

**ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា**

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS



**សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា**

VANDA INSTITUTE



**សារណាមញ្ញប័ត្រាភ័យវិញ្ញាបនប្រត**

**ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់**

**ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា**

THE EFFECTIVENESS OF COCA-COLA'S  
CAMBODIA COST MANAGEMENT

**ជំនាញ គណនេយ្យ**

**រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៥**

PHNOM PENH-2025

**ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា**

MINISTRY OF EDUCATION YOUTH AND SPORTS

**សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា**

VANDA INSTITUTE



**សារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ**

**ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ ក្រុមហ៊ុន**

**កូកា-កូឡា**

THE EFFECTIVENESS OF COCA-COLA'S CAMBODIA COST  
MANAGEMENT

**គ្រូបង្រៀន៖ ម៉ូ ជុនហេង**

**ជំនាញ គណនេយ្យ**

**រាជធានីភ្នំពេញ-ឆ្នាំ២០២៥**

PHNOM PENH-2025



**គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យសារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជំនាន់ទី២២  
ប្រធានបទ៖ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងផ្ទៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា-ភូឡា**

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី១

បេក្ខបណ្ឌិត មាស សំណាង

គ្រូណែនាំ

ប៉ូ ជុនហេង

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី៣

បេក្ខបណ្ឌិត ឃឹម សុខហៀក

គណៈកម្មការវាយតម្លៃទី២

បេក្ខបណ្ឌិត យ៉ាក រុទ្ធី

ប្រធានគណៈកម្មការវាយតម្លៃ និងជានាយក  
មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

បណ្ឌិត សេង សំអឿន

អនុប្រធានគណៈកម្មការវាយតម្លៃ និងជានាយករង  
មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ

បេក្ខបណ្ឌិត ស្រេង ផល្លា



សាកលវិទ្យាល័យន៉ាន់ដា

បណ្ឌិត ហេង វ៉ាន់ដា

សាកលវិទ្យាល័យន៉ាន់ដា

បណ្ឌិត ហ៊ុំ គុជគន្ធលីនណា

**អារម្ភកថា**

ក្រោយពីបានសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យនៅ សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា អស់រយៈពេល ៤ ឆ្នាំសិក្សារួចមក ក្រុមយើងខ្ញុំបានទទួលនូវចំណេះដឹងជាច្រើន ពាក់ព័ន្ធនឹងមុខវិជ្ជាគណនេយ្យជាពិសេសក្រុម យើងខ្ញុំយល់ច្បាស់ថាជំនាញគណនេយ្យគឺ ជាជំនាញមានសារៈសំខាន់មួយដែរសម្រាប់ទីផ្សារបច្ចុប្បន្នក្នុងនោះ ស្ថាប័នរដ្ឋក្តី ឯកជនក្តី ឬអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្តី សុទ្ធតែត្រូវអនុវត្តដូចគ្នា។ ដោយឡែកដើម្បីឱ្យការសិក្សារបស់ និស្សិតកាន់តែមានគុណភាពខ្ពស់ សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា បានបញ្ចូលនូវមុខជំនាញសំខាន់ៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹង ការងារ ដូចជាគណនេយ្យថ្លៃដើម តាមកម្មវិធីសិក្សាតាមឆ្នាំនីមួយៗ។

គ្រប់មុខវិជ្ជាទាំងអស់ សុទ្ធតែមានសារៈសំខាន់ក្នុងការត្រួតត្រាសម្រួលផ្លូវនិស្សិតឱ្យយល់ច្បាស់ពីការអនុវត្ត ការងារ ការចាប់ផ្តើមរៀបចំផែនការ ការអនុវត្ត ការបញ្ចប់ និងត្រួតពិនិត្យ វាយតម្លៃព្រមទាំងផ្តល់ជាអនុសាសន៍ នៅក្នុងការងារ ក្នុងន័យឆ្លើយតបឱ្យបានល្អប្រសើរនឹងគោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលដែលបានដាក់ចេញ។ ដោយក្រុមយើងខ្ញុំសង្កេតឃើញថាកិច្ចការងារមួយនេះមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងស្របពេលនៃការសរសេរសារណា បញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្របានមកដល់ ទើបក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសនូវប្រធានបទមួយស្តីពី **“ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា”** យកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងចងក្រង ក្នុងគោលបំណងឱ្យអ្នកស្រាវជ្រាវទាំងអស់យល់កាន់តែស៊ីជម្រៅពីការរៀបចំសារណា និងប្រសិទ្ធភាពនៃការ គ្រប់គ្រងថ្លៃដើម។ ក្រុមយើងខ្ញុំសង្ឃឹមថាការរៀបចំសារណានេះ នឹងបានចូលរួមចំណែកក្នុងការស្រាវជ្រាវ របស់និស្សិតជំនាន់ក្រោយៗ ព្រមទាំងអ្នកស្រាវជ្រាវដទៃទៀតដែលមានបំណងសិក្សាស្វែងយល់ពីកិច្ចការនេះ។

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

**បេតាសម្ព័ន្ធក្រុម**



**ជឹម ស្រីនូ**  
ID: B22/646



**ឃ្លីន ឆារ៉ា**  
ID: B22/668



**ច្រីក ផល្លី**  
ID: B22/155



**ច័ន្ទ លីដា**  
ID: B22/029



**ឈឿង ស្រីនីត**  
ID: SP22/585

### **សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ**

ក្រុមយើងខ្ញុំជានិស្សិតនៃ សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ជំនាន់ទី២២ ជំនាញ គណនេយ្យ  
**សូមសំដែងនូវការគោរពដឹងគុណ និងថ្លែងអំណរគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅចំពោះ**

ក្រុមគ្រួសារដែលបានជួយឧបត្ថម្ភ គាំទ្រ ទាំងសម្ភារៈ ថវិកា និងស្មារតី ជំរុញលើកទឹកចិត្ត ដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ ក្នុងការសិក្សារៀនសូត្រដើម្បីទទួលបានចំណេះដឹងរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ ក្នុងនោះក្រុមយើងខ្ញុំសូមសំដែងនូវការគោរព និងកតញ្ញាតាធម៌យ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុត ដល់អ្នកមានគុណ ដែលបានផ្តល់កំណើតដល់នាងខ្ញុំគ្រប់រូប និងសូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ដល់បណ្ឌិតសាស្ត្រាចារ្យ លោកគ្រូ អ្នកគ្រូទាំងអស់ ដែលបានបណ្តុះបណ្តាលក្រុមយើងខ្ញុំនាពេលកន្លងមក។

ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមសំដែងនូវការគោរពដឹងគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅដល់ឯកឧត្តមបណ្ឌិត **ហេង វ៉ាន់ដា** សាកលកិច្ចការនៃ សាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដាដែលបានផ្តល់ទឹកនៃបណ្តុះបណ្តាល ព្រមទាំងផ្តល់បទពិសោធន៍យ៉ាងច្រើនដល់យើងខ្ញុំ។

សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណចំពោះលោកគ្រូ **ម៉ូ ជុនហេង** ជាគ្រូណែនាំ ដោយបានជួយជ្រោមជ្រែងបង្ហាត់បង្ហាញសព្វបែបយ៉ាង ដើម្បីជួយដល់ក្រុមយើងខ្ញុំបញ្ចប់កិច្ចការសារណានេះជាស្ថាពរ។ សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណដល់សាស្ត្រាចារ្យ លោកគ្រូអ្នកគ្រូ និងបុគ្គលិកនៃសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដាទាំងអស់ដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបង្ហាត់បង្ហាញ លើកទឹកចិត្ត អនុគ្រោះដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ រហូតធ្វើឱ្យការសិក្សាបានបញ្ចប់ និងទទួលបានជោគជ័យគួរជាទីមោទនៈ។

ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះដែរ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមប្រសិទ្ធពរជ័យជូនដល់បុគ្គលទាំងអស់ខាងលើឱ្យជួបតែពុទ្ធពរឬនប្រការ គឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

**អំណះអំណាច**

ក្រុមនាងខ្ញុំ ជានិស្សិតបរិញ្ញាបត្រ ជំនាញគណនេយ្យនៃសាកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា ជំនាន់ទី២២៖ សូមធានាអះអាងថា ខ្លឹមសារសារណាក្រោមប្រធានបទ “ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា” នេះគឺជាស្នាដៃរបស់ក្រុមនាងខ្ញុំ ដោយគ្មានការពាក់ព័ន្ធនឹងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកផ្សេងទៀត។ ទិន្នន័យ និងលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ ដែលលើកឡើងនេះ ជាអត្ថបទស្រាវជ្រាវថ្មីសុទ្ធសាធ ដែលពុំធ្លាប់មានជនណាម្នាក់យកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រាវជ្រាវពីមុនឡើយ។

ថ្ងៃពុធ..៨កើត.. ខែកត្តិក ឆ្នាំម្សាញ់ សប្តស័ក ព.ស.២៥៦៩  
ថ្ងៃទី២៩ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៥  
**ហត្ថលេខាតំណាងក្រុម**



ជឹម ស្រីនូ

## **សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ**

ប្រទេសកម្ពុជា ជាប្រទេសមួយដែលកំពុងតែអភិវឌ្ឍន៍លើគ្រប់វិស័យ ជាក់ស្តែងយើងសង្កេតឃើញថា ក្រោយពីប្រទេសកម្ពុជាទទួលបានមកវិញនូវសុខសន្តិភាពពេញលេញ ក្រោមនយោបាយឈ្នះៗជាហេតុធ្វើឱ្យ កម្ពុជាមានការរីកចម្រើនឥតឈប់ឈរ ដែលធ្វើឱ្យមានការវិនិយោគពីបណ្តាប្រទេសជិតខាងផងដែរ។ បន្ថែម ពីនេះទៀតក៏មានការរីកដុះដាលផងដែរលើវិស័យផ្សេងៗដូចជា៖ វិស័យកសិកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ទេសចរណ៍ រួម ទាំងវិស័យសំណង់អគារឧស្សាហកម្ម និងវិស័យហិរញ្ញវត្ថុដែលសុទ្ធសឹងតែជាផ្នែកមួយនាំឱ្យកម្ពុជាកាន់តែ មានភាពរីកចម្រើនបន្ថែមទៀត។

ទន្ទឹមនឹងនេះបើយើងក្រឡែកមកមើលពីវិស័យឧស្សាហកម្ម ផលិតកម្មនៅប្រទេសកម្ពុជា ក៏កំពុងតែ មានការរីកចម្រើនខ្លាំងណាស់ដែរ។ អាស្រ័យហេតុនេះហើយ ទើបបានជាក្រុមរបស់នាងខ្ញុំបានជ្រើសរើស យកប្រធានបទ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា យកមកស្រាវជ្រាវ និងធ្វើការ បកស្រាយ។ ហើយនៅក្នុងនោះយើងបានលើកយកនូវប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម ថ្លៃដើមដោយផ្ទាល់ ថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់ និងថ្លៃដើមថេរ អថេរដើម្បីលើកយកមកបកស្រាយឱ្យកាន់តែស៊ីជម្រៅអំពីប្រសិទ្ធភាពនៃការ គ្រប់គ្រងថ្លៃដើម។

ក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងការរៀបរៀបរបស់ក្រុមនាងខ្ញុំ គឺបានបង្ហាញឱ្យឃើញពីភាពជាក់ស្តែង នូវការអនុវត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលមានប្រសិទ្ធភាព ធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុននោះទទួលបានភាពសុក្រិតលើចំណុចមួយ ចំនួនដូចជា ការចាត់ថ្នាក់ចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនមានលក្ខណៈត្រឹមត្រូវ និងការចំណាយដែលមានចំណុចខ្លះ ខាតមួយចំនួនចំពោះការអនុវត្តផងដែរ។

ដូចនេះឆ្លងតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវកន្លងមក ក្រុមហ៊ុនគួរតែធ្វើការវិភាគថ្លៃដើមអថេរ កំណត់ថ្លៃដើម ណាខ្លះជាអាទិភាព ប្រើវិធីសាស្ត្របង្កើនប្រសិទ្ធភាព ប្រើប្រាស់ធនធានបែងចែកថ្លៃដើមទាំងអស់ជាថ្លៃផ្ទាល់ និងមិនផ្ទាល់។ វាក៏ជាធាតុសំខាន់មួយក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្មដើម្បីទាមទារនូវការសម្រេចបានជោគជ័យ របស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យកាន់តែមានភាពប្រសើរឡើងថែមទៀតផងដែរ។

# មាតិកា

ទំព័រ

អារម្ភកថា .....	i
រចនាសម្ព័ន្ធ .....	ii
សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ .....	iii
អំណះអំណាង .....	iv
សេចក្តីសង្ខេបនៃការស្រាវជ្រាវ .....	v

## ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

១.១ លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ.....	០១
១.២ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ.....	០២
១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ.....	០២
១.៤ ទំហំ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ .....	០២
១.៤.១ ទំហំ ដែនកំណត់ .....	០២
១.៤.២ វិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ .....	០៣
១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ .....	០៣
១.៥.១ ការប្រមូលទិន្នន័យ.....	០៣
១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	០៣
១.៧ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ.....	០៣

## ជំពូកទី២ វិធីសាស្ត្រ

២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម .....	០៥
២.១.១ និយមន័យការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម .....	០៥
២.១.២ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម .....	០៦
២.១.៣ ទ្រឹស្តីនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម.....	០៧
២.២ វិធីសាស្ត្របែងចែកការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមនិងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡា .....	០៨
២.២.១ ការបែងចែកចំណាយនិងការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡា .....	០៨
២.៣ ការប្រើបច្ចេកទេសបង្កើនប្រសិទ្ធភាពចំណាយសន្សំសំចៃរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡា.....	១០
២.៣.១ ការប្រើបច្ចេកទេសបង្កើនប្រសិទ្ធភាពចំណាយសន្សំសំចៃ.....	១០

## ជំពូកទី៣

### ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា.....	១១
៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា.....	១១
៣.១.២ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម គោលដៅ របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា.....	១៥
ក.ចក្ខុវិស័យ.....	១៥
ខ.បេសកកម្ម.....	១៥
គ.គោលដៅ.....	១៥
៣.១.៣ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង តួនាទី និងភារកិច្ច របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា .....	១៦
ក. រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង.....	១៦
ខ.តួនាទីគណៈគ្រប់គ្រង.....	១៦
៣.២ ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមនិងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា .....	១៧
៣.២.១ វិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមនិងចំណាយ .....	១៧
៣.៣ បច្ចេកទេសបង្កើនប្រសិទ្ធភាពចំណាយសន្សំសំចៃ .....	២៤
៣.៣.១ ការប្រើបច្ចេកទេសបង្កើនប្រសិទ្ធភាពចំណាយ.....	២៤

### **ជំពូកទី៤**

#### **ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ**

៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង.....	២៧
៤.២ ការវិភាគលើចំណុចខ្សោយ.....	២៨

### **ជំពូកទី៥**

#### **សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍**

៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន.....	២៩
៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍.....	២៩

### **ឯកសារយោង**

#### **ឧបសម្ព័ន្ធ**

# ជំពូកទី១ សេចក្តីផ្តើម

## ១.១ លំនាំមធ្យមនៃការស្រាវជ្រាវ

នាពេលបច្ចុប្បន្នយើងសង្កេតឃើញថា ប្រទេសកម្ពុជាកំពុងរីកចម្រើនលូតលាស់ទៅមុខ និងមានការអភិវឌ្ឍ យ៉ាងខ្លាំងទៅលើគ្រប់វិស័យក្នុងនោះរួមមាន វិស័យអប់រំ ទូរគមនាគមន៍ ការស្តាររចនាសម្ព័ន្ធ ជាពិសេសគឺវិស័យឧស្សាហកម្ម និងផលិតកម្មដែលបានកំពុងរីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ យើងបានដឹងរួចមកហើយមានក្រុមហ៊ុននិងប្រភេទអាជីវកម្មជាច្រើនកំពុងប្រកួតប្រជែងគ្នាលើទីផ្សារយ៉ាងមមាញឹក។ ផលិតកម្ម ឬអាជីវកម្មមួយអាចដំណើរការបានជោគជ័យគឺអាស្រ័យទៅលើការរៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងដូចជាផ្នែកផែនការ រចនាសម្ព័ន្ធចាត់តាំង ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យលទ្ធផល។ ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្មបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការបំពេញនូវតម្រូវការទីផ្សារក្នុងស្រុក និង ផលិតផលដែលនាំមកនូវមោទនភាពជាតិ ព្រោះនាពេលសម័យសង្គ្រាមមានរោងចក្រផលិតកម្មនិង ក្រុមហ៊ុនជាច្រើនទទួលបាននូវការខូចខាតជាទម្ងន់។ ការរៀបចំគម្រោងថវិកា ការប៉ាន់ប្រមាណការចំណាយ ការគ្រប់គ្រងការចំណាយ និងការវាស់វែងការអនុវត្ត ដែលទាំងអស់នេះមានសារៈសំខាន់ក្នុងការរក្សាបាននូវប្រាក់ចំណេញ និងប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការ។

បច្ចុប្បន្នវិស័យផលិតកម្មបានជួយសម្រួល និងធ្វើការកាត់បន្ថយការនាំចូលផលិតផលពីក្រៅប្រទេសដែលមានចំនួនច្រើនផងដែរ។ ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម បាននឹងកំពុងខិតខំផលិតនូវផលិតផលជាច្រើន ដូចជាសម្លៀកបំពាក់ គ្រឿងបរិក្ខារសំណង់ ផលិតផលកសិកម្ម អាហារ ស្រាបៀរ និងភេសជ្ជៈផ្សេងៗទៀតជាច្រើន។ ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមមានសារៈសំខាន់នៅក្នុងផលិតកម្ម ដើម្បីធានាថាក្រុមហ៊ុនអាចប្រកួតប្រជែង និងរកឃើញអត្រាអំណោយផលល្អ។ ពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ កម្ពុជាបានធ្វើដំណើរឆ្ពោះទៅរកភាពអភិវឌ្ឍកាន់តែខ្លាំងឡើងៗ ដែលជាកាតាលីកមួយជំរុញឱ្យផ្នែកផលិតកម្មកាន់តែរីកដុះដាលដូចផ្សិត និងទទួលបានផលចំណេញពីការរីកដុះដាលនេះឥតឈប់ឈរ។ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម មានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការជួយអង្គការឱ្យរីកចម្រើនក្នុងស្ថានភាពទីផ្សារដែលមានការប្រកួតប្រជែង។

តួយ៉ាងបើយើងសង្កេតមើលរាជធានីភ្នំពេញដែលជាបណ្តុំសរសៃឈាមនៃសេដ្ឋកិច្ចជាតិស្ទើរតែគ្រប់ទីកន្លែងទាំងអស់នៅក្នុងរាជធានីសុទ្ធសឹងតែ ជាកន្លែងផលិតកម្មគ្រប់ប្រភេទរួមមាន ធុនតូច និងធុនមធ្យម។ ហេតុនេះហើយ ទើបក្រុមយើងខ្ញុំបានជ្រើសរើសយកប្រធានបទ “ប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា” លើកមកធ្វើការស្រាវជ្រាវនិងចងក្រងជាឯកសារនេះឡើង។ ចំពោះការសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើប្រធានបទនេះ នឹងចូលរួមជាគំនិតខ្លះៗសម្រាប់ដោះស្រាយ បញ្ហាមួយចំនួនដែលកើតមាននៅក្នុងផ្នែកផលិតកម្មដូចជាការរៀបចំផែនការ ការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធ ចាត់តាំង ការដឹកនាំ និងការត្រួតពិនិត្យលទ្ធផលនៃផែនការរបស់សហគ្រាសផលិតកម្ម។ ម្យ៉ាងទៀតប្រធានបទនេះ នឹងបង្ហាញអំពីដំណោះស្រាយទៅលើបញ្ហានៃការគ្រប់គ្រងទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលអាចមានកត្តាជះឥទ្ធិពលមួយចំនួនដូចជា ផលិតផល ថ្លៃប្រព័ន្ធចែកចាយ និងការផ្សព្វផ្សាយ។

**១.២ ចំណោទបញ្ជូននៃការស្រាវជ្រាវ**

បញ្ហាអាចកើតមានឡើងគ្រប់ពេលវេលា និងគ្រប់ទីកន្លែងយើងមិនអាចដឹងមុនទេ។ ជាការពិតណាស់ ម្ចាស់អាជីវកម្មទាំងអស់ តែងតែប្រាថ្នាចង់បាននូវភាពជោគជ័យ នឹងធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនទទួលបាននូវការទទួលស្គាល់ ផ្នែកស្តង់ដារគុណភាព អនាម័យពីគ្រប់ស្ថាប័នជាតិ និងអន្តរជាតិ។ ប៉ុន្តែអ្វីដែលយើងត្រូវយកចិត្តទុកដាក់នោះ គួរតែរៀបចំផែនការគ្រប់គ្រងការចាត់តាំង ការដឹកនាំ ការត្រួតពិនិត្យឱ្យបានល្អ ទើបធ្វើឱ្យផលិតកម្មយើងទទួល បាននូវស្តង់ដារគុណភាព និង អនាម័យ ហើយធ្វើឱ្យសង្វាក់ផលិតកម្មដំណើរការបានល្អ។ ដើម្បីជាកញ្ចក់សម្រាប់ ឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីទិដ្ឋភាពទូទៅជុំវិញប្រធានបទ “ប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា” យើងគួរតែប្តឹងស្វែងយល់អំពីពាក្យគន្លឹះ និងសំណួរមួយចំនួនខាងក្រោមជាមុនសិន។

- ១. តើក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា មានការបែងចែកតួនាទី និងដំណើរការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមបែបណា ?
- ២. តើក្រុមហ៊ុនត្រូវធ្វើដូចម្តេចដើម្បីប្រើបច្ចេកទេសបង្កើនប្រសិទ្ធភាពចំណាយសន្សំសំចៃ ?

