



**ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា**

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

**សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា**

VANDA UNIVERSITY



**សារណាបញ្ជប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ**

**នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់**

**ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា**

COCA-COLA INCOME AND EXPENDITURE  
MANAGEMENT PROCEDURES

**ជំនាញ គណនេយ្យ**

**រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៥**

PHNOM PENH-2025



**ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា**  
 MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS  
**សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា**  
 VANDA UNIVERSITY



**សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ**

**នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់**  
**ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា**  
 COCA-COLA INCOME AND EXPENDITURE  
 MANAGEMENT PROCEDURES

**គ្រូបង្ហាត់: ប៊ុន សៅលី**

**ជំនាញ គណនេយ្យ**

**រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៥**  
 PHNOM PENH-2025



**គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យសារណាមញ្ញប្រចាំឆ្នាំបរិច្ឆេទប្រតិបត្តិការទី២២  
ប្រធានបទ៖ នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនភូមា-ភូឡា**

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី១

បេក្ខបណ្ឌិត មាស សំណាង

គ្រូណែនាំ

ប៊ុន សៅលី

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី៣

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ែម សុខហៀក

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី២

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក រុទ្ធី

ប្រធានគណៈកម្មការវាយតម្លៃ និងជានាយក

មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

បណ្ឌិត សេង សំអឿន

អនុប្រធានគណៈកម្មការវាយតម្លៃ និងជានាយករង

មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

បេក្ខបណ្ឌិត ស្រេង ផល្លា



សាកលវិទ្យាធិការ

បណ្ឌិត ហេង វ៉ាន់ដា

សាកលវិទ្យាធិការរងអចិន្ត្រៃយ៍

បណ្ឌិត ហ៊ុំ គុជគន្ធលីនណា

**អារម្ភកថា**

ក្រោយពីបានសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យ នៅសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា អស់រយៈពេល៤ឆ្នាំ សិក្សាចមក ក្រុមយើងខ្ញុំបានទទួលនូវចំណេះដឹងជាច្រើន ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងមុខវិជ្ជាគណនេយ្យ ជាពិសេស ក្រុមយើងខ្ញុំបានយល់ច្បាស់ថាជំនាញគណនេយ្យគឺជាជំនាញមានសារៈសំខាន់មួយដែរសម្រាប់ទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន ក្នុងនោះស្ថាប័នរដ្ឋក្តី ឯកជនក្តី ឬអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្តី សុទ្ធតែត្រូវអនុវត្តកិច្ចការគណនេយ្យដូចគ្នា។ ដោយ ឡែកដើម្បីឱ្យការសិក្សារបស់និស្សិតកាន់តែមានគុណភាពខ្ពស់ សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដាបានបញ្ជូលនូវមុខជំនាញ សំខាន់ៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការងារគណនេយ្យតាមកម្មវិធីសិក្សាក្នុងឆ្នាំសិក្សាទីមួយរហូតដល់ឆ្នាំសិក្សាទី៤។

គ្រប់មុខវិជ្ជាទាំងអស់សុទ្ធតែមានសារៈសំខាន់ក្នុងការត្រួតត្រាយផ្លូវនិស្សិត ឱ្យបានយល់ច្បាស់ ពីការអនុវត្តការងារគណនេយ្យពីការចាប់ផ្តើមរៀបចំផែនការ ការអនុវត្ត ការបញ្ចប់ និងត្រួតពិនិត្យ វាយតម្លៃ ព្រមទាំងផ្តល់ជាអនុសាសន៍នៅក្នុងការងារគណនេយ្យ ដើម្បីពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រងនៅក្នុងស្ថាប័នខ្លួន ក្នុងន័យឆ្លើយតប ឱ្យបានល្អប្រសើរនឹងគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដែលបានដាក់ចេញ។ ដោយ ក្រុមយើងខ្ញុំសង្កេតឃើញថាកិច្ចការងារមួយនេះមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងស្របពេលនៃការសរសេរសារណាបញ្ចប់ ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្របានមកដល់ ទើបក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសនូវប្រធានបទមួយស្តីពី **“នីតិ វិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា”** យកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងចង ក្រងក្នុងគោលបំណងឱ្យអ្នកស្រាវជ្រាវទាំងអស់ឱ្យយល់កាន់តែស៊ីជម្រៅពីការរៀបចំសារណា និងប្រសិទ្ធភាពនៃការ គ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ក្រុមយើងខ្ញុំសង្ឃឹមថាការរៀបចំសារណាមួយនេះឡើងនឹង បានចូលរួមចំណែកមួយក្នុងការស្រាវជ្រាវរបស់និស្សិតជំនាន់ក្រោយៗព្រមទាំងអ្នកស្រាវជ្រាវដទៃទៀតដែលមាន គោលបំណងសិក្សាស្វែងយល់ពីកិច្ចការនេះ។

ជាទីបញ្ចប់ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមមេត្តាខន្តី អភ័យទោស ពីសំណាក់លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ រៀបច្បង និងអ្នកអាន ទាំងអស់ នូវរាល់កំហុសឆ្គងដែលកើតមានដោយអចេតនា នៅក្នុងសារណានេះ ហើយក្រុមយើងខ្ញុំរីករាយនឹង ទទួលយករាល់ការរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនា ដើម្បីឱ្យការរៀបចំលើកក្រោយទៀតមានភាពកាន់តែល្អប្រសើរ។

**បេតិកភណ្ឌក្រុម**



**ភ័ក្ត្រ មេសា**  
ID: B22/539



**ឡឿង សុខណាង**  
ID: B22/2622



**ស៊ី គីមឡេង**  
ID: B22/2216



**យ៉ាន់ ជានីល**  
ID: B22/1712



**យីន លីត**  
ID: B22/1578

### **សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ**

ក្រុមយើងខ្ញុំជានិស្សិតនៃសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២២ ជំនាញគណនេយ្យ  
**សូមសម្តែងនូវការគោរពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ និងថ្លែងអំណរគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅចំពោះ**

ក្រុមគ្រួសារដែលបានជួយឧបត្ថម្ភ គាំទ្រ ទាំងសម្ភារៈ ថវិកា និងស្មារតី ជំរុញលើកទឹកចិត្ត ដល់  
ក្រុមយើងខ្ញុំ ក្នុងការសិក្សារៀនសូត្រ ដើម្បីទទួលបានចំណេះដឹងរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ ក្នុងនោះ  
ក្រុមយើងខ្ញុំសូមសម្តែងនូវការគោរព និងកតញ្ញាតាមយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុតដល់អ្នកមានគុណ ដែលបាន  
ផ្តល់កំណើតដល់ខ្ញុំបាទ នាងខ្ញុំគ្រប់រូប និងសូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ដល់បណ្តាសាស្ត្រាចារ្យ  
លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ ទាំងអស់ដែលបានបណ្តុះបណ្តាលក្រុមយើងខ្ញុំនាពេលកន្លងមក។

ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមសម្តែងនូវការគោរពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់ជ្រាលជ្រៅ ដល់ឯកឧត្តមបណ្ឌិត **ហេង ម៉ាណែត** នាយក  
នៃសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា ដែលបានផ្តល់ទឹកនៃបណ្តុះបណ្តាល ព្រមទាំងផ្តល់បទពិសោធន៍យ៉ាងច្រើន  
ដល់យើងខ្ញុំ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណចំពោះលោកគ្រូ **ម៉ិន សៅលី** ជាលោកគ្រូណែនាំ ដោយបានជួយ  
ជ្រោមជ្រែង បង្ហាត់បង្ហាញសព្វបែបយ៉ាង ដើម្បីជួយដល់ក្រុមយើងខ្ញុំបញ្ចប់កិច្ចការសារណានេះជាស្ថាពរ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណដល់សាស្ត្រាចារ្យ និងបុគ្គលិកនៃសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា ទាំងអស់  
ដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបង្ហាត់បង្ហាញ លើកទឹកចិត្ត អនុគ្រោះដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ រហូតដល់ធ្វើឱ្យ  
ការសិក្សាបានបញ្ចប់ និងទទួលបានជោគជ័យគួរជាទីមោទនៈ។

ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះដែរ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមប្រសិទ្ធពរជ័យជូនដល់បុគ្គលទាំងអស់ខាងលើឱ្យជួបតែ  
ពុទ្ធពរឬនប្រការគឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

**អំណះអំណាង**

ក្រុមយើងខ្ញុំ ជានិស្សិតបរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យ នៃសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា ជំនាន់ទី២២៖ សូមធានាអះអាងថា ខ្លឹមសារសារណាក្រោមប្រធានបទស្តីអំពី “នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា” នេះគឺពិតជាស្នាដៃមួយរបស់ក្រុមខ្ញុំបាទ នាងខ្ញុំ ដោយគ្មានការពាក់ព័ន្ធនឹងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកផ្សេងទៀត។ ទិន្នន័យ និងលទ្ធផលដែលទាក់ទងទៅនឹងការស្រាវជ្រាវដែលបានលើកឡើងនេះ ជាអត្ថបទស្រាវជ្រាវថ្មីសុទ្ធសាធ ដែលពុំធ្លាប់មានជនណាម្នាក់យកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រាវជ្រាវពីមុនឡើយ។

ថ្ងៃ.ពុធ.៨.៧.៧៧. ខែ.កត្តិក ឆ្នាំម្សាញ់ សប្តស័ក ព.ស.២៥៦៩  
ថ្ងៃទី.២៩. ខែ.តុលា ឆ្នាំ២០២៥  
**ហត្ថលេខាអំណាចក្រុម**



ឡើង សុខណាង

## សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ

ភេសជ្ជៈកូកា-កូឡាត្រូវបានបង្កើតឡើងតាំងពីឆ្នាំ១៨៦២ពេល គឺជាង១១៣ ឆ្នាំមុនពេលបច្ចុប្បន្ន ដោយ លោកវេជ្ជបណ្ឌិត John Stith Pemberton មានទីលំនៅក្នុងរដ្ឋអាត្លង់តា សហរដ្ឋអាមេរិក។ នេះ បើតាមការចុះផ្សាយរបស់គេហទំព័រ worldofcoca-cola.com ។

ការស្រាវជ្រាវមួយច្បាប់នេះ គឺជាការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពី៖ នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និង ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា ដែលបានលើកយកចំណុចសំខាន់ៗចំនួន២ មកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ រួមមានដូចខាងក្រោម៖

- ១. នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូលនិងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា។
- ២. អត្ថប្រយោជន៍ក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា។

ដោយសារតែវិស័យផលិតកម្ម ជាវិស័យមួយដែលមានសន្ទុះ និងការរីកចម្រើនខ្លាំងសម្រាប់ប្រទេស កំពុងអភិវឌ្ឍន៍ ក្នុងនោះប្រទេសកម្ពុជាគេសង្កេតឃើញថា មានក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មជាច្រើនកំពុងតែរីករាលដាល យ៉ាងឆាប់រហ័ស នាពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ដែលជាហេតុធ្វើឱ្យមានការចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការលើកយក ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡាយកមកបកស្រាយឱ្យកាន់តែច្បាស់ ថាតើក្រុមហ៊ុននេះមានជីវប្រវត្តិ កើតឡើងតាំងពីឆ្នាំណា? មានបេសកកម្ម ទស្សនៈវិស័យគោលបំណង និងគោដៅដូចម្តេច? ក្នុងលក្ខខណ្ឌ នៃការប្រើប្រាស់ផលិតកម្ម ក៏ដូចជាលទ្ធផលដែលក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា បានចូលរួមចំណែកក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ ប្រទេសជាតិ។

តាមរយៈការស្រាវជ្រាវទៅលើ ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា យើងឃើញថា ក្រុមហ៊ុនបានបង្ហាញពី នីតិវិធីក្នុង ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយដើម្បីទទួលបានភាពជោគជ័យនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។ សារៈសំខាន់នៃ ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយនៅក្នុងជំពូកនីមួយៗ បានសិក្សាទៅលើចំណុចដែលមានភាពប្រទាក់គ្នា ពីមួយជំពូកទៅមួយជំពូកទៀត។ ការសិក្សា និងការបកស្រាយនូវរាល់ជំពូកសុទ្ធតែបានបង្ហាញខ្លឹមសារសំខាន់ៗ ដែលជំពូកទី១ បាននិយាយផ្ដោតទៅលើ លំនាំ ចំណេញបញ្ហា គោលបំណង ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃ ការគ្រប់គ្រង។ ចំណែកជំពូកទី២ ប្រវត្តិ និយមន័យសំខាន់ៗដែលទាក់ទងនឹងប្រធានបទនៃការស្រាវជ្រាវ។ ចំពោះជំពូកទី៣ ពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ គឺផ្ដោតទៅលើការបកស្រាយទាំងមូលរបស់ប្រធានបទ បានយ៉ាងលម្អិតជាងរាល់ជំពូកទាំងអស់ ដោយបានបកស្រាយរាល់នូវសំណួរដែលបានចោទសួរ ក្នុង ចំណេញបញ្ហា។ ក្នុងជំពូកទី៤ សិក្សាទៅលើចំណុចខ្លាំងនិងចំណុចខ្សោយរបស់ក្រុមហ៊ុន។ សម្រាប់ជំពូកទី៥ សិក្សាលើសេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍ដើម្បីជួយកែលំអចំពោះចំណុចខ្សោយរបស់ក្រុមហ៊ុន។

សរុបសេចក្តីមក ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា បានធ្វើការគ្រប់គ្រងទៅលើ ចំណូលនិង ចំណាយបានយ៉ាងល្អ ពេលពេញទៅដោយសមត្ថភាព ចំណេះដឹង ជំនាញ ក្រុមសីលធម៌ វិជ្ជាជីវៈ និងបទពិសោធន៍ការងារ និងការអនុវត្តន៍ គួរនាំទីការកិច្ចរបស់ខ្លួនប្រកបដោយទំនុកចិត្តខ្ពស់។ ហេតុនេះហើយទើបក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា មានភាព ល្បីល្បាញខ្លាំងនិងការជឿទុកចិត្តពីសំណាក់អតិថិជនរបស់ខ្លួនទូទាំងពិសកលលោក។

# មាតិកា

ទំព័រ

អារម្ភកថា .....	i
រចនាសម្ព័ន្ធក្រុម .....	ii
សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ .....	iii
អំណះអំណាង .....	iv
សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ .....	v
មាតិកា.....	vi

## ជំពូកទី១

### សេចក្តីផ្តើម

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

## ជំពូកទី២

### នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយ

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រង .....	៥
២.១.១ និយមន័យការគ្រប់គ្រង .....	៥
២.១.២ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រង.....	៥
២.១.៣ តួនាទីនៃការគ្រប់គ្រង .....	៦
ក. ជំនាញនៃការគ្រប់គ្រង .....	៧
ខ. មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង .....	៧
គ. កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង .....	៨
២.២ នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា .....	៨

២.២.១ និយមន័យចំណូល .....	៨
២.២.២ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល .....	៩
២.២.៣ ទ្រឹស្តីពាក់ព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល .....	១១
២.២.៤ និយមន័យចំណាយ .....	១១
២.២.៥ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រងចំណាយ .....	១២
២.២.៦ ទ្រឹស្តីពាក់ព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រងចំណាយ .....	១៣
២.៣ អត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយបានល្អរបស់រដ្ឋក្រុមហ៊ុន-កូឡា .....	១៣
២.៣.១ និយមន័យអត្ថប្រយោជន៍ .....	១៣
២.៣.២ ប្រវត្តិអត្ថប្រយោជន៍ .....	១៤
២.៣.៣ ទ្រឹស្តីពាក់ព័ន្ធអត្ថប្រយោជន៍ .....	១៤

**ជំពូកទី៣**

**នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា**

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា .....	១៥
៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន .....	១៥
៣.១.២ ទីតាំងក្រុមហ៊ុន .....	១៧
៣.១.៣ អត្តសញ្ញាណរបស់ក្រុមហ៊ុន .....	១៧
៣.១.៤ រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន .....	១៩
៣.១.៥ បេសកកម្ម ចក្ខុវិស័យ និងគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុន .....	១៩
ក.បេសកកម្ម .....	១៩
ខ.ចក្ខុវិស័យ .....	២០
គ.គោលដៅ .....	២០
៣.២ ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា មាននីតិវិធីអ្វីខ្លះ ក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយ .....	២១
៣.២.១ នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល .....	២១
៣.២.២ នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណាយ .....	២៣
៣.៣ ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយបានល្អមានអត្ថប្រយោជន៍អ្វីខ្លះសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន .....	២៥
៣.៣.១ អត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រងចំណូលបានល្អ .....	២៥
៣.៣.២ អត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រងចំណាយបានល្អ .....	២៥

**ជំពូកទី៤**

**ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ**

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង.....	២៨
៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ .....	២៩

**ជំពូកទី៥**

**សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍**

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន .....	៣០
៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍ .....	៣០

**ឯកសារយោង**

**ឧបសម្ព័ន្ធ**

# ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

## ១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

ប្រទេសកម្ពុជា ជាប្រទេសមួយដែលបានជួបប្រទះនូវសង្គ្រាមជាច្រើនទសវត្សរ៍ ជាពិសេសនៅក្នុង របបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ ដែលបានធ្វើឱ្យប្រទេសកម្ពុជាខូចខាតយ៉ាងខ្លាំងស្ទើរគ្រប់វិស័យ។ ក្នុងកំឡុងពេលនោះ ប្រទេសកម្ពុជាបានបាត់បង់ធនធានមនុស្ស និងខូចខាតទ្រព្យសម្បត្តិអស់ជាច្រើនផងដែរ ហើយសេដ្ឋកិច្ចប្រទេសកម្ពុជាមានការធ្លាក់ចុះយ៉ាងខ្លាំង។ ក្រោយមកប្រទេសកម្ពុជាបានធ្វើការរៀបចំបោះឆ្នោតដោយសេរី និងយុត្តិធម៌ ហើយប្រទេសកម្ពុជាក៏បានប្រកាន់យកប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី ព្រមទាំងបានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ចំពោះអ្នកវិនិយោគទុនទាំងឡាយ ដែលបានមកវិនិយោគទុននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ចាប់តាំងពីពេលនោះមក មានក្រុមហ៊ុនឯកជន និងអង្គការក្នុង និងក្រៅរាជរដ្ឋាភិបាលជាច្រើនមកវិនិយោគ ទុននៅក្នុងប្រទេស។ ពេលនោះ សេដ្ឋកិច្ចប្រទេសកម្ពុជាបានរីកចម្រើនលូតលាស់ឥតឈប់ឈរស្ទើរគ្រប់វិស័យ។ លើសពីនេះទៅទៀតក៏មានក្រុមហ៊ុនធំៗជាច្រើនមកបណ្តាក់ទុនរកស៊ីនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដែរ រួមមាន ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម ក្រុមហ៊ុនសេវាកម្ម និងក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម ដែលជាវិស័យចម្បងៗអាចធ្វើឱ្យសេដ្ឋកិច្ច នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា មានការកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័សបំផុតលើសកលលោក។

