

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS



សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា

VANDA UNIVERSITY



សារណាមញ្ញប័ត្រាភ័យវិញ្ញាបន្ត

ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់

ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា)

BENEFITS OF MOTIVATING OF TOYOTA CAMBODIA
EMPLOYEES

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៥

PHNOM PENH-2025

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS



សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា

VANDA UNIVERSITY



សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ

ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់

ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា)

BENEFITS OF MOTIVATING OF TOYOTA CAMBODIA
EMPLOYEES

គ្រូបណ្ឌិត៖ យឿង វង់

ជំនាញ គណនេយ្យ

រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៥

PHNOM PENH-2025



**គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាន់ទី២២
ប្រធានបទ៖ ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា
(ខេមបូឌា)**

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី១

បេក្ខបណ្ឌិត មាស សំណាង

ត្រូវណែនាំ

យឿង វង់

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី៣

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ែម សុខហៀក

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី២

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក វុធី

ប្រធានគណៈកម្មការវាយតម្លៃ និងជានាយក
មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

បណ្ឌិត សេង សំអឿន

អនុប្រធានគណៈកម្មការវាយតម្លៃ និងជានាយករង
មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

បេក្ខបណ្ឌិត ស្រេង ផល្លា



សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា

បណ្ឌិត ហេង វ៉ាន់ដា

សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា

បណ្ឌិត ហ៊ុំ គុជគន្ធលីនណា

លេខកថា

ក្រោយពីបានសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យនៅសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា អស់រយៈពេល៤ ឆ្នាំសិក្សារួចមក ក្រុមយើងខ្ញុំបានទទួលនូវចំណេះដឹងជាច្រើន ពាក់ព័ន្ធនឹងមុខវិជ្ជាគណនេយ្យជាពិសេសក្រុម យើងខ្ញុំយល់ច្បាស់ថាជំនាញគណនេយ្យគឺជាជំនាញមានសារៈសំខាន់មួយដែរសម្រាប់ទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន ក្នុង នោះស្ថាប័នរដ្ឋក្តី ឯកជនក្តី ឬអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្តី សុទ្ធតែត្រូវអនុវត្តកិច្ចការធនាគារដូចគ្នា។ ដោយឡែក ដើម្បីជម្រុញឱ្យការសិក្សារបស់និស្សិតកាន់តែមានគុណភាពខ្ពស់ វិទ្យាស្ថាន វ៉ាន់ដា បានបញ្ចូលនូវមុខជំនាញ សំខាន់ៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការងារ គណនេយ្យនិងហិរញ្ញវត្ថុនិងធនាគារ តាមកម្មវិធីសិក្សាក្នុងឆ្នាំសិក្សាទីមួយ រហូតដល់ឆ្នាំសិក្សាទី៤។

គ្រប់មុខវិជ្ជាទាំងអស់ សុទ្ធតែមានសារៈសំខាន់ក្នុងការត្រួតត្រាយផ្លូវនិស្សិតឱ្យយល់ច្បាស់ពីការ អនុវត្តការងារធនាគារពីការចាប់ផ្តើមរៀបចំផែនការ ការអនុវត្ត ការបញ្ចប់ និងត្រួតពិនិត្យ វាយតម្លៃព្រមទាំង ផ្តល់ជាអនុសាសន៍នៅក្នុងការងារធនាគារ ដើម្បីពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រងនៅក្នុងស្ថាប័នខ្លួន ក្នុងន័យឆ្លើយ តបឱ្យបានល្អប្រសើរនឹងគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដែលបានដាក់ចេញ។ ដោយក្រុមយើងខ្ញុំ សង្កេតឃើញថាកិច្ចការងារមួយនេះមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងស្របពេលនៃការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សា ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្របានមកដល់ ទើបក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសនូវប្រធានបទមួយស្តីពី **ផលប្រយោជន៍ នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា)** យកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងចងក្រង ក្នុងគោលបំណងឱ្យអ្នកស្រាវជ្រាវទាំងអស់ឱ្យយល់កាន់តែស៊ីជម្រៅពីការរៀបចំសារណានិងប្រសិទ្ធភាពនៃ ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកវាពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់។ ក្រុមយើងខ្ញុំសង្ឃឹមថាការរៀបចំសារណានេះ នឹងបានចូលរួមចំណែកក្នុងការស្រាវជ្រាវរបស់និស្សិតជំនាន់ក្រោយៗ ព្រមទាំងអ្នកស្រាវជ្រាវដ៏ទៃទៀតដែល មានបំណងសិក្សាស្វែងយល់ឱ្យកាន់តែស៊ីជម្រៅពីកិច្ចការមួយនេះ។

ជាទីបញ្ចប់ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមមេត្តាខន្តី អភ័យទោស ពីសំណាក់លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ រៀបច្បង និងអ្នក អានទាំងអស់ នូវរាល់កំហុសឆ្គងដែលកើតមានដោយអចេតនា នៅក្នុងសារណានេះ ហើយក្រុមយើងខ្ញុំសូម ធ្វើការអភ័យទោសនូវរាល់ពាក្យពេចន៍ អក្ខរាវិរុទ្ធ ក្នុងការប្រើពាក្យមិនបានត្រឹមត្រូវ ដើម្បីធ្វើការរៀបចំពេល ក្រោយទៀតឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរជាងនេះ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមស្វាគមន៍ដោយសេចក្តីរីករាយនូវរាល់កំហុសខុស ឆ្គងនៃការរិះគន់ក្នុងការស្ថាបនាឡើងវិញ។

បេតិកភណ្ឌក្រុម



ញឹម ថៃរៈ
ID: B22/924



ត្រីក ភ័ក្ត្រថា
ID: B22/736



ម៉ុន ស្រីពេជ្រ
ID: BB 711



មួង ស្រីនិច
ID: B22/844



ធឿន ឡាអង
ID: B22/914

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ក្រុមយើងខ្ញុំជានិស្សិតនៃសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២២ ជំនាញគណនេយ្យនៃសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា ដែលបានសិក្សាស្រាវជ្រាវសរសេររបាយការណ៍បញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ទៅលើប្រធានបទ **ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា)**

សូមគោរពជូនអំណរគុណ និងថ្លែងអំណរគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅចំពោះ

ក្រុមគ្រួសារដែលបានជួយឧបត្ថម្ភ គាំទ្រ ទាំងសម្ភារៈ ថវិកា និងស្មារតី ជំរុញលើកទឹកចិត្ត ដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ ក្នុងការសិក្សារៀនសូត្រដើម្បីទទួលបានចំណេះដឹងជាច្រើនរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ ក្នុងនោះក្រុមយើងខ្ញុំសូមសំដែងនូវការគោរព និងកតញ្ញាតាមយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុត ដល់លោកឪពុក នឹងអ្នកម្តាយដែលបានផ្តល់កំណើតដល់នាងខ្ញុំគ្រប់រូប និងសូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ដល់បណ្ឌិតសាស្ត្រាចារ្យលោកគ្រូ អ្នកគ្រូ ទាំងអស់ ដែលបានយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការ បណ្តុះបណ្តាលក្រុមយើងខ្ញុំនាពេលកន្លងមក។

ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមសំដែងនូវការគោរពដ៏គុណដ៏ជ្រាលជ្រៅដល់ឯកឧត្តមបណ្ឌិត **ហេង វ៉ាន់ដា** សាលកិច្ចការនៃសាកលវិទ្យាល័យ វ៉ាន់ដា ដែលបានផ្តល់ទីកន្លែងបណ្តុះបណ្តាលដែលជាទីទុកចិត្តដល់កក់ក្តៅមួយ ព្រមទាំងផ្តល់បទពិសោធន៍យ៉ាងច្រើនដល់យើងខ្ញុំ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណចំពោះលោកគ្រូ **យឿន វ៉ាន់ដា** ជាគ្រូណែនាំ ដែលបានជួយជ្រោមជ្រែង បង្ហាត់បង្ហាញផ្លូវសព្វបែបយ៉ាង ដើម្បីជួយដល់ក្រុមយើងខ្ញុំបញ្ចប់កិច្ចការសារណានេះជាស្ថាពរ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណដល់សាស្ត្រាចារ្យ និងបុគ្គលិកនៃវិទ្យាស្ថានវ៉ាន់ដាទាំងអស់ដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបង្ហាត់បង្ហាញ លើកទឹកចិត្ត អនុគ្រោះដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ រហូតធ្វើឱ្យការសិក្សាបានបញ្ចប់ និងទទួលបានជោគជ័យក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ព្រមទាំងបានចងក្រងចេញជាសៀវភៅនេះឡើងមក។

ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះដែរ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមប្រសិទ្ធពរជ័យជូនដល់បុគ្គលទាំងអស់ខាងលើឱ្យជួបតែពុទ្ធពរឬប្រការ គឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អំណះអំណាង

យើងខ្ញុំជានិស្សិតបញ្ចប់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យ នៃសាកលវិទ្យាភ្នំពេញ ជំនាន់ទី២២។ ក្រុមនាងខ្ញុំសូមធានាអះអាងថា នឹងទទួលខុសត្រូវលើខ្លឹមនៅក្នុងសារណាមួយនេះក្រោមប្រធានបទ ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា) ដែលនេះគឺជាស្នាដៃស្រាវជ្រាវផ្ទាល់របស់ក្រុមនាងខ្ញុំពិតប្រាកដមែន ដោយទិដ្ឋភាពទាំងនេះកើតឡើងដោយសារការខិតខំប្រឹងប្រែងស្រាវជ្រាវ និងបានមកពីក្រុមហ៊ុនផងដែរ។ ចំពោះឯកសារដកស្រង់ មួយចំនួនគឺបានមកពីការស្រាវជ្រាវថ្មីៗមិនទាន់មានជនណាម្នាក់យកទៅប្រើប្រាស់ជាបន្តបន្ទាប់នៅឡើយទេ។

ថ្ងៃពុធ.៨កើត. ខែ.ភទ្រិ. ឆ្នាំម្សាញ់ សប្តស័ក ព.ស.២៥៦៩

ថ្ងៃទី.២.៩ ខែ.តុលា ឆ្នាំ២០២៥

ហត្ថលេខាអំណាចក្រុម



ញឹម ថៃរៈ

សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្រុមហ៊ុន Toyota Tsusho Group ជាក្រុមហ៊ុនដែលឈានមុខគេ និងបានដំណើរការអាជីវកម្មក្នុងប្រទេសកម្ពុជាតាំងពីឆ្នាំ១៩៩៣ មកម៉្លេះក្នុងនាមជាអ្នកបម្រើ សេវាកម្មផ្នែកទិញលក់ ដោយយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់លើ គុណភាព ការជុសជុល និងការថែទាំ ពិសេសការលើកទឹកចិត្តដែលក្រុមហ៊ុនផ្តល់ជូនបុគ្គលិក។ ក្រុមហ៊ុន ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយលោក Kiichiro Toyoda ក្នុងឆ្នាំ១៩៣៧ដែលផ្តាច់ចេញពី ក្រុមហ៊ុនឧស្សាហកម្ម Toyota របស់ឪពុកលោកដើម្បីបង្កើតរបស់ខ្លួន។ ចក្ខុវិស័យធំមួយរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា) គឺការជួយអភិវឌ្ឍបន្ថែមលើជំនាញរបស់បុគ្គលិកគ្រប់រូបអោយកាន់តែប្រសើរឡើង។ ដើម្បីក្លាយជាអ្នកនាំចូល និងចែកចាយរថយន្តដែលគួរឱ្យទុកចិត្តបំផុតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងក្នុងតំបន់ ដោយការរួបរួមរវាងមនុស្ស និងរថយន្ត រួមចំណែកដល់សង្គម និងការថែរក្សាបរិស្ថាន។ សម្តេចធិបតី ហ៊ិន ម៉ាណែត លើកទឹកចិត្តឱ្យក្រុមហ៊ុន Toyota ពិចារណាក្នុងការបង្កើតកម្មវិធីផ្លាស់ប្តូរបទពិសោធន៍ការងាររវាងបុគ្គលិកកម្ពុជា-ជប៉ុន ដើម្បីពង្រឹងបទពិសោធន៍លើចំណេះដឹង វិជ្ជាជីវៈ វប្បធម៌ ប្រពៃណី ក៏ដូចជាទំនាក់ទំនងជិតស្និទ្ធរវាងប្រជាជន និងប្រជាជននៃប្រទេសទាំងពីរ។ ជំនួបនេះ លោក Ichiro KASHITANI បានថ្លែងអំណរគុណចំពោះសម្តេចធិបតី ដែលបានឆ្លៀតពេលវេលាដ៏មមាញឹកអនុញ្ញាតឱ្យរូបលោក និងសហការី ចូលជួបសម្តែងការគួរសម ព្រមទាំងបានជម្រាបជូនអំពីវឌ្ឍនភាពរីកចម្រើន នៃសកម្មភាពអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន និងអំពីដំណើរការបង្កើតរោងចក្រដំឡើងរថយន្ត Toyota នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលបាននិងកំពុងប្រព្រឹត្តទៅ ហើយនឹងរួចរាល់នាពាក់កណ្តាលឆ្នាំ២០២៤ ខាងមុខនេះ និងជួយសម្រួលការងារដ៏ប្រជាពលរដ្ឋនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាជាច្រើនសន្លឹកសន្ធាប់ផងដែរ។

យោងទៅតាមការស្រាវជ្រាវ តាមរយៈវេបសាយរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាអស់រយៈពេលជាច្រើនខែកន្លងមកនេះ ក្រុមយើងខ្ញុំបានផ្តោតសំខាន់ទៅលើផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា ដោយយើងទទួលបានសមិទ្ធផលមួយចំនួនដូចជា យល់ដឹងពីស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន ប្រវត្តិបេសសកម្ម ទស្សនៈវិស័យ ក៏ដូចជាវចនាសម្ព័ន្ធ ការផ្តោតសំខាន់ទៅលើគោលនយោបាយ និងនីតិវិធីក្នុងការលើកទឹកចិត្ត ដែលអនុវត្តតាមវិធីសាស្ត្រ២បែបគឺ លើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកផ្នែកខាងក្នុង និងការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកផ្នែកខាងក្រៅ ជាពិសេសផលប្រយោជន៍ដែលក្រុមហ៊ុនទទួលបានពីការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកដូចជាការធ្វើឱ្យសារធារណៈជនស្គាល់ច្បាស់ពីក្រុមហ៊ុន ការពង្រឹងភាពរឹងមាំនៃអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ការបង្កើនប្រាក់ចំណូលដល់ក្រុមហ៊ុន ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានការរីកចម្រើន ព្រមទាំងទទួលបានពានរង្វាន់ និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីល្បាញ។

សង្ខេបជារួមមក ការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបស់ក្រុមយើងខ្ញុំសូមធ្វើការសន្និដ្ឋានថាក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាបានផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍នៅក្នុងការលើកទឹកចិត្តបានយ៉ាងល្អ និងមានប្រសិទ្ធភាពយ៉ាងខ្លាំងដល់បុគ្គលិក។ តែទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក្រុមហ៊ុននៅតែមានចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនផងដែរ។ ដូច្នេះជាចុងក្រោយ ក្រុមយើងខ្ញុំសង្ឃឹមថាក្រុមហ៊ុនបន្តការអនុវត្ត និងពង្រឹងបន្ថែមទៅលើចំណុចខ្លាំងឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរឡើងថែមទៀត និងកែប្រែចំណុចខ្វះខាតរបស់ខ្លួន ដើម្បីឱ្យក្រុមហ៊ុនទទួលបាននូវភាពរីកចម្រើន និងភាពជោគជ័យទ្រេងទ្រី។

មាតិកា

ទំព័រ

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

ជំពូកទី១

សេចក្តីផ្តើម

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

ជំពូកទី២

ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក	៥
២.១.១ និយមន័យការលើកទឹកចិត្ត	៥
២.១.២ ប្រវត្តិនៃការលើកទឹកចិត្ត	៦
២.១.៣ ទ្រឹស្តីនៃការលើកទឹកចិត្ត	៦
២.១.៤ និយមន័យបុគ្គលិក	៧
២.១.៥ ទ្រឹស្តីពាក់ព័ន្ធនៃបុគ្គលិក	៨
២.១.៦ ផលប្រយោជន៍ដែលបុគ្គលិកទទួលបាន	៩
២.២ គោលនយោបាយក្នុងការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម	៩
២.២.១ និយមន័យការគោលនយោបាយ	៩
២.២.២ ទ្រឹស្តីធាតុនៃគោលនយោបាយ.....	១០

២.២.៣ និយមន័យពាណិជ្ជកម្ម	១០
២.២.៤ ប្រវត្តិពាណិជ្ជកម្ម.....	១០
២.២.៥ ទ្រឹស្តីពាណិជ្ជកម្ម	១០
២.៣ ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម.....	១១
២.៣.១ និយមន័យផលប្រយោជន៍	១១
២.៣.២ ប្រវត្តិនៃផលប្រយោជន៍	១១
២.៣.៣ ទ្រឹស្តីផលប្រយោជន៍	១១
២.៣.៤ និយមន័យក្រុមហ៊ុន.....	១៣
២.៣.៥ ប្រវត្តិក្រុមហ៊ុន.....	១៣

ជំពូកទី៣

ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា)

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា.....	១៤
៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា.....	១៤
៣.១.២ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម របស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា.....	១៩
ក.ចក្ខុវិស័យ.....	១៩
ខ.បេសកកម្ម.....	២០
គ.គោលដៅ.....	២០
៣.១.៣ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង គ្នានាទី និងការកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា	២១
ក. រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង.....	២២
ខ. គ្នានាទីគណៈគ្រប់គ្រង.....	២២
៣.២ ការអនុវត្តន៍គោលនយោបាយក្នុងការលើកទឹកចិត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា	២៤
៣.២.១ ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកផ្នែកខាងក្នុង	២៤
៣.២.២ ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកផ្នែកខាងក្រៅ.....	២៥
ក. ប្រាក់រង្វាន់និង ប្រាក់លើកទឹកចិត្ត.....	២៥
ខ. ប្រាក់ឧបត្ថម្ភអតិផរណា	២៥
គ. ប្រាក់ឧបត្ថម្ភមុខតំណែងសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងលំដាប់ថ្នាក់	២៦
ឃ. វិធីគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក	២៦
ង. វិធីសាស្ត្រលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក	២៦
៣.៣ ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា	២៧
៣.៣.១ ប្រសិទ្ធភាពនៃការលើគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក	២៧
៣.៣.២ ផលប្រយោជន៍ដែលក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាទទួលបានពីការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក.....	២៨

ជំពូកទី៤

ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង.....	៣០
៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ.....	៣០

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន	៣២
៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍	៣៣

ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

ប្រទេសកម្ពុជា ជាប្រទេសមួយដែលកំពុងអភិវឌ្ឍន៍យ៉ាងខ្លាំងទៅលើគ្រប់វិស័យ ដោយយើងឃើញថា សព្វថ្ងៃមានបណ្តាក្រុមហ៊ុនជាច្រើនកំពុងសម្រុកមកបណ្តាក់ទុនធ្វើអាជីវកម្មរបស់ពួកគេជាបន្តបន្ទាប់។ ទាំងអ្នកវិនិយោគក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុកបានចាប់អារម្មណ៍មកលើទីផ្សារកម្ពុជាខ្លាំង ដោយគេគិតថាកម្ពុជា ជាគោលដៅល្អបំផុតសម្រាប់អាជីវកម្មគ្រប់ប្រភេទនាពេលអនាគត។ ក្នុងនោះក៏មានក្រុមហ៊ុនជាច្រើនដែលធ្វើការវិនិយោគទុនក្នុងប្រទេសកម្ពុជាជាច្រើនដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់ និងជួយជម្រុញលើកទឹកចិត្តទៅដល់ប្រជាពលរដ្ឋនៅក្នុងស្រុកឱ្យមានការងារធ្វើកាន់តែច្រើន ជាកត្តាមួយដ៏សំខាន់ដែលយើងមិនអាចខ្វះបាន។ សព្វថ្ងៃនេះ យើងសង្កេតឃើញថា វិស័យសេដ្ឋកិច្ច គឺជាវិស័យមួយដែលរីកចម្រើនខ្លាំងជាងគេ ក្នុងចំណោមវិស័យទាំងអស់។ ម្យ៉ាងវិញទៀត វិស័យសេដ្ឋកិច្ចប្រៀបដូចជាសរសៃឈាមដែលជួយជំរុញឱ្យប្រទេស មានការរីកចម្រើនបានយ៉ាងឆាប់រហ័សដោយផ្អែក លើកត្តាហិរញ្ញវត្ថុ ដែលធ្វើឱ្យជឿនលឿនដូចជាប្រទេសជិតខាងផងដែរ។

តាមរយៈការរីកចម្រើនទៅមុខដោយឥតឈប់ឈររបស់បណ្តាក្រុមហ៊ុននីមួយៗ បច្ចុប្បន្នមានប្រទេសជាច្រើនបានខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីឱ្យប្រទេសខ្លួនក្លាយជាប្រទេសមួយដែលមានសក្តានុពល និងមានការអភិវឌ្ឍ ធ្វើឱ្យមានភាពរីកចម្រើនលើគ្រប់វិស័យរួមមានបច្ចេកវិទ្យា វិស័យអប់រំ និងវិស័យសេដ្ឋកិច្ច។ ក្នុងនោះយើងបានឃើញថាក្រុមហ៊ុនដែលធ្វើពាណិជ្ជកម្មខាងលក់ដូរទំនិញហាក់ដូចជាមានការឈានមុខគេនៅក្នុងទីផ្សារ។ ជាក់ស្តែងបើយើងក្រឡេកទៅមើលក្រុមហ៊ុនតួយ៉ូតាវិញឃើញថា កំពុងតែមានការរីកចម្រើនយ៉ាងខ្លាំង នេះដោយសារក្រុមហ៊ុនមានផលិតផលល្អសេវាល្អសម្រាប់លក់ជូនអតិថិជន។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះថែមទាំងមានបុគ្គលិកល្អ រុសរាយរាក់ទាក់កំពុងធ្វើការនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនផងដែរ។ កត្តាបុគ្គលិកនេះហើយដែលជាចំណុចសំខាន់បំផុតរបស់ក្រុមហ៊ុន។ បុគ្គលិកក៏ជាកត្តាចម្បងដែលចូលរួមយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការធ្វើឱ្យស្ថាប័ន ឬក្រុមហ៊ុនមានភាពរីកចម្រើនលូតលាស់ឈានទៅមុខជាលំដាប់ ដោយសារបុគ្គលិកគឺជាក្រុមមនុស្សដែលមានទេព្យកោសល្យបានផ្តល់នូវគំនិត ជំនាញ និងភាពប្រសព្វរបស់ពួកគេនៅក្នុងស្ថាប័ននីមួយៗត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់បំផុតចំពោះបុគ្គលិកគ្រប់រូប និងត្រូវមើលថែរក្សារពួកគេឱ្យបានល្អដើម្បីឱ្យពួកគេដើម្បីប្រឹងប្រែងបន្តធ្វើការងារបន្តទៀត។

ដោយមើលឃើញថា ការលើកទឹកចិត្តចំពោះបុគ្គលិកមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ស្ថាប័ន។ បុគ្គលិកគឺជាមនុស្សសំខាន់បំផុតដែលជួយឱ្យក្រុមហ៊ុនអាចដំណើរការទៅបានឆ្ពោះទៅរកភាពរីកចម្រើន និងជាធនធានដែលមិនអាចខ្វះបាននៅក្រុមហ៊ុននីមួយៗ។ ហេតុនេះហើយទើបក្រុមយើងខ្ញុំ បានសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសយកប្រធានបទមួយស្តីអំពី **ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតួយ៉ូតា(ខេមបូឌា)**យកមកសិក្សាស្រាវជ្រាវជាសារណាដើម្បីបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រនៅក្នុងឆ្នាំនេះផងដែរ។

១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

ដោយឃើញថាមានក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មជាច្រើនដែលកំពុងរីកលូតលាស់ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ជាច្រើនដែលកំពុងនឹងដំណើរការនិងមានភាពល្បីល្បាញ។ ក្នុងការធ្វើទីផ្សារប្រកួតប្រជែងគ្នានៅក្នុងស្រុក ហើយមានក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនធ្វើការសហការគ្នាក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម ដែលគូរសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន ហើយ ក្នុងនោះឃើញថាក្រុមហ៊ុននីមួយៗ បានធ្វើការខិតខំប្រឹងប្រែងជ្រើសរើសបុគ្គលិកដែលមកសមគ្នាភាពខ្ពស់ និងខិតខំធ្វើការឱ្យមកបម្រើការងារនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនរបស់ខ្លួន។ ដោយសារយើងឃើញថាក្រុមហ៊ុនមួយចំនួន ទទួលបាននូវផលចំណេញយ៉ាងច្រើនពីការរកស៊ីរបស់ពួកគេ នេះដោយសារគេមានបុគ្គលិកដែលមានការ ខិតខំប្រឹងប្រែងបំពេញការងារបានយ៉ាងល្អនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ចំណែកឯក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនទៀតបែរជាមិន សូវទទួលបានជោគជ័យក្នុងការប្រកបអាជីវកម្មរបស់ពួកគេសោះ ដោយសារតែគេមានបុគ្គលិកដែលអសកម្មក្នុង ការបំពេញការងារមិនសូវបានល្អ។

ជាក់ស្តែងបើយើងក្រឡេកមកមើលក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា(ខេមបូឌា)វិញ ជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលកំពុង ទទួលបានជោគជ័យនៅក្នុងការប្រកបអាជីវកម្មរបស់គេផងដែរ នេះដោយសារគេមានបុគ្គលិកដែលមាន សមត្ថភាព និងខិតខំបំពេញការងារបានយ៉ាងល្អ។ ដោយឃើញហេតុនេះហើយទើបក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្ត ធ្វើការស្រាវជ្រាវទៅលើក្រុមហ៊ុន និងមានសំណួរចោទសួរចំនួនពីរដូចតទៅ៖

- ១. តើក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា(ខេមបូឌា) មានគោលនយោបាយក្នុងការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ខ្លួន យ៉ាងដូចម្តេចខ្លះ ?
- ២. តើក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា(ខេមបូឌា)ទទួលបានផលប្រយោជន៍អ្វីខ្លះ ពីការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក ?

១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

ការស្រាវជ្រាវនៅត្រង់ចំណុចនេះគឺផ្ដោតសំខាន់ទៅលើផលប្រយោជន៍ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក របស់ក្រុមហ៊ុន តូយ៉ូតា (ខេមបូឌា)ដែលត្រូវយកមកអនុវត្តនៅក្នុងស្ថានភាពជាក់ស្តែងសព្វថ្ងៃរបស់ក្រុមហ៊ុន ផ្ទាល់។ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវរបស់ក្រុមយើងខ្ញុំ គឺសិក្សាទៅលើ៖

- វិធីសាស្ត្រនៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា ដែលធ្វើឱ្យមានទំនាក់ទំនងនៅក្នុងការងារ។
- ផែនការយល់អំពីការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យកាន់តែមានទំនួលខុសត្រូវខ្ពស់
- ផែនការយល់អំពីអត្ថប្រយោជន៍ដែលក្រុមហ៊ុនទទួលបានពីការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក
- មូលហេតុដែលត្រូវលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកនៅក្រុងក្រុមហ៊ុន
- ការលើកទឹកចិត្តធ្វើយ៉ាងណាឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព និងតម្លាភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន។

១.៤ ទំហំនិងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ

១.៤.១ ទំហំនិងដែនកំណត់

ការសិក្សានេះគឺធ្វើឡើងដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីគោលនយោបាយនៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក និងផលប្រយោជន៍ដែលក្រុមហ៊ុនទទួលបាន និងចំណុចខ្លះខាតផ្សេងៗរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា(ខេមបូឌា) ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅមហាវិថីសហព័ន្ធរុស្ស៊ី សង្កាត់ទឹកថ្លា ខណ្ឌសែនសុខ រាជធានីភ្នំពេញ។

១.៤.២ វិសាលភាពស្រាវជ្រាវរបស់ក្រុមហ៊ុន

នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះឃើញថា មានក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មជាច្រើនកំពុងមានវត្តមានក្នុងប្រទេសកម្ពុជាយើង ហើយក្រុមហ៊ុននីមួយៗមានចំណុចល្អ និងភាពខ្លាំងរៀងៗខ្លួន។ ប៉ុន្តែនៅក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមលើកឡើងតែព័ត៌មានរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា) ក្នុងឆ្នាំ2019 ដល់ឆ្នាំ2024 តែប៉ុណ្ណោះយកមកបកស្រាយ។

១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះបានប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រតាមបែបគុណវិស័យ ដោយផ្ដោតចម្បងទៅលើវិធីសាស្ត្រ និងផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។

សម្រាប់សំណួរស្រាវជ្រាវទី១៖ ការស្រាវជ្រាវនេះប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រតាមបែបគុណវិស័យ តាមរយៈទិន្នន័យដែលមានស្រាប់ដូចជា៖ការលើកទឹកចិត្តជាអ្វី? ស្រាវជ្រាវចេញពីគេហទំព័រ (www.khsearch.com) បោះពុម្ពផ្សាយក្នុងឆ្នាំ២០១៩ ។

សម្រាប់សំណួរស្រាវជ្រាវទី២៖ ការស្រាវជ្រាវនេះប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រតាមបែបគុណវិស័យដូចជា ការដកស្រង់ចេញពីវេបសាយរបស់ Toyota Cambodia និងគេហទំព័រតាមសាខាក្រៅស្រុករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា។

១.៦ សារៈប្រយោជន៍នៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះមានសារៈសំខាន់ចំពោះ៖

•អ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវ

- យល់ដឹងពីការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា
- យល់ដឹងពីវិធីសាស្ត្រនៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា
- យល់ដឹងពីផលប្រយោជន៍ដែលបុគ្គលិកទទួលបានពីក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា
- ទុកជាឯកសារសម្រាប់និស្សិតជំនាន់ក្រោយ

•ក្រុមហ៊ុន

- ធ្វើឱ្យសាធារណៈជនស្គាល់កាន់តែច្បាស់ពីក្រុមហ៊ុន
- ធ្វើឱ្យមានអ្នកចាប់អារម្មណ៍ចង់ធ្វើការនៅក្រុមហ៊ុនកាន់តែច្រើន
- ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនដឹងពីចំណុចខ្សោយលើការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក និងអាចរកវិធីសាស្ត្រកែតម្រូវ

•សង្គម

- ផ្តល់ឱ្យអ្នកអានគ្រប់រូបយល់ដឹងពីក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា
- យល់ដឹងពីផលប្រយោជន៍ដែលក្រុមហ៊ុនផ្តល់ឱ្យបុគ្គលិក
- ទុកជាឯកសារសម្រាប់សិស្សប្អូនជំនាន់ក្រោយសិក្សាបន្ត

១.៧ បេសសម្បត្តិនៃការស្រាវជ្រាវ

ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម : បង្ហាញពីលំនាំនៃការស្រាវជ្រាវ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ដែនកំណត់ វិសាលភាព សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ និងវិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ។

- ១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ
- ១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ
- ១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

១.៤ ទំហំនិងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ

១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

១.៦ សារៈប្រយោជន៍នៃការស្រាវជ្រាវ

ជំពូកទី២ រំលឹកទ្រឹស្តី : បង្ហាញពីនិយមន័យ និងប្រវត្តិមួយចំនួនដែលជាប់ទាក់ទងនឹងប្រធានបទ។

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក

២.២ គោលនយោបាយក្នុងការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម

២.៣ ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម

ជំពូកទី៣ លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ: ស្ថានភាពទូទៅរបស់ប្រធានបទមានដូចជា ប្រវត្តិ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម ទីតាំង ភូមិសាស្ត្រ និងឆ្លើយតបនៅសំណួរដែលបានចោទសួរក្នុងជំពូកទីមួយ។

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា

៣.២ ការអនុវត្តន៍គោលនយោបាយក្នុងការលើកទឹកចិត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា

៣.៣ ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា

ជំពូកទី៤ ការវិភាគចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ : បង្ហាញពីទិន្នន័យ និងព័ត៌មានមួយចំនួនដែលបានស្រាវជ្រាវដើម្បីធ្វើការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់ប្រធានបទ។

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង

៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ

ជំពូកទី៥ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍ : លើកយកភាពខ្លាំង និងភាពខ្សោយរបស់ប្រធានបទ មកធ្វើការសន្និដ្ឋាន និងផ្តល់អនុសាសន៍។

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍

ជំពូកទី២

ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុន

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក

២.១.១ និយមន័យការលើកទឹកចិត្ត

ការលើកទឹកចិត្ត គឺត្រូវបានគេយកមកបកស្រាយនិយមន័យខុសៗគ្នាជាច្រើននៅក្នុងអត្ថបទនីមួយៗ ទៅតាមការគិត និងការយល់ឃើញរបស់អ្នកនិពន្ធម្នាក់ៗ។ សរុបជាមួយគ្នា គឺរាល់អត្ថន័យរបស់ពាក្យមួយនេះ គឺវាមានលក្ខណៈស្រដៀងៗគ្នា។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយយើងក៏អាចធ្វើការពិចារណានិងយកមកប្រើប្រាស់ទៅតាមនិយមន័យនីមួយៗដូចខាងក្រោម៖

ការលើកទឹកចិត្ត គឺជាការផ្តល់គ្រឿងទៅដល់បុគ្គលិក ក្នុងគោលបំណងឱ្យបុគ្គលិកទាំងនោះបំពេញការងារកាន់តែរឹកចម្រើន និងជោគជ័យ¹។

ការលើកទឹកចិត្ត គឺជាកត្តាមួយ ដ៏សំខាន់ដែលអាចជួយឱ្យការអនុវត្តការងាររបស់បុគ្គលិក ទទួលបានដោយជោគជ័យ។ ការលើកទឹកចិត្តបានជំរុញឱ្យបុគ្គលិកមានឆន្ទៈ បំពេញការងារប្រកបដោយគំនិតផ្តួចផ្តើមយកចិត្តទុកដាក់ និងមានការទទួលខុសត្រូវចំពោះការងារដោយហ៊ានលះបង់ទាំងកម្លាំងកាយ កម្លាំងចិត្ត និងពេលវេលា ដើម្បីសម្រេចឱ្យបាននូវគោលដៅដែលក្រុមហ៊ុនបានកំណត់។

ការលើកទឹកចិត្ត គឺជាកត្តាមួយដ៏សំខាន់ក្នុងការបន្ថែមថាមពលកម្លាំង ដើម្បីជំរុញល្បឿនការងារសម្រេចឱ្យបាននូវគោលដៅនិងប្រាក់ចំណេញហើយវាអាចជួយលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកឱ្យចេះស្រលាញ់ការងាររបស់ខ្លួននិងពេញចិត្តបំពេញការងាររបស់ខ្លួន²។

ការលើកទឹកចិត្ត គឺជាស្ថានភាពផ្ទៃក្នុងដែលជួយជំរុញឱ្យបុគ្គលម្នាក់ៗ ចូលរួមក្នុងអាកប្បកិរិយាតម្រង់ទិសដៅ។ ជារឿយៗត្រូវបានគេយល់ថាជាកម្លាំង ដែលពន្យល់ពីមូលហេតុដែលមនុស្ស ឬសត្វចាប់ផ្តើមបន្ត ឬបញ្ចប់អាកប្បកិរិយានៅពេលជាក់លាក់ណាមួយ។ វាគឺជាបាតុភូត ដ៏ស្មុគស្មាញមួយ ហើយនិយមន័យច្បាស់លាស់របស់វាត្រូវបានដំទាស់។ វាផ្ទុយនឹងការលើកទឹកចិត្ត ដែលជាស្ថានភាពនៃការព្រងើយកន្តើយ ឬការគ្មានបញ្ជី។ ការលើកទឹកចិត្តត្រូវបានសិក្សាលើមុខវិជ្ជាដូចជា ចិត្តវិទ្យាលើកទឹកចិត្ត និងទស្សនៈវិជ្ជា³។

ការលើកទឹកចិត្ត គឺជាដំណើរការផ្ទៃក្នុង មិនថាយើងកំណត់វាជាកត្តាជំរុញ ឬតម្រូវការនោះទេ ការលើកទឹកចិត្ត គឺជាលក្ខខណ្ឌមួយនៅក្នុងខ្លួនយើង ដែលចង់បានការផ្លាស់ប្តូរមិនថានៅក្នុងខ្លួនយើង ឬបរិស្ថានក៏ដោយ។ នៅពេលយើងចូលទៅក្នុងអណ្តូងថាមពលនេះ ការលើកទឹកចិត្តផ្តល់ឱ្យមនុស្សដែលមានកម្លាំងជំរុញ និងទិសដៅដែលត្រូវការដើម្បីចូលរួមជាមួយបរិស្ថាន ក្នុងទម្រង់នៃការសម្របខ្លួនបើកចំហ និងដំណោះស្រាយ (Reeve, 2015)។ ខ្លឹមសារនៃការលើកទឹកចិត្ត គឺជាអាកប្បកិរិយា ការតម្រង់ទិសដៅដែលមានថាមពល និងខ្ជាប់ខ្ជួន។ នៅពេលដែលយើងមានការលើកទឹកចិត្តយើងធ្វើចលនានឹងធ្វើសកម្មភាព។

២.១.២ ប្រភេទនៃការលើកទឹកចិត្ត

¹ KHsearch. គ្រប់គ្រង. (2019, July 09). តើការលើកទឹកចិត្តជាអ្វី? Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/24853>
² KHsearch. គ្រប់គ្រង. (2019, April 02) ដូចម្តេចដែលហៅថាការជំរុញលើកទឹកចិត្ត? Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/18176>
³ Khmer Agriculture. (2017, March 07). ប្រភេទនៃការលើកទឹកចិត្ត. Retrieved from <https://khmerkhasikor.blogspot.com/2017/03/blog-post.html>

ប្រវត្តិនៃការស្រាវជ្រាវលើកទឹកចិត្តក្នុងការអប់រំត្រូវបានតាមដានតាមរយៈជំពូកស្តីពី ការលើកទឹកចិត្តនៅក្នុងសព្វវិធានវិទ្យាល័យនៃការស្រាវជ្រាវអប់រំពីឆ្នាំ 1941 ដល់ឆ្នាំ 1990។ ការពិភាក្សាអំពីគំនិតជំរុញភាពខុសគ្នានៃការលើកទឹកចិត្ត ការរៀនសូត្រ តួនាទីនៃភាពខុសគ្នារបស់បុគ្គល និងការកើតឡើងនៃការព្រួយបារម្ភខាង ការយល់ដឹង។ ការផ្លាស់ប្តូរ ដ៏អស្ចារ្យត្រូវបានចងក្រងជាឯកសារ ហើយបច្ចុប្បន្ន ក៏ដូចជានិទ្ទាណាពេលអនាគតត្រូវបានពិភាក្សា។ ម៉្យាងវិញទៀត ការលើកទឹកចិត្តត្រូវបានវិភាគថាជាកត្តាកំណត់ឯកវិធាននៃគំនិត អារម្មណ៍ និងសកម្មភាពរបស់មនុស្ស។ ការយល់ដឹងនេះ បានអនុញ្ញាតឱ្យចិត្តវិទ្យានៃការលើកទឹកចិត្តឈានទៅកម្រិតដ៏ស្មុគស្មាញ ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងសំណួរថាតើតម្រូវការរបស់មនុស្សមួយណាដែលត្រូវបែងចែក និងរបៀបដែលតម្រូវការទាំងនេះ អាចគ្រប់គ្រងដើម្បីណែនាំ និងផ្តល់ថាមពលដល់មនុស្ស។ វាក៏បាន ផ្សព្វផ្សាយផងដែរ ដោយការពិចារណាលើគោលគំនិតនៃគោលដៅ (នៅលើការលើកទឹកចិត្ត និងការរំពឹងទុក) ដែលអនុញ្ញាតឱ្យមានការយល់ដឹងកាន់តែប្រសើរឡើងអំពីការគ្រប់គ្រងសកម្មភាព។ សព្វថ្ងៃនេះ កម្លាំងចិត្តត្រូវបានគេវិភាគ ក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការគ្រប់គ្រងដោយខ្លួនឯង ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព(ដោយការប្រឹងប្រែង និងដោយស្វ័យប្រវត្តិ) នៃការស្វែងរកគោលដៅ។

២.១.៣ ទ្រឹស្តីនៃការលើកទឹកចិត្ត

តាមលោក Setphen P. Robbins គាត់បានឱ្យនិយមន័យ ការលើកទឹកចិត្តគឺជាការស្ម័គ្រចិត្តដាក់កម្រិតខ្ពស់នៃការខំប្រឹងប្រែង លើគោលដៅរបស់អង្គការចាត់តាំងនីមួយៗ និងដាក់លក្ខខណ្ឌ ដោយសមត្ថភាពនៃការខិតខំប្រឹងប្រែង (The effort's ability) ដើម្បីសម្រេចនូវគោលបំណងផ្ទាល់ខ្លួន។

ទ្រឹស្តីនិងគំរូនៃការលើកទឹកចិត្តដោយលោក Lyman Porter និងលោក Edward Lawler គឺជាការចាកចេញពីការវិភាគបែបប្រពៃណីនៃការពេញចិត្ត និងទំនាក់ទំនងការងារ។ ក្នុងការអនុវត្ត គេបានរកឃើញថាការលើកទឹកចិត្តមិនមែនជាសាមញ្ញធម្មតាទេ ហើយវាមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ដល់ការបំពេញការងារអាចនិយាយបានថា វាជាបាតុភូតមួយនឹកស្មានមិនដល់នៅពេលខ្លះ។ ទ្រឹស្តី និងគំរូនៃការលើកទឹកចិត្តដោយលោក Lyman Porter និងលោក Edward Lawler មានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រង ដើម្បីរក្សាបានបុគ្គលិកដែលល្អ និងទទួលបានផលិតភាពការងារមានភាពប្រសើរ⁴។

ហើយនេះជាការបកស្រាយមួយចំនួនពីសារៈសំខាន់៖

- ផ្តល់ផ្តល់សមត្ថភាព និងលក្ខណៈរបស់បុគ្គលិក ទៅនឹងតម្រូវការនៃការងារដោយដាក់ការងារត្រូវនឹងសមត្ថភាព និងជំនាញរបស់បុគ្គលិក (Put the right person on the right job) ។
- គាត់គួរពន្យល់ណែនាំដោយប្រុងប្រយ័ត្ន ដល់អ្នកក្រោមបង្គាប់នូវតួនាទីរបស់ពួកគេ ឬអ្វីដែលពួកគេត្រូវធ្វើដើម្បីទទួលបានរង្វាន់។ បន្ទាប់មកគាត់ត្រូវប្រាកដថាពួកគេយល់ពីវា។
- បង្គាប់តាមលក្ខខណ្ឌជាក់ស្តែង នូវកម្រិតនៃការអនុវត្តពិតប្រាកដ ដែលរំពឹងទុករបស់បុគ្គលិកនិងមើលថាកម្រិតទាំងនេះដែលគួរធ្វើឱ្យសម្រេចបាន។ មានន័យថាតើការអនុវត្តជាក់ស្តែងរបស់បុគ្គលិកវាសមស្របនិងអ្វីដែលបានកំណត់ពីថ្នាក់លើដែរឬទេ។

⁴ KHsearch. គ្រប់គ្រង. (2020, September 24). ទ្រឹស្តីនៃការលើកទឹកចិត្ត. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/32234>

- ដើម្បីសម្រេចនិងរក្សាបាននូវការលើកទឹកចិត្តរង្វាន់ដ៏សមរម្យនិងត្រូវប្រគល់ទៅឱ្យ បុគ្គលិកដែល អនុវត្តការងារបានជោគជ័យស្របតាមតម្រូវការចង់បានរបស់ថ្នាក់លើនិងគោលដៅរបស់អង្គការ។
- ប្រាកដថារង្វាន់ដែលជូនទៅបុគ្គលិក ពិតជាទៅដល់ដៃពួកគេ។ ពិតណាស់ថារង្វាន់ទាំងនោះបានធ្វើ ឱ្យមានភាពទាក់ទាញពីបុគ្គលិកហើយគេក៏ពេញចិត្ត។

ដូច្នេះផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្ត គឺជាការសន្សំនូវបុគ្គលិកដែលធ្វើការងារល្អទុកឱ្យ នៅបម្រើ ការងារបន្តទៀតដើម្បីអភិវឌ្ឍស្ថាប័ន។ ការលើកទឹកចិត្តអាចត្រូវបានកំណត់ថាជាអ្វីគ្រប់យ៉ាងដែល លើកទឹក ចិត្តមនុស្សម្នាក់ឱ្យប្រសើរឡើងនៅក្នុងទិដ្ឋភាពឬការកិច្ចជាក់លាក់។ វាក៏អាចត្រូវបានគេចាត់ទុកថា ជារង្វាន់ឬអត្ថប្រយោជន៍ផងដែរ បន្ទាប់ពីទទួលបានអ្វីមួយនោះ គឺជាអ្វីដែលជម្រុញឱ្យបុគ្គលនោះធ្វើ សកម្មភាពជាក់លាក់មួយល្អជាងឬលឿនជាងមុន។ ហេតុផលដែលការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកមានសារ ប្រយោជន៍ចំពោះភាពជោគជ័យ ព្រោះនិយោជិតដែលមានកម្លាំងចិត្តអាចនាំឱ្យមានការបង្កើនផលិតភាព ហ៊ុន និងល្អជាង ក៏ដូចជា អនុញ្ញាតឱ្យអង្គការ មួយសម្រេចបាននូវទិន្នផលខ្ពស់ជាងអ្នកដទៃ^៥។

ក. ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច

ទាំងនេះគឺជាការលើកទឹកចិត្តដែលទាមទារសំណងសេដ្ឋកិច្ចឬរូបិយវត្ថុ។ ឧទាហរណ៍នៃពួកគេគឺ ការដំឡើងប្រាក់ខែប្រាក់ឈ្នួលបន្ថែមកម្រៃជើងសារប្រាក់រង្វាន់នោះ គឺជាអ្វីគ្រប់យ៉ាងដែលបង្កប់នូវការ ដំឡើង ប្រាក់ខែឬប្រាក់បន្ថែម។ ទាំងនេះគឺជាការលើកទឹកចិត្តប្រើជាទូទៅបំផុត។

ពួកគេអាចជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងដល់កម្មករ ក៏ដូចជាលើផលិតភាពរបស់ពួកគេជាពិសេស ប្រសិនបើ សេដ្ឋកិច្ចរបស់ពួកគេមិនល្អ។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយដូចដែលយើងបានឃើញមិនមែនការលើក ទឹកចិត្តទាំងអស់ធ្វើការដូចគ្នាសម្រាប់កម្មករទាំងអស់នោះទេ។

ខ. ការលើកទឹកចិត្តមិនមែនសេដ្ឋកិច្ច

ការលើកទឹកចិត្តមិនមែនហិរញ្ញវត្ថុរួមបញ្ចូលវិធានការទាំងអស់ដែលធ្វើឱ្យមានការប្រសើរឡើងនូវ លក្ខខណ្ឌការងាររបស់កម្មករ។

ប្រភេទនៃការលើកទឹកចិត្តទាំងនេះមានភាពខុសគ្នាច្រើនជាងគំរូមុនៗ និងរួមមានឧទាហរណ៍ជា ច្រើន (ជាក់ស្តែងនិងអរូបិយ) ដូចជា៖ សំបុត្រភោជនីយដ្ឋានការចូលរួមវិភាគទានសម្រាប់ផែនការសាធាន ធានារ៉ាប់រងអាយុជីវិតដែលអាចបត់បែនបានធានារ៉ាប់រងសុខភាពជំនួយដឹកជញ្ជូនអាហារជ្ជាន។ ឬសេវាកម្ម មើលថែក្មេងសម្រាប់កុមារជួយបន្តការសិក្សា (បណ្តុះបណ្តាល) ថ្លៃផ្លែឈើការិយាល័យ។ល។

ការលើកទឹកចិត្តមិនមែនហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានប្រើកាន់តែខ្លាំងឡើងដោយក្រុមហ៊ុន និងផ្តល់នូវ បណ្តឹងឧទ្ធរណ៍បន្ថែមចំពោះលក្ខខណ្ឌការងារនៃមុខតំណែង។

២.១.៤ និយមន័យបុគ្គលិក

⁵ bizkhmer (2014, February 03) ទ្រឹស្តីលើកទឹកចិត្តរបស់លោកPorter និងលោកLawer អំពីវិធានបច្ចេកទេសការងារបុគ្គលិក Retrieved from <https://bizkhmer.com>

ការផ្តល់និយមន័យនៃពាក្យបុគ្គលិក គឺមានន័យច្រើនណាស់ ដោយមនុស្សម្នាក់ៗគិតតាមការយល់ដឹង និងការសង្កេតដោយផ្ទាល់ខ្លួន។ បរិបទនៃនិយមន័យបុគ្គលិកអាចប្រែប្រួលតាមសភាព ឬលក្ខណៈនៃស្ថានភាព និងបុគ្គលិកផ្ទាល់តែម្តង។ យើងអាចនិយាយជាមួយបានថាបុគ្គលិក ជាអ្នកធ្វើការតាមបញ្ជាពីគេ។

បុគ្គលិក ជាអ្នកដែលធ្វើការងារ ឬជាអ្នកបំពេញតួនាទី តាមការចង្អុលបង្ហាញពីអ្នកគ្រប់គ្រង ឬជាអ្នកធ្វើការងារតាមធម្មតា។ ពួកគេអាចនឹងត្រូវបានអ្នកគ្រប់គ្រង ដែលទទួលបន្ទុកក្នុងការគ្រប់គ្រងទៅលើគម្រោងដ៏ធំមួយជាក់លាក់។

បុគ្គលិក គឺជាបាលីសំដៅទៅលើបុគ្គលម្នាក់ៗ ដែលមិនមែនជាសាធារណៈ ជាភ្នាក់ងាររាជការ ដែលធ្វើការក្នុងក្រសួង រាជការផ្សេងៗ ឬនិយោជិកនៃគ្រឹះស្ថានពាណិជ្ជកម្ម។

បុគ្គលិក គឺសំដៅដល់មនុស្សដែលធ្វើការនៅក្នុងស្ថាប័ន ឬអង្គការណាមួយ ដើម្បីអនុវត្តន៍ការងារផ្សេងៗ។

បុគ្គលិក គឺជាទ្រព្យដ៏មានតម្លៃបំផុតរបស់អង្គការ ប៉ុន្តែ ប្រសិនបើអ្នកមិនបានរួមចំណែក ដើម្បីធ្វើឱ្យពួកគេគិតថា ខ្លួនពិតជាមានតម្លៃសម្រាប់អង្គការដែលខ្លួនកំពុងធ្វើការទេសូមកុំភ្ញាក់ផ្អើល ប្រសិនបើពួកគេ សម្រេចចិត្តចាកចេញ។ ការទទួលស្គាល់ការខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់បុគ្គលិក ការរក្សាទំនាក់ទំនងដោយបើកចំហ និងការរក្សាតម្លាភាពនៅកន្លែងធ្វើការ គឺគ្រាន់តែដើម្បីឱ្យបុគ្គលិកសប្បាយចិត្ត និងកាត់បន្ថយអត្រានៃការលាលប់តែប៉ុណ្ណោះ។

២.១.៥ ទ្រឹស្តីពាក់ព័ន្ធនៃបុគ្គលិក

បុគ្គលិកលក្ខណៈជាចរិត ឬលក្ខណៈរបស់បុគ្គល ជាពិសេសសំដៅទៅលើរបៀបដែលពួកគេសម្តែងចំពោះអ្នកដទៃ។ ជាទូទៅតម្រូវការសង្គមរួមមានមិត្តភាព កម្មសិទ្ធិ ទំនាក់ទំនងសង្គមតម្រូវការកិត្តិយសរួមមាន ការគោរព ការតម្កើតឋានៈ ការទទួលស្គាល់ស្នាដៃតម្រូវការពេញលេញ មានសមត្ថភាពពេញលេញ ការអភិវឌ្ឍន៍ការលើឯឋានៈ ការសម្រេចស្នាដៃ និងភាពលេចធ្លោ។

ហេតុដូច្នេះបានជាមានទ្រឹស្តីXនិងទ្រឹស្តីYបានលើកឡើងថា៖

- ទ្រឹស្តីXមានន័យថានិយោជិតមិនចូលចិត្តការងារ និងមានបំណងគេចពីការងារ។ ចំពោះនិយោជិតបែបនេះអ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវបង្កើនការត្រួតពិនិត្យ ឬគំរាមកំហែងដាក់ទណ្ឌកម្ម ដើម្បីសម្រេចនូវគោលបំណង។
- ទ្រឹស្តីYមានន័យថាមនុស្សខំប្រឹងធ្វើការងារ ដោយស្វ័យទិសដៅ និងស្វ័យត្រួតពិនិត្យ ហើយមានការផ្តោតចិត្តចំពោះទិសដៅ មនុស្សបែបនេះមានការទទួលខុសត្រូវ មានសមត្ថភាពអាចសម្រេចចិត្តបានល្អ។

ទ្រឹស្តីកត្តា២យ៉ាងដែលបុគ្គលិកតែងតែទទួលបាន៖លក្ខខណ្ឌខាងក្រៅ មានន័យថា ប្រាក់ខែ សន្តិសុខការងារ ស្ថានភាពការងារ ឋានៈគោលនយោបាយ នីតិវិធីក្រុមហ៊ុន គុណភាពនៃទំនាក់ទំនងអន្តរបុគ្គល ក្នុងចំណោមមិត្តរួមការងារជាមួយថ្នាក់ដឹកនាំ និងជាមួយអ្នកក្រោមបង្គាប់ពេលគឺស្មើនឹងតម្រូវការលំដាប់ទាបរបស់ទ្រឹស្តីMaslow តែតម្រូវការដ៏វិសាស្ត្រ តម្រូវការសុវត្ថិភាព និងតម្រូវការសង្គម។ លក្ខខណ្ឌខាងក្នុង មាន

⁶ KHsearch. វប្បធម៌ទូទៅ. (2019, April 21). ទ្រឹស្តីពាក់ព័ន្ធនៃបុគ្គលិក. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/18874>

ន័យថាស្នាដៃ ការទទួលស្គាល់ ការទទួលខុសត្រូវភាពជឿនលឿន លទ្ធភាពលូតលាស់ពេលវេលាគឺស្មើនឹងតម្រូវការលំដាប់ខ្ពស់របស់លោកMaslow គឺតម្រូវការកិត្តិយស និងតម្រូវការពេញលេញ។

២.១.៦ ផលប្រយោជន៍ដែលបុគ្គលិកទទួលបានតាមរយៈការលើកទឹកចិត្ត

ផលប្រយោជន៍ការលើកទឹកចិត្តមាន ៤ប្រភេទដែលអាចរកបានសម្រាប់និយោជកក្នុងការប្រើប្រាស់នៅកន្លែងធ្វើការ។ អ្នកផ្សេងទៀតអាចចាត់ថ្នាក់ការលើកទឹកចិត្តទាំងនេះខុសៗគ្នា ប៉ុន្តែប្រភេទទាំងបួននេះធ្វើការសម្រាប់ស្ថានភាពភាគច្រើន៖

១. ប្រាក់លើកទឹកចិត្តសម្រាប់សំណង អាចមានដូចជា ការជំរឿងប្រាក់រង្វាន់ ការចែករំលែកប្រាក់ ចំណេញ ការចុះហត្ថលេខាប្រាក់រង្វាន់ និងជម្រើសផ្សេងៗទៀត។

២. ប្រាក់លើកទឹកចិត្តក្នុងការទទួលស្គាល់ រួមមានសកម្មភាពដូចជា អរគុណបុគ្គលិក សរសើរបុគ្គលិក បង្ហាញបុគ្គលិកជាមួយនឹងវិញ្ញាប័នបត្រសមិទ្ធផល ឬប្រកាសពីសមិទ្ធផលនៅក្នុងកិច្ចប្រជុំរបស់ក្រុមហ៊ុន។ និយោជកអាចផ្តល់ការលើកទឹកចិត្ត ជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីទទួលស្គាល់បុគ្គលិករបស់ធនាគារសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនទាំងមូល។ ពួកគេក៏អាចផ្តល់នូវការទទួលស្គាល់ពីនិយោជិត ក្នុងអន្តរកម្មប្រចាំថ្ងៃរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងជាមួយនិងបុគ្គលិក។ ការកត់សម្គាល់ផ្ទាល់ខ្លួនចំពោះការសរសើរពីអ្នកចាត់ការ គឺជាការលើកទឹកចិត្តចំពោះបុគ្គលិក។

៣. រង្វាន់លើកទឹកចិត្ត រាប់បញ្ចូលទាំងរបស់របរផ្សេងៗ មានដូចជាអំណោយជារង្វាន់ ប្រាក់រង្វាន់ការផ្តល់ជូនរង្វាន់សេវាកម្ម និងរបស់របរផ្សេងៗទៀតដូចជា វិញ្ញាប័នបត្រអំណោយ។ មួយទៀតគឺ ការបញ្ជូនបុគ្គលិកដែលធនាគារ ឬ ក្រុមហ៊ុនខ្លះប្រើដើម្បីលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកឬនិយោជិតឲ្យដាក់ពាក្យសុំការងារ។ ការលើកទឹកចិត្តទាំងនេះជារឿយៗត្រូវបាន ផ្តល់ឱ្យស្របតាមការលើកទឹកចិត្ត ក្នុងការធ្វើរសារវិជ្ជមានដល់និយោជិតអំពីការរួមចំណែក និងអាកប្បកិរិយាដែលនិយោជកចង់ឃើញ។

៤. ការលើកទឹកចិត្តការកោតសរសើរ រួមមានការកើតឡើងបែបដូចជាពិធីដប់លៀងរបស់ក្រុមហ៊ុននិងពិធីបុណ្យព្រឹត្តិការណ៍សកម្មភាពគ្រួសារដែលចំណាយសម្រាប់ក្រុមគ្រួសារការប្រារព្ធពិធីខួបកំណើតព្រឹត្តិការណ៍កីឡាអាហារថ្ងៃត្រង់ជាក្រុមនិងក្រុមកីឡាឧបត្ថម្ភ។ ឧទាហរណ៍ គឺក្រុមការងារអភិវឌ្ឍផលិតផលដែលបំពេញបានគោលដៅនៃដំណាក់កាលទីមួយនៃគម្រោងផលិតផល ការប្រារព្ធពិធី។

២.២ គោលនយោបាយក្នុងការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម

២.២.១ និយមន័យគោលនយោបាយ

គោលនយោបាយ គឺជាដំណើរ ឬគោលការណ៍នៃសកម្មភាព ដែលបានអនុម័តឬស្នើឡើងដោយរដ្ឋាភិបាល ស្ថាប័ន គណបក្ស ក្រុមហ៊ុន ឬបុគ្គលិក។

គោលនយោបាយ គឺជាអ្វីដែលគេបង្កើតឡើងដើម្បីអនុវត្តតាម ក្នុងគោលបំណងសម្រេចបាននូវគោលដៅជាក់លាក់⁷។

២.២.២ ទ្រឹស្តីនៃគោលនយោបាយ

ការផ្តល់រង្វាន់ដល់និយោជិតសម្រាប់ការសម្តែងបុគ្គលិកធ្វើម ក៏ដូចជាការរួមចំណែករបស់ពួកគេដែលជួយឱ្យសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុន។ សម្រាប់ហេតុផលនេះគឺផ្តល់ទម្រង់ជាបីគឺ៖

⁷ KHsearch. ទីផ្សារ. (2019, July 08). គោលនយោបាយជាអ្វី? Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/22627>

- ប្រាក់រង្វាន់សរុប
- ប្រាក់រង្វាន់ចុងឆ្នាំ
- ផែនការលើកទឹកចិត្ត។

២.២.៣ និយមន័យពាណិជ្ជកម្ម

ពាណិជ្ជកម្ម សំដៅលើអ្នកដែលប្រកបអាជីវកម្មលក់ដូរ និងរកស៊ី។

ពាណិជ្ជកម្ម គឺការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ នៅក្នុងបណ្តាញ ឬក៏ក្រៅបណ្តាញ ដើម្បីធ្វើការទំនាក់ទំនង អតិថិជន ហើយនិងដើម្បីផ្សព្វផ្សាយ នូវផលិតផល ម៉ាក សេវាកម្ម និងការប្រកាស សេវាកម្ម ជាសាធារណៈ ដែលបានចូលរួម ឬក៏ការគ្រប់គ្រង ជាក្រុមលក្ខណៈជានយោបាយ។

ពាណិជ្ជកម្ម គឺជាផ្នែកមួយនៃនីតិករណ៍មានន័យថា វិធាននៃនីតិករនេះត្រូវបានអនុវត្តលើទំនាក់ទំនងនៃប្រតិបត្តិការគតិយុត្តិទាំងឡាយដែលត្រូវបានធ្វើឡើង រវាងពាណិជ្ជករនិងពាណិជ្ជករព្រមទាំងរវាងពាណិជ្ជករនិងអតិថិជន។

២.២.៤ ប្រវត្តិពាណិជ្ជកម្ម

ប្រវត្តិនៃការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម ពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ មិនមែនទើបតែកើតឡើងក្រោយពេលបញ្ចប់សង្គ្រាមលោកលើកទីពីរនោះទេ ពោលគឺមានប្រវត្តិជាយូរលង់ណាស់មកហើយ ខណៈអ្នកប្រវត្តិសាស្ត្របានបង្ហាញថា វាបានកើតឡើងចាប់តាំងពីពេលដែលមនុស្សចេះរស់នៅជាកុលសម្ព័ន្ធមកម៉្លេះ។ ពិភពលោកក៏បានឈានដល់សម័យសង្គ្រាមលោកលើកទី២ ឆ្នាំ១៩៣៩-១៩៤៥។ ចាប់តាំងពីពេលនោះមក ពិភពលោកក៏បានបង្កើតអង្គការពាណិជ្ជកម្មជាបន្តបន្ទាប់ ដើម្បីរៀបចំការធ្វើពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិឱ្យមានសណ្តាប់ធ្នាប់ឡើងវិញ។