**១.៣ គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ**

លទ្ធផលដែលបានរំពឹងទុកពីការស្រាវជ្រាវកិច្ចការនេះ គឺយើងខ្ញុំចង់ទទួលបាននូវលទ្ធផលអំពីអ្វីដែល បានចោទឡើងដូចខាងលើនេះ ៖

- ស្វែងយល់ពីទ្រឹស្តីនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម និងប្រវត្តិរបស់ ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា
- ស្វែងយល់ពីប្រភេទផលិតផល
- សិក្សាអំពីដំណើរការសង្វាក់ផលិតកម្ម របស់ ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា
- ស្វែងយល់ពីស្ថានភាពទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមដើម្បីធានាបាននូវទំនិញដែលមានគុណភាព និងមានតម្លៃសមរម្យ
- ទទួលបានចំណេះដឹងក្នុងការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម ដោយការកាត់បន្ថយថ្លៃចំណាយ
- វិធីសាស្ត្រទប់ស្កាត់ ទំនិញហួសកាលកំណត់ប្រើប្រាស់ ចោរកម្ម ឬខូចខាត
- សិក្សាអំពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់ ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា
- សិក្សាអំពីបញ្ហាប្រឈមនានា ដែលអាចធ្វើឱ្យមានផលប៉ះពាល់ដល់ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម

**១.៤ ទំហំ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ**

**១.៤.១ ទំហំ ដែនកំណត់**

ប្រធានបទនៃការស្រាវជ្រាវខាងលើនេះ ផ្តោតលើការសិក្សាអំពីប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា ដែលមានទីតាំងនៅអគារ២៨៧ ផ្លូវជាតិលេខ៥ ភូមិមិត្តភាព សង្កាត់ឫស្សីកែវ ខណ្ឌឫស្សីកែវ រាជធានីភ្នំពេញ។

**១.៤.២ វិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ**

ទិន្នន័យដែលបានយកមកបង្ហាញក្នុងកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ គឺកំណត់យកត្រឹមកំឡុងឆ្នាំ២០២៥។

**១.៥ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ**

**១.៥.១ ការប្រមូលទិន្នន័យ**

ការស្រាវជ្រាវនេះបានប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រគុណវិស័យ ដោយផ្ដោតចម្បងទៅលើការវិភាគទិន្នន័យ និងឯកសារដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រធានបទ ដើម្បីយកមកវិភាគ និងសិក្សាស្រាវជ្រាវក្នុងគោលបំណងបញ្ជាក់ អំពីការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម និងការរក្សាសន្តិធិរបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យបានសម្រេចគោលដៅ និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធ ភាព។

សម្រាប់សំណួរស្រាវជ្រាវទី១៖ ការស្រាវជ្រាវនេះប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រតាមបែបគុណវិស័យ ដូចជា ការវិភាគលើរបាយការណ៍ កម្រងឯកសារនានា វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវតាមរយៈគេហទំព័របណ្តាញសង្គមរបស់ ក្រុមហ៊ុន ការសិក្សាស្រាវជ្រាវព័ត៌មានខ្លះៗ បានមកពីបណ្តាល័យរបស់សកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដានិងធ្វើការ សាកសួរលោកគ្រូណែនាំបន្ថែម។

សម្រាប់សំណួរស្រាវជ្រាវទី២៖ ការស្រាវជ្រាវនេះប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រតាមបែបគុណវិស័យ ដូចជា ការវិភាគលើរបាយការណ៍ កម្រងឯកសារនានា វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវតាមរយៈគេហទំព័រ បណ្តាញសង្គមរបស់ ក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់ ការសិក្សាស្រាវជ្រាវព័ត៌មានខ្លះៗបានមកពីបណ្តាល័យរបស់សកលវិទ្យាល័យវ៉ាន់ដា និងធ្វើការ សាកសួរទៅលោកគ្រូណែនាំបន្ថែម។

**១.៦ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ**

ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា នឹងផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍មួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

**១.៦.១ ចំពោះក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវផ្ទាល់**

- ជួយបង្កើនចំណេះដឹង ជំនាញ សមត្ថភាពផ្ទាល់ខ្លួន ដោយការផ្សារភ្ជាប់រវាងទ្រឹស្តី និងការអនុវត្ត ជាក់ស្តែង
- យល់ដឹងកាន់តែច្បាស់អំពីការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា
- ចេះធ្វើការងារជាក្រុម និងចេះសម្របសម្រួលដោះស្រាយបញ្ហាក្នុងក្រុម
- ពង្រឹងបន្ថែមលើទំនួលខុសត្រូវលើកិច្ចការស្រាវជ្រាវ

**១.៦.២ ចំពោះស្ថាប័ន**

- ដឹងពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយដើម្បីយកមកកែលម្អ និងអភិវឌ្ឍន៍
- អាចបង្កើតផលិតផល ឬសេវាកម្មឱ្យសមស្របនឹងតម្រូវការពិត
- ផ្តល់មូលដ្ឋាននៃការសម្រេចចិត្តដែលមានគុណភាព

**១.៦.៣ ចំពោះសង្គម**

- បានផ្សព្វផ្សាយពីចំណេះដឹងទៅដល់និស្សិតជំនាន់ក្រោយ
- ចងក្រងជាឯកសារសម្រាប់សិស្សប្តូរធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវបន្ត

**១.៧ វេនសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ**

ក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ យើងបានបែងចែកជា ៥ ជំពូកដូចខាងក្រោម៖

**ជំពូកទី១៖ សេចក្តីផ្តើម**

ចង់និយាយអំពីលំនាំបញ្ហា នៃការស្រាវជ្រាវ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ និងគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ។

**ជំពូកទី២៖ រំលឹកទ្រឹស្តី**

បង្ហាញពីនិយមន័យប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនទ្រឹស្តីសំខាន់ៗ ដែលជាប់ទាក់ទងនឹងប្រធានបទនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម។

**ជំពូកទី៣៖ ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា**

ធ្វើឱ្យយើងបានសិក្សាអំពី ប្រវត្តិ គោលនយោបាយ ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម រចនាសម្ព័ន្ធផលិតផល និងទស្សនៈវិស័យរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា។

**ជំពូកទី៤៖ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ**

យើងបានសិក្សាហើយវិភាគទៅលើចំណុចជាក់ស្តែងក្នុងគោលបំណងវិភាគឱ្យឃើញនៅចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ ទាំងអស់របស់ប្រធានបទដើម្បីធ្វើការសម្រួលឡើងវិញ។

**ជំពូកទី៥៖ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍**

យើងធ្វើការសន្និដ្ឋានទៅលើគ្រប់ចំណុចទាំងអស់ ធ្វើការកែលម្អបន្ថែមមើលលើចំណុចខ្លះខាតនៅក្នុងប្រធានបទ។

## ជំពូកទី២ រំលឹកប្រវត្តិសាស្ត្រ

### ២.១ លក្ខណៈទូទៅនៃប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងផ្ទៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម

#### ២.១.១ និយមន័យការគ្រប់គ្រងផ្ទៃដើម

ការគ្រប់គ្រង គឺដំនើរការធ្វើផែនការចាត់តាំងដឹកនាំនិងត្រួតពិនិត្យទៅលើការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្ស និងធនធានដទៃទៀតដើម្បីសម្រេច គោលដៅអង្គការ<sup>1</sup>។

ការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ជាប្រភពចំនូលដ៏ចម្បងរបស់ក្រុមហ៊ុនគឺជាសន្និធិដែលជាទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លី ដែលត្រូវបានចាត់បញ្ជូនពីគណៈត្រូវទទួលទៅក្នុងតារាងតុល្យការ<sup>2</sup>។

#### ២.១.២ ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រងផ្ទៃដើម

##### ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រង<sup>3</sup>

គំនិតនៃការគ្រប់គ្រងមានតាំងពីរាប់ពាន់ឆ្នាំមកហើយ។ យោងទៅតាម Pindur, Rogers, and Kim (1995) វិធីសាស្ត្រសំខាន់ៗ ក្នុងការគ្រប់គ្រងបានត្រលប់មកវិញយ៉ាងហោចណាស់៣០០០ឆ្នាំមុនពេលកំណើត របស់ព្រះគ្រីស្ទជាពេលវេលាមួយដែលកំណត់ត្រានៃការធ្វើជំនួញត្រូវបានកត់ត្រាលើកដំបូងដោយពួកបូជា ចារ្យនៅមជ្ឈិមបូព៌ា។

សូក្រាត នៅប្រហែលឆ្នាំ 400 មុនគ្រីស្តសករាជ បាននិយាយថា ការគ្រប់គ្រងគឺជាសមត្ថភាពដាច់ ដោយឡែកពីជំនាញបច្ចេកទេស និងចំណេះដឹង (Higgins, 1991)។ ជនជាតិរ៉ូមដែលល្បីល្បាញដោយសារ កងទាហានរបស់ពួកគេដឹកនាំដោយ Centurions បានផ្តល់ការទទួលខុសត្រូវតាមរយៈឋានានុក្រមនៃសិទ្ធិ អំណាច។ ព្រះវិហាររ៉ូមាំងកាតូលិកត្រូវបានរៀបចំតាមបន្ទាត់នៃទឹកដីជាក់លាក់ ខ្សែសង្វាក់នៃពាក្យបញ្ជា និង ការពិពណ៌នាការងារ។ ក្នុងកំឡុងយុគសម័យកណ្តាល ជារយៈពេល 1,000 ឆ្នាំប្រហែលពីឆ្នាំ 476 នៃគ.ស ដល់ឆ្នាំ 1450 នៃគ.ស. Guilds ដែលជាបណ្តុំនៃសិប្បករ និងពាណិជ្ជករបានផ្តល់ទំនិញដែលធ្វើដោយដៃ ចាប់ ពីនំប៉័ង រហូតដល់ពាសដែក និងជាវសម្រាប់បូជនីយកិច្ច។ ឋានានុក្រមនៃការគ្រប់គ្រង និងអំណាចស្រដៀង ទៅនឹងព្រះវិហារកាតូលិក ដែលមាននៅក្នុងនោះ អាជ្ញាធរបានសម្រាកជាមួយចៅហ្វាយនាយ ហើយបោក បញ្ឆោតទៅកាន់អ្នកធ្វើដំណើរ និងកូនជាង។ ជាទូទៅសិប្បករទាំងនេះគឺជាអាជីវកម្មខ្នាតតូចដែលផលិតផល ដែលមានកម្រិតគុណភាពខុសៗគ្នា អត្រាផលិតភាពទាប និងតម្រូវការតិចតួចសម្រាប់ការគ្រប់គ្រងលើសពី ម្ចាស់ ឬសិប្បករមេ។

បដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មដែលជាពេលវេលាមួយពីចុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ1700 ដល់ទសវត្សរ៍ឆ្នាំ1800 គឺជារយៈ ពេលនៃភាពចលាចលនិងការផ្លាស់ប្តូរដ៏ធំនៅក្នុងរបៀបរស់នៅ និងការងាររបស់មនុស្ស។ មុននេះប្រជាជន ភាគច្រើនប្រកបរបរធ្វើស្រែចម្ការ ឬធ្វើការ និងរស់នៅក្នុងសហគមន៍ជនបទ។ ជាមួយនឹងការបង្កើតម៉ាស៊ីន

<sup>1</sup> SOK AN-SMILE, (2013, December 3). *ការគ្រប់គ្រង (Management)*. Retrieved from <https://search.app/k5MdkjKj8n7XKnJc8>  
<sup>2</sup> Stock Management (2010). [PDF]. Retrieved August 21, 2025, from <https://samchamreun.wordpress.com>  
<sup>3</sup> Lloyd, R., & Aho, W. (2020, June 1). *The history of management*. The Four Functions of Management. Retrieved from <https://fhsu.pressbooks.pub/management/chapter/the-history-of-management/>

ចំហុយ ការច្នៃប្រឌិតជាច្រើនបានកើតឡើងរួមទាំងចលនាដោយស្វ័យប្រវត្តិនៃជួញដូរដំបូងពីអណ្តូងក្រោមដីរោងចក្រថាមពលដែល ឥឡូវនេះទំនិញផលិតយ៉ាងច្រើនដែលផលិតដោយដៃ និងក្បាលរថភ្លើងផ្លូវដែកដែលអាចផ្លាស់ទីផលិតផល និងសម្ភារៈឆ្លងកាត់ប្រទេសនានាក្នុងបានទាន់ពេលវេលា និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ រោងចក្រត្រូវការកម្មករដែលទាមទារទិសដៅ និងអង្គការ។ ដោយសារគ្រឿងបរិក្ខារទាំងនេះកាន់តែមានសារៈសំខាន់ និងផលិតភាព តម្រូវការសម្រាប់ការគ្រប់គ្រង និងការសម្របសម្រួលបានក្លាយជាកត្តាសំខាន់។ គិតអំពី HenryFord ដែលជាបុរសដែលបានបង្កើតខ្សែដំឡើងចល័តដើម្បីផលិតរថយន្តរបស់គាត់។ នៅដើមទសវត្សរ៍ឆ្នាំ1900 រថយន្តត្រូវបានដាក់បញ្ចូលគ្នាដោយសិប្បករដែលនឹងកែប្រែឱ្យសមនឹងផលិតផលរបស់ពួកគេ។ ជាមួយនឹងការមកដល់នៃផ្នែកស្តង់ដារក្នុងឆ្នាំ 1908 បន្តដោយខ្សែបដិវត្តន៍ បានណែនាំនៅឆ្នាំ 1913 ពេលវេលាដែលត្រូវការក្នុងការសាងសង់គំរូបានធ្លាក់ចុះពីប៉ុន្មានថ្ងៃមកត្រឹមប៉ុន្មានម៉ោងប៉ុណ្ណោះ (Klaess, 2020)។ តាមទស្សនៈរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង សិប្បករដែលមានជំនាញគឺមិនចាំបាច់ក្នុងការផលិតរថយន្តទៀតទេ។ ការប្រើប្រាស់កម្លាំងពលកម្មដែលមានតម្លៃទាប និងការកើនឡើងនៃផលិតកម្មដែលទទួលបានដោយការផ្លាស់ប្តូរខ្សែផលិតកម្មបានអំពាវនាវឱ្យមានតម្រូវការណែនាំនិងគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការដ៏ធំទាំងនេះ(Wilson,2015)។ ដើម្បីទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗវិធីសាស្ត្រផ្សេងគ្នាចំពោះរចនាសម្ព័ន្ធស្ថាប័ន និងការគ្រប់គ្រងត្រូវបានទាមទារ។

**-យុគសម័យវិទ្យាសាស្ត្រ**

ការវាស់វែងមូលធនមនុស្សជាមួយនឹងការលេចឡើងនៃបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗបានមក តម្រូវការសម្រាប់ការបង្កើនផលិតភាពនិងប្រសិទ្ធភាព។ បំណងប្រាថ្នាដើម្បីយល់ពីរបៀបធ្វើអាជីវកម្មល្អបំផុតផ្ដោតលើគំនិតនៃដំណើរការងារ។ នោះគឺអ្នកគ្រប់គ្រងចង់សិក្សាពីរបៀបដែលការងារត្រូវបានអនុវត្តនិងផលប៉ះពាល់លើផលិតភាព។ គំនិតនេះគឺដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពរបៀបដែលការងារត្រូវបានធ្វើ។ ស្ថាបត្យករម្នាក់ក្នុងចំណោមស្ថាបត្យករសំខាន់នៃការវាស់ស្ទង់ទិន្នផលរបស់មនុស្សគឺ Frederick Taylor ។ Taylor មានអារម្មណ៍ថា ការបង្កើនប្រសិទ្ធភាព និងការកាត់បន្ថយការចំណាយគឺជាគោលបំណងចម្បងនៃការគ្រប់គ្រង។ ទ្រឹស្តីរបស់ Taylor បានផ្ដោតលើរូបមន្តដែលគណនាចំនួនគ្រឿងដែលបានផលិតក្នុងពេលវេលាជាក់លាក់មួយ (DiFrancesco and Berman, 2000)។ Taylor បានធ្វើការសិក្សាពេលវេលាដើម្បីកំណត់ចំនួនគ្រឿងដែលកម្មករអាចផលិតបានក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មាននាទី។ គាត់បានប្រើនាឡិកាបញ្ឈប់មាត្រដ្ឋានវាស់ទម្ងន់ និងរង្វាស់កាសែតដើម្បីគណនាថាតើសម្ភារៈផ្លាស់ទីបានឆ្ងាយប៉ុណ្ណា និងចំនួនដំហានដែលកម្មករបានអនុវត្តក្នុងការបញ្ចប់កិច្ចការរបស់ពួកគេ (Wren and Bedeian, 2009)។ ពិនិត្យមើលរូបភាពខាងក្រោម៖ មនុស្សម្នាក់អាចស្រមៃថា Frederick Taylor ឈរនៅក្បែរនោះដោយវាស់ស្ទង់ថាតើកម្មករម្នាក់ៗត្រូវការប៉ុន្មានដំហាន ដើម្បីលើកសន្លឹកដែកចេញពីគំនរដើរទៅកាន់ម៉ាស៊ីន បំពេញការងារ ហើយធ្វើម្តងទៀតរាប់មិនអស់ក្នុងមួយថ្ងៃ។ លើសពី Taylor អ្នកទ្រឹស្តីគ្រប់គ្រងផ្សេងទៀតរួមមាន Frank និង Lillian Gilbreth, Harrington Emerson និងអ្នកផ្សេងទៀតបានពង្រីកគំនិតនៃការគ្រប់គ្រងហេតុផលជាមួយនឹងគោលដៅនៃប្រសិទ្ធភាព និងភាពស៊ីសង្វាក់គ្នា ទាំងអស់នៅក្នុងនាមនៃការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពទិន្នផល។ វាធ្វើឱ្យមានភាពខុសប្លែកគ្នាតិចតួចថាតើអង្គការ

នេះផលិតរបស់យុទ្ធសាស្ត្រ ជួញដូរដែលជីកយកវី ឬផលិតផល ការប្រើប្រាស់កម្លាំងពលកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព បំផុតដើម្បីបង្កើនផលិតភាពគឺជាគោលដៅ។

**ប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ** អាចត្រូវបានគេតាមដានត្រលប់ទៅពិភពបុរាណ នៅពេលដែលឈ្មួញ និង ពាណិជ្ជករបានចាប់ផ្តើមបង្កើតប្រព័ន្ធសម្រាប់តាមដានទំនិញរបស់ពួកគេ។ ពេញមួយប្រវត្តិសាស្ត្រនៃការ គ្រប់គ្រងសន្និធិ យើងបានបន្តបង្កើតវិធីសាស្ត្រឆ្លាតវៃ និងសន្សំសំចៃពេលវេលាបន្ថែមទៀត ដើម្បីគ្រប់គ្រង សន្និធិដូចជាប្រព័ន្ធ ERP ល្អបំផុតជាដើម។ ការបង្កើតថ្មីជាច្រើនទៀតដែលមិនទាន់រកឃើញនឹងធ្វើឱ្យមាន ជីវិតនាពេលអនាគតបើប្រៀបធៀបទៅនឹងប្រវត្តិនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។

**ការអនុវត្តការគ្រប់គ្រងសន្និធិដំបូង**<sup>4</sup> ការអនុវត្តដំបូងក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិគឺភាគច្រើន ដោយដៃ និងពាក់ព័ន្ធនឹងកម្រិតសន្និធិដែលតាមដានដោយដៃ។ នៅពេលដែលអាជីវកម្មរីកចម្រើន និង កាន់តែស្មុគស្មាញ តម្រូវការសម្រាប់ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិកាន់តែទំនើបកាន់តែច្បាស់។

ទម្រង់ដំបូងបំផុតមួយក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិគឺការប្រើប្រាស់ដំបងសរុប។ Tally sticks គឺជាឈើដែលប្រើសម្រាប់តាមដានចំនួនធាតុនៅក្នុងសន្និធិ។ ឈ្មួញជាញឹកញាប់បានប្រើសរុបដើម្បីតាមដាន ចំនួនទំនិញដែលពួកគេមាននៅក្នុងកម្មសិទ្ធិរបស់ពួកគេ។

ទម្រង់ដំបូងមួយទៀតនៅក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិគឺការប្រើប្រាស់ប៊ូខិនដីឥដ្ឋ។ ប៊ូខិនដីឥដ្ឋ គឺជាបំណែកតូចៗនៃ (ដីឥដ្ឋ) ដែលត្រូវបានប្រើដើម្បីតំណាងឱ្យប្រភេទទំនិញផ្សេងៗ។ និមិត្តសញ្ញា ដីឥដ្ឋ ត្រូវ បានប្រើប្រាស់ជាញឹកញាប់ដោយគណនេយ្យករដើម្បីតាមដានចលនានៃទំនិញនៅក្នុងស្ថាប័នមួយ។

នៅពេលដែលអាជីវកម្មរីកចម្រើន និងកាន់តែស្មុគស្មាញ តម្រូវការសម្រាប់ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិកាន់តែ ទំនើបកាន់តែច្បាស់។ នៅដើមទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1900 ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ មេកានិចដំបូងត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅ ក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ប្រព័ន្ធទាំងនេះបានប្រើកាត់punchនិងឧបករណ៍មេកានិចផ្សេងទៀត ដើម្បីតាមដានកម្រិតសន្និធិ។ នេះជាការចាប់ផ្តើមនៃដំណើរការធ្វើប្រឌិតយ៉ាងខ្លាំង នៅក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រនៃការ គ្រប់គ្រងសន្និធិ។

ប្រវត្តិនៃការអភិវឌ្ឍ ការគ្រប់គ្រងសន្និធិអាចត្រូវបានគេរកឃើញនៅដើមទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1900 នៅពេល ដែលប្រព័ន្ធមេកានិចដំបូងត្រូវបានបង្កើតឡើង។ ប្រព័ន្ធទាំងនេះបានប្រើកាត់ punch និងឧបករណ៍មេកានិច ផ្សេងទៀតដើម្បីតាមដានកម្រិតសន្និធិ។ នៅទសវត្សរ៍ឆ្នាំ1950 ការមកដល់នៃកុំព្យូទ័របាននាំឱ្យមានការអភិវឌ្ឍ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិអេឡិចត្រូនិចដំបូងគេ។ ប្រព័ន្ធទាំងនេះ មានប្រសិទ្ធភាពជាងមេកានិចដំនាន់មុនរបស់ពួក គេនៅក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ ហើយពួកគេបានអនុញ្ញាតឱ្យអាជីវកម្មតាមដានកម្រិតសន្និធិ ក្នុង ពេលវេលាជាក់ស្តែង។

នៅទសវត្សរ៍ឆ្នាំ1980 ការអភិវឌ្ឍមូលដ្ឋានទិន្នន័យទំនាក់ទំនងបាននាំឱ្យមានការអភិវឌ្ឍនៃប្រព័ន្ធទំនើប ដំបូងគេក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ប្រព័ន្ធទាំងនេះមានភាពបត់បែន និងអាចធ្វើមាត្រដ្ឋានបាន

<sup>4</sup> Wheelhouse. (2023, June 15). *The History of Inventory Management: Everything to Know*. Retrieved from <https://www.wheelhouse.com/resources/the-history-of-inventory-management-everything-to-know-a11459>

ជាងជំនាន់មុនរបស់ពួកគេ ហើយពួកគេបានអនុញ្ញាតឱ្យអាជីវកម្មធ្វើសមាហរណកម្មការគ្រប់គ្រងសន្និធិជាមួយប្រព័ន្ធអាជីវកម្មផ្សេងទៀត ដូចជាការគ្រប់គ្រងគណនី និងទំនាក់ទំនងអតិថិជន (CRM) ជាដើម។

នៅក្នុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1990 ការអភិវឌ្ឍន៍នៃអ៊ីនធឺណែតបាននាំឱ្យមានការអភិវឌ្ឍន៍បណ្តាញប្រព័ន្ធនៅក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រថ្មីៗនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ប្រព័ន្ធទាំងនេះបានធ្វើឱ្យអាចទៅរួចសម្រាប់អាជីវកម្មដើម្បីចូលប្រើទិន្នន័យសន្និធិ ពីគ្រប់ទិសទីក្នុងពិភពលោក ហើយពួកគេក៏ធ្វើឱ្យអាចទៅរួចសម្រាប់អាជីវកម្មក្នុងការសហការជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងអតិថិជនផងដែរ។

នៅក្នុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 2000 ការអភិវឌ្ឍន៍នៃ cloud computing បាននាំឱ្យមានការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិ ដែលមានមូលដ្ឋានលើពពកនៅក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិ។ ប្រព័ន្ធទាំងនេះត្រូវបានបង្ហាញនៅលើអ៊ីនធឺណែត ហើយអាចចូលប្រើបានពីឧបករណ៍ណាមួយដែលមានការតភ្ជាប់អ៊ីនធឺណែត។ Cloud-ERP ច្រើនតែមានតម្លៃសមរម្យ និងងាយស្រួលប្រើជាងប្រព័ន្ធធម្មតានៅក្នុងបរិវេណ។

សព្វថ្ងៃនេះ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសន្និធិផ្សេងៗមានសម្រាប់អាជីវកម្មគ្រប់ទំហំ។ ប្រព័ន្ធល្អបំផុតសម្រាប់អាជីវកម្មជាក់លាក់មួយនៅក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងសន្និធិនឹងអាស្រ័យលើតម្រូវការ និងថវិការបស់វា។

**២.១.៣ ទ្រឹស្តីនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម**

ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម គឺជាដំណើរការរៀបចំផែនការ និងគ្រប់គ្រងថវិការបស់អាជីវកម្ម ឬគម្រោង។<sup>5</sup>

**ប្រវត្តិនៃទ្រឹស្តីគ្រប់គ្រង**

ទ្រឹស្តីគ្រប់គ្រងមានដើមកំណើតក្នុងកំឡុងពេលបដិវត្តឧស្សាហកម្មហើយបានទទួលការផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងសំខាន់។<sup>6</sup>

ដំបូងកម្មករត្រូវបានគេមើលឃើញថាគ្រាន់តែជាផ្នែកខ្លះនៃម៉ាស៊ីនផលិតដែលមានការគោរពតិចតួចចំពោះតម្រូវការ ឬសក្តានុពលរបស់ពួកគេ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយការផ្លាស់ប្តូរក្នុងសង្គ្រាមបានឈានដល់ការផ្លាស់ប្តូរទស្សនវិទ្យាគ្រប់គ្រងដោយផ្ដោតលើភាពបត់បែនការពង្រឹងអំណាចបុគ្គលិកនិងវិធីសាស្ត្ររួមបញ្ចូលគ្នា។

**២.២ វិធីសាស្ត្របែងចែកការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកុកាកូឡា**

**២.២.១ ការបែងចែកចំណាយ និងការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុនកុកាកូឡា**

វិធីសាស្ត្រមានន័យថា ការស្វែងរកចំណេះដឹង ការស៊ើបអង្កេត របៀបនៃការកាត់ទោសការស៊ើបអង្កេតឬប្រព័ន្ធ។ ក្នុងសតវត្សចុងក្រោយនេះ វាច្រើនតែមានន័យថាដំណើរការកំណត់សម្រាប់ការបំពេញកិច្ចការមួយ។<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Wheelhouse. (2023, June 15). *The history of inventory management: Everything to know*. Retrieved from <https://www.wheelhouse.com/resources/the-history-of-inventory-management-everything-to-know-a11459>

<sup>6</sup> DealHub. (2025, May 15). *What is cost management?* DealHub. Retrieved from <https://dealhub.io/glossary/cost-management/>

<sup>7</sup> Peak Frameworks Team. (2024, January 28). *What are management theories?* Peak Frameworks. Retrieved from <https://www.peakframeworks.com/post/management-theories>

វិធីសាស្ត្រប្រវត្តិសាស្ត្រ គឺជាការប្រមូលផ្តុំនៃបច្ចេកទេស និងការណែនាំដែលអ្នកប្រវត្តិសាស្ត្រប្រើប្រាស់ ដើម្បីស្រាវជ្រាវ និងសរសេរប្រវត្តិសាស្ត្រពីអតីតកាល<sup>៨</sup>។

ប្រភពបន្ទាប់បន្សំប្រភពបឋម និងភ័ស្តុតាងសម្ភារៈ ដូចជាប្រភពមកពីបុរាណវិទ្យាអាចត្រូវបានគេយក មកប្រើប្រាស់ហើយជំនាញរបស់អ្នកប្រវត្តិសាស្ត្រស្ថិតនៅក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណប្រភពទាំងនេះ វាយ តម្លៃអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធរបស់ពួកគេ និងរួមបញ្ចូលគ្នានូវសក្ខីកម្មរបស់ពួកគេឱ្យបានត្រឹមត្រូវ ដើម្បីបង្កើតរូបភាព ត្រឹមត្រូវ និងគួរឱ្យទុកចិត្តនៃព្រឹត្តិការណ៍ និងបរិស្ថានអតីតកាល។

**២.៣ ការប្រើបច្ចេកទេសបង្កើនប្រសិទ្ធភាពចំណាយសន្សំសំចៃរបស់ក្រុមហ៊ុន ក្រុមហ៊ុន**

**២.៣.១ ការប្រើបច្ចេកទេសបង្កើនប្រសិទ្ធភាពចំណាយសន្សំសំចៃ**

បច្ចេកទេសត្រូវបានចាត់ទុក (ដូចដោយអ្នកសរសេរ) ឬចលនាឯកាយមូលដ្ឋានត្រូវបានប្រើ ផងដែរ សមត្ថភាពក្នុងការព្យាបាលព័ត៌មានលម្អិតបែបនេះ ឬប្រើចលនាបែបនេះ។<sup>៩</sup>

ប្រវត្តិនៃបច្ចេកវិទ្យា គឺជាប្រវត្តិនៃការបង្កើតឧបករណ៍ និងបច្ចេកទេសដោយមនុស្ស។ បច្ចេកវិទ្យារួម បញ្ចូលវិធីសាស្ត្ររាប់ចាប់ពីឧបករណ៍ថ្មសាមញ្ញរហូតដល់វិស្វកម្មវិទ្យាសាស្ត្រដ៏ស្មុគស្មាញ និងបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន ដែលបានលេចឡើងតាំងពីទសវត្សរ៍ឆ្នាំ 1980 ។<sup>10</sup> ពាក្យថា បច្ចេកវិទ្យា មកពីពាក្យក្រិក *techné* មានន័យថា សិល្បៈ និងសិប្បកម្ម ហើយពាក្យ *ឡូហ្គោ* មានន័យថា ពាក្យ និងការនិយាយ។ វាត្រូវបានគេប្រើដំបូងដើម្បី ពិពណ៌នាអំពីសិល្បៈអនុវត្ត ប៉ុន្តែឡូវនេះវាត្រូវបានគេប្រើដើម្បីពិពណ៌នាអំពីការរីកចម្រើន និងការផ្លាស់ ប្តូរដែលប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថានជុំវិញខ្លួនយើង។ ចំណេះដឹងថ្មីបានធ្វើឱ្យមនុស្សបង្កើតឧបករណ៍ថ្មី ផ្ទុយទៅវិញ ការខិតខំប្រឹងប្រែងផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រជាច្រើនអាចធ្វើទៅបានដោយបច្ចេកវិទ្យាថ្មី។ ឧទាហរណ៍ ឧបករណ៍វិទ្យា សាស្ត្រអនុញ្ញាតឱ្យយើងសិក្សាពីធម្មជាតិឱ្យបានលម្អិតជាងអារម្មណ៍ធម្មជាតិរបស់យើង។

ដោយសារបច្ចេកវិទ្យាកាត់ច្រើនត្រូវបានប្រើប្រាស់វិទ្យាសាស្ត្រ ប្រវត្តិសាស្ត្របច្ចេកទេសត្រូវបានភ្ជាប់ ជាមួយនឹងប្រវត្តិសាស្ត្រវិទ្យាសាស្ត្រ។ ដោយសារបច្ចេកវិទ្យាប្រើប្រាស់ធនធាន ប្រវត្តិសាស្ត្របច្ចេកទេសត្រូវ បានភ្ជាប់យ៉ាងតឹងរ៉ឹងទៅនឹងប្រវត្តិសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។ ពីធនធានទាំងនោះ បច្ចេកវិទ្យាបង្កើតធនធានផ្សេង ទៀត រួមទាំងវត្ថុបុរាណបច្ចេកវិទ្យាដែលប្រើក្នុងជីវិតប្រចាំថ្ងៃ។ បម្រែបម្រួលបច្ចេកវិទ្យាប៉ះពាល់ដល់ប្រពៃណី វប្បធម៌របស់សង្គម។ វាជាកម្លាំងសម្រាប់កំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងមធ្យោបាយក្នុងការអភិវឌ្ឍ និងគម្រោងសេដ្ឋ កិច្ច នយោបាយ អំណាចយោធា និងទ្រព្យសម្បត្តិ។<sup>11</sup>

ប្រសិទ្ធភាព គឺជាសមត្ថភាពនៃការបង្កើតលទ្ធផលដែលចង់បាន ឬសមត្ថភាពក្នុងការបង្កើតលទ្ធផល ដែលចង់បាន។ នៅពេលដែលអ្វីមួយត្រូវបានចាត់ទុកថាមានប្រសិទ្ធភាព វាមានន័យថាវាមានលទ្ធផលដែល បានគ្រោងទុក ឬរំពឹងទុក ឬបង្កើតចំណាប់អារម្មណ៍យ៉ាងជ្រាលជ្រៅ និងរស់រវើក។<sup>12</sup>

<sup>8</sup> Method. (2025, July 18). In Wikipedia. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Method>  
<sup>9</sup> Cambridge University Press. (n.d.). *Technique*. In Cambridge Dictionary. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/technique>  
<sup>10</sup> History of technology. (n.d.). In Wikipedia. Retrieved from [https://en.m.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_technology](https://en.m.wikipedia.org/wiki/History_of_technology)  
<sup>11</sup> Wikipedia contributors. (2025, March 13). *Efficiency*. In Wikipedia. Retrieved from <https://en.m.wikipedia.org/wiki/Efficiency>  
<sup>12</sup> Effective history. (n.d.). In Law Insider Legal Dictionary. Retrieved from <https://www.lawinsider.com/dictionary/effective-history>

ប្រវត្តិប្រសិទ្ធភាពមានន័យថា នៅក្នុងការយល់ដឹងរបស់យើងទាំងអស់ យើងតែងតែស្ថិតនៅក្នុងជើងមេឃនៃសំណួរជាក់លាក់ ការរើសអើង ចំណាប់អារម្មណ៍ និងទស្សនៈដែលត្រូវបានកំណត់ដោយអ្វីដែល យើងចង់យល់នៅក្នុងឥទ្ធិពលប្រវត្តិសាស្ត្រដែលមានប្រសិទ្ធភាព ពោលគឺនៅក្នុងឥទ្ធិពលរបស់វាជាប្រពៃណី។

ការចំណាយ: គឺជាវត្ថុដែលទាមទារលំហូរចេញនៃប្រាក់ ឬទម្រង់នៃទ្រព្យសម្បត្តិជាទូទៅទៅកាន់បុគ្គល ឬក្រុមផ្សេងទៀតជាការទូទាត់សម្រាប់ទំនិញ សេវាកម្ម ឬប្រភេទផ្សេងទៀតនៃការចំណាយ<sup>13</sup>។

➤ ប្រវត្តិចំណាយ<sup>14</sup>

ប្រវត្តិនៃការចំណាយរាយបញ្ជីការចំណាយមានប្រសិទ្ធភាពទាំងអស់ដែលអនុវត្តចំពោះហាង។ ជាការពិត ខណៈពេលដែលបង្កើតការចំណាយ វាអាចនឹងមិនមានប្រសិទ្ធភាពភ្លាមៗនោះទេ ជាពិសេសនៅក្នុងករណីនៃការចំណាយកើតឡើងដដែលៗ ដែលនឹងមានប្រសិទ្ធភាពនៅថ្ងៃមុន។ មិនដូចប្រភេទការចំណាយ និងការចំណាយទេ ប្រវត្តិនៃការចំណាយត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយ NexoPOS ប៉ុណ្ណោះ។ សកម្មភាពតែមួយគត់ដែលអាចធ្វើបានគឺ អាន និងលុប។

<sup>13</sup> Wikipedia contributors. (2025d, July 2). *Expense*. Wikipedia. Retrieved from <https://en.m.wikipedia.org/wiki/Expense>  
<sup>14</sup> Nexo Solutions LLC. (2025). *Expense history*. In NexoPOS documentation. Retrieved from <https://my.nexopos.com/en/documentation/components/expense-history>

### ជំពូកទី៣

## ប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងផ្ទៃដីរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា

### ៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃការគ្រប់គ្រងផ្ទៃដីរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា

#### ៣.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា



ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា បង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ១៨៩២ នៅសហរដ្ឋអាមេរិក ហើយសព្វថ្ងៃបានចូលរួមយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការផលិត និងលក់ទឹកស៊ីរ៉ូ និងផ្តោតលើភេសជ្ជៈកូកា-កូឡា គឺជាភេសជ្ជៈមានជាតិកាបូន មានជាតិផ្អែមដែលជាស្ថាប័នវប្បធម៌នៅសហរដ្ឋអាមេរិក និងជានិមិត្តរូបរបស់ពិភពលោកនៃរសជាតិអាមេរិក។

ក្រុមហ៊ុនក៏ផលិត និងលក់ភេសជ្ជៈក្រូចធ្មេរផ្សេងៗទៀត។ ដោយមានផលិតផលជាង ២,៨០០ ដែលអាចរកបាននៅជាង ២០០ ប្រទេស។ កូកា - កូឡាគឺជាក្រុមហ៊ុនផលិត និងចែកចាយភេសជ្ជៈធំជាងគេ បំផុតនៅលើពិភពលោក និងជាសាជីវកម្មធំជាងគេមួយនៅសហរដ្ឋអាមេរិក។ ការិយាល័យកណ្តាលស្ថិតនៅក្នុងរដ្ឋ Atlanta, Georgia ។ ភេសជ្ជៈ Coca-Cola ប្រភេទដបត្រូវបាននាំចូលមកលក់ក្នុងប្រទេសកម្ពុជាជាលើកដំបូងតាំងពីដើម ទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៦០មកម្ល៉េះ ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈកម្ពុជាទើបតែចាប់ផ្តើមផលិតភេសជ្ជៈដែលផ្តល់នូវ អារម្មណ៍ស្រស់ស្រាយ និងដ៏ពេញនិយមនេះ នៅប្រទេសកម្ពុជានៅក្នុងឆ្នាំ១៩៩៣ ប៉ុណ្ណោះ ដោយរោងចក្រ របស់ក្រុមហ៊ុនមានទីតាំងស្ថិតនៅលើប្រាំងទន្លេសាប ក្នុងខណ្ឌឫស្សីកែវ រាជធានីភ្នំពេញ។ រោងចក្រដំបូងគេនេះបានផលិតភេសជ្ជៈដែលមានម៉ាកយីហោដ៏ល្បីបំផុតរបស់ក្រុមហ៊ុនចំនួន ៣ ប្រភេទគឺ Coke Fanta និង Sprite ដែលជាប្រភេទភេសជ្ជៈកំប៉ុង បន្ទាប់មកទៀតក្រុមហ៊ុនបានវិនិយោគរោងចក្រដំបូង

គេនេះបានផលិតភេសជ្ជៈដែលមានម៉ាកយីហោដ៏ល្បីបំផុតរបស់ក្រុមហ៊ុនចំនួន ៣ ប្រភេទគឺ Coke Fanta និង Sprite ដែលជាប្រភេទភេសជ្ជៈកំប៉ុង បន្ទាប់មកទៀតក្រុមហ៊ុនបានវិនិយោគបន្ថែមនូវទឹកប្រាក់ចំនួន ៣០ លានដុល្លារ ដើម្បីកែលម្អរោងចក្ររបស់ខ្លួន និងធ្វើការដំណើរការខ្សែសង្វាក់ ផលិតកម្មថ្មីនៅក្នុងឆ្នាំ ២០០៨ ដើម្បីផលិតជាដបប្លាស្ទិក PET បន្ថែមទៀត។

ចាប់តាំងពីឆ្នាំ ២០១៤ មកក្រុមហ៊ុនបានពង្រីកអាជីវកម្មឱ្យកាន់តែទូលំទូលាយ តាមរយៈការផលិតភេសជ្ជៈជាច្រើនមុខបន្ថែមទៀត ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរសជាតិថ្មីៗរបស់ប្រជាជនកម្ពុជា បច្ចុប្បន្ន ក្រុមហ៊ុនបានផលិតម៉ាកផ្សេងទៀត ដូចជា Aquarius, Dasani, Minute Maid, Mutant, Thunder, Fuze Tea, Schweppes ក៏ជាផលិតផលផ្សេងៗជាច្រើនទៀតផងដែរ។



តាមរយៈការវិនិយោគលើការសាងសង់រោងចក្រផលិតភេសជ្ជៈថ្មីដែលមានតម្លៃ ១០០លានដុល្លារអាមេរិក របស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានសម្ពោធជាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ក្រោមអធិបតីភាពដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់របស់ សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន កាលពីខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៥ ហើយរោងចក្រចាស់របស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានផ្លាស់ប្តូរទៅជាការិយាល័យថ្មីរបស់ក្រុមហ៊ុនវិញ។ រោងចក្រថ្មីរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលស្ថិតនៅក្នុងតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេស ភ្នំពេញ គឺជារោងចក្រផលិតដ៏ ទំនើបបំផុត និងរចនាតាមបែបមេត្រីភាពបរិស្ថាន ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ព្រមទាំងផ្តល់នូវបរិយាកាសការងារដ៏ល្អ ប្រសើរសម្រាប់បុគ្គលិកមកពីជួររដ្ឋបាល និងមានទេពកោសល្យខ្ពស់។ ប្រព័ន្ធថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យដ៏ធំ បំផុតមួយក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដែលគ្របដណ្តប់នៅលើផ្ទៃដីទំហំជាង ២.៥ ហិកតា នៅលើដំបូលរោងចក្រថ្មី របស់ក្រុមហ៊ុន អាចផ្គត់ផ្គង់ថាមពលបានប្រមាណ ១ ភាគ ៣ នៃតម្រូវការថាមពលសរុបរបស់ក្រុមហ៊ុន ចំណែកលក្ខណៈពិសេសផ្នែកបរិស្ថានសំខាន់ៗផ្សេងទៀតវិញនោះ គឺធានាថា ក្រុមហ៊ុនអាចកាត់បន្ថយបាន ជាអតិបរិមាណនូវផលប៉ះពាល់ផ្នែកបរិស្ថានពីដំណើរការផលិតកម្មរបស់ខ្លួន។



ក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈកម្ពុជា (កូកា-កូឡា) គឺជាក្រុមហ៊ុនមួយក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនឈានមុខគេនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលមានបុគ្គលិកកំពុងបម្រើការងារផ្ទាល់ចំនួនជាង ៩០០នាក់ ហើយក៏ជាក្រុមហ៊ុនជោគជ័យបំផុតដែលមានការប្តេជ្ញាចិត្តរយៈពេលវែងច្បាស់លាស់ នៅក្នុងការចូលរួមសម្រេចឱ្យបាននូវភាពជោគជ័យ និងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។ «ទន្ទឹមនឹងនេះដែរ ក្រុមហ៊ុនគឺជាក្រុមហ៊ុនដែលមានភាពច្នៃប្រឌិតបំផុតមួយនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រ កម្ពុជា ដែលមិនត្រឹមតែចំពោះផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងនៅក្នុងប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ ហើយក្រុមហ៊ុន គឺជាក្រុមហ៊ុនឈានមុខគេនៅក្នុងការផ្លាស់ប្តូរសេដ្ឋកិច្ចរបស់កម្ពុជាឆ្ពោះទៅរក ប្រព័ន្ធខ្លីជីវិត តាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាបញ្ញាសិប្បនិម្មិត (AI) និងឧបករណ៍អាជីវកម្មប្រើប្រាស់ ថាមពលផ្សេងទៀត ដើម្បីធ្វើបដិវត្តន៍វិធីសាស្ត្រធ្វើការរបស់ក្រុមហ៊ុន»។ ក្នុងនាមជាក្រុមហ៊ុនមួយ ពិតជាមានមោទនភាពបំផុតចំពោះសមិទ្ធផលដែលក្រុមហ៊ុនសម្រេចបាន នៅក្នុងរយៈពេល ៦ ទសវត្សរ៍ចុងក្រោយនេះ ប៉ុន្តែសមិទ្ធផលទាំងនេះគ្រាន់តែចំណុចចាប់ផ្តើមតែប៉ុណ្ណោះ។ ក្រុមហ៊ុននឹងបន្តកំណត់ទិសដៅប្រកបដោយមហិច្ឆិតារបស់ខ្លួន ដែលមិនត្រឹមតែសម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្ម របស់ក្រុមហ៊ុនប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងចំពោះការធ្វើដំណើររបស់ក្រុមហ៊ុនឆ្ពោះទៅរកពិភពលោកគ្មានសំរាម ការបង្កើនចំនួនបុគ្គលិកស្ត្រី ការទទួលបាននូវទឹកស្អាតកាន់តែទូលំទូលាយ និងការផ្លាស់ប្តូរសេដ្ឋកិច្ចឆ្ពោះទៅ ប្រព័ន្ធខ្លីជីវិត ដែលនឹងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់ប្រទេសជាតិទាំងមូលផងដែរ។ មិនតែប៉ុណ្ណោះក្រុមហ៊ុនបាន ពង្រីកវិសាលភាពអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន រហូតបានក្លាយជាក្រុមហ៊ុនមួយឈានមុខគេក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនដទៃ ទៀតនៅកម្ពុជា។ លើសពីនេះទៅទៀត ក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ឱកាសការងារជូនប្រជាជនកម្ពុជារាប់ម៉ឺននាក់ និងបានវិនិយោគទឹកប្រាក់រាប់រយលានដុល្លារទៅលើការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗនិងសហគមន៍ដែលយើងកំពុងផ្តល់សេវាកម្មជូនសព្វថ្ងៃ។

ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាគឺជាក្រុមហ៊ុនផ្តាច់មុខគេ ខាងផលិតកេសដ្ឋ: ដែលផ្តល់ជូនភាពស្រស់ស្រាយជូនប្រជាជនកម្ពុជាអស់រយៈពេលជាង ៦០ឆ្នាំមកហើយ។



- អត្តសញ្ញាណរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា  
ក. រូបសញ្ញា



**ខ.អត្ថន័យនៃអត្តសញ្ញាណរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា**

សញ្ញានេះមកប្រើឈ្មោះ Coca-Cola ជំនួសវិញ។ ភេសជ្ជៈនេះត្រូវបានផលិតឡើងដោយរុក្ខជាតិ ២ ប្រភេទគឺ ស្លឹកកូកា (Coca) និងគ្រាប់កូលា (Kola) ដែលផលិតបានជាប្រភេទទឹកស៊ីរ៉ូបខាប់ៗ ហើយចុង ក្រោយលោកក៏យកល្បាយនេះទៅលាយជាមួយនឹងទឹកកាបូណាត (Carbonate Water)។ ការផលិតដំបូង នៃភេសជ្ជៈកូកា កូឡា (Coca-Cola) គឺវេចខ្ចប់ក្នុងលក្ខណៈជា Soda Fountain ហើយដាក់លក់នៅ ឱសថស្ថានមួយជារបស់មិត្តភក្តិរបស់គាត់នៅទីក្រុង អាត្លង់តា។

**៣.១.២ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម គោលដៅ របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា**

**ក. ចក្ខុវិស័យ**

ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា មានទិសដៅច្បាស់លាស់ទាក់ទងនឹងចក្ខុវិស័យរបស់ខ្លួនក្នុងការគ្រប់គ្រងធនធាន មនុស្សដោយផ្អែកទៅលើគោលនយោបាយប្រាំមួយចំណុចគឺជាដំណើរការនៃការជ្រើសរើស Recruitment ការជ្រើសយកបុគ្គលិក (Selection) ការរក្សាទុក (Maintenance) ការអភិវឌ្ឍ (Development) ការប្រើ ប្រាស់ (Utilization) និងការសម្របសម្រួល (Accommodation) នៃធនធាន មនុស្សរបស់អង្គការមួយ។ អ្នកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស គឺជាបុគ្គលដែលមានតួនាទី ជាអ្នកផ្តល់យោបល់ ឬ ជាបុគ្គលិកដែលធ្វើការ ជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រងដទៃទៀត ដើម្បីជួយពួកគេឱ្យអាចដោះស្រាយបញ្ហាដែលទាក់ទង នឹងធនធានមនុស្ស។ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស មានមុខងារផ្សេងៗដែលសំខាន់បំផុត គឺការទទួលយកការ អភិវឌ្ឍមនុស្ស ធ្វើ យ៉ាងណាដើម្បីសម្រេចគោលដៅរបស់អង្គការមួយ។ការរៀបចំផែនការធនធានមនុស្ស ការប្រកាសជ្រើស រើស និងការជ្រើសរើសយក ការបណ្តុះបណ្តាល និងអភិវឌ្ឍ ធនធានមនុស្ស ការវាយតម្លៃ ការអនុវត្តការងារ របស់បុគ្គលិក ការទូទាត់ប្រាក់ខែ ឬសំណង និងអត្ថប្រយោជន៍បុគ្គលិក ទំនាក់ទំនងការងារ និងបុគ្គលិក សុវត្ថិ ភាព និងសុខភាពការងារ ការស្រាវជ្រាវធនធានមនុស្ស។

**ខ. បេសកកម្ម**

បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនគឺ ធ្វើឱ្យប្រទេសកម្ពុជានាពេលបច្ចុប្បន្ននេះមានការគ្រប់គ្រងធនធាន មនុស្សបានល្អក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មឱ្យមានភាពរីកចម្រើនទៅមុខ។ ប៉ុន្តែក៏មានក្រុមហ៊ុនជាច្រើនកំពុង តែ មានបញ្ហាប្រឈមយ៉ាងខ្លាំងជាមួយនឹងការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិកផងដែរ ព្រោះការគ្រប់គ្រងធនធាន មនុស្សមិន មែនជារឿងដ៏ងាយស្រួលនោះទេ។ មនុស្សម្នាក់មានគំនិត តម្រូវការ និងចូលចិត្តធ្វើសកម្មភាព ផ្សេងៗគ្នា ដែលពេលណាដែលយើងទាញឱ្យមនុស្សជាច្រើនធ្វើការជាមួយគ្នា រមែងតែងតែមានភាពទាស់ ទែងគ្នា ឬមិន សូវចុះសម្រុងនឹងគ្នានៅពេលខ្លះជាក់ជាមិនខាន។

**គ. គោលដៅ**

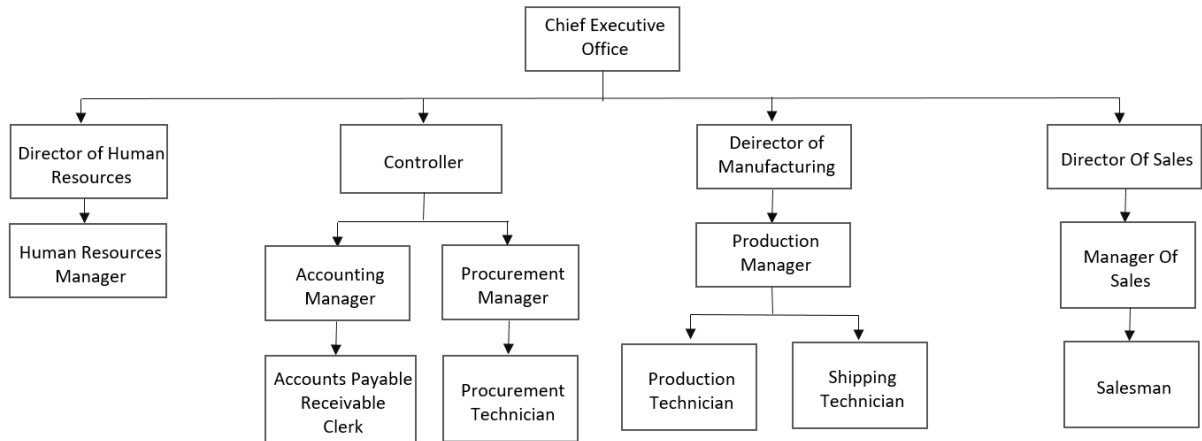
គោលបំណងសំខាន់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា គឺតែងតែចាត់ទុកថា ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស ជាផ្នែកសំខាន់មួយនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រ ដើម្បីធានាបាននូវភាពវិជ្ជមានប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ ក្រុមហ៊ុនបាន ទទួលស្គាល់ថាដើម្បីអាចរក្សា និងបង្កើនការរីកលូតលាស់របស់ខ្លួន ក្រុមហ៊ុនត្រូវការកម្លាំងពលកម្មដែលមាន សមត្ថភាពខ្ពស់ និងមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការតម្រង់ទិសឆ្ពោះទៅពេលអនាគត។ ការអភិវឌ្ឍ

ធនធានមនុស្សគឺជាទំនួលខុសត្រូវរបស់ផ្នែកធនធានមនុស្ស។ ផ្ទុយទៅវិញសមាជិកទាំងអស់នៃការគ្រប់គ្រងត្រូវបានចូលរួមយ៉ាងសកម្មនៅក្នុងសកម្មភាពអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សប្រកបដោយនិរន្តរភាពដើម្បីឱ្យក្រុមហ៊ុនក្លាយជាអាជីវកម្មជោគជ័យខ្លាំងនាពេលអនាគត។

**៣.១.៣ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង តួនាទី និងភារកិច្ច របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា**

**ក. រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង**

**Coca-Cola Operational Structure**



**ខ.តួនាទីគណៈគ្រប់គ្រង**

➤ **តួនាទី**

- តួនាទី (Roles): គឺជាមុខងារ និងការទទួលខុសត្រូវដែលអ្នកគ្រប់គ្រងទាំងបីក្រុម និងបុគ្គលិក កម្មករ ត្រូវមានដោយចៃដន្យច្បាស់នៅក្នុងកិច្ចសន្យាការងារ។

**ក្រុមប្រឹក្សាភិបាល៖** ទទួលខុសត្រូវលើអភិបាលសាជីវកម្ម និងជំរុញអភិវឌ្ឍជោគជ័យ របស់ធនាគារតាមរយៈការដឹកនាំរាល់ប្រតិបត្តិការងារ និងអាជីវកម្ម។ ក្រុមប្រឹក្សាភិបាល ជាអ្នកតែងតាំង និងអាចដកតំណែងរបស់ប្រធាននាយកប្រតិបត្តិ។ ក្រុមប្រឹក្សាភិបាល ក៏ធានាផងដែរនៅធនធានមនុស្សដែលចាំបាច់ មានការគ្រប់គ្រងក្នុងការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រ និងគោលដៅហិរញ្ញវត្ថុ ជាមួយថ្នាក់គ្រប់គ្រងដើម្បីឱ្យថ្នាក់ គ្រប់គ្រងអនុវត្ត ព្រមទាំងត្រួតពិនិត្យលើការអនុវត្តរបស់ថ្នាក់គ្រប់គ្រងដោយផ្ទាល់ តាមរយៈគណៈកម្មាធិការក្រុមប្រឹក្សាភិបាល។

**ប្រធាននាយកប្រតិបត្តិ៖** ជាអ្នកកំណត់ពេលវេលាប្រជុំ និងកិច្ចដំណើរការនៃគណៈកម្មាធិការប្រតិបត្តិក្រោមការដឹកនាំផ្ទាល់ប្រកបដោយ៖

- យុទ្ធសាស្ត្រផ្ទាល់ ៖ អភិវឌ្ឍគោលការណ៍ កំណត់គោលដៅ យុទ្ធសាស្ត្រ និងទិសដៅសម្រាប់ដាក់ជូនក្រុមប្រឹក្សាភិបាល។
- ការអនុវត្ត៖ ប្រមូលផ្តុំនូវរាល់ធនធាន ដើម្បីអនុវត្តទៅតាមយុទ្ធសាស្ត្រដែលបានព្រមព្រៀងនឹង ប្រព្រឹត្តទៅតាមគោលការណ៍ដែលបានកំណត់។

- ហានិភ័យ ៖ កំណត់ និងវាយតម្លៃទៅលើហានិភ័យនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន និងដោះស្រាយ នូវបញ្ហាដែលកើតឡើង។

- ការប្រតិបត្តិ ៖ ធានាបានថាក្រុមហ៊ុនប្រតិបត្តិតាមតម្រូវការរបស់ អាជីវកម្ម ច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិផ្សេងៗ។

**អនុប្រធានប្រតិបត្តិ និងជាគណៈប្រធាននាយកប្រតិបត្តិប្រតិបត្តិការ៖** ទទួលបន្ទុកដឹកនាំលើប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន ដោយទទួលខុសត្រូវគ្រប់គ្រងទៅលើនាយកដ្ឋានប្រតិបត្តិការ នាយកដ្ឋាន ទីផ្សារ នាយកដ្ឋានអភិវឌ្ឍផលិតផល ពាណិជ្ជកម្ម សេវាកម្ម និងហិរញ្ញវត្ថុ។

**អនុប្រធានប្រតិបត្តិ និងជាគណៈប្រធាននាយកប្រតិបត្តិនីតិកម្ម និងលេខាក្រុមហ៊ុន៖** គ្រប់គ្រងទៅលើការិយាល័យប្រតិបត្តិនីតិកម្មការិយាល័យប្រឹក្សាបុគ្គលិកម្ពុជាការិយាល័យលេខាធិការក្រុមហ៊ុននិង ការិយាល័យគ្រប់គ្រងវិវាទ។

**គណៈប្រធាននាយកប្រតិបត្តិសវនកម្មផ្ទៃក្នុង ៖** គ្រប់គ្រង និងទទួលបន្ទុកទៅលើ នាយកដ្ឋានអភិវឌ្ឍសវនកម្មផ្ទៃក្នុង ការិយាល័យរបាយការណ៍សវនកម្ម ការិយាល័យសវនកម្មហិរញ្ញវត្ថុ និងនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងហានិភ័យ។

**៣.២ ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមនិងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា- កូឡា**

**៣.២.១ វិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមនិងចំណាយ**

ការគ្រប់គ្រងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពកូកា-កូឡា អនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនរក្សាការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ខ្លួនចំពោះការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម និងវិធីសាស្ត្រនៃការគ្រប់គ្រងចំណាយ។ ក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមនិងការបែកចែកចំណាយរបស់ខ្លួនអោយមានប្រសិទ្ធភាពតាមរយៈវិធីសាស្ត្រនៃការបែងចែកដូចខាងក្រោម

**- ថ្លៃដើមផ្ទាល់និងថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់**

វាជារឿងចាំបាច់ក្នុងការបំបែកថ្លៃដើមផ្ទាល់ និងថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់ក្នុងដំណើរការប្រមូលថ្លៃ។ ថ្លៃដើមផ្ទាល់គឺអាចតាម ដានទៅវត្ថុថ្លៃដើមដោយសេដ្ឋកិច្ច។ វាត្រូវបានចាត់ទុកថា មានសមត្ថភាពក្នុងការតាមដានទៅវត្ថុថ្លៃដើមយ៉ាងងាយ ស្រួលនិងមានប្រសិទ្ធភាព។ ខណៈដែលថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់វិញ មិនអាចតាមដានទៅវត្ថុថ្លៃដើមបានយ៉ាងងាយស្រួល ឬ ប្រកបដោយសេដ្ឋកិច្ចទេ ហើយត្រូវតែបែងចែកទៅវត្ថុថ្លៃដើមមួយឬច្រើន។ ឧទាហរណ៍ ផលិតផលផ្សំសម្រាប់ Coca-Cola គឺជាថ្លៃដើមផ្ទាល់។ ខណៈដែលថ្លៃជួលសហគ្រាសជាក់ក្នុងជបវិញ គឺជាថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់ ដោយសារវាមិនមាន ប្រសិទ្ធភាពក្នុងការតាមដានថ្លៃអគ្គិសនីដោយផ្ទាល់សម្រាប់ការផលិតសំណាញ់ទឹក Coca-Cola ទេ ពីព្រោះថ្លៃអគ្គិសនី មិនផ្លាស់ប្តូរចំពោះផលិតផលណាដែលជាក់ក្នុងជបនោះទេ។ ថ្លៃដើមផ្ទាល់ និងមិនផ្ទាល់ទាំងអស់ត្រូវតែបានបែងចែកទៅវត្ថុថ្លៃដើម ដើម្បីធ្វើការគណនេយ្យថ្លៃដើមឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។ ថ្លៃនៃវត្ថុថ្លៃដើមគឺជាផលបូកនៃថ្លៃដើមផ្ទាល់ និងមិនផ្ទាល់ទាំងអស់ដែលបានប្រើប្រាស់ធនធានដោយមានទំនាក់ទំនង ដោយផ្ទាល់នឹងវត្ថុថ្លៃដើម។ ទំនាក់ទំនងនេះមានសារៈសំខាន់ដោយសារតែវាជាមូលហេតុឱ្យថ្លៃនោះក្លាយជាថ្លៃដើមផ្ទាល់។ ថ្លៃនៃវត្ថុថ្លៃដើមនឹងកើនឡើងខ្ពស់នៅពេលមានការប្រើប្រាស់គ្រឹះបែងចែកថ្លៃច្រើន។ ការទំនាក់ទំនងនេះស្ថិតក្នុង ស្ថានភាពខ្សោយនៅពេលជាថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់ ហើយខ្សោយបំផុតនៅក្នុងថ្លៃរួម។

គ្រឹះបែងចែកថ្លៃ គឺជាកត្តាមួយដែលភ្ជាប់ប្រព័ន្ធនឹងការប្រើប្រាស់ថ្លៃ។ វាអាចជាវិធីវាស់បរិមាណសកម្មភាព ដូចជា ម៉ោងពលកម្មផ្ទាល់ ម៉ោងប្រើម៉ាស៊ីន ឬថ្លៃសម្ភារៈ។ ថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់ភាគច្រើនមានគ្រឹះបែងចែក ផ្សេងៗគ្នា ដែលនេះធ្វើ ឱ្យការបែងចែកបានត្រឹមត្រូវកាន់តែស្មុគស្មាញ។

**ឧទាហរណ៍នៃទំនាក់ទំនងថ្លៃ និងវត្ថុថ្លៃដើម (តាមម៉ាស៊ីនដាក់លក់):**

- ថ្លៃដើមផ្ទាល់: ក្រុមហ៊ុន Coca-Cola មានកិច្ចព្រមព្រៀងជាមួយអ្នកចែកចាយ ដើម្បីដាក់តែ ផលិតផល Coca-Cola នៅក្នុងម៉ាស៊ីនលក់។
- REAL-LOCATE មានកិច្ចសន្យាជាមួយ Coca-Cola ដើម្បីដាក់ម៉ាស៊ីននៅទីតាំងដែលមានការ លក់ខ្ពស់។

ជំហានទី១ - កំណត់ថ្លៃដើមផ្ទាល់និងមិនផ្ទាល់: ថ្លៃពី Coca-Cola និងអ្នកចែកចាយគឺថ្លៃដើមផ្ទាល់។ ថ្លៃពី REAL-LOCATE គឺថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់។

ជំហានទី២ - កំណត់វត្ថុថ្លៃដើម និងគ្រឹះបែងចែកថ្លៃ វត្ថុថ្លៃដើមគឺការថែទាំម៉ាស៊ីន និងគ្រឹះបែងចែកគឺសេវា កម្មរបស់ REAL-LOCATE។

ជំហានទី៣ - បែងចែកថ្លៃមិនផ្ទាល់ដោយផ្អែកលើទំនាក់ទំនងបណ្តាល-ផលវិបាករវាងសេវាកម្ម និងការ កើនថ្លៃថែទាំ នៅទីតាំងលក់ខ្ពស់។ វាអាចអនុវត្តដោយកិច្ចសន្យាបន្ថែមថ្លៃ (Cost-Plus Contract) ដែលបង់ ប្រាក់ដោយផ្អែកលើ ការកើនថ្លៃនៃសេវាកម្ម។

**- ថ្លៃថេរ និងថ្លៃអថេរ**

ថ្លៃថេរ គឺជាថ្លៃដែលមិនផ្លាស់ប្តូរពាក់ព័ន្ធនឹងកម្រិតផលិត។ ថ្លៃអថេរគឺផ្លាស់ប្តូរទៅតាមកម្រិតផលិត។ ផ្លូវបង្រួម នៃ ពាក្យគឺថ្លៃថេរគឺថ្លៃដែលពាក់ព័ន្ធនឹងពេលវេលា ហើយមិនផ្លាស់ប្តូរទេ ទោះបីជាផលិតកម្មកើន ឬបន្ថយ។ ឧទាហរណ៍ ថ្លៃជួល។ ថ្លៃអថេរវិញគឺថ្លៃដែលផ្លាស់ប្តូរតាមកម្រិតផលិត។

ក្រុមហ៊ុនភាគច្រើនបែងចែកថ្លៃជា ថេរ និងអថេរ ដើម្បីយល់ច្បាស់ថា ពួកគេកំពុងចំណាយលើអ្វី និងធ្វើឱ្យការ គណនា ថ្លៃកាន់តែល្អ។ ទោះជាយ៉ាងណា ក៏មានស្ថានភាពខ្លះដែលបង្កការលំបាកក្នុងការបែងចែកថ្លៃថេរ និង អថេរ។ ឧទាហរណ៍ ថ្លៃបៀវត្សនិយោជិកអាចត្រូវបានគេរាប់ថាជាថ្លៃថេរសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនមួយ ពីព្រោះវាមាន តម្លៃថេរចំពោះ សមត្ថភាពផលិតរហូតដល់មានការផ្លាស់ប្តូរកិច្ចសន្យានិយោជិក។ ប៉ុន្តែ ប្រសិនបើកិច្ចសន្យា បញ្ជាក់ថា ផលិតផល កាន់តែច្រើន និយោជិកនឹងទទួលបានប្រាក់បន្ថែម នោះថ្លៃនោះអាចជាថ្លៃអថេរ។

ថ្លៃមួយអាចត្រូវបានរាប់ថាជាថ្លៃថេរនៅរយៈពេលវែង ប៉ុន្តែជាថ្លៃអថេរនៅរយៈពេលខ្លី។ ឧទាហរណ៍៖ ការប្រើ ម៉ាស៊ីន អាចជាថ្លៃថេរនៅរយៈពេលខ្លី ពីព្រោះថ្លៃមិនផ្លាស់ប្តូរទេ ទោះបីជាផលិតកម្មប្លែកក៏ដោយ។ ប៉ុន្តែក្រុម ហ៊ុនអាចជ្រើស រើសជួល ឬឈប់ជួលម៉ាស៊ីនទៅតាមកម្រិតផលិតនាពេលវែង។

- ថ្លៃថេរ ងាយយល់៖ វានៅថេរទោះបីជាកម្រិតផលិតប្លែកក៏ដោយ។ ឧទាហរណ៍៖ បៀវត្សអ្នកគ្រប់គ្រង ដែលត្រូវបានបង់ រៀងរាល់ខែ។ ឬការចំណាយគិតជាចំនួនធំដំបូង ដូចជាការទិញរោងចក្រ។
- ថ្លៃអថេរ ស្មុគស្មាញបន្តិច៖ វាប្រែប្រួលតាមកម្រិតផលិត ដូចជាថ្លៃផលិតក្នុងមួយឯកតា ឬការ ចំណាយសំភារៈបន្ថែម។ ពេលខ្លះវាចាំបាច់ត្រូវជួលនិយោជិកបន្ថែម ដើម្បីទទួលបានបន្ទុកការងារ ច្រើន។

- ថ្លៃថេរ និងអថេរ មានសារៈសំខាន់ទាំងពីរនៅក្នុងគ្រប់វិស័យអាជីវកម្ម ដើម្បីជួយដល់ការសម្រេចចិត្ត ថវិកា និងការរក ប្រាក់ចំណេញអតិបរមា។

- **វិធីសាស្ត្របែងចែកថ្លៃដើម**

វិធីសាស្ត្របែងចែកថ្លៃដើមត្រូវបានប្រើសម្រាប់បែងចែកថ្លៃឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពកាន់តែច្រើន។ ការប្រើវិធីសាស្ត្រនេះអាច ផ្តល់ការយល់ដឹងយ៉ាងច្បាស់ពីថ្លៃដើមពិតប្រាកដនៃការផលិតផលិតផល ឬផ្តល់សេវាកម្ម។

វិធីសាស្ត្របែងចែកថ្លៃដើម ទាំងឡាយមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នា គឺជំរុញដោយមូលហេតុនៃការចំណាយហើយស្វែងរកកើតការចំណាយពី បណ្តាលអ្វី។ វិធីសាស្ត្របែងចែកថ្លៃមានបីជំហាន។

**ជំហានទី១** គឺការជ្រើសរើស វត្ថុថ្លៃដើម។ វត្ថុថ្លៃដើម គឺជាអ្វីដែលយើងចង់គណនាថ្លៃដើម។ វាអាចជាផលិតផលនាយកដ្ឋាន ឬគម្រោងមួយ។

**ជំហានទី២** គឺការប្រមូលថ្លៃចំណាយ។ ការប្រមូលនេះធ្វើឡើងដោយតាមដាន និងចូលរួមថ្លៃដែលមានលក្ខណៈចំណាយស្រដៀងគ្នា ឬថ្លៃដែលបានចំណាយដោយសារតែវត្ថុថ្លៃដើមបានប្រើធនធាន។ ឧទាហរណ៍ បើយើងចង់ គណនាថ្លៃក្នុងការសាងសង់ស្ពានថ្មីមួយ។ ថ្លៃដូចជាសម្ភារៈ និងម៉ោងការងារអ្នកធ្វើការ ដែលអាចតាមដានបានដោយ ផ្ទាល់ គឺជាថ្លៃដើមផ្ទាល់។ តែសម្រាប់ថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់ ដូចជាបៀវត្សអ្នករដ្ឋបាល ឬការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ យើងនឹង ប្រើថ្លៃដើមផ្ទាល់ជាចំណុចជំនួយដើម្បីបែងចែកថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់។ ក្នុងករណីនេះ វាស្រដៀងនឹងវិធីសាស្ត្រថ្លៃដើម បញ្ចូល (Absorption Costing) ។

**ជំហានទី៣** គឺការបែងចែកