៃការវិនិយោគធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីឱ្យមានភាពងាយស្រួល និងលើកទឹកចិត្តដល់វិនិយោគទុនកាន់តែច្រើនឡើងៗដែលជាហេតុនាំឱ្យប្រជាជនកម្ពុជាមានការងារធ្វើគ្រប់គ្នា និងកាត់បន្ថយនូវអត្រាគ្មានការងារធ្វើ។ ម្យ៉ាងវិញទៀតអង្គភាព ឬស្ថាប័នផ្សេងៗទាំងក្នុងនិងក្រៅរដ្ឋាភិបាលតែងតែមាននូវវិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុស្រដៀងៗគ្នាជាពិសេសការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយដែលអង្គភាពអនុវត្តគឺដើម្បីស្វែងរកនូវប្រាក់ចំណេញដូចៗគ្នា។

អាស្រ័យហេតុនេះហើយទើបយើងសង្កេតឃើញថា ក្នុងនោះក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី(ខេមបូឌា)លីមីតធីតក៏ជាក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មក្នុងស្រុកមួយដែលបានការទទួលស្គាល់ និងជឿទុកចិត្តពីសំណាក់អ្នកប្រើប្រាស់ជាច្រើន និងបានចូលរួមចំណែកដ៏សំខាន់មួយក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យពាណិជ្ជកម្មក្នុងប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។ ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី(ខេមបូឌា)លីមីតធីត មានការរីកចម្រើនឆ្ពោះទៅមុខ មានភាពជោគជ័យកាន់តែខ្លាំងឡើងនិងទទួលបានប្រាក់ចំណេញកាន់តែខ្ពស់ ដែលធ្វើឱ្យស្ថាប័នតែងតែគិតគូរយ៉ាងល្អិតល្អន់ជាពិសេសគឺផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ដែលជាផ្នែកយ៉ាងសំខាន់បំផុតក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អង្គភាពទាំងមូលដែលយើងមិនត្រូវមើលរំលង។ ការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយមានសារៈសំខាន់ណាស់ពីព្រោះវាធ្វើឱ្យអង្គភាពអាចដោះស្រាយបញ្ហា ឬទប់ស្កាត់នូវហានិភ័យបានទាន់ពេលវេលាដែលអាចធានាបាននូវនិរន្តរភាពនៃដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អង្គភាពទាំងមូល។ ដោយសារតែកត្តាបែបនេះហើយទើបក្រុមរបស់យើងខ្ញុំបានលើប្រធានបទមួយស្តី

ពី «នីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន យូនីលីវី (ខេមបូឌា) លីមីតធីត» ដែលយកមកធ្វើការស្រាវជ្រាវនិងចងក្រងជាឯកសារនេះឡើង។ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវនេះឡើង គឺដើម្បីធ្វើការស្វែងយល់ឱ្យកាន់តែច្បាស់អំពីការគ្រប់គ្រងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដែលជាកត្តាចម្បងបំផុតនូវក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មទាំងមូល និងដើម្បីឱ្យនិស្សិតជំនាន់ក្រោយងាយស្រួលនូវក្នុងការសិក្សាអំពីក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

ដើម្បីធ្វើឱ្យ ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី(ខេមបូឌា)លីមីតធីត មានសភាពកាន់តែល្អប្រសើរឡើង និងដើម្បីឱ្យអង្គភាពទាំងមូលមានដំណើរការល្អទៅមុខបានដោយរលូន ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី(ខេមបូឌា)លីមីតធីត បានរៀបចំនូវវិធីសាស្ត្រ និងយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ដំណើរការស្ថាប័នភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងក្នុង និងក្រៅជាពិសេសគឺជាការគ្រប់គ្រងនូវចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី(ខេមបូឌា)លីមីតធីតទាំងមូល។

- ១.តើក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី(ខេមបូឌា)មានប្រភពចំណូល និងប្រភេទចំណាយអ្វីខ្លះ ?
- ២.តើក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី(ខេមបូឌា) មានវិធីសាស្ត្របែបណាក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយ ?

១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

ឆ្លងតាមការខិតខំសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះមានគោលបំណងផ្ដោតសំខាន់ទៅលើ ការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី(ខេមបូឌា)លីមីតធីត ដែលនៅក្នុងនោះរួមមាន ៖

- ស្វែងយល់ពីនីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន
- យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព
- ប្រភេទនៃផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ស្ថានភាពទូទៅនៃក្រុមហ៊ុន
- ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងវិភាគលើចំណុចខ្សោយ
- សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍មួយចំនួនទៅកាន់ក្រុមហ៊ុន ។

១.៤ ទំហំដែលកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

១.៤.១ ទំហំដែលកំណត់

ការស្រាវជ្រាវអំពីការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន យូនីលីវី (ខេមបូឌា) លីមីតធីត ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅអគារ MORGAN TOWER LEVEL 15, #388, កោះពេជ្រ, ផ្លូវ សុភ័ក្ត្រមង្គល, ភូមិទី១៤, សង្កាត់ ទន្លេបាសាក់,ខណ្ឌចំការមន, រាជធានីភ្នំពេញ, ប្រទេសកម្ពុជា។ ការស្រាវជ្រាវនេះគឺធ្វើឡើងផ្ដោតសំខាន់តែទៅលើការគ្រប់គ្រងនូវចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មដែលក្រុមរបស់នាងខ្ញុំបានជ្រើសរើសគឺក្រុមហ៊ុន យូនីលីវី(ខេមបូឌា)លីមីតធីត ដែលសិក្សាទាក់ទងទៅនឹងប្រភពចំណូល និងប្រភេទចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន ។

១.៤.២ វិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

ដោយសារតែការសិក្សាស្រាវជ្រាវមានរយៈពេលខ្លី ដូច្នេះរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះក្រុមនាងខ្ញុំសូមផ្ដោតតែទៅលើការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយគឺស្ថិតនៅក្នុងឆ្នាំ ២០២១ និង ២០២២មកសិក្សាតែប៉ុណ្ណោះ ។

Page 11

- ជំពូកទី៤ ការវិភាគចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ៖ គ្រង់ចំណុចនេះក្រុមរបស់នាងខ្ញុំចង់វិភាគ និង វាយតម្លៃនូវចំណុចខ្លះខាតដែលជាទស្សនៈនិងការយល់ឃើញរបស់ក្រុមនាងខ្ញុំ ព្រមទាំងមាននូវមតិ យោបល់ខ្លះៗក្នុងការកែតម្រូវ។
- ជំពូកទី៥ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍៖ ការធ្វើសន្និដ្ឋានទៅលើគ្រប់ចំណុចទាំងអស់ និង ផ្តល់មតិដែលត្រូវកែលម្អ។

ជំពូកទី២
រំលឹកប្រឹក្សា

ជំពូកទី២

នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូលចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រង

២.១.១ និយមន័យគ្រប់គ្រង

ការគ្រប់គ្រង គឺជាមុខវិជ្ជាបែបវិទ្យាសាស្ត្រដែលសិក្សាលម្អិតអំពី ការធ្វើផែនការ(Planning) ការចាត់ចែង(Organizing), ការដឹកនាំ(Leading), ត្រួតពិនិត្យឡើងវិញ(Controlling), ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត (Decision marking)^១ ។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាដំណើរការនៃការធ្វើផែនការ ការចាត់ចែង ការដឹកនាំ និងត្រួតពិនិត្យទៅលើការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្សនៅក្នុងអង្គភាព ឬក្រុមហ៊ុនមួយដើម្បីឈានទៅដល់នូវគោលដៅដែលស្ថិតនៅក្នុងអង្គភាព^២ ។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាដំណើរការនៃការធ្វើការជាមួយនឹងមនុស្សនិងអ្នកដទៃទៀតដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់អង្គភាព^៣ ។

២.១.២ ប្រភេទនៃការគ្រប់គ្រង

គេបានរកឃើញប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សដែលស្ថិតនៅក្នុងប្រទេសអង់គ្លេស ដែលទីនោះពួកជាងកំបោរ ជាងឈើ ជាងសម្លាប់ស្បែកសត្វ និងពួកអ្នកធ្វើការខាងសិប្បកម្ម បានប្រមូលគ្នាជាក្រុមអាជីពសង្គមកាលពីសម័យនោះ។ ពួកគេបានប្រើប្រាស់ការរស់នៅជាក្រុមដោយឯកភាពបែបនេះ ដើម្បីឱ្យការងារនឹងមានភាពងាយស្រួលដល់ការប្រកបការងារជាប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគេ។ ដែលការរស់នៅបែបនេះហើយទើបធ្វើឱ្យមានការរីកចម្រើនឡើងៗជាមួយការឈានមកដល់នូវបដិវត្តន៍នៃឧស្សាហកម្ម ដែលស្ថិតនៅចុងសតវត្សទី១៨ ដែលបានក្លាយជាមូលដ្ឋានសំរាប់សង្គមមួយនេះដែលជាឧស្សាហកម្មថ្មីដែលសាំញ៉ាំមួយ។ យើងអាចនិយាយបានថាបដិវត្តន៍ថ្មីនេះ បានចាប់ផ្តើមស្របពេលជាមួយនឹងការងារប្រើប្រាស់ម៉ាស៊ីនចំហាយទឹក និងគ្រឿងចក្រជំនួសឱ្យពលកម្មដែលប្រើកម្លាំងមានការចំណាយពេលជាច្រើន។ បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មថ្មីនេះពិតជាបានបំផ្លិចបំផ្លាញចោលនូវអាជីពរបស់ពួកសិប្បករដែលធ្វើការដោយប្រើកម្លាំងជាងរាប់សែនអ្នក។ ដែលជំនួសមកវិញពីការប្រើប្រាស់កម្មករនៅក្នុងរោងចក្រទៅជាការប្រើប្រាស់នូវឧបករណ៍នៃគ្រឿងចក្រ នៅក្នុងឧស្សាហកម្មវិញ (Blue-collar industrial worker) ដែលបានកើត និងរីកដុះដាលយ៉ាងឆាប់រហ័សស្ថិតនៅដើមទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1900 ពួកទាំងនោះមានចំនួន 20% នៃកម្លាំងពលកម្មទូទាំងសហរដ្ឋអាមេរិក។ បន្ទាប់មកដល់ក្នុងអំឡុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1950 ដែលពួកកម្មករនៃរោងចក្រទាំងនេះបានក្លាយជាក្រុមដ៏ធំនៅតាមបណ្តាប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍។ នៅក្នុងនោះ(John M. Invancevich: Human Resource Management, Mc Graw-Hill it'll, 11th Edition 2010) ការគ្រប់គ្រងតាមបែបវិទ្យាសាស្ត្រ (Scientific) និងការងារសុខុមាលភាព (Welfare Work) បានក្លាយទៅជាតំណាងឱ្យរបៀបពីរដែលបានចាប់ផ្តើមលេចឡើងព្រមជាមួយគ្នានេះផងដែរ។ ដែល

1. (សៀវភៅមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រង បោះពុម្ពលើកទី៦ ២០០៧ ទំព័រ២)

2 . <https://sokankeng.wordpress.com>

3 . <https://clubniset.wordpress.com>

ស្ថិតនៅក្នុងផ្នែកសតវត្សទី 19 ហើយក៏បានលាយចូលគ្នាជាមួយនូវខាងផ្នែកចិត្តសាស្ត្រឧស្សាហកម្ម(industrial psychology) តាំងពីសម័យកាលនៃសង្គ្រាមលោកមក។ ការគ្រប់គ្រងបែបវិទ្យាសាស្ត្រ គឺជាតំណាងនៃការខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការដោះស្រាយរាល់បញ្ហាដែលគ្មានប្រសិទ្ធិភាព ដែលការធ្វើពលកម្ម (Inefficiencies in labour) និងការគ្រប់គ្រងជាចម្បងដែលស្ថិតតាមរយៈវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗ ការសិក្សាពីចលនានៃដំណើរការ និងពេលវេលាព្រមទាំងមានលក្ខណៈឯកទេសកម្មផងដែរ។ នៅក្នុងក្បួនចិត្តសាស្ត្រឧស្សាហកម្មជាការប្រើប្រាស់នូវគោលការណ៍ គឺសំដៅនៃបង្កើនឡើងនូវសមត្ថភាពពលករក្នុងការបំពេញការងារឱ្យមានប្រសិទ្ធិភាព។ បិតានៃការគ្រប់គ្រងតាមបែបវិទ្យាសាស្ត្រដែលមានឈ្មោះល្បីនោះគឺលោក Frederick Winslow Taylor⁴ ។