២.២.៥ ទ្រឹស្តីពាណិជ្ជកម្ម

ប្រទេស (ក) មានឧត្តមភាពជាចំខាតក្នុងការផលិតម្សៅដំឡូងមី រីឯប្រទេស (ខ) មានឧត្តមភាពជាចំខាតក្នុងការផលិតម៉ាស៊ីនកសិកម្ម (ត្រាក់ទ័រ គោយន្ត ម៉ាស៊ីនកូរ៉ាស ម៉ាស៊ីនស្នូងស្រូវ ច្រូតកាត់ ដាំ និងបាចដី....) ។ ប្រទេស ក និង ខ ចំណេញបានច្រើនប្រសិនណាខ្លួនធ្វើសកម្មភាពដោយផលិតតែទំនិញដែលខ្លួនមានឧត្តមភាពហើយយកទៅដោះដូរឱ្យគ្នាទៅវិញទៅមក។ ប្រទេស (ខ) មានប្រៀបជាងលើប្រទេស (ក) ក្នុងការផលិតទំនិញទាំងពីរមុខក៏ប្រទេសទាំងពីរអាចធ្វើជំនួញជាមួយគ្នាបានដោយទទួលបានផលប្រយោជន៍រៀងៗខ្លួន^៨។

គុណប្រយោជន៍ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មក្រៅប្រទេស

- បង្កើនការផលិត និងប្រើប្រាស់បានច្រើន
- អាចបំពេញតម្រូវការគ្នាទៅវិញទៅមកបានមានភាពខ្លាំងសម្រាប់ប្រទេសរបស់ខ្លួន។

២.៣ ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម

២.៣.១ និយមន័យ

⁸ KHsearch. ទីផ្សារ. (2019, June 28). ទ្រឹស្តីពាណិជ្ជកម្ម. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/22299>

ផលប្រយោជន៍ គឺជាដំណើរការដែលគួរប្រកបអ្វីៗដែលគេត្រូវការ ដែលគេប្រកបទៅកើតការផលដែលសម្រេចអំពីការប្រកប។

ផលប្រយោជន៍ គឺជាអ្វីមួយដែលបានផ្តល់នូវលទ្ធផលដែលមានសារៈប្រយោជន៍ ឬដែលលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពជាដើម។

ផលប្រយោជន៍ ជាលក្ខណៈខាងរូបសាស្ត្រនៃផលិតផល ដែលអាចទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អតិថិជន។

ផលប្រយោជន៍ បានន័យថារបស់របរអ្វីៗដែលមានប្រាក់ចំណេញ ចំណូល ឬប្រាក់សន្សំដែលទទួលបានពីសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចណាមួយ។

២.៣.២ ប្រវត្តិនៃផលប្រយោជន៍

ផលប្រយោជន៍ដំបូងបំផុត ដែលបានកត់ត្រាទុកសម្រាប់កម្មករ បានកើតឡើងនៅក្នុងសម័យអាណានិគម។ នៅឆ្នាំ1636 Plymoyta (ជាផ្នែកមួយនៃរដ្ឋ Massachusetts) បានចាប់ផ្តើមផ្តល់ប្រាក់សោធននិវត្តន៍ដល់អាណានិគម ដែលពិការក្នុងអំឡុងពេលប្រយុទ្ធដើម្បីទាមទារឯករាជ្យ។ រដ្ឋាភិបាលនៅក្នុងឆ្នាំ1789 បានអនុម័តផែនការសោធននិវត្តន៍របស់សហព័ន្ធ ដែលនិងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ទៅដល់អតីតយុវជននៃសង្គ្រាមបដិវត្តន៍។ ផែនការសោធនឯកជនដំបូងនិងបានលេចឡើងរហូតដល់ឆ្នាំ1875 នៅពេលដែលផ្តល់ជូនបុគ្គលិកដែលចូលនិវត្តន៍ពីក្រុមហ៊ុន៥០%នៃប្រាក់ខែដែលពួកគេទទួលបាន ក្នុងទសវត្សចុងក្រោយរបស់ពួកគេជាមួយពួកគេ (ប៉ុន្តែមិនលើសពី500ដុល្លារ) ។

២.៣.៣ ទ្រឹស្តីនៃផលប្រយោជន៍

ទ្រឹស្តីអត្ថប្រយោជន៍ គឺជាការបង្កើតគំនិតមួយ ដើម្បីជម្រុញការយល់ដឹងអំពីរបៀបដែលអង្គការសង្គមត្រូវបានផ្តល់ហិរញ្ញប្បទាន។ ក្នុងនាមជាទ្រឹស្តីវិជ្ជមានដល់កម្រិតដែលការសន្មត់របស់វាត្រូវបានទៅនឹងរបៀបដែល SPOs ប្រព្រឹត្តជាក់ស្តែង វាមានប្រយោជន៍ក្នុងការពិពណ៌នាអំពីរបៀបដែល SPOs ផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់ខ្លួនពួកគេក្នុងការអនុវត្ត។ ភស្តុតាងពីការស្រាវជ្រាវបង្ហាញថា ទ្រឹស្តីនេះជាការពិតដល់កម្រិតមួយយ៉ាងសំខាន់ ដោយពន្យល់ពីគំរូហិរញ្ញវត្ថុដែលបានសង្កេតឃើញ ប្រហែលជាសំខាន់ជាងនេះទៅទៀតនោះ ទ្រឹស្តីអត្ថប្រយោជន៍ជាបទដ្ឋានផងដែរ ដោយផ្តល់នូវការណែនាំអំពីរបៀបដែល SPOs អាចផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានជោគជ័យដោយខ្លួនឯង ខណៈពេលដែលកំពុងបន្តបេសកកម្មពិសេសរបស់ពួកគេ។ ខ្លឹមសារនៃទ្រឹស្តីគឺសាមញ្ញ ដោយការអនុវត្តបេសកកម្មរបស់ខ្លួន SPOs បង្កើតការលាយបញ្ចូលគ្នាជាក់លាក់នៃអត្ថប្រយោជន៍សាធារណៈ និងឯកជនសម្រាប់ក្រុមទទួលផលផ្សេងៗ ហើយអ្នកទទួលផលទាំងនេះគាំទ្រ SPO តាមរយៈប្រភេទផ្សេងទៀតនៃការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទាន។ យន្តការ ភាពល្អិតល្អនៃទ្រឹស្តីដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការបញ្ចូលសាច់ចេញនូវប្រភេទនៃអត្ថប្រយោជន៍ និងអ្នកទទួលផលផ្សេងៗ និងការបញ្ជាក់អំពីរបៀបដែលយន្តការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានសមស្របនិងគ្នា អាចបកប្រែអត្ថប្រយោជន៍ទៅជាជំនួយធនធាន។ គោលគំនិតនៃ ការផ្លាស់ប្តូរគឺជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃទ្រឹស្តីអត្ថប្រយោជន៍។ ការពិតណាស់ ការចិញ្ចឹមជីវិតរបស់អង្គការនានា ទូទាំងសេដ្ឋកិច្ចអាចយល់បានក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការផ្លាស់ប្តូរ។ អ្នកចូលរួម ឬអតិថិជននៃអង្គការនានាផ្តល់ការគាំទ្ររូបិយវត្ថុ ឬដោយសប្បុរស ជាម្ចាស់ទំនិញ ឬសេវាកម្មដែលបង្ហាញ។ នេះគឺជាកំស្តែងបំផុត នៅក្នុងវិស័យអាជីវកម្ម ដែលអ្នកប្រើប្រាស់ទទួលបានទំនិញ ឬសេវាកម្មដែលពួកគេទទួលបានពីទូទាត់ជារូបិយវត្ថុដល់អ្នកលក់ និង ជា

កន្លែងដែលឱ្យអ្នកវិនិយោគទិញភាគហ៊ុន និងសញ្ញាបត្រ ឬមូលបត្រ ឬទំនិញដើមទុនផ្សេងទៀត(ឧទាហរណ៍ អចលនទ្រព្យ) ជាថ្នូរនឹងប្រាក់ចំណេញ ឬភាគលាភដែលរំពឹងទុកនាពេលអនាគត។

ធនាគារ ឬក្រុមហ៊ុន អង្គការ ឬស្ថាប័នមួយមានការរីកចម្រើនឆាប់រហ័សអាស្រ័យទៅលើការ ខិតខំប្រឹងប្រែងរួមមានកម្លាំងគ្នាបំពេញតួនាទីរៀងៗខ្លួន ដើម្បីឱ្យអង្គការនោះសម្រេចបានលទ្ធផលជាផ្នែក តាមគោលដៅដែលបានកំណត់។ ទោះបីថ្នាក់ដឹកនាំអង្គការជាក្បាលម៉ាស៊ីន ជាអ្នកចេញយុទ្ធសាស្ត្រ កំណត់ គោលដៅសម្រាប់ការងារទាំងអស់នេះក្តី តែបើគ្មានការចូលរួមចំណែកពីបុគ្គលិកគ្រប់ផ្នែកទេ កិច្ចការនិងក្តី រំពឹងទុកទាំងឡាយក៏មិនអាចសម្រេចបានដូចគ្នា។ ហេតុដូច្នេះហើយ បានជាមានមតិលើកឡើងការលើកទឹក ចិត្តបុគ្គលិកដោយពាក្យសរសើរជារៀងចាំបាច់បំផុត ព្រោះវាគឺជាការជម្រុញល្បឿននៃការរីកចម្រើន របស់ អង្គការ។ ខាងក្រោមនេះជាហេតុផលបញ្ជាក់លើការលើកឡើងខាងលើ៖

១) អ្នកដឹកនាំទទួលស្គាល់ស្នាដៃការងាររបស់បុគ្គលិក

ត្រឹមតែពាក្យមួយម៉ាត់សាមញ្ញថា «អរគុណ» ជាមួយទឹកមុខញញឹមរបស់ថ្នាក់ដឹកនាំជារង្វាន់ដ៏ មាន ន័យសម្រាប់ការបំពេញការងាររបស់បុគ្គលិក ពាក្យសរសើរយ៉ាងខ្លីចេញពីចិត្តរបស់អ្នកដឹកនាំ ជះឥទ្ធិពលរយៈ ពេលវែងដល់ការបំពេញការងាររបស់បុគ្គលិក។ វាលើសពីការទទួលស្គាល់ស្នាដៃការងារ របស់ពួកគេតែជាការឱ្យតម្លៃលើភាពជាបុគ្គលិក ឱ្យតម្លៃដល់ការចូលរួមចំណែករបស់ពួកគាត់។

២) ជំរុញឱ្យបុគ្គលិកមានការតាំងចិត្តកាន់តែខ្លាំង

ពាក្យសរសើររបស់អ្នកដឹកនាំ ជាកម្លាំងចិត្តសំខាន់មួយដែលធ្វើឱ្យបុគ្គលិកកាន់តែមានការតាំង ចិត្តធ្វើ ការងារ។ ពេលខ្លះបុគ្គលិកមួយចំនួនមិនទាន់ស្គាល់ច្បាស់ពីខ្លួនឯង មិនទាន់ដឹងថាអ្វីជាផែនការ អនាគតពិតប្រាកដរបស់ខ្លួន តែដោយមានការណែនាំនិងលើកទឹកចិត្តពីអ្នកដឹកនាំធ្វើឱ្យគេខំប្រឹងប្រែងដើម្បី សម្រេចទាំងគោលដៅខ្លួនឯង និងអនាគតរបស់អង្គការទាំងមូល។

៣. ពង្រឹង និងបង្កើនសីលធម៌របស់បុគ្គលិក

លទ្ធផលការងារអាចសម្រេចបានវាអាស្រ័យមួយផ្នែកលើសីលធម៌របស់បុគ្គលិក។ ក្នុងអង្គការ មួយ បើកាលណាសីលធម៌បុគ្គលិកធ្លាក់ចុះ លទ្ធផលការងារក៏ធ្លាក់ តម្លៃរបស់អង្គការនឹងធ្លាក់តាមនោះដែរ។ អត្ថប្រយោជន៍សំខាន់មួយទៀត លើការសរសើរបុគ្គលិក គឺជួយបង្កើតបរិយាកាសនៃការទុកចិត្តគ្នារវាង សមាជិកក្រុមមានទម្លាប់ទុកចិត្តគ្នា ដូចជាគ្រួសារតែមួយសីលធម៌ក្នុងការគោរពគ្នាទៅវិញទៅមកក្នុងកន្លែង ការងារក៏នឹងកើនឡើង។ ភាពចុះសម្រុងគ្នាក៏កើតមានម្នាក់ៗរីករាយនិងការបំពេញការងាររៀងៗខ្លួន លទ្ធផលការងារក៏នឹងសម្រេចដោយល្អ ហើយគ្រប់គ្នានិងធ្វើឱ្យអង្គការបានដើរទៅដល់គោលដៅដែលបាន កំណត់ដូចគ្នាបានយ៉ាងល្អប្រសើរដែរ¹⁰។

២.៣.៤ និយមន័យក្រុមហ៊ុន

ក្រុមហ៊ុន គឺជានីតិបុគ្គលដែលបានបង្កើតឡើង ដោយក្រុមហ៊ុនដើម្បីចូលរួម និងដំណើរការសហ គ្រាសអាជីវកម្មក្នុងសម្ថភាពពាណិជ្ជកម្ម ឬឧស្សាហកម្ម។ ខ្សែអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន គឺអាស្រ័យទៅលើ រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ពួកវា ដែលអាចរាប់បានចាប់ពីភាពជាដៃគូរហូតដល់ភាពជាម្ចាស់ ឬសូម្បីតែអាជីវកម្ម។

⁹ KHsearch. សេដ្ឋកិច្ច. (2021, April 10). ផលប្រយោជន៍ជាអ្វី? Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/27263>

¹⁰ Kampuchea Thmey Daily. (2022, July 11). ក្រុមសីលធម៌របស់បុគ្គលិក. Retrieved from <https://www.lolc.com.kh/kh/code-of-conduct>

ក្រុមហ៊ុន ជាកិច្ចសន្យារវាងបុគ្គលពីរប្រើនដែលព្រមព្រៀងគ្នាដាក់រួមនូវទ្រព្យសម្បត្តិសេវា ចំណេះដឹង ឬសកម្មភាពផ្សេងៗ ដើម្បីប្រកបរបរអ្វីមួយក្នុងគោលបំណងរកផលចំណេញ។ ប៉ុន្តែ ក្រុមហ៊ុនក៏អាចកើតចេញពីធនៈរបស់ឯកបុគ្គលបានដែរគឺក្រុមហ៊ុនឯកបុគ្គល ឬក្រុមហ៊ុនឯកត្តនាម¹¹។

២.៣.៥ ប្រភេទនៃក្រុមហ៊ុន

ក្នុងជីវភាពរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ តែងតែកើតមាននូវទំនាក់ទំនងគ្នា និងប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាទៅវិញទៅមក ដែលការប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងនោះ ស្ថិតនៅក្រោមរូបភាពខុសៗគ្នាដូចជា៖ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាបែបធម្មតាក្នុងជីវភាពរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ ការជួយការដោះដូរទំនិញ ឬការធ្វើអាជីវកម្មទិញលក់ជាដើម។ ក្រោមរូបភាពនៃទំនាក់ទំនងនេះ យើងអាចសង្កេតឃើញថា នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាសព្វថ្ងៃមានក្រុមហ៊ុនជាច្រើនកំពុងរីកដុះដាលទៅតាមតម្រូវការទីផ្សារគោលដៅរបស់ខ្លួន ហើយក្នុងនោះមាន ក្រុមហ៊ុនសេវាកម្ម ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម។

ក. ក្រុមហ៊ុនសេវាកម្ម

ក្រុមហ៊ុនសេវាកម្ម គឺជាផ្នែកមួយដែលដើរតួយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការជួយជម្រុញឱ្យដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អ្នកកាន់តែទទួលបានជោគជ័យនិងរីកចម្រើនទៅមុខ ដែលយើងអាចនិយាយម្យ៉ាងទៀតបានថាសេវាកម្មអតិថិជននេះគឺជាបេះដូង និងជាខ្យល់ជង្ហើមនៃអាជីវកម្មដែលអាចធ្វើឱ្យអតិថិជនដែលបានទិញផលិតផលឬសេវាកម្មពីក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកហើយ មានអារម្មណ៍សប្បាយចិត្តកក់ក្តៅ មានតម្លៃនិងចង់មកទិញនូវផលិតផលរបស់អ្នកម្តងហើយម្តងទៀតគ្មានភាពស្ទាក់ស្ទើរក្នុងការសម្រេចចិត្ត។ យើងឃើញថាទោះបីជាការបង្កើតឱ្យមានសេវាកម្មអតិថិជនល្អ ត្រូវចំណាយធនធាន ពេលវេលា និងថវិកាច្រើនក៏ដោយ ប៉ុន្តែបើសិនជាអ្នកធ្វើវាបានជោគជ័យ (បង្កើតឱ្យមានសេវាកម្មអតិថិជនមួយដែលល្អឥតខ្ចោះ) អាជីវកម្មរបស់អ្នកនឹងទទួលបាននូវការជឿជាក់ ទំនុកចិត្តពីអតិថិជន ដែលជាហេតុធ្វើឱ្យអ្នកអាចយកឈ្នះដៃគូប្រកួតប្រជែង និងអាចឈរជើងនៅលើទីផ្សារបានយូរអង្វែង។ ជាពិសេសគឺអាចរក្សានូវកត្តិនាមក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នកឱ្យកាន់តែមានភាពល្បីល្បាញ។

ខ. ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម

ក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្ម គឺជាមធ្យោបាយជាសកលដ៏សំខាន់សម្រាប់ការទទួលបានសិទ្ធិមនុស្ស ។ ជាឧទាហរណ៍ វាអាចរួមចំណែកតាមរយៈការបង្កើតមុខងារ និងមុខរបរអភិវឌ្ឍន៍ និងទំនើបការប្រតិបត្តិ នៅមូលដ្ឋាន ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានដែលបណ្តាលមកពីសកម្មភាពធុរកិច្ចនៅតែបន្ត ជាបញ្ហាប្រឈមដ៏សំខាន់មួយជាដដែល ។ បទដ្ឋានថ្មីមួយនេះ បានបំភ្លឺពីតួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវរបស់រដ្ឋ និងសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម ដែលបទដ្ឋានទាំងនេះបានរួមបញ្ចូលគ្នានិងដោយបានអនុម័តយល់ដោយក្រុមប្រឹក្សាសិទ្ធិមនុស្ស របស់អង្គការសហប្រជាជាតិនូវគោលការណ៍ណែនាំស្តីពីធុរកិច្ច និងសិទ្ធិមនុស្សនៅក្នុងខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១១ ។

គ. ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម

¹¹ Emagia. (2015, November 12). ក្រុមហ៊ុន. Retrieved from <https://www.emagia.com/km/resources/glossary/company/>

ផលិតកម្មគឺជាសកម្មភាពដែលប្រើធនធានមនុស្ស និងគ្រឿងម៉ាស៊ីនដើម្បី កែប្រែ ឬបំបែកវត្ថុធាតុដើម ឬសម្ភារៈផ្សេងៗឱ្យក្លាយទៅជា ផលិតផល ឬសេវាកម្ម ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់សង្គម មនុស្សទូទៅ។ ក្នុងន័យនេះការវាស់វែងផលិតកម្មឧស្សាហកម្មការធ្វើតេស្ត និងការសិក្សាវិភាគមានសារៈសំខាន់ក្នុងការកំណត់ថាគុណភាពផលិតផល និងលក្ខណៈបច្ចេកទេសសមស្របសម្រាប់ការរំពឹងទុករបស់អតិថិជនដែរឬទេ។ ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មឧស្សាហកម្មផ្តោតសំខាន់លើប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការ។ នេះអាចត្រូវបានសម្រេចដោយអនុលោមតាមស្តង់ដារបទប្បញ្ញត្តិច្បាប់និងបច្ចេកវិទ្យាផលិតកម្ម និងវិធីសាស្ត្រជាក់លាក់។ ជាមួយនឹងការប្រកួតប្រជែងជាសកល និងការពិតដែលថាអាជីវកម្មអាចផលិតអ្វីៗគ្រប់យ៉ាងបានយ៉ាងងាយស្រួលវាបានក្លាយជាតម្រូវការដើម្បីផលិតផលដែលមានតម្លៃបន្ថែមខ្ពស់នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ¹²។

¹² KHsearch. Geo (2020, October 13). ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មមានន័យដូចម្តេច? Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/32434>

ជំពូកទី៣

លទ្ធផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា)

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា



៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា

Toyota Motor Corporation ជាក្រុមហ៊ុនផលិតយានយន្តពហុជាតិរបស់ជប៉ុនដែលមាន ការិយាល័យ កណ្តាលក្នុងទីក្រុងTokyoខេត្តAichiប្រទេសជប៉ុន។ នៅខែមីនា ឆ្នាំ២០១៤ក្រុមហ៊ុនToyota មានបុគ្គលិក ៣៣៨,៨៧៥នាក់ទូទាំងពិភពលោកហើយនៅខែតុលាឆ្នាំ២០១៦បានជាក្រុមហ៊ុនធំបំផុតទី៩ក្នុងពិភពលោក ដោយគិតពីប្រាក់ចំណូល។ ត្រឹមឆ្នាំ ២០១៦ក្រុមហ៊ុន Toyotaជាក្រុមហ៊ុនផលិត រថយន្តធំ ជាងគេបំផុតលើ ពិភពលោក។ Toyotaជាក្រុមហ៊ុនផលិតរថយន្តទីមួយរបស់ ពិភពលោកក្នុងការផលិតរថយន្តច្រើនជាង១០ លានគ្រឿងក្នុងមួយឆ្នាំដែល សម្រេចបានតាំងពីឆ្នាំ២០១២មកដែលក៏មាន របាយការណ៍ ពីការផលិតរថយន្ត

២០០លានគ្រឿងផងដែរ។ ត្រឹមខែកក្កដាឆ្នាំ២០១៤ Toyota ជាក្រុមហ៊ុនធំជាងគេដែល បានចុះបញ្ជីក្នុង ទីផ្សារមូលបត្រប្រទេស ជប៉ុន។

Toyota ក៏ជាក្រុមហ៊ុនឈានមុខគេក្នុងការលក់រថយន្តអេឡិចត្រូនិកកូនកាត់ (Toyota Prius) ហើយជាក្រុមហ៊ុនមួយក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនធំៗ ផ្សេងទៀតក្នុងការលើកទឹកចិត្តឱ្យមានទីផ្សាររថយន្តកូន កាត់នៅទូទាំងពិភពលោក។ ការលក់នៅទូទាំង ពិភពលោករបស់ក្រុមហ៊ុន Toyota មានការកើនឡើងជា លំដាប់ហើយរថយន្តអ្នកដំណើរម៉ូដែលកូនកាត់ Lexus សម្រេចបានដល់១០លានគ្រឿងក្នុងខែមករា ឆ្នាំ ២០១៧។ ត្រកូលPrius ជារថយន្តកូនកាត់ដែលមានការលក់ ដល់៦លានគ្រឿងទូទាំង ពិភពលោកត្រឹមខែ មករាឆ្នាំ ២០១៧។

ក្រុមហ៊ុន ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយលោក Kiichiro Toyodaក្នុងឆ្នាំ១៩៣៧ដែលផ្តាច់ចេញពី ក្រុមហ៊ុនឧស្សាហកម្ម Toyota របស់ឪពុកលោកដើម្បីបង្កើតរថយន្ត។ បីឆ្នាំមុនក្នុងឆ្នាំ១៩៣៤ខណៈនៅតែ ជា នាយកដ្ឋាននៃឧស្សាហកម្ម Toyota ក្រុមហ៊ុនបានបង្កើតផលិតផលដំបូងរបស់ខ្លួនគឺ ម៉ាស៊ីនប្រភេទA និងរថយន្តអ្នកដំណើរដំបូងក្នុងឆ្នាំ១៩៣៦ដែលជាToyotaAA។ ក្រុមហ៊ុនToyotaMotor Corporationផលិត រថយន្តក្រោម ម៉ាកចំនួន៥រួមមាន Toyota brand, Hino, Lexus, Ranz, និង Daihatsu។ ក្រុមហ៊ុននេះក៏ មានភាគហ៊ុន១៦,៦៦% ក្នុងក្រុមហ៊ុន Subaru Corporation, ៥,៩%ក្នុង ក្រុមហ៊ុន Isuzuក៏ដូចជាក្រុមហ៊ុន បណ្តាក់ទុនរួមគ្នាចំនួនពីរក្នុងប្រទេសចិន (GAC Toyota និង Sichuan FAW Toyota Motor), មួយក្នុង ប្រទេសឥណ្ឌា (Toyota Kirloskar), មួយក្នុងសាធារណរដ្ឋឆេក (TPCA), រួមជាមួយនឹងបណ្តាលក្រុមហ៊ុន លក្ខណៈNonautomotiveមួយចំនួនទៀត។ TMC ជាផ្នែកមួយ នៃ Toyota Groupដែលជាក្រុមហ៊ុនធំបំផុត នៅលើពិភពលោក។

ក្រុមហ៊ុន Toyota មានការិយាល័យកណ្តាលក្នុងទីក្រុងTokjoខេត្តAichi។ ការិយាល័យ កណ្តាល សំខាន់នៃក្រុមហ៊ុន Toyotaមានទីតាំងក្នុងអគារជាន់ទី៤នៅTokjo។ ត្រឹមឆ្នាំ២០០៦ ការិយាល័យ កណ្តាល មានស្លាកសញ្ញាToyota "Toyopet" និងពាក្យ "Toyota Motor"។ មជ្ឈមណ្ឌលបច្ចេកវិទ្យាToyota នៅអាគារ ជាន់ទី១៤និងរោងចក្រHonsha។ រោងចក្រទី២របស់ ក្រុមហ៊ុន Toyotaចូលរួមការ ផលិតធំៗនិងមានឈ្មោះ ពីមុនថារោងចក្រ Koromoដែលនៅជិតគ្នានឹងរោងចក្រមួយផ្សេងទៀតក្នុង ទីតាំង មួយក្បែរនឹងការិយាល័យ កណ្តាល។ លោក Vinod Jacodមកពីហិណ្ឌូបាន ពិពណ៌នាអាគារការិយាល័យ កណ្តាលសំខាន់ ថាជា " Modest"។ ក្នុងឆ្នាំ២០១៣ប្រធាន ក្រុមហ៊ុន លោក Akio Toyodaបានរាយការណ៍ ថាវាពិបាកក្នុងការរក្សា បុគ្គលិក បរទេសនៅការិយាល័យកណ្តាលដោយសារកង្វះ សេវាកម្ម ក្នុងទីក្រុង។

ការិយាល័យ សម្រាប់ទីក្រុងតូក្យូមានទីតាំងនៅ Bunkyo។ ការិយាល័យសម្រាប់Nagoya មានទីតាំង នៅNakamura-ku។ បន្ថែមពីលើការ ផលិតរថយន្តក្រុមហ៊ុនToyotaក៏ផ្តល់នូវសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុតាមរយៈ Toyota Financial Services ហើយបង្កើតមនុស្សយន្តផងដែរ។

ប្រធាន ក្រុមហ៊ុន Toyota Motor៖

- Rizaburo Toyoda (១៩៣៧ – ១៩៤១)
- Kiichiro Toyoda (១៩៤១ – ១៩៥០)
- Taizo Ishida (១៩៥០ – ១៩៦១)

- Fukio Nakagawa (១៩៦១ – ១៩៦៧)
- Eiji Toyoda (១៩៦៧ – ១៩៨១)

ក្នុងឆ្នាំ១៩៨១ក្រុមហ៊ុន Toyota Motor Co., Ltd.បានប្រកាសនូវ គម្រោងរួមបញ្ចូលគ្នាជាមួយក្រុមហ៊ុន Toyota Motor Sales Co., Ltd។ តាំងពី១៩៥០ក្រុមហ៊ុនទាំងពីរនេះនៅដាច់ ដោយឡែកពីគ្នាដែលជា តម្រូវការជាមុនសម្រាប់ការ ស្ថាបនាឡើងវិញក្រោយសង្គ្រាមជប៉ុន។ លោក Shoichiro Toyodaបានដឹកនាំ ក្រុមហ៊ុន Toyota Motor Salesក្នុងការរៀបចំសម្រាប់ការរួមបញ្ចូលគ្នាដែលបាន កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ១៩៨២។ លោកShoichiroបានទទួលជោគជ័យរបស់គាត់លោក Eijiជាប្រធាន នៃអង្គការរួមគ្នាដែល ក្រោយមកប្រែជា ឈ្មោះក្រុមហ៊ុន Toyota Motor Corporation។

Toyota Supraឆ្នាំ១៩៩៣ដល់១៩៩៥ក្រុមហ៊ុន Toyota ត្រូវបានជួញដូរជាសាធារណៈនៅក្នុងទីក្រុងតូក្យូ, Osaka, Nagoya, Fukuoka, និង Sapporoមានការផ្លាស់ប្តូរក្រោមលេខកូដ ក្រុមហ៊ុន TYO: 7203 ។ លើសពីនេះ ក្រុមហ៊ុនToyotaត្រូវបានចុះបញ្ជីបរទេសលើទីផ្សារហ៊ុនក្នុងទីក្រុង New York ដោយ កូដជួញដូរNYSE: TMនិងទីផ្សារហ៊ុនក្នុងទីក្រុងLondon ដោយកូដជួញដូរLSE: TYT។ ក្រុមហ៊ុនToyota បានប្រកាសការជួញដូរជា សាធារណៈក្នុងប្រទេសជប៉ុនតាំងពីឆ្នាំ១៩៤៩ហើយនៅលើឆាកអន្តរជាតិតាំង ពី ឆ្នាំ ១៩៩៩។

បើតាមរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនToyotaមានក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធចំនួន៥៤០ និងសាខាចំនួន២២៦។

- Toyota Motor North America (១០០% – ២០០៤)
- Toyota Canada Inc. (៥១% – ២០១៣)
- Toyota Tsusho – ក្រុមហ៊ុន ជួញដូរ សម្រាប់ ក្រុមហ៊ុន Toyota Group
- Daihatsu Motor Company (១០០%)
- Hino Motors (៥០,១% – ២០០១)
- Lexus ១០០% (១៩៨៩)
- Scion ១០០% (២០០៣)
- DENSO (២៤,៧៤% – ៣០ កញ្ញា ២០០៦)
- Toyota Industries (២៣,៥១% – ៣១ មីនា ២០០៦)
- Aisin Seiki Co. (២៣,០% – ៣០ កញ្ញា ២០០៦)
- Subaru Corporation (១៦.៦៦% – ២៨ មិថុនា ២០០៨)
- Isuzu Motors (៥.៩% – ១០ វិច្ឆិកា ២០០៦)
- PT Toyota Astra Motor (៤៩% – ២០០៣)
- Noble Automotive (២៣% – ២០១៤)
- PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (៩៥% – ២០០៣)

ក្នុងនាមជា ក្រុមហ៊ុនផលិតរថយន្តធំបំផុតលើពិភពលោកក្រុមហ៊ុន Toyotaបានផលិតជាលើក ដំបូងក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រនូវរថយន្តច្រើនជាងក្រុមហ៊ុនFord ក្នុង២០០៥ ហើយក្នុងឆ្នាំ២០០៦ច្រើនជាងក្រុមហ៊ុន

General Motors ហើយជាក្រុមហ៊ុនផលិតរថយន្តធំបំផុតលើពិភពលោក រហូតដល់ឆ្នាំ២០១៥ លើកលែងតែ ឆ្នាំ២០១១ ពេលក្រុមហ៊ុនToyota ដំណើរការឆ្នាំ២០១១ ដោយមានរញ្ជួយដីនិងរលកយក្សស៊ុណាមិ ហើយ មានការធ្លាក់ចុះទៅចំណាត់ថ្នាក់ លេខ៣ពីក្រោយក្រុមហ៊ុនGeneral Motors និងVolkswagen Group។

បើនិយាយពីក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា អ្នកណាៗក៏ស្គាល់ដែរ ដោយសារតែគុណភាពនៃការប្រើប្រាស់មាន ភាពរឹងមាំ ធន់ ប្រើប្រាស់បានយូរអង្វែង យ៉ាងណាក៏ដោយ នៅពីក្រោយភាពជោគជ័យនៃការបង្កើតរថយន្តទី មួយ និងដំបូងគេនោះមានរឿងរាវជាច្រើនផងដែរ។ នៅក្នុងឆ្នាំ ១៩២៤ លោក សាកិឈី តូយ៉ូដា (Sakichi Toyoda) បានធ្វើការបង្កើតម៉ាស៊ីនតំបាញ ស្វ័យប្រវត្តិដំបូងគេបំផុតដែលមានឈ្មោះថា Toyoda Model G។ ប្រើប្រាស់មូលដ្ឋានគ្រឹះ Jidoka ដោយម៉ាស៊ីននោះនឹងធ្វើការបញ្ឈប់ដោយស្វ័យប្រវត្តិនៅពេលមានបញ្ហាអ្វី មួយកើតឡើង ហើយក្រោយមកវាក៏បានក្លាយទៅជា ផ្នែកមួយនៃចង្វាក់ផលិតកម្មផលិតរបស់តូយ៉ូតា។ ម៉ាស៊ីនតំបាញ ត្រូវបានផលិតក្នុងចង្វាក់ផលិតកម្មតូចមួយ។ នៅក្នុងឆ្នាំ ១៩២៩ អាណ្ហាប័ណ្ណរបស់ម៉ាស៊ីន តំបាញ ត្រូវបានលក់ទៅអោយក្រុមហ៊ុនអង់គ្លេសមួយឈ្មោះថា Platt Brothers ដោយនៅពេលនោះហើយ ដែលតូយ៉ូតា ចាប់ផ្តើមមានដើមទុនសម្រាប់ផលិតរថយន្ត។

ការផលិតរថយន្តតូយ៉ូតាត្រូវបានចាប់ផ្តើមនៅឆ្នាំ ១៩៣៣ ជាការបែងចែកនៃ Toyoda Automatic Loom ធ្វើការដោយយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការផលិតរថយន្ត ក្រោមការដឹកនាំរបស់កូនប្រុសស្ថាបនិក គីឈីរ៉ូ តូ យ៉ូដា (Kiichiro Toyoda)។ រថយន្តដំបូងពេលនោះគឺរថយន្តដឹកអ្នកដំណើរ A1 និងរថយន្តដឹកទំនិញធុនធំ G1 ក្នុងឆ្នាំ ១៩៣៥ ។ ក្រុមហ៊ុន តូយ៉ូតាម៉ូទ័រត្រូវបានបង្កើតឡើងជាក្រុមហ៊ុនឯករាជ្យមួយ នៅឆ្នាំ ១៩៣៧ រថយន្តត្រូវបានលក់ដំបូងក្រោមឈ្មោះ តូយ៉ូដា (Toyoda) ពីឈ្មោះគ្រួសាររបស់ស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុន គីឈីរ៉ូ តូ យ៉ូដា (Kiichiro Toyoda)។ នៅខែមេសាឆ្នាំ១៩៣៦ រថយន្តដឹកអ្នកដំណើរដំបូងរបស់តូយ៉ូដា Model AA ត្រូវបានផលិតដោយជោគជ័យ ដោយដាក់លក់តម្លៃ ៣,៣៥០ យ៉េន (ប្រហែល ៣១ដុល្លារ សម័យនោះ) ដែលមានតម្លៃថោកជាងរថយន្ត Ford និង GM ៤០០ យ៉េន។

នៅខែកញ្ញាឆ្នាំ១៩៣៦ ក្រុមហ៊ុនបានរៀបចំការប្រកួតប្រជែងជាសាធារណៈដើម្បីរចនា ផ្លាកសញ្ញាថ្មី មួយ។ ក្នុងចំណោមអ្នកចូលរួមចំនួន ២៧,០០០ អ្នកឈ្នះបានទៅលើការផ្តើមដោយពាក្យ ៣ម៉ាត់តាមភាសា ជប៉ុន បែបកាតាកាណា “TOYODA” ជារង្វង់មួយ។ លោក រីហ្សូប៉ូរ៉ូ តូយ៉ូដា ដែលជាកូនប្រុសបានរៀបការ ចូលមកក្នុងគ្រួសារ បានធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ ដោយខ្លួនពេញចិត្តនឹងពាក្យ “TOYOTA” ដែលវាតំណាងអោយ លេខនាំសំណាង ដើម្បីសរសេរជាភាសាជប៉ុន។

ចាប់តាំងពីអក្សររបស់ TOYODA ដែលមានន័យថា “ដីស្រីដែលមានដីជាតិ” ត្រូវបានផ្លាស់ប្តូរចេញ ដើម្បីកុំអោយមានការពាក់ព័ន្ធនឹងទៅនឹងការរចនា ចាស់គំរើលបែបស្រែចម្ការ។ ឈ្មោះថ្មីនោះត្រូវបានចុះបញ្ជី រពណ៌ជួកម្តង ដោយក្រុមហ៊ុនបានធ្វើការចុះឈ្មោះទៅជា ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា ម៉ូទ័រ នៅខែសីហា ឆ្នាំ១៩៣៧។

លោក Toyoda Kiichirō គឺជាពាណិជ្ជករជនជាតិជប៉ុន និងជាកូនប្រុសរបស់ស្ថាបនិកក្រុមហ៊ុន Toyoda Loom Worksគឺលោក Sakichi Toyoda ។ ការសម្រេចចិត្តរបស់គាត់ក្នុងការផ្លាស់ប្តូរការផ្តោត អារម្មណ៍របស់ Toyoda ពីការផលិតក្រណាត់ដោយស្វ័យប្រវត្តិទៅជាការផលិតរថយន្តពេលនោះហើយដែល ក្រុមហ៊ុន Toyota Motor Corporation បានបង្កើតឡើង។ ហើយការផ្លាស់ប្តូរឈ្មោះពី Toyoda ទៅជា Toyota វិញនេះប្រហែលជាឲ្យមានភាពងាយស្រួលក្នុងការបញ្ចេញសំឡេង។ រហូតមកដល់ពេលបច្ចុប្បន្ននេះ

ក្រុមហ៊ុនផលិតរថយន្តដែលល្បីល្បាញមានអាយុកាលជាង 75 ឆ្នាំមកហើយ។ លោក Kiichiro គាត់គឺជា ឥស្សរជនដ៏សំខាន់ក្នុងការត្រួតត្រាយផ្លូវសម្រាប់ឧស្សាហកម្មរថយន្តជប៉ុន ហើយបើគ្មានគាត់ទេ ឧស្សាហកម្មរថយន្តជប៉ុនសព្វថ្ងៃនេះប្រហែលជាមិនសូវមានការអភិវឌ្ឍន៍ទេ។ ឧស្សាហកម្មរថយន្តដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជួយដល់សេដ្ឋកិច្ចជប៉ុន។ ចំនួនរថយន្តដែលផលិតក្នុងប្រទេសជប៉ុនបានកើនឡើងយ៉ាងខ្លាំងពី 70,000 ទៅ 11,4 លានគ្រឿងនៅចន្លោះឆ្នាំ1955 និង1980 ហើយនៅឆ្នាំ1980 លើសពីចំនួនរថយន្តដែលផលិតដោយសហរដ្ឋអាមេរិក។

លើសពីនេះ សមាមាត្រនៃការនាំចេញទៅក្រៅប្រទេសរបស់រថយន្តជប៉ុនគឺ55% ក្នុងឆ្នាំ1985។ លោក Kiichiro ត្រូវបានគេនិយាយថាបានបើកផ្លូវសម្រាប់ ឧស្សាហកម្ម រថយន្តជប៉ុនហើយគាត់ត្រូវបានគេសរសើរថាបង្កើតរថយន្ត ក្នុងស្រុកដែលល្អជាង រថយន្ត បរទេស។

ភាពខុសគ្នារវាងប្រទេសជប៉ុន និងសហរដ្ឋអាមេរិកនៅក្នុងឧស្សាហកម្មរថយន្តក្នុងអំឡុងសង្គ្រាមលោកលើកទី 2 គឺមានទំហំធំណាស់។ នៅដើមទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1930 លោក Kiichiro បានបន្តការអភិវឌ្ឍន៍ឆ្ពោះទៅរកការផលិតរថយន្តក្នុងស្រុក។ នៅឆ្នាំ 1933 ក្រុមហ៊ុន Toyota Industries Corporation បានបង្កើតនាយកដ្ឋានរថយន្តមួយ ហើយបានចាប់ផ្តើមការអភិវឌ្ឍន៍ពេញលេញនៃរថយន្ត។ ទោះជាយ៉ាងណា ការអភិវឌ្ឍរថយន្តមិនបានដំណើរការដោយរលូនឡើយ។ ជាឧទាហរណ៍ គ្មាននរណាម្នាក់មានបទពិសោធន៍ក្នុងការផលិតរថយន្តនោះទេ ដូច្នេះហើយគាត់បានប្រមូលផ្តុំអ្នកដែលមានបទពិសោធន៍ក្នុងការផលិតរថយន្តមកពីទូទាំងប្រទេសជប៉ុន។ ម្យ៉ាងទៀត វាត្រូវចំណាយពេលប្រាំមួយខែដើម្បីផលិត ម៉ាស៊ីន។ បន្ទាប់មក នៅខែឧសភា ឆ្នាំ1935 រថយន្តដឹកអ្នកដំណើរ A1 ដំបូងត្រូវបានបញ្ចប់។ បន្ទាប់មក ពួកគេបានផលិត រថយន្ត ដឹកអ្នកដំណើរ AA ដែលធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវប្រភេទ A1 និងរថយន្តGA ដែលធ្វើឱ្យប្រភេទG1ប្រសើរឡើង។ លើសពីនេះ ក្រុមហ៊ុនToyota Industries Corporation ត្រូវបានចាត់តាំងជាមួយក្រុមហ៊ុន Nissan Motor Company ក្នុងខែកញ្ញាជាក្រុមហ៊ុនដែលមានអាជ្ញាប័ណ្ណក្រោមច្បាប់ស្តីពីការផលិតរថយន្ត។ ទស្សវត្សរ៍ឆ្នាំ 1960 គឺជាពេលវេលានៃការរីកចម្រើនដ៏ធំសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា។ ពួកគេបានបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយអឺរ៉ុប ហើយបានចាប់ផ្តើមនាំចេញយានជំនិះនៅទីនោះដោយជោគជ័យ។ ការលក់របស់ពួកគេក៏កំពុងរីកចម្រើនក្នុងប្រទេស អូស្ត្រាលីដែលជាទីផ្សារនាំចេញដ៏ធំបំផុត របស់ពួកគេនៅពេលនោះ។