ទន្ទឹមនឹងនេះ ដើម្បីធានាការរីកចម្រើនអាជីវកម្ម ក្រុមហ៊ុនត្រូវអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងចំណូល និង ចំណាយឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព។ ជាការពិតណាស់ ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយមានសារៈសំខាន់ណាស់ ក្នុងការធានាស្ថិរភាព និងការរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុន។ វាក៏ជាវិធីសាស្ត្រដែលអង្គការអាជីវកម្មប្រើដើម្បី គ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូលពីការលក់ផលិតផលឬសេវាកម្ម និងការចំណាយនៃប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃ។ ជាពិសេស ការរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុនកើតឡើងដោយសារកត្តាជាច្រើនរួមទាំងការគ្រប់គ្រងវិធីមាំគួបផ្សំនឹងរចនាសម្ព័ន្ធ និងគោលនយោបាយច្បាស់លាស់។ ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយបានល្អវាធ្វើឱ្យអង្គការឬស្ថាប័ន មួយអាចដោះស្រាយបញ្ហា ឬការពារហានិភ័យបានទាន់ពេលវេលា។ ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយអាច ធានាបាននូវនិរន្តរភាពនៃប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ដើម្បីធានាការរីកចម្រើនរបស់អាជីវកម្ម ក្រុមហ៊ុនត្រូវ អនុវត្តនីតិវិធី និងយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុដែលមានប្រសិទ្ធភាព។ ដូច្នោះ ការគ្រប់គ្រងចំណូល និង ចំណាយមានសារៈសំខាន់ណាស់ពីព្រោះវាធ្វើឱ្យអង្គការអាចដោះស្រាយបញ្ហា ឬទប់ស្កាត់នូវហានិភ័យបាន ទាន់ពេលវេលា ដែលអាចធានាបាននូវនិរន្តរភាពនៃដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អង្គការទាំងមូល។

ដោយសារតែកត្តាបែបនេះហើយ ទើបក្រុមរបស់យើងខ្ញុំបានលើកប្រធានបទមួយស្តីពី «នីតិវិធីក្នុង ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា» ដែលយកមកធ្វើការស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងជា ឯកសារនេះឡើង។ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវនេះ គឺដើម្បីធ្វើការស្វែងយល់ឱ្យកាន់តែច្បាស់អំពីការ គ្រប់គ្រងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដែលជាកត្តាចម្បងបំផុតនៃដំណើរការអាជីវកម្មទាំងមូល និងដើម្បីឱ្យនិស្សិតជំនាន់ ក្រោយងាយស្រួលក្នុងការសិក្សាអំពីក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

**១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ**

ជាទូទៅបញ្ហាតែងកើតមានឡើងនៅគ្រប់ពេលវេលា គ្រប់ទីកន្លែងតែក្នុងនាមយើងជាម្ចាស់អាជីវកម្ម ឬជាបុគ្គលិកនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន យើងត្រូវតែដឹងថាតើមានហានិភ័យអ្វីខ្លះដែលងាយរងគ្រោះ និងជួបប្រទះនៅក្នុងទីផ្សារសព្វថ្ងៃ។ មិនថាយើងជាម្ចាស់អាជីវកម្មដែលកំពុងស្ថិតនៅក្នុងការអាជីវកម្មខ្លួនឯងផ្ទាល់ ឬក៏បើកយូហើយក៏ដោយគឺយើងត្រូវតែសិក្សា ស្វែងយល់ ដើម្បីរកដំណោះស្រាយឱ្យការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យមានភាពកាន់តែល្អប្រសើរ។ អាស្រ័យដូចនេះហើយយើងគួរតែស្វែងយល់រាល់ចម្ងល់មួយចំនួនឱ្យកាន់តែច្បាស់លាស់អំពីប្រធានបទការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡាបន្ថែមទៀតដូចជា៖

- ១. តើក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡាមាននីតិវិធីអ្វីខ្លះក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយ ?
- ២. តើការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយបានល្អមានអត្ថប្រយោជន៍អ្វីខ្លះសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន ?

**១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ**

នៅក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះមានគោលបំណងផ្ដោតសំខាន់ទៅលើការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា ក្នុងនោះរួមមាន៖

- ស្វែងយល់អំពី ការគ្រប់គ្រងចំណូល-ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន
- អត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ស្គាល់ពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់ក្រុមហ៊ុន

**១.៤ ទំហំដែលកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ**

**១.៤.១ ទំហំដែលកំណត់**

ប្រធានបទនៃការស្រាវជ្រាវរបស់ក្រុមនាងខ្ញុំគ្រាន់តែលើកយកមកសិក្សាស្វែងយល់ពីការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា ដែលស្ថិតនៅអាគារ ២៨៧ ផ្លូវជាតិលេខ៥ ភូមិមិត្តភាព សង្កាត់ប្រស៊ីរ៉ែកែវ ខណ្ឌប្រស៊ីរ៉ែកែវ រាជធានីភ្នំពេញ។

**១.៤.២ វិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ**

បើតាមការជាក់ស្ដែងក្រុមហ៊ុនមានទិន្នន័យជាច្រើន ក៏ប៉ុន្តែទិន្នន័យដែលពួកយើងបានយកមកធ្វើការបង្ហាញនៅក្នុងកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះគឺយើងកំណត់យកត្រឹមតែ២០២៣ តែប៉ុណ្ណោះ។

**១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ**

ការស្រាវជ្រាវនេះបានប្រើវិធីសាស្ត្រគុណវិស័យ (Qualitative Methods) ដោយផ្ដោតលើការវិភាគព័ត៌មានពីគេហទំព័រចំនួន៣ សៀវភៅសារណានៃវិទ្យាស្ថានវ៉ាន់ដា(អត្ថប្រយោជន៍នៃការរៀបចំគម្រោងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា- កូឡា), Annual Report of Coca-Cola និង The Coca-Cola Company ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រធានបទដើម្បីសំយោគ និងបញ្ជាក់ពី ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា។

សម្រាប់សំណួរទី១ ព័ត៌មានត្រូវបានប្រមូលផ្តុំនិងវិភាគតាមរយៈវិធីសាស្ត្រគុណវិស័យ ដោយយកទិន្នន័យចេញពីគេហទំព័រចំនួន១ Annual Report of Coca-Cola ដើម្បីធ្វើការសំយោគ និងពិភាក្សាអំពីនីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា។

សម្រាប់សំណួរទី២ ក៏ព័ត៌មានត្រូវបានប្រមូលផ្តុំនិងវិភាគតាមរយៈវិធីសាស្ត្រគុណវិស័យ ដោយយក ទិន្នន័យចេញពីគេហទំព័រចំនួន១ សៀវភៅសារណានៃវិទ្យាស្ថានវ៉ាន់ដា (អត្ថប្រយោជន៍នៃការរៀបចំគម្រោង ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា- កូឡា ) និងThe Coca-Cola Company ដើម្បីបញ្ជាក់នូវអត្ថប្រយោជន៍ នៃការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា។

**១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ**

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវ គឺជាការនាំមកនូវភាពរីកចម្រើនដល់និស្សិតជាច្រើនក្នុងការផ្លាស់ប្តូរពួកគេ ឱ្យយល់ដឹងអំពីសកម្មភាពក្នុងសង្គម ការទំនាក់ទំនងនិងការប្រតិបត្តិការមួយចំនួននៅក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។

សារៈសំខាន់នៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ គឺផ្តល់នូវចំណេះដឹងដល់ក្រុមនាងខ្ញុំដូចជា៖

❖ **ចំពោះក្រុមយើងខ្ញុំអ្នកស្រាវជ្រាវផ្ទាល់**

- បង្កើនចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ
- យល់ដឹងលម្អិតអំពីវិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡាក៏ដូចជា ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មទូទៅសម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍ចំណេះដឹងនឹងទុកជាបទពិសោធន៍ក្នុងការបំពេញការងារ
- បង្កើនចំណេះដឹង ជំនាញក្នុងការស្រាវជ្រាវ និងប្រមូលឯកសារ
- បង្កើនសមត្ថភាពក្នុងការត្រិះរិះពិចារណារវាងព័ត៌មាន និងគំនិតល្អៗ ទាក់ទងនឹងប្រធានបទមកពី ប្រភពផ្សេងៗ
- បានឆ្លងកាត់ការស្រាវជ្រាវ និងយល់ដឹងពីរបៀបនៃការសរសេរសារណាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព

❖ **ចំពោះក្រុមហ៊ុន**

- បានដឹងពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយក្រុមហ៊ុនដើម្បីយកមកកែលម្អ និងអភិវឌ្ឍន៍
- បង្កើនទំនុកចិត្តពីសំណាក់អតិថិជន
- ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះកាន់តែខ្លាំងនិងមានអ្នកស្គាល់កាន់តែច្រើន

❖ **ចំពោះសង្គម**

- បានផ្សព្វផ្សាយពីចំណេះដឹងទៅដល់និស្សិតជំនាន់ក្រោយ
- បន្សល់ស្នាដៃស្រាវជ្រាវដល់និស្សិតជំនាន់ក្រោយ សម្រាប់សិក្សាស្វែងយល់សារៈសំខាន់នៃ ការស្រាវជ្រាវ កាន់តែប្រសើរ។

**១.៧ បេសាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ**

ក្នុងបេសាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ ក្រុមនាងខ្ញុំបានកំណត់ និងបែងចែកជាសកម្មភាពតាមដំណាក់កាល នីមួយៗដូចខាងក្រោម៖

**ជំពូកទី១៖** សេចក្តីផ្តើម គឺជាលំនាំមួយដែលធ្វើឱ្យអ្នកអានអាចស្វែងយល់អំពី ប្រធានបទបានកាន់តែ ច្បាស់ជាទូទៅមានដូចជា លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ទំហំដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ។

**ជំពូកទី២៖** រំលឹកទ្រឹស្តី បង្ហាញពីទ្រឹស្តីដែលពាក់ព័ន្ធ ទស្សនៈទានសំដីរបស់អ្នកប្រាជ្ញដែលពាក់ព័ន្ធនឹង ការសិក្សាស្រាវជ្រាវ។

**ជំពូកទី៣:** លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ បង្ហាញពីលក្ខណៈទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡាជាប្រវត្តិនៃ ការកើតក្រុមហ៊ុន ទស្សនៈ បេសកកម្ម ចក្ខុវិស័យ និងគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុនជាពិសេសការគ្រប់គ្រង ចំណូល និងចំណាយ។

**ជំពូកទី៤:** ការវិភាគទៅលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយបង្ហាញពីចំណុចវិជ្ជមាន អវិជ្ជមាន និងភាពរីកចម្រើន និងភាពអន់ខ្សោយមួយចំនួនរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា។

**ជំពូកទី៥:** សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍ បង្ហាញពីការសន្និដ្ឋានទៅលើចំណុចទាំងអស់ មាននៅក្នុងអត្ថបទនិងការផ្តល់អនុសាសន៍ទៅលើចំណុចខ្លះខាតដើម្បីធ្វើការកែលម្អ។

## ជំពូកទី២

### នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយ

#### ២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រង

##### ២.១.១ និយមន័យការគ្រប់គ្រង

ការគ្រប់គ្រង គឺជាមុខវិទ្យាមួយបែបវិទ្យាសាស្ត្រដែលសិក្សាលម្អិតអំពី៖ ១-ការធ្វើផែនការ(Planning) ២-ការចាត់ចែង(Organizing) ៣-ការដឹកនាំ(Leading) ៤-ត្រួតពិនិត្យឡើងវិញ(Controlling) និង៥-ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត(Decision making)<sup>1</sup>។

ការគ្រប់គ្រង(Management) គឺជាការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្សនិងធនធានផ្សេងៗដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលបំណងទាំងឡាយ<sup>2</sup>។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាដំណើរការនៃការធ្វើផែនការ ការចាត់តាំង ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យ ទៅលើការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្ស និងធនធានដទៃទៀតដើម្បីសម្រេចគោលដៅអង្គការ<sup>3</sup>។

ការគ្រប់គ្រង (Management) គឺជាដំណើរការនៃការប្រើប្រាស់ធនធាន ទាំងឡាយនៅក្នុងស្ថាប័នឱ្យទទួលបានជោគជ័យដល់ស្ថាប័ន ដោយមានការធ្វើផែនការ ការរៀបចំចាត់តាំង ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យ<sup>4</sup> ។

##### ២.១.២ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រង

គំនិតនៃ ការគ្រប់គ្រងមានតាំងពីរាប់ពាន់ឆ្នាំមកហើយ។ យោងទៅតាម Pindur, Rogers, and Kim (១៩៩៥) វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗ ក្នុងការគ្រប់គ្រងបានត្រលប់មកវិញយ៉ាងហោចណាស់ ៣០០០ ឆ្នាំមុនពេលកំណើតរបស់ព្រះគ្រីស្ទ ដែលជាពេលវេលាមួយដែលកំណត់ត្រានៃការធ្វើជំនួញត្រូវបានកត់ត្រាជាលើកដំបូងដោយពួកបូជាចារ្យនៅមជ្ឈិមបូព៌ា។ សូក្រាតនៅប្រហែលឆ្នាំ៤០០ មុនគ្រីស្ទសករាជ បាននិយាយថា ការគ្រប់គ្រងគឺជាសមត្ថភាពដាច់ដោយឡែកពីជំនាញបច្ចេកទេស និងចំណេះដឹង (Higgins, ១៩៩១)។ ជនជាតិរ៉ូមដែលល្បីល្បាញដោយសារកងទ័ពរបស់ពួកគេដឹកនាំដោយ Centurions បានផ្តល់ការទទួលខុសត្រូវតាមរយៈឋានានុក្រមនៃសិទ្ធិអំណាច។ ព្រះវិហាររ៉ូម៉ាំងកាតូលិកត្រូវបានរៀបចំតាមបន្ទាត់នៃ ទឹកដីជាក់លាក់ខ្សែសង្វាក់នៃពាក្យបញ្ជា និងការពិពណ៌នាការងារ។ ក្នុងកំឡុងយុគសម័យកណ្តាល ជារយៈពេល ១០០០ ឆ្នាំប្រហែលពីឆ្នាំ៤៧៦ នៃគ.ស ដល់ឆ្នាំ១៤៥០ នៃគ.ស Guilds ដែលជាបណ្តុំនៃសិប្បករ និងពាណិជ្ជករបានផ្តល់ទំនិញដែលធ្វើដោយដៃ ចាប់ពីនំប៉័ងរហូតដល់ពាសដែក និងដាវសម្រាប់បូជនីយកិច្ច។ ឋានានុក្រមនៃការគ្រប់គ្រង និងអំណាចស្រដៀងទៅនឹងព្រះវិហារកាតូលិក ដែលមាននៅក្នុងនោះ អាជ្ញាធរបានសម្រាកជាមួយចៅហ្វាយនាយ ហើយបោកបញ្ឆោតទៅកាន់អ្នកធ្វើដំណើរ និងកូនជាង។ ជាទូទៅសិប្បករទាំងនេះ គឺជាអាជីវកម្មខ្នាតតូចដែលផលិតផល ដែលមានកម្រិតគុណភាពខុសៗគ្នា អត្រាផលិតភាពទាប និងតម្រូវការតិចតួចសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងលើសពីម្ចាស់ ឬសិប្បករមេ។

<sup>1</sup> វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ឆ្នាំ២០២៥. មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រង. បោះពុម្ពលើកទី៧. ទំព័រទី០២ ។  
<sup>2</sup> KHsearch. General Knowledge. (2017, July 01). ការគ្រប់គ្រង. Retrieved from <https://khsearch.com/qna/24>  
<sup>3</sup> Facebook page. Kong Chhayleng. (2021, January 14). ការគ្រប់គ្រង. Retrieved from <https://www.facebook.com/kongchhaylengcambodia/posts/>  
<sup>4</sup> Facebook page. HRTS Consulting. (2024, October 18) ការគ្រប់គ្រង. Retrieved from <https://www.facebook.com/61566964650864/posts/>

បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម ដែលជាពេលវេលាមួយពីចុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៧០០ ដល់ទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៨០០ គឺជារយៈពេលនៃភាពចលាចល និងការផ្លាស់ប្តូរដ៏ធំនៅក្នុងរបៀបរស់នៅ និងការងាររបស់មនុស្ស។ មុននេះប្រជាជនភាគច្រើនប្រកបរបរធ្វើស្រែចំការ ឬធ្វើការ និងរស់នៅក្នុងសហគមន៍ជនបទ។ ជាមួយនឹងការបង្កើតម៉ាស៊ីនចំហាយទឹកការច្នៃប្រឌិតជាច្រើន បានកើតឡើងរួមទាំងចលនាដោយស្វ័យប្រវត្តិនៃជួងថ្មីពីអណ្តូងអ៊ីរ៉ោនដ៏ រោងចក្រថាមពលដែលឥឡូវនេះ ទំនិញផលិតយ៉ាងច្រើនដែលផលិតដោយដៃ និងក្បាលរថភ្លើងផ្លូវដែកដែលអាចផ្លាស់ទីផលិតផល និងសម្ភារៈឆ្លងកាត់ប្រទេសនានាបានទាន់ពេលវេលា និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ រោងចក្រត្រូវការកម្មករដែលទាមទារទិសដៅ និងអង្គការ។ ដោយសារគ្រឿងបរិក្ខារទាំងនេះ កាន់តែមានសារៈសំខាន់ និងផលិតភាពតម្រូវការសម្រាប់ការគ្រប់គ្រង និងការសម្របសម្រួលបានក្លាយជាកត្តាសំខាន់។ គិតពី Henry Ford ដែលជាបុរសដែលបានបង្កើតខ្សែដំឡើងចល័ត ដើម្បីផលិតថយន្តរបស់គាត់។ នៅដើមទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩០០ ថយន្តត្រូវបានដាក់បញ្ចូលគ្នាដោយសិប្បករដែលនឹងកែប្រែសមាសធាតុឱ្យសមនឹងផលិតផលរបស់ពួកគេ។ ជាមួយនឹងការមកដល់នៃផ្នែកស្តង់ដារនៅឆ្នាំ១៩០៨ បន្តដោយខ្សែបដិវត្តន៍របស់ហ្វូដដែលបានណែនាំនៅឆ្នាំ១៩១៣ ពេលវេលាដែលត្រូវការក្នុងការសាងសង់គំរូ T បានធ្លាក់ចុះពីប៉ុន្មានថ្ងៃមកត្រឹមប៉ុន្មានម៉ោងប៉ុណ្ណោះ (Klaess, ២០២០)។ តាមទស្សនៈរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងសិប្បករ ដែលមានជំនាញ គឺមិនចាំបាច់ក្នុងការផលិតថយន្តទៀតទេ។ ការប្រើប្រាស់កម្លាំងពលកម្ម ដែលមានតម្លៃទាប និងការកើនឡើង នៃផលិតកម្មដែលទទួលបានដោយការផ្លាស់ប្តូរខ្សែផលិតកម្មបានអំពាវនាវឱ្យមានតម្រូវការណែនាំ និងគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការដ៏ធំទាំងនេះ (Wilson, 2015)។ ដើម្បីទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ វិធីសាស្ត្រផ្សេងគ្នាចំពោះរចនាសម្ព័ន្ធស្ថាប័ន និងការគ្រប់គ្រងត្រូវបានទាមទារ<sup>5</sup>។

**២.១.៣ តួនាទីនៃការគ្រប់គ្រង**

គេបែងចែកតួនាទីនៃការគ្រប់គ្រងជាបីប្រភេទ គឺតួនាទីអន្តរបុគ្គល តួនាទីគ្រប់គ្រងព័ត៌មាននឹងតួនាទីធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត។

១. តួនាទីអន្តរបុគ្គល៖ ប្រធានគ្រប់គ្រងមានតួនាទីក្នុងការទាក់ទងជាមួយមនុស្សខាងក្នុង និងខាងក្រៅក្រុមហ៊ុន។ ហើយក្នុងនោះមានតួនាទី៣ផ្សេងទៀត៖

- តួនាទីអ្នកតំណាង (Figurehead) ជាបុគ្គលគំរូ និងលើកទឹកចិត្តដល់ក្រុម និងប្រធានតំណាងក្នុងកិច្ចការងារធំៗ និងប្រជុំផ្សេងៗ។
- តួនាទីអ្នកដឹកនាំ (Leader) មើលការខុសត្រូវការកិច្ចកូនក្រុមនីមួយៗដើម្បីឱ្យសម្រេចទៅតាមគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុនឬស្ថាប័ន។
- តួនាទីអ្នកទំនាក់ទំនង (Liaison) ត្រូវរក្សាទំនាក់ទំនងជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធនិងអ្នករួមការងារព្រមទាំងពង្រីកបណ្តាញខាងក្រៅជាមួយ និងដៃគូសំខាន់ៗផងដែរ។

<sup>5</sup> FHSU Digital Press. Dr. Robert. (2020). *ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រង*. Retrieved from <https://fhsu.pressbooks.pub/management/chapter/the-history-of-management/>

២. តួនាទីគ្រប់គ្រងព័ត៌មាន៖ ប្រធានគ្រប់គ្រងមានតួនាទីក្នុងការស្វែងរកព័ត៌មាន និងជូនដំណឹងទៅបុគ្គលិកខាងក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ហើយក្នុងនោះមានតួនាទី ៣ទៀតគឺ ៖

- តួនាទីអ្នកសង្កេត (Monitor) តាមដាន និងប្រមូលព័ត៌មាន ដែលមានឥទ្ធិពលលើស្ថាប័ន ដូចជាបច្ចុប្បន្នភាពទីផ្សារ និន្នាការសង្គម សេដ្ឋកិច្ចអន្តរជាតិ ព្រមទាំងព័ត៌មានអំពីដៃគូប្រជែងផងដែរ។
- តួនាទីអ្នកផ្សព្វផ្សាយ (Disseminator) ចែករំលែកព័ត៌មានសំខាន់ៗ ទាំងនោះទៅកាន់និយោជិត កូនក្រុមនិងថ្នាក់លើជាដើម។
- តួនាទីអ្នកនាំពាក្យ (Spokesperson) រាយការណ៍នៅវឌ្ឍនភាពការងារ គោលដៅ និងគោលនយោបាយ ថ្មីៗចំពោះដៃគូសហការ និងភាគីពាក់ព័ន្ធខាងក្រៅជាដើម។

៣. តួនាទីធ្វើផែនការសម្រេចចិត្ត៖ ប្រធានក្រុមហ៊ុនមានតួនាទីក្នុងការប្រមូលព័ត៌មាន ដើម្បីសម្រេចផែនការ និងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ទិសដៅក្រុមហ៊ុន។ ក្នុងនោះដែរមានតួនាទី៤ទៀតផងដូចជា៖

- តួនាទីសហគ្រិន (Entrepreneur) អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវដោះស្រាយបញ្ហាការងារជាប្រចាំ ចាត់ទុកបញ្ហាជាឱកាស រិះរកគំនិតច្នៃប្រឌិត ដើម្បីឱ្យស្ថាប័នមានភាពរីកចម្រើន។
- តួនាទីដោះស្រាយបញ្ហា (Disturbance handler) តួនាទីនេះសំដៅលើការដោះស្រាយវិវាទដ៏ម្ល៉ោះកើតឡើងនៅក្នុងកន្លែងធ្វើការ ឬបញ្ហាពីកត្តាខាងក្រៅដែលប៉ះពាល់ដល់ការងារផងដែរ។
- តួនាទីបែងចែកធនធាន (Resource allocator) អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវចាត់ចែងបុគ្គលិក បែងចែកធនធានហិរញ្ញវត្ថុ កញ្ចប់ថវិការ សម្ភារៈ ពេលវេលា ដើម្បីបំពេញការងារដោយរលូន។
- តួនាទីចរចា (Negotiator) អ្នកគ្រប់គ្រងអាចនឹងប្រឡូកក្នុងការពិភាក្សាផ្ទាល់ជាមួយក្រុម ផ្នែកផ្សេងៗ ឬដៃគូ លើស្ថានភាពការងារ បុគ្គលចរចាតម្លើងប្រាក់ខែ<sup>៦</sup>។

ក្រៅពីការបែងចែកតួនាទីក្នុងការគ្រប់គ្រងគេបានបែងចែកពីជំនាញនៃការគ្រប់គ្រង និងមុខងារមួយចំនួនផ្សេងទៀតដូចខាងក្រោម៖

**ក. ជំនាញនៃការគ្រប់គ្រង**

១. ជំនាញប្រាជ្ញា គឺទាក់ទងទៅនឹងបញ្ហាផ្ទាល់ខ្លួនរបស់បុគ្គល ហើយអ្នកគ្រប់គ្រងក៏ត្រូវចេះបង្កើនប្រសិទ្ធភាពតាមរយៈអាកប្បកិរិយា ចំណេះដឹង និងបច្ចេកវិទ្យាជាដើម។

២. ជំនាញមនុស្ស គឺជាសមត្ថភាពនៃការយល់ចិត្តមនុស្ស និងការលើកទឹកចិត្តអ្នកដទៃ។

៣. ជំនាញបច្ចេកទេស គឺជាសមត្ថភាពក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ចំណេះដឹង និងបច្ចេកទេស<sup>៧</sup>។

**ខ. មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង**

មុខងារនៃការគ្រប់គ្រងមាន ៤ គឺ៖

- ការធ្វើផែនការ គឺជាការកំណត់នូវគោលបំណងអង្គការក្នុងការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍឋានានុក្រុមផែនការ និងធ្វើការសម្របសម្រួលសកម្មភាពទាំងឡាយ ។

<sup>6</sup> KAKCENT. (2022-2023). តួនាទីនៃការគ្រប់គ្រង. Retrieved from <https://kakcent.com/role-as-a-manager/>  
<sup>7</sup> KHsearch. ចំណេះដឹងទូទៅ. (2018, September 27). ជំនាញនៃការគ្រប់គ្រង. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/8190>

- ការចាត់តាំង គឺជាការទទួលខុសត្រូវចំពោះគម្រោងរចនាសម្ព័ន្ធរបស់អង្គការ និងបែងចែក ការងារតម្រូវទៅតាមសមត្ថភាពបុគ្គលដែលត្រូវធ្វើ។

- ការដឹកនាំ គឺជាការដឹកនាំដោយផ្ទាល់និងសម្របសម្រួលជាមួយក្រុមមនុស្សទាំងអស់ ចេះលើក ទឹកចិត្តបុគ្គលិក ដឹកនាំសកម្មភាពអ្នកដទៃ ជ្រើសរើសរបៀបនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលមានប្រសិទ្ធភាព បំផុត និងដោះស្រាយជម្លោះនៅក្នុងក្រុមការងារ ។

- ការត្រួតពិនិត្យ គឺដើម្បីធានាថាកិច្ចការទាំងអស់ត្រូវទៅតាមផែនការដែលបានគ្រោងទុក ប្រៀបធៀបប្រតិបត្តិការជាក់ស្តែងទៅនឹងគោលបំណងអង្គការ ហើយត្រូវធ្វើការកែប្រែលើចំណុចដែល ចាំបាច់<sup>៨</sup>។

**គ. កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង**

កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រងមាន ៣ រួមមានដូចខាងក្រោម ៖

• **អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ខ្ពស់ (Top Managers)** គឺជាក្បាលម៉ាស៊ីនបញ្ជា និងទទួលខុសត្រូវទូទៅលើរាល់ ប្រតិបត្តិការទាំងអស់របស់អង្គការ អ្នកគ្រប់គ្រងនេះ គឺជាអ្នកផ្តួចផ្តើមបង្កើតរូបមន្តយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងដំណើរការ ប្រតិបត្តិការរបស់អង្គការ គេក៏ត្រូវសំដែងផងដែរនូវភាពជាអ្នកដឹកនាំ ចាត់តាំង ធ្វើការងារតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ វាយតម្លៃ និងជំរុញសកម្មភាពការងារឱ្យបានសម្រេចនូវគោលដៅ ដែលបានដាក់ចេញ។ ជាទូទៅគេមានឈ្មោះថា៖ ប្រធាន អនុប្រធាន នាយក ឬ នាយករង...។

• **អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់កណ្តាល (Middle Managers)** គឺជាអ្នកដែលទទួលខុសត្រូវផ្ទាល់លើអ្នកគ្រប់គ្រង ថ្នាក់ទាប គឺជាអ្នកគ្រប់គ្រងនៅតាមបណ្តា ផ្នែកជំនាញនីមួយៗ។ ឧទាហរណ៍ ផ្នែកគណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ... សំខាន់ជាងនេះទៀត អ្នកគ្រប់គ្រងកណ្តាល ជាអ្នកទទួលខុសត្រូវលើការអនុវត្តផែនការ និងគោលនយោបាយ តាមផ្នែករបស់អង្គការ ដើម្បីប្រមូលផ្តុំជាគោលដៅរួមសំដៅសម្រេចផែនការរួម។

• **អ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ទាប (Lowest Managers)** គឺជាអ្នកដឹកនាំផ្ទាល់នៅរាល់សកម្មភាពការងាររបស់ និយោជិក វាជាជំហានដំបូងនៃការគ្រប់គ្រងរបស់គេ គឺដឹកនាំសកម្មភាពការងាររបស់និយោជិកប្រចាំថ្ងៃ ដើម្បីអនុវត្តតាមផែនការដែលបានដាក់ចុះ ដូចនេះអ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ទាបត្រូវតែពាក់ព័ន្ធនឹងការត្រួតពិនិត្យ ផ្ទាល់លើការកែតម្រូវ ឬដោះស្រាយរាល់បញ្ហាដែលទាក់ទងទៅនឹងការងារនោះប្រការនេះអ្នកគ្រប់គ្រងថ្នាក់ទាប ត្រូវមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីដំណើរការការងាររបស់អង្គការ។ ឧទាហរណ៍ ប្រធានក្រុម ប្រធានផ្នែក<sup>៩</sup>។

**២.២ នីតិវិធីវិភាគការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនភូមា-ភូឡា**

**២.២.១ និយមន័យចំណូល**

ចំណូល គឺជាការហូរចូលនូវសាច់ប្រាក់ឬកើនទ្រព្យសកម្ម ឬសំណងនៃបំណុល នៅក្នុងអំឡុង ពេលណាមួយពីការទទួលបានឬផលិតទំនិញផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្ម ឬសកម្មភាពផ្សេងៗដែលទាក់ទងនឹងប្រតិបត្តិ ការរបស់ក្រុមហ៊ុនហើយចំណូលអាចជាថ្លៃទំនិញដែលបានលក់តាមរយៈការផ្តល់សេវាកម្មនៅក្នុងអំឡុងពេលនៃ ខួបគណនេយ្យ<sup>១០</sup>។

<sup>8</sup> KHsearch. ចំណេះដឹងទូទៅ. (2018, September 27). មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/8186>  
<sup>9</sup> KHsearch. គ្រប់គ្រង. (2019, September). កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/24822>  
<sup>10</sup> Library of Royal University of Law and Economics. (2020, June 19). Revenues. Retrieved from <https://web.facebook.com/photo.php>

ចំណូល មានន័យថាជាការហូរចូលដុលនៃប្រយោជន៍ខាងសេដ្ឋកិច្ចក្នុងគ្រាដែលបានកើតឡើង ពី សកម្មភាពធម្មតារបស់សហគ្រាស មួយនៅពេលដែលការហូរចូលទាំងនោះ ធ្វើឱ្យកើតឡើងនូវទ្រព្យម្ចាស់ជា ជាងការកើនឡើងដោយការបណ្តាក់ទុនបន្ថែមពីម្ចាស់ទ្រព្យ ឬម្ចាស់ទុន <sup>11</sup>។

ការគ្រប់គ្រងចំណូល គឺជាទិដ្ឋភាពដ៏សំខាន់នៃអាជីវកម្មណាមួយ ដែលស្វែងរកការបង្កើនប្រាក់ ចំណេញរបស់ខ្លួន។ តាមរយៈការវិភាគដោយការប្រុងប្រយ័ត្ននូវតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងការបង្កើន ប្រសិទ្ធភាពតម្លៃនិងកាសារពើភ័ណ្ឌអាជីវកម្មអាចបង្កើនលំហូរប្រាក់ចំណូលរបស់ពួកគេនិងសម្រេចបាននូវ កំណើនប្រកបដោយនិរន្តរភាព<sup>12</sup>។

**២.២.២ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល**

ការគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូលមានដើមកំណើតនៅក្នុងឧស្សាហកម្មអាកាសចរណ៍ដើម្បីជួយក្រុមហ៊ុន អាកាសចរណ៍បង្កើនប្រាក់ចំណូល។ ឧទាហរណ៍ដំបូងនៃការគ្រប់គ្រងទិន្នផលបានកើតឡើងនៅឆ្នាំ 1972នៅពេលដែលនាយកប្រតិបត្តិក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ British Airways ស្នើច្បាប់ដែលបញ្ចុះ តម្លៃអាចត្រូវបាន ផ្តល់ជូន ប្រសិនបើតម្លៃប្រាក់ចំណូលសរុបរបស់ពួកគេលើសពីចំណូលដែលរំពឹងទុកនៃ សំបុត្រតម្លៃពេញ ដោយសារបរិមាណលក់ខ្ពស់ជាង។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ អតីតនាយកប្រតិបត្តិ និង ជាប្រធានក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍អាមេរិចលោក Robert Crandall ដែលត្រូវបានទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការថាជា អ្នកគ្រួសត្រាយផ្លូវក្នុងការបង្កើនប្រាក់ចំណូលតាមរយៈការគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ឌដែលជំរុញដោយការវិភាគ។ ក្រោមការណែនាំរបស់គាត់ភាពជាអ្នកដឹកនាំអាកាសចរណ៍បានវិនិយោគយ៉ាងច្រើនក្នុងការព្យាករណ៍ ការគ្រប់គ្រង សារពើភ័ណ្ឌ និងសមត្ថភាពកក់លើស។ យុទ្ធសាស្ត្រនេះត្រូវបានបង្ហាញនៅក្នុងឧស្សាហកម្ម អាកាសចរណ៍ អស់រយៈពេលដិតមួយទសវត្សរ៍រហូតដល់ក្រុមហ៊ុនជួលរថយន្ត Hertz បានចូលទីផ្សារនៅ ដើមទសវត្សឆ្នាំ 1980។ ចំណាប់អារម្មណ៍ថ្មីនេះក្នុងការព្យាករណ៍ និងការគ្រប់គ្រងសារពើភ័ណ្ឌស្របគ្នានឹង ការផ្លាស់ប្តូរដ៏ធំបំផុតរបស់ឧស្សាហកម្មអាកាសចរណ៍នៅក្នុងអតីតភាពរបស់វា។ ច្បាប់ស្តីពីការគ្រប់គ្រង ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ ឆ្នាំ 1978 ដែលបានដកចេញការគ្រប់គ្រងរបស់សហព័ន្ធលើតំបន់ដូចជាតម្លៃសំបុត្រផ្លូវ និង ការចូលទីផ្សារ នៃក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ថ្មី។ នេះបានកត់សម្គាល់ការផ្លាស់ប្តូរដ៏សំខាន់មួយពីក្រុមហ៊ុន អាកាសចរណ៍អាមេរិក ដែលត្រូវបានគ្រប់គ្រងជាឧបករណ៍ប្រើប្រាស់សាធារណៈទៅជាផ្នែកនៃប្រព័ន្ធ ទីផ្សារសេរី។ ជាផលវិបាកនៃ និយ័តកម្ម ថ្លៃសំបុត្រយន្តហោះតម្លៃទាប បានកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័ស និងគិតថ្លៃតិចជាងតម្លៃសំបុត្រទាប បំផុតរបស់អាមេរិក។ ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនធំៗបានប្រឈមមុខ និង ការប្រកួតប្រជែងថ្មីនេះ ក៏ដូចជាការធ្លាក់ចុះ សេដ្ឋកិច្ចកម្រិតស្រាលផងដែរ។ ជនជាតិអាមេរិកបានឆ្លើយតប ដោយការវិនិយោគរាប់លាននៅក្នុងសមត្ថភាពជំនាន់ក្រោយ ដែលពួកគេបានដាក់ឈ្មោះថា 'Dynamic Inventory Optimization and Maintenance Optimizer (DINAMO)។ បន្ទាប់មក ជនជាតិអាមេរិកបាន ប្រកាសតម្លៃ Ultimate Super Saver របស់ខ្លួនក្នុងឆ្នាំ 1985 ដែលមានតម្លៃទាបជាងក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ បញ្ចុះតម្លៃដូចជា People Express ។ អត្ថបទរបស់ Chicago Tribune ឆ្នាំ1985 ស្តីពីព័ត៌មាន។ ថ្លៃសំបុត្រយន្តហោះ

<sup>11</sup> យី សៀម៉ិ, សេង ជានីន, ចិន ជាវ៉ៃ, អុល ធាវ៉ៃ. (២០២២). *ការគ្រប់គ្រងចំណូល-ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន អាយ៉ាប្រាតអ៊ិនធឺណេសិនណាល ភី ជីអ៊ី អិលជីឌី*,សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញគណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ ជំនាន់ទី១៩ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ទំព័រទី៥. ក្នុងពេញ.

<sup>12</sup> LaunchNotes. (2023, July 19). *Understanding Revenue Management*. Retrieved from <https://www.launchnotes.com/blog/the-ultimate-guide-to-revenue-management-best-practices>

Ultimate Super Saver របស់អាមេរិកត្រូវទិញយ៉ាងហោចណាស់ 30 ថ្ងៃជាមុនហើយមានសម្រាប់តែប្រហែលមួយភាគបីនៃកៅអីរបស់អាមេរិកនៅលើជើងហោះហើរភាគច្រើននៅពេលនោះ។ នៅពេលទិញ 25% នៃតម្លៃមិនអាចដកវិញបានទេ។ ជនជាតិអាមេរិកបាន ប្រើអត្រាទាំងនេះក្នុងស្ថានភាពដែលពួកគេមានកៅអីទំនេរលើស។ អ្នកវិភាគក៏ដូចជាប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងទិន្នផល បន្តវាយតម្លៃឡើងវិញនូវការដាក់សារពើភ័ណ្ឌតម្លៃទាប ដើម្បីបង្កើនការប្រើប្រាស់របស់ពួកគេ។ ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំខាងមុខនេះប្រាក់ចំណេញរបស់ជនជាតិអាមេរិកបានកើនឡើង40% ដោយប្រើយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូលបែបនេះ ដើម្បីប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងការប្រកួតប្រជែងទីផ្សារ។ Crandall បានផ្តល់ឈ្មោះឱ្យការគ្រប់គ្រងទិន្នផលហើយបានហៅវាថា "ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកទេសដ៏សំខាន់បំផុតក្នុងការគ្រប់គ្រងការដឹកជញ្ជូន ចាប់តាំងពីយើងបានចូលក្នុងការដឹកនាំយ៉ាងឆាប់រហ័ស"។ Crandall ក៏ទទួលខុសត្រូវចំពោះការចែករំលែកបច្ចេកទេសជាមួយប្រតិបត្តិករនៅខាងក្រៅអាកាសចរណ៍ផងដែរ។ គាត់បានពិភាក្សាអំពីភាពជោគជ័យ របស់គាត់ជាមួយ និងការគ្រប់គ្រងទិន្នផលជាមួយស្ថាបនិក Marriott International និងបន្ទាប់មកជា CEO លោក Bill Marriott ដែលនឹងធ្វើបដិវត្តន៍យុទ្ធសាស្ត្រកំណត់តម្លៃជាបន្តបន្ទាប់នៅក្នុងបដិសណ្ឋារកិច្ច។ អត្ថបទទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងទិន្នផលដំបូងដែលភ្ជាប់ការអនុវត្តអាកាសចរណ៍នេះទៅនឹងឧស្សាហកម្មសណ្ឋាគារបានបង្ហាញខ្លួននៅក្នុងឆ្នាំ 1988 នៃ Cornell Hospitality Quarterly ។ ជាមួយនឹងកម្មវិធីថ្មីរបស់វា ឈ្មោះថ្មីក៏បានកើតឡើងផងដែរ ពាក្យ "ការគ្រប់គ្រងទិន្នផល» បានប្តូរទៅជា "ការគ្រប់គ្រងចំណូល» ។ Marriot មានបញ្ហាជាច្រើនដូចក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍។ សារពើភ័ណ្ឌដែលអាចបំផ្លាញបាន អ្នកប្រើប្រាស់ មិនបានកក់ទុកមុន ការប្រកួតប្រជែងតម្លៃទាប និងការផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងទូលំទូលាយទាក់ទងនឹងតុល្យភាពនៃ ការផ្គត់ផ្គង់និងតម្រូវការ។ Marriott បានបង្កើតក្រុមគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូល និងវិនិយោគលើប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិដែលនឹងផ្តល់នូវការព្យាករណ៍ប្រចាំថ្ងៃនៃតម្រូវការក៏ដូចជាធ្វើការណែនាំអំពីសារពើភ័ណ្ឌសម្រាប់បន្ទប់នីមួយៗរបស់វា។ នៅពេលដែលម៉ាកយីហោបានទទួលយកការអនុវត្តនៃ "តក្កវិជ្ជាអត្រាហ៊ុម ព័ទ្ធ" ស្រដៀងទៅនឹងក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ ពួកគេបានចាប់ផ្តើមផ្តល់ការបញ្ចុះតម្លៃតាមគោលដៅទៅកាន់ ផ្នែកទីផ្សារដែលប្រកាន់យកតម្លៃដោយផ្អែកលើតម្រូវការ។ ដើម្បីដោះស្រាយភាពស្មុគស្មាញបន្ថែមដែល បង្កើតឡើង។ រយៈពេលស្នាក់នៅអចិន្តរិយ័យ Marriott បានបង្កើតប្រព័ន្ធព្យាករណ៍តម្រូវការដើម្បីព្យាករណ៍គំរូនៃ ការកក់របស់ភ្ញៀវ និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពអាចរកបានបន្ទប់តាមរយៈពេលនៃការស្នាក់នៅ។ ក្នុងពេលតិចជាងមួយទសវត្សរ៍នៅពាក់កណ្តាលទសវត្សឆ្នាំ1990ការប្រតិបត្តិដោយជោគជ័យរបស់ Marriott នៃការគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូលត្រូវបានបន្ថែមរវាង \$150Mទៅ\$200Mដល់ប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ខណៈពេលដែលអាកាសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចបានដឹកនាំផ្លូវសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូលយុទ្ធសាស្ត្រនេះ និងត្រូវបានអនុម័តដោយប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ភាគច្រើនពីវេទិកាកក់កន្លែងរបស់ភាគីទីបី និងសួនកម្សាន្ត រហូតដល់ការប្រគំតន្ត្រី និងនាវាកម្សាន្ត។ ឥទ្ធិពលនៃច្បាប់ស្តីពីការគ្រប់គ្រងឆ្នាំ 1978 និងការកំណត់តម្លៃបានផ្លាស់ប្តូរឧស្សាហកម្មអាកាសចរណ៍។ អ្នកដំណើរជុំវិញពិភពលោកឥឡូវនេះរំស្មៃរកសំបុត្រដោយដឹងថាកន្លែងអង្គុយ ផ្លូវផ្សេងគ្នា និងកាលបរិច្ឆេទទិញនិងប៉ះពាល់ដល់តម្លៃទាំងអស់។ ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍បានបន្តប្រើប្រាស់កញ្ចប់លំដាប់ថ្នាក់ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់សន្សំបានដោយជ្រើសរើសតែ

កៅអីរបស់ពួកគេ ឬធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងជាមួយនឹងការបន្ថែមអាហារការឡើងយន្តហោះមុនម៉ោង និងការជ្រើសរើស កៅអីជាក់លាក់<sup>13</sup>។

**២.២.៣ ទ្រឹស្តីពាក់ព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល**

នៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អង្គការនីមួយៗ តែងតែមានវិធីសាស្ត្ររៀងៗខ្លួនក្នុងការគ្រប់គ្រង ទៅលើចំណូលរបស់អង្គការខ្លួន។ ចំពោះអង្គការដែលមានវិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូលរបស់ខ្លួនឱ្យ មានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ក៏ធ្វើឱ្យអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនដំណើរការទៅយ៉ាងរលូន ចំណែកអង្គការខ្លះដែលពុំមាន វិធីសាស្ត្រច្បាស់លាស់ឬពុំមានប្រសិទ្ធភាព ក៏ធ្វើឱ្យដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនឈានទៅដល់ដំណាក់កាលដុះ ឬ ក្ស័យធនជាដើម។ អាស្រ័យហេតុនេះដែល អ្នកគ្រប់គ្រងអង្គការ តែងតែយកចិត្តទុកដាក់ជាពិសេសចំពោះការ គ្រប់គ្រងលើចំណូលនេះដោយព្យាយាមរកនូវវិធីសាស្ត្រពិសេសនានា និងខុសប្លែកពីគេដើម្បីសម្រេចបាន នូវប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ ការគ្រប់គ្រងទៅលើប្រភពចំណូលទាំងក្នុង និងក្រៅប្រតិបត្តិការតែងតែស្ថិតនៅក្នុងការឃ្នាំ មើលរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងដោយការយកចិត្តទុកដាក់ជាពិសេសជានិច្ច ដោយមិនចង់ឱ្យមានការលេចឡើង នូវចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួន ដែលធ្វើឱ្យបាត់បង់នូវប្រភពចំណូលទាំងនោះ។ អាស្រ័យហេតុនេះហើយ ទើបអ្នកគ្រប់គ្រង បានរៀបចំនូវប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងទៅលើអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនដូចជាការបង្កើតឱ្យមានការប្រើប្រាស់នូវ ប្រព័ន្ធគណនេយ្យ (ទទួលស្គាល់ការកាត់ត្រាចំណូលទៅតាមស្តង់ដារគណនេយ្យ) ការប្រើប្រាស់នូវប័ណ្ណចំណូល និងបង្កើនចំណេះដឹងរបស់បុគ្គលិកឱ្យយល់ដឹងនូវនីតិវិធីក្នុងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធគណនេយ្យទាំងអស់នោះ ឱ្យបាន ត្រឹមត្រូវទៅតាមបទដ្ឋាន និងមានលក្ខណៈត្រឹមត្រូវដែលអាចបញ្ចៀសបាននូវរាល់បញ្ហាដែលកើតមានឡើង។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះ អង្គការខ្លះក៏បានបង្កើតឱ្យមានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងផ្ទៃក្នុង (Internal Control) ដែលអាចចាប់បាន រាល់កំហុសជាសារវន្ត ការកែប្រែបន្ត ការបោកនានាជាដើម ជាពិសេសមានការជួលសវនករ ខាងក្រៅ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យ ទៅលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុកិច្ចប្រតិបត្តិការនិងការអនុលោមតាមបទបញ្ញត្តិជាដើម។ ទោះបីយ៉ាង ណាក៏ដោយកំហុសឆ្គងតែងតែកើតមានឡើងរាល់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម តែងតែឆ្លងកាត់ការត្រួតពិនិត្យ ជាច្រើនដំណាក់កាល ហើយព្យាយាមកែលំអទៅតាមពេលវេលាជាក់ស្តែងព្រមទាំងសង្កេតមើលនូវប្រព័ន្ធ គ្រប់គ្រងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនដើម្បីប្រកួតប្រជែងជាមួយដៃគូដទៃទៀត និងព្យាយាមធ្វើឱ្យប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងចំណូល របស់ខ្លួនប្រព្រឹត្តទៅប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់យ៉ាងពិតប្រាកដ<sup>14</sup>។

**២.២.៤ និយមន័យចំណាយ**

ចំណាយ គឺការហូរចេញការប្រើប្រាស់អស់នូវទ្រព្យសកម្ម ឬបំណុលកើនឡើងនៅក្នុងកំឡុងពេលណា មួយពីការទទួលបាន ឬផលិតទំនិញ ផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្ម ឬសកម្មភាពផ្សេងៗដែលទាក់ទងនឹងប្រតិបត្តិការរបស់ ក្រុមហ៊ុន<sup>15</sup>។

ចំណាយ គឺជាថ្លៃដើមទំនិញដែលបានលក់ និងការផ្តល់សេវាកម្មនៅក្នុងកំឡុងពេលនៃខួបគណនេយ្យ<sup>16</sup>។

<sup>13</sup> ថា សុគត់, តូច ស្រីធា, ម៉ាង ចាន់ថុល, មករា សុខខេង. (២០២៤). ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ ធនាគារអេស៊ីលីដា កីអិលស៊ី. សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញគណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ ជំនាន់ទី២១ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ទំព័រទី៣. រាជធានីភ្នំពេញ។  
<sup>14</sup> ថា សុគត់, តូច ស្រីធា, ម៉ាង ចាន់ថុល, មករា សុខខេង. (២០២៤). ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ ធនាគារអេស៊ីលីដា កីអិលស៊ី. សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញគណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ ជំនាន់ទី២១ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ទំព័រទី៤. រាជធានីភ្នំពេញ។  
<sup>15</sup> Library of Royal University of Law and Economics. (2020 June 19). ចំណាយ. Retrieved from <https://web.facebook.com/photo.php>  
<sup>16</sup> ដដែល

ចំណាយ គឺជាចលនាចេញនៃសាច់ប្រាក់ ឬការប្រើប្រាស់ទ្រព្យសម្បត្តិផ្សេងៗ ឬជាការលេចឡើងនូវ បំណុលក្នុងការិយបរិច្ឆេទ គណនេយ្យណាមួយដែលលេចឡើងពីការប្រគល់ទំនិញ ឬសេវាកម្មផ្សេងៗ ដែលផ្សំឡើងពីប្រតិបត្តិការកណ្តាល ឬប្រតិបត្តិការសំខាន់ៗជាបន្តបន្ទាប់របស់អង្គការអាជីវកម្ម<sup>17</sup>។

ការគ្រប់គ្រងចំណាយ សំដៅលើដំណើរការនៃការតាមដានការវិភាគ និងចុងក្រោយគ្រប់គ្រងការ ចំណាយអាជីវកម្ម។ វារួមបញ្ចូលនូវកិច្ចការជាច្រើនចាប់ពីការកត់ត្រាបង្កាន់ដៃដល់ការរៀបចំរបាយការណ៍ ចំណាយ។ សម្រាប់អាជីវកម្មខ្នាតតូច និងអ្នកគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុការធ្វើជាម្ចាស់នៃវិន័យនេះអាចជា គន្លឹះក្នុងការរក្សាហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនអ្នកនៅក្នុងការត្រួតពិនិត្យ។<sup>18</sup>។

**២.២.៥ ប្រតិបត្តិការគ្រប់គ្រងចំណាយ**

ការចាប់ផ្តើម៖ ប្រហែល 7,000 ឆ្នាំមុននៅក្នុងប្រាសាទបុរាណនៃ Mesopotamia កំណត់ត្រាគណនេយ្យ ដំបូងត្រូវបានធ្វើឡើង។ គណនេយ្យករដំបូងទាំងនេះបានតាមដានការលូតលាស់របស់ដំណាំ និងហ្វូង ដើម្បី កំណត់អតិរេក ឬកង្វះខាតសម្រាប់រដូវកាលនីមួយៗ។ កូនកាត់ Sumerian ដែលមានអាយុកាលប្រហែល 2500 មុន គ.ស បានដាក់មូលដ្ឋានសម្រាប់អរិយធម៌នាពេលអនាគតដើម្បីអនុវត្តន៍ទិដ្ឋភាពបដិវត្តន៍ផ្សេង ទៀតនៃ ពាណិជ្ជកម្ម។ នៅត្រឹមឆ្នាំ1300 មុនគ.ស. ជនជាតិអេស៊ីបបុរាណបានចាប់ផ្តើមប្រើក្រដាស papyrus ដើម្បីកត់ត្រា ការទិញគ្រាប់ធញ្ញជាតិ សត្វពាហនៈ និងវត្ថុមានតម្លៃផ្សេងៗទៀត។ ឯកសារទាំងនេះមាន ប្រសិទ្ធភាពជាបង្កាន់ដៃដំបូងដែលជាធាតុផ្សំសំខាន់នៃរបាយការណ៍ចំណាយ។ ពេញមួយបដិវត្តន៍ ឧស្សាហកម្ម វិធីដែលយើងគ្រប់គ្រង ការចំណាយបានបន្តវិវត្ត។ នៅដើមសតវត្សទី20 សេវាចំណូលផ្ទៃក្នុងថ្មី (IRS) បានអនុវត្តន៍បទប្បញ្ញត្តិសហព័ន្ធ កាន់តែច្រើន។ ច្បាប់ពន្ធសហព័ន្ធដំបូងបំផុតបានទទួលស្គាល់តម្រូវ ការសម្រាប់ "ការចំណាយធម្មតា និងចាំបាច់" ដែលត្រូវកាត់ដោយម្ចាស់អាជីវកម្ម។ គួរកត់សម្គាល់ថា គំនិត នេះនៅតែជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ការអនុវត្តអាជីវកម្ម ទំនើប ជាមួយនឹងការណែនាំជាច្រើនរបស់ IRS Code លើ ការចំណាយដែលនៅសេសសល់មិនផ្លាស់ប្តូរអស់រយៈពេលជាងមួយសតវត្ស។ នៅក្នុងការមកដល់នៃ បច្ចេកវិទ្យាបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រង ការចំណាយ។ នៅឆ្នាំ1978 កម្មវិធីសៀវភៅបញ្ជីដំបូង ដែលមានមុខងារហិរញ្ញវត្ថុ Visicalc បានលេចឡើង។ ឆ្នាំ 1985 បានឃើញការណែនាំរបស់ Microsoft Excel ដែលជាឧបករណ៍ដែលនៅតែប្រើយ៉ាងទូលំទូលាយនៅក្នុងអាជីវកម្មសព្វថ្ងៃនេះ។ នៅក្នុងសតវត្សទី21 បាននាំ មកនូវលទ្ធភាពដែលមិនធ្លាប់មានពីមុនមកជាមួយនឹងការលេចឡើងនៃស្ថាតិស្តិក។ កម្មវិធីគ្រប់គ្រង ការចំណាយកាន់តែត្រឹមត្រូវ និងងាយស្រួលជាពិសេសជាមួយកម្មវិធីទូរស័ព្ទ។ ឧទាហរណ៍ ឧបករណ៍ គ្រប់គ្រងការចំណាយរបស់ Paycom អនុញ្ញាតឱ្យនិយោជិតចតុប្បដ្ឋានដៃហើយងាយស្រួលបង្ហាញវត្តមាន យៈសេវាខ្លួនឯងរបស់បុគ្គលិក។ គ្មានឯកសារក្រដាសបន្ថែមទៀតដែលត្រូវរក្សា ដោយកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃ ការចំណាយដែលមិនបានគណនាយ៉ាងសំខាន់<sup>19</sup>។

<sup>17</sup> យី សៀវម៉ឺ, សេង ជានីន, ចិន ជាវី, អុល ធាវ៉ា. (២០២២). ការគ្រប់គ្រងចំណូល-ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន អាយ៉ាប្រាតអ៊ិនធឺណេសិនណាល គឺ ជីអ៊ី អិលជីឌី. សារណបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញគណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ ជំនាន់ទី១៩ នៃសាកលវិទ្យា វ៉ាន់ដា ទំព័រទី៥. ភ្នំពេញ។

<sup>18</sup> Mobilexpense. (2023, December 8). *What is expense management?* Retrieved from June, 25 2025 <https://www.mobilexpense.com/en/blog/understanding-expense-management-a-beginners-overview>

<sup>19</sup> ថា សុគត់, តូច ស្រីធា, ម៉ាង ចាន់ថុល, មករា សុខខេង. (២០២៤). ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ ធនាគារអេស៊ីលីដា គឺអិលស៊ី. សារណបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញគណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ ជំនាន់ទី២១ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ទំព័រទី៣. ភ្នំពេញ។

**២.២.៦ ព្រឹត្តិការណ៍នៃការគ្រប់គ្រងចំណាយ**

រាល់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់អង្គការតែងតែធ្វើការចំណាយទៅលើចំណាយប្រតិបត្តិការ និងចំណាយក្រៅប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មដើម្បីឱ្យបានផលមកវិញជាចំណូលចូលក្នុងអង្គការរបស់ខ្លួន។ ក្រៅពីមានការយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើចំណូល ចំណាយក៏ជាចំណុចសំខាន់មួយផងដែរដែលអាចជួយឱ្យអង្គការអាចបន្តអាជីវកម្មបានយូរអង្វែង ប្រសិនបើមានការគ្រប់គ្រងទៅលើរាល់ការចំណាយទាំងអស់ ដោយមានការប្រុងប្រយ័ត្នខ្ពស់រួមទាំងប្រកបដោយគុណភាព។ យ៉ាងណាមិញ បើអង្គការមួយមានការចំណាយកើនឡើងខ្ពស់អាចធ្លុះបញ្ចាំងថា អង្គការនោះកំពុងមានបញ្ហាដែលប្រឈមមុខខ្លាំង ព្រោះប្រសិនបើមិនមានដំណោះស្រាយដ៏ល្អប្រសើរចំពោះបញ្ហានេះបាន គឺអាចបណ្តាលឱ្យមានការថយចុះប្រាក់ចំណេញ ឬអាចបន្តឱ្យអង្គការ នោះឈានដល់ដំណាក់កាលចុងក្រោយគឺក្ស័យធន។ អាស្រ័យហេតុនេះហើយបានជាអង្គការទាំងអស់ មិនថាខ្នាតតូច ឬខ្នាតធំ តែងតែមានការប្រុងប្រយ័ត្នខ្លាំងមុនធ្វើការសម្រេចចិត្តទៅលើការចំណាយនានា ជាពិសេសចំណាយនៅក្នុងប្រតិបត្តិការដែលមានការចំណាយច្រើនខ្ពស់។

អាស្រ័យហេតុនេះ ទើបអ្នកគ្រប់គ្រងគួរពិចារណាឱ្យច្បាស់លាស់មុននឹងធ្វើការចំណាយទៅលើអ្វីមួយដោយគួរធ្វើការចោទសួរថា តើការចំណាយនេះមានកម្រិតច្រើនឬតិច? តើការចំណាយនេះអាចផ្តល់ផលមកវិញបានច្រើនដែរទេ? តើពិតជាចាំបាច់ក្នុងការធ្វើការចំណាយនេះដែរឬទេ? តើការចំណាយនេះ អាចបណ្តាលឱ្យមានផលប៉ះពាល់ទៅលើប្រាក់ចំណេញដែរឬទេ? ហើយជាពិសេស តើខាងគ្រឹះស្ថានបាន ចំណាយទៅលើអ្វីច្រើនជាងគេ? ការដែលធ្វើបែបនេះអាចបញ្ជៀសបាននូវការចំណាយច្រើនហើយទទួលបានមកវិញនូវលទ្ធផលមិនសមស្រប។ រាល់ការចំណាយនានាមិនថាក្នុងប្រតិបត្តិការឬក្រៅប្រតិបត្តិការត្រូវតែមានវិក្កយបត្រភ្ជាប់មកជាមួយ ដោយមានការបំពេញបែបបទច្បាស់លាស់ដែលអាចបញ្ជាក់បានថាពិតជាបានធ្វើការចំណាយយ៉ាងពិតប្រាកដមែន ដោយមានរាយនូវថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំ ដែលធ្វើការចំណាយ ឈ្មោះទំនិញឬផលិតផល ចំនួន ឯកតា តម្លៃសរុប ហត្ថលេខាអ្នកលក់និងអ្នកទិញរួមជាមួយនឹងការបញ្ជាក់អំពីទីតាំង ដែលបានទិញផលិតផលនិងសេវាកម្មនោះឱ្យបានច្បាស់លាស់។ យ៉ាងណាមិញ ចំពោះអ្នកគ្រប់គ្រងក៏គួរ យកចិត្តទុកដាក់ចំពោះចំណាយដែលមិនសូវចាំបាច់ ថាគួរកាត់បន្ថយ ឬធ្វើការបញ្ឈប់ការចំណាយតែម្តង ដើម្បីជៀសវាងការចំណាយខ្លះខ្លាយដែលជាហេតុនាំឱ្យមានការចំណាយកើនឡើង ឬមិនមានប្រសិទ្ធភាព។ ម្យ៉ាងវិញទៀតអ្នកគ្រប់គ្រងគួរបង្កើតប្រព័ន្ធគ្រួតពិនិត្យផ្ទៃក្នុងផងដែរ ដែលអាចធ្វើឱ្យការចំណាយនានា ស្ថិតនៅក្នុងការគ្រប់គ្រងរបស់ថ្នាក់ដឹកនាំជានិច្ច<sup>20</sup>។

**២.៣ អត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយបានល្អរបស់ក្រុមហ៊ុន**

**២.៣.១ អត្ថប្រយោជន៍**

អត្ថប្រយោជន៍ ជាអ្វីមួយដែលផ្តល់លទ្ធផលល្អ ឬមានប្រយោជន៍ ឬដែលជួយលើកកម្ពស់សុខុមាលភាព<sup>21</sup>។ អត្ថប្រយោជន៍ គឺជាអ្វីៗដែលមានផលប្រយោជន៍ ប្រយោជន៍ដែលគួរប្រាថ្នាគួរចង់បាន។

**២.៣.២ ប្រភេទអត្ថប្រយោជន៍**

<sup>20</sup> ថា សុគត៍, តូច ស្រីជា, ម៉ាង ចាន់ថុល, មករា សុខខេង. (២០២៤). ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ ធនាគារអេស៊ីលីដា ក៏អិលស៊ី. សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញគណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ ជំនាន់ទី២១ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ទំព័រទី៦. ភ្នំពេញ។

<sup>21</sup> Merriam-Webster. Dictionary. Benefit. Retrieved June, 25 2025 from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/benefit>



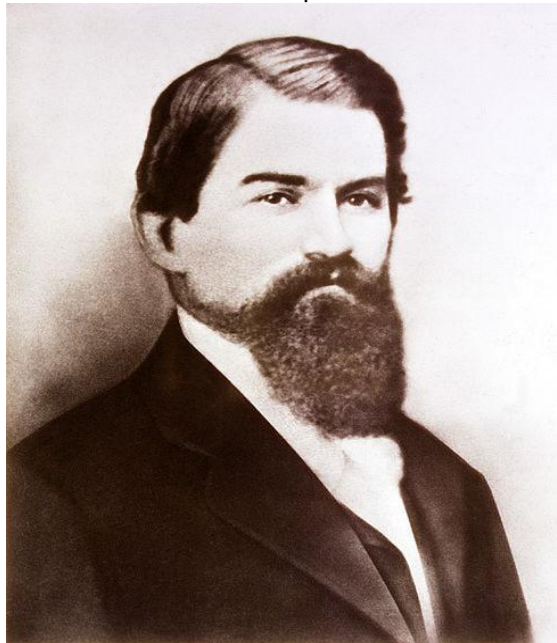
### ជំពូកទី៣

## នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា

### ៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា

#### ៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន

កូកា-កូឡា គឺជាភេសជ្ជៈមួយដ៏ពេញនិយមដែលទទួលបានប្រជាប្រិយភាពដោយមានអ្នកទទួលទានទូទាំងពិភពលោក និងមានអ្នកចូលចិត្តនូវវេសជាតិដ៏ពិសេសពីភេសជ្ជៈមួយនេះផងដែរ។ កូកា-កូឡាត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅឆ្នាំ ១៨៨៦ ដោយឱសថការីពីរដ្ឋអាត្លង់តា សហរដ្ឋអាមេរិក លោកបណ្ឌិត John Stith Pemberton ។ លោក Frank Robinson ដែលជាអ្នកនិពន្ធ និងត្រូវជាដៃគូរបស់ Pemberton ជាអ្នករចនាម៉ូតូ និង ដាក់ឈ្មោះកូកា-កូឡា (Coca-Cola) នេះឡើង។ ភេសជ្ជៈនេះត្រូវបានដាក់លក់ជាសាធារណៈលើកដំបូងនៅក្នុងឱសថស្ថានរបស់យ៉ាកុបនៅអាត្លង់តា នៅថ្ងៃ០៨ ឧសភា ១៨៨៦។ នាពេលនោះភេសជ្ជៈកូកា-កូឡាលក់ បានត្រឹមតែ៩ដបក្នុងមួយថ្ងៃតែប៉ុណ្ណោះ បើគិតសរុបការលក់ក្នុងមួយឆ្នាំដំបូងបានប្រហែល៥០ដុល្លារ



នេះបើធៀបទៅនឹងការចំណាយដល់ទៅ៧០ដុល្លារ គឺមានន័យថាកូកា-កូឡា នៅឆ្នាំដំបូងមិនទទួលបានចំណេញនោះទេ។ ក៏ ប៉ុន្តែសព្វថ្ងៃភេសជ្ជៈមួយនេះត្រូវបានគេប៉ាន់ស្មានថាមានអ្នកបរិភោគប្រមាណជាង១.៩ពាន់លានក្នុងមួយថ្ងៃជុំវិញពិភពលោក។ នៅឆ្នាំ ១៨៨៧ ឱសថការី និងជាពាណិជ្ជករ លោក Asa Griggs Candler បានទិញរូបមន្តពីលោក Pemberton ក្នុង តម្លៃ២,៣០០ដុល្លារ។ បន្ទាប់មកក្នុងឆ្នាំ ១៨៨៨ លោក Pemberton បានទទួលមរណភាព។ សម្រាប់ឈ្មោះភេសជ្ជៈ នេះសំដៅទៅលើគ្រឿងផ្សំដើមពីរបស់វា គឺស្លឹកកូកា និង គ្រាប់កូឡា (ប្រភពជាកាហ្វេអ៊ីន) រុក្ខជាតិកូកាដែលមានដុះ នៅតំបន់ភាគខាងត្បូងសហរដ្ឋអាមេរិក ហើយរុក្ខជាតិមួយនេះផងដែរគឺមានសារប្រយោជន៍សម្រាប់ការព្យាបាលជំងឺឈឺក្បាល និង Stress។

ចាប់ពីពេលនោះមកលោក Asa Griggs Candler ចាប់ផ្តើមធ្វើជំនួញជាមួយភេសជ្ជៈប្រភេទនេះ ដំបូងឡើយគិតថាវាគ្រាន់តែជាឱសថតែ ប៉ុណ្ណោះ។ តែក្នុងឆ្នាំ១៨៨៧ បានទាក់ទាញទីផ្សាររបស់អតិថិជនដោយចែកភេសជ្ជៈឥតគិតថ្លៃសម្រាប់អ្នក ពិសារដំបូង។ កាលពីសម័យនោះការទាក់ទាញទីផ្សារបែបនេះវាមិនមែនជារឿងសាមញ្ញនោះទេ។ ក្រោយមកអ្នកភ្នាក់ងារការចាប់អារម្មណ៍ជាខ្លាំងជាមួយនឹងវេសជាតិរបស់វា។ នៅចុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៨៩០ ដោយសារតែមានការធ្វើទីផ្សារផ្សព្វផ្សាយរបស់លោកAsa Candler បានធ្វើឱ្យភេសជ្ជៈCoca-Cola ទទួលបាននូវប្រជាប្រិយភាពយ៉ាងខ្លាំងនៅអាមេរិក។ ឆ្នាំ១៩១៧ក្រុមហ៊ុនCoca-Cola បានចាប់ផ្តើមភាពជាដៃគូជាមួយកាកបាទនាការជម្រុញកាកបាទក្រហមដោយក្នុងកំឡុងសង្គ្រាមលោកលើកទី១ ប្រព័ន្ធកូកា-កូឡាបានដំណើរការយុទ្ធនាការជម្រុញកាកបាទក្រហមប្រចាំឆ្នាំដែលបានបន្តអស់រយៈពេលជាងមួយទសវត្សរ៍។ ភាពជាដៃគូនេះ នៅតែរឹងមាំ នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះហើយក៏មានសារៈសំខាន់ចំពោះការចូលរួមរបស់

ក្រុមហ៊ុននៅក្នុងការសង្គ្រោះគ្រោះមហន្តរាយពេញម្ចាស់។ ឆ្នាំ១៩៣៥ Lettie Pate Feary បានចូលរួមជាមួយក្រុមប្រឹក្សាភិបាលជាស្ត្រីទី 1 ដែលបម្រើការនៅក្នុងក្រុមប្រឹក្សាភិបាលនៃក្រុមហ៊ុនធំមួយ។ ១៩៦៣ ក្រុមហ៊ុន Coca-Cola បានផលិតកេសដ្ឋៈរបបអាហារដំបូង របស់ខ្លួន Tap។ Tap ត្រូវបានណែនាំមុនពេលការរីកលូតលាស់ដំបូងនៃផ្នែកកេសដ្ឋៈមានកាឡូរីទាប ហើយ កេសដ្ឋៈត្រូវបានបង្កើតឡើងសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានបំណងចង់ “រក្សាកម្រិតកាឡូរីរបស់ពួកគេ”។ អ្នកគឺមីវិទ្យាស្ត្រ ជាច្រើនបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការអភិវឌ្ឍ Tap។ ឆ្នាំ១៩៦៦ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡាបានចាប់ផ្តើម “គម្រោងអាហាររូបត្ថម្ភ” ដោយចាត់ឱ្យក្រុមអ្នកវិទ្យាសាស្ត្រ និងអ្នកបច្ចេកទេសចំណីអាហារអន្តរជាតិបំពេញភារកិច្ចក្នុងការស្វែងរកដំណោះស្រាយចំពោះ “គម្លាតប្រូតេអ៊ីន” ដែលកំពុងតែប្រឈមមុខនឹងប្រទេសក្រីក្រនៃពិភពលោកនិងផ្តល់កេសដ្ឋៈដែលសម្បូរប្រូតេអ៊ីនដល់ អ្នកប្រើប្រាស់។ គម្រោងនេះនាំទៅដល់ការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ម៉ាក Saci, Sanson និង Tai ដែលជា កេសដ្ឋៈថាមពលសម្បូរប្រូតេអ៊ីនចំនួនបីដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅអាមេរិកឡាទីនដោយប្រើប្រាស់គ្រឿងផ្សំក្នុងស្រុកដូចជាសណ្តែកសៀង និង whey ជាគ្រឿងផ្សំប្រភពប្រូតេអ៊ីនសម្រាប់កេសដ្ឋៈ។ ឆ្នាំ ១៩៨៤ មូលនិធិ Coca-Cola ក៏ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡាប្តេជ្ញាផ្តល់ត្រឡប់មកវិញភាគរយនៃប្រាក់ចំណូលប្រតិបត្តិការកាលពីឆ្នាំមុនរបស់ខ្លួនជារៀងរាល់ឆ្នាំតាមរយៈមូលនិធិហើយមូលនិធិនេះបម្រើផ្នែកអាទិភាពបីគឺស្ត្រី ទឹក និងសុខុមាលភាព។ ឆ្នាំ ២០០១ ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡាបានបង្កើតមូលនិធិ កូកា-កូឡា អាហ្វ្រិកដែលបានធ្វើការដើម្បីការពារ និងព្យាបាលមេរោគអេដស៍ឬជំងឺអេដស៍នៅអាហ្វ្រិក។ ចាប់តាំងពីវាត្រូវបានបង្កើតឡើង មូលនិធិកូកា-កូឡា អាហ្វ្រិកបានចាប់ផ្តើមគម្រោង និងគំនិតផ្តួចផ្តើមជាច្រើននៅទូទាំងទ្វីបអាហ្វ្រិក។ នៅក្នុង២០០៧ក្រុមហ៊ុនCoca-Colaបានប្រកាសពីភាពជាដៃគូផ្លាស់ប្តូរជាមួយមូលនិធិពិភពលោកសម្រាប់ធម្មជាតិ (WWF) ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនានាទាក់ទងនឹងការអភិរក្សទឹកសាប។ ភាពជាដៃគូនេះផ្តោតទៅលើវិស័យស្នូលចំនួនប្រាំរួមមានដូចជា៖ អភិរក្សអាងទឹកសាបសំខាន់ៗចំនួនប្រាំពីររបស់ពិភពលោកធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវប្រសិទ្ធភាពទឹកក្នុងប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនកាត់បន្ថយការបំភាយកាបូនរបស់ក្រុមហ៊ុនលើកកម្ពស់កសិកម្ម ប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងជម្រុញចលនាសកលដើម្បីអភិរក្សទឹក។ ឆ្នាំ ២០០៩ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា ណែនាំ ការវេចខ្ចប់ Plant Bottle ដែលជាដបកេសដ្ឋៈផ្លាស្ទិក PET ដែលអាចកែច្នៃឡើងវិញបានដំបូងគេដែលផលិតពីរុក្ខជាតិ 30 ភាគរយ។ មួយវិញទៀតនោះក្រុមហ៊ុនCoca-Cola បានបន្តអភិវឌ្ឍន៍ការវេចខ្ចប់ប្រកបដោយនិរន្តរភាពរួមទាំងការបង្កើតដប PET គំរូដំបូងបង្អស់របស់ពិភពលោកដែលផលិតចេញពីវត្ថុធាតុដើមរុក្ខជាតិទាំងស្រុងក្នុងឆ្នាំ 2015។ ឆ្នាំ ២០១០ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡាបានចាប់ផ្តើមគំនិតផ្តួចផ្តើម 5by20 គោលដៅនៃគំនិតផ្តួចផ្តើមនេះគឺដើម្បីធ្វើឱ្យការពង្រឹងសេដ្ឋកិច្ចរបស់សហគ្រិនស្ត្រីចំនួន 5 លាននាក់នៅទូទាំងពិភពលោកនៅឆ្នាំ2020។ តាមរយៈគំនិតផ្តួចផ្តើមនេះស្ត្រីត្រូវបានផ្តល់សិទ្ធិចូលរៀនវគ្គបណ្តុះបណ្តាលជំនាញអាជីវកម្ម សេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុ និងទំនាក់ទំនងជាមួយមិត្តភក្តិឬអ្នកណែនាំ។ ឆ្នាំ2013 EKOCENTER ដំបូងត្រូវបានបង្កើតឡើង។ EKOCENTER គឺជាទីផ្សារសហគមន៍ម៉ូឌុលដែលដំណើរការដោយសហគ្រិនស្ត្រីក្នុងស្រុក និងផ្តល់នូវទឹកស្អាតទំនាក់ទំនងឥតខ្សែអគ្គិសនី និងមុខងារផ្សេងទៀតដើម្បីចាប់ផ្តើមឱកាសសហគ្រិនភាព និងការអភិវឌ្ឍសហគមន៍។ EKOCENTER ទី100 ត្រូវបានបើកនៅឆ្នាំ2016 ហើយគម្រោងនេះនៅតែបន្តរីកចម្រើនជុំវិញពិភពលោក។ គម្រោងនេះ ក៏

បំពេញបន្ថែមនូវគំនិតផ្តួចផ្តើម 5by20 ដែលត្រូវបានដាក់ឱ្យដំណើរការក្នុងឆ្នាំ2010។ កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែង និងគោលដៅប្រកបដោយនិរន្តរភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡាបន្តលោក។ អភិវឌ្ឍន៍នៅពេលដែលឆ្នាំបន្តទៅមុខ ហើយឥទ្ធិពលរបស់វាអាចត្រូវបានរកឃើញនៅទូទាំងពិភពលោកក្នុងរយៈពេល 5 ឆ្នាំចុងក្រោយនេះក្រុមហ៊ុន Coca-Cola បានចាប់ផ្តើមគំនិតផ្តួចផ្តើមថ្មី និងសម្រេចបាននូវគោលដៅជាច្រើនដូចជាការសម្រេចបាននូវគោលដៅបំពេញបន្ថែមទឹកស្អាត 100 មុនកាលវិភាគ។ ក្រុមហ៊ុននឹងមិនបញ្ឈប់នៅពេលដែលបានសម្រេចគោលដៅមួយហើយបង្កើតគំនិតផ្តួចផ្តើមរបស់ខ្លួន និងធ្វើការដើម្បីបង្កើតផលិតផលកាន់តែធំៗ ប្រវត្តិនៃនិរន្តរភាពនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា គឺជាការចង្អុលបង្ហាញថា ក្រុមហ៊ុនបានមកដល់កម្រិតណា និងថាតើវាអាចទៅបានឆ្ងាយប៉ុណ្ណានាពេលអនាគត។

**៣.១.២ ទីតាំងក្រុមហ៊ុន**

អាគារ ២៨៧ ផ្លូវជាតិលេខ៥ ភូមិមិត្តភាព សង្កាត់របួស្សីកែវ ខណ្ឌបួស្សីកែវ រាជធានីភ្នំពេញ។



**៣.១.៣ អត្តសញ្ញាណរបស់ក្រុមហ៊ុន**

តើអ្វីជានិមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា ?

និមិត្តសញ្ញានៃកូកា-កូឡា គឺជាប្រភេទនិមិត្តសញ្ញាស្រ្តីប ដែលអ្នកកាន់តំណែងមុនត្រូវបាន ណែនាំជាលើកដំបូងនៅចុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ1880 ។ ឈុតនិមិត្តសញ្ញាបច្ចុប្បន្នបានឃើញពន្លឺនៅឆ្នាំ 1903 ដោយទទួលបានម្តប់ពណ៌ក្រហមខ្លាំងនៅឆ្នាំ1934។ ចាប់តាំងពីពេលនោះមក ប្រភេទនិមិត្តសញ្ញាត្រូវបានកែលម្អ និងពង្រឹង ប៉ុន្តែនៅតែរក្សាចរនាបទ និងអារម្មណ៍ដែលអាចស្គាល់បាន។ប្រវត្តិនៃម៉ាកយីហោនេះបានចាប់ផ្តើម

នៅពេលដែលលោក John Stith Pemberton ដែលជាអ្នកបង្កើត ភេសជ្ជៈបានងាកទៅរកគណនេយ្យករ សៀវភៅរបស់គាត់ លោក Frank M. Robinson ជួយបង្កើតម៉ាក យីហោរបស់លោក John។ លោក Frank បានណែនាំភ្លាមៗនូវ Coca-Cola ដ៏សាមញ្ញ និងពេញនិយម។ យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារបានបង្កើតការរីកចម្រើន ហើយមួយឆ្នាំក្រោយមក Frank បានបង្កើតនិមិត្តសញ្ញាដំបូង ដែលជាឈ្មោះសរសេរដោយដៃ។ ការសរសេរ ដោយដៃនេះ ដោយសារវាបានឆ្លងកាត់ការកែប្រែស្លាក សញ្ញាជាច្រើនដែលមិនផ្លាស់ប្តូរ លើកលែងតែពណ៌។

**កូកា-កូឡា ជាអ្វី?**

កូកា-កូឡា គឺជាម៉ាកភេសជ្ជៈដ៏ល្បីបំផុតរបស់ពិភពលោក ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ 1886 ដោយលោក John Stith ។ សព្វថ្ងៃនេះ ដប់ដែលមានស្លាកកូកា-កូឡាពណ៌ក្រហម និងស អាចត្រូវបានរក ឃើញនៅតាមគ្រប់ផ្សារទំនើប និងហាងលក់គ្រឿងទេសទូទាំងពិភពលោក។ អ្វីដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ បំផុតអំពីម៉ាកយីហោគឺមានមនុស្សតែពីរនាក់ប៉ុណ្ណោះដែលដឹងពីរូបមន្តដើមរបស់វា។

ខាងក្រោមនេះជារូប Logo ពីឆ្នាំ 1886 រហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន



ពណ៌និមិត្តសញ្ញា Coca Cola បង្ហាញពីការរួមបញ្ចូលគ្នាដ៏គួរឱ្យទាក់ទាញនៃពណ៌ក្រហម និងស ដែល បង្ហាញពី ភាពយុវវ័យ សុទ្ធិដ្ឋិនិយម ភាពបរិសុទ្ធ និង ឧត្តមភាព។

**តើអ្វីទៅដែលធ្វើឱ្យនិមិត្តសញ្ញាកូកាកូឡាមានភាពប្លែកដាច់គេ?**

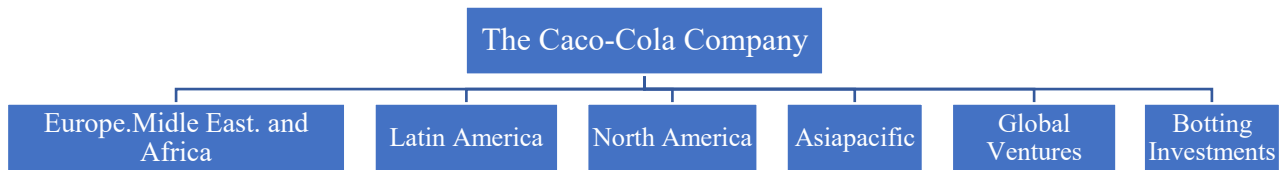
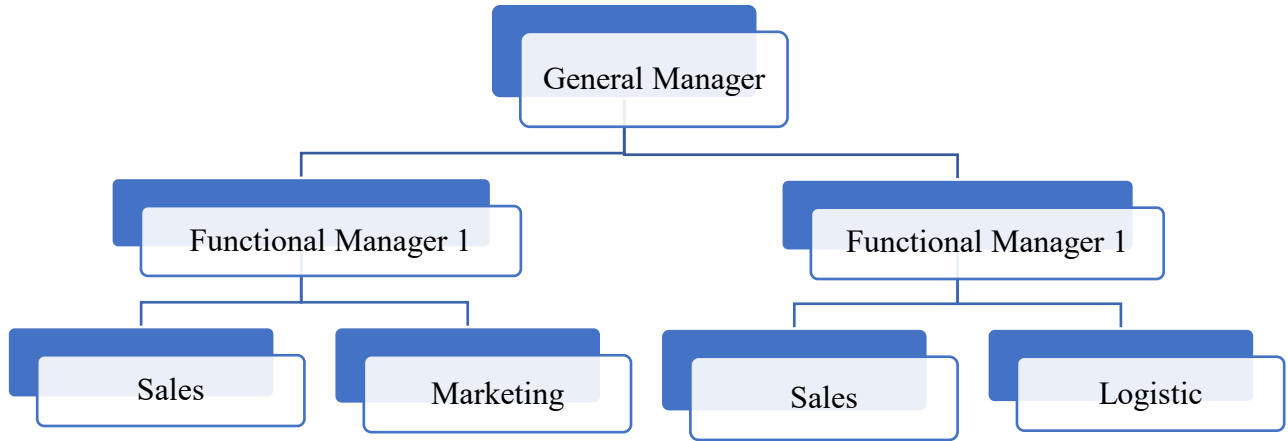
លក្ខណៈពិសេសប្លែកសំខាន់នៃឡូហ្គោ Coca-Cola គឺពាក្យសម្គាល់ ដែលត្រូវបានអនុវត្តជាទម្រង់ អក្សរ Spencerian តែមួយគត់។ សិលាចារឹកដែលបានកំណត់ជាពុម្ពអក្សរសរសេរដោយដៃមើលទៅមានភាព ស្រស់ស្អាត និងឆើតឆាយ។

**ហេតុអ្វីបានជា Coca-Cola ប្រើពណ៌ក្រហមនៅក្នុងនិមិត្តសញ្ញារបស់វា ?**

ក្រុមហ៊ុនបានសម្រេចចិត្តប្រើពណ៌ក្រហមជាពណ៌ចម្បងរបស់ខ្លួននៅដើមដំបូងនៃប្រវត្តិសាស្ត្ររបស់ខ្លួន។ សព្វថ្ងៃនេះ ផ្លាកសញ្ញាកូកា-កូឡាមិនអាចស្រមៃពណ៌ផ្សេងបានទេ។ ពណ៌ក្រហម Coke គឺជាផ្នែកមួយ ដែលជៀសមិនរួចនៃអត្តសញ្ញាណដែលមើលឃើញរបស់ម៉ាក ដែលតំណាងឱ្យថាមពល និងឧត្តមភាព។ ទោះបីជាមានប្រវត្តិចង់ដឹងចង់ឃើញក៏ដោយ៖ កូកា-កូឡាបានប្រើចុងក្រហមសម្រាប់ភេសជ្ជៈរបស់វាដើម្បីកុំឱ្យវាច្រឡំជាមួយផលិតផលផ្សេងទៀតនៅពេលបញ្ជូនទៅឱសថស្ថាន។

**៣.១.៤ រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន**

Coca-Cola Organizational Chart



**៣.១.៥ បេសកកម្ម បក្ខវិស័យ និងគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុន**

**ក.បេសកកម្ម**

ក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈកម្ពុជា កូកា-កូឡា លីមីតធីត ជាក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈ ដ៏ធំមហិមាមួយ នៅក្នុងពិភពលោក ដែលបានដំណើរការពេលជាង១៣០ ឆ្នាំមកហើយ។ បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈ កម្ពុជា កូកា-កូឡា លីមីតធីត គឺបង្ហាញពីគោលបំណងដ៏វែងឆ្ងាយ ក្នុងនាមជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលបំរើនូវភេសជ្ជៈ ហើយត្រូវបានគេទទួល ស្គាល់ពេញពិភពលោក។ ក្រុមហ៊ុននេះ តែងតែឱ្យតម្លៃទៅលើសកម្មភាព និងការសម្រេចចិត្តដែលជា ផ្នែកនៃបេសកកម្មរបស់ខ្លួន។ បេសកកម្ម របស់ក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈកម្ពុជា កូកា-កូឡា លីមីតធីតគឺ៖

- ដើម្បីធ្វើឱ្យពិភពលោកមានភាពស្រស់ស្រាយ
- ដើម្បីជំរុញឱ្យមានសុទិដ្ឋិនិយម និងសុភមង្គល

- ដើម្បីបង្កើតនូវគុណតម្លៃ និងភាពខុសប្លែកគ្នា ។

**ខ. បក្ខវិស័យ**

មិនខុសអំពីក្រុមហ៊ុនដទៃប៉ុន្មានទេ ក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈកម្ពុជា កូកា-កូឡា លីមីតធីតតែងតែមាន ចក្ខុវិស័យ មួយផ្ទាល់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីធ្វើការវាស់វែងពីសមត្ថភាព និងការរំពឹងទុកនាពេលអនាគត។ ក្នុងន័យនេះដែល ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលបំណងបន្តឱ្យមាននិរន្តរភាពកំណើនគុណភាពក្រុមហ៊ុន ភេសជ្ជៈកម្ពុជា កូកា-កូឡា លីមីតធីត មានចក្ខុវិស័យដូចខាងក្រោម៖

ចំពោះមនុស្ស៖ ធ្វើជាទឹកនៃរដ្ឋ ដើម្បីធ្វើការដែលផ្តល់ឱ្យមនុស្សនូវការលើកទឹកចិត្តឱ្យបានច្រើនបំផុត តាមដែលពួកគេអាចធ្វើបាន ។

ដៃគូ៖ រក្សាចំណងទាក់ទងល្អជាមួយអតិថិជន និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់។ អ្នកទាំងអស់គ្នាយើងជួយគ្នា និង រក្សាគ្នាទៅវិញទៅមកដើម្បីបង្កើតនូវគុណតម្លៃជាមួយពលរដ្ឋដែលមានទំនួលខុសត្រូវដោយការជួយ គ្នាក្នុងការរកសាង និងទំនុកបម្រុងសហគមន៍របស់យើងប្រកបដោយនិរន្តរភាព ។

ប្រាក់ចំណេញ៖ ផ្តល់ឱ្យមានអតិបរមានៃអត្ថប្រយោជន៍រយៈពេលវែងសម្រាប់ម្ចាស់ភាគហ៊ុនដែល បានដាក់ភាគហ៊ុនខណៈដែលយើងយកចិត្តទុកដាក់លើការ ទទួលខុសត្រូវទាំងមូល ។

ផលិតភាព៖ ជាអង្គការមួយប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់អាចពឹងផ្អែកបាន និងមានដំណើរការវិវត្ត លឿន។

លើសពីនេះទៅទៀត ចក្ខុវិស័យឆ្នាំ២០២០ របស់ក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈកម្ពុជា កូកា-កូឡា លីមីតធីតដើម្បី បន្តការលូតលាស់ដែលជាអាជីវកម្មមួយរយៈពេលដប់ឆ្នាំ និងឆ្នាំបន្ទាប់ទៅមុខក្រុមហ៊ុនត្រូវតែសម្លឹងមើលទៅ មុខយល់ពីនិន្នាការ និងកម្លាំងដែលនឹងមានឥទ្ធិពលអាជីវកម្មរបស់ខ្លួននៅពេលអនាគត និងមានភាពបត់ បែនយ៉ាងលឿនដើម្បីរៀបចំសម្រាប់អ្វីមួយដែលមានការទៅវិញទៅមក។ ចំពោះក្រុមហ៊ុនយើងទាំងអស់គ្នាត្រូវ តែទទួលបានការត្រៀមខ្លួនជាស្រេចសម្រាប់ថ្ងៃនឹងថ្ងៃនេះ។ វាក៏បានបង្កើតជាគោលដៅរយៈពេលវែង សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់យើង និងផ្តល់ឱ្យយើងនូវ“ផែនទីបង្ហាញផ្លូវ” សម្រាប់ការឈ្នះការរួមគ្នាជាមួយនឹង ដៃគូក្រុមហ៊ុនរបស់យើង។

**គ. គោលដៅ**

យើងធ្វើប្រតិបត្តិការតាមមធ្យោបាយដែលឆ្ពោះទៅរកអនាគតរួមគ្នា ដែលកាន់តែមាននិរន្តរភាព និង ភាពល្អប្រសើរដែលនឹងពាំនាំនៅភាពរីកចម្រើនមកជូនប្រជាជន សហគមន៍ ក៏ដូចជាការផែនដីរបស់យើង តាមរយៈការធ្វើអាជីវកម្មត្រឹមត្រូវផងដែរ។ រោងចក្រផលិតភេសជ្ជៈកម្ពុជា ត្រូវបានបំពាក់ដោយប្រព័ន្ធសូឡា ដំណើរការដោយពន្លឺព្រះអាទិត្យដែលមានទំហំធំជាងគេបង្អស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ហើយមានអនុភាពអាច ផលិតបានអគ្គិសនីស្មើនឹង៣០% នៃតម្រូវការប្រើប្រាស់សរុប។ ដោយការរួមបញ្ចូលគ្នានូវលក្ខណៈពិសេសៗ ដូចជាការធ្វើប្រតិបត្តិកម្មទឹកខ្វក់ការវិនិយោគលើអនាគតប្រកបដោយនិរន្តរភាពនៅរោងចក្រភេសជ្ជៈ នេះក៏ ទទួលបានលិខិតទទួលស្គាល់កម្រិតមាស (Gold LEED) សម្រាប់ភាពជាអ្នកដឹកនាំក្នុងការរចនា ថាមពល និងបរិស្ថាននៃរោងចក្ររបស់យើងដែលជាង្វាស់គោលកម្រិតពិភពលោក ដើម្បីទទួលស្គាល់លើ ការថែទាំប រិស្ថានផងដែរ ។

**៣.២ ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា មាននីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយ**

**៣.២.១ នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល**

គ្រប់ក្រុមហ៊ុន ទាំងអស់មិនថាក្រុមហ៊ុនណាក៏ដូចជាក្រុមហ៊ុនណាដែរ ម្ចាស់ក្រុមហ៊ុនតែងតែមានការយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើការគ្រប់គ្រងផ្នែកទាំងអស់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ដើម្បីឱ្យក្រុមហ៊ុនដំណើរការបានល្អ និងដើម្បីកាត់បន្ថយបញ្ហាផ្សេងៗដែលកើតឡើងជាពិសេស គឺការគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូលឱ្យបានល្អ ដើម្បីកុំឱ្យក្រុមហ៊ុនមានការខាតបង់ទ្រព្យសម្បត្តិឬសម្ភារៈអ្វីមួយដែលជាហេតុនាំឱ្យក្រុមហ៊ុនអាចដួលរលំបាន។ ការគ្រប់គ្រងនេះ គឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ហេតុនេះហើយយើងត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ឱ្យបានខ្ពស់ចៀសវាងហានិភ័យណាមួយដែលកើតឡើងដោយចេតនា ក្តីឬអចេតនា ក្តី។ ក្នុងនោះផងដែរក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡាក៏បានខិតខំព្យាយាម យកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូលរបស់ខ្លួនផងដែរ ដោយក្រុមហ៊ុនបានកំណត់នូវគោលការណ៍មួយចំនួនឡើងដើម្បីយកមកអនុវត្តក្នុងក្រុមហ៊ុន។

នីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា (Coca-Cola) មានការពិចារណា និងគ្រប់គ្រងយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់នូវវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗដើម្បីធានាជោគជ័យក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម និងបង្កើនចំណូល។ ក្រុមហ៊ុនមាននីតិវិធីសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- **ការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផល និងការផ្សព្វផ្សាយ:** កូកា-កូឡា គ្រប់គ្រងការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីធានាការចែកចាយក្នុងតំបន់ផ្សេងៗទាំងអស់។ ក្រុមហ៊ុនធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ និងពង្រឹងម៉ាកខ្លួន ដោយប្រើការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាតិ និងអន្តរជាតិ។
- **ការគ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធចំណូល:** ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា មានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងចំណូលដែលមានប្រសិទ្ធភាព ដោយពង្រឹងការគ្រប់គ្រងលើការលក់ផលិតផលជាច្រើនប្រភេទ។ ក្រុមហ៊ុនក៏ពិចារណាអំពីការបន្សល់ទុកប្រព័ន្ធជួញដូរ និងជម្រើសសេវាកម្មល្អៗដើម្បីបង្កើនចំណូល។
- **ការវិនិយោគក្នុងបច្ចេកវិទ្យា:** កូកា-កូឡា មានការវិនិយោគនៅក្នុងបច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីធានាការផលិត និងការចែកចាយដែលមានប្រសិទ្ធភាពជាងមុន។ ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើបនៅក្នុងការប្រមូលទិន្នន័យ និងវិភាគទីផ្សារជួយអោយក្រុមហ៊ុនមានការគ្រប់គ្រងចំណូលប្រកបដោយភាពច្បាស់លាស់។
- **ការប្រមូលប្រាក់ពីអតិថិជន:** ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡាសម្រេចបាននូវចំណូលក្រោមវិធីសាស្ត្រប្រមូលប្រាក់ពីតំណាងលក់ និងទីផ្សារចម្រុះទាំងអស់។

ក្នុងនោះក្រុមហ៊ុន បានកំណត់វិធីសាស្ត្រមួយចំនួនក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ដើម្បីឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពមានដូច ខាងក្រោម៖

- គណនេយ្យករត្រូវតែអនុវត្តតាមផែនការដែលក្រុមហ៊ុន ឬអ្នកគ្រប់គ្រងបានកំណត់ក្នុងដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងចំណូលនេះ
- រាល់ចំណូលដែលទទួលបានទាំងអស់ ត្រូវបានរក្សាទុកនៅក្នុងធនាគារដើម្បីធានាបាននូវសុវត្ថិភាព និងងាយស្រួលក្នុងការគ្រប់គ្រង
- រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងចំណូល រវាងចំណូល និងចំណាយឱ្យជាប់ពីគ្នា កុំឱ្យច្រឡំគ្នាដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការកត់ត្រាក្នុងប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ។ ម្យ៉ាងទៀតងាយស្រួលក្នុងការតាមដាននូវដំណើរការ ប្រតិបត្តិការចំណូល

ចំណាយទាំងអស់ដែលយើងបានកត់ត្រា និងងាយស្រួលនៅពេលដំឡើង របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនៅពេល ចុង ខែ ឬចុងឆ្នាំ។

- រាល់ចំណូលទាំងអស់ដែលទទួលបាន ត្រូវមានសក្ខីបត្របញ្ជាក់ ឱ្យបានត្រឹមត្រូវរៀបរយសម្រាប់ការកិច្ចការ ឬក៏នូវច្រលំផ្សេងៗ។

- ត្រូវធ្វើការបែងចែកឱ្យបានច្បាស់លាស់នូវការងារ និងតួនាទីរបស់បុគ្គលិកផ្នែកគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូល ទាំងអ្នកដែលត្រួតពិនិត្យក្តីទាំង គណនេយ្យករក្តី ដើម្បីឱ្យពួកគាត់បំពេញនូវតួនាទី របស់គាត់បានដោយ រលូន។ ខាងក្រោមនេះគឺជាការបែងចែកតួនាទីរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង និងគណនេយ្យករ៖

**ក. តួនាទីអ្នកគ្រប់គ្រង**

អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវរៀបចំចាត់ចែងផែនការក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល ថាត្រូវរៀបចំដើម្បីងាយស្រួល និង មានគុណភាព ដើម្បីឱ្យគណនេយ្យករយកទៅអនុវត្តតាមក្រោយ។ ម្យ៉ាងទៀតអ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវពិនិត្យឡើង វិញទាំងអស់ឱ្យបានម៉ត់ចត់ រាល់ការងារដែលគណនេយ្យករបានធ្វើហើយ ដើម្បីឱ្យកាន់តែមានភាពជឿជាក់ ថាទិន្នន័យទាំងនោះមិនបានខ្វះខាត ឬលើសកន្លែងណាមួយ។

**ខ. តួនាទីគណនេយ្យករ**

ជាទូទៅ ម្ចាស់អាជីវកម្មតែងមានគម្រោងសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់គាត់ ហើយអ្នកអនុវត្ត គឺជាគណនេយ្យករ ព្រោះនៅពេលដែលចាប់ផ្តើមធ្វើ គណនេយ្យករ គឺជាអ្នកសម្លឹងមើល និងរំពឹងទុកអំពីកំណើនសេដ្ឋកិច្ចថា អាចមាន ការកើនឡើងឬថយចុះ ដូច្នោះគណនេយ្យករ ត្រូវស្វែងយល់ឱ្យបានច្រើនអំពីស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច។ ក្នុងនោះតួនាទី គណនេយ្យកររួមមានដូចជា៖

**១. គ្រប់គ្រងបញ្ជីសាច់ប្រាក់**

ចំពោះផ្នែកគណនេយ្យ គឺក្រុមហ៊ុនមានជាប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រផ្ទាល់សម្រាប់ធ្វើការកត់ត្រារាល់ប្រតិបត្តិការ ទាំងអស់ ដែលកើតឡើងទៅតាមស្តង់ដារគណនេយ្យ។ បញ្ជីគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ គឺជាបញ្ជីមួយដែល គណនេយ្យករ ត្រូវកត់ត្រាដោយផ្ទាល់ទៅលើប្រតិបត្តិការសាច់ប្រាក់ ដែលមានក្នុងសក្ខីបត្រចំណូល និង ចំណាយប្រចាំថ្ងៃ ដោយបែងចែកគ្នាឱ្យច្បាស់លាស់រវាងចំណូល និងចំណាយនេះដើម្បីងាយស្រួល ក្នុងការ តាមដាន និងគ្រប់គ្រងបានងាយស្រួល។

**២. ធ្វើការបិទបញ្ជី**

ជារៀងរាល់ចុងខែ គណនេយ្យករ ត្រូវធ្វើការបិទបញ្ជី ដើម្បីឱ្យដឹងពីចំណេញខាតរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុង ការកត់ត្រារយៈពេលមួយខែកន្លងមក។

**៣. ធ្វើរបាយការណ៍លក់ប្រចាំថ្ងៃ**

រាល់ការលក់ ត្រូវកត់ត្រាចូលក្នុងរបាយការណ៍ប្រចាំថ្ងៃ រួចសរុបរបាយការណ៍នោះដើម្បីដាក់ជូនអ្នកគ្រប់គ្រង ធ្វើការត្រួតពិនិត្យ។

**៣.២.២ នីតិវិធីវិភាគការគ្រប់គ្រងចំណាយ**

ការប្រើប្រាស់ចំណាយទាំងអស់ ត្រូវបានរៀបចំឡើងទៅតាមរចនាសម្ព័ន្ធនៃការប្រើប្រាស់ចំណាយ ដែលត្រូវការចំណាយជាចាំបាច់។ ការចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន គឺអ្នកគ្រប់គ្រងជាអ្នកតាមដាន វិភាគ និង អ្នកសម្រេចចិត្តដែលត្រូវមានដែនកំណត់ ក្នុងការគ្រប់គ្រងឱ្យបានហ្មត់ចត់នូវឯកសារចំណាយដោយប្រើប្រាស់

ឯកសារកត់ត្រាក្នុងបញ្ជីចេញ-ចូល គ្រប់របាយការណ៍ទាំងអស់ ត្រូវរក្សាទុកក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ហើយក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា មានយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណាយដូចតទៅ៖

**ក. ចំណាយប្រតិបត្តិការ**

ជាទូទៅរាល់ការចំណាយដែលទាក់ទងការស្នើទិញសម្ភារ ដើម្បីយកទៅប្រើនៅក្នុងចំណាយប្រតិបត្តិការ ផ្នែកនីមួយៗ តម្រូវឱ្យធ្វើលិខិតស្នើសុំទៅកាន់ផ្នែករដ្ឋបាល បន្ទាប់មកផ្នែករដ្ឋបាលត្រូវត្រួតពិនិត្យ ទៅលើ ពាក្យស្នើសុំទិញនូវសម្ភារនោះថា តើប្រធានផ្នែករបស់គាត់បានយល់ព្រម ដើម្បីឱ្យគាត់ដាក់សំណើរ ទៅលើ ចំណាយនោះហើយឬនៅ។ បន្ទាប់មកផ្នែករដ្ឋបាលបានពិនិត្យមើលលើសំណើរនោះមានការអនុម័ត និង យល់ព្រមគ្រប់លក្ខខណ្ឌទាំងអស់នោះ ហើយផ្នែករដ្ឋបាលក៏បានបញ្ជូនសំណើរស្នើសុំនោះ មកខាង ផ្នែក ហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងត្រួតពិនិត្យ និងអនុញ្ញាតទៅលើសំណើរនោះ។ នៅពេលប្រធានក្រុម ហ៊ុនយល់ព្រម ហើយផ្នែកបញ្ជាទិញ ក៏បានរៀបចំទាក់ទងទៅខាងអ្នកផ្គត់ផ្គង់នៅសម្ភារៈ ដែលយើងបានដាក់ សំណើរ ស្នើនោះ។ ក្រោយពីបានធ្វើការបញ្ជាទិញចប់សព្វគ្រប់អស់ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ក៏បានចេញវិក័យបត្រ ឱ្យមក ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុបញ្ជាទិញហើយ ក៏បានប្រគល់វិក័យបត្រអោយមកផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ នៅពេលផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុពិនិត្យ នូវមុខទំនិញ សម្ភារៈគ្រប់អស់ ហើយក៏បានបញ្ជូននូវវិក័យបត្រនោះឱ្យទៅអ្នកគ្រប់គ្រង ដើម្បីទូទាត់លើថ្លៃ សម្ភារទាំងអស់នោះ។

**ខ. ចំណាយផលិតផល**

ចំណាយផលិតផល គឺជាចំណាយក្នុងការផលិតទំនិញ និងសេវា ដែលរួមមានការទិញវត្ថុធាតុដើម កម្លាំង ពលកម្ម និងថ្លៃដើមរោងចក្រប្រយោល។

• វត្ថុធាតុដើម ការស្នើសុំទិញវត្ថុធាតុដើមដើម្បីយកមកផលិត ជាក់ស្តែងដូចជាក្រុម ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា គឺជាក្រុមហ៊ុន ផលិតកម្ម ដែលផ្គត់ផ្គង់ ភេសជ្ជៈ ដូចច្នោះផ្នែកលក់ និងផ្នែកកាន់ស្តុកវត្ថុធាតុ ដើមត្រូវដឹងថា ទំនិញប្រភេទណា ដែលមានក្នុងស្តុក ឬក៏ជិតអស់ពីស្តុក បើសិនជាមានមុខទំនិញមួយ ណាអស់ស្តុក អ្នកគ្រប់គ្រងស្តុកត្រូវធ្វើលិខិតស្នើសុំទិញទំនិញនោះទៅខាងផ្នែកបញ្ជាទិញ។ នៅពេលផ្នែកបញ្ជាទិញ ត្រួតពិនិត្យមើលថាស្តុកពិតជាត្រឹមត្រូវមែន ក៏បានធ្វើជាតារាងបញ្ជាទិញដើម្បីដាក់ទៅ ខាងរោងចក្រ ឬ អ្នកផ្គត់ផ្គង់នៅក្រៅស្រុក។ បន្ទាប់ពីបានដាក់ការបញ្ជាទិញចប់សព្វគ្រប់អស់ហើយ នៅពេលដែលទំនិញ ដឹកជញ្ជូនមកដល់ក៏មាននូវការ ចំណាយផ្សេងៗដូចជា ចំណាយសាហ៊ុយតាមផ្លូវ ចំណាយឯកសារផ្សេងៗ ឆ្លងគយព្រំដែនជាដើម។ បន្ទាប់ពីទូទាត់ទំនិញចូលសព្វគ្រប់អស់ហើយ ខាងរោងចក្រក៏ចេញនៅវិក័យបត្រ ដែលបានភ្ជាប់ជាមួយនឹងការដឹកជញ្ជូនអោយទៅផ្នែកបញ្ជាទិញ ដើម្បីប្រគល់អោយទៅផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុត្រួតពិនិត្យ ម្តងទៀត។ បន្ទាប់ពីពិនិត្យរួចរាល់ហើយក៏បញ្ជូនវិក័យបត្រដើម្បីឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងធ្វើការទូទាត់ឱ្យទៅអ្នក ផ្គត់ផ្គង់។

- ការប្រើប្រាស់កម្លាំងពលកម្ម ដើម្បីឱ្យការផលិតទៅដោយរលូន តាមផែនការផលិតកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ថ្លៃដើមរោងចក្រប្រយោល រួមមាន រំលស់ទឹកភ្លើង ធានារ៉ាប់រង ឈ្នួលទីតាំងរោងចក្រ។

**គ.លក្ខខណ្ឌនៃការទូទាត់ចំណាយ**

ដើម្បីសម្រួលដល់ការទូទាត់ចំណាយ ដែលកើតមានជាប្រចាំខែឱ្យបានទាន់ពេលវេលា និងដើម្បីអនុវត្តលើ ការចុះបញ្ជីទូទាត់ចំណាយឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងមានការសន្សំសំចៃប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ដោយផ្អែកលើ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុប្រចាំខែ។ ដូច្នេះក្រុមហ៊ុន ត្រូវការទូទាត់ចំណាយផ្នែកតាមលក្ខខណ្ឌ ដូចខាងក្រោម៖

**• ការអនុម័ត (Approval)**

- នាយកត្រូវអនុម័តទាំងក្នុងប្រព័ន្ធ និងលើសក្តីបត្រនៅក្នុងថ្ងៃស្នើសុំឱ្យបានទាន់ពេលវេលា
- នាយករងអាចអនុម័តក្នុងប្រព័ន្ធ និងនៅលើសក្តីបត្របានលុះត្រាតែមានលិខិតផ្ទេរសិទ្ធិពីនាយក

**• ការបញ្ជាទិញ (Purchase Order)**

- ត្រូវមានឯកសារគាំទ្រគ្រប់គ្រាន់មុនធ្វើការបញ្ជាទិញ។ ទាំងអស់នេះគឺដើម្បីធានាថាការបញ្ជាទិញ ទាំងឡាយ ត្រូវធ្វើឡើងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព សន្សំសំចៃខ្ពស់ និងស្របតាមនីតិវិធីនៃការបញ្ជាទិញរបស់ ស្ថាប័ន។

- បុគ្គលិកផ្នែកនីមួយៗ ជាអ្នកទទួលបន្ទុកលើការបញ្ជាទិញទំនិញឬសម្ភារៈប្រើប្រាស់សម្រាប់តម្រូវការ ក្រុមហ៊ុន។

- គណនេយ្យត្រូវពិនិត្យមើល និងតាមដានសំណើដែលបានស្នើសុំជាមួយវិក្កយបត្រជាប្រចាំ ជៀសវាង ចំណាយលើសកម្រិតកំណត់។

**• បុរេប្រទានសាច់ប្រាក់ចំណាយ (Advance)**

- បុរេប្រទាន៖ បុគ្គលិកត្រូវធ្វើការស្នើសុំសាច់ប្រាក់ចំណាយ (Advance) ជាមុន(២ថ្ងៃ) ជាមួយ គណនេយ្យ ដោយមានហត្ថលេខាសាមីខ្លួន ប្រធានផ្នែក ឬនាយកបានអនុម័ត។

- បុរេប្រទានក្នុងថ្ងៃ៖ គណនេយ្យត្រូវកត់ត្រាចូលក្នុងសៀវភៅបុរេប្រទាន និងត្រូវចុះហត្ថលេខា ប្រគល់ ទទួលដើម្បីធ្វើការទូទាត់ឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងទាន់ពេលវេលា។ នៅរៀងរាល់ចុងខែ គណនេយ្យត្រូវត្រួតពិនិត្យ និងផ្ទៀងផ្ទាត់សៀវភៅបុរេប្រទានឱ្យបានត្រឹមត្រូវតើសមតុល្យ នេះត្រឹមត្រូវដែរឬទេ ?

**• ការទូទាត់ចំណាយ និងចុះបញ្ជី (Payment of expenses and Entries)**

- ត្រូវទូទាត់សាច់ប្រាក់ក្នុងរយៈពេល១ថ្ងៃបន្ទាប់ពីប្រើប្រាស់ប្រាក់រួចរាល់
- ត្រូវមានឯកសារភ្ជាប់ គ្រប់គ្រាន់ទៅតាមចំណាយ ដែលបានស្នើរួចហើយ

**• កម្រិតកំណត់ និងសមតុល្យប្រភេទចំណាយនីមួយៗ**

- ប្រភេទចំណាយនីមួយៗ មិនអនុញ្ញាតឱ្យយកទៅប្រើជាមួយនឹងប្រភេទចំណាយផ្សេងទៀត ឡើយ មិនអនុញ្ញាតឱ្យយកសមតុល្យចំណាយ ដែលនៅសល់ពីខែចាស់ដើម្បីបូក យោងជាមួយនឹង កម្រិតចំណាយក្នុងខែថ្មីឡើយលើកលែងតែចំណាយសម្រាប់ទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ដែលបាន ចែកដាច់ដោយឡែក។

**៣.៣ ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយបានល្អមានអត្ថប្រយោជន៍សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន**

**៣.៣.១. អត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រងចំណូលបានល្អ**

ជាទូទៅគ្រប់ក្រុមហ៊ុន ឬអាជីវកម្មទាំងអស់ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងខុសៗគ្នា តែគ្រប់ ក្រុមហ៊ុន ឬអាជីវកម្មទាំងនោះសុទ្ធសឹងតែទាមទារ និងចង់ទទួលបាននូវផលចំណេញ ឬអត្ថប្រយោជន៍ដើម្បី

បង្កើតនូវប្រាក់ចំណូលចូលដល់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា។ អត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រងចំណូលបានល្អ រួមមានដូចជា៖

- រក្សាលំនឹងនៃចំណូលឱ្យបានល្អ ដើម្បីឈានទៅដល់ការកើនឡើងនៃចំណូល
- កាត់បន្ថយហានិភ័យក្នុងអង្គភាព ទៅលើប្រាក់ចំណូល
- ផ្តល់ទំនុកចិត្តដល់អ្នកប្រើប្រាស់ខាងក្រៅ
- ដើម្បីឱ្យដឹងពីចំណូលពិតរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ងាយស្រួលដឹងពីតម្លៃក្នុងការប្រកួតប្រជែង
- ការកើនឡើងនៃចំណូល ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានសមត្ថភាពក្នុងការប្រកួតប្រជែងកាន់តែខ្លាំង
- ទទួលបាននូវសេរីភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ
- ការគ្រប់គ្រងចំណូលបានល្អផ្តល់ទំនុកចិត្តដល់អ្នកវិនិយោគទាំងក្នុង និងក្រៅស្រុក
- ដើម្បីឱ្យដឹងពីប្រភពចំណូលពិតរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានភាពរីកចម្រើន កាន់តែខ្លាំង
- ក្រុមហ៊ុនមានទីផ្សារខ្ពស់ ក្នុងការផលិតចំណូល
- ក្រុមហ៊ុនកាន់តែមានគុណភាព ព្រោះមានគម្រោងចំណូលច្បាស់លាស់ធ្វើឱ្យបុគ្គលិកពេញចិត្តក្នុង ការបំពេញការងារ
- ក្រុមហ៊ុនមានការរីកចម្រើន និងមានការអភិវឌ្ឍន៍ទៅមុខបានយ៉ាងឆាប់រហ័ស។

**៣.៣.២. អត្ថប្រយោជន៍នៃការគ្រប់គ្រងចំណាយបានល្អ**

ក្នុងអាជីវកម្មតែងតែមានការកើតឡើងនូវចំណូលនិងចំណាយ។ ជាក់ស្តែងក្នុងការចំណាយ ទៅលើ គ្រប់ផ្នែកទាំងអស់គឺមានចំនួនទឹកប្រាក់ច្រើន នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ហើយក្រុមហ៊ុនព្យាយាមកាត់បន្ថយ ចំណាយ តាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ដើម្បីឱ្យក្រុមហ៊ុនមានប្រាក់ចំណេញខ្ពស់។ ការធ្វើការគ្រប់គ្រងចំណាយ គឺពិតជាមានអត្ថប្រយោជន៍ខ្លាំងណាស់ចំពោះក្រុមហ៊ុន ហើយរាល់ ការចំណាយទៅលើទំនិញ ឬសេវាកម្ម ទាំងឡាយត្រូវមានវិក្កយបត្រត្រឹមត្រូវ ហើយមានគុណភាពទៅ និងតម្លៃទីផ្សារដោយរាប់ទាំងការបញ្ចុះ តម្លៃផងដែរ ប្រសិនបើមាន។ ហើយមិនថាក្រុមហ៊ុននោះតូច ឬធំទេរាល់ ការចំណាយទាំងអស់សុទ្ធតែ មានការត្រួតពិនិត្យទៅដោយអគ្គលេខាធិការ និងមានការសម្រេចរាល់ការចំណាយផ្សេងៗរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ចំពោះគណនេយ្យករគ្មានសិទ្ធិធ្វើការសម្រេចចិត្តក្នុងការចំណាយទេ តែមានសិទ្ធិរក្សាទុក ថវិការបស់ ក្រុមហ៊ុន។ ហេតុនេះទើបក្រុមហ៊ុន បានបង្កើតនូវវិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងចំណាយ ដើម្បីឱ្យការចំណាយកាន់តែ មានប្រសិទ្ធភាព។

**ក. ប្រសិទ្ធភាពការងារ**

តាមរយៈការស្រាវជ្រាវផ្ទាល់របស់ក្រុមយើងខ្ញុំដែលស្រាវជ្រាវអំពីនៃការគ្រប់គ្រងចំណាយ របស់ ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា រួចមកបានឱ្យដឹងពីអត្ថប្រយោជន៍ក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណាយមានជាច្រើនក្នុងនោះផងដែរ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងការងារក៏ជាអត្ថប្រយោជន៍មួយដែលមានជះឥទ្ធិពលក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណាយផងដែរ។ ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនមួយគ្មានការគ្រប់គ្រងបានត្រឹមត្រូវនោះទេក្រុមហ៊ុននោះអាច និងមានការលំបាកនៅថ្ងៃ ក្រោយ ដោយមានការបាត់បង់នូវប្រសិទ្ធភាពការងារ និងបញ្ហាជាច្រើនទៀតដែរមិនអាចទប់ស្កាត់បាន។

ទន្ទឹមនឹងនេះ ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុននោះមានការគ្រប់គ្រងចំណាយបានត្រឹមត្រូវនោះវានឹងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើន ជាពិសេសគឺប្រសិទ្ធភាពការងារ។ ចំពោះប្រសិទ្ធភាពការងារបានជួយផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ដល់ក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនដូចជា៖

- ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានការរីកចម្រើន និងមានការអភិវឌ្ឍន៍ទៅមុខបានយ៉ាងឆាប់រហ័ស
- មានការបែកចែកការងារឱ្យបុគ្គលិកបានច្បាស់លាស់ជាហេតុនាំឱ្យបុគ្គលិកយល់ច្បាស់ពីតួនាទីរបស់ខ្លួន
- ធ្វើឱ្យការអនុវត្តន៍ការងារមានភាពរហ័សជាងមុន ហើយមានការសន្សំសំចៃថវិការទៀតផង
- ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនទទួលបាននូវលទ្ធផលការងារបានឆាប់រហ័ស
- ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនចំណេញពេលវេលាក្នុងការរៀបចំការងារ
- ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានសមត្ថភាពក្នុងការពង្រីកទំហំអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនឱ្យបានធំជាងមុន
- កាត់បន្ថយការចំណាយ ដែលធ្វើឱ្យប្រាក់ចំណេញកើនឡើង
- ជៀសវាងការចំណាយច្រើនធ្វើឱ្យមានការខាតបង់
- ចំណាយចំគោលដៅ និងមានប្រសិទ្ធភាព
- ផែនការរៀបចំប្រព័ន្ធចំណាយមានគុណភាព
- ក្រុមហ៊ុនចំណេញពេលវេលាក្នុងការគ្រប់គ្រងការងារ
- កាត់បន្ថយហានិភ័យក្នុងអង្គការ ទៅលើការចំណាយ។

**ខ. ភាគីបន្ថយហានិភ័យ**

ជាទូទៅមិនថាក្រុមហ៊ុនឬក៏នៅក្នុងអង្គការនោះទេប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនមួយនោះមិនមានការគ្រប់គ្រងចំណាយបានត្រឹមត្រូវនោះទេវានឹងអាចបង្កហានិភ័យដល់ក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនដូចជា៖

- ហានិភ័យធុរកិច្ច
- ហានិភ័យហិរញ្ញវត្ថុ
- ហានិភ័យនៃអំណាចទិញ
- ហានិភ័យអត្រាការប្រាក់
- ហានិភ័យទីផ្សារ
- ហានិភ័យសេដ្ឋកិច្ចជាដើម។

ដើម្បីបញ្ចៀសហានិភ័យទាំងនោះម្តងហើយម្តងទៀត ក្រុមហ៊ុនត្រូវមានការគ្រប់គ្រងចំណាយមួយឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងមានស្តង់ដារច្បាស់លាស់ ពីព្រោះវាក៏អាចធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនបានដឹងទុកមុននូវហានិភ័យទាំងអស់នោះថាវាអាចនឹងកើតឡើងនៅថ្ងៃណាមួយជាក់ជាមិនខាន។ ជាពិសេសក្រុមហ៊ុនអាចជួយទប់ស្កាត់បានមុននូវរាល់ហានិភ័យមួយចំនួនដែលបម្រុងនឹងកើតឡើង ក៏ដូចជាក្រុមហ៊ុនអាចដោះស្រាយបានដែរ ជាពិសេសជួយធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានការរីកចម្រើន និងមានការអភិវឌ្ឍន៍បានយ៉ាងឆាប់រហ័ស។

## ជំពូកទី៤

### ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

បន្ទាប់ពីបានស្រាវជ្រាវទៅលើ ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា រួចមកយើងខ្ញុំបានពិនិត្យឃើញថាក្នុងការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនតែងតែមាននៅចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ ប៉ុន្តែការវិភាគចំណុចទាំងនេះវាពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ពីព្រោះវាបានផ្តល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការវាយតម្លៃ វាស់វែងពីដំណើរការ និងស្ថានភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីមានការអភិវឌ្ឍន៍ និងរីកចម្រើនទៅមុខបន្តទៀត។ ជាពិសេសនីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា យើងឃើញថាមានភាពខ្លាំងច្រើនជាងភាពខ្សោយដែលក្រុមហ៊ុនមិនទាន់បានបំពេញបន្ថែមទៀត។

#### ៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង

ឆ្លងតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវទាក់ទងនឹងប្រធានបទ ដំណើរការក្នុងនីតិវិធីនៃការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា រួចមកយើងបានឃើញថា៖

- មានគោលការណ៍ និងនីតិវិធីច្បាស់លាស់ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងត្រូវបានកំណត់ដោយនីតិវិធី និងគោលការណ៍ច្បាស់លាស់ ដែលជួយធានាការអនុវត្តបានត្រឹមត្រូវ និងមានសមត្ថភាពក្នុងការត្រួតពិនិត្យ។
- តួនាទី និងភារកិច្ចច្បាស់លាស់ ការចែកចាយតួនាទីរវាងនាយកដ្ឋានគណនេយ្យ និងអ្នកគ្រប់គ្រងបានច្បាស់លាស់ និងបង្រួមការងារបានល្អ។
- ប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យ និងផ្ទៀងផ្ទាត់ខ្ពស់ មានការត្រួតពិនិត្យផ្នែកក្នុង និងការផ្ទៀងផ្ទាត់ទិន្នន័យដោយប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិ និងមនុស្សមគ្គុ ដែលធានាបានពីភាពត្រឹមត្រូវនៃសកម្មភាពហិរញ្ញវត្ថុ។
- ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាសម័យទំនើប ប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ និងកម្មវិធីគណនេយ្យមានការ Update និងបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ដើម្បីធានាសុវត្ថិភាព និងកាត់បន្ថយកំហុសមនុស្ស។
- ការបញ្ជាក់ឯកសារយ៉ាងម៉ត់ចត់ មុនការបញ្ចេញចំណាយ ឯកសារទាំងអស់ត្រូវបានពិនិត្យ និងបញ្ជាក់យ៉ាងម៉ត់ចត់ ដូចជា វិក័យបត្រ និងសក្ខីបត្រ ផ្តល់ភាពជឿជាក់ក្នុងការប្រើប្រាស់ប្រាក់។
- ការអប់រំ និងបណ្តុះបណ្តាលបន្ត បុគ្គលិកទាំងឡាយទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលជាប្រចាំ ដើម្បីធានាបាននូវជំនាញ និងការយល់ដឹងក្នុងការងាររបស់ខ្លួន។
- ប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពទិន្នន័យរឹងមាំ ការរក្សាទុកទិន្នន័យដោយប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាព ដែលបង្កើនការការពារព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុ។
- សុវត្ថិភាព ការកត់ត្រាចំណូល និងចំណាយដោយប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រជួយធានាព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុមានភាពច្បាស់លាស់ និងងាយស្រួលសម្រាប់ការតាមដាន និងវិភាគ។
- ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុដោយបច្ចេកវិទ្យាវិនិយោគបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពជាមួយការវិភាគទីផ្សារជាក់លាក់។

**៤.២ ការវិនិច្ឆ័យលើចំណុចខ្សោយ**

ទោះបីជានៅក្រុមហ៊ុនមានចំណុចខ្លាំងពិតមែនក៏ប៉ុន្តែរាល់ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយនៅតែមានចំណុចខ្លះខាត ឬចំណុចខ្សោយជានិច្ចមិនថាក្រុមហ៊ុនតូចឬធំនោះទេ។ ចំពោះក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា គឺជាក្រុមហ៊ុនមួយដែល មានភាពខ្លាំងទៅលើការផលិត ប៉ុន្តែក៏នៅតែមានចំណុចខ្សោយមួយចំនួនដូចជា៖

- ការបែងចែកតួនាទីរវាងបុគ្គលិកនៅខ្លះមិនបានច្បាស់លាស់គ្រប់គ្រាន់៖ បើការបែងចែកតួនាទីរវាងអ្នកគ្រប់គ្រង និងគណនេយ្យករមិនច្បាស់លាស់ ឬមានការលើសកំណត់ ត្រូវមានហានិភ័យនៃការគ្រប់គ្រងចំណូលខុសត្រូវ ឬបាត់បង់។
- ការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ និងប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាព៖ ប្រសិនបើទិន្នន័យផ្ទុកនៅក្នុងប្រព័ន្ធតែមួយ ហើយគ្មានវិធានការការពារដែលគ្រប់គ្រាន់ អាចមានហានិភ័យចំពោះការបាត់បង់ទិន្នន័យ ឬការចូលប្រើដោយមិនមានសិទ្ធិ។
- ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក៖ បើបុគ្គលិកមិនទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ការគ្រប់គ្រងនិងការចុះបញ្ជីអាចមានកំហុស និងប៉ះពាល់ដល់ភាពជោគជ័យ។
- ការត្រួតពិនិត្យ និងតាមដានមិនទៀងទាត់៖ ប្រសិនបើមិនមានការត្រួតពិនិត្យត្រឹមត្រូវលើកិច្ចការផ្សេងៗ អាចនាំឱ្យមានការបញ្ចេញចំណាយដែលមិនចាំបាច់ និងបាត់បង់ចំណូល។

**ជំពូកទី៥**

**សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍**

**៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន**

យោងតាមចំណុចខ្លាំងដែលបានលើកឡើងខាងលើ អាចសន្និដ្ឋានបានថា ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ មានសមត្ថភាពខ្ពស់ក្នុងការធានាថាវិភាគបានប្រើប្រាស់យ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និង ភាពត្រឹមត្រូវ។ ការទទួលខុសត្រូវត្រូវបានបែងចែកយ៉ាងច្បាស់រវាងអ្នកគ្រប់គ្រង និងបុគ្គលិកផ្នែកគណនេយ្យ ជួយបន្ថយហានិភ័យនៃកំហុស និងការលួចលាក់ទិន្នន័យហិរញ្ញវត្ថុ។ ជាពិសេស ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើប និងការត្រួតពិនិត្យផ្ទៃក្នុងយ៉ាងម៉ត់ចត់ បានជួយធានាថា ទិន្នន័យហិរញ្ញវត្ថុមានភាពច្បាស់លាស់ អាចតាមដានបាន និងមានសុវត្ថិភាពក្នុងការរក្សាទុក។ អង្គភាពក៏បានផ្តល់សារៈសំខាន់ចំពោះការអប់រំ និងបណ្តុះបណ្តាល បុគ្គលិកជាប្រចាំ ដើម្បីបន្តអភិវឌ្ឍសមត្ថភាព និងសមិទ្ធផលការងារ។ ដូច្នេះ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងនេះអាចត្រូវ បានចាត់ទុកថា មានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ និងអាចទុកចិត្តបានសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុយ៉ាងមានចីរភាព។

សរុបមក យោងតាមការស្រាវជ្រាវលើការវិភាគទៅលើ ប្រធានបទខាងលើនេះឃើញថា ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា ពិតជាមានវិធីសាស្ត្រ និងមានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ពិតប្រាកដមែន នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនហើយដំណើរការទៅយ៉ាងល្អ។

**៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍**

បន្ទាប់ពីបានសិក្សាស្រាវជ្រាវសន្និដ្ឋាន និងការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា រួចមកក្រុមយើងខ្ញុំសូមចូលរួមផ្តល់អនុសាសន៍យ៉ាងស្អប់ស្អើងមួយចំនួន ក្នុងន័យកែលម្អដើម្បី ស្ថាបនាដូចខាងក្រោម៖

- តាមការអនុវត្តជាក់ស្តែង ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា មានការរីកចម្រើន និងអភិវឌ្ឍន៍ទាន់សម័យ និងមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ ដូច្នេះហើយការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយគួរតែចងក្រង គោលនយោបាយ និងនីតិវិធីគ្រប់គ្រងផ្ទៃក្នុងឱ្យបានទាន់ពេលវេលា និងសមស្របទៅតាមការអនុវត្ត ជាក់ស្តែង។
- ប្រធានផ្នែកការគ្រប់គ្រង គួរតែបង្កើនទំនាក់ទំនងជាមួយនិងបុគ្គលិក ដើម្បីកុំឱ្យពួកគាត់មាន ការភ័យខ្លាចក្នុងការបញ្ចេញមតិយោបល់។
- ក្រុមហ៊ុនត្រូវត្រួតពិនិត្យ និងតាមដានលើកិច្ចការផ្សេងៗដែលនាំឱ្យមានការបញ្ចេញចំណាយ ដែលមិនចាំបាច់។

## ឯកសារយោង

1. វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ឆ្នាំ២០២៥. *មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រង*. បោះពុម្ពលើកទី៧. ទំព័រទី០២. ៦២ទំព័រ. ភ្នំពេញ។
2. យី សៀវម៉ី, សេង ជានីន, ចិន ជាវ៉ៃ, អុល ធារ៉ា. (២០២២). *ការគ្រប់គ្រងចំណូល-ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន អាម៉ាប្រាតអ៊ិនធឺណេសិនណាល ភីអ៊ីអ៊ី អិលធីឌី*. សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញគណនេយ្យ ជំនាន់ទី១៩ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា ៣៨ទំព័រ. ភ្នំពេញ។
3. ថា សុគង់, តូច ស្រីធា, ម៉ាង ចាន់បុល, មកក សុខខេង. (២០២៤). *ការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី*. សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញគណនេយ្យ ជំនាន់ទី២១ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ៣៥ទំព័រ. ភ្នំពេញ។
4. ទឹម ដា, ឈាង លីហ័រ, ទក សាខន, ប៉ាង ស្រីនាថ. (ឆ្នាំ២០២១). *អត្ថប្រយោជន៍នៃការរៀបចំគម្រោងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា- កូឡា*. សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាញគណនេយ្យជំនាញទី១៩ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ២៥ទំព័រ. ភ្នំពេញ.
5. 2KHsearch. *General Knowledge*. (2017, July 01). *ការគ្រប់គ្រង*. Retrieved from <https://khsearch.com/qna/24>
6. Facebook page. Kong Chhayleng. (2021, January 14). *ការគ្រប់គ្រង*. Retrieved from <https://www.facebook.com/kongchhaylengcambodia/posts/>
7. Facebook page. HRTS Consulting. (2024, October 18) *ការគ្រប់គ្រង*. Retrieved from <https://www.facebook.com/61566964650864/posts/>
8. FHSU Digital Press. Dr. Robert. (2020). *ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រង*. Retrieved from <https://fhsu.pressbooks.pub/management/chapter/the-history-of-management/>
9. KAKCENT. (2022-2023). *តួនាទីនៃការគ្រប់គ្រង*. Retrieved from <https://kakcent.com/role-as-a-manager/>
10. KHsearch. ចំណេះដឹងទូទៅ. (2018, September 27). *ជំនាញនៃការគ្រប់គ្រង*. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/8190>
11. KHsearch. ចំណេះដឹងទូទៅ. (2018, September 27). *មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង*. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/8186>
12. KHsearch. គ្រប់គ្រង. (2019, September). *កម្រិតនៃការគ្រប់គ្រង*. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/24822>
13. Library of Royal University of Law and Economics. (2020, June 19). *Revenues*. Retrieved from <https://web.facebook.com/photo.php>
14. Mobilexpense. (2023, December 8). *What is expense management?* Retrieved from June, 25 2025 <https://www.mobilexpense.com/en/blog/understanding-expense-management-a-beginners-overview>
15. Merriam-Webster. Dictionary. *Benefit*. Retrieved June, 25 2025 from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/benefit>
16. Paytm Blog. (2024, March 13). *What is Insurance: Definition, Benefits, and Types?* Retrieved June, 25 2025 from <https://paytm.com/blog/insurance/what-is-insurance-definition-benefits-and-types/>
17. IDEAS. (2017). *Benefits theory*. Retrieved June, 25 2025 from [https://ideas.repec.org/h/elg/eechap/15956\\_3.html](https://ideas.repec.org/h/elg/eechap/15956_3.html)
18. Annual Report of Coca-Cola. (2023). Retrieved from <https://investor.cokeconsolidated.com/static-files/198305e2-2559-4acc-954c-4123760b0f61>

உயல்தரம்



ANNUAL REPORT 2023