២.១.៣ តួនាទីនៃការគ្រប់គ្រង

គេបានបែងចែកតួនាទីនៃការគ្រប់គ្រងជាបីប្រភេទមានដូចជា ៖

១. តួនាទីអន្តរបុគ្គល៖ ចែកចេញជា ៣ បន្ទាប់ទៀតដូចជា៖

- អ្នកតំណាង (Figurehead): ជាបុគ្គលគំរូ និងលើកទឹកចិត្តដល់ក្រុម និងប្រធានតំណាងក្នុងកិច្ចការងារធំៗ និងប្រជុំផ្សេងៗ ។
- អ្នកដឹកនាំ (Leader): មើលការខុសត្រូវការកិច្ចរបស់កូនក្រុមនីមួយៗ ដើម្បីឱ្យសម្រេចទៅតាមគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុនឬស្ថាប័ន។
- អ្នកទំនាក់ទំនង (Liaison): ត្រូវរក្សាទំនាក់ទំនងជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធ និងអ្នករួមការងារ ព្រមទាំងពង្រីកបណ្តាញខាងក្រៅជាមួយ និងដៃគូសំខាន់ៗផងដែរ។

២. គ្រប់គ្រងព័ត៌មាន៖ ចែកចេញជា ៣ បន្ទាប់ទៀតមានដូចជា៖

- អ្នកសង្កេត (Monitor): តាមដាន និងប្រមូលព័ត៌មាន ដែលមានឥទ្ធិពលលើស្ថាប័ន ដូចជាបច្ចុប្បន្នភាពទីផ្សារ និន្នាការសង្គម សេដ្ឋកិច្ចអន្តរជាតិ ព្រមទាំងព័ត៌មានអំពីដៃគូប្រជែងផងដែរ។
- អ្នកផ្សព្វផ្សាយ (Disseminator): ចែករំលែកព័ត៌មានសំខាន់ៗ ទាំងនោះទៅកាន់និយោជិត កូនក្រុម និងថ្នាក់លើជាដើម។
- អ្នកនាំពាក្យ (Spokesperson): រាយការណ៍នូវវឌ្ឍនភាពការងារ គោលដៅ និងគោលនយោបាយថ្មីៗចំពោះដៃគូសហការ និងភាគីពាក់ព័ន្ធខាងក្រៅជាដើម។

៣. សម្រេចចិត្ត៖ ចែកចេញជា ៤ បន្ទាប់ទៀតមានដូចជា៖

- សហគ្រិន (Entrepreneur): អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវដោះស្រាយបញ្ហាការងារជាប្រចាំ ចាត់ទុកបញ្ហាជាឱកាស រិះរកគំនិតច្នៃប្រឌិត ដើម្បីឱ្យស្ថាប័នមានភាពរីកចម្រើន។
- អ្នកដោះស្រាយបញ្ហា (Disturbance handler): តួនាទីនេះគឺសំដៅលើការដោះស្រាយវិវាទដ៏ម្ល៉ោះកើតឡើងនៅក្នុងកន្លែងធ្វើការ ឬបញ្ហាពីភក្តាខាងក្រៅដែលប៉ះពាល់ដល់ការងារផងដែរ។
- អ្នកបែងចែកធនធាន (Resource allocator): អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវចាត់ចែងបុគ្គលិក បែងចែកធនធានហិរញ្ញវត្ថុ កញ្ចប់ថវិកា សម្ភារៈ ពេលវេលា ដើម្បីបំពេញការងារដោយរលូន។

4 . <http://sabeainfo.blogspot.com>

- អ្នកចរចា (Negotiator): អ្នកគ្រប់គ្រងអាចនឹងប្រឡូកក្នុងការពិភាក្សាដោយផ្ទាល់ជាមួយក្រុម និងផ្នែកផ្សេងៗ ឬដៃគូលើស្ថានភាពការងារ បុគ្គលចរចាតម្លើងប្រាក់ខែ^៥ ។ល។

ក. មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង

មុខងារនៃការគ្រប់គ្រងត្រូវបានគេបែងចែកចេញជា៤ គឺ៖

- ១.ការធ្វើផែនការ គឺជាការកំណត់ នូវគោលបំណងអង្គភាពបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រ អភិវឌ្ឍឋានៈក្រុមផែនការ និងធ្វើការសម្របសម្រួលសកម្មភាពទាំងឡាយ ។
- ២.ការចាត់តាំង គឺជាការទទួលខុសត្រូវចំពោះគម្រោង និងរចនាសម្ព័ន្ធរបស់អង្គភាពដែលបែងចែកការងារតម្រូវទៅតាមសមត្ថភាពបុគ្គលដែលត្រូវធ្វើ ។
- ៣.ការដឹកនាំ គឺជាការដឹកនាំដោយផ្ទាល់ និងចេះសម្របសម្រួលជាមួយក្រុមមនុស្សទាំងអស់ចេះលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក ដឹកនាំសកម្មភាពអ្នកដទៃ ជ្រើសរើសរបៀបនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលមានប្រសិទ្ធភាពបំផុត និងដោះស្រាយជម្លោះនៅក្នុងក្រុមការងារ ។
- ៤.ការត្រួតពិនិត្យ គឺដើម្បីធានាថារាល់កិច្ចការទាំងអស់ត្រូវតែទៅតាមផែនការដែលបានគ្រោងទុក ប្រៀបធៀបប្រតិបត្តិការជាក់ស្តែងទៅនឹងគោលបំណងរបស់អង្គភាព ហើយត្រូវតែធ្វើការកែប្រែទៅលើចំណុចដែលចាំបាច់ ។

ខ. កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង

កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រងមាន ៣ រួមមានដូចតទៅ ៖

- ១.អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ខ្ពស់ (Top Managers)៖ គឺជាក្បាលម៉ាស៊ីនបញ្ជា និងទទួលខុសត្រូវទូទៅលើរាល់ប្រតិបត្តិការទាំងអស់របស់អង្គភាព អ្នកគ្រប់គ្រងនេះគឺជាអ្នកផ្ដើម បង្កើតរូបមន្តយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងដំណើរការប្រតិបត្តិការរបស់អង្គភាពគេត្រូវសម្របផែនការនូវភាពជាអ្នកដឹកនាំ ចាត់តាំង ពង្រាងកម្មវិធីធ្វើការងារ តាមដាន ត្រួតពិនិត្យ វាយម៉ែ និងជំរុញសកម្មភាពការងារដើម្បីឱ្យបានសម្រេចនូវគោលដៅដែលបានដាក់ចេញ។ ជាទូទៅអ្នកទាំងនោះមានឈ្មោះថា៖ ប្រធាន អនុប្រធាន នាយក ឬនាយករង... ។
- ២.អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់កណ្តាល (Middle Managers)៖ គឺជាអ្នកដែលទទួលខុសត្រូវផ្ទាល់លើអ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ទាប នឹងជាអ្នកគ្រប់គ្រងនៅតាមបណ្តាផ្នែកជំនាញនីមួយៗ។ ឧទាហរណ៍៖ ជាទូទៅផ្នែកគណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុសំខាន់ដែលជាងនេះទៅទៀត អ្នកគ្រប់គ្រងនៅផ្នែកកណ្តាលដែលជាអ្នកទទួលខុសត្រូវទៅលើការអនុវត្តនូវផែនការ និងរាល់គោលនយោបាយតាមផ្នែករបស់អង្គភាពគឺដើម្បីប្រមូលផ្តុំជាគោលដៅ និងជាការសម្រេចគោលដៅនូវផែនការរួមមួយ។
- ៣.អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ទាប (Lowest Managers) ៖ គឺជាអ្នកដឹកនាំផ្ទាល់នូវរាល់សកម្មភាពការងាររបស់និយោជិកដែលវាជាដំណាច់ដំបូងបំផុតក្នុងការគ្រប់គ្រងគឺត្រូវតែដឹកនាំនូវរាល់សកម្មភាពទាំងអស់នូវការងាររបស់និយោជិកប្រចាំថ្ងៃ គឺដើម្បីអនុវត្តន៍តាមផែនការដែលបានដាក់ចេញ ដូចនេះអ្នក

5 . <https://www.kakcent.com/>

6 . <https://www.khsearch.com/qna/8186>

គ្រប់គ្រងថ្នាក់ទាបត្រូវតែពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការត្រួតពិនិត្យដោយផ្ទាល់លើការកែតម្រូវ ឬដោះស្រាយរាល់ បញ្ហាដែលទាក់ទងទៅនឹងការងារ ដែលប្រការនេះអ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ទាបត្រូវតែមាននូវសមត្ថភាព គ្រប់គ្រាន់ដើម្បីឱ្យមានដំណើរការការងាររបស់អង្គភាព។ ឧទាហរណ៍៖ ប្រធានក្រុម ប្រធានផ្នែក។

២.២ ប្រភពចំណូល និងប្រភេទចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន

២.២.១ និយមន័យចំណូល ចំណាយ

ក. ចំណូល

ចំណូល គឺជាការកើនឡើងនៅក្នុងអត្ថប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចក្នុងការិយបរិច្ឆេទមួយនៅក្នុងជា ទម្រង់នៃលំហូរចូល(ឬបង្កើន)នៃទ្រព្យសកម្ម, ឬថយចុះនៃបំណុល ដែលលទ្ធផលមានការកើនក្នុង ទុនលើកលែងមានការថែមទុនពីម្ចាស់ភាគហ៊ុន។

ចំណូល គឺជាការហូរចូលនូវសាច់ប្រាក់ ឬកើនទ្រព្យសកម្ម ឬសំណងនៃបំណុលស្ថិតនៅក្នុង កំឡុងពេលណាមួយពីការទទួលបាន, ផលិតទំនិញ, ការផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្ម ឬសកម្មភាពផ្សេងៗដែល ទាក់ទងនឹងប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន ហើយចំណូលក៏អាចជាថ្លៃទំនិញដែលបានលក់តាមរយៈការ ផ្តល់សេវាកម្មនៅក្នុងកំឡុងពេលនៃឧបគណនេយ្យ។

ខ. ចំណាយ

ចំណាយ គឺជាការហូរចេញ ការប្រើប្រាស់អស់នូវទ្រព្យសកម្ម ឬបំណុលដែលកើនឡើងនៅ ក្នុងកំឡុងពេលណាមួយពីការទទួលបាន ឬផលិតទំនិញ ផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្ម ឬសកម្មភាពផ្សេងៗដែល ទាក់ទងនឹងប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ចំណាយ គឺជាចំនួនទឹកប្រាក់ដែលត្រូវចំណាយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនមួយដើម្បីផលិតផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលលក់។

២.២.២ ប្រភេទនៃប្រភពចំណូល និងប្រភេទចំណាយ

ក. ប្រភពចំណូល

ប្រវត្តិសង្ខេបនៃប្រភពចំណូលក្នុងនោះរួមមាន៖

១. ការធ្វើកសិកម្ម(ចាប់ពីសម័យបុរាណ ដល់សម័យសម័យ)៖ ប្រភពចំណូលចម្បង គឺបានមកតាម រយៈការធ្វើកសិកម្ម និងបសុសត្វ ជាមួយនឹងការបង់ពន្ធលើផលិតផល ឬសត្វ។
២. ស្វយសាមញ្ញ និងការច្បាំង(អាណាចក្របុរាណ)៖ ចំណូលពីទឹកដីដែលដណ្តើមបាន រួមមាន មាស ប្រាក់ និងទំនិញ។

7 . <https://www.khsearch.com/qna/24822>

8 . <https://www.facebook.com/MeMongPage/posts/1791452767697923/>

9 . <https://www.facebook.com/libraryrule/photos/a.1149438368414625/4297751153583315/?type=3>

10 . <https://www.facebook.com/libraryrule/photos/a.1149438368414625/4297756163582814/?type=3>

11 . <https://km.unitinal.com/>

៣. ការបង់ពន្ធ (ពីបុរាណទៅសម័យថ្មី) ៖ ការអភិវឌ្ឍន៍ដីធ្លី អចលនទ្រព្យ ប្រាក់ចំណូល និងពន្ធលើការលក់ជាដើម។

៤. ចំណូលឧស្សាហកម្ម (សតវត្សទី ១៨ និង ១៩) ៖ ប្រាក់ចំណូលគឺបានមកពីការផលិតប្រាក់ចំណេញសាជីវកម្ម និងប្រាក់ឈ្នួលដោយសារបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម។

៥. សតវត្សទី ១៩ បន្តទៅមុខ ៖ ចំណូលដ៏សំខាន់ពីប្រេង ឧស្ម័ន ធ្យូងថ្ម និងរ៉ែ។

៦. សតវត្សទី ២០ ៖ ប្រាក់ចំណូលពីសេវាសាធារណៈដូចជា ទឹក អគ្គិសនី ការដឹកជញ្ជូន និងកំណើនប្រាក់ចំណូលពីទេសចរណ៍ពិភពលោក រួមទាំងការស្នាក់នៅ និងការកម្សាន្ត។

៧. សតវត្សទី ២១ ៖ ប្រាក់ចំណូលពីពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក សេវាកម្មឌីជីថល និងការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាម Internet។

៨. សម័យទំនើប ៖ ប្រាក់ចំណូលពីធនាគារ ធានារ៉ាប់រង សេវាកម្មវិនិយោគ និងទីផ្សារហិរញ្ញវត្ថុ¹²។

ខ. ប្រភេទចំណាយ

ប្រវត្តិសង្ខេបនៃប្រភេទនៃចំណាយទូទាំងប្រវត្តិសាស្ត្រ ៖

១. សម័យបុរាណ និងមជ្ឈឹមសម័យ

- តម្រូវការមូលដ្ឋាន ៖ ការចំណាយលើអាហារ ទីជម្រក សម្លៀកបំពាក់ និងការថែទាំសុខភាព។
- វត្ថុប្រណិត ៖ បុគ្គលដែលមានទ្រព្យសម្បត្តិច្រើនជាងគេបានចំណាយលើទំនិញប្រណិត។ ដូចជា គ្រឿងអលង្ការ និងវាយកណ្តាជាដើម។
- ពន្ធ និងស្នូលសារអាករ ៖ ការទូទាត់ទៅអ្នកគ្រប់គ្រង ឬម្ចាស់ដី។

២. សម័យសក្តិភូមិ

- កាតព្វកិច្ចសក្តិភូមិ ៖ កសិករបានបង់ថ្លៃជួល និងផ្តល់សេវាការងារដល់ម្ចាស់។
- ការបូជាតាមសាសនា ៖ ការបរិច្ចាគទៅព្រះវិហារ។

៣. បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម

- ទំនិញប្រើប្រាស់ ៖ ការចំណាយលើទំនិញដែលផលិតយ៉ាងច្រើនមាន ដូចជាសម្លៀកបំពាក់ និងរបស់ប្រើប្រាស់ក្នុងផ្ទះ។
- នគរូបនីយកម្ម ៖ ការចំណាយទាក់ទងនឹងលំនៅដ្ឋាន និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទីក្រុង។
- ការអប់រំ និងការថែទាំសុខភាព ៖ ការបង្កើនការចំណាយលើផ្នែកទាំងនេះ នៅពេលដែលសង្គមបានធ្វើទំនើបកម្ម។

៤. សតវត្សទី 20 ដល់បច្ចុប្បន្ន

- អ្នកប្រើប្រាស់ ៖ ការកើនឡើងនៃការចំណាយលើរថយន្ត គ្រឿងប្រើប្រាស់ និងគ្រឿងអេឡិចត្រូនិច។
- ការកម្សាន្ត ៖ ការចំណាយលើសកម្មភាពកម្សាន្ត និងការធ្វើដំណើរ។
- បច្ចេកវិទ្យា ៖ ការកើនឡើងនៃការចំណាយលើកុំព្យូទ័រ ស្ថាប័ន និងឧបករណ៍បច្ចេកវិទ្យា។

12 . Tax Foundation: A Short History of Government Taxing and Spending in the United States

- ការថែទាំសុខភាព និងការអប់រំ៖ ការកើនឡើងថ្លៃដើមក្នុងការថែទាំសុខភាព ការអប់រំ និងសេវាកម្មដែលពាក់ព័ន្ធ។

៥. និន្នាការទំនើប

- ការជាវឌីជីថល៖ ការចំណាយលើសេវាកម្មអនឡាញ និងមាតិកាឌីជីថល។
- ទំនួលខុសត្រូវផ្នែកបរិស្ថាន និងសង្គម៖ ការវិនិយោគលើផលិតផលដែលមិនប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាន និងបុព្វហេតុសង្គម។
- លំនៅឋាន និងអចលនៈទ្រព្យ៖ ការចំណាយសំខាន់ៗទាក់ទងនឹងអចលនទ្រព្យ និងថ្លៃជួល។
- សេវាបំណុល និងហិរញ្ញវត្ថុ៖ ការចំណាយទាក់ទងនឹងការសងបំណុល ប័ណ្ណឥណទាន និងការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ¹³ ។

២.២.៣ ការកើតមានគ្រប់គ្រងចំណូល និងប្រភេទចំណាយ

ទ្រឹស្តីទំនាក់ទំនងរវាងចំណូល និងចំណាយអាចបែងចែកជាផ្នែកសំខាន់ៗមួយចំនួន៖

- ការចំណាយលើការប្រើប្រាស់៖ គ្រួសារចំណាយប្រាក់ចំណូលរបស់ពួកគេលើទំនិញ និងសេវាកម្មដែលជំរុញឱ្យមានតម្រូវការសម្រាប់ទិន្នផលអាជីវកម្ម។
- ការចំណាយលើការវិនិយោគ៖ អាជីវកម្មវិនិយោគលើទំនិញដើមទុនដើម្បីផលិតទំនិញ និងសេវាកម្មនាពេលអនាគត។
- ការចំណាយរបស់រដ្ឋាភិបាល៖ រដ្ឋាភិបាលចំណាយលើសេវាសាធារណៈ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ដោយទទួលបានមូលនិធិពីចំណូលពន្ធ និងការខ្ចីប្រាក់។
- ការនាំចេញសុទ្ធ៖ ភាពខុសគ្នារវាងប្រទេសនាំចេញ និងនាំចូល។

សម្រាប់អាជីវកម្ម ការយល់ដឹងអំពីលំហូរនេះគឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់ការធ្វើផែនការយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវតាមដានរាល់សូចនាកររបស់សេដ្ឋកិច្ច ទំនុកចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងជានិន្នាការនៃទីផ្សារដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្តប្រកបដោយការយល់ដឹងអំពីផលិតកម្ម កម្រិតសារពើភ័ណ្ឌ និងជាយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ¹⁴ ។

២.៣ វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយ

២.៣.១ និយមន័យនៃវិធីសាស្ត្រ

វិធីសាស្ត្រ គឺជាការរៀបចំផែនការក្នុងការធ្វើអ្វីមួយដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅ¹⁵ ។

វិធីសាស្ត្រ គឺជាវិធីនៃការធ្វើអ្វីមួយជារឿយៗជាវិធីមួយដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រព័ន្ធ ឬផែនការ¹⁶ ។

វិធីសាស្ត្រ គឺមានន័យថាបង្ហាញនូវសកម្មភាពប្រកបទៅដោយឆន្ទៈដ៏មុះមុតដើម្បីសម្រេចបាននូវភាពជោគជ័យ¹⁷ ។

13 . Tax Foundation: A Short History of Government Taxing and Spending in the United States

14 .(Khan Academy) (Small Business - Chron.com) (Saylor.org) (Cambridge Finance)

15 .(វិចិត្រនក្រមរបស់សម្តេចព្រះសង្ឃរាជ ជួន ណាត)

16 . <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/learner-english/method>

17 . <https://thmeythmey.com/?page=detail&id=59938>

២.៣.២ ប្រវត្តិនៃវិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រង

បើយោងតាម Peter Drucker វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងគឺមាន ៥ ចំណុចគឺ៖

- **ការកំណត់នូវគោលដៅ៖** អ្នកគ្រប់គ្រងកំណត់នូវគោលដៅឱ្យអង្គភាព និងសម្រេចចិត្តក្នុង ការរៀបចំផែនការដើម្បីសម្រេចនូវគោលដៅទាំងនោះ។ បន្ទាប់មកអ្នកគ្រប់គ្រងនឹងផ្សព្វផ្សាយ ព័ត៌មានទាំងនោះទៅបុគ្គលិកទាំងអស់ដែលនៅក្នុងអង្គភាព។
- **ការចាត់តាំង៖** អ្នកគ្រប់គ្រងចាត់ចែងកិច្ចការដែលត្រូវបំពេញដោយបែងចែងកិច្ចការទាំងនោះទៅជាសកម្មភាព និងការងារ។ អ្នកគ្រប់គ្រងបានបញ្ចូលការងារទាំងនោះឱ្យក្លាយទៅជាគម្រោងផ្លូវការរបស់អង្គភាព និងធ្វើការចាត់តាំងនិងរៀបចំមនុស្សឱ្យទៅធ្វើការងារទាំងនោះ។
- **ការលើកទឹកចិត្តនិងទំនាក់ទំនង៖** អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវតែលើកទឹកចិត្ត និងធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយបុគ្គលិករបស់ខ្លួនដើម្បីឱ្យការងារបានសម្រេចជោគជ័យ។
- **ការធ្វើការវាស់វែង៖** អ្នកគ្រប់គ្រងធ្វើការវាស់វែងប្រសិទ្ធភាពការងារដោយប្រៀបធៀបវា ជាមួយនឹងគោលដៅ ឬចំណុចគោលដែលយើងបានដាក់។ បន្ទាប់មកពួកគេធ្វើការវិភាគទៅ លើប្រសិទ្ធភាពការងារនោះ ហើយធ្វើការផ្សព្វផ្សាយនូវអ្វីដែលគេរកឃើញទៅកាន់ថ្នាក់លើ និងបុគ្គលិកក្រោមបង្គាប់របស់ខ្លួន។
- **ការបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្ស៖** អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវតែបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិករបស់ខ្លួន និងព្រមទាំងខ្លួនឯងផងដែរ។ អ្នកគ្រប់គ្រងព្យាយាមរកនូវចំណុចខ្វះខាតរបស់បុគ្គលិក ដើម្បីកែលម្អឱ្យប្រសើរជាងមុន។ អ្នកគ្រប់គ្រងមានតួនាទីធ្វើការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក និង ការងាររបស់ពួកគេ¹⁸។

២.៣.៣ វិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយ

ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពគឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់សុខភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងជានិរន្តរភាពនៃអាជីវកម្មណាមួយ។

វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗមួយចំនួន គឺជាការអនុវត្តល្អដ៏បំផុតសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬអង្គភាពមានដូចជា៖

1. ថវិកា

- **បង្កើតថវិកាលម្អិត៖** គូសបញ្ជាក់ពីប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយដែលរំពឹងទុកក្នុងរយៈពេលជាក់លាក់មួយ។ នេះជួយក្នុងការព្យាករណ៍លទ្ធផលនៃផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងជាការរៀបចំផែនការសម្រាប់តម្រូវការនាពេលអនាគត។
- **ការត្រួតពិនិត្យ និងការកែតម្រូវជាប្រចាំ៖** ប្រៀបធៀបរាល់ប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយជាក់ស្តែងជាទៀងទាត់ដែលជៀបទៅនឹងថវិកាហើយកែតម្រូវតាមការចាំបាច់ ដើម្បីជាការឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃអាជីវកម្ម។

18 . Emile Woolf International, F1 study text accountant in business (Great Britain: Emile Woolf Publishing Limited, 2010), p. 242

