ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

សាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា

VANDA INSTITUTE

សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ

ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

EFFECTIVENESS OF ACCOUNT RECEIVABLE
MANAGEMENT OF KHMER BEVERAGES

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៥

PHNOM PENH-2025

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

សាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា

VANDA INSTITUTE

សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ

ប្រសិទ្ធភាពនៃគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

EFFECTIVENESS OF ACCOUNT RECEIVABLE MANAGEMENT OF KHMER BEVERAGES

គ្រូណែនាំ៖ សូ ស៊ីណា

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៥

PHNOM PENH-2025

គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យសារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាន់ទី២២
ប្រធានបទៈ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី១	គ្រូណែនាំ
បេក្ខបណ្ឌិត មាស សំណាង	សូ ស៊ីណា
គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី៣	គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី២
បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ែម សុខហៀក	បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក វុទ្ធី
ប្រធានគណៈកម្មការវាយតម្លៃ និងជានាយកមជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ	អនុប្រធានគណៈកម្មការវាយតម្លៃ និងជានាយករងមជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ
បណ្ឌិត សេង សំអឿន	បេក្ខបណ្ឌិត ស្រេង ផល្លា
សាកលវិទ្យាធិការ	សាកលវិទ្យាធិការរងអចិន្ត្រៃយ៍
បណ្ឌិត ហេង វ៉ាន់ដា	បណ្ឌិត ហ៊ូ គុជគន្ធលីនណា

អារម្ភកថា

ក្រោយពីបានសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាញ គណនេយ្យនៅសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា អស់រយៈពេល ៤ឆ្នាំសិក្សារួចមក ក្រុមយើងខ្ញុំបានទទួលនូវចំណេះដឹងជាច្រើន ពាក់ព័ន្ធនឹងមុខវិជ្ជាគណនេយ្យជាពិសេស ក្រុមយើងខ្ញុំយល់ច្បាស់ថាជំនាញគណនេយ្យគឺជាជំនាញមួយមានសារៈសំខាន់មួយដែរសម្រាប់ទីផ្សារ បច្ចុប្បន្ន ក្នុងនោះស្ថាប័នរដ្ឋក្តី ឯកជនក្តី ឬអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្តី សុទ្ធតែត្រូវអនុវត្តកិច្ចការគណនេយ្យ ដូចគ្នា។ ដោយឡែកដើម្បីឱ្យការសិក្សារបស់និស្សិតកាន់តែមានគុណភាពខ្ពស់ សាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា បានបញ្ចូលនូវមុខជំនាញសំខាន់ៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការងារ គណនេយ្យនិងហិរញ្ញវត្ថុ តាមកម្មវិធីសិក្សាក្នុង ឆ្នាំសិក្សាទីមួយ រហូតដល់ឆ្នាំសិក្សាទី៤។

គ្រប់មុខវិជ្ជាទាំងអស់ សុទ្ធតែមានសារៈសំខាន់ក្នុងការត្រួសត្រាយផ្លូវនិស្សិតឱ្យយល់ច្បាស់ពីការ អនុវត្តការងារធនាគារពីការចាប់ផ្តើមរៀបចំផែនការ ការអនុវត្ត ការបញ្ចប់ និងត្រួតពិនិត្យ វាយតម្លៃព្រមទាំង ផ្តល់ជាអនុសាសន៍នៅក្នុងការងារធនាគារ ដើម្បីពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រងនៅក្នុងស្ថាប័នខ្លួន ក្នុងន័យ ឆ្លើយតបឱ្យបានល្អប្រសើរនឹងគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដែលបានដាក់ចេញ។ដោយក្រុមយើងខ្ញុំ សង្កេតឃើញថាកិច្ចការងារមួយនេះមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងស្របពេលនៃការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សា ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្របានមកដល់ ទើបក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសនូវប្រធានបទមួយស្តីពី **"ប្រសិទ្ធភាពនៃ ការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៉ែវើរីជីស"** យកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងក្នុង គោលបំណងឱ្យអ្នកស្រាវជ្រាវទាំងអស់ឱ្យយល់កាន់តែស៊ីជម្រៅពីការរៀបចំសារណានិងប្រសិទ្ធភាពនៃការ គ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ធនាគារ។ក្រុមយើងខ្ញុំសង្ឃឹមថាការរៀបចំសារណានេះ នឹងបានចូលរួមចំណែក ក្នុងការស្រាវជ្រាវរបស់និស្សិតជំនាន់ក្រោយៗ ព្រមទាំងអ្នកស្រាវជ្រាវដ៏ទៃទៀតដែលមានបំណងសិក្សា ស្វែងយល់ពីកិច្ចការនេះ។

ជាទីបញ្ចប់ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមមេត្តាខន្តី អភ័យទោស ពីសំណាក់លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ រៀមច្បង និង អ្នកអានទាំងអស់ នូវរាល់កំហុសឆ្គងដែលកើតមានដោយអចេតនា នៅក្នុងសារណានេះ ហើយក្រុមយើងខ្ញុំ រីករាយនឹងទទួលយករាល់ការរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនា ដើម្បីឱ្យការរៀបចំលើកក្រោយទៀតមានភាពកាន់តែល្អ ប្រសើរ។

រចនាសម្ព័ន្ធ

បៃ ឡួចហុង
ID: B22/1843

ពេជ្រ នីរចនា
ID: B22/1770

នួន ស្រីអូន
ID: B22/1803

និន សុខមាន
ID: B22/1877

អ៊ិន ម៉ាលិស
B22/518

សេចក្ដីថ្លែងអំណរគុណ

ក្រុមយើងខ្ញុំជានិស្សិតនៃសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២២ ជំនាញ គណនេយ្យ

សូមសំដែងនូវការគោរពដឹងគុណ និងថ្លែងអំណរគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅចំពោះ

ក្រុមគ្រួសារដែលបានជួយឧបត្ថម្ភ គាំទ្រ ទាំងសម្ភារៈ ថវិកា និងស្មារតី ជំរុញលើកទឹកចិត្ត ដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ ក្នុងការសិក្សារៀនសូត្រដើម្បីទទួលបានចំណេះដឹងរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ ក្នុងនោះក្រុមយើងខ្ញុំសូមសំដែងនូវការគោរព និងកត្តញ្ញូតាធម៌យ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុត ដល់អ្នកមានគុណ ដែលបានផ្ដល់កំណើតដល់នាងខ្ញុំគ្រប់រូប និងសូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ដល់បណ្ឌាសាស្ត្រាចារ្យ លោកគ្រូ អ្នកគ្រូទាំងអស់ ដែលបានបណ្ដុះបណ្ដាលក្រុមយើងខ្ញុំនាពេលកន្លងមក។

ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមសំដែងនូវការគោរពដឹងគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅដល់ឯកឧត្ដមបណ្ឌិត **ហេង វ៉ាន់ដា** សាកលវិទ្យាធិការនៃសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា ដែលបានផ្ដល់ទីកន្លែងបណ្ដុះបណ្ដាល ព្រមទាំងផ្ដល់បទពិសោធន៍យ៉ាងច្រើនដល់យើងខ្ញុំ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណចំពោះអ្នកគ្រូ **ស្វ ស៊ីណា** ជាសាស្ត្រាចារ្យណែនាំ ដោយបានជួយជ្រោមជ្រែង បង្ហាត់បង្ហាញសព្វបែបយ៉ាង ដើម្បីជួយដល់ក្រុមយើងខ្ញុំបញ្ចប់កិច្ចការសារណានេះជាស្ថាពរ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណដល់សាស្ត្រាចារ្យ និងបុគ្គលិកនៃសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដាទាំងអស់ដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបង្ហាត់បង្ហាញ លើកទឹកចិត្ត អនុគ្រោះដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ រហូតធ្វើឱ្យការសិក្សាបានបញ្ចប់ និងទទួលបានជោគជ័យគួរជាទីមោទនះ។

ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះដែរ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមប្រសិទ្ធពរជ័យជូនដល់បុគ្គលទាំងអស់ខាងលើឱ្យជួបតែពុទ្ធពរបួនប្រការ គឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អំណរះអំណរគុណ

ក្រុមយើងខ្ញុំ ជានិស្សិតបរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យ នៃសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា ជំនាន់២២៖ សូមធានាអះអាងថា ខ្លឹមសារសារណាក្រោមប្រធានបទស្តីអំពី ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស នេះគឺពិតជាស្នាដៃមួយរបស់ក្រុមនាងខ្ញុំ ដោយគ្មានការពាក់ព័ន្ធនិងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកផ្សេងឡើយ។ ទិន្នន័យ និងលទ្ធផលដែលទាក់ទងទៅនិងការស្រាវជ្រាវដែលបានលើកឡើងនេះ ជាអត្ថបទស្រាវជ្រាវថ្មីសុទ្ធសាធ ដែលពុំធ្លាប់មានជនណាម្នាក់យកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រាវជ្រាវពីមុនឡើយ។

ថ្ងៃ.ពុធ..៨កើត. ខែកត្តិក ឆ្នាំម្សាញ់ សប្តស័ក ព.ស.២៥៦៩

ថ្ងៃទី២៩ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៥

ហត្ថលេខាតំណាងក្រុម

បែ វួចហុង

មាតិកា

ទំព័រ

អារម្ភកថា i

រចនាសម្ព័ន្ធ ii

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ iii

អំណះអំណាង vi

ជំពូកទី១
សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ ១

១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ ២

១.តើការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យមានផលប៉ះពាល់អ្វីខ្លះដល់ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស?

២.តើក្រុមហ៊ុនមានយុទ្ធសាស្ត្របែបណាដើម្បីឱ្យការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីសមានប្រសិទ្ធភាព?

១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ២

១.៤ ទំហំ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ ៣

១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ ៣

១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ ៣

១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ ៤

ជំពូកទី២
ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន ៥

២.១.១ និយមន័យ ៥

២.១.២ ប្រវត្តិនៃការកកើតឡើងឥណទេយ្យ ៦

២.១.៣ ទ្រឹស្តីនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ ៧

២.២ សារៈសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន ៨

២.២.១ និយមន័យ ៨

២.២.២ មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង ៨

២.២.៣ ទ្រឹស្តីនៃសារៈសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ ៩

២.៣ វិធីសាស្ត្រងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ១០

២.៣.១ និយមន័យ ១០

២.៣.២ ប្រវត្តិនៃវិធីសាស្ត្រ ១១

២.៣.៣ ទ្រឹស្តីដែលពាក់ព័ន្ធវិធីសាស្ត្រ ១១

ជំពូកទី៣

ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ១៣
៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន ១៣
៣.១.២ សញ្ញាសម្គាល់របស់ក្រុមហ៊ុន ១៤
៣.១.៣ ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន ១៤
៣.១.៤ ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ១៤
ក.ស្រាបៀរកម្ពុជា ១៤
ខ.ទឹកក្រូច អាយស៍ ១៥
គ.ភេសជ្ជៈប៉ូវកម្លាំង រើក ១៥
ឃ. ទឹកបរិសុទ្ធ កម្ពុជា ១៦
ង.ភេសជ្ជៈអិចប្រេស ១៦
ច.ភេសជ្ជៈប៉ូវកម្លាំង ឃីស និងដាហ្ស ១៦
៣.១.៥ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម គោលតម្លៃ របស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ១៧
ក.ចក្ខុវិស័យ ១៧
ខ.បេសកកម្ម ១៧
គ.គោលតម្លៃ ១៧
៣.១.៦ការរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង តួនាទី និងភារកិច្ច របស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ១៨
ក.រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន ១៨
ខ.តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់គណៈគ្រប់គ្រង ១៩
៣.២ ឥទ្ធិពលក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យប៉ះពាល់ដល់ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរប៊ែវើរីជីស ១៩
៣.២.១ មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ ១៩
៣.២.២ ដំណើរការក្នុងការគ្រប់គ្រងណទេយ្យ ២០
៣.២.៣ ផលប៉ះពាល់នៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យដល់ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ២១
៣.២.៤ ការវាយតម្លៃលើដំណើរការក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ ២១
៣.៣ យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ២៤
៣.៣.១ កំណត់ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងលក្ខខណ្ឌគ្រប់គ្រងឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ២៤
៣.៣.២ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងគណនីអតិថិជន ២៥
៣.៣.៣ គ្រប់គ្រងការប្រមូលសាច់ប្រាក់ ២៦
៣.៣.៤ បង្កើនឱកាសក្នុងការលក់ ២៧
៣.៣.៥ បង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន ២៧

៣.៣.៦ រៀបចំគោលការណ៍នៃការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ ២៧
ក.បង្កើតលក្ខខណ្ឌបង់ប្រាក់ ២៧
ខ.ត្រួតពិនិត្យវិក្កយបត្រ ២៧
គ.ការអនុវត្តគោលការណ៍បង់ប្រាក់ ២៨
ឃ.ដោះស្រាយវិវាទការទូទាត់ឱ្យបានទាន់ពេលវេលា ២៨
៣.៣.៧ កំណត់ប្រព័ន្ធសំខាន់ៗក្នុងការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ ២៩

ជំពូកទី៤
ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង ២៩
៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ ២៩

ជំពូកទី៥
សេចក្ដីសន្និដ្ឋាន និងការផ្ដល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្ដីសន្និដ្ឋាន ៣០
៥.២ ការផ្ដល់អនុសាសន៍ ៣០

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន

ជំពូកទី១
សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

បច្ចុប្បន្ននេះ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាគឺមានការអភិវឌ្ឍគ្រប់វិស័យ មិនថាវិស័យសេវាកម្ម ទេសចរណ៍ ផលិតកម្ម វិស័យកសិកម្ម វិស័យសំណង់ អចលនទ្រព្យ វិស័យឧស្សាហកម្ម ផលិតកម្ម និងជាពិសេសនោះគឺវិស័យពាណិជ្ជកម្ម។ នៅប្រទេសកម្ពុជាមានការបើកចំហរនូវសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរីនិងការទំនាក់ទំនងពាណិជ្ជកម្មជាច្រើនយ៉ាងល្អជាមួយបណ្តាប្រទេសនានានៅលើពិភពលោកដើម្បីទាក់ទាញការដាក់ទុនក៏ដូចជាការវិនិយោគផ្សេងៗមកលើកម្ពុជាកត្តាទាំងនេះហើយបានជម្រុញការលើកទឹកចិត្តដល់ប្រជាពលរដ្ឋនិងអ្នកវិនិយោគមានការខិតខំសិក្សាស្វែងយល់អំពីវិស័យពាណិជ្ជកម្មឱ្យបានកាន់តែច្បាស់។ ស្របពេលដែលសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារលើពិភពលោកកំពុងតែមានការអភិវឌ្ឍពីមួយសម័យកាល ទៅមួយសម័យកាល រហូតមកដល់បច្ចុបន្នក្នុងនោះយើងសង្កេតឃើញថា វិស័យពាណិជ្ជកម្មមានភាពលេចធ្លោនិងកើនឡើងជារៀងរាល់ថ្ងៃគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ យើងសង្កេតឃើញថាសព្វថ្ងៃនេះ លំហូរនៃអ្នកវិនិយោគទុនទាំងក្នុងនិងក្រៅប្រទេសជាច្រើនបានមកបណ្តាក់ទុនវិនិយោគលើវិស័យពាណិជ្ជកម្មនៅកម្ពុជាដែលជាហេតុធ្វើឱ្យប្រទេសមួយនេះកាន់តែមានភាពរីកចម្រើនជាលំដាប់។ ទោះបីជាវិស័យនេះមានអ្នកវិនិយោគច្រើនក៏ពិតមែនដេលធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មខ្លះក៏ទទួលបានជោគជ័យ និងខ្លះទៀតក៏មានហានិភ័យនៃការក្ស័យធន ឬក៏បិទទ្វារក្រុមហ៊ុនចោលដោយការគ្រប់គ្រង ការប្រកួតប្រជែងទីផ្សារច្រើនជាដើម។ ជាក់ស្តែងក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលបង្កើតឡើងមានការគ្រប់គ្រងបានយ៉ាងល្អជាងគេ ដោយផ្តោតសំខាន់ទៅលើការផលិតស្រាបៀរ ដែលមានគុណភាពនិងស្តង់ដាខ្ពស់ ព្រមទាំងផលិតភេសជ្ជៈផ្សេងៗទៀតជាច្រើនដែលឈានមុខគេនៅប្រទេសកម្ពុជា ដែលកាន់កាប់ភាគហ៊ុន១០០ភាគរយ ដោយវិនិយោគិនកម្ពុជា។ លើសពីនេះទៅទៀត ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ជាក្រុមហ៊ុនដែលបំពាក់ទៅដោយបច្ចេកវិទ្យាទំនើប និងការទទួលស្គាល់សម្រាប់ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងគុណភាព ស្តង់ដាខ្ពស់ដោយឆ្លងកាត់ខ្សែរសង្វាក់ផលិតកម្មបានយ៉ាងហ្មត់ចត់ ដែលវាជាចំណែកនៃភាពជោគជ័យនៃការគ្រប់គ្រង ក៏ដូចជាការផ្តល់ឱកាសការងារដល់ប្រជាជន មានប្រាក់ចំណូលសម្រាប់ការផ្គត់ផ្គង់ ការប្រើប្រាស់ប្រចាំថ្ងៃ និងបានរួមចំណែកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាជន កាត់បន្ថយអត្រាភាពគ្មានការងារធ្វើបានមួយកម្រិតទៀត។ ចំណុចចាប់ផ្តើមនៃអាជីវកម្មត្រូវសម្លឹងមើលជាមួយការគ្រប់គ្រង ការដឹកនាំខ្សែរសង្វាក់ផលិតកម្ម ដំណើរការផលិត ការស្វែងរកទីផ្សារ ការធ្វើទីផ្សារ ការស្វែងរកកន្លែងលក់ និងការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មជូនអតិថិជនជាដើម។ ដើម្បីជាចំណុចចាប់ផ្តើម ត្រូវតែមានការចូលរួមផ្តល់ជាមតិយោបល់គ្នាចេញជាចំណុចតូចឬជាការបោះជំហានឆ្ពោះទៅកាន់គោលដៅនិងទទួលបានភាពជោគជ័យនិងផ្តល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុន។ ដូច្នេះហើយទើបក្រុមនាងខ្ញុំសម្រេចជ្រើសរើសយកប្រធានបទ "ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស" យកមកធ្វើជាការស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងជាឯកសារសម្រាប់ទុកឱ្យនិស្សិតជំនាន់ក្រោយយកមកសិក្សាបន្ត។