រហូតដល់ពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ក្រុមហ៊ុនផលិតរថយន្ត Toyota នៅតែឈរជើងជាក្រុមហ៊ុនដែលល្បីល្បាញទូទាំងពិភពលោកដោយមានការចាប់អារម្មណ៍លើការផលិតរថយន្តម៉ូដែលថ្មី និងបច្ចេកវិទ្យាទំនើបកាន់តែអស្ចារ្យជាមួយរថយន្តក្នុងការគ្រប់គ្រងជាមួយថាមពលកំលាំងអគ្គសនី និងបច្ចេកវិទ្យាសន្សំសំចៃប្រេងសាំង។ ជាឧទាហរណ៍ដូចជា Toyota RAIZE និងមានគំរោងបញ្ចេញរថយន្ត Toyota bz4X 2023 និង Toyota Highlander ឆ្នាំ 2023។

**៣.១.២ ចក្ខុវិស័យ មេសកកម្ម គោលដៅ របស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា
ក.ចក្ខុវិស័យ**

ដើម្បីក្លាយជាក្រុមហ៊ុនលក់ឡានជាទីពេញនិយម ដែលអាចរកបានគ្រប់ទីកន្លែង និងមានការទទួលស្គាល់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

ចក្ខុវិស័យដ៏មួយរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា) គឺការជួយអភិវឌ្ឍបន្ថែមលើជំនាញរបស់ បុគ្គលិកគ្រប់រូបអោយកាន់តែប្រសើរឡើង។ នាថ្ងៃទី 27-28 ខែកក្កដា ឆ្នាំ2024 នាយកដ្ឋានធនធានមនុស្ស បានរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលមួយក្រោមប្រធានបទ “4 Essential Roles of Leadership” ដើម្បីអោយប្រធាន ក្រុមតាមផ្នែកនីមួយៗបានស្វែងយល់ក្នុងបង្កើនចំណេះដឹង និងភាពជាអ្នកដឹកនាំរបស់គាត់អោយទទួលបាន ជោគជ័យ។ ចូលរួមរំកិលពិភពលោកដោយ បន្ទូលជូននូវបទពិសោធន៍ អាកាសយានដ្ឋានដ៏ល្អបំផុតលើសពី ការរំពឹងទុករបស់អ្នកប្រើប្រាស់។

ដើម្បីក្លាយជាអ្នកនាំចូល និងចែកចាយរថយន្តដែលគួរឱ្យទុកចិត្តបំផុតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និង ក្នុងតំបន់ ដោយការរួបរួមរវាងមនុស្ស និងរថយន្ត រួមចំណែកដល់សង្គម និងការថែរក្សាបរិស្ថាន។

ខ. បេសកកម្ម

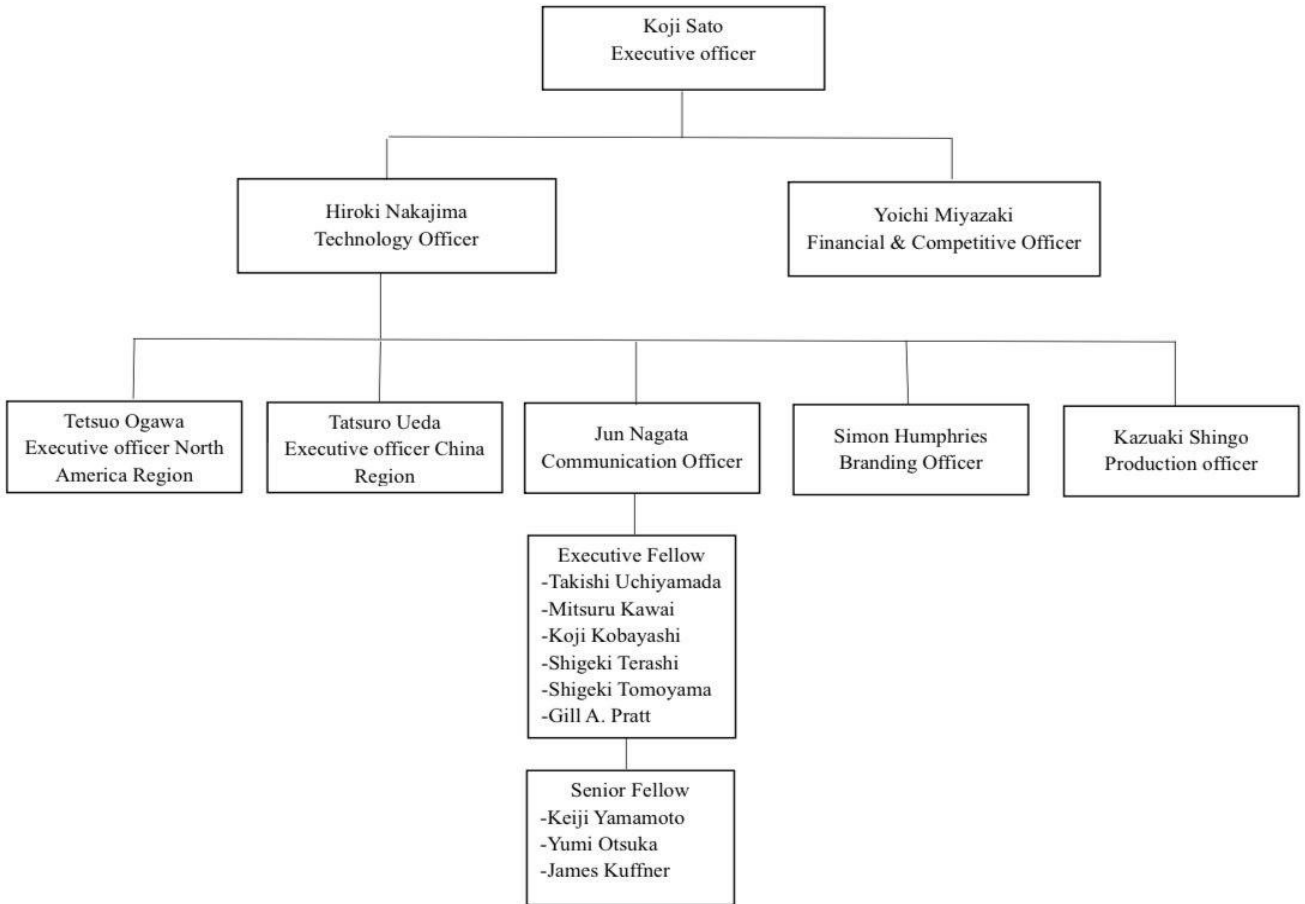
បេសកកម្មរបស់យើងអភិវឌ្ឍ វិស័យយានយន្តក្នុងប្រទេសកម្ពុជានិងតំបន់ ដោយការរួបរួមគ្នា រវាង មនុស្សនិងរថយន្តរួមចំណែក ដល់សង្គមនិង ការថែទាំបរិស្ថាន។ កែលម្អឥតឈប់ឈរ និងផ្តល់នូវផលិតផល និងសេវាកម្មដែលមានគុណភាពល្អបំផុតដល់អតិថិជនទាំងអស់។ ធានាថា អតិថិជនរបស់យើងទាំងអស់នៅ ក្នុងប្រទេសកម្ពុជាគឺជាម្ចាស់រថយន្តដែលមានការពេញចិត្តបំផុត។ ធានាថា បុគ្គលិក និងអតិថិជនរបស់យើង មានមោទកភាពក្នុងការក្លាយជាសមាជិករបស់ Toyota Cambodia ។ កសាង និងរក្សាទំនាក់ទំនងដ៏រឹងមាំ និងជឿទុកចិត្តក្នុងចំណោមភាគីម្ចាស់ភាគហ៊ុនទាំងអស់។

គ. គោលដៅ

លោក Hiroki Nakajima ប្រធានផ្នែកបច្ចេកវិទ្យារបស់ក្រុមហ៊ុន Toyota បានប្រាប់អ្នកយក ព័ត៌មានថា៖ «នេះប្រហែលជាវិធីចម្លែកមួយក្នុងការកំណត់ផែនការលក់នេះ ប៉ុន្តែ ២សែនគ្រឿងមិនមែនជា ចំនួនធំទេ»។ លោកបានបន្ថែមថា៖ «យើងជឿថា យើងអាចសម្រេចបានការលក់ចំនួននេះ និងលក់បាន ច្រើនជាងនេះ»។ ការសម្រេចចិត្តនេះបង្ហាញពីការផ្លាស់ប្តូរការផ្តោតរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតរថយន្តជប៉ុនមួយ នេះ ដែលជាអ្នកគាំទ្រដ៏សំខាន់ទៅលើរថយន្តថាមពលអ៊ីដ្រូសែនសម្រាប់ធ្វើជាជម្រើសជំនួសរថយន្តអគ្គិសនី។ ដើម្បីពង្រីកការអនុវត្តបច្ចេកវិទ្យាឥន្ធនៈអ៊ីដ្រូសែនទៅក្នុងកម្មវិធីកាន់តែទូលំទូលាយ រួមទាំងការ ផលិតថាមពលលក្ខណៈឧស្សាហកម្ម និងរថយន្តដឹកទំនិញលក្ខណៈពាណិជ្ជកម្មជាដើម។

៣.១.៣ បេសកកម្មគ្រប់គ្រង គុណតម្លៃ និងការកិច្ច របស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា

ក. រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង



ខ. តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់គណៈគ្រប់គ្រង

តួយ៉ាងមានក្រុមប្រឹក្សាភិបាលដូចជាអង្គការធំៗជាច្រើនដែរ។ ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលដើរតួនាទីស្នូលក្នុងការដឹកនាំប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន និងធានានូវអភិបាលកិច្ចសាជីវកម្មប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ។ ពួកគេមានទំនួលខុសត្រូវក្នុងការគោរពគោលការណ៍អភិបាលកិច្ចដ៏រឹងមាំ បង្កើតការអនុវត្តប្រកបដោយតម្លាភាព និងគណនេយ្យភាព និងលើកកម្ពស់ក្រុមសីលធម៌ទូទាំងអង្គការ។ លើសពីនេះ ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសហការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រងជាន់ខ្ពស់ដើម្បីកំណត់ចក្ខុវិស័យ គោលដៅ និងគោលដៅរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុនតួយ៉ាង ដោយផ្តល់នូវការយល់ដឹងដ៏មានតម្លៃលើការសម្រេចចិត្តអាជីវកម្ម និងការវិនិយោគសំខាន់ៗ។

ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលរបស់តួយ៉ាងក៏តំណាងឱ្យផលប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ភាគហ៊ុនរបស់ខ្លួនផងដែរ ដោយធ្វើការសម្រេចចិត្តដើម្បីបង្កើនតម្លៃម្ចាស់ភាគហ៊ុន រួមទាំងការបែងចែកភាគលាភ និងសកម្មភាពសាជីវកម្មសំខាន់ៗ។

តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់ប្រធានក្រុមហ៊ុនដូចជា៖

- រៀបចំចាត់ចែងផែនការ និងធ្វើការជួបជុំពិភាក្សាជាមួយប្រធានផ្នែកនីមួយៗ

- ដោះស្រាយរាល់បញ្ហាដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន
- មានសិទ្ធិសម្រេចរាល់កិច្ចការដែលត្រូវបានស្នើសុំ
- ត្រួតពិនិត្យជាប្រចាំរាល់របាយការណ៍សំខាន់ៗ ។

តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់ផ្នែកលក់ដូចជា៖

- ធ្វើការលក់ជូនរាល់អតិថិជនទាំងអស់ដែលធ្វើការចង់ជាផលិតផល
- ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយម៉ាកថ្មីៗរបស់ក្រុមហ៊ុនជារៀងរាល់ថ្ងៃច័ន្ទ
- រីករាយស្វាគមន៍អតិថិជនជានិច្ច
- ដាក់កម្មវិធីរាល់ផលិតផលដែលអតិថិជនកម្ពុជា

តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់ផ្នែកគណនេយ្យ ដូចជា៖

ប្រមូលរាល់វិក័យបត្រ ដែលផ្នែកលក់ ធ្វើការលក់បានទាំងវិក័យបត្រជំពាក់ និងវិក័យបត្រលក់ និងទូទាត់ ភ្លាមៗយកមករៀបចំដាក់ទៅតាមកន្លែងរបស់វានីមួយៗ

- រក្សាបញ្ជីស្នាមរបស់ក្រុមហ៊ុន
- គិតលុយនៅពេលអតិថិជនទិញផលិតផល
- រៀបចំ និងចាត់ចែងរក្សាទុកឯកសារគណនេយ្យ
- ធ្វើការតាមដានឥណទានដែលដល់ថ្ងៃទូទាត់
- ធ្វើការតាមដានចំពោះអតិថិជនណាដែលមានបញ្ហាចំពោះការទូទាត់
- ធ្វើការប្រមូលរាល់ឯកសារចំណាយទុកធ្វើការប្រកាសជារៀងរាល់ខែ
- ប្រកាសពន្ធ និងបិទបញ្ជីជារៀងរាល់ខែឆ្នាំ
- រៀបចំឯកសារផ្សេងៗសម្រាប់ទុកឱ្យខាងពន្ធជាចុះត្រួតពិនិត្យ
- ទទួលបន្ទុកទូទាត់បំណុលជាមួយអតិថិជន
- ធ្វើការចេញវិក័យបត្រចំពោះការលក់ជាប់ពន្ធ
- រៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ
- ត្រួតពិនិត្យឥណទានប្រចាំខែ និងតារាងតុល្យការចំណេញខាតរបស់គណនេយ្យ
- ត្រួតពិនិត្យសាច់ប្រាក់ក្នុងបេឡា និងធនាគារ
- ត្រួតពិនិត្យឯកសារអតិថិជនដែលចង់ស្នើសុំជំពាក់។

តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់រដ្ឋបាល

- ធ្វើការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិក
- ទទួលបន្ទុកការងាររដ្ឋបាល
- រៀបចំឯកសារបុគ្គលិកដូចជា (ជីវប្រវត្តិ លិខិតសុំចូលបម្រើការងារ....)
- ទទួលខុសត្រូវ ឬមើលការខុសត្រូវទៅលើច្បាប់ស្នើសុំឈប់សំរាក លិខិតស្នើសុំលាឈប់ ការសុំចេញមុន ឬយឺត ក្រដាសស្នើសុំសម្ភារៈប្រើប្រាស់របស់បុគ្គលិកជាដើម....
- តាមដានវត្តមានរបស់បុគ្គលិក
- ថែរក្សាទ្រព្យសម្បត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន

- រៀបចំបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ធ្វើការរាយឈ្មោះបុគ្គលិកដើម្បីធ្វើបំណុល ប.ស.ស
- កត់ត្រានិងប្រកាសព័ត៌មានដែលកើតមានឡើងក្នុងក្រុមហ៊ុនដែលពាក់ព័ន្ធនិងបុគ្គលិក
- ធ្វើការសម្រួលដល់បុគ្គលិកទាំងអស់នូវពេលមានបញ្ហាសម្ភារៈប្រើប្រាស់ណាមួយខូចខាត
- ទទួលបន្ទុកផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់និយោជិកទាំងអស់
- ទទួលបន្ទុកដោះស្រាយរាល់បញ្ហាទាំងអស់ និងធ្វើការកែលម្អ
- ផ្នែកអនាម័យ និងសន្តិសុខ។

តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់ប្រធានផ្នែកនីមួយៗ

- រៀបចំឯកសារសំខាន់ៗដែលត្រូវសម្រេចចិត្តពីអគ្គនាយកក្រុមហ៊ុនចុះហត្ថលេខា
- ធ្វើការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិកនៃនាយកដ្ឋានរបស់ខ្លួនឱ្យបានសមស្រប
- ធ្វើការសម្រេចចិត្តចំពោះការដាក់ច្បាប់ឈប់របស់បុគ្គលិកនៅក្នុងនាយកដ្ឋានរបស់ខ្លួន
- ធ្វើការដោះស្រាយបញ្ហាដែលកើតមានឡើងក្នុងនាយកដ្ឋានរបស់ខ្លួន
- រៀបចំនូវឯកសារផ្សេងៗ ដែលមានបញ្ហា និងបញ្ហា ដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងអង្គការយកទៅប្រជុំជាមួយប្រធានផ្នែកផ្សេងៗ និងអគ្គនាយកជារៀងរាល់ខែ
- ធ្វើការចុះទៅផ្ទាល់ចំពោះអតិថិជនណាដែលមានបញ្ហាចំពោះការទូទាត់។

តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់អ្នកទទួលភ្ញៀវ (Receptionist)

- ទទួលភ្ញៀវ និងរីករាយរាក់ទាក់ដល់អតិថិជន
- ផ្តល់ព័ត៌មានដល់អតិថិជន
- រៀបចំរីករាយបត្រឱ្យមានរបៀបដើម្បីបញ្ជូនទៅផ្នែកគណនេយ្យងាយស្រួលធ្វើការ
- កត់ត្រាសម្ភារៈដែលបើកយកទៅប្រើប្រាស់។

តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់ផ្នែកទីផ្សារ

រកយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីឱ្យមនុស្សស្គាល់ ផលិតផលកាន់តែច្រើនឡើង៖

- ធ្វើការសហការជាមួយផ្នែកលក់ដើម្បីធ្វើការផ្សព្វផ្សាយផ្ទាល់លើទំព័រ អ៊ិនធើណែត នូវព័ត៌មានផ្សេងៗទាក់ទងនិងក្រុមហ៊ុនរកវិធីសាស្ត្រនៃការលក់ដើម្បីវាយលុកទីផ្សារនៅកម្ពុជាទាំងមូល
- ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយការលក់តាមប្រព័ន្ធ អ៊ិនធើណែត ដើម្បីងាយស្រួលដល់អតិថិជន
- ធ្វើការសហការជាមួយដៃគូធ្វើការគ្រប់ផ្នែក និងដើម្បីធ្វើការបង្ហាញអំពីការផ្សព្វផ្សាយនូវផលិតផលយើង និង ផលិតផលថ្មីៗ ដើម្បីបង្ហាញទៅដល់អតិថិជនដែល មានចំណាប់អារម្មណ៍ស្វែងរកគ្រឿងបច្ចេកវិទ្យា ទំនើបអាចមកជាផលិតផលនៅក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាក្រៅប្រទេស។

៣.២ ការអនុវត្តន៍គោលនយោបាយក្នុងការលើកទឹកចិត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា

ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាក៏ដូចជាក្រុមហ៊ុនដទៃទៀតដែរ គឺមានបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងសម្រាប់បុគ្គលិកប្រតិបត្តិតាម និងជាក្បួនច្បាប់សម្រាប់ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនទទួលបាននូវជោគជ័យ។ ហើយនេះគ្រាន់តែជាផ្នែកមួយដែលលើកយកមកសិក្សាក្នុងការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកតែប៉ុណ្ណោះ ដែលវាកើតឡើងពីការបូកបញ្ចូលគ្នារវាងវិធីសាស្ត្រ២គឺ ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកខាងក្នុង និងការលើកទឹកចិត្តផ្នែកខាងក្រៅ៖

៣.២.១ ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកខាងក្នុង

ពេលវេលាធ្វើការ និងពេលឈប់សម្រាក

ច្បាប់ការងាររបស់ប្រទេសកម្ពុជា គឺតម្រូវឱ្យធ្វើការក្នុងរយៈពេលមួយមិនលើសពី ៤៨ម៉ោង ក្នុងមួយសប្តាហ៍ ឬ៨ម៉ោងក្នុងមួយថ្ងៃ ដែលចាប់ផ្តើមពីថ្ងៃច័ន្ទដល់ថ្ងៃសៅរ៍ (តាមសាខានីមួយៗ សាខាខ្លះធ្វើពីថ្ងៃច័ន្ទដល់ថ្ងៃសៅរ៍)។ ក្នុងនោះដែរ ការកំណត់ច្បាប់ការងាររបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា មានសិទ្ធិកំណត់ថ្ងៃនិងម៉ោង ការងាររបស់បុគ្គលិក ដើម្បីឆ្លើយតបទៅ និងតម្រូវការរបស់ក្រុមហ៊ុន និងអតិថិជន។

ម៉ោងការងាររបស់បុគ្គលិក និងជូនដំណឹងដល់បុគ្គលិកជ្រាបជាព័ត៌មាន នៅពេលចុះកិច្ចសន្យាការងាររបស់បុគ្គលិក។ ប្រសិនបើគ្មានការជូនដំណឹងផ្សេងនោះទេ បុគ្គលិកពេញម៉ោង ធ្វើការមិនឱ្យលើសពី៨ម៉ោងក្នុងមួយថ្ងៃឡើយ។ ជាទូទៅចាប់ផ្តើមធ្វើការពីម៉ោង៧ព្រឹក ដល់ម៉ោង១២ថ្ងៃត្រង់ ហើយបានអនុញ្ញាតសម្រាកមួយម៉ោង និងចាប់ផ្តើមធ្វើការវិញនៅម៉ោង ១រសៀល ដល់ម៉ោង ៥ល្ងាច ពេលវេលាធ្វើការមុនក្រោយពេលចាប់ផ្តើមដែលត្រូវបានតែងតាំង និងមិនបញ្ចូលនៅម៉ោងធ្វើការសរុបក្នុងមួយថ្ងៃនោះទេ លើកលែងតែមានការអនុញ្ញាតដាក់លាក់ដោយអ្នក គ្រប់គ្រងរបស់បុគ្គលិកនោះ។ ពេលឈប់សម្រាកអាហារថ្ងៃរបស់បុគ្គលិកមិនរាប់បញ្ចូលនៅក្នុងម៉ោងធ្វើការ សរុបដែលបានធ្វើនៅក្នុងថ្ងៃនោះទេ។ នៅក្រោមលក្ខខណ្ឌអនុវត្តការងារបន្ថែមម៉ោងមិនមានភាពចាំបាច់ ឬត្រូវធ្វើឱ្យនៅកម្រិតអប្បបរមា។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយក៏ទំហំការងារអាចប្រែប្រួលចុះឡើងហើយនៅពេលមានការងារអាចចាំបាច់តម្រូវឱ្យបុគ្គលិកធ្វើការបន្ថែមម៉ោង។ ជួនកាលប្រសិនបើការងារប្រញាប់តម្រូវឱ្យបុគ្គលិកបន្ថែមម៉ោងធ្វើការដោយបូកប្រាក់ម៉ោងបន្ថែមទៀតទៅតាមលក្ខខណ្ឌរបស់ក្រុមហ៊ុន និងច្បាប់ការងារផងដែរ។

ច្បាប់ឈប់សម្រាក

ការឈប់សម្រាកមានច្រើនប្រភេទដែលអាចទទួលបាននៅពេលធ្វើការជាមួយក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា។ នៅគ្រប់ករណីទាំងអស់បុគ្គលិកត្រូវសុំអនុញ្ញាតពីអ្នកគ្រប់គ្រង និងប្រធានផ្នែករបស់អ្នកជាមុនសិន ទើបអាចឈប់សម្រាកបាន។ ជានិច្ចកាលបុគ្គលិកគួរតែផ្តល់ជាមុនសិននៃហេតុផលដែលខ្លួនចង់ឈប់សម្រាក ហើយត្រូវដាក់ពាក្យសុំឈប់ទៅកាន់អ្នកគ្រប់គ្រង។

ការឈប់សម្រាកប្រចាំឆ្នាំ

បុគ្គលិកធ្វើការពេញម៉ោងមានសិទ្ធិឈប់សម្រាកមានប្រាក់ឈ្នួលសម្រាប់ ការបំពេញការងារជាប់គិតដាច់ជាមួយនិងក្រុមហ៊ុន។ ការឈប់សម្រាកប្រចាំឆ្នាំ គឺជាការឈប់សម្រាកបន្ថែម លើថ្ងៃឈប់សម្រាកសាធារណៈរបស់ប្រទេសកម្ពុជា។ ការឈប់សម្រាកប្រចាំឆ្នាំ ជាទូទៅមិនអាចបូកបន្ថែម ឬបន្តពីឆ្នាំមួយទៅឆ្នាំមួយទៀតបានទេបើគ្មានការយល់ព្រមជាមុនពីក្រុមហ៊ុននោះ។ ដើម្បីឱ្យអនុវត្តគោលនយោបាយធានារ៉ាប់រងរបស់បុគ្គលិកត្រូវយកការឈប់សម្រាកយ៉ាងហោចណាស់ ២សប្តាហ៍ជាប់គ្នាសម្រាប់ឆ្នាំសារពើពន្ធនីមួយៗ ដោយមិនគិតពីថ្ងៃឈប់ សម្រាកសាធារណៈឡើយ។

ការឈប់សម្រាកពេលឈឺ

ប្រសិនបើបុគ្គលិកណាមិនអាចធ្វើការដោយសារជម្ងឺ ឬរូសវាជាការទទួលខុសត្រូវរបស់បុគ្គលិកនោះ ក្នុងការជូនដំណឹងដល់ក្រុមហ៊ុនរយៈពេល៣០នាទី ក្រោយម៉ោងចាប់ផ្តើមធ្វើការ។ បើអាចធ្វើទៅបានការជូន ដំណឹងគួរតែធ្វើឡើងដោយខ្លួនអ្នកផ្ទាល់ ទៅអ្នកគ្រប់គ្រង ឬប្រសិនបើអ្នកគ្រប់គ្រងរបស់អ្នកអវត្តមាន

ត្រូវជូនដំណឹងទៅប្រធានផ្នែក ដោយប្រាប់ចំនួនថ្ងៃសុំឈប់សម្រាកនិងមូលហេតុដែលសមហេតុសមផលមក បញ្ជាក់ប្រាប់ផង។

ការឈប់សម្រាកពិសេស

ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាអាចផ្តល់ឱ្យមានការឈប់សម្រាកពិសេសចំនួន ៧ថ្ងៃក្នុង១ឆ្នាំសម្រាប់ ព្រឹត្តិការណ៍ ដែលប៉ះពាល់ដល់គ្រួសារបុគ្គលិក។ សម្រាប់ករណីពិសេសមួយចំនួនដូចជា៖ ការរៀបការផ្ទាល់ ខ្លួន ការរៀប ការកូន មាតុភាព មរណៈភាពនៃសមាជិកគ្រួសារ (ប្តី ប្រពន្ធ ឪពុកម្តាយភ្នែក កូន បងប្អូន បង្កើត ឬដីតា) ការឈប់សម្រាកពិសេសនេះ ត្រូវកាត់ចេញពីសមតុល្យនៃការឈប់សម្រាកប្រចាំឆ្នាំរបស់ បុគ្គលិក។ នៅពេលដែលបុគ្គលិកណាម្នាក់ប្រកាសឈប់សម្រាកប្រចាំឆ្នាំអស់ នៅឆ្នាំនេះដែរអាចធ្វើការសង ម៉ោង(ស្របតាមការ កំណត់របស់ច្បាប់ការងារ) ឬជំនួសដោយការឈប់សម្រាកគ្មានប្រាក់ឈ្នួល។

ការឈប់សម្រាកលំហែមាតុភាព

បុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាមានសិទ្ធិទទួលបានការឈប់សម្រាកលំហែមាតុភាព ស្រប តាមបញ្ញត្តិ នៃច្បាប់ការងាររបស់ប្រទេសកម្ពុជា។ ការដាក់ពាក្យឈប់សម្រាកដោយគ្មានប្រាក់ឈ្នួលទាំង អស់ និងត្រូវពិចារណាដោយផ្អែកទៅលើករណីនីមួយៗ។ ការឈប់សម្រាកដោយគ្មានប្រាក់ឈ្នួលអាច អនុញ្ញាត ឬមិនអនុញ្ញាត ឬបដិសេធតាមការ សម្រេចចិត្តរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងរបស់បុគ្គលិកនោះផ្ទាល់ និង ប្រធានផ្នែក។

ថ្ងៃឈប់សម្រាកបុណ្យជាតិ

បុគ្គលិកមានសិទ្ធិទទួលបានការឈប់សម្រាកថ្ងៃបុណ្យជាតិរបស់ប្រទេសកម្ពុជា ដូចដែលបាន កំណត់ ដោយច្បាប់ការងារនៃការឈប់សម្រាកនៃបុណ្យនៅប្រទេសកម្ពុជា។ ការងារនៅថ្ងៃឈប់សម្រាកត្រូវ តែមាន ការយល់ព្រមជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ដោយអ្នកគ្រប់គ្រងរបស់បុគ្គលិកជាមុនសិន។

៣.២.២ ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកផ្នែកខាងក្រៅ

ក.ប្រាក់រង្វាន់ និងប្រាក់លើកទឹកចិត្ត

- បុគ្គលិកនៅការិយាល័យកណ្តាលមានសិទ្ធិទទួលបានប្រាក់រង្វាន់ប្រចាំឆ្នាំដោយផ្អែកទៅលើលទ្ធផល ការងារ និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ
- រង្វាន់ពិសេសត្រូវបើជូននៅពេលមានកម្មវិធីពិសេសដូចជា៖
- ប្រាក់លើកទឹកចិត្តថ្ងៃបុណ្យឈប់សម្រាក
- ប្រាក់លើកទឹកចិត្តថ្ងៃបុណ្យ និងត្រូវបើកជូនពីរដងក្នុងមួយឆ្នាំសម្រាប់ថ្ងៃឈប់សម្រាក
- ថ្ងៃបុណ្យចូលឆ្នាំខ្មែរ
- ថ្ងៃបុណ្យភ្ជុំបិណ្ឌ

ខ.ប្រាក់ឧបត្ថម្ភអតិផរណា

- ក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ប្រាក់អតិផរណាជូនចំពោះបុគ្គលិកនិយោជិតតាមអត្រាអតិផរណាប្រចាំឆ្នាំ ដែលអនុម័តដោយ គណ្ឌាធិការប្រតិបត្តិ និងផ្អែកទៅតាមប្រាក់បៀវត្សមូលដ្ឋានរបស់សាមីខ្លួន បុគ្គលិកនិយោជិត

- ក្រុមហ៊ុននិងផ្តល់ប្រាក់ឧបត្ថម្ភអតិផរណាដល់បុគ្គលិកដែលបម្រើការងារលើសពី១ឆ្នាំឡើងទៅដោយរាប់ទាំងកិច្ចសន្យាសាកល្បងការងារ។

គ.ប្រាក់ឧបត្ថម្ភមុខតំណែងសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងលំដាប់ថ្នាក់

- ក្រុមហ៊ុនធ្វើការផ្តល់ជូនប្រាក់ឧបត្ថម្ភមុខតំណែងប្រចាំខែតាមចំនួនដែលបានកំណត់ សម្រាប់នាយកប្រតិបត្តិប្រាក់ឧបត្ថម្ភផ្សេងទៀតត្រូវបានសម្រេចដោយក្រុមប្រឹក្សាភិបាល
- ការដំឡើងប្រាក់ឈ្នួល ប្រាក់បៀវត្ស ភាគកម្មក្នុងប្រាក់ចំណេញ
- អត្ថប្រយោជន៍បន្ថែមដូចជា រថយន្តប្រើប្រាស់ផ្ទាល់ខ្លួន អ្នកបើកបររថយន្ត អ្នកឃាមផ្ទះ អ្នកសម្អាតផ្ទះ និងការលំហាត់ប្រាណ ព្រមទាំងមានការធានារ៉ាប់រងសុខភាពអន្តរជាតិ។

ឃ.វិធីគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក

កម្មវិធីហ្វឹកហ្វឺនផ្នែកខាងក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុន គឺជាឱកាសរៀនសូត្ររបស់បុគ្គលិក ដែលបានបង្កើតឡើង ដោយអង្គភាព។ ជាទូទៅកម្មវិធីនេះ ត្រូវបានបណ្តុះបណ្តាលទាក់ទងទៅនឹង ការងារជាក់លាក់ ដូចជារបៀបប្រើ ប្រភេទកម្មវិធីណាមួយ។ នៅក្នុងរោងចក្រផលិតការកំណត់ហ្វឹកហ្វឺននៅខាងក្នុង អាចរាប់បញ្ចូលបុគ្គលិក ដែលរៀនពីរបៀបប្រើប្រភេទនៃគ្រឿងម៉ាស៊ីនជាពិសេស។ ក្រុមហ៊ុនជាច្រើនបានផ្តល់នូវការហ្វឹកហាត់ទៅដល់ បុគ្គលិកដូចជា៖

- ការបណ្តុះបណ្តាលក្រុមសីលធម៌
- ការបណ្តុះបណ្តាលពុហវប្បធម៌ ឬវប្បធម៌ចម្រុះ
- ការបណ្តុះបណ្តាលការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នា
- ការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកគ្រប់គ្រង
- ការបណ្តុះបណ្តាលសេវាអតិថិជន
- ការបណ្តុះបណ្តាលប្រតិបត្តិការនៃឧបករណ៍ពិសេស
- ការបណ្តុះបណ្តាលក្នុងការធ្វើការងារដោយខ្លួនឯង
- ការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញមូលដ្ឋាន។

ង.វិធីសាស្ត្រនៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក

នៅក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាបានធ្វើការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកជារៀងរាល់ឆ្នាំមិនថាឆ្នាំណានោះទេ ជាពិសេសនៅពេលមានបុណ្យទានមួយចំនួន ឬបុណ្យជាតិមួយចំនួនក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាតែងតែឱ្យបុគ្គលិកសម្រាកហើយអ្វីដែលសំខាន់នោះគឺនៅពេលបុណ្យចូលឆ្នាំខ្មែរគឺក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា បានធ្វើការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកជាច្រើនដូចជា ឱ្យសម្រាកចំនួនបួនថ្ងៃហើយមានជារង្វាន់លើកទឹកចិត្តផ្សេងៗទៀត ទៅតាមមុខងាររបស់បុគ្គលិករៀងៗខ្លួន។ នៅក្នុងនោះដែរ ការលើកទឹកចិត្តនេះបានបែងចែកជាច្រើនផ្នែកផ្សេងៗគ្នាគឺ៖

- ប្រាក់ឧបត្ថម្ភអតិផរណា
- ប្រាក់ឧបត្ថម្ភមុខតំណែង
- ប្រាក់ម៉ោងបន្ថែម និង ឧបត្ថម្ភបន្ថែម
- ប្រាក់បំណាច់
- ភាគកម្មក្នុងប្រាក់ចំណេញ
- វិភាជន៍គ្រួសារ

- ប្រាក់ថ្លៃម្ហូបអាហារ និងការធ្វើដំណើរ
- ប្រាក់ឧបត្ថម្ភសម្រាប់ Hardship Allowance
- មូលនិធិអភិវឌ្ឍន៍វិជ្ជាជីវៈអ្នកគ្រប់គ្រង
- វិភាជន៍សម្រាប់ការឈប់សម្រាក ឬសិទ្ធិឈប់សម្រាកប្រចាំឆ្នាំដែលនៅសល់
- ប្រាក់ដែលផ្តល់ឱ្យក្នុងអំឡុងពេលបាត់បង់ទៅលើសមត្ថភាពពលកម្ម សម្រាប់លំហែមាតុភាព និងសម្រាប់ចូលនិវត្តន៍ ឬមរណភាព។

ការដំឡើងឋានៈ និងការបំពេញការងាររបស់ក្រុមហ៊ុនតួយ៉ូតាគឺមានទំនាក់ទំនងនិងគ្នាយ៉ាងខ្លាំងព្រោះ ការផ្តល់ឱកាសក្នុងការដំឡើងឋានៈកាន់តែច្រើន និងនាំឱ្យបុគ្គលិកមានការពេញចិត្តខ្លាំង និងធ្វើឱ្យពួកគេ បំពេញការងារកាន់តែមានលក្ខណៈល្អប្រសើរ រួមទាំងបានទាក់ទាញបុគ្គលិកដែលមានសមត្ថភាពឱ្យបន្តធ្វើការជាមួយធនាគារបានយូរអង្វែង។

៣.៣ ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតួយ៉ូតា

៣.៣.១ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក

ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក គឺជាកត្តាមួយដ៏សំខាន់ក្នុងការបន្ថែមថាមពល កម្លាំង ដើម្បីជំរុញ ល្បឿនការងារសំដៅសម្រេចឱ្យបាននូវគោលដៅ និងប្រាក់ចំណេញហើយវាអាចជួយលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក ឱ្យចេះស្រលាញ់ការងាររបស់ខ្លួននឹងពេញចិត្តក្នុងការបំពេញការងារ ៖

ក. ការលើកទឹកចិត្តរបៀបចិត្តសាស្ត្រ

ជាការលើកទឹកចិត្តមួយដែលអ្នកត្រូវផ្តល់ការជឿជាក់ ការទុកចិត្តលើភាពស្មោះត្រង់ និងសមត្ថភាពរបស់បុគ្គលិក និងការផ្តល់លិខិតសរសើរនៃចំណុចល្អៗ និងស្នាដៃរបស់ពួកគេ។

ខ. ការលើកទឹកចិត្តជាផលប្រយោជន៍

ជាការលើកទឹកចិត្តមួយដោយការផ្តល់ជាប្រាក់រង្វាន់ ប្រាក់ស្នំដៃ ប្រាក់ប្រចាំឆ្នាំ ឬមួយអាចផ្តល់ជាកាតហ៊ុន។

គ. ផ្តល់ឱ្យបុគ្គលិកមានអារម្មណ៍ថាមានតម្លៃ

ការជម្រុញឱ្យនិយោជិកមានអារម្មណ៍ថា“យើងទាំងអស់គ្នារួមគ្នា” នឹងធ្វើឱ្យបុគ្គលិកមានអារម្មណ៍ថាមតិរបស់ពួកគេមានតម្លៃ។ការពិតដែលថាមនុស្សខិតខំធ្វើការនៅពេលដឹងថាពួកគេត្រូវបានកោតសរសើរ។ វាជាផ្នែកដ៏មានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការធ្វើឱ្យបុគ្គលិកមានអារម្មណ៍ថា ពួកគេគឺជាផ្នែកសំខាន់មួយនៃក្រុមហ៊ុន។

ឃ. ការបង្កើតបរិយាកាសរីករាយ

ការិយាល័យមួយចំនួន បុគ្គលិកអង្គុយមុខកុំព្យូទ័ររាប់ម៉ោងដោយពុំបានសម្រាកឡើយ បុគ្គលិកនិងអ្នកគ្រប់គ្រងមិនសូវបានជជែកគ្នា ជាហេតុធ្វើឱ្យខ្វះការលើកទឹកចិត្តចំពោះនិយោជិក។ បើចង់រក្សាបុគ្គលិក អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវរៀបចំឱ្យមានកន្លែងសម្រាក និងពត៌ខ្លួនប្រាណដើម្បីឱ្យបុគ្គលិកបានទំនាក់ទំនងគ្នានិងកាត់បន្ថយភាពតានតឹង។ ការបង្កើតឱ្យមាននូវបរិយាកាសរីករាយនៅកន្លែងធ្វើការអាចជួយជម្រុញប្រសិទ្ធភាពការងារបានកាន់តែច្រើន។

៣.៣.២ ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតួយ៉ូតាទទួលបានពីការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក

ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកផ្តល់ប្រយោជន៍ដល់ក្រុមហ៊ុនតួយ៉ូតាដូចជា៖

- ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានការរីកចម្រើនជាងមុន ដោយសារសម្បូរទៅដោយបុគ្គលិកឆ្នើម
- កត្តាដែលសំខាន់នោះគឺក្រុមហ៊ុនទទួលបានទំនាក់ទំនងល្អជាមួយបុគ្គលិក ដើម្បីជាជំហាន ឈានទៅរកការអភិវឌ្ឍន៍ដ៏កំពូល
- ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនតួយ៉ូតាមានបុគ្គលិកល្អៗហើយខិតខំធ្វើការបានល្អប្រសើរជាងមុនធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនតួយ៉ូតាមានភាពរឹងមាំដែលមានបុគ្គលិកឆ្នើម
- ក្រុមហ៊ុនតួយ៉ូតាបានធ្វើឱ្យបុគ្គលិកមានការជឿជាក់លើក្រុមហ៊ុនកាន់តែខ្លាំង
- មានការទំនាក់ទំនងប្រកបដោយតម្លាភាព និងទៀងទាត់អំពីកត្តាសំខាន់ចំពោះនិយោជិត
- សកម្មភាពគ្រប់គ្រងនិងភាពជាអ្នកដឹកនាំដែលផ្តល់អំណាចដល់បុគ្គលិកធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុន រីកចម្រើន
- បុគ្គលិកយកចិត្តទុកដាក់បំពេញការងាររបស់ក្រុមហ៊ុន ក៏ដូចជាការងាររបស់ខ្លួន
- បុគ្គលិកយល់ព្រមទទួលរាល់ភារកិច្ច និងធ្វើការបំពេញការងារប្រកបដោយទទួលខុសត្រូវ
- ធ្វើឱ្យឥរិយាបថរបស់បុគ្គលិកពួកគេមានការសមរម្យអាចធ្វើឱ្យអតិថិជនមានការពេញចិត្ត និងសេវាកម្មបម្រើអតិថិជនរបស់ក្រុមហ៊ុន ធ្វើឱ្យអតិថិជនយើងមានទំនាក់ទំនងល្អជាមួយបុគ្គលិករបស់យើងនិងសប្បាយចិត្តចំពោះសេវាកម្មរបស់យើង។
- បុគ្គលិកគឺជាអ្នកដំបូងដែលជួបនឹងអតិថិជន ដូចនេះគាត់ត្រូវយល់ច្បាស់ពីសេវាកម្មទំនិញដែលក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់។
- សម្រាប់ការបង្កើតទំនាក់ទំនងល្អជាមួយអតិថិជន អាចធ្វើឱ្យយើងចំណាយពេលបន្តិច ការដែលបុគ្គលិកយើងធ្វើ ឬនិយាយអ្វីដែលអតិថិជនចូលចិត្តស្តាប់ នោះធ្វើឱ្យអតិថិជនរបស់យើងមានអារម្មណ៍ថាស្រស់ស្រាយជាមួយនិងការជជែកជាមួយបុគ្គលិកយើង។
- ដើម្បីបង្កើតទំនាក់ទំនងល្អជាមួយនឹងអតិថិជន ទាមទារឱ្យបុគ្គលិកទាំងអស់ត្រូវតែប្រកាន់ភ្ជាប់ដោយក្រមសីលធម៌ វិជ្ជាជីវៈ និងមានភាពរួសរាយរាក់ទាក់ព្រមទាំងចំណាយពេលក្នុងការទទួលស្តាប់នូវរាល់ តម្រូវការដែលពួកគាត់កំពុងត្រូវការ ហើយព្យាយាមធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីបម្រើជូនអតិថិជន ទៅតាមអ្វីដែល ពួកគាត់ចង់បាន។
- យើងបានដឹងហើយថាការរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុនគឺ ដោយសារតែមានការចូលរួមពីបុគ្គលិកទាំងអស់ សហការជាមួយមេដឹកនាំផងដែរ នោះបើអ្នកគ្រប់គ្រង ឬមេដឹកនាំមានការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកផ្តល់ កម្លាំងចិត្តដល់បុគ្គលិកធ្វើឱ្យបុគ្គលិកខិតខំធ្វើការរហូតជួយធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានការរីកចម្រើនយ៉ាងខ្លាំង ។
- កាត់បន្ថយវិវាទឬបញ្ហាផ្ទៃក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុនដូចជា បញ្ហាអវត្តមានបុគ្គលិក ភាពចម្រូង ចម្រាស់រវាងនិយោជិក និងនិយោជក ទ្រឹស្តីអវិជ្ជមានក្នុងកន្លែងការងារ ភាពយឺតយ៉ាវផ្សេងៗ
- ទាក់ទាញដៃគូសហការតូចធំ ជាតិ និងអន្តរជាតិ កាលណាបុគ្គលិកទទួលបានការលើកទឹកចិត្តមួយដែលសមស្របនោះមិនត្រឹមតែអាចទទួលបានផលិតភាពការងារល្អប៉ុណ្ណោះទេ គឺថែមទាំងអាចទាក់ទាញក្រុមហ៊ុន ឬអង្គភាព ដែលអាចធ្វើជាដៃគូសហប្រតិបត្តិការបានយ៉ាងច្រើនទៀតផង

- បង្កើតនូវវប្បធម៌ល្អនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនឬអង្គការ ដោយសារភាគីក្រុមហ៊ុនក៏ដូចជាភាគី បុគ្គលិកទទួលបាននូវផលប្រយោជន៍ស្របគ្នាក្នុងពេលតែមួយព្រមទាំងស្របតាមច្បាប់ការងារបន្ថែមទៀត។

ជំពូកទី៤

ការវិនិយោគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

ឆ្លងតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាឃើញថា ក្រុមហ៊ុនតែងតែមានចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ។ ប៉ុន្តែការវិនិយោគចំណុចទាំងនេះវាពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ពីព្រោះបានផ្តល់ភាពងាយស្រួលនៅក្នុងការវាយតម្លៃ វាស់វែងពីដំណើរការ និងសកម្មភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីមានការអភិវឌ្ឍ និងការរីកចម្រើនទៅមុខ។ ដូចនេះសម្រាប់ការលើកទឹកចិត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាឃើញថា មានភាពខ្លាំងច្រើនជាង និតភាពខ្សោយដែលក្រុមហ៊ុនមិនទាន់បានបំពេញបន្ថែមតិចតួចទៀតផងដែរ ។

៤.១ ការវិនិយោគលើចំណុចខ្លាំងរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា

ឆ្លងតាមការស្រាវជ្រាវកន្លងមក យើងខ្ញុំបានសង្កេតឃើញថាមានចំណុចខ្លាំងជាច្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា ដូចខាងក្រោម៖

- ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា មានអ្នកដឹកនាំប្រកបដោយទេពកោសល្យ ក្នុងការប្រើប្រាស់បុគ្គលិកទៅតាមជំនាញចំណង់ចំណូលចិត្ត និងការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក ដោយតម្រូវទៅតាមសមត្ថភាពរបស់បុគ្គលិកម្នាក់ៗ។
- បុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាមានសិទ្ធិទទួលបានការឈប់សម្រាក លំហែមាតុភាព ស្របតាមបញ្ញត្តិ នៃច្បាប់ការងាររបស់ប្រទេសកម្ពុជា។
- ប្រាក់លើកទឹកចិត្តថ្ងៃបុណ្យ និងត្រូវបើកជូនពីរដងក្នុងមួយឆ្នាំ សម្រាប់ថ្ងៃឈប់សម្រាកថ្ងៃបុណ្យចូលឆ្នាំខ្មែរ ថ្ងៃបុណ្យភ្ជុំបិណ្ឌ។
- ក្រុមហ៊ុនធ្វើការផ្តល់ជូនប្រាក់ឧបត្ថម្ភមុខតំណែងប្រចាំខែតាមចំនួនដែលបានកំណត់ សម្រាប់នាយកប្រតិបត្តិប្រាក់ឧបត្ថម្ភផ្សេងៗ។
- ក្រុមហ៊ុននឹងផ្តល់ប្រាក់ឧបត្ថម្ភអភិវឌ្ឍន៍ដល់បុគ្គលិកបម្រើការងារលើសពី១ឆ្នាំឡើងទៅដោយរាប់ទាំងកិច្ចសន្យាសាកល្បងការងារ។
- ការធ្វើការបន្ថែមម៉ោងនៅថ្ងៃធ្វើការធម្មតាក្រុមហ៊ុនធ្វើការឧបត្ថម្ភបន្ថែម១៥០% (មួយរយហាសិបភាគរយ) នៃប្រាក់ឈ្នួល “ប្រាក់បៀវត្ស” មូលដ្ឋានប្រចាំខែធ្វើការធម្មតា។
- ការឈប់សម្រាកមានច្រើនប្រភេទ ដែលអាចទទួលបាននៅពេលធ្វើការជាមួយក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា។ នៅគ្រប់ករណីទាំងអស់បុគ្គលិកត្រូវសុំអនុញ្ញាតពីអ្នកគ្រប់គ្រង និងប្រធានផ្នែករបស់អ្នកជាមុនសិន ទើបអាចឈប់សម្រាកបាន។

៤.២ ការវិនិយោគលើចំណុចខ្សោយរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា

ឆ្លងតាមការបកស្រាយចំណុចខ្លាំងខាងលើរួចមក យើងឃើញថាក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា(ខេមបូឌា)ក៏មាននូវចំណុចខ្លះខាតផងដែរ ដែលមានដូចខាងក្រោម៖

- ក្រុមហ៊ុនមិនបានផ្តល់នូវម៉ោងការងារបន្ថែមឱ្យបានច្រើនទៅតាមការចង់បានរបស់បុគ្គលិក
- ក្រុមហ៊ុនមិនទាន់មានគោលការណ៍ក្នុងការផ្តល់ថ្លៃមូលហោរា និងឧបត្ថម្ភថ្លៃធ្វើដំណើរដល់បុគ្គលិកនោះទេ
- ក្រុមហ៊ុនមានការឈប់សម្រាកច្រើនពេកក្នុងមួយឆ្នាំៗ ដែលធ្វើឱ្យបុគ្គលិកបាត់បង់នូវប្រាក់ចំណូល

- ក្រុមហ៊ុនមិនផ្តល់ប្រាក់បំណាច់ប្រចាំឆ្នាំដល់បុគ្គលិកឱ្យបានគ្រប់គ្នា។

ជំពូកទី៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

បន្ទាប់ពីធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើប្រធានបទ ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក របស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា) រួចមកក្រុមយើងខ្ញុំសូមធ្វើការសន្និដ្ឋាន និងផ្តល់អនុសាសន៍ចំពោះ ក្រុមហ៊ុនដូចខាងក្រោម៖

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្រោយពីបានសិក្សាស្រាវជ្រាវជាច្រើនខែកន្លងមក ដែលទាក់ទងទៅលើប្រធានបទស្តីពី ផលប្រយោជន៍នៃការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតារួចមកក្រុមយើងខ្ញុំអាចធ្វើការសន្និដ្ឋានបានថា ការជំរុញលើកទឹកចិត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាពិតជាទទួលបានប្រសិទ្ធភាពល្អប្រាកដមែន។ ប្រសិទ្ធភាពដែល ក្រុមហ៊ុនទទួលបាននោះ គឺនៅពេលដែលតម្រូវការបុគ្គលិកត្រូវបានបំពេញ នោះពួកគេនឹងបញ្ចេញនូវការ ខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបំពេញការងារ ដើម្បីទទួលបាននូវសមិទ្ធផលខ្ពស់ដែលផ្តល់ជាប្រយោជន៍ចំពោះពួក គេផ្ទាល់ ហើយពិសេសគឺក្រុមហ៊ុន។ ដូចនេះហើយក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា ពិតជាបានខិតខំស្វែងយល់ និងយកចិត្ត ទុកដាក់ពីតម្រូវការរបស់បុគ្គលិកបានយ៉ាងល្អ ជាពិសេសក្រុមហ៊ុនបានជ្រើសរើស និងប្រើប្រាស់នូវគោល នយោបាយ ធនធានមនុស្ស ដែលមានការផ្តល់នូវសំណង និងអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនទៅកាន់បុគ្គលិកដែល នាំឱ្យការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកត្រូវបានកើតមានឡើង។ ជាក់ស្តែងក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាពិតជាមានសមត្ថភាពគ្រប់ គ្រាន់ក្នុងការលើកទឹកចិត្តចំពោះបុគ្គលិកពិតមែន ហើយពិតជាសំខាន់ខ្លាំងណាស់ដែលក្រុមហ៊ុននីមួយៗមិន អាចមើលរំលងបាន។ ដោយហេតុថា បើអ្នកគ្រប់គ្រងយល់ច្បាស់ពីការលើកទឹកចិត្តរបស់បុគ្គលិក និងអនុវត្ត បានល្អនោះលទ្ធផលការងារក៏បានប្រសើរឡើងដែរ។ ប្រសិនបើ អ្នកគ្រប់គ្រងមិនបានស្វែងយល់ច្បាស់ពីការ លើកទឹកចិត្តទេនោះ អាចបង្កឱ្យបុគ្គលិកមិនពេញចិត្តនឹងការងារ គ្មានកម្លាំងបំពេញការងារ ឆ្ងាយណាយនឹង ការងារ ពេលនោះលទ្ធផលការងារក៏មិនអាចប្រសើរឡើងឡើយ។ ពេលខ្លះយើងមិនអាចរក្សាពួកគាត់ឱ្យនៅ បំពេញកិច្ចការងារក្នុងធនាគារយើងបានឡើយ ដោយពួកគាត់បាក់ទឹកចិត្តក្នុងការធ្វើការងារ។ ការលើកទឹក ចិត្តធ្វើឡើងតាមរយៈរូបភាពផ្សេងៗគ្នា ដូច្នេះការស្វែងយល់ពីការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក គឺជារឿងដែល សំខាន់។ ដំណើរការ និងការរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា គឺពឹងផ្អែកទៅលើបុគ្គលិក និងអ្នកគ្រប់គ្រង ដែលខិតខំប្រឹងប្រែងធ្វើការងារ ដើម្បីសម្រេចគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា) ។ វិធីសាស្ត្រ ដែលក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា បានប្រើប្រាស់ក្នុងការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក គឺការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកខាងក្នុង (Intrinsic: Motivation) និងការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកខាងក្រៅ (Extrinsic Motivation)។ វិធីសាស្ត្រលើក ទឹកចិត្តបុគ្គលិកខាងក្នុង ដែលបុគ្គលិកពេញចិត្តចំពោះក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា មានដូចជា៖ ការបណ្តុះបណ្តាល និង ការអភិវឌ្ឍន៍ការងាររបស់បុគ្គលិក ការដំឡើងឋានៈ ការយកចិត្តទុកដាក់លើសុខភាពរបស់បុគ្គលិក និងការ ប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នា។ ចំណែកវិធីសាស្ត្រលើកទឹកចិត្តផ្នែកខាងក្រៅដែលបុគ្គលិកពេញចិត្តមានដូចជា ប្រាក់បន្ថែមម៉ោងការងារ និងការផ្តល់ប្រាក់បៀវត្សចាប់តាំងពីពេលចាប់ផ្តើមការងារដំបូងរបស់បុគ្គលិក។ ការ លើកទឹកចិត្តតាមរយៈកត្តាទាំងនេះ ជាពិសេសប្រាក់ឧបត្ថម្ភទាំងអស់នោះសុទ្ធសឹងតែមាន ឥទ្ធិពលទៅលើ ឥរិយាបថការងាររបស់បុគ្គលិក ដែលកំពុងបំពេញការងារនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា(ខេមបូឌា) បើយោងតាម

ទិន្នន័យខាងលើ ចំណុចដែលល្អប្រសើរមានដូចជា ការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន បរិយាកាសការងារ និងការបណ្តុះបណ្តាលបន្ថែមពីក្រុមហ៊ុននូវចំណេះដឹងថ្មីៗ ចំណេះដឹងទាក់ទងនឹងជំនាញសម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍ទៅលើសមត្ថភាពរបស់ពួកគេឱ្យកាន់តែប្រសើរថែមទៀត។

យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ចំណុចខ្លាំងរបស់ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា) មួយចំនួន ដែលជាកត្តាក្នុងការធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនមានការរីកចម្រើន មានការទទួលស្គាល់ពីអតិថិជន អាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន រដ្ឋាភិបាល និងពីសំណាក់អ្នកវិនិយោគទុនក្នុងប្រទេស និងក្រៅប្រទេស ដោយអ្នកទាំងនោះអាចមើលឃើញថា ក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតាមានសក្តានុពលពាសពេញពិភពលោក និងជានិរន្តរ៍ដែលសមិទ្ធផលនេះ មួយចំណែកធំបាន មកពីការអនុវត្តនូវការលើកទឹកចិត្តដែលក្រុមហ៊ុនប្រកាន់ភ្ជាប់។

សរុបសេចក្តីមកឃើញថា ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុន តូយ៉ូតា (ខេមបូឌា) មានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ក្រុមហ៊ុនឱ្យកាន់តែរីកចម្រើន និងបានផ្តល់នូវទំនុកចិត្តនិងសុវត្ថិភាពការងារដល់និយោជិក ដែលជាហេតុធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនសម្រេចជោគជ័យគ្រប់គោលដៅ ដោយសារតែមានបុគ្គលិកប្រឹងប្រែង យ៉ាងអស់ពីសមត្ថភាពដើម្បីក្រុមហ៊ុន។

៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍

យោងទៅតាម ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក ឬនិយោជិក យើងខ្ញុំបានសង្កេតឃើញថា មានចំណុចមួយចំនួននៃវិធីសាស្ត្រលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក នៅមិនទាន់មានការពេញចិត្តបានល្អប្រសើរនៅឡើយ។ ដូចនេះក្នុង នាមយើងខ្ញុំជានិស្សិតដែលបានសិក្សាស្រាវជ្រាវ ទៅលើប្រធានបទនេះ យើងខ្ញុំសូមផ្តល់ជាគំនិតយោបល់ ក៏ដូចជាការផ្តល់នូវអនុសាសន៍មួយចំនួនក្នុងន័យស្ថាបនាកែលំអរឡើងវិញដូចខាងក្រោម៖

- ក្រុមហ៊ុនគួរតែផ្តល់នូវម៉ោងការងារបន្ថែមឱ្យបានច្រើនទៅតាមការចង់បានរបស់បុគ្គលិក ដើម្បីឱ្យពួកគាត់ទទួលបានប្រាក់ចំណូលបន្ថែមច្រើនជាមុន។
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែមានគោលការណ៍ក្នុងការផ្តល់ថ្លៃអាហារ និងឧបត្ថម្ភថ្លៃធ្វើដំណើរដល់បុគ្គលិក ព្រោះវាជាផ្នែកមួយសំខាន់ផងដែរសម្រាប់បុគ្គលិកគ្រប់រូប ក្នុងការលើកទឹកចិត្តដល់ពួកគាត់។
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែកាត់បន្ថយការឈប់សម្រាកឱ្យបានតិចជាងមុន ដើម្បីឱ្យបុគ្គលិកអាចមានពេលធ្វើការច្រើន និងមិនប៉ះពាល់ដល់ប្រាក់ចំណូលដល់ពួកគាត់។
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែផ្តល់នូវបំណាច់ប្រចាំឆ្នាំដល់បុគ្គលិក ដើម្បីជាការលើកទឹកចិត្តចំពោះការសម្រេចបានការងារក្នុងមួយឆ្នាំ។

ឯកសារយោង

1. KHsearch. គ្រប់គ្រង. (2019, July 09). តើការលើកទឹកចិត្តជាអ្វី? Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/24853>
2. KHsearch. គ្រប់គ្រង. (2019, April 02) ដូចម្តេចដែលហៅថាការជំរុញលើកទឹកចិត្ត? Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/18176>
3. Khmer Agriculture. (2017, March 07). ប្រភេទនៃការលើកទឹកចិត្ត. Retrieved from <https://khmerkhasikor.blogspot.com/2017/03/blog-post.html>
4. KHsearch. គ្រប់គ្រង. (2020, September 24). ទ្រឹស្តីនៃការលើកទឹកចិត្ត. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/32234>
5. bizkhmer (2014, February 03). ទ្រឹស្តីលើកទឹកចិត្តរបស់លោកPorterv និងលោកLawer អំពី ឥរិយាបថបំពេញការងារបុគ្គលិក
6. Retrieved from <https://bizkhmer.com>
7. KHsearch. វប្បធម៌ទូទៅ. (2019, April 21). ទ្រឹស្តីពាក់ព័ន្ធនៃបុគ្គលិក. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/18874>
8. KHsearch. ទីផ្សារ. (2019, July 08). គោលនយោបាយជាអ្វី? Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/22627>
9. KHsearch. ទីផ្សារ. (2019, June 28). ទ្រឹស្តីពាណិជ្ជកម្ម. Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/22299>
10. KHsearch. សេដ្ឋកិច្ច. (2021, April 10). ផលប្រយោជន៍ជាអ្វី? Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/27263>
11. Kampuchea Thmey Daily. (2022, July 11). ក្រមសីលធម៌របស់បុគ្គលិក. Retrieved from <https://www.lolc.com.kh/kh/code-of-conduct>
12. Emagia. (2015, November 12). ក្រុមហ៊ុន. Retrieved from <https://www.emagia.com/km/resources/glossary/company/>
13. KHsearch. Geo (2020, October 13). ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មមានន័យដូចម្តេច? Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/32434>
14. KHsearch. សីលធម៌. (2018, September 14) គោលដៅជាអ្វី? Retrieved from <https://www.khsearch.com/qna/7727>

ឧបសម្ព័ន្ធ
ទីតាំងក្រុមហ៊ុនតូយ៉ូតា (ខេមបូឌា) សាលាទឹកថ្លា