2. ការគ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់

- ត្រួតពិនិត្យលំហូរសាច់ប្រាក់៖ តាមដានលំហូរសាច់ប្រាក់ចូល និងលំហូរចេញដើម្បីធានាថាអាជីវកម្មអាចបំពេញកាតព្វកិច្ចរយៈពេលខ្លីរបស់ខ្លួនបាន។
- រក្សាសាច់ប្រាក់បម្រុង៖ ការទុកសាច់ប្រាក់បម្រុងទុក ដើម្បីដោះស្រាយការចំណាយដែលមិនបានរំពឹងទុក ឬការធ្លាក់ចុះនៃប្រាក់ចំណូល។

3. ការតាមដានការចំណាយ

- ការប្រើកម្មវិធីគណនេយ្យ៖ ប្រើកម្មវិធីដូចជា QuickBooks, Xero ឬ FreshBooks ដើម្បីតាមដានការចំណាយ និងបង្កើតរបាយការណ៍ដោយស្វ័យប្រវត្តិ។
- ចាត់ថ្នាក់ការចំណាយ៖ រៀបចំការចំណាយតាមប្រភេទនីមួយៗ (ឧ.ឧបករណ៍ប្រើប្រាស់ បញ្ជីប្រាក់បៀវត្សរ៍, ទីផ្សារ...) ដើម្បីកំណត់តំបន់ដែលការចំណាយអាចត្រូវបានកាត់បន្ថយ។

4. ការគ្រប់គ្រងចំណូល

- ការធ្វើពិពិធកម្មលំហូរនៃប្រាក់ចំណូល៖ ជៀសវាងនូវការរំពឹងទុកលើប្រភពចំណូលតែមួយដោយការធ្វើពិពិធកម្មផលិតផល សេវាកម្ម ឬទីផ្សារ។
- អនុវត្តប្រព័ន្ធវិក្កយបត្រដែលមានប្រសិទ្ធភាព៖ ប្រព័ន្ធវិក្កយបត្រដោយស្វ័យប្រវត្តិធានានូវការចេញវិក្កយបត្រទាន់ពេលវេលា និងការតាមដានលើគណនីហ្គូសកាលកំណត់។

5. ការគ្រប់គ្រងការចំណាយ

- ចរចាជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់៖ ពិនិត្យកិច្ចសន្យាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ឱ្យបានទៀងទាត់ និងចរចាលក្ខខណ្ឌដែលល្អប្រសើរ ដើម្បីកាត់បន្ថយការចំណាយ។
- អនុវត្តវិធានការសន្សំថ្លៃដើម្បី៖ រកមើលវិធីកាត់បន្ថយការចំណាយដែលមិនចាំបាច់ដោយមិនប៉ះពាល់ដល់គុណភាព ដូចជាកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ថាមពល ឬដំណើរការបង្កើនប្រសិទ្ធភាព។

6. របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងការវិភាគ

- របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុទៀងទាត់៖ រៀបចំ និងពិនិត្យរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ (របាយការណ៍ចំណូល តារាងតុល្យការ របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់) ដើម្បីវាយតម្លៃសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់អាជីវកម្ម។
- សូចនាករការអនុវត្តសំខាន់ៗ (KPIs)៖ តាមដាន KPIs ដូចជាប្រាក់ចំណេញដុល ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ និងត្រឡប់មកវិញទៅលើការវិនិយោគ ដើម្បីវាស់ស្ទង់ការអនុវត្ត និងធ្វើការសម្រេចចិត្តដែលមានជាព័ត៌មាន។

7. ផែនការពន្ធ

- ផែនការសម្រាប់ពន្ធ៖ ប៉ាន់ប្រមាណបំណុលពន្ធ និងទុកមូលនិធិដើម្បីជៀសវាងបញ្ហាលំហូរសាច់ប្រាក់ក្នុងពេលបង់ពន្ធ។
- ទាញយកអត្ថប្រយោជន៍នៃការកាត់កង៖ ធានាថាអាជីវកម្មទាមទារការកាត់កង និងឥណទានដែលមានសិទ្ធិទាំងអស់ ដើម្បីកាត់បន្ថយបន្ទុកពន្ធ។

8. ការគ្រប់គ្រងបំណុល

- គ្រប់គ្រងបំណុលដោយឈ្លាសវៃ៖ ប្រើបំណុលជាយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់កំណើន ប៉ុន្តែជៀសវាងការប្រើប្រាស់លើស។ ពិនិត្យអត្រាការប្រាក់ និងការផ្តល់ឥណទានឡើងវិញឱ្យបាន ទៀងទាត់ ប្រសិនបើលក្ខខណ្ឌប្រសើរមាន។
- ផ្តល់អាទិភាពដល់ការសងបំណុល៖ ផ្ដោតលើការសងបំណុលដែលមានការប្រាក់ខ្ពស់ជាមុនសិន ដើម្បីកាត់បន្ថយថ្លៃដើមការប្រាក់ទាំងមូល។

9. ការវិនិយោគលើបច្ចេកវិទ្យា

- ដំណើរការហិរញ្ញវត្ថុដោយស្វ័យប្រវត្តិ៖ វិនិយោគលើបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីធ្វើវិក្កយបត្រ បើកប្រាក់បៀវត្សរ៍ និងតាមដានការចំណាយដោយស្វ័យប្រវត្តិ ដែលអាចកាត់បន្ថយកំហុស និងចំណេញពេលវេលា។
- ប្រើការវិភាគទិន្នន័យ៖ ប្រើប្រាស់ការវិភាគទិន្នន័យ ដើម្បីទទួលបានការយល់ដឹងអំពីប្រតិបត្តិការ ហិរញ្ញវត្ថុ និងកំណត់និន្នាការ ឬផ្នែកសម្រាប់ការកែលម្អ។

10. ជំនួញវិជ្ជាជីវៈ

- ជួលអ្នកជំនាញផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ៖ ពិចារណាជួល CFO ឬប្រឹក្សាជាមួយទីប្រឹក្សាហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីទទួល បានជំនួញអ្នកជំនាញលើការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយ។
- សវនកម្មទៀងទាត់៖ ធ្វើសវនកម្មទៀងទាត់ដើម្បីធានាថាការអនុវត្តហិរញ្ញវត្ថុមានភាពត្រឹមត្រូវ និង អនុលោមតាមបទប្បញ្ញត្តិ។

ការអនុវត្តវិធីសាស្ត្រទាំងនេះអាចជួយឱ្យអាជីវកម្មរក្សាបាននូវស្ថិរភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ បង្កើនប្រសិទ្ធភាពប្រាក់ចំណូលគ្រប់គ្រងការចំណាយ និងធានាបាននូវភាពជោគជ័យរយៈពេលវែង¹⁹ ។

19 . (Investopedia: Small Business Finance), (QuickBooks Blog: Business Budgeting), (Xero: Managing Your Small Business Finances)

ជំពូកទី៣
លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

ជំពូកទី៣

**នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន
យូនីលីវេ(ខេមបូឌា)លីមីតធីត**

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃក្រុមហ៊ុនយូនីលីវេ

៣.១.១ ប្រភេទរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវេ

យូនីលីវេ គឺមានដើមកំណើតជាសាហ្វីដុសខ្លួនដែលមានមានឈ្មោះថា Lever Brothers ហើយក៏បានបន្តវិវត្តន៍ខ្លួនផលិតជា Sunlight Soap នៅក្នុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៨៩០ ។ បន្ទាប់មកស្ថិតនៅក្នុងឆ្នាំ ១៩៣០ ដែល Lever Bros បានបញ្ចូលក្រុមហ៊ុនជាមួយ Margarine Unie ហើយក៏បានពង្រីកខ្លួនចូលទៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិដោយសារក្រុមហ៊ុនទាំងពីរនេះមានចក្ខុវិស័យតែមួយ ដែលសម្លឹងឃើញអនាគតរួមគ្នាទើបសម្រេចចិត្តចាប់យកឱកាសថ្មីជាមួយគ្នា ដោយសារតែក្រុមហ៊ុនពង្រីកខ្លួនកាន់តែធំស្ថិតនៅលើឆាកអន្តរជាតិជាច្រើនប្រទេសទើបសម្រេចដាក់ឈ្មោះថ្មីថាជា Unilever ។ យូនីលីវេ គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលផលិតទំនិញប្រើប្រាស់ឈានមុខគេមួយនៅលើពិភពលោកដែលផលិតទៅលើផលិតផលថែរក្សាសម្រស់, ផលិតផលប្រើប្រាស់ក្នុងផ្ទះបាយ, ផលិតផលអាហារ និងភេសជ្ជៈជាដើមដែលកំពុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនក្នុងប្រទេសចំនួន ១៩០ នៅជុំវិញពិភពលោក ហើយផលិតផលទាំងនោះបានទៅដល់ដៃអ្នកប្រើប្រាស់ប្រមាណ ២.៥ ប៊ីលាននាក់ក្នុងមួយថ្ងៃៗ ។ យើងមានបុគ្គលិកនិយោជិត ១៤៩,០០០នាក់ និងបានបង្កើនការលក់នូវទឹកប្រាក់ចំនួន ៥០.៧ ប៊ីលានអឺរ៉ូកាលពីឆ្នាំ ២០២០ ។ ចាប់តាំងពីឆ្នាំ ២០១០មកយើងសង្កេតឃើញថាការធ្វើសកម្មភាពតាមរយៈគម្រោងជីវិតរស់នៅប្រកបដោយនិរន្តរភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវេ ដើម្បីជួយជាប្រយោជន៍ទៅដល់ប្រជាជនជាង១ប៊ីលាននាក់នឹង ដើម្បីលើកកម្ពស់សុខភាព និងសុខុមាលភាពរបស់ពួកគេថែមទាំងបានកាត់បន្ថយឱ្យបានពាក់កណ្តាលនូវផលប៉ះពាល់បរិស្ថានពីផលិតផលរបស់យើង និងការលើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជនរាប់លាននាក់ដូចដែលអាជីវកម្មរបស់យើងបានរីកចម្រើន ។ យើងបានធ្វើនូវវឌ្ឍនភាពគួរឱ្យកត់សម្គាល់រួចហើយ និងបន្តពង្រីកមហិច្ឆតារបស់យើងដូចដែលថ្មីៗនេះ យើងនឹងប្តេជ្ញាធានាថា រាល់ការវេចខ្ចប់ផ្លាស់ប្តូររបស់យើងគឺ ១០០% អាចប្រើប្រាស់បានឡើងវិញ, អាចកែច្នៃឡើងវិញបាន និងអាចយកទៅធ្វើជាជីកំប៉ុសបាននៅឆ្នាំ២០២៥ ។

ជាមួយគ្នាអស់រយៈពេល ១៨ឆ្នាំស្ថិតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាក្រុមហ៊ុនយូនីលីវេ(ខេមបូឌា)លីមីតធីតបាននឹងកំពុងបម្រើផលិតផលជាច្រើនដល់អ្នកប្រើប្រាស់ និងប្រជាជនកម្ពុជាចំនួន ១៦លាននាក់ ។ ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវេ(ខេមបូឌា)លីមីតធីត ត្រូវបានជ្រើសរើសជាក្រុមហ៊ុនមួយក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនល្អបំផុតសម្រាប់ធ្វើការនៅក្នុងអាស៊ី ។ ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវេ(ខេមបូឌា)លីមីតធីត បានក្លាយជាក្រុមហ៊ុនដែលមានទំនិញប្រើប្រាស់ដែលឈានមុខគេនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ចាប់តាំងពីការចុះបញ្ជីជាផ្លូវការជាមួយក្រសួងពាណិជ្ជកម្មដែលនៅក្នុងឆ្នាំ ២០០៣ ។ បច្ចុប្បន្ននេះនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនយូនីលីវេ បានបម្រើអតិថិជនចំនួន ១៦លាននាក់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាជារៀងរាល់ថ្ងៃ ។ ជាមួយនឹងជាង ២០ហាងថែរក្សាសម្រស់ និងសុខភាព, ការថែទាំផ្ទាល់ខ្លួន, អាហាររូបត្ថម្ភ, ការរើម និងម៉ាក Home Care រួមទាំងម៉ាកល្បីៗដូចជា Dove, Viso Pises, Sunlight, Clear, Sunsilk, Knorr, និង Wall's Ice Cream ។

៣.១.២ ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវើ

ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវើ(ខេមបូឌា)លីមីតធីត គឺស្ថិតនៅអគារ MORGAN TOWER LEVEL 15, #388, កោះពេជ្រ, ផ្លូវស្តុកក្រមង្គល, ភូមិ១៤,សង្កាត់ ទន្លេបាសាក់, ខណ្ឌចំការមន, រាជធានី ភ្នំពេញ ប្រទេសកម្ពុជា ។

៣.១.៣ បក្ខវិស័យ បេសកកម្ម គោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវើ

ក.បក្ខវិស័យ

ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវើមានចក្ខុវិស័យ គឺធ្វើយ៉ាងណាឱ្យយុទ្ធសាស្ត្រនៃអាជីវកម្មដែលប្រកបដោយ និរន្តរភាពដែលត្រូវបានលើកឡើងដើម្បីជួយបំពេញឱ្យការងារបានល្អប្រសើរ និងជួយជំរុញកំណើសេដ្ឋកិច្ច ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងមានទំនួលខុសត្រូវតាមរយៈ៖ ការលើកកម្ពស់នូវសុខភាពភពផែនដី, ការលើក កម្ពស់សុខភាពនិងទំនុកចិត្ត និងសុខុមាលភាពប្រជាជនដែលជាការចូលរួមចំណែកនៅក្នុងពិភពលោកមួយ ដែលមានលក្ខណៈស្មើភាព និងការទទួលស្គាល់នៃភាពចម្រុះរបស់សង្គម ។

ខ.បេសកកម្ម

ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវើ គឺបានប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះបេសកកម្មនៅក្នុងការបង្កើតអនាគតដ៏ត្រចះត្រចង់ ជាមួយការផ្តល់ផលិតផលប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់ព្រមទាំងផ្តល់ផលវិជ្ជមានដល់សង្គមកម្ពុជា ។

គ.គោលដៅ

ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវើ គឺបានប្តេជ្ញាចិត្តយ៉ាងមុតមាំនូវក្នុងការជួយសម្រេចបាននូវចក្ខុវិស័យរបស់ ក្រុមហ៊ុននៅក្នុងការក្លាយជាអ្នកនាំមុខគេនៅលើពិភពលោកនូវក្នុងការប្រកបអាជីវកម្មដោយនិរន្តរភាព និង ដើម្បីបង្ហាញពីរបៀបនៃការធ្វើអាជីវកម្មដែលដឹកនាំតាមគោលបំណង, ជំរុញឱ្យមានដំណើរការល្អលើសគេ, និងប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវដែលមានការកែលម្អសុខភាពនៃភពផែនដី, និងធ្វើឱ្យមនុស្សកាន់តែ មានភាពប្រសើរឡើងនូវសុខភាព ទំនុកចិត្តនូវការប្រើប្រាស់ និងសុខុមាលភាពដែលជាការរួមចំណែកដល់ ប្រជាជននៅលើពិភពលោក ។

៣.១.៤ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង



៣.២ ប្រភពចំណូល និងប្រភេទចំណាយនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនយូនីលីវើ

៣.២.១ ប្រភពចំណូល

ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវើ (ខេមបូឌា) លីមីតធីតដែលបានចុះបញ្ជីជាផ្លូវការជាមួយក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា នៅថ្ងៃទី១១ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ ២០០៣ ។ នៅថ្ងៃទី ១១ ខែសីហា ឆ្នាំ ២០១៥ អគ្គនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករកម្ពុជាបានទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការថា ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវើ (ខេមបូឌា) លីមីតធីត ជាសមាជិកក្រុមពាណិជ្ជករល្អបំផុតនៅកម្ពុជាដែលមានសិទ្ធិផ្តាច់មុខ សម្រាប់ការនាំចូល និងចែកចាយផលិតផលនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ។ ប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនគឺស្របតាមយុទ្ធសាស្ត្រសកលរបស់ខ្លួន ដែលក្រុមហ៊ុនបានផ្តោតសំខាន់ទៅលើការរស់នៅប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការច្នៃប្រឌិត ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ។

ប្រភពចំណូលក្នុងក្រុមហ៊ុន យូនីលីវើ (Unilever Cambodia Ltd.) អាចបែងចែកទៅជាប្រភេទនានាដូចខាងក្រោម៖

១. ការលក់ផលិតផល (Product Sales): ចំណូលចម្បងរបស់ក្រុមហ៊ុន Unilever គឺមកពីការលក់ផលិតផលជាច្រើនប្រភេទដូចជា ផលិតផលសម្អាត (detergents), ផលិតផលថែរក្សាសម្រស់ (beauty and personal care), និងផលិតផលអាហារ (food and beverages) ។

២. ការលក់តាមរយៈបណ្តាញចែកចាយ (Distribution Networks): នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន Unilever មានបណ្តាញចែកចាយយ៉ាងធំទូលំទូលាយ ដែលផលិតផលទាំងនោះត្រូវបានចែកចាយទៅតាមរយៈបណ្តាញទំនាក់ទំនងផ្សេងៗដូចជា ហាងលក់រាយ, ផ្សារ, និងតាម Internet នេះគឺជាប្រភពចំណូលសំខាន់បន្ថែម ។

៣. កិច្ចសហការ និងសហព័ន្ធ (Partnerships and Collaborations): ក្រុមហ៊ុនបានធ្វើកិច្ចព្រមព្រៀងជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្សេងៗនៅក្នុងស្ថាប័នពាណិជ្ជកម្ម ដែលជួយបង្កើននូវចំណូលឱ្យក្រុមហ៊ុនតាមរយៈការរួមគ្នាផលិត និងចែកចាយផលិតផល ។

៤. ផលិតផលស៊េរីពិសេស (Premium and Specialized Products): ផលិតផលដែលមានតម្លៃខ្ពស់ជាងធម្មតាដែលក្រុមហ៊ុន Unilever ផ្គត់ផ្គង់ ជាពិសេសតាមក្រុមហ៊ុនដៃគូ ឬសេវាកម្មពិសេសគឺទៅតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន ។

៥. សេវាកម្មសម្រាប់អតិថិជនធំៗ (B2B Services): ការផ្តល់សេវាកម្ម ឬផលិតផលផ្សេងៗជាពិសេសសម្រាប់អាជីវកម្ម ដូចជាការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលសម្អាត ឬថែទាំផ្ទាល់ទៅកាន់ក្រុមហ៊ុនធំៗ ។

៦. ការចូលរួមក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិ (International Markets): ក្រុមហ៊ុន Unilever កម្ពុជាទទួលបានចំណូលពីទីផ្សារអន្តរជាតិសម្រាប់ផលិតផលដែលនាំចេញ ឬសហការជាមួយក្រុមហ៊ុន Unilever ដែលជាក្រុមហ៊ុនមេ ។

ប្រភពចំណូលទាំងនេះ ជាគ្រឿងសំខាន់សម្រាប់ការរីកចម្រើនរបស់ Unilever Cambodia Ltd ។

៣.២.២ ប្រភេទចំណាយ

ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវើ (ខេមបូឌា) លីមីតធីត គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលលក់នូវទំនិញប្រើប្រាស់ឈានមុខគេក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដែលទទួលរងនូវការចំណាយផ្សេងៗ ស្រដៀងនឹងការចំណាយដែលមាននៅក្នុងប្រតិបត្តិការសកលផ្សេងទៀតផងដែរ ។

ប្រភេទនៃការចំណាយសំខាន់ៗទាំងនោះរួមមាន៖

១. ថ្លៃដើមផលិតកម្ម និងផលិតកម្ម៖ ទាំងនេះរាប់បញ្ចូលទាំងវត្ថុធាតុដើម កម្លាំងពលកម្ម និងថ្លៃដើមដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការផលិតទំនិញ ដូចជាទំនិញថែទាំផ្ទាល់ខ្លួន ផលិតផលថែទាំផ្ទះ និងអាហារ និងភេសជ្ជៈ។ ម៉ាកយីហោជាក់លាក់ក្នុងប្រទេសកម្ពុជារួមមាន Dove, Sunsilk, Knorr, និង Wall's Ice Cream ។

២. ទីផ្សារ និងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម៖ ក្រុមហ៊ុនបានធ្វើទៅលើវិនិយោគសំខាន់ៗត្រូវបានធ្វើឡើងក្នុងសកម្មភាពទីផ្សារ, ផ្សព្វផ្សាយដើម្បីរក្សា និងបង្កើននូវចំណែកទីផ្សារ។ រួមបញ្ចូលទាំងយុទ្ធនាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយនានា និងព្រឹត្តិការណ៍ផ្សព្វផ្សាយនានាផងដែរ។

៣. ការចែកចាយ និងភស្តុភារ៖ គឺជាការចំណាយទាក់ទងនឹងបណ្តាញចែកចាយ រួមទាំងការដឹកជញ្ជូនឃ្លាំង និងភស្តុភារ គឺជាកត្តាសំខាន់សម្រាប់ការធានានូវផលិតផលដែលមាននៅទូទាំងប្រទេស។

៤. ថ្លៃរដ្ឋបាល និងថ្លៃចំណាយផ្សេងៗ៖ ចំណាយទាំងនេះបានចាយទៅលើប្រាក់ខែបុគ្គលិក ការជួលសម្រាប់ការិយាល័យ (ដូចជា Morgan Tower នៅភ្នំពេញ) ថ្លៃទឹកប្រើប្រាស់ និងការចំណាយរដ្ឋបាលទូទៅផ្សេងៗទៀត។

៥. ការស្រាវជ្រាវ និងការអភិវឌ្ឍន៍៖ គឺជាចំណាយទៅលើការវិនិយោគ R&D (Research and development) ដែលមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការច្នៃប្រឌិតផលិតផល និងរក្សាបាននូវអត្ថប្រយោជន៍នៃការប្រកួតប្រជែង រួមបញ្ចូលទាំងការអភិវឌ្ឍផលិតផលថ្មី និងការកែលម្អផលិតផលដែលមានស្រាប់។

៦. គំនិតផ្តួចផ្តើមពីទំនួលខុសត្រូវសង្គមសាធារណៈ (CSR)៖ ក្រុមហ៊ុនបានវិនិយោគលើសកម្មភាព CSR ផ្សេងៗ នៅក្នុងគោលបំណងអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព និងសុខុមាលភាពក្នុងសហគមន៍ដោយស្របតាមគោលដៅនិរន្តរភាពជាសកលរបស់ខ្លួន។

៣.២.៣ នីតិវិធីនៃការកត់ត្រាចុះបញ្ជីការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

ការកត់ត្រាចុះបញ្ជីការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងការធ្វើគណនេយ្យកម្មទៅលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុព័ត៌មានទាំងនេះគឺក្រុមហ៊ុនយូនីលីវេ(ខេមបូឌា)លីមីតធីត ថែរក្សាគឺដើម្បីប្រើប្រាស់ផ្ទៃក្នុងដែលព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុទាំងនេះជាប្រយោជន៍សំខាន់បំផុតទៅដល់ ម្ចាស់ភាគហ៊ុន និយ័តករ និងភាគីពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទៀតដែលត្រូវតែមានលក្ខណៈត្រឹមត្រូវ ច្បាស់លាស់ និងពេញលេញ។ កំណត់ត្រាទាំងនេះបានផ្តល់តម្លៃជាព័ត៌មានសម្រាប់ការធ្វើអាជីវកម្មបានក្លាយជាកត្តាសំខាន់នៃសកម្មភាព និងជាភាគពួកវិជ្ជមានចាំបាច់បំផុតរបស់អង្គភាពទាំងមូល។

ការកត់ត្រាចុះបញ្ជីការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន Unilever Cambodia ពាក់ព័ន្ធនឹងនីតិវិធីស្តង់ដារជាច្រើន ដើម្បីធានាបាននូវភាពត្រឹមត្រូវ ការអនុលោមភាព និងតម្លាភាព។ នីតិវិធីនៃការកត់ត្រាចុះបញ្ជីការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន យូនីលីវេ (Unilever Cambodia Ltd.) សហការជាមួយនឹងស្តង់ដារសកល និងច្បាប់សម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា ដើម្បីធានាថាការកត់ត្រាហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានធ្វើត្រឹមត្រូវដែលនីតិវិធីទាំងនោះរួមមាន៖

១. ការកត់ត្រាធនធាន និងកាលវិភាគ (Recording of Transactions and Timelines)

- ក្រុមហ៊ុនកត់ត្រាចុះបញ្ជីការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុជាប្រចាំដោយផ្អែកលើប្រតិបត្តិការណ៍ផ្ទាល់ខ្លួន (transactional accounting) ។

- រាល់ប្រតិបត្តិការជាប្រចាំ (ការលក់, ការចំណាយ, ការសងប្រាក់ជំពាក់,ល) ត្រូវបានកត់ត្រាតាមពេលវេលាត្រឹមត្រូវ និងតាមស្តង់ដារ។

២. ប្រើប្រាស់ស្តង់ដារការរាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុអន្តរជាតិ (IFRS)

- ក្រុមហ៊ុន Unilever បានប្រើប្រាស់ស្តង់ដារនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុអន្តរជាតិ (International Financial Reporting Standards - IFRS) ដើម្បីធានាថារាល់ការកត់ត្រារបាយការណ៍ត្រូវបានធ្វើតាមគោលការណ៍សកល។

៣. ការរៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុប្រចាំឆ្នាំ (Annual Financial Statements Preparation)

- ជារៀងរាល់នៅចុងឆ្នាំហិរញ្ញវត្ថុ(Balance Sheet Date) ក្រុមហ៊ុនបានរៀបចំនូវរបាយការណ៍លទ្ធផល (Income Statement), របាយការណ៍តុល្យការ (Balance Sheet), របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ (Cash Flow Statement), និង របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលដែលរក្សាទុក (Retained Earnings Statement) ។

៤. ការត្រួតពិនិត្យ និងសវនកម្ម (Auditing and Internal Controls)

- ក្រុមហ៊ុន Unilever មានប្រព័ន្ធក្នុងការត្រួតពិនិត្យផ្ទៃក្នុង (internal controls) ដើម្បីធានាថានូវរាល់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានកត់ត្រាត្រឹមត្រូវ។
- ការធ្វើសវនកម្ម (audit) ផ្ទៃក្នុង និងផ្ទៃក្រៅត្រូវធ្វើឡើងសម្រាប់ការត្រួតពិនិត្យភាពត្រឹមត្រូវនៃទិន្នន័យហិរញ្ញវត្ថុ។

៥. ការកត់ត្រាលេខគណនី (Account Classification)

- ប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានចាត់ចែងតាមប្រភេទគណនីដូចជា ទ្រព្យសកម្ម (assets), បំណុល (liabilities), ទុន(equity), ចំណូល (revenue) និង ចំណាយ (expenses) ដើម្បីឱ្យក្រុមហ៊ុនអាចគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូល និងការចំណាយបានប្រសើរជាងមុន។

៦. ការពិនិត្យបញ្ចប់បិទឆ្នាំ (Year-End Close Procedures)

- នៅចុងឆ្នាំ ក្រុមហ៊ុនពិនិត្យប្រតិបត្តិការផ្សេងៗ និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពនៃទិន្នន័យសម្រាប់ការកត់ត្រា និងការចេញនូវរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ការបិទឆ្នាំ។

៧. ការចេញរបាយការណ៍ទៅស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល និងភាគីពាក់ព័ន្ធ (Regulatory and Stakeholder Reporting)

- ក្រុមហ៊ុន Unilever Cambodia Ltd. ត្រូវបានបណ្តុះបណ្តាលឱ្យបំពេញកាតព្វកិច្ចច្បាប់ក្នុងការផ្តល់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុទៅដល់អាជ្ញាធរគ្រប់គ្រង និងភាគីពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ។

៣.៣ វិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវេ

៣.៣.១ វិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល

ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវេ (ខេមបូឌា) លីមីតធីតបានប្រើប្រាស់នូវវិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូលផ្សេងៗ គឺដើម្បីបង្កើននូវប្រសិទ្ធភាពនៃការលក់ និងប្រាក់ចំណេញ។ នេះគឺជាវិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗមួយចំនួនដែលក្រុមហ៊ុនបានប្រើប្រាស់គ្រប់គ្រងចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន យូនីលីវេ (Unilever Cambodia Ltd.) គឺការសម្របសម្រួល

ដើម្បីធានាថាក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើនចំណូល វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗទាំងនោះរួមមាន ៖

១. ការអភិវឌ្ឍផលិតផលថ្មី (Product Innovation and Development) ៖ ក្រុមហ៊ុន Unilever គ្រប់គ្រងចំណូលតាមរយៈការផលិតនិងអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលថ្មីដែលជាតម្រូវការនៅក្នុងទីផ្សារ និងការបង្កើនបន្ថែមផលិតផលបន្ថែមដូចជាផលិតផលសុខភាព និងផលិតផលថែទាំសម្រស់ជាដើមដែលជាកត្តាសំខាន់សម្រាប់បង្កើននូវប្រាក់ចំណូល។

២. ការស្វែងរកទីផ្សារថ្មី (Market Expansion) ៖ ក្រុមហ៊ុនពង្រីកទីផ្សារថ្មីៗ តាមរយៈការចូលរួមទៅក្នុងតំបន់ផ្សេងៗ និងការលក់តាមបណ្តាញអនឡាញ។ ការស្វែងរកអតិថិជនថ្មីក្នុងទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន និងនៅក្នុងទីផ្សារអន្តរជាតិជួយបង្កើនទំហំនៃការលក់ និងទំហំប្រាក់ចំណូល។

៣. រចនាតម្លៃ (Pricing Strategy) ៖ ក្រុមហ៊ុន Unilever បានប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រនូវការកំណត់តម្លៃដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនកាន់តែច្រើន។ ការសិក្សានូវតម្លៃរបស់មុខជំនួញដទៃទៀតក្នុងទីផ្សារ និងការបង្កើតផែនការតម្លៃសមស្របដែលអាចបង្កើនការលក់ និងចំណូល។

៤. ការផ្សព្វផ្សាយ និងទីផ្សារ (Marketing and Promotions) ៖ ក្រុមហ៊ុនចំណាយលើកិច្ចការផ្សព្វផ្សាយដោយប្រើបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗ ដើម្បីបង្កើនភាពទាក់ទាញរបស់អតិថិជន និងការទទួលស្គាល់នៃម៉ាកផលិតផល។ ការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធឌីជីថល និងការផ្សព្វផ្សាយផ្ទាល់ទៅកាន់អតិថិជនជួយជំរុញការលក់ និងប្រាក់ចំណូល។

៥. ការកែប្រែសហព័ន្ធល្អជាមួយដៃគូ (Partnerships and Collaborations) ៖ ក្រុមហ៊ុន Unilever បានចំណាយពេលក្នុងការសហការជាមួយក្រុមហ៊ុន និងដៃគូផ្សេងៗ ដើម្បីអភិវឌ្ឍផលិតផល និងបង្កើតនូវកិច្ចព្រមព្រៀងស៊ើបអង្កេតផ្សេងៗដែលអាចបង្កើនចំណូល និងជាផ្នែកសំខាន់នៃការចែកចាយផលិតផល។

៦. ការគ្រប់គ្រងស្តុក និងស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ (Inventory and Cash Flow Management) ៖ ក្នុងនោះក្រុមហ៊ុនធ្វើការគ្រប់គ្រងស្តុកបន្ថែមដោយតម្រូវនឹងតម្រូវការទីផ្សារ ដែលក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើនចំណូលដោយការបញ្ចេញផលិតផលត្រឹមពេលវេលា និងបន្ថយការខាតបង់ស្តុក។

៧. ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធទំនាក់ទំនងអនឡាញ (E-commerce and Digital Sales) ៖ ក្រុមហ៊ុន Unilever ពង្រីកការលក់តាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ដូចជាការលក់តាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ និងបណ្តាញជំនួញផ្សេងៗដើម្បីបង្កើនអតិថិជន និងចំណូលក្នុងគោលដៅអនាគត។

៨. ការគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងអតិថិជន (Customer Relationship Management - CRM) ៖ នៅក្នុងនោះក្រុមហ៊ុនបានប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ CRM ដើម្បីគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន និងបង្កើនភាពស្មោះត្រង់, ការទាក់ទាញអតិថិជនគឺជាវិធីសាស្ត្រដើម្បីធានាថាចំណូលអាចរក្សារដោយសារអតិថិជន។

៩. ការត្រួតពិនិត្យ និងអភិវឌ្ឍគុណភាពសេវាកម្ម (Improving Product and Service Quality) ៖ ក្រុមហ៊ុន Unilever បានព្យាយាមរក្សានូវគុណភាពរបស់ផលិតផល និងសេវាកម្មដែលល្អបំផុត ដើម្បីធានាថាអតិថិជននឹងត្រលប់មកទិញផលិតផលបន្ថែម និងបង្កើននូវទំនុកចិត្ត។

វិធីសាស្ត្រទាំងនេះជាផ្នែកមួយក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូលរបស់ Unilever Cambodia Ltd. ដើម្បីធានាបាននូវការរីកចម្រើន និងចំណូលរយៈពេលវែង។

៣.៣.២ វិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងចំណាយ

វិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន **យូនីលីវើ (Unilever Cambodia Ltd.)** ផ្ដោតសំខាន់លើការកាត់បន្ថយនូវចំណាយ និងការប្រើប្រាស់ធនធានឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព វិធីសាស្ត្រទាំងនោះរួមមាន៖

១. ការត្រួតពិនិត្យ និងកំណត់ការចំណាយ (Expense Monitoring and Budgeting): ក្រុមហ៊ុន Unilever សិក្សាជាប្រចាំលើចំណាយ ដើម្បីឱ្យវាត្រូវនឹងផែនការដែលគ្រោងទុក (budget) ដែលបានកំណត់ ។

២. ការគ្រប់គ្រងស្តុកប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព (Efficient Inventory Management): ការគ្រប់គ្រងស្តុកបានធ្វើឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ដោយកាត់បន្ថយការរក្សាស្តុកដែលមិនចាំបាច់ ឬសម្ភារៈដែលអាចខូចខាតបាន។ នេះជួយបន្ថយការខូចខាតនិងការចំណាយដើម្បីរក្សាផលិតផលដែលមានគុណភាពអស់ ។

៣. ការប្រព្រឹត្តិផលិតកម្ម (Production Optimization): ក្រុមហ៊ុន Unilever បានបង្កើននូវប្រសិទ្ធភាពក្នុងការផលិតដោយប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ និងបន្ថយការប្រើប្រាស់វត្ថុធាតុដើមឬធនធានដែលមានតម្លៃខ្ពស់ ។ ការផ្លាស់ប្តូរបច្ចេកទេសផលិតកម្មជួយកាត់បន្ថយការចំណាយ ។

៤. ការសហការជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងការចរចា (Supplier Collaboration and Negotiation): ក្រុមហ៊ុនធ្វើការចរចាភាគហ៊ុនជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដើម្បីទទួលបានតម្លៃសមរម្យ និងមានគុណភាពល្អ ។ កិច្ចសហការមិនត្រឹមតែជួយបង្កើនកម្លាំងក្នុងការទិញតែប៉ុណ្ណោះទេ ក៏ជួយកាត់បន្ថយចំណាយផងដែរ ។

៥. ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល (Use of Digital Technology): ក្រុមហ៊ុន Unilever បានជ្រើសរើសនូវការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល ដើម្បីធ្វើឱ្យប្រព័ន្ធធ្វើការអេឡិចត្រូនិកមានប្រសិទ្ធភាពទៅលើចំណាយដែលមានគ្រប់កម្រិត។ ប្រព័ន្ធឌីជីថលជួយឱ្យចំណាយពេលវេលា និងកាត់បន្ថយការចំណាយលើការគ្រប់គ្រងការងារ និងទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងដៃគូអាជីវកម្ម ។

៦. ការកាត់បន្ថយចំណាយបុគ្គលិក (Staffing and HR Cost Management): ការគ្រប់គ្រងការប្រើប្រាស់កម្លាំងពលកម្មដោយគោរពតាមនូវតម្រូវការអាជីវកម្មអាចកាត់បន្ថយការចំណាយលើបុគ្គលិក។ ការប្រើប្រាស់នូវបុគ្គលិកដែលមានកម្រិតត្រឹមត្រូវតាមតម្រូវការ និងការផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពជួយឱ្យបុគ្គលិកបង្កើនសមត្ថភាពបន្ថែមតិចតួចប៉ុន្តែមិនប៉ះពាល់ចំណាយ ។

៧. ការចនាទីផ្សារ និងការផ្សព្វផ្សាយប្រកបដោយស្ថេរភាព (Cost-Effective Marketing and Advertising): ក្រុមហ៊ុន Unilever បានចំណាយលើការធ្វើទីផ្សារ និងការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដោយជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយដែលមានប្រសិទ្ធភាពបំផុតនិងមិនចំណាយក្រោមចំនួនផ្នែកចំណូលដែលអាចទទួលបានវិញ ។

៨. ការទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីសេវាកម្មចំណេញ (Outsourcing and Shared Services): ក្រុមហ៊ុនបានប្រើសេវាផ្ទេរផ្សេងៗ ដើម្បីជាចំណាយទៅលើការបំពេញការងារតិចតួចឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។ វាអាចបន្ថយចំណាយដោយផ្តល់ការងារខ្លះៗទៅសហគ្រាសផ្សេងៗដែលមានតម្លៃទាបជាងការជួលកម្លាំងបុគ្គលិកផ្ទាល់ខ្លួន ។

៩. ការកាត់បន្ថយចំណាយលើសេវាកម្មរដ្ឋបាល (Administrative and Overhead Cost Control): ការចំណាយលើរដ្ឋបាល ត្រូវបានត្រួតពិនិត្យយ៉ាងម៉ត់ចត់។ ចំណាយលើសម្ភារៈការិយាល័យ, អគ្គិសនី, ការផ្គត់ផ្គង់ទឹក, និងការទិញទំនិញត្រូវបានគ្រប់គ្រងយ៉ាងច្បាស់លាស់ដើម្បីកាត់បន្ថយការចំណាយដែលមិនចាំបាច់ ។

១០. ការប្រើប្រាស់ថវិកាដោយមានការគិតវែងឆ្ងាយ (Strategic Investment in Cost-Saving Initiatives):

ក្រុមហ៊ុន Unilever បានចំណាយលើគម្រោងដែលអាចជួយកាត់បន្ថយចំណាយក្នុងរយៈពេលវែង ដូចជា ការទិញនូវឧបករណ៍ប្រើប្រាស់ច្នៃកម្រិតខ្ពស់ ដែលអាចផ្តល់នូវសមត្ថភាពកាត់បន្ថយចំណាយក្នុងអាជីវកម្ម ។

វិធីសាស្ត្រទាំងនេះ ជាបច្ចេកទេសដែល Unilever Cambodia Ltd. ប្រើប្រាស់ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណាយ និងធានាបាននូវស្ថេរភាពហិរញ្ញវត្ថុក្នុងអាជីវកម្ម ។

ជំពូកទី៤
ការវិភាគចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

ក្រោយពីបានធ្វើការកិច្ចការស្រាវជ្រាវនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី បានធ្វើការតាមការសង្កេត និងសិក្សា ស្វែងយល់រួចមកបានបង្ហាញឱ្យឃើញថាដំណើរនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវីគឺ មានលក្ខណៈច្បាស់លាស់ទៅតាមស្តង់ដាគណនេយ្យដែលមានការរៀបចំទុក។ ប៉ុន្តែទោះជាយ៉ាងណាក៏វា តែងតែមាននូវចំណុចខ្លះខាតមួយចំនួនតូចផងដែរ ហើយដែលមិនអាចជៀសផុតបានដែលកត្តាទាំងនោះ ហើយក្រុមហ៊ុនគួរតែគិតគូរពិចារណាបំពេញបន្ថែម ដែលនៅក្នុងគោលបំណងដើម្បីធ្វើឱ្យការគ្រប់គ្រង ចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ថែមទៀត។

៤.១ ការវិភាគចំណុចខ្លាំង

- ការបង្កើតនូវនីតិវិធី ឬក៏ច្បាប់រាល់ការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយដែលមានភាពច្បាស់លាស់ និងជាក់លាក់ដែលស្របទៅតាមប្រព័ន្ធដែលក្រុមហ៊ុនបានសិក្សា និងគ្រោងទុក
- សិទ្ធិ និងតួនាទីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយដែលមានការបែងចែកច្បាស់លាស់រវាងផ្នែកដែលពាក់ព័ន្ធ
- ក្រុមហ៊ុនទទួលបានសិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការនាំចូល និងចែកចាយផលិតផលដែលមានគុណភាពខ្ពស់ដែលនាំមុខគេនៅកម្ពុជា
- ក្រុមហ៊ុនមានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងត្រឹមត្រូវ ទៅលើរបាយការណ៍ចំណូល និងចំណាយហើយបានអនុវត្តន៍តាមស្តង់ដាគណនេយ្យ
- ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវីមានយុទ្ធសាស្ត្រនៃការលក់ផលិតផល និងការពង្រឹងទីផ្សារដ៏រឹងមាំដោយប្រើប្រាស់បណ្តាញទាំងតាមបែបប្រពៃណី និងតាមបែបឌីជីថល
- ការវិនិយោគលើបច្ចេកវិទ្យា និងស្វ័យប្រវត្តិកម្មអាចបង្កើនប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការ និងកាត់បន្ថយការចំណាយលើស
- ការវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍មានគោលបំណងណែនាំផលិតផលថ្មី ឬកែលម្អផលិតផលដែលមានស្រាប់ ដើម្បីរក្សាបានការប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារ
- ប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី មានដូចជាប្រាក់ចំណេញដុល, ប្រាក់ចំណេញក្នុងប្រតិបត្តិការដែលបានបង្ហាញពីសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុដ៏រឹងមាំរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ស្ថិរភាពហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានគាំទ្រដោយលំហូរនៃប្រាក់ចំណូលប្រកបដោយនិរន្តរភាព
- ការអនុវត្តការគ្រប់គ្រងការចំណាយប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព
- ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី បានប្រកាន់ខ្ជាប់នូវបទប្បញ្ញត្តិក្នុងស្រុកដែលគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម រួមទាំងស្តង់ដារសុវត្ថិភាពនៃផលិតផល
- ការប្រៀបធៀបជាមួយដៃគូឧស្សាហកម្មដើម្បីជួយវាយតម្លៃនៃដំណើរការទាក់ទងរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងកំណើនប្រាក់ចំណូល កម្រិតប្រាក់ចំណេញ និងចំណែកទីផ្សារជាដើម។

៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ

- ការកំណត់តម្លៃមិនបានត្រឹមត្រូវទៅតាមទីផ្សារនៃផលិតផលអាចនាំឱ្យមានការធ្លាក់ចុះនូវការលក់និងប្រាក់ចំណូល
- ការលក់តាមប្រព័ន្ធអនឡាញរបស់ក្រុមហ៊ុនមិនសូវមានការគាំទ្រពីអតិថិជនទេព្រោះក្រុមហ៊ុនមានតំណាងចែងចាយទាំងលក់រាយ និងលក់ដុំនៅក្នុងស្រុកជាច្រើនកន្លែង
- ការរៀបចំចំណាយមិនស្របទៅតាមផែនការរបស់ក្រុមហ៊ុនបានគ្រោងទុក (Budget) អាចធ្វើឱ្យមានការចំណាយទៅលើធាតុដែលមិនចាំបាច់កើនឡើង
- ការគ្រប់គ្រងស្តុកមិនបានល្អនាំឱ្យមានការខូចខាតដល់ផលិតផលដែលមានគុណភាពអស់ដែលធ្វើឱ្យមានការប៉ះពាល់ដល់ប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ។

ជំពូកទី៥
សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

បន្ទាប់ពីបានសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើទ្រឹស្តីដែលពាក់ព័ន្ធការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន និង ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី (ខេមបូឌា) ដែលជាក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មរីកចម្រើន និងឈរជើង បានយូរជាងគេនៅប្រទេសកម្ពុជាចមក ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី (ខេមបូឌា) បានបង្ហាញពីការអនុវត្តការគ្រប់គ្រង ចំណូល និងចំណាយដ៏រឹងមាំដែលត្រូវបានកំណត់លក្ខណៈដោយលំហូរប្រាក់ចំណូលចម្រុះ វិធានការ គ្រប់គ្រងការចំណាយប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងការវិនិយោគដែលជាយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការច្នៃប្រឌិត និងជា និរន្តរភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ការអនុវត្តដែលមានស្ថិរភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានគាំទ្រដោយសារ តែក្រុមហ៊ុនមានទីផ្សារដ៏រឹងមាំសម្រាប់ប្រតិបត្តិការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ និងយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងនូវ ហានិភ័យ។ ការបន្តប្រកាន់ខ្ជាប់នូវតម្រូវការបទប្បញ្ញត្តិ និងការអនុលោមតាមយុទ្ធសាស្ត្រសាជីវកម្មសកល ពង្រឹងការប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុននៅក្នុងទីផ្សារនៃទំនិញប្រើប្រាស់របស់ប្រជាជនកម្ពុជា។

រាល់ចំណុចសំខាន់ៗទាំងអស់នេះត្រូវបានបង្ហាញនៅជំពូកទី៣ ជំពូកទី៤ បន្ទាប់ពីការធ្វើវិភាគទៅ លើកិច្ចការដែលក្រុមហ៊ុនបានអនុវត្តតាមការស្រាវជ្រាវរបស់ក្រុមយើងខ្ញុំបានយ៉ាងម៉ត់ចត់ចម្បង គឺដើម្បីវាយ តម្លៃលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ យើងសង្កេតឃើញថាក្រុមហ៊ុន យូនីលីវីបានរៀបចំបានយ៉ាងល្អនូវ ចំណុចដែលទាក់ទង។

សរុបមកវិញ បន្ទាប់ពីការស្រាវជ្រាវទៅលើក្រុមហ៊ុនយូនីលីវី (ខេមបូឌា) លីមីតធីតរូបរាង និងឆ្លង តាមការប្រៀបធៀបជាមួយការសិក្សាតាមទ្រឹស្តីដែលមានលក្ខណៈល្អប្រសើរហើយទទួលបានលទ្ធផលយ៉ាង ល្អក្នុងការស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ រួមជាមួយការកើនឡើងខ្ពស់នៃប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុនដោយសារតែ មានការកើនឡើងនៃអតិថិជនដែលប្រើប្រាស់ដែលបញ្ជាក់ពីការរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយចំណែក ដែលនៅ ក្នុងនោះយើងអាចសន្និដ្ឋានបានថារាល់ការគ្រប់គ្រងនូវចំណូល ចំណាយពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មហើយអាចការពារបាននូវហានិភ័យផ្សេងៗមួយចំនួនទៀតដែលយើងមិនអាច មើលឃើញនាពេលនាអនាគត។

៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍

បន្ទាប់ពីបានធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងការបកស្រាយទៅលើការគ្រប់គ្រងចំណូល ចំណាយរបស់ ក្រុមហ៊ុនយូនីលីវីរួចមក គឺមានចំណុចល្អប្រសើរជាច្រើនដែលអាចឱ្យយើងធ្វើការប្រៀបធៀបទៅនឹងដៃគូ ប្រកួតប្រជែងក្នុងស្រុកបាន។ ផ្ទុយទៅវិញខាងក្រុមហ៊ុនក៏មានចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនតូចដែលគួរយកចិត្ត ទុកដាក់បន្ថែមទៅលើរឿងទាំងអស់នេះ ដើម្បីជំនួយនូវក្នុងការកែលម្អជួយឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពទៀត នោះយើងខ្ញុំសូមផ្តល់អនុសាសន៍មួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- ក្រុមហ៊ុនត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើការកំណត់តម្លៃឱ្យបានត្រឹមត្រូវទៅតាមទីផ្សារនៃផលិតផល ដើម្បីបង្កើនការលក់ឱ្យមានការកើនឡើង និងបង្កើនប្រាក់ចំណូលបន្ថែម

- ត្រូវប្រើវិធីសាស្ត្រក្នុងការផ្សព្វផ្សាយការលក់នៅតាមប្រព័ន្ធអនឡាញបន្ថែម ដើម្បីទាក់ទាញការគាំទ្រពីសំណាក់អតិថិជនតាមរយៈការប្រើប្រាស់នូវប្រព័ន្ធឌីជីថលដើម្បីជំរុញការលក់ផលិតផលឱ្យកាន់តែមានភាពងាយស្រួលយ៉ាងឆាប់រហ័ស
- ការគ្រប់គ្រងជាប្រចាំនិងការរៀបចំចំណាយតាមផែនការរបស់ក្រុមហ៊ុន (Budget) អាចជួយកាត់បន្ថយការចំណាយទៅលើធាតុដែលមិនចាំបាច់
- ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើការគ្រប់គ្រងស្តុកទំនិញឱ្យបានត្រឹមត្រូវ ដើម្បីចៀសវាងនូវការខូចខាតនៃផលិតផល និងផលិតផលដែលមានគុណភាពអស់ដែលបណ្តាលឱ្យប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុនមានស្ថេរភាព ។

ឯកសារយោង

ឯកសារយោង

1. (សៀវភៅមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រង បោះពុម្ពលើកទី៦ ២០០៧ ទំព័រ២)
2. (វិចិត្រក្រមរបស់សម្តេចព្រះសង្ឃរាជ ជួន ណាត)
3. <https://sokankeng.wordpress.com>
4. <https://clubniset.wordpress.com>
5. <http://sabeainfo.blogspot.com>
6. <https://www.kakcent.com/>
7. <https://www.khsearch.com/qna/8186>
8. <https://www.khsearch.com/qna/24822>
9. <https://www.facebook.com/MeMongPage/posts/1791452767697923/>
10. <https://www.facebook.com/libraryrule/photos/a.1149438368414625/4297751153583315/?type=3>
11. <https://www.facebook.com/libraryrule/photos/a.1149438368414625/4297756163582814/?type=3>
12. <https://km.unitinal.com/>
13. Tax Foundation: A Short History of Government Taxing and Spending in the United States
14. Tax Foundation: A Short History of Government Taxing and Spending in the United States
15. (Khan Academy) (Small Business - Chron.com) (Saylor.org) (Cambridge Finance)
16. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/learner-english/method>
17. Emile Woolf International, F1 study text accountant in business (Great Britain: Emile Woolf Publishing Limited, 2010), p. 242
18. (Investopedia: Small Business Finance), (QuickBooks Blog: Business Budgeting), (Xero: Managing Your Small Business Finances)
19. www.trademo.com
20. www.unilever.com
21. <https://www.unilevernotices.com/privacy-notices/cambodia-khmer.html>

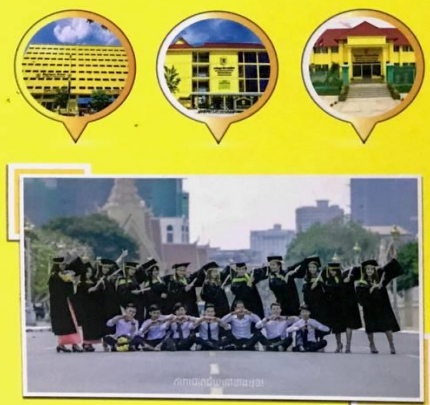
ឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធ

❖ សៀវភៅមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រង

✓ ថ្នាក់ផ្នែកសិក្សាមូលដ្ឋាន
 ✓ បរិញ្ញាបត្ររង គណនេយ្យ
 ✓ បរិញ្ញាបត្រ គណនេយ្យ
 ✓ បរិញ្ញាបត្រ កាសាអង់គ្លេស
 (សញ្ញាបត្រ ២ កម្រិត)

✓ បរិញ្ញាបត្ររងហិរញ្ញវត្ថុ និងធនាគារ
 ✓ បរិញ្ញាបត្រហិរញ្ញវត្ថុ និងធនាគារ
 ✓ អនុបណ្ឌិត គណនេយ្យ
 ✓ អនុបណ្ឌិត សវនកម្ម
 ✓ អនុបណ្ឌិត ពន្ធដារ



ស្ថាប័ន
 អគារលេខ ២១៦-២១៨ វិថីព្រះនរោត្តម រាជធានីភ្នំពេញ
 Tel: 023 213 563, Fax: 023 213 562
 VANDA Institute

សៀមរាប
 អគារលេខ ២១៦-២១៨ វិថីព្រះនរោត្តម រាជធានីភ្នំពេញ
 Tel: 017 379 268, Fax: 099 533 339
 Vanda Institute Siem Reap Branch

បាត់ដំបង
 វិថីព្រះនរោត្តម 271 ផ្លូវលេខ 214 ភូមិបឹងកក់
 សង្កាត់បឹងកក់ ក្រុងបាត់ដំបង ខេត្តបាត់ដំបង
 Tel: 053 732 563, Fax: 096 855 36 96
 Vanda Institute of Battambang

www.vanda.edu.kh



វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា
VANDA INSTITUTE



មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រង
[PRINCIPLE OF MANAGEMENT]

Scanned with CamScanner

❖ ឯកសារក្នុងបណ្ណាល័យ



បាត់ដំបង
សៀមរាប
ភ្នំពេញ

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



ប្រធានបទ៖ ការគ្រប់គ្រងចំណូល-ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន អេឌ្រាប៊ាតអ៊ិនធឺណាស៊ី
អ៊ិនធឺណាស៊ីអនឡាញ ភីអិលអិល
TOPIC: THE REVENUE AND EXPENDITURE MANAGEMENT OF ARYABRAT INTERNATIONAL PTE., LTD

រៀបចំដោយ៖ ១. ធីតា ស៊ី យ៉ា វណ្ណៈ	B19/3007
២. ធីតា ស៊ី ស៊ី វណ្ណៈ	B19/3134
៣. ធីតា ស៊ី វណ្ណៈ	B19/2959
៤. ធីតា ស៊ី វណ្ណៈ	B19/2946

016.229
 យី សៀវភៅ
 VIA.PP/2022

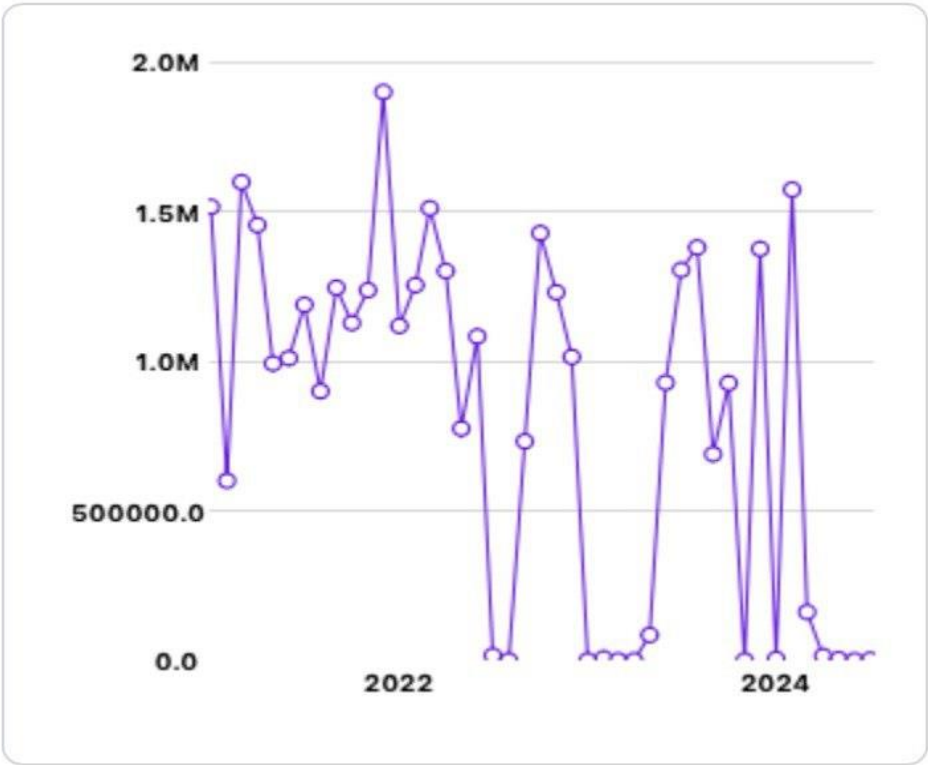
សាក្សីច្បាប់/លេខាធិការ
លោក យ៉ែម សុខា វណ្ណៈ
រាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី២០២២

PHNOM PENH-2022

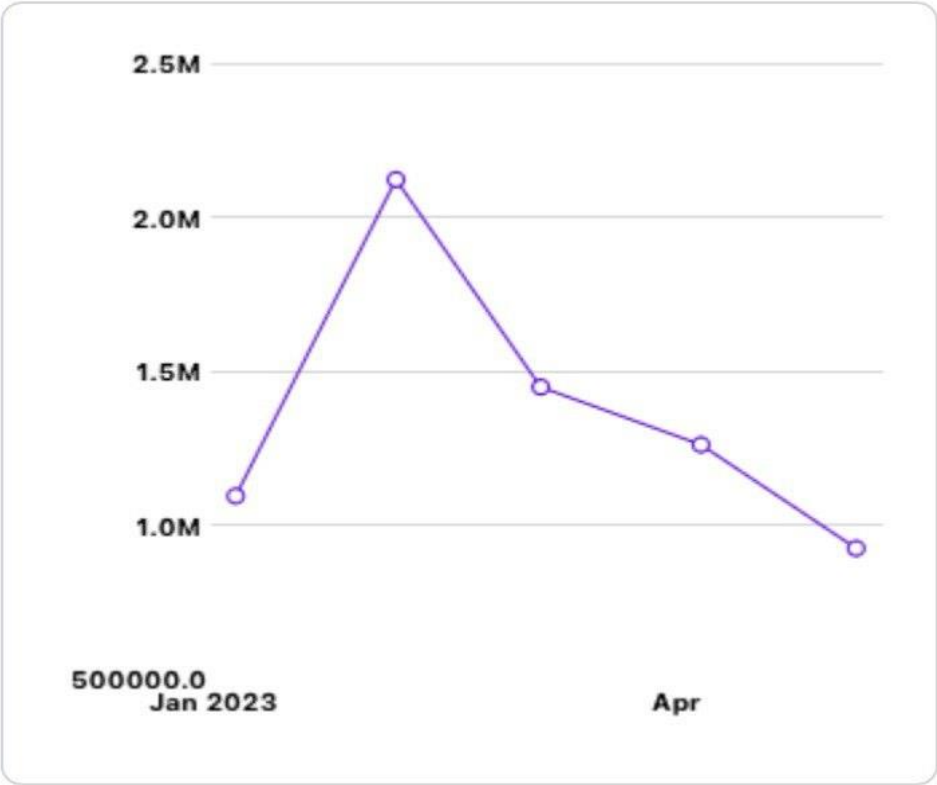
Top Unilever Cambodia Ltd Suppliers (by Value USD)

Supplier	2024	2023
Unilever Vietnam	-	5.54 M
Unilever Vietnam Inte...	1.73 M	913.78 K
	-	-
	-	-
	28.94 K	233.25 K

Unilever Cambodia Ltd Shipments Trends (by Value USD)



Unilever Cambodia Ltd Shipments Trends (by Value USD)



Unilever Cambodia Ltd



2.4 Bill of Ladings, 33k Buyers & 22k Suppliers



● Import vs ● Export

Shipments

Data Source : Volza