១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

សព្វថ្ងៃនេះនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា មានការប្រកួតប្រជែងគ្នាយ៉ាងខ្លាំងទៅលើគ្រប់វិស័យ ដោយសារតែបែបនេះហើយ ទើបក្រុមហ៊ុននីមួយៗតែងមានវិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុមានលក្ខណៈខុសៗគ្នាទៅតាមប្រភេទក្រុមហ៊ុន អង្គភាព ឬស្ថាប័នផ្សេងៗ បើក្រឡេកទៅមើលក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ជាក្រុមហ៊ុនដែលមានសក្តានុពលឈានមុខគេព្រមទាំងមានសន្ទុះការគាំទ្រពីសំណាក់អតិថិជន ហើយមានការទទួលស្គាល់ពីក្រសួងសុខាភិបាលកម្ពុជា និងវិទ្យាស្ថានវាយតម្លៃគុណភាពអន្តរជាតិ (Monde Selection International Quality) និងទទួលបានវិញ្ញាបនបត្រទៅលើប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងគុណភាព ព្រមទាំងពានរង្វាន់ជាច្រើនពីបណ្តាប្រទេស។ ដើម្បីជាចំណែកក្នុងការអភិវឌ្ឍទៅលើការគ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ក្រុមយើងខ្ញុំសូមលើកនូវសំនួរមួយចំនួនដើម្បីទុកជាទស្សនៈវិស័យ និងជាផែនទីសម្រាប់បង្ហាញផ្លូវក្នុងការស្រាវជ្រាវដូចតទៅៈ

១.តើការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យមានឥទ្ធិពលអ្វីខ្លះដល់ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន?

២.តើក្រុមហ៊ុនមានយុទ្ធសាស្ត្របែបណា ដើម្បីឱ្យការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យមានប្រសិទ្ធភាព?

១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងស្នាដៃមួយនេះត្រូវបានធ្វើឡើងដើម្បីស្វែងយល់ឱ្យកាន់តែច្បាស់អំពីវិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ ដើម្បីឱ្យដឹងកាន់តែស៊ីជម្រៅនូវលក្ខណៈពិសេសៗរបស់ក្រុមហ៊ុន និងពិនិត្យផ្តោតសំខាន់ទៅលើប្រសិទ្ធភាពការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន ហេតុនេះត្រូវដឹងពីចំណុចសំខាន់ៗដូចខាងក្រោមៈ

- ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស
- ស្វែងយល់ពីប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ស្វែងយល់ពីបេសកកម្ម ចក្ខុវិស័យ និងគោលតម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ផ្តោតទៅលើរចនាសម្ព័ន្ធចាត់តាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ដឹងពីតួនាទីគណៈគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ផ្នែកឥណទេយ្យ
    - ការគ្រប់គ្រងទៅលើប្រព័ន្ធឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស
    - ប្រភេទផ្សេងៗនៃឥណទេយ្យ
    - ការផ្តល់សេវាទៅឱ្យអតិថិជន
    - ការប្រមូលឥណទេយ្យ
    - នីតិវិធី និងដំណោះស្រាយពាក់ព័ន្ធឥណទេយ្យ
    - ផ្សព្វផ្សាយប្រព័ន្ធឥណទេយ្យ
    - ស្វែងរកចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

១.៤ ទំហំ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

ដើម្បីសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីប្រធានបទមួយនេះឱ្យល្អស៊ីជម្រៅ ច្បាស់លាស់ត្រឹមត្រូវ និងមានភាពងាយស្រួលបន្ថែមទៀត យើងត្រូវការកំណត់អំពីទំហំ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពឱ្យបានជាក់លាក់ជាមុនសិន។

១.៤.១ ទំហំ ដែនកំណត់

ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះក្រុមនាងខ្ញុំ បានជ្រើសរើសយកក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស លើកយកមកសិក្សាដែលមានអាសយដ្ឋានស្ថិតនៅ ផ្លូវ២១៧ ភូមិជើងឯក សង្កាត់ជើងឯក ខណ្ឌដង្កោ រាជធានីភ្នំពេញ (Street 217, Phum Cheung Ek, Sangkat Cheung Ek, Khan Dangkor, Phnom Penh, Cambodia 12415, KH)។

១.៤.២ វិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

ចំពោះការស្រាវជ្រាវនេះ ក្រុមនាងខ្ញុំបានកំណត់យកប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ នៅក្នុងឆ្នាំ២០២២-២០២៣ សម្រាប់ការរៀបចំការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងជាសៀវភៅ។

១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

១.៥.១ វិធីសាស្ត្រដែលបានយកមកប្រើប្រាស់ក្នុងការសរសេរ

ដើម្បីឱ្យការស្រាវជ្រាវមានលក្ខណៈត្រឹមត្រូវ ក្រុមនាងខ្ញុំបានជ្រើសរើសយកវិធីសាស្ត្រ(បែបពណ៌នា បែបវិភាគបែបរុករកជាដើម) ដើម្បីចង់ដឹងថា និស្សិតមានគំនិតនិងយោបល់ដូចម្តេចចំពោះការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ និងតើអ្នកគ្រប់គ្រងធ្វើដូចម្តេចខ្លះ? ដើម្បីគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ខ្លួនឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ដូចនេះទាមទារការបកស្រាយឱ្យបានលម្អិត និងក្បោះក្បាយ។ ដោយប្រើប្រាស់កម្រងសំណួរសួរទៅកាន់និស្សិត។

១.៥.២ វិធីសាស្ត្រប្រមូលទិន្នន័យ

ការប្រើវិធីនេះ គឺតាមរយៈការប្រមូលទិន្នន័យផ្សេងៗបានមកពី៖

- ការណែនាំរបស់សាស្ត្រាចារ្យដឹកនាំ និងការផ្តល់យោបល់ពីសាស្ត្រាចារ្យផ្ទាល់នៅក្នុងសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា
- ស្រាវជ្រាវពីឯកសារមួយចំនួនក្នុងបណ្ណាល័យនៃសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា
- ការជជែកញែកពីបញ្ហាប្រធានបទ ដើម្បីបំផុសគំនិតជាមួយមិត្តភក្តិ
- ឯកសារមួយចំនួនតាមរយៈបណ្តាញអ៊ីនធើណេតដូចជា facebook, google, youtube
- តាមរយៈការស្រាវជ្រាវតាម Website ។

១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ ធ្វើឡើងក្នុងគោលបំណងដើម្បីជាផលប្រយោជន៍ រួមនៅក្នុងការផ្តល់ជាចំណេះដឹងជាជំនួយក្នុងការធ្វើវិភាគចងក្រងជាឯកសារផ្សេងៗ ហើយអាចយកប្រើប្រាស់បានសម្រាប់អ្នកអានជាពិសេសសម្រាប់និស្សិតជំនាន់ក្រោយបានមើលសិក្សាស្រាវជ្រាវបន្ថែម និងបានយល់អំពីប្រធានបទ "**ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស**"។ ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះបានផ្តល់ផលប្រយោជន៍ជាច្រើនដូចជា៖

- **ចំពោះខ្លួនឯង៖** យល់ច្បាស់ពីការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ ដឹងពីរចនាសម្ព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន ស្គាល់ពីរបៀបនៃការធ្វើសំវិធានធន ការបង្កើតនូវកម្មវិធីគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ ដឹងពីការបង្កើតរយៈពេលឥណទានដើម្បីបញ្ចុះភាគរយការពិន័យក្នុងករណីមានការបង់ប្រាក់យឺតយ៉ាវ ហើយព្រមទាំងទទួលបានចំណេះដឹងនិងបទពិសោធន៍ថ្មីៗជាច្រើនពីការស្រាវជ្រាវមួយនេះផងដែរ។
- **ចំពោះសាធារណជន និងប្រយោជន៍រួម៖** ជាឯកសារមួយងាយស្រួលឱ្យមហាជនបានមើល បានដឹងដើម្បីទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍លើវិស័យពាណិជ្ជកម្ម ដែលមានឯកសារសិក្សាវិភាគលើការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ធ្វើឱ្យមហាជនទទួលបានទំនុកចិត្តខ្ពស់។
- **ចំពោះក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស៖** ទទួលបានការផ្សព្វផ្សាយពីក្រុមហ៊ុនយ៉ាងទូលំទូលាយធ្វើឱ្យមហាជនបានស្គាល់កាន់តែច្បាស់ ព្រមទាំងធ្វើឱ្យមហាជនមានជំនឿ ទំនុកចិត្តទៅលើលក្ខណៈពិសេសនៃការសងប្រាក់លើក្រុមហ៊ុនកាន់តែពិសេសទៀតនោះធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមើលឃើញពីចំណុចល្អ និងចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនត្រូវកែលម្អឬបង្កើតឡើងវិញ។
- **ចំពោះនិស្សិតជំនាន់ក្រោយ៖** ជាឯកសារសម្រាប់ជំនួយដល់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវជាប្រទីបបំភ្លឺផ្លូវក្នុងការសរសេរជាអត្ថបទ ឬសារណាផ្សេងៗដល់និស្សិត ហើយក៏អាចជាសៀវភៅក្នុងការបង្កើនចំណេះដឹងទៅលើប្រព័ន្ធឥណទេយ្យផងដែរ។

១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

នៅក្នុងការធ្វើរចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ គឺមានគោលបំណងចង់បកស្រាយឱ្យកាន់តែច្បាស់ពីចំណុចនីមួយៗ។ ការស្រាវជ្រាវនេះត្រូវបែងចែកជាប្រាំជំពូកមានដូចជា៖

- **ជំពូកទី១** (សេចក្ដីផ្ដើម)៖ លើកឡើងពីលំនាំបញ្ហា ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ គោលបំណងទំហំ ដែនកំណត់ វិធីសាស្ត្រ និងរចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ។
- **ជំពូកទី២** (រំលឹកទ្រឹស្ដី)៖ និយាយពីស្ថានភាពទូទៅ និយមន័យ ប្រវត្តិផ្សេងៗ ទ្រឹស្ដី មុខងារជាមួយនិងប្រធានបទការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ។
- **ជំពូកទី៣** (លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ)៖ លើកឡើងពីស្ថានភាពជាក់ស្ដែងរបស់ក្រុមហ៊ុន ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន ផលិតផល គោលនយោបាយ ប្រព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ។
- **ជំពូកទី៤** (ការវិភាគចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ)៖ និយាយពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយនៃការគ្រប់គ្រង និងប្រព័ន្ធឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- **ជំពូកទី៥** (សេចក្ដីសន្និដ្ឋាន និងការផ្ដល់អនុសាសន៍)៖ ការធ្វើសេចក្ដីសន្និដ្ឋានលើគ្រប់ចំណុចទាំងអស់ ព្រមទាំងភាពខ្វះខាតផ្សេងៗ ក្នុងការផ្ដល់ជាមតិ និងអនុសាសន៍ដើម្បីធ្វើការកែលម្អឱ្យបានប្រសើរឡើង។

ជំពូកទី២

ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន

បច្ចុប្បន្ននេះ គ្រប់បណ្តាប្រទេសដោយមានប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាទំនើបៗមានការរីកចម្រើនឥតឈប់ឈរ ដែលជាកត្តាធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុននៅស្រុកខ្មែរកាន់តែច្រើនឡើងៗ ជាពិសេសការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ ក៏ជាចំណែកមួយដ៏មានសារៈសំខាន់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនទាំងអស់ ក្នុងការរក្សានូវ សាច់ប្រាក់ ចំណូល និងចំណាយរបស់ខ្លួន ព្រមទាំងជានាបាននៅការជឿទុកចិត្ត ភាពច្បាស់លាស់ត្រឹមត្រូវទៅលើការធ្វើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនោះនិងធ្វើឱ្យយើងដឹងច្បាស់ការជំពាក់ ឬមានការសងប្រាក់របស់អតិថិជន ជាពិសេសនោះគឺមានភាពងាយស្រួលដល់អ្នកគ្រប់គ្រងងាយស្រួលក្នុងការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុន។

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន

២.១.១ និយមន័យ

ការគ្រប់គ្រង(Management) គឺជាដំណើរការនៃការរៀបចំផែនការ ការចាត់តាំង ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យទៅលើការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្ស និងធនធានដទៃទៀតដើម្បីធ្វើការសម្រេចគោលដៅរបស់អង្គភាពចាត់ តាំងឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់បំផុត។ ការគ្រប់គ្រងគឺជាដំណើរការលើការទាក់ទងទៅលើបណ្តាញការងារយ៉ាងស្មុកស្មាញរវាង មនុស្សនឹងមនុស្ស ជាមួយធនធានផ្សេងទៀត[1]។

ការគ្រប់គ្រង(Management) គឺសកម្មភាពដ៏ប្រសើរ ម្យ៉ាងវិញទៀត មូលហេតុដែលអាជីវកម្មអាចទទួលបាននូវប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ គឺបណ្តាលមកពីការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធ នៃការចាត់តាំងនៅក្នុងអង្គភាពជីវកម្ម តួនាទីបុគ្គលិកទំនាក់ទំនងទាំងខាងក្នុងនិងក្រៅក្រុមហ៊ុន គឺសុទ្ធតែស្ថិតក្រោមការចាំងចែងរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង។

ឥណទេយ្យ គឺជាចំនួនទឹកប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់យើងដោយសារទំនិញ ឬសេវា[2]។

គណនីឥណទេយ្យ គឺជាគណនីមួយដែលបង្ហាញ អតិថិជនជំពាក់ប្រាក់ក្រុមហ៊ុន [3]។

គណនីឥណទេយ្យ កើតឡើងដោយសារការលក់ទំនិញជឿ ឬការផ្តល់សេវាកម្មដោយជំពាក់ទៅកាន់អតិថិជន ។

មូលហេតុ ៖

១. ការលក់ជំពាក់ គឺដើម្បីបង្កើនការលក់(លក់ឲ្យបានច្រើន)

២. ការលក់ជំពាក់ គឺដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនឲ្យទិញ ឬប្រើសេវា

៣. ស្រូបទាញអ្នកមានឱនភាពសាច់ប្រាក់ឲ្យទិញផងដែរ ។

គណនីឥណទេយ្យ គឺជាគណនីមួយដែលបង្ហាញថាអតិថិជនជំពាក់ប្រាក់ក្រុមហ៊ុន។ គណនីឥណទេយ្យកើតឡើងដោយសារការលក់ទំនិញជឿ ឬការផ្តល់សេវាកម្មដោយជំពាក់ទៅកាន់អតិថិជន។

គណនីឥណទេយ្យ គឺជាសមតុល្យនៃប្រាក់ដោយសារតែក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាដែលបានចែកចាយឬប្រើប្រាស់ប៉ុន្តែមិនទាន់បានទូទាត់ដោយអតិថិជន។ គណនីឥណទេយ្យត្រូវបានរាយក្នុងតារាង

[1] Tvet-elearning. *គណនីឥណទេយ្យ*. Retrieved from https://www.tvet-elearning.com/home/course

[2] វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. (២០២៣). Intermediate Accounting Part 1. បោះពុម្ពលើកទី១២. ទំព័រទី៣២. ភ្នំពេញ។

[3] KHsearch. គណនេយ្យ. (2019, March 26). *ពាក្យថាឥណទេយ្យ*. Retrieved from https://www.khsearch.com/qna/17826

តុល្យការជាទ្រព្យសកម្មបច្ចុប្បន្ន។ ចំនួនទឹកប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់សម្រាប់ការទិញដែលបានធ្វើឡើងដោយឥណទានគឺគណនីឥណទេយ្យ។

គណនីឥណទេយ្យ សំដៅលើវិក្កយបត្រដែលក្រុមហ៊ុនមាន ឬប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់ក្រុមហ៊ុន។

គណនីឥណទេយ្យ គឺជាពាក្យគណនេយ្យដែលសំដៅលើប្រាក់ជំពាក់ក្រុមហ៊ុនដោយអតិថិជនរបស់ខ្លួន។ វាជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៃរបាយការណ៍ស្តីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនចាប់តាំងបង្ហាញពីចំនួនទឹកប្រាក់ដែលត្រូវបានព្យាករណ៍ថានិងទទួលបានពីអតិថិជនពេលអនាគត។

២.១.២ ប្រវត្តិនៃការកើតឡើងឥណទេយ្យ

គណនីដែលត្រូវទទួល គឺជាជម្រើសសម្រាប់អាជីវកម្មក្នុងការទិញ និងបង្កើនលំហូរសាច់ប្រាក់បានយូរជាងថៃមទាំងមានឈ្មោះទៀតផង។ ជាការពិតណាស់ វិធីសាស្ត្របានផ្លាស់ប្តូរនិងកែលម្អពេញមួយប្រវត្តិសាស្ត្រ ប៉ុន្តែវាជាជម្រើសយូរមកហើយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនមួយក្នុងការទិញទំនិញ និងបង់ប្រាក់សម្រាប់ពួកគេដោយបត់បែននៅពេលក្រោយ។ បើក្រឡេកមើលប្រវត្តិសាស្ត្រឡើងវិញនៅទីកន្លែង និងពេលណាដែលគណនីទទួលត្រូវបានបង្កើតឡើង និងរបៀបដែលវាបានវិវត្តទៅជាអ្វីដែលយើងដឹងដូចសព្វថ្ងៃ។

២០០០ មុន គ.ស៖ ស្ថានិកនៃគណនីទទួលជនជាតិ Mesopotamians បានបង្កើតទម្រង់កត្តាស្រដៀងគ្នាទៅនឹងអ្វីដែលយើងប្រើសព្វថ្ងៃនេះ ដោយអនុញ្ញាតឱ្យអាជីវកម្មទិញទំនិញ និងទូទាត់ប្រាក់នៅពេលក្រោយ។ ច្បាប់ផ្លូវការដំបូងនៃគណនីដែលត្រូវទទួលត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅក្នុងក្រមនៃ Hammurabi។

១៣០០s-១៤០០s៖ គណនីដែលទទួលបានមានរូបរាងក្នុងប្រទេសអង់គ្លេសហើយក្លាយជាផ្លូវជំនួញដ៏ពេញនិយមក្នុងឧស្សាហកម្មសម្លៀកបំពាក់។ សម្លៀកបំពាក់មកដល់ប្រទេសអង់គ្លេសជារឿយៗធ្វើដំណើរឆ្ងាយ ហើយអ្នកដឹកជញ្ជូនត្រូវរង់ចាំទទួលប្រាក់បន្ទាប់ពីការដឹកជញ្ជូនត្រូវបានធ្វើឡើង។ ជាមួយនិងការណែនាំអំពីហិរញ្ញប្បទាននៃគណនីទទួល អ្នកដឹកជញ្ជូនអាចទទួលបានប្រាក់បៀវត្សរ៍មួយផ្នែកភ្លាមៗ ដែលគ្របដណ្តប់លើការចំណាយលើឧបករណ៍ និងការផ្គត់ផ្គង់។

១៦០០s៖ អាណានិគមនៃពិភពលោកថ្មី បានប្រើគណនីដែលទទួលបាន ដើម្បីបង្កើតជីវភាពរស់នៅពីវត្ថុធាតុដើមដែលអាចរកបានដែលពួកគេបានរកឃើញ។ អាណានិគមនិងដឹកជញ្ជូនថ្នាំជក់រោម កប្បាស និងឈើត្រឡប់ទៅប្រទេសអង់គ្លេសវិញ។ អាណានិគមនិងផ្តល់ប្រាក់បុរេប្រទានដោយផ្អែកទៅលើភាពរឹងមាំនៃគណនីទទួលរបស់អតិថិជន។

១៨០០s៖ សូមអរគុណដល់បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានពីគណនីទទួលបានកាន់តែពេញនិយម។ អ្នកពង្រីកឥណទានបានចាប់ផ្តើមសម្លឹងមើល ភាពសក្តិសមនៃឥណទាន របស់អតិថិជន។

ដើមទសវត្សឆ្នាំ១៩០០៖ ឧស្សាហកម្មដូចជាវាយនភណ្ឌ កាត់ដេរ និងដឹកជញ្ជូនបានចាប់ផ្តើមប្រើប្រាស់គណនីដែលទទួលជាប្រភពសំខាន់នៃហិរញ្ញប្បទានរបស់ពួកគេ។ ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានពីគណនីបានអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេដោះស្រាយជាមួយនិងវដ្តនៃការលក់ដ៏វែង នៅពេលការដឹកជញ្ជូន និងចែកចាយទំនិញមិនទាន់អាចទុកចិត្តបាន។

ឆ្នាំ១៩៤០៖ ធនាគារមួយចំនួនរបស់សហរដ្ឋអាមេរិកចាប់ផ្តើមផ្តល់ជម្រើសកត្តាដែលអាចទទួលបានពីគណនី ផ្ទុយពីអាជីវកម្មទៅនឹងគំរូអាជីវកម្ម។ ឈានដល់បរិមាណ២.៥ពាន់ដុល្លារក្នុងឆ្នាំ១៩៤៨។

ឆ្នាំ១៩៧០១៩៨០៖ ចាប់តាំងពីធនាគារបានចូលរួមក្នុងអាជីវកម្មកត្តា អត្រាការប្រាក់ចាប់ផ្តើមឡើងខ្ពស់ខ្លាំង ហើយបទប្បញ្ញត្តិត្រូវបានរឹតបន្តឹង។ ជាលទ្ធផល គណនីឯកជនក្រុមហ៊ុនកត្តាទទួលប្រាក់ចាប់ផ្តើមកើនឡើង។

២.១.៣ ទ្រឹស្តីនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ

ការសិក្សានេះបានបង្ហាញពីប្រវត្តិស៊ីជម្រៅនៃគណនីដែលទទួលពីសម័យបុរាណរហូតដល់សម័យទំនើប។ ជនជាតិបាប៊ីឡូន ក្រិក និងរ៉ូមទាំងអស់បានបង្កើតប្រព័ន្ធសម្រាប់កត់ត្រា និងគ្រប់គ្រងបំណុលដែលជំពាក់ពួកគេ។ ការសិក្សានេះផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍនៃAD នៅសតវត្សទី១ នៃការរក្សាគណនីពីរជង ដែលអាចឱ្យសហគ្រាសរក្សាគណនីរបស់ពួកគេបានកាន់តែត្រឹមត្រូវ និងមានប្រសិទ្ធភាព។ ការសិក្សានេះស្វែងយល់ពីរបៀបដែលបច្ចេកវិទ្យាបានផ្លាស់ប្តូរវិធីដែលអាជីវកម្មគ្រប់គ្រងគណនីដែលទទួលបានក្នុងសម័យទំនើបនេះ ជាមួយនិងវិធីសាស្រ្តទូទាត់អេឡិចត្រូនិច និងកម្មវិធីដែលធ្វើឱ្យកាន់តែងាយស្រួលសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការតាមដាន និងប្រមូលការទូទាត់ពីអតិថិជន។ សរុបសេចក្តីមក កាសែតបានសង្កត់ធ្ងន់ថា អាជីវកម្មអាចគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ពួកគេបានប្រសើរជាងមុន និងពង្រឹងផ្នែកខាងក្រោមរបស់ពួកគេដោយសិក្សាពីប្រវត្តិ និងការវិវត្តនៃគណនីដែលត្រូវទទួល ដើម្បីរក្សានៅការប្រកួតប្រជែងក្នុងពិភពជំនួញដែលមានល្បឿនលឿននាពេលបច្ចុប្បន្ន ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែសម្របខ្លួន និងទទួលយកបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ។

គណនីឥណទេយ្យ ជាពាក្យគណនេយ្យដែលសំដៅលើប្រាក់ជំពាក់ក្រុមហ៊ុនដោយអតិថិជនរបស់ខ្លួន។ វាជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៃរបាយការណ៍អំពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនចាប់តាំងពីវាបង្ហាញខ្លួនចំនួនប្រាក់ដែលត្រូវបានព្យាករណ៍ថានិងទទួលបានពីអតិថិជននាពេលអនាគត។ ប្រវត្តិនៃគណនីដែលត្រូវទទួលនូវក្នុងរបាយការណ៍នៃស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុលាតសន្ធឹងត្រឡប់ទៅសម័យដំបូងនៃគណនេយ្យ និងវិវត្តន៍តាមពេលវេលាដើម្បីក្លាយជាធាតុផ្សំសំខាន់នៃដំណើការគណនេយ្យទំនើប(Warren et al. 2013)។

គណនីឥណទេយ្យត្រូវបានតាមដានត្រឡប់ទៅអរិយធម៌អេហ្ស៊ីបបុរាណ និងមេសូប៉ូតាមី ដែលឈ្មួញបានរក្សាទុកកំណត់ត្រានៃប្រតិបត្តិការរបស់ពួកគេនៅលើបន្ទះដីឥដ្ឋ។ បច្ចេកទេសគណនីពីរជងត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅអឺរ៉ុបមជ្ឈឹមសម័យ ដែលអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនអាចតាមដានគណនីរបស់ពួកគេកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។ ការកត់ត្រាចូលពីរជងត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅសតវត្សទី១ នៃគ.ស ហើយត្រូវបានចាត់ទុកថាជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃគណនេយ្យទំនើប Kiso et al. 2019)។ ប្រព័ន្ធនេះទាក់ទងនិងការកត់ត្រារាល់ប្រតិបត្តិការនៅគណនីពីរផ្សេងគ្នា ដោយធានាថាគណនីមានតុល្យភាព។ អាជីវកម្មអាចតាមដានហិរញ្ញវត្ថុរបស់ពួកគេបានកាន់តែត្រឹមត្រូវ និងមានប្រសិទ្ធភាព ធ្វើឱ្យងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរកកំហុស និងការក្លែងបន្លំ។ កំឡុងសម័យក្រុមហ៊ុន Renaissance Luca Piccioli បានបោះពុម្ពសៀវភៅមួយក្បាលលើប្រធានបទនៅឆ្នាំ ១៤៩៤។ សៀវភៅនេះបានក្លាយជាឯកសារយោងស្តង់ដាសម្រាប់ការកត់ត្រាចូលពីរជង ហើយនៅប្រើប្រាស់សព្វថ្ងៃ (Kieso, Weygandt, & Warfield,2019)។

រាល់ប្រតិបត្តិការនៅក្នុងប្រព័ន្ធត្រូវបានកត់ត្រាចូលគណនីពីរផ្សេងគ្នា មួយសម្រាប់ឥណពន្ធ មួយទៀតសម្រាប់ឥណទាន។ ក្នុងកំឡុងបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មនៃសតវត្សទី ១៨ និងទី១៩ ការប្រើប្រាស់គណនីទទួលនៅក្នុងរបាយការណ៍ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុបានក្លាយជារឿងសាមញ្ញ។ នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនរីកចម្រើនពួកគេទាមទារនូវប្រព័ន្ធស្មុគស្មាញជាងមុនសម្រាប់ការតាមដានសកម្មភាពហិរញ្ញវត្ថុ។ សេចក្តីថ្លែងការណ៍

នៃទីតាំងហិរញ្ញវត្ថុបាននិវត្តទៅជាឧបករណ៍សំខាន់មួយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុននានាក្នុងការត្រួតពិនិត្យហិរញ្ញវត្ថុរបស់ពួកគេ និងធ្វើការសម្រេចចិត្តវិនិយោគនាពេលអនាគត (Weygandt et al.2015)។

គណនីឥណទេយ្យ គឺជាធាតុដ៏សំខាន់នៃរបាយការណ៍ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ហើយត្រូវបានប្រើដើម្បីកំណត់ដើមទុនធ្វើការដែលជាចំនួនទឹកប្រាក់ដែលអាចចូលប្រើបានសម្រាប់អង្គការសម្រាប់ប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃ។ គណនីដែលត្រូវបានទទួលក៏អាចត្រូវប្រើដើម្បីវាយតម្លៃសាច់ប្រាក់ងាយស្រួលរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬសមត្ថភាពរបស់ខ្លួនក្នុងការបំពេញកាតព្វកិច្ចហិរញ្ញវត្ថុក្នុងរយៈពេលខ្លី។ ការដាក់បញ្ចូលគណនីត្រូវទទួលនៅលើរបាយការណ៍បានអនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនត្រួតពិនិត្យសុខភាពហិញ្ញវត្ថុរបស់ពួកគេ និងធ្វើការសម្រេចចិត្តប្រកបដោយការអប់រំទាក់ទងនិងការវិនិយោគ។

គណនីឥណទេយ្យ ជាមូលនិធិដែលអតិថិជនជំពាក់ដល់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាកម្មដែលបានទិញដោយឥណទាន។ អ្នកនិពន្ធមួយចំនួនបានកំណត់គណនីទទួលតាមវិធីផ្សេងៗគ្នា៖ គណនីទទួលត្រូវបានកំណត់ដោយ Weygandt et al.2015 ជាចំនួនសរុបនៃប្រាក់ជំពាក់របស់អតិថិជនសម្រាប់ទិញទំនិញ ឬសេវាកម្មដែលបានលក់នៅលើឥណទាន ហើយត្រូវបានកត់ត្រាជាទ្រព្យសកម្មនៅលើរបាយការណ៍ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ។ និយមន័យនេះសង្កត់ធ្ងន់លើការដែលថាគណនីទទួលគឺជារូបិយបណ្ណ និងជាទ្រព្យសកម្ម ដែលរំពឹងថានឹងទទួលបានក្នុងរយៈពេលមួយឆ្នាំ។ គណនីដែលត្រូវទទួលត្រូវបានកំណត់ដោយក្រុមប្រឹក្សាស្តង់ដាគណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ (FASB) ផ្តល់និយមន័យថាជាចំនួនសុទ្ធនៃបំណុលដែលកើតចេញពីការលក់ទំនិញ ឬសេវាកម្មក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម (FASB, 2014)។ គណនីត្រូវទទួល យោងតាម Needles and Powers (2013) ជាចំនួនលុយដែលជំពាក់អាជីវកម្មដោយអតិថិជនរបស់ខ្លួនសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាកម្មដែលបានលក់នៅលើឥណទាន ត្រូវបានចាត់ទុកជាទ្រព្យសកម្មមួយនៅរបាយការណ៍ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ ហើយនិយមន័យនេះសង្កត់ធ្ងន់លើសារៈសំខាន់នៃគណនីទទួលជាទ្រព្យសកម្មដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីតម្លៃនៃវិក្កយបត្រដែលមិនទាន់ចេញរបស់ក្រុមហ៊ុន។ គណនីទទួល ជាមូលនិធិដែលក្រុមហ៊ុនមានសិទ្ធទទួលបានពីអតិថិជនរបស់ខ្លួនសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាកម្មដែលលក់ដោយឥណទាន។ យោងតាម Investopedia "គណនីដែលទទួលបានតំណាងឱ្យប្រាក់ជំពាក់ក្រុមហ៊ុនដោយអង្គភាពលើការលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មនៅលើឥណទាន" (Investopedia,nd)។

គណនីត្រូវទទួល នេះយោងតាមលោក Warren et al. (2013) ជាចំនួនទឹកប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាកម្មដែលបានលក់លើឥណទាន ហើយត្រូវបានចាត់ទុកជាទ្រព្យសកម្មនៅលើរបាយការណ៍ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ។ អ្នកនិពន្ធគណនេយ្យជាច្រើន រួមទាំង Needles and Powers (2013), Warren et al. (2013) និង weygandt et al. (2015) គាំទ្រនិយមន័យនេះ។

២.២ សារៈសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន

២.២.១ និយមន័យ

ការគ្រប់គ្រង គឺជាដំណើការនៃការប្រើប្រាស់ធនធាន នៅក្នុងអង្គភាពឱ្យទទួលបានជោគជ័យ ដោយមានការរៀបចំចាត់ចែង ការធ្វើផែនការ ការដឹកនាំ ការត្រួតពិនិត្យ ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់អង្គភាពឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាដំណើរការនៃការធ្វើការជាមួយនឹងមនុស្ស និងធនធានដទៃទៀតដែលមានសមត្ថភាពដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់អង្គភាព។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាការគ្រប់គ្រងរបស់អង្គការមិនថាជា អាជីវកម្ម អង្គការ មិនរកប្រាក់ចំណេញ ឬស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល តាមរយៈការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មការគ្រប់គ្រងមិនស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ ឬផ្នែករងវិទ្យាសាស្ត្រនយោបាយនៃរដ្ឋបាលសាធារណៈរៀងៗខ្លួន។

ការគ្រប់គ្រង(Management) គឺជាដំណើរការនៃការរៀបចំផែនការ ការចាត់តាំង ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យទៅលើការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្ស និងធនធានដទៃទៀតដើម្បីធ្វើការសម្រេចគោលដៅរបស់អង្គភាពចាត់តាំងឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់បំផុត។ ការគ្រប់គ្រងគឺជាដំណើរការលើការទាក់ទងទៅលើបណ្តាញការងារយ៉ាងស្មុគស្មាញរវាង មនុស្សនឹងមនុស្ស ជាមួយធនធានផ្សេងទៀត។

ការគ្រប់គ្រង(Management) គឺជាមុខវិជ្ជាមួយបែបវិទ្យាសាស្ត្រដែលសិក្សាលម្អិតអំពី

១.ការធ្វើផែនការ (Planning)

២.ការចាត់ចែង(Organizing)

៣.ការដឹកនាំ(Leading)

៤.ការត្រួតពិនិត្យឡើងវិញ(Controlling)

៥.ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត (Decision Making) ។

ការគ្រប់គ្រង(Management) គឺជាការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្ស និងធនធានផ្សេងៗដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលបំណងទាំងឡាយ។

ការគ្រប់គ្រង (Management) គឺជាដំណើរការនៃការប្រើប្រាស់ធនធាន នៅក្នុងអង្គភាពឱ្យទទួលបានជោគជ័យដល់អង្គភាព ដោយមានការរៀបចំ ការធ្វើផែនការ ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យ។

ការគ្រប់គ្រងអាចសម្រេចគោលដៅបានគឺមានន័យថាការដឹកនាំសកម្មភាពឱ្យទៅតាមគោលដៅដែលបានកំណត់ឱ្យដើរទៅតាមមុខងារសំខាន់ៗ៤ គឺ

- ការរៀបចំផែនការ (Planning)
- ការចាត់ចែង (Organizing)
- ការដឹកនាំ (Leading)
- ការត្រួតពិនិត្យ (Controlling) ។

២.២.២ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រង (Historical Background of Management)

ការគ្រប់គ្រង បានកើតឡើងស្របពេលដែលមានវត្តមាននីតិ។ ជាក់ស្តែងតាំងពីយូរណាស់មកហើយមនុស្សរស់នៅជាក្រុមដែលបង្កើតឱ្យមានការគ្រប់គ្រង ដោយចាប់ផ្តើមពីការគោរពនូវទំនៀមទំលាប់ ប្រពៃណី និងសាសនាជាដើម ដោយស្ថិតនៅក្រោមការដឹកនាំរបស់អ្នកដឹកនាំ ឬមេកន្ទ្រាញណាមួយ។

ជាបន្ទាប់មកទៀតមនុស្សបានប្រកាន់នូវវិធីបែបបទនៃការគ្រប់គ្រង ដែលមានបទដ្ឋាននិងធ្វើវិសោធនកម្មដ៏ត្រឹមត្រូវហើយយកមកអនុវត្តន៍យ៉ាងទូលំទូលាយនៅតាមអង្គភាពនានាពិសេសនៅក្នុងអាជីវកម្ម។ យើងបានដឹងហើយថា ការគ្រប់គ្រងពិតជាមានប្រសិទ្ធភាពអាចប្រើប្រាស់បានគ្រប់វិស័យ។ ជាការពិតទាក់ទងទៅនឹងវិស័យសេវាកម្ម ការគ្រប់គ្រងមានតួនាទីសំខាន់ណាស់ ជាពិសេសនោះទាក់ទងនឹងវិស័យសេវាកម្ម។ លំនាំនៃការ

គ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម គឺកើតមានឡើងតាំងតែពីពេលដែលមនុស្សចាប់ផ្តើមមានទំនាក់ទំនងនៃការទិញលក់ទំនិញ ប្រភេទសេវាកម្មផ្សេងៗដោយគ្រប់គ្រងតាមបែបសម័យកាលនីមួយៗ ដោយមានរបៀបរៀបចំទៅតាមប្រភេទនៃសេវាដែលផ្តល់ឬទទួលមកវិញរបស់ខ្លួន។ ជាទូទៅការគ្រប់គ្រងបានគ្របដណ្តប់លើអាជីវកម្មទាំងស្រុង ប្រសិនបើការគ្រប់គ្រងមិនទទួលបាននូវភាពល្អទេនោះវានឹងជះឥទ្ធិពលមិនល្អដល់ក្រុមហ៊ុនជាខ្លាំង។ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស នៅក្នុងចក្រភពអង់គ្លេស ដែលទីនោះពួកជាងកំបោរ ជាងឈើ ជាងសម្លាប់ស្បែកសត្វ និងពួកអ្នកធ្វើការងារផ្នែកសិប្បកម្មបានប្រមូលគ្នាជាច្រើន ក្នុងអាជីពសង្គមពីសម័យនោះ។ ពួកគេប្រើប្រាស់ការរស់នៅជាក្រុមដោយឯកភាពបែបនេះ បានរីកចម្រើនឡើងការមកដល់ នៃការបដិវត្ត ឧស្សាហកម្មនៅចុងសតវត្សទី១៨ដែលបានក្លាយជាមូលដ្ឋានសម្រាប់សង្គមឧស្សាហកម្មដ៏ស៊ាំញុំថ្មីមួយ។ យើងអាចនិយាយបានថា ការបដិវត្តបានចាប់ផ្តើមជាមួយ និងការប្រើប្រាស់ម៉ាស៊ីនចំហាយទឹកនិងគ្រឿងចក្រជំនួសឱ្យពលកម្មដោយដៃ ដែលចំណាយពេលច្រើន។ ការបដិវត្តឧស្សាហកម្មបានបំផ្លាញចូលនៅអាជីវកម្មរបស់ពួកសិប្បករធ្វើដោយដៃរាប់សែននាក់។ ជាជំនួសស្រទាប់កម្មកររោងចក្រឧស្សាហកម្ម(Blue-Collar industrial worker) បានកើតរីកដុះដាលយ៉ាងខ្លាំង។ នៅដើមសតវត្សន៍ឆ្នាំ១៩០០ពួកទាំងនោះមានចំនួន២០% នៃកម្លាំងពលកម្មទូទាំងសហរដ្ឋអាមេរិក។ មកដល់អំឡុងឆ្នាំ១៩៥០ កម្មកររោងចក្រនេះបានក្លាយជាក្រុមដ៏ធំនៅតាមបណ្តាលប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍។

ការគ្រប់គ្រងតាមបែបវិទ្យាសាស្ត្រ និងការងារសុខមាលភាពបានក្លាយជាតំណាងឱ្យរបៀប ដែលបានចាប់ផ្តើមលិចឡើងព្រមជាមួយគ្នានៃសតវត្សន៍ទី១៩ ហើយក៏លាយចូលគ្នាជាមួយចិត្តសាស្ត្រឧស្សាហកម្មតាំងពីសម័យការនៃសង្គ្រាមលោកមក។ ការគ្រប់គ្រង បែបវិទ្យាសាស្ត្រជាតំណាងនៃការប្រឹងប្រែង ក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហា ដែលគ្មានប្រសិទ្ធភាពក្នុងកិច្ចការពលកម្ម និងការគ្រប់គ្រងជាចម្បង តាមរយៈវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗការសិក្សាពីចលនាដំណើរការ និងពេលវេលាព្រមទាំងលក្ខណៈឯកទេសកម្មផងដែរ។ ក្បួនចិត្តសាស្ត្រឧស្សាហកម្មជាការប្រើប្រាស់នៅគោលការណ៍សំដៅដើម្បីបង្កើតឡើង នូវសមត្ថភាពពលករដើម្បីបំពេញការងារឱ្យបានកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។

បិតានៃការគ្រប់គ្រងបែបវិទ្យាសាស្ត្រមានឈ្មោះល្បីល្បាញ គឺលោក Frederick Winslow Taylor លោកជាវិស្វកររបស់ក្រុមហ៊ុន Midvale Steel Works នៅទីក្រុងហ្វីឡាដែលហ្វីយ៉ា ពីឆ្នាំ ១៨៧៤-១៨៩០ លោកបានសិក្សាប្រសិទ្ធភាពនៃការងាររបស់កម្មករ ហើយលោកបានរកឃើញវិធីល្អបំផុតមួយ (The one best way)និងវិធីលឿនបំផុតមួយ (The one fastest way) សម្រាប់ធ្វើការងារមួយ។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាដំណើរការនៃការប្រើប្រាស់ធនធាន នៅក្នុងអង្គភាពឱ្យទទួលបានជោគជ័យ ដោយមានការរៀបចំចាត់ចែង ការធ្វើផែនការ ការដឹកនាំ ការត្រួតពិនិត្យ ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់អង្គភាពឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាដំណើរការនៃការធ្វើការជាមួយនឹងមនុស្ស និងធនធានដ៏ទៃទៀតដែលមានសមត្ថភាពដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់អង្គភាព។

ការគ្រប់គ្រង គឺជាការគ្រប់គ្រងរបស់អង្គការមិនថាជា អាជីវកម្ម អង្គការ មិនរកប្រាក់ចំណេញ ឬស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល តាមរយៈការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មការគ្រប់គ្រងមិនស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ ឬផ្នែករងវិទ្យាសាស្ត្រនយោបាយនៃរដ្ឋបាលសាធារណៈរៀងៗខ្លួន។

២.២.៣ មុខងារនៃការគ្រប់គ្រង

មុខងារនៃការគ្រប់គ្រងមាន៤រួមមាន៖

1. ការធ្វើផែនការ (Planning) គឺជាកំណត់នូវគោលបំណងអង្គភាពបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រ អភិវឌ្ឍឋានានុក្រមផែនការ និងធ្វើការសម្របសម្រួលសកម្មភាពទាំងឡាយ។
2. ការចាត់តាំង(Organizing) គឺជាការទទួលខុសត្រូវចំពោះគម្រោងរចនាសម្ព័ន្ធរបស់អង្គភាព បែងចែកការងារតម្រូវទៅតាមសមត្ថភាពបុគ្គលដែលត្រូវធ្វើ
3. ការដឹកនាំ(Leading) ជាការដឹកនាំដោយផ្ទាល់និងសម្របសម្រួលជាមួយនិងក្រុមមនុស្សទាំងអស់ ចេះលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក ដឹកនាំសកម្មភាពអ្នកដ៏ទៃ ជ្រើសរើសរបៀបនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលមានប្រសិទ្ធភាពបំផុត និងដោះស្រាយជម្លោះក្នុងក្រុមការងារ។
4. ការត្រួតពិនិត្យ (Controlling) គឺដើម្បីធានាថាកិច្ចការទាំងអស់ត្រូវទៅតាមផែនការដែលបានគ្រោងទុកប្រៀបធៀបប្រតិបត្តិការជាក់ស្តែងទៅនឹងគោលបំណងអង្គភាព ហើយត្រូវធ្វើការកែប្រែលើចំណុចដែលចាំបាច់។

២.២.៤ ទ្រឹស្តីនៃសារៈសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ

ទ្រឹស្តីមួយចំនួនត្រូវបានបង្កើតឡើងជាយូរណាស់មកហើយក៏ដោយ ក៏ពួកគេនៅតែផ្តល់នូវក្របខណ្ឌស្ថេរភាពសម្រាប់ដំណើរអាជីវកម្ម។

១. ទ្រឹស្តីគ្រប់គ្រងវិទ្យាសាស្ត្រ

វិស្វកមេកានិចជនជាតិអាមេរិក Frederick Taylor ដែលជាអ្នកទ្រឹស្តីគ្រប់គ្រងដំបូងគេបំផុត បានត្រួសត្រាយទ្រឹស្តីការគ្រប់គ្រងតាមបែបវិទ្យាសាស្ត្រ។ ទស្សនៈវិជ្ជារបស់លោកបានសង្កត់ធ្ងន់លើការពិតដែលថាការបង្ខំមនុស្សឱ្យធ្វើការនឿយហត់ មិនមែនជាវិធីល្អបំផុតក្នុងការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនោះទេ។ ដំបូងឡើយនាយកប្រតិបត្តិរីការាយនិងទំនាក់ទំនងតិចតួចបំផុតជាមួយនិយោជិត និងនិយោជករបស់ពួកគាត់។ វាគ្មានវិធីសាស្ត្រណាក្នុងការកំណត់ស្តង់ដានៃច្បាប់នៅកន្លែងធ្វើការនោះទេ មានតែការលើកទឹកចិត្តតែមួយគត់របស់និយោជិតគឺសុវត្ថិភាពការងារ។ យោងតាមលោក Taylor ប្រាក់គឺជាការលើកទឹកចិត្តដ៏សំខាន់សម្រាប់ការងារ ដែលនេះជាមូលហេតុដែលគាត់បង្កើតគំនិត ប្រាក់ឈ្នួលថ្លៃសមរម្យសម្រាប់ការងារប្រចាំថ្ងៃ។ ចាប់តាំងពីពេលនោះមក ទ្រឹស្តីគ្រប់គ្រងវិទ្យាសាស្ត្រត្រូវបានអនុវត្តនៅទូទាំងពិភពលោក។ ការសហការគ្នាជាលទ្ធផលរវាងនិយោជិត និងនិយោជកបានវិវត្តទៅជាការងារជាក្រុមដែលមនុស្សចូលចិត្ត ក៏ដូចជាធ្វើមកដល់ឥឡូវនេះ។

២. ទ្រឹស្តីការគ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធ

ការគ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធផ្តល់នូវវិធីសាស្ត្រជាជំនួយសម្រាប់ធ្វើផែនការ និងការគ្រប់គ្រងអង្គភាព។ ទ្រឹស្តីគ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធស្នើរថាអាជីវកម្ម ដូចជារាងកាយមនុស្សមានជាតុផ្សំជាច្រើន ដែលធ្វើការចុះសម្រុងគ្នាដើម្បីឱ្យប្រព័ន្ធអាចដំណើរការបានល្អបំផុត។ យោងតាមទ្រឹស្តី ភាពជោគជ័យនៃអង្គការមួយអាស្រ័យទៅលើជាតុសំខាន់មួយចំនួន៖ ភាពស៊ីសង្វាក់គ្នា ការពឹងពាក់គ្នាទៅវិញទៅមក និងទំនាក់ទំនងរវាងប្រព័ន្ធរងផ្សេងៗ។ នៅក្នុងការអនុវត្ត អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវបានតម្រូវឱ្យវាយតម្លៃគំរូ និងព្រឹត្តិការណ៍នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនរបស់ពួកគេ ដើម្បីកំណត់វិធីសាស្ត្រដ៏ល្អបំផុត។

២.៣ វិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព

២.៣.១ និយមន័យប្រសិទ្ធភាព

ប្រសិទ្ធភាព គឺជាការវាស់វែងមួយដែលលទ្ធផលគ្រប់គ្រងទទួលបានផលច្រើន ពីការប្រើប្រាស់ធនធាន ចូលតិចបំផុត។ ជាទូទៅ ប្រសិទ្ធភាព សំដៅទៅលើការប្រើប្រាស់ធនធានឱ្យបានត្រឹមត្រូវ គឺមានន័យថាសន្សំសំចៃបំផុត មិនខ្ជះខ្ជាយចំពោះការប្រើប្រាស់ជាតុចូល

អត្ថន័យនៃពាក្យប្រសិទ្ធភាព និងសក្តិសិទ្ធិភាព នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ច ប្រសិទ្ធភាព(effectiveness) កម្រិត ឬសមត្ថភាពដែលសម្រេចបានជាលទ្ធផលតាមការគ្រោងទុក ឬតាមគោលបំណងនៃការអភិវឌ្ឍសង្គមសេដ្ឋកិច្ច[4]។

ភាពដែលល្អផ្តល់ផលល្អផ្តល់ប្រយោជន៍សមបំនង។ ទាហរណ៍ ការគ្រប់គ្រងដ៏មានប្រសិទ្ធភាព ថ្នាំមានប្រសិទ្ធភាព (សេដ្ឋកិច្ច) effectiveness,7 efficacité កំរិតឬសមត្ថភាពដែលសម្រេចបានជាលទ្ធផលតាមការគ្រោងទុកឬតាមគោលបំណងនៃការអភិវឌ្ឍសង្គម-សេដ្ឋកិច្ច។ ឧ. រដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាអនុវត្តថវិការដោយភាពប្រុងប្រយត្ន តាមរយៈការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃចំណាយចរន្ត ដើម្បីរក្សាឱនភាពឱ្យស្ថិតនៅក្នុងកំរិតដែលអាចធានាស្ថិរភាពម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ចបាន[5]។

២.៣.១.១ និយមន័យការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ

ការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ គឺជាទិដ្ឋភាពសំខាន់នៃទ្រព្យសម្បត្តិរបស់ស្ថាប័ន។ ជាមួយនិងការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យដ៏រឹងមាំ នោះស្ថាប័នមួយអាចបង្កើត និងរក្សាភាពស្មោះត្រង់របស់អតិជនបានប្រសើរជាងមុន។ ការអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនធ្វើការទិញដោយផ្អែកលើឥណទាន (ជំនួសឱ្យការទូទាត់ជាមុន) បង្កើតទំនាក់ទំនងផ្តល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើប្រតិបត្តិការ។ ការពង្រឹងទំនាក់ទំនងនោះកើតឡើងដោយការផ្តល់ទំនាក់ទំនងងាយស្រួល និងជាប់លាប់ ជាពិសេសនៅពេលបង់ប្រាក់។ ការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យធ្វើឱ្យការធ្វើវិក្កយបត្រ និងឯកសារពាក់ព័ន្ធមានភាពរហ័សរហួន ដូច្នេះហើយអតិថិជនតែងតែដឹងថាពួកគេជំពាក់អ្វី ពេលដល់ការកំណត់ និងរបៀបដាក់ស្នើរទូទាត់។

២.៣.១.២ និយមន័យវិធីសាស្ត្រ

វិធីសាស្ត្រ គឺមានន័យថាបង្ហាញនូវសកម្មភាពប្រកបទៅដោយឆន្ទះដ៏មុះមុតដើម្បីសម្រេចបាននូវភាពជោគជ័យ។

វិធីសាស្ត្រ សំដៅលើវិធីសាស្ត្រសិក្សា ឬស្វែងយល់អំពីបាតុភូត ឬកម្មវត្ថុសិក្សាណាមួយដោយផ្អែកលើការសង្កេត ពិសោធន៍ វាស់វែង កត់ត្រា ប្រមូលវិភាគទិន្នន័យ និងវាយតម្លៃ ឬធ្វើសេចក្តីសន្និដ្ឋានតាមសមហេតុសមផល។

២.៣.១.៣ ប្រវត្តិនៃវិធីសាស្ត្រ

វិធីសាស្ត្រ ពីភាសាក្រិក មានន័យថា សិល្បៈនៃមេដឹកនាំកងទ័ពការិយាល័យឧត្តមសេនីយ៍បញ្ជាការទូទៅ គឺជាផ្នែកដែលកម្រិតខ្ពស់ ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅមួយ ឬច្រើនក្រោមលក្ខខណ្ឌនៃភាពមិនប្រាកដប្រជា។ នៅក្នុងនៃសិល្បៈនៃឧត្តមសេនីយ៍ ដែលរួមបញ្ចូលជំនាញមួយចំនួនរួមមានយុទ្ធវិធីការឡោមព័ទ្ធភ័ស្តុភារជាដើមពាក្យនេះត្រូវបានប្រើនៅក្នុងសតវត្សទី៦នៃ គ.ស។ នៅក្នុងស័ព្ទរ៉ូម៉ាំងខាងកើតត្រូវ

[4] R. *History Account receivable*. Retrieved June, 12 2025 from https://centralcru.com/receivables/

បានបកប្រែទៅជាភាសាបែបបស្ចឹមប្រទេសតែប៉ុណ្ណោះ។ នៅសតវត្សទី១៨ ចាប់ពីពេលនោះរហូតដល់សតវត្សទី២០ ពាក្យ "យុទ្ធសាស្ត្រ" បានចេញមកបង្ហាញនូវ មធ្យោបាយគ្រប់ជ្រុងជ្រោយក្នុងព្យាយាមបញ្ចប់នូវនយោបាយព្រមទាំងការគម្រាមកំហែង ឬការប្រើប្រាស់កម្លាំងជាក់ស្តែងនៅក្នុងគ្រាមភាសានៃធន្ទះ នៅក្នុងជម្លោះយោធា។ វិធីសាស្ត្រគឺសំខាន់ណាស់ព្រោះធនធានដែលមានដើម្បីសម្រេចគោលដៅទាំងនេះមានការកំណត់។ យុទ្ធសាស្ត្រជាទូទៅពាក់ព័ន្ធនិងការកំណត់គោលដៅ កំណត់សកម្មភាព ដើម្បីសម្រេចគោលដៅនិងកៀរគរធនធាន ដើម្បីប្រតិបត្តិសកម្មភាព។ វិធីសាស្ត្រអាចត្រូវបានបម្រុងទុក ឬអាចលេចចេញជាគំរូនៃសកម្មភាពនៅពេលដែលអង្គការសម្របសម្រួលខ្លួនទៅនិងបរិស្ថាន ឬការប្រកួតប្រជែងរបស់ខ្លួន។ វាពាក់ព័ន្ធនិងសកម្មភាពដូចជា ការធ្វើផែនការវិធីសាស្ត្រ និងការគិតបែបវិធីសាស្ត្រ។ លោក Henry Mintzberg មកពីសាកលវិទ្យាល័យ McGill បានកំណត់វិធីសាស្ត្រថាជាគំរូមួយក្នុងការសម្រេចចិត្តផ្ទុយទៅនិងទស្សនៈនៃផែនការនៅពេលដែល លោក Henrik Von Scheel កំណត់ខ្លឹមសារនៃវិធីសាស្ត្រជាសកម្មនូវគុណតម្លៃពិសេសការជ្រើសរើស អនុវត្តសកម្មភាពផ្សេងៗគ្នាជាងគូរប្រជែង។ ខណៈដែល Max Mckeown(2011) អះអាងថា វិធីសាស្ត្រគឺនិយាយអំពីអនាគតនិងជាការប៉ុនប៉ងរបស់មនុស្ស ដើម្បីឈានដល់ទីបញ្ចប់ដែលគួរឱ្យចង់បានជាមួយនិងមធ្យោបាយដែលមាន។ បណ្ឌិត វ៉ាំឌីមៀរ kvint កំណត់វិធីសាស្ត្រថា ជាប្រព័ន្ធនៃការស្វែងរកបង្កើត និងអភិវឌ្ឍគោលលទ្ធិដែលនិងធានាបាននូវភាពជោគជ័យយូរអង្វែង ប្រសិនបើអនុវត្តតាមដោយស្មោះត្រង់ អ្នកទ្រឹស្តីកំណត់វិធីសាស្ត្រថាជាការលាតត្រដាងនៃទិដ្ឋភាពខាងក្នុងនិងខាងក្រៅរបស់អង្គភាពដែលនាំឱ្យមានសកម្មភាពនៅក្នុងបិរបទសេដ្ឋកិច្ចសង្គម។

ជំពូកទី៣
ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស
៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស
៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

ជីបម៉ុង ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ១៩៨២ ហើយបានរីកចម្រើនទៅជាក្រុមហ៊ុនក្នុងស្រុកដ៏ធំបំផុតមួយនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ជីប ម៉ុង គ្រុបគឺជាក្រុមហ៊ុនធំមួយ ដែលចូលរួមក្នុងផលប្រយោជន៍ចម្រុះនៃអាជីវកម្មនៅកម្ពុជា រាប់ចាប់ពីការអភិវឌ្ឍអចលនទ្រព្យ ភេសជ្ជៈ ការផលិត និងការចែកចាយសម្ភារសំណង់រួមមានបេតុង ស៊ីម៉ងត៍ និងដែក។ នៅក្នុងជីបម៉ុង គ្រុប រួមមាន ជីប ម៉ុង ត្រេឌីង(Chip Mong Trading) ជីប ម៉ុង អ៊ីនដាស្រ្ទីស៍(Chip Mong Industries) ជីប ម៉ុង លែន(Chip mong land) ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស(Khmer Beverages) ក្រោន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស(Crown Khmer Beverage) ជីប ម៉ុង អ៊ិនស៊ី ស៊ីមេន ឧបភើរសេិន(Chip Mong INSEE) ជីប ម៉ុង រីថែល(Chip Mong Retail) ធនាគារ ជីប ម៉ុង(Chip Mong Bank) ហ្គ្រេន រ៉ូយ៉ាល់ ហ្គោល អែន រីហ្សត(Grand Royal Golf& Resorts)។ ដូច្នេះហើយ ទើបក្រុមនាងខ្ញុំសូមលើកយកនូវ ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស យកមកសិក្សាស្រាវជ្រាវ។

ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ២០០៩ នៅក្នុងស្រុកដែលផលិតស្រាបៀរ និងភេសជ្ជៈ ឈានមុខគេ ដែលគ្រប់ដណ្តប់ទៅដោយវិនិយោគិនខ្មែរ១០០%។ រោងចក្រប្រើប្រាស់តែគ្រឿងផ្សំល្អផ្តាច់គេ ពីអឺរ៉ុប និងបំពាក់ទៅដោយបច្ចេកវិទ្យាទំនើបបំផុតមកពីប្រទេសអាល្លឺម៉ង់។ បច្ចេកវិទ្យាឈានមុខគេដ៏ទំនើប ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនផលិតបាននូវស្រាបៀរ ដែលមានរសជាតិថ្មីប្លែកគេទាំងស្រុង ដែលគេស្គាល់ថាជាស្រាបៀរ កម្ពុជា។ ជាមួយនិងការអនុវត្តវិធានការអនាម័យ និងការគ្រប់គ្រងគុណភាពយ៉ាងតឹងរឹង និងហ្មត់ចត់បំផុត ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស បានទទួលវិញ្ញាបនបត្រ ISO 9001:2015សម្រាប់ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងគុណភាព វិញ្ញាបនបត្រ ISO 14001:2015 សម្រាប់គ្រប់គ្រងបរិស្ថាន ពានរង្វាន់ Brewery Award ពីចក្រភពអង់គ្លេស ពានរង្វាន់ European Star Award ពីប្រទេសអាល្លឺម៉ង់ និងពានរង្វាន់ Monde Slection Awards (កម្រិត Grand Gold និង Gold) នៅប្រទេសប៊ែលសិក ព័រទុយហ្គាល់ និងអេស្ប៉ាញ។ រោងចក្រខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស បានពង្រីកសង្វាក់ផលិតកម្មរបស់ខ្លួនលើកទី៣ក្នុងឆ្នាំ២០១៧ ដែលបង្កើនសមត្ថភាពផលិតកម្មស្រាបៀររបស់ខ្លួន និងអភិវឌ្ឍផលិតផលថ្មីៗ រួមមានស្រាបៀរ Barrley Black Extra Stout, ស្រាបៀរ Kudo, ភេសជ្ជៈប៉ូវកម្លាំង Wurkz, Ize Lemon,Ize fruit Punch និងទឹកបរិសុទ្ធកម្ពុជា។ មកដល់បច្ចុប្បន្ននេះ ក្រុមហ៊ុនបានផលិតនូវភេសជ្ជៈជាបន្តបន្ទាប់ដូចជា ភេសជ្ជៈអិចប្រេស (Exprez) ភេសជ្ជៈប៉ូវកម្លាំងឃីស(Kizz) ភេសជ្ជៈប៉ូវកម្លាំងដាស្ស (Dazz) ភេសជ្ជៈប៉ូវកម្លាំងវ៉ាយឃីងស៍ (Vikingz)។ ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស យកចិត្តទុកដាក់លើការផលិត ផលិតផលមានគុណភាពខ្ពស់បំផុត ដែលមានការទទួលស្គាល់ និងគាំទ្រពីអតិថិជនរបស់ខ្លួន និងដើម្បីបំពេញតម្រូវការស្រាបៀរ និងភេសជ្ជៈ។ បច្ចុប្បន្ន ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស មានបុគ្គលិកជិត១០០០នាក់ កំពុងបម្រើការងារពេញម៉ោង ដែលបានប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការផលិតស្រាបៀរ និងភេសជ្ជៈ ដែលមានភាពគុណភាពល្អបំផុតសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា និងបណ្តាប្រទេសក្នុងតំបន់។ ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស មានមោទនភាពចំពោះការពង្រីកខ្លួនកាន់តែធំឡើងជាលំដាប់នេះ។

៣.១.២ សញ្ញាសម្គាល់របស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

៣.១.៣ ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន

ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ដែលមានអាសយដ្ឋានស្ថិតនៅ ផ្លូវ២១៧ ភូមិជើងឯក សង្កាត់ជើងឯក ខណ្ឌដង្កោ រាជធានីភ្នំពេញ។

៣.១.៤ ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

ផលិតផល គឺជាផលដែលបានធ្វើរួចក្លាយទៅជាផលិតផលសម្រេច សម្រាប់ចែកចាយក៏ដូចជានាំចេញទៅឱ្យតំណាងលក់បន្ត។

ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស មានផលិតផលជាច្រើនរួមមាន៖

ក. ស្រាបៀរកម្ពុជា **(Cambodia Beer)**

ខ. ទឹកក្រូច អាយស៍ (IZE LEMON, IZE COLA)

គ. ភេសជ្ជៈប៉ូវកម្លាំង វើក

ឃ. ទឹកបរិសុទ្ធ កម្ពុជា

ង. ភេសជ្ជៈអិចប្រេស

ច. ភេសជ្ជៈប៉ូវកម្លាំង ឃីស និង ដាហ្ស

៣.១.៥ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម គោលតម្លៃ របស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

ក. ចក្ខុវិស័យ

ចក្ខុវិស័យរបស់យើងគឺ ក្រុមហ៊ុន ជីប ម៉ុង នឹងក្លាយជាក្រុមហ៊ុនខ្នាតធំ ដែលទទួលបានការគោរព និងការសរសើរបំផុតក្នុងតំបន់។ គោលតម្លៃរបស់យើងគឺ សហការដោយតាំងចិត្ត បង្កើតថ្មីពិត ដើម្បីចម្រើនបរិច្ចាគទៅសង្គម ឲ្យបានច្រើន គំនិតប្ដើងថ្កាន ផ្ដោតលើអតិថិជន។

ខ. បេសកកម្ម

ក្រុមហ៊ុន ជីប ម៉ុង ប្ដេជ្ញាចិត្តក្នុងការ ផលិត និងផ្ដល់ផលិតផល និងសេវាកម្មលំដាប់ពិភពលោកជាជម្រើសរបស់អតិថិជនរីកចម្រើនតាមរយៈរួមបញ្ចូលគ្នា និងការទិញ ឬពហុជំនួញនាំមុខទាំងការបង្កើត និងការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រនីរន្តរភាព។

គ. គោលតម្លៃ

គោលតម្លៃនៃក្រុមហ៊ុនធ្វើការផ្លាស់ប្ដូរ ការសហការដោយតាំងចិត្តបង្កើតថ្មីពិត ដើម្បីចម្រើនបរិច្ចាគទៅសង្គមវិញឱ្យបានច្រើនគំនិតប្ដើងថ្កានផ្ដោតលើអតិថិជន។

៣.១.៦ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង តួនាទី និងភារកិច្ច របស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

ក. រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន

លោកជំទាវ អ្នកឧកញ៉ា
ឆាយ ហៀក
ស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុន ជីប ម៉ុង

អ្នកឧកញ៉ា
លាង យុន
សហស្ថាបនិក និងប្រធាន
ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលក្រុមហ៊ុន ជីប ម៉ុង

អ្នកឧកញ៉ា
លាង ម៉េង
សហស្ថាបនិក និងប្រធាន
ក្រុមអគ្គនាយក ជីប ម៉ុង

អ្នកឧកញ៉ា
លាង ពៅ

លោកជំទាវ
តែ សុវណ្ណី

លោកជំទាវ
គីម ចាន់ណា

លោកជំទាវ
លី សុខឆេង

លោកឧកញ៉ា
លាង ហួង (ហេនរី)

ខ. តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង

ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស មានភារកិច្ចសំខាន់គឺបង្កើតផលិតផលឱ្យមានគុណភាព និងស្តង់ដាថ្មីៗ ឈានមុខគេដើម្បីប្រកួតប្រជែង និងទទួលស្គាល់ដោយទីផ្សារអន្តរជាតិ។ ជាក់ស្តែងក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ឱកាសការបង្កើតការងារធ្វើដល់ប្រជាជនបញ្ចេញចំណេះដឹងក៏ដូចជាប្រើកម្លាំងទៅតាមសមត្ថភាពរៀងៗខ្លួន និងបានជម្រុញសេដ្ឋកិច្ចប្រទេសជាតិឱ្យមានការរីកចម្រើនបន្ថែមទៀត។ ខាងក្រោមនេះជាតួនាទីរបស់គណៈគ្រប់គ្រងសំខាន់ៗមួយចំនួន៖

- លោកឧកញ៉ា លាង ម៉េង ជាសហស្ថាបនិក និងជាប្រធានក្រុមអគ្គនាយកក្រុមហ៊ុន
- លោកឧកញ៉ា លាង ពៅ (ភីធើរ) ជាអគ្គនាយកក្រុមហ៊ុន
- លោក លាង ហុង ជាអ្នកគ្រប់គ្រងផលិតកម្ម និងសុវត្ថិភាព

- អ្នកស្រី គង់ កុសល ជានាយកផ្នែកទីផ្សារ
- អ្នកស្រី លន់ វឌ្ឍនា ជាអ្នកគ្រប់គ្រងធនធាន និងរដ្ឋបាល
- លោក បិន ខេវ ជាអ្នកគ្រប់គ្រងទីផ្សារ
- លោក ហេង រ៉ាឌី ជាអ្នកគ្រប់គ្រងជំនួញ
- លោក រតនា សេង ជាអ្នកគ្រប់គ្រងឧបករណ៍ប្រើប្រាស់
- លោក អ៊ឹម សុជារិត ជានាយកផ្នែកលក់និងទំនាក់ទំនងសាធារណៈ។

៣.២ ឥទ្ធិពលក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

៣.២.១ មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ

ការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ គឺជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម ហើយជាផ្នែកមួយនៃការបង្កើតលំហូរសាច់ប្រាក់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន និងមានឥទ្ធពលយ៉ាងខ្លាំងទៅលើលំហូរសាច់ប្រាក់នាពេលអនាគត។ ជាក់ស្តែងនៅពេលមានការពន្យារពេលក្នុងការទូទាត់ ឬមិនមានលទ្ធភាពសងរបស់អតិថិជននេះអាចបណ្តាលឱ្យមានភាពខ្វះខាតលំហូរសាច់ប្រាក់ និងស្ទះចរន្តសាច់ប្រាក់សម្រាប់ចរាចរក្នុងក្រុមហ៊ុន។ នេះធ្វើឱ្យវាសំខាន់បំផុតដែលក្រុមហ៊ុនមួយមានប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រងគណនីរបស់ពួកគេដែលទទួលបានដើម្បីជៀសវាងបញ្ហាហិរញ្ញវត្ថុធ្ងន់ធ្ងរ។ ការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យមានភាពច្បាស់លាស់ និងមានប្រសិទ្ធភាពក៏អាចជួយបង្កើនការលក់មួយកម្រិតផងដែរ។ នេះដោយសារតែការពង្រីកជម្រើសឥណទានដល់អតិថិជនជាធម្មតាទាក់ទាញពួកគេឱ្យប្រើប្រាស់សេវារបស់ក្រុមហ៊ុន និងជួយបង្កើតទំនាក់ទំនងល្អជាមួយអតិថិជន។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយសារៈសំខាន់នៃការគ្រប់គ្រងអ្នកទទួលមិនត្រូវបានកំណត់ចំពោះការលក់ និងលំហូរប្រាក់នោះទេ។ លើសពីនេះទៅទៀតវាអាចទាក់ទាញវិនិយោគិនផ្សេងៗដោយពួកគេមើលអាចដឹង មើលឃើញបានងាយស្រួលពីរបៀបដែលក្រុមហ៊ុនគ្រប់គ្រងក្នុងការប្រមូល និងវាយតម្លៃកំណត់ត្រាឥណទានរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ទាំងនេះជាការរួមបញ្ចូលទាំងការវាយតម្លៃឥណទានរបស់អតិថិជនជាមុន និងរក្សាទំនាក់ទំនងអតិថិជនវិជ្ជមានកត់សម្គាល់ការបង់ប្រាក់យឺតយ៉ាវយ៉ាងឆាប់រហ័សធ្វើសកម្មភាព ឬក៏ចាត់វិធានការដើម្បីទូទាត់ការយឺតនេះឱ្យបានឆាប់តាមដែលអាចធ្វើទៅបាន។

៣.២.២ ដំណើរការក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ

ដំណើរការនៃ ការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ (Credit Management Process) គឺជាដំណើរការដែលអាជីវកម្មប្រើដើម្បីធានាថាការផ្តល់ឥណទានដល់អតិថិជន (ឧ. ផ្តល់ទំនិញ/សេវាកម្មជាមុន ប៉ុន្តែទទួលប្រាក់ក្រោយ) នឹងមានការទូទាត់វិញត្រឹមត្រូវ និងទាន់ពេល។ ការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យមានសារៈសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យនៃការខាតបង់ប្រាក់។

ដំណើរការសំខាន់ៗក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ៖

1. ការកំណត់គោលនយោបាយឥណទេយ្យ (Credit Policy Setup)
   - កំណត់លក្ខខណ្ឌក្នុងការផ្តល់ឥណទេយ្យ (ឧ. Net 30, Net 60 days)
   - កំណត់កម្រិតឥណទេយ្យសម្រាប់អតិថិជននីមួយៗ

- កំណត់លក្ខខណ្ឌពិន័យប្រសិនបើបង់យឺត

2. ការវាយតម្លៃឥណទានអតិថិជន (Customer Credit Evaluation)
   - ពិនិត្យប្រវត្តិឥណទាន (Credit history)
   - វិភាគស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់អតិថិជន
   - កំណត់កម្រិតឥណទេយ្យសមរម្យ
3. ការអនុម័តឥណទេយ្យ (Credit Approval)
   - អនុម័តឬបដិសេធការផ្តល់ឥណទេយ្យ
   - ចេញសំណើឥណទេយ្យលើគម្រោងឬកម្មវិធីលក់
4. ការតាមដាននិងគ្រប់គ្រងបំណុល (Accounts Receivable Monitoring)
   - តាមដានវិក្កយបត្រដែលមិនទាន់បង់
   - ផ្ញើការរំលឹកការទូទាត់
   - ផ្សព្វផ្សាយស្ថានភាពបំណុលទៅក្រុមលក់
5. ការទទួលទូទាត់ (Collections)
   - ទូទាត់តាមរយៈធនាគារ/ជាប្រាក់
   - ផ្ញើអស្ថានការណ៍ដល់អតិថិជនមិនបានទូទាត់
6. ការវិភាគ និងរាយការណ៍ (Analysis & Reporting)
   - រាយការណ៍បំណុលជាក់ស្តែង
   - វិភាគប្រសិទ្ធភាពនៃគោលនយោបាយឥណទេយ្យ

៣.២.៣ ផលប៉ះពាល់នៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យដល់ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន

ការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពមានឥទ្ធិពលយ៉ាងសំខាន់ចំពោះស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ខាងក្រោមនេះជាផលប៉ះពាល់មួយចំនួន៖

1. បង្កើនសេរីភាពហិរញ្ញវត្ថុ (Cash Flow Freedom)

- ការទូទាត់ឥណទានជាប្រចាំ (ជាពិសេសប្រាក់កម្ចី និងការបង់តាមកាតឥណទាន) ឱ្យបានទៀងទាត់ជួយឱ្យក្រុមហ៊ុនមានសេរីភាពសាច់ប្រាក់ដើម្បីប្រើសម្រាប់ការវិនិយោគ ឬដំណើរការពាណិជ្ជកម្មប្រចាំថ្ងៃ។

2. បន្ថែមសេចក្តីជឿជាក់ពីភាគីទីបី

- ក្រុមហ៊ុនដែលគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យបានល្អនឹងទទួលបានភាពជឿជាក់ពីធនាគារ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងភាគីវិនិយោគ។ ជាគន្លឹះសំខាន់ក្នុងការរកទុន ឬបន្តសហការប្រកបដោយជោគជ័យ។

3. កាត់បន្ថយបំណុលមិនចាំបាច់ និងការចំណាយស្នូល (Interest & Penalties)

- ការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យឲ្យបានប្រសើរជួយកាត់បន្ថយការចំណាយស្នូលដូចជាការប្រាក់ និងពិន័យ ដែលអាចប៉ះពាល់ដល់ប្រាក់ចំណេញ។

4. កែលម្អសមត្ថភាពផែនការហិរញ្ញវត្ថុ

- ការមានទិន្នន័យត្រឹមត្រូវអំពីបំណុល និងកាលកំណត់បង់ប្រាក់ ជួយឲ្យក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើតផែនការហិរញ្ញវត្ថុប្រកបដោយការប៉ាន់ស្មានបានច្បាស់លាស់ និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ទុន។

5. ការប្រើប្រាស់ឥណទានជាឧបករណ៍ចំណេញ

• ប្រសិនបើគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យបានល្អ ក្រុមហ៊ុនអាចប្រើប្រាស់ឥណទានដើម្បីជម្រុញការអភិវឌ្ឍន៍ដោយគ្មានការប៉ះពាល់ដល់ស្ថិរភាពហិរញ្ញវត្ថុ។

៣.២.៤ វាយតម្លៃលើដំណើរការក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ

1. គោលនយោបាយឥណទេយ្យ (Credit Policy)

- មានការកំណត់ច្បាស់លាស់លើលក្ខខណ្ឌឥណទេយ្យ
- ផ្តល់ឥណទេយ្យតែចំពោះអតិថិជនដែលមានប្រវត្តិល្អ
- មានគោលការណ៍ពិន័យសម្រាប់ការបង់យឺត

2. ដំណើរការវាយតម្លៃអតិថិជន (Credit Assessment Process)

- ពិនិត្យស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ ឬប្រវត្តិពិន្ទុឥណទាន
- កំណត់កម្រិតឥណទេយ្យសមរម្យសម្រាប់អតិថិជននីមួយៗ
- មានតារាងវាយតម្លៃឥណទាន (Credit Scoring Matrix)

3. ការតាមដានការទូទាត់ (Receivables Monitoring)

- មានប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិតាមដាន Invoice
- បញ្ជីបំណុលត្រូវបានធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពសម្បូរបែប
- មានកាលវិភាគសកម្មភាព Collections

4. ការវិភាគ និងរាយការណ៍ (Analysis & Reporting)

- Bad Debt Ratio
- រាយការណ៍ជាប្រចាំទៅកាន់គ្រប់គ្រង

៣.៣ យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស

ការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ គឺជាដំណើរការត្រួតពិនិត្យ និងការគ្រប់គ្រងប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាកម្ម។ ការគ្រប់គ្រងគណនីទទួល មានគោលនយោបាយ និងនីតិវិធីដែលបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ ធានាថាក្រុមហ៊ុនទទួលបានការទូទាត់ទាន់ពេលវេលាតាមការកំណត់និងមិនមានភាពយឺតយ៉ាវ។ គោលនយោបាយគ្រប់គ្រងគណនីល្អអាចបង្កើនលំហូរសាច់ប្រាក់ កែលម្អដំណើរការប្រមូលប្រាក់ និងធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកបង់ប្រាក់កាន់តែលឿន ហើយក៏អាចបង្កើនបទពិសោធន៍របស់អតិថិជនបានយ៉ាងច្រើន។ ដូចគ្នានេះដែរការអនុវត្តមិនបានល្អ វាអាចរាំងស្ទះដល់ស្ថាប័ន ក្នុងការអនុវត្តនេះយើងត្រូវកំណត់លក្ខខណ្ឌឥណទាន និងដែនកំណត់ តាមដានវិក្កយបត្រអតិថិជនតាមដានការបង់ប្រាក់យឺត ការប្រមូលឥណទានហួសកាលកំណត់។ ដើម្បីអភិវឌ្ឍលើយុទ្ធសាស្ត្រទៅបាន វាអាស្រ័យទៅនឹងធនធានដែលអង្គភាពមានស្រាប់ និងស្ថានភាពផ្ទៃក្នុងរបស់អង្គភាព។ មានសមាសធាតុ៤ ដែលការគ្រប់គ្រងយុទ្ធសាស្ត្រអង្គភាពត្រូវការចាំបាច់នោះគឺៈ

- ការវិភាគបរិយាកាស (Environmental Scanning)
- ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រ (Strategic Formulation)

- ការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ (Strategic Implementation)
- ការវាយតម្លៃយុទ្ធសាស្ត្រ និងត្រួតពិនិត្យយុទ្ធសាស្ត្រ Strategic Evaluation Control)។

ក. ការវិភាគបរិយាកាស (Environmental Scanning)

ការវិភាគ បរិយាកាសទាំងក្នុង និងខាងក្រៅអង្គភាព ដើម្បីតាមដានស្ថានភាពអាជីវកម្ម និងកត្តានានាដទៃទៀតដែលប៉ះពាល់ដល់ការធ្វើអាជីវកម្មមុននិងសម្រេចចិត្តបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់អង្គភាព។ រាល់ព័ត៌មានទាំងនេះត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយទៅឱ្យបុគ្គលដែលសំខាន់ៗ ក្នុងរចនាសម្ព័ន្ធអង្គភាពបានដឹង។ គោលបំណងនៃការធ្វើវិភាគនេះ ដើម្បីរកមើល និងបង្ហាញពីកត្តាជាយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងៗដែលអាចកើតមានក្នុងអង្គភាព និងក្រៅអង្គភាប ដើម្បីកំណត់បានពីអនាគតអាជីកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ខ. ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រ (Strategic Formulation)

- ការបង្កើតបានជាយុទ្ធសាស្ត្ររួមមួយរបស់អង្គភាព ទាក់ទងនឹងកត្តាដូចខាងក្រោម ដែយុទ្ធសាស្ត្រនោះត្រូវធ្វើរយៈពេលវែង ដោយផ្អែកតាមការគ្រប់គ្រងបានរាល់ការគំរាមកំហែងទាំងឡាយពីមជ្ឈដ្ឋាននានាមកលើអង្គភាព និងយល់ដឹងពីឱកាស (Opportunity) ហើយធ្វើការប្រៀបធៀបជាមួយភាពខ្លាំង និងភាពខ្សោយ (Strengths and Weakness) របស់ក្រុមហ៊ុន។
- ការជាប់ទាក់ទងផងដែលទៅនិងការកំណត់ពីបេសកកម្ម (Mission) និងបានបញ្ជាក់ច្បាស់ពីទិសដៅរយៈពេលវែង (Long term objective) និងព្រៀងយុទ្ធសាស្ត្រប្លែកៗពីគ្នា (Alternative strategy) រួចហើយត្រូវជ្រើសរើសយកយុទ្ធសាស្ត្រណា ដែលស្របនឹងបរិយាកាសអាជីវកម្ម ដើម្បីដាក់ចេញជាគោលនយោបាយ និងណែនាំសម្រាប់អនុវត្ត។

គ.ការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ (Strategic Implementation)

ជាដំណើរការនៃការអនុវត្តទៅលើយុទ្ធសាស្ត្រនានាដែលគេបានជ្រើសរើសយកនិងគោលនយោបាយអង្គភាពតាមកម្មវិធីផ្សេងៗ តាមគម្រោងថវិកា និងតាមទម្រង់ការផ្សេងៗ។ ដំណើរការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រនេះអាចទាក់ទងទៅនឹងការផ្លាស់ប្តូរវប្បធម៌នៃការគ្រប់គ្រង រចនាសម្ព័ន្ធ និងរចនាបទគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ឃ. ការវាយតម្លៃយុទ្ធសាស្ត្រ និងត្រួតពិនិត្យយុទ្ធសាស្ត្រ Strategic Evaluation Control)

គឺជាដំណើរការតាមដានលទ្ធផលពីលើការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ និងសកម្មភាពក្រុមហ៊ុន ដើម្បីធ្វើការប្រៀបធៀបពីការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រដែលក្រុមហ៊ុនចង់បាន។ ជាមួយនេះ អ្នកគ្រប់គ្រងគ្រប់កម្រិតត្រូវប្រើប្រាស់ព័ត៌មាន ឬទូរលេខពីលទ្ធផលនៃការអនុវត្ត ដើម្បីចាត់វិធានការកែតម្រូវរាល់សកម្មភាព និងដោះស្រាយបញ្ហានានា។

៣.៣.១ កំណត់ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនិងលក្ខខណ្ឌគ្រប់គ្រងឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព

- **ការកំណត់ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព**

ការធ្វើផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ជាដំណើរការមួយដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយអាជីវកម្មជាច្រើន។ វាជាវិធីសាស្ត្រមួយដើម្បីជូនដំណឹងពីគោលដៅ និងការរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនតែងជួបប្រទះនូវបញ្ហាសាច់ប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់ ធ្វើចរន្តនៃប្រាក់ចំណូលត្រូវបានរាំងស្ទះ ដើម្បីដោះស្រាយ និងជួយដល់ការបង្កើតគោលការណ៍ពេញលេញមួយ ក្រុមហ៊ុនបានរៀបចំនូវនីតិវិធីដូចខាងក្រោម៖

- តាមដានលើអតិថិជនគ្រប់ប្រភេទ
- បង្កើតការផាកពិន័យ ចំពោះអតិថិជនណាដែលបង់ប្រាក់យឺត ហួសការបរិច្ឆេទកំណត់សង
- ត្រួតពិនិត្យដំណើរការសាច់ប្រាក់
- ត្រួតពិនិត្យវិក្កយបត្រ
- បញ្ចុះតម្លៃសម្រាប់អ្នកដែលទិញបង់លុយភ្លាមៗ។

❖ **កំណត់លក្ខខណ្ឌនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព**

លក្ខខណ្ឌនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព គឺជាប្រភេទយុទ្ធសាស្ត្រនិងសកម្មភាពដែលអាជីវកម្មគួរតែអនុវត្ត ដើម្បីធានាថាការផ្តល់ឥណទេយ្យជូនអតិថិជននឹងនាំឱ្យមានប្រាក់ចំណេញ និងការបង់ប្រាក់ត្រឡប់តាមពេលវេលា។ ខាងក្រោមជាលក្ខខណ្ឌសំខាន់ៗ៖

1. ការវាយតម្លៃសមត្ថភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់អតិថិជន (Creditworthiness Assessment)
   - ពិនិត្យប្រវត្តិឥណទេយ្យ (Credit History)
   - វាយតម្លៃលើសមត្ថភាពបង់ប្រាក់ (Financial Capability)
   - ពិនិត្យលើប្រព័ន្ធច្បាប់ ឬឯកសារដែលអាចធានាបាន
2. មានគោលនយោបាយឥណទេយ្យច្បាស់លាស់ (Clear Credit Policy)
   - កំណត់លក្ខខណ្ឌក្នុងការផ្តល់ឥណទេយ្យ (រយៈពេល, ចំនួន, អត្រាការប្រាក់)
   - កំណត់កម្រិតឥណទេយ្យសម្រាប់អតិថិជននីមួយៗ
   - មានលក្ខខណ្ឌពិន័យច្បាស់នៅពេលយឺតសង
3. ការតាមដានការបង់ប្រាក់ (Payment Monitoring)
   - កត់ត្រាប្រវត្តិការបង់ប្រាក់របស់អតិថិជន
   - រំលឹកការបង់ប្រាក់ជាប្រចាំ
   - ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ software ដើម្បីតាមដានឥណទេយ្យ
4. ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (Staff Training)
   - បុគ្គលិកគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យគួរតែមានចំណេះដឹងនិងជំនាញល្អ
   - មានសមត្ថភាពក្នុងការចរចារលើលក្ខខណ្ឌឥណទេយ្យ
   - អាចដោះស្រាយវិបត្តិជាមួយអតិថិជនបានយ៉ាងមានវិជ្ជាជីវៈ
5. ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា (Use of Technology)
   - ប្រើប្រាស់កម្មវិធីគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ
   - បង្កើនភាពរហ័សក្នុងការពិនិត្យព័ត៌មាន និងការបញ្ជូនវិក្កយបត្រ
6. មានយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការសងប្រាក់យឺត (Debt Collection Strategy)
   - បង្កើតផែនការប្រឈមជាមួយការសងប្រាក់យឺត
   - អនុវត្តវិធានការទាក់ទង ឬទាមទារបង់ប្រាក់ដោយគោរពច្បាប់

៣.៣.២ ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងគណនីអតិថិជន

ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងគណនីអតិថិជនមាន៨ដំហ៊ាននៃគណនីទទួលខាងក្រោមនេះ ដោយផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវផែនទីបង្ហាញផ្លូវសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងដំណើរការគណនីឥណទេយ្យប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

ដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងគណនីអតិថិជន (Customer Account Management Process) ជាដំណើរការដែលអាជីវកម្មប្រើដើម្បីថែរក្សា និងអភិវឌ្ឍទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន។ វាជួយធានាថាអតិថិជនទទួលបានសេវាកម្មល្អ និងមានការពេញចិត្ត។ ដំណើរការនេះអាចចែកចេញជាចំណុចសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

១. ការចុះឈ្មោះអតិថិជននៅពេលមានអតិថិជនមិនថាថ្មីឬក៏ចាស់ចាំបាច់ត្រូវមានឯកសារភ្ជាប់មកជាមួយដើម្បី

- ប្រមូលព័ត៌មានផ្ទាល់ខ្លួន និងព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុ
- បង្កើតគណនីជូនអតិថិជន
- បញ្ជាក់អត្តសញ្ញាណ និងគោលការណ៍ដែលទាក់ទងនិងគណនីឥណទេយ្យ

២. ការទំនាក់ទំនងជាទៀងទាត់ (Regular Communication)

- ផ្ញើព័ត៌មានលំអិតពីផលិតផល/សេវាកម្ម
- ឆ្លើយតបសំណួរ និងជួយដោះស្រាយបញ្ហា
- ការផ្តល់អនុសាសន៍ឬលើកស្ទួយសេវាកម្ម

៣. ការតាមដានប្រតិបត្តិការអតិថិជន (Transaction Monitoring)

- តាមដានប្រវត្តិទិញឬប្រើសេវាកម្ម
- ពិនិត្យសកម្មភាពផ្ទៀងផ្ទាត់
- ប្រើស្ថិតិដើម្បីយល់ពីអាកប្បកិរិយាអតិថិជន

៤. ការគ្រប់គ្រងបញ្ហា និងការតវ៉ា (Issue and Complaint Handling)

- ទទួលសំណើរសុំជំនួយ ឬការតវ៉ា
- ប្រាប់អតិថិជនអំពីដំណោះស្រាយ
- កត់ត្រាបញ្ហាដែលកើតឡើងសម្រាប់កែលម្អ

៥. ការវិភាគ និងធ្វើរបាយការណ៍ (Analysis and Reporting)

- វិភាគដំណើរការគណនី និងភាពសកម្ម
- បង្កើតរបាយការណ៍សម្រាប់ក្រុមគ្រប់គ្រង
- កំណត់ឱកាសអភិវឌ្ឍថ្មី

៦. ការរក្សាទំនាក់ទំនងអតិថិជន (Customer Relationship Maintenance)

- ផ្តល់ជូនផលិតផល/សេវាកម្មថ្មីៗ
- អនុវត្តកម្មវិធីថែមជូន ឬមុខងារបន្ថែម
- បង្កើនភាពជឿជាក់ និងភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន

៧. ការបិទគណនី (Account Closure)

- បញ្ជាក់ចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន
- ជួយដំណើរការបិទគណនីយ៉ាងរលូន
- ប្រមូលមតិអ្នកប្រើប្រាស់សម្រាប់ការកែលម្អ

៣.៣.៣ គ្រប់គ្រងការប្រមូលសាច់ប្រាក់

ការប្រមូលសាច់ប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់សំដៅលើដំណើរការនៃការប្រមូលការទូទាត់ដែលនៅសេសសល់ពីអតិថិជន រាល់ការទិញទំនិញ ឬសេវាកម្មដែលផ្តល់ដោយឥណទាន។ វាជាទិដ្ឋភាពសំខាន់ក្នុងការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អាជីវកម្ម ព្រោះវាប៉ះពាល់ដោយផ្ទាល់ដល់លំហូរសាច់ប្រាក់ទាំងមូលរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ការប្រមូលសាច់ប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពតម្រូវឱ្យមានការត្រួតពិនិត្យយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្ន និងការវិភាគពីនិន្នាការនៃការទូទាត់ កំណត់បញ្ហាដែលកើតមាន ឬគំរូនៃការមិនបង់ប្រាក់។ ម្យ៉ាងទៀត ការធ្វើដូច្នេះ អាជីវកម្មអាចដោះស្រាយបញ្ហាផ្សេងៗយ៉ាងសកម្ម និងកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃបំណុលអាក្រក់។

ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ជាក្រុមហ៊ុនធំមានគេស្គាល់ច្រើន ដូច្នេះក៏ត្រូវបង្កើតផ្នែកប្រមូលសាច់ប្រាក់ដើម្បីខណ្ឌចែកឱ្យដាច់និងជួយក្នុងការសម្រួលដល់ផ្នែកលក់ ក្នុងការប្រមូលប្រាក់។ ផ្នែកនេះមានតួនាទី៖

- ដើរប្រមូលប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់ឱ្យទាន់ពេលវេលា
- ត្រួតពិនិត្យមើលក្រដាសប្រាក់ពិតឬក្លែងក្លាយ
- ត្រួតពិនិត្យមើលក្រដាសមូលប្បទានបត្រថា តើត្រឹមត្រូវទាំងទឹកប្រាក់ និងអក្ខរាវិរុទ្ធ
- កត់ត្រារាល់ការរិះគន់របស់អតិថិជនទាំងអស់ពីសេវា និងគុណភាពដើម្បីធ្វើការកែលម្អ និងរាយការណ៍ជូនថ្នាក់ដឹកនាំ។

៣.៣.៤ បង្កើនឱកាសក្នុងការលក់

រាល់ការលក់គ្រប់ប្រភេទទំនិញប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនបើកឱកាសអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនទិញជឿ ឬជំពាក់នោះក្រុមហ៊ុន ទទួលបាននូវអតិថិជនកាន់តែច្រើនផងដែរ។ ការធ្វើទីផ្សារបែបនេះ នាំឱ្យក្រុមហ៊ុនអាចលក់ចេញបានច្រើន និងឆាប់អស់ដាច់ពីស្តុក វាជៀសវាងក្នុងការសល់ត្រូវបោះចោលដោយទំនិញខូចគុណភាពការកំណត់ការបរិច្ឆេទនៃការផលិត ដែលជាហេតុនាំឱ្យក្រុមហ៊ុនខាត និងបាត់បង់នូវប្រាក់ចំណូលជាច្រើន។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះក្រុមហ៊ុនអាចផលិតមុខទំនិញថ្មីៗបន្ថែមទៀត និងសម្រាប់អតិថិជនដែលមានថវិកាមិនគ្រប់គ្រាន់អាចទទួលបានទំនិញនោះ ដោយឱ្យជំពាក់ និងបង់លុយតាមក្រោយ ម្យ៉ាងទៀតធ្វើឱ្យអតិថិជនមានទំនុកចិត្តលើក្រុមហ៊ុនទៀតផង។ នៅពេលដែលអតិថិជនមានការទិញជំពាក់ ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែកំណត់គោលការណ៍លក់សម្រាប់ពួកគាត់ឱ្យបានច្បាស់លាស់ និងមានប្រសិទ្ធភាព។ ជាមួយគ្នានៅពេលតំណាងចែកចាយរបស់ក្រុមហ៊ុនមកកាត់ស្តុកទំនិញយកទៅលក់បន្ត ដោយមួយចំនួនតូចបានជំពាក់ ក្រុមហ៊ុនក៏ត្រូវកត់ត្រាទុកក្នុងបញ្ជីដើម្បីងាយស្រួលដឹងថាតំណាងណាខ្លះមិនទាន់សង ក្រុមហ៊ុនក៏មានគោលការណ៍និងទុករយៈពេលមួយសមស្របដែលតំណាងអាចមានលទ្ធភាពទូទាត់មកលើក្រុមហ៊ុនវិញ។ គោលការណ៍នោះគឺផ្តល់ការបញ្ចុះតម្លៃដល់អតិថិជនដែលបង់ប្រាក់មុនថ្ងៃកំណត់ត្រូវបញ្ចុះតម្លៃប៉ុន្មានភាគរយ និងការបង់យឺតត្រូវផាកពិន័យប៉ុន្មានភាគរយ។ ពេលដែលអតិថិជនឃើញក្រុមហ៊ុនមានគោលការណ៍បែបនេះ ពួកគាត់

និងចាប់ផ្តើមសងប្រាក់ ទាន់មានការបញ្ចុះថ្លៃទូទាត់ឱ្យក្រុមហ៊ុនបានរួចរាល់ហើយក៏ទិញទំនិញបន្ថែមទៀត ជាហេតុនាំឱ្យការលក់មានការកើនឡើង។

៣.៣.៥ បង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន

គ្រប់កម្មវិធីគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ នឹងធ្វើឱ្យកាន់តែងាយស្រួលសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការទាក់ទងជាមួយអតិថិជន។ ទំនាក់ទំនងទាំងអស់ត្រូវបានរក្សាទុកសម្រាប់ការពិនិត្យ និងការវិភាគនាពេលអនាគត។ ការសន្សំសំចៃពេលវេលានិងបម្រើអតិថិជនឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើងតាមរយៈឧបករណ៍ទំនាក់ទំនងដែលបានបង្កើតឡើងក្នុងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងគណនីដែលទទួលបានកម្រិតខ្ពស់។

៣.៣.៦ រៀបចំគោលការណ៍នៃការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ

ការតាមដានវិក្កយបត្ររបស់អតិថិជន និងការប្រមូលការទូទាត់ទៅការដោះស្រាយវិវាទ ការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងអាចធានាបានថាហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនស្ថិតក្នុងលំដាប់ស្តង់ដាហើយអតិថិជនបង់ប្រាក់មកទាន់ពេលវេលា។ តាមរយៈការធ្វើយុទ្ធសាស្ត្រទាំងនេះ អ្នកអាចបង្កើនផលចំណេញជាអតិបរមា ខណៈដែលបង្កើតប្រព័ន្ធដ៏មានប្រសិទ្ធភាពមួយដើម្បីរក្សាទំនាក់ទំនងអតិថិជន។ ចំណុចខាងក្រោមនេះបង្ហាញពីការអនុវត្តល្អបំផុតមួយចំនួនសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ។

ក. លក្ខខណ្ឌបង់ប្រាក់

ជាជំហ៊ានមួយក្នុងការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ គឺជាបង្កើតលក្ខខណ្ឌបង់ប្រាក់ជាមួយអតិថិជនរបស់អ្នក។ លក្ខខណ្ឌនៃការទូទាត់គួរតែត្រូវបានទាក់ទងយ៉ាងច្បាស់ទៅកាន់អតិថិជន និងកត់ត្រាជាលាយលក្ខណ៍អក្សរមុនពេលពួកគេធ្វើការបញ្ជាទិញ។ លក្ខខណ្ឌនៃការទូទាត់រួមមានកាលបរិច្ឆេទទូទាត់ ការបញ្ចុះតម្លៃណាមួយដែលមានសម្រាប់ការទូទាត់មុន និងថ្លៃសេវាយឺត ការប្រាក់ ឬការពិន័យផ្សេងទៀត ដែលអ្នកនិងវាយតម្លៃលើការទូទាត់យឺត។

ខ. ត្រួតពិនិត្យវិក្កយបត្រ

ពេលបានបង្កើតលក្ខខណ្ឌនៃការទូទាត់វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការត្រួតពិនិត្យវិក្កយបត្រដើម្បីធានាថាអតិថិជនបង់ប្រាក់ទាន់ពេលវេលា។ ក្រុមហ៊ុន ឬអង្គភាពខ្លះត្រួតពិនិត្យវិក្កយបត្រដោយផ្ទាល់ ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនខ្លះទៀតដែលមានអតិថិជនច្រើនត្រូវប្រើកម្មវិធីគណនេយ្យតាមដាននៅពេលដែលវិក្កយបត្រត្រូវបានធ្វើពេលដែលការទូទាត់ដល់កំណត់ និងសម្រួលការផ្គូផ្គងការទូទាត់របស់អតិថិជនទៅនឹងវិក្កយបត្រដែលមិនទាន់ចេញ។

គ. ការអនុវត្តគោលការណ៍បង់ប្រាក់

ជាការពិតណាស់ ដើម្បីធានាថាអតិថិជនកំពុងបង់ប្រាក់ទាន់ពេលវេលាវាជារឿងសំខាន់ក្នុងការតាមដានជាមួយអតិថិជនអំពីសមតុល្យដែលនៅសល់របស់ពួកគេ។ ក្រុមហ៊ុនផ្សេងគ្នាមាននីតិវិធីខុសៗគ្នាក្នុងការដោះស្រាយការរំលឹក ការទូទាត់យឺត។ ជាឧទាហរណ៍ អ្នកខ្លះផ្ញើរបាយការណ៍ប្រចាំខែដែលរៀបរាប់លម្អិតអំពីសមតុល្យមិនទាន់សងរបស់អតិថិជននីមួយៗ។ អ្នកខ្លះធ្វើការរលឹកដោយស្វ័យប្រវត្តិពីរបីថ្ងៃមុនពេលការទូទាត់ដល់កំណត់ ហើយអ្នកខ្លះផ្ញើតាមអ៊ីមែល ឬធ្វើការហៅទូរស័ព្ទទៅកាន់អតិថិជនភ្លាមៗនៅពេលដែលការទូទាត់របស់ពួកគេហួសកំណត់។ អ្នកប្រហែលជាត្រូវបង្វែរគណនីដែលខូចទៅជា ភ្នាក់ងារប្រមូលនៅក្នុងករណីធ្ងន់ធ្ងរ។ មួយវិញទៀតការទូទាត់ដែលនៅសេសសល់ទាំងនោះ និងតាមដានជាមួយអតិថិជនទាន់

ពេលវេលា ជួយអនុវត្តគោលនយោបាយទូទាត់ដោយអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនដឹងថាអ្នកយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំងចំពោះការប្រមូលប្រាក់។

ឃ. ដោះស្រាយវិវាទការទូទាត់ឱ្យបានទាន់ពេលវេលា

នៅពេលដែលអតិថិជនមានការតវ៉ា ឬជំទាស់សមតុល្យរបស់ពួកគេ សូមដោះស្រាយបញ្ហានេះភ្លាមៗ វាអាចពាក់ព័ន្ធលើលក្ខខណ្ឌនៃការទិញ និងការទូទាត់ប្រាក់ដើមដោយពិនិត្យមើលថាតើការទូទាត់ត្រូវបានអនុវត្តមិនបានត្រឹមត្រូវ ឬមានការសន្ទនាដោះស្រាយជាមួយអតិថិជនដើម្បីរកឱ្យឃើញថាតើពួកគេកំពុងជំទាស់និងវិក្កយបត្រដោយសារពួកគេមិនសប្បាយចិត្តជាមួយផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ឱ្យ។ នៅពេលអ្នកដោះស្រាយវិវាទប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈ និងមានក្រមសីលធម៌ ធ្វើឱ្យអតិថិជនស្ងប់ចិត្តនិងយល់ព្រមដោយការពេញចិត្តទាំងសងខាង។

៣.៣.៧ បង្កើនការគ្រប់គ្រងលើមូលធន

ការយល់ដឹងពីសាច់ប្រាក់ និងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវលទ្ធភាពទទួលបានរបស់គណនីគឺជាគន្លឹះនៃការគ្រប់គ្រង និងការកែលម្អទុនបង្វិល។ តាមរយៈគ្រប់គ្រងដើមទុនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពយើងនិងទទួលបាននូវព័ត៌មានជាក់លាក់ពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ខ្លួនដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្តជាយុទ្ធសាស្ត្រវិនិយោគដូចជាការទិញឧបករណ៍នានា ដើមទុនការជួលបុគ្គលិក ការពង្រីកទីតាំង សាខា និងការវិនិយោគដទៃទៀតដើម្បីពង្រីកអាជីវកម្ម។

៣.៣.៨ កំណត់ប្រព័ន្ធសំខាន់ៗក្នុងការគ្រប់គ្រងគណនីឥណទេយ្យ

ក្រុមហ៊ុនប្រើកម្មវិធី និងប្រព័ន្ធផ្សេងៗដើម្បីកំណត់ហានិភ័យ និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពទិន្នន័យ។ ទាំងនេះអាចជួយរៀបចំការទទួលខុសត្រូវរបស់ក្រុមហ៊ុន ឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។

ក. ប្រព័ន្ធទទួលយក៖ ផ្អែកលើព័ត៌មានឥណទាន ក្រុមហ៊ុនត្រូវធ្វើការកំណត់ថា តើអតិថិជនថ្មីត្រូវបានទទួលឬមិនទទួលយក។

ខ. ប្រព័ន្ធតាមដាន៖ ប្រព័ន្ធនេះពិនិត្យមើលផលបត្រទាំងមូលសម្រាប់ការយល់ដឹងទៅលើអតិថិជន និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដែលមានស្រាប់ មានសារៈសំខាន់ជាពិសេសទាក់ទងទៅនឹងភាគី។

គ. ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងគណនេយ្យ៖ រាល់ការទូទាត់និងទទួលត្រូវបានកត់ទុកក្នុងប្រព័ន្ធផ្តល់ការយល់ដឹងពីលំហូរសាច់ប្រាក់ និងហានិភ័យផ្សេងៗ។

ឃ. ប្រព័ន្ធវិក្កយបត្រ៖ វិក្កយបត្រអាចត្រូវបានផ្ញើរដោយដៃ ឬដោយប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិច។

ង.ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងអតិថិជន៖ ពត៌មានដែលទាក់ទងនិងកិច្ចព្រមព្រៀង ទំនាក់ទំនងនិងកិច្ចសន្យាជាមួយអតិថិជន។ ពាក្យបណ្តឹងអាចត្រូវបានដំណើរការនៅក្នុងប្រព័ន្ធនេះដើម្បីការពារការទូទាត់នៅពេលក្រោយ។

ជំពូកទី៤
ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយគឺជា ការវិភាគទៅលើការអភិវឌ្ឍការងារដែលដំណើរការរួចរបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យដឹងពីការ ការវាយតម្លៃ ការវាស់វែងពីដំណើរការ ការប្រៀបធៀប ការរកចំណុចវិជ្ជមាន និង អវិជ្ជមាននៃសកម្មភាព ចំពោះការងារកន្លងមករបស់ក្រុមហ៊ុន។ ក្រោយពីបានសិក្សាពីប្រធានបទ ប្រសិទ្ធភាពនៃ ការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីសរួចមក យើងខ្ញុំបានពិនិត្យឃើញថា ក្នុងការគ្រប់គ្រង ប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនមានចំណុចខ្លាំង ហើយនិងចំណុចខ្សោយមួយចំនួន ប៉ុន្តែការវិភាគចំណុច ទាំងនេះ វាពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ពីព្រោះបានផ្តល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការកែសម្រួល និង អភិវឌ្ឍន៍ដើម្បីឱ្យ ក្រុមហ៊ុនរីកចម្រើនទៅមុខបន្ត។

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង

១. យុទ្ធសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ

- កំណត់ពេលវេលានិងលក្ខណ្ឌបានច្បាស់លាស់ដើម្បីកុំឲ្យអតិថិជនបង់យឺតនិងគេចវេស
- ដំណើរការសហការណ៍ជាមួយធនាគារក្នុងការតាមដានថាតើអតិថិជនមានធ្លាប់ជាប់កម្ចីឬអត់បើមាន តើការបង់ប្រចាំខែរបស់គាត់ទៀងទាត់ឬយឺតយ៉ាវហើយបើសិនជាយឺតយ៉ាវតើយឺតរយៈពេលវែងឬមួយខ្លី
- មានយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលប្រាក់ដោយមិនមានការគំរាមកំហែងនិងមិនប្រើពាក្យសម្តីគំរោះគំរើយដាក់អតិថិជន។
- មានការអនុគ្រោះដល់អតិថិជនដែលបង់យឺត ១ឬ២ ថ្ងៃដោយមិនមានការពិន័យ

២. ការរក្សាទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនចាស់

មានតំណាងអភិបាលអតិថិជនដែលត្រៀមជួយដោះស្រាយបញ្ហាអតិថិជនបានគ្រប់ពេល

- មានការទាក់ទងជាប្រចាំ ដូចជា៖ សួរសុខទុក្ខ តាមទូរស័ព្ទ ឬផ្ញើសារ
- ផ្តល់ការបញ្ចុះតម្លៃពិសេសឬរង្វាន់ជាប្រចាំនិងបង្កើតប័ណ្ណសមាជិកសម្រាប់អតិថិជន
- ពិចារណាតម្លៃជាពិសេសសម្រាប់អតិថិជនដែលទិញជារឿយៗ ឬបរិមាណច្រើន

៣.ការបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនថ្មី

- ផ្តល់ព័ត៌មានសំខាន់ៗអំពីផលិតផល និងអត្ថប្រយោជន៍
- ផ្តើមដោយភាពជាពាណិជ្ជកម្មវិជ្ជាជីវៈ
- ផ្តល់ការលើកទឹកចិត្ត
- ធ្វើការទស្សនកិច្ច និងជួបជាមួយគ្នាជាថ្មី

៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ

- ទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនៈ ការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យមិនមានប្រសិទ្ធភាពធ្វើឱ្យមានភាពមិនចុះសម្រុងទំនាក់ទំនងមិនសូវល្អជាមួយអតិថិជនតាមរយៈភាពមិនច្បាស់លាស់ និងការសម្របសម្រួលមិនល្អ

- ការធ្លាក់ចុះនៃសាច់ប្រាក់:ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនខ្មែរប៊ែវើរីជីសគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យមិនបានល្អ ក្រុមហ៊ុន និងទទួលបានការសងប្រាក់ត្រឡប់ពីអតិថិជនមកវិញមិនតាមពេលវេលាដែលបានកំណត់
- ប្រាក់ដើមទុនៈ បើប្រាក់ជាប់នៅក្នុងវិក័យបត្រមិនទានបានទទួលពេលយូរ វាធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនខ្វះប្រាក់ដើមទុនសម្រាប់ទិញវត្ថុធាតុដើម្បីផលិតនូវផលិតផលបន្ត
- ការប្រមូលប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់ ការទូទាត់ដែលនៅសេសសល់ វាបានប៉ះពាល់ដល់លំហូរសាច់ប្រាក់ និងសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ជំពូកទី៥
សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

បន្ទាប់ពីបានសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងស្វែងយល់ទៅលើការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស ដែលជាក្រុមហ៊ុនដែលឈរជើង និងរីកចម្រើនជាលំដាប់បានយូរជាងគេនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ក្រុមហ៊ុនដែលមានផលិតផល គុណភាព រសជាតិ អនាម័យខ្ពស់ ដែលជាកត្តាចំបងធ្វើឱ្យមានសន្ទុះនៃការគាំទ្រច្រើនពីមហាជន។ មួយវិញទៀតក្រុមហ៊ុនបានបង្ហាញក៏ដូចជាមានការរៀបចំនូវប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យច្បាស់លាស់ដែលផ្តោតទៅលើអតិថិជនដែលជំពាក់ទាំងអស់មិនថាចាស់ ថ្មី ដែលបង្ហាញក្នុងរបាយការណ៍បានត្រឹមត្រូវនូវចំនួនសាច់ប្រាក់ដែលមិនទាន់បានទូទាត់ ចំណេញខាតផងដែរ កត់ត្រាដោយបុគ្គលិកមានជំនាញទៅតាមផ្នែកប្រកបទៅដោយសមត្ថភាពខ្ពស់ មានការគ្រប់គ្រងការរៀបចំរបាយការណ៍ រៀបចំបញ្ជីអតិថិជនជំពាក់បានយ៉ាងល្អ ជាពិសេសនោះគឺមានយុទ្ធសាស្ត្ររក្សាអតិថិជនចាស់ និងរកអតិថិជនថ្មីបានថែមទៀតផង។

សរុបសេចក្តីមក បន្ទាប់ស្រាវជ្រាវទៅលើក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីសពិតជាមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ក្នុងការរៀបចំគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ ដែលជាផ្នែកមួយនៃប្រាក់ចំណេញ រួមជាមួយការកើនឡើងនៃប្រាក់ចំណូលក៏ដោយសារតែក្រុមហ៊ុនមានការគាំទ្រពីសំណាក់អតិថិជនដែលប្រើប្រាស់ដែលអាចបញ្ជាក់បានថាពីការរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយចំណែក ដែលធ្វើឱ្យក្រុមនាងខ្ញុំសន្និដ្ឋានបានថា ការគ្រប់គ្រងការរក្សាអតិថិជនទាំងអស់ជាពិសេសប្រភេទអតិថិជនជំពាក់ដោយទំនិញជឿពិតជាសំខាន់ណាស់វាជាផ្នែកមួយនៃការបង្កើនប្រាក់ចំណូលក្រុមហ៊ុន។

៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍

បន្ទាប់ពីបានសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងការបកស្រាយទៅលើការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្មែរ ប៊ែវើរីជីសរួចមក គឺមានចំណុចខ្លាំងជាច្រើនដែលអាចឱ្យយើងធ្វើការប្រៀបធៀបទៅលើដៃគូប្រកួតប្រជែងក្នុងស្រុកបាន។ ទោះបីជាយ៉ាងណា ក៏ក្រុមហ៊ុននៅមានចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនដែរ ដើម្បីជាជំនួយបន្ថែមនូវក្នុងការកែលម្អក្នុងន័យស្ថាបនាជួយឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពទៀតនោះ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមចូលរួមផ្តល់ជាអនុសាសន៍មួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- ក្រុមហ៊ុនគួរតែផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តដល់អតិថិជនទៅតាមកម្រិតនៃការសងប្រាក់ទៀងទាត់របស់អតិថិជន
- រាល់ពេលក្រុមហ៊ុនមានវិវាទវិក្កយបត្រក្រុមហ៊ុនគួរតែដោះស្រាយជូនអតិថិជនឱ្យបានភ្លាមៗ
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែបង្កើនភាពស្និតស្នាល ទំនាក់ទំនង យកចិត្តទុកដាក់ជាមួយអតិថិជនឱ្យបានច្រើន។

ឯកសារយោង

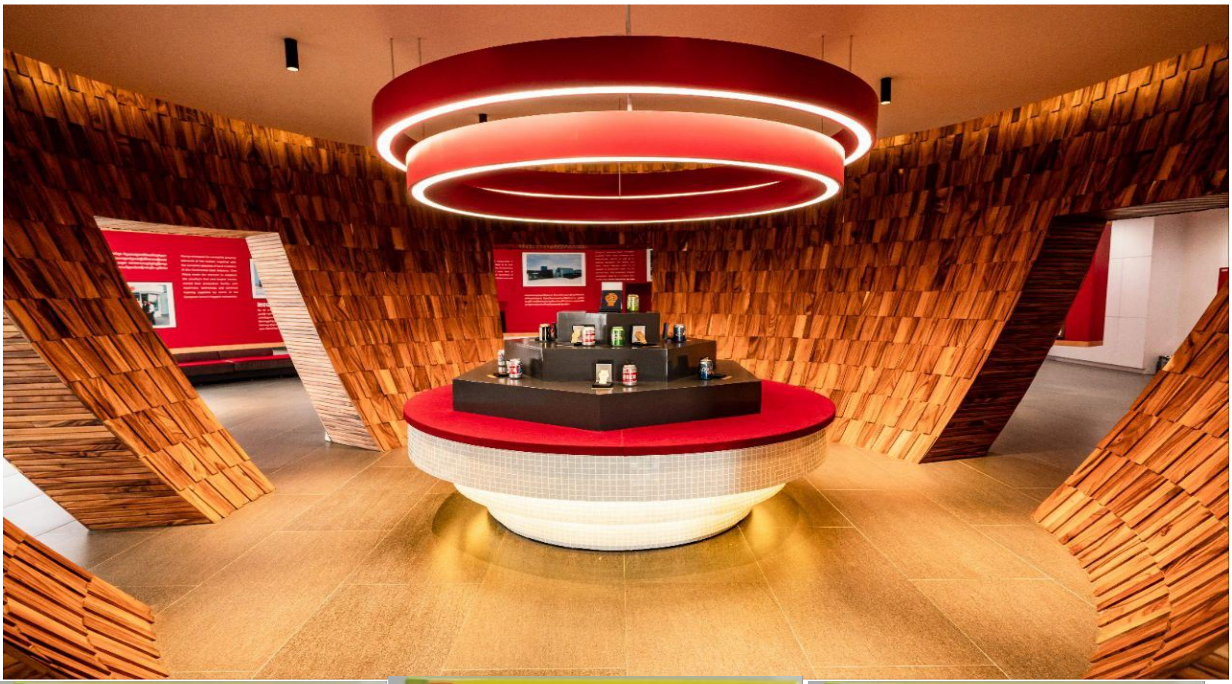
- សិក្សាស្រាវជ្រាវនៅក្នុងបណ្ណាល័យសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា តាមរយៈសៀវភៅសារណាសិស្សច្បង ដែលបានបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រមានដូចជា៖

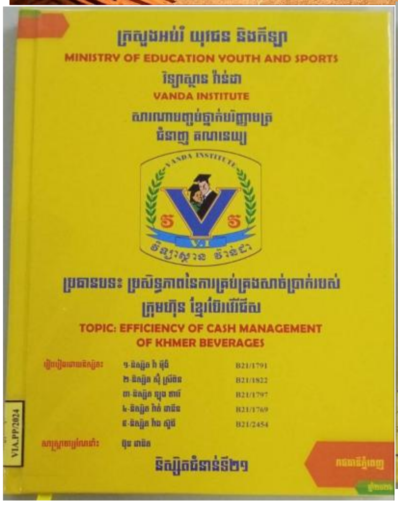
1. រៀបរៀងដោយនិស្សិត ធិ សម្ផស្ស. (2023). *ប្រធានបទ៖ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យ របស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរ ប៊ែវើរីជីស* សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាន់ទី២១ ជំនាញគណនេយ្យ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ទំព័រទី៥ ៣០ទំព័រ. ភ្នំពេញ។
2. រៀបរៀងដោយនិស្សិត វ៉ា ម៉ីង៉, ស៊ុំស្រីពិន, ឡុង ថាវរី, ប៉ាត់ ដានីន, វ៉ាង ស៊ូធី. (2023). *ប្រធានបទ៖ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរប៊ែវើរីជីស* សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាន់ទី២១ ជំនាញគណនេយ្យ នៃវិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា. ទំព័រទី៤ ៣៥ទំព័រ. ភ្នំពេញ។

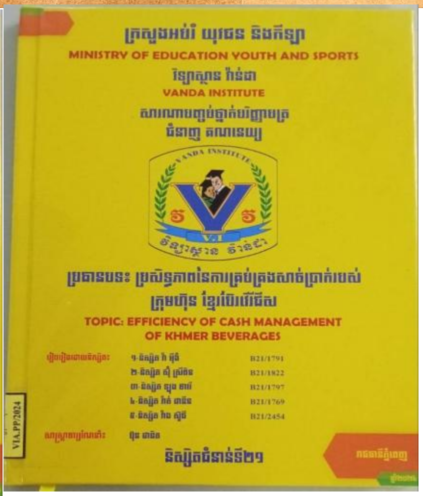
- សិក្សាស្រាវជ្រាវតាមរយៈប្រព័ន្ធអ៊ីនធើណេត (google, You Tube, Facebook)

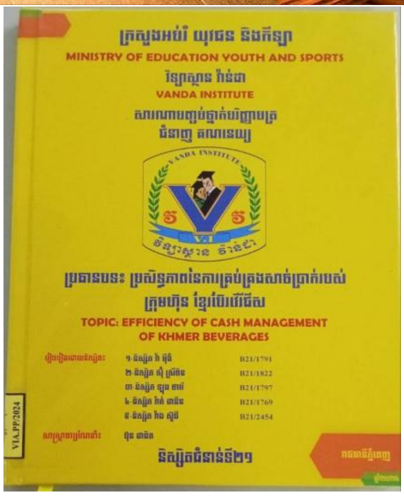
1. **https://www.khsearch.com**
2. **https://corporatefinanceinstitute.com**
3. **https://thmeythmey.com**
4. **https://en.m.wikipedia.org**
5. **https://web.facebook.com/kongchhaylengcambodia**
6. **https://metodologiasapiens.com/km/que-es-sapiens/**
7. **https://www.tvet-elearning.com/home/course**
8. **https://clubniset.wordpress.com**
9. **https://www.rsisinternational.org**
10. **https://www.bing.com/search?e**
11. Facebook Page. Khem Sarith. (2023, September 29). Retrieved from https://www.facebook.com/Khemsarithedu
12. Bcd. Nicolas Fontaine. *Accounts receivable.* Retrieved August, 12 2025 from https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/templates-business-guides/glossary/accounts-receivable
13. Investopedia. By Adam Hayes. (2025, October 02). Accounts Receivable (AR): Definition, Uses, and Examples Retrieved from https://www.investopedia.com/terms/a/accountsreceivable.asp

ឧបសម្ព័ន




ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS
វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា
VANDA INSTITUTE
សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ
ជំនាញ គណនេយ្យ
VANDA INSTITUTE
V.I
ប្រធានបទ៖ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់
ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរប៊េវើរីជីស
TOPIC: EFFICIENCY OF CASH MANAGEMENT
OF KHMER BEVERAGES
B21/1791
B21/1822
B21/1797
B21/1769
B21/2454
និស្សិតជំនាន់ទី២១
VIA.PP/2024


ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS
វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា
VANDA INSTITUTE
សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ
ជំនាញ គណនេយ្យ
VANDA INSTITUTE
V.I
ប្រធានបទ៖ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់
ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរប៊េវើរីជីស
TOPIC: EFFICIENCY OF CASH MANAGEMENT
OF KHMER BEVERAGES
B21/1791
B21/1822
B21/1797
B21/1769
B21/2454
និស្សិតជំនាន់ទី២១
VIA.PP/2024


ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS
វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា
VANDA INSTITUTE
សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ
ជំនាញ គណនេយ្យ
VANDA INSTITUTE
V.I
ប្រធានបទ៖ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់របស់
ក្រុមហ៊ុន ខ្មែរប៊េវើរីជីស
TOPIC: EFFICIENCY OF CASH MANAGEMENT
OF KHMER BEVERAGES
B21/1791
B21/1822
B21/1797
B21/1769
B21/2454
និស្សិតជំនាន់ទី២១
VIA.PP/2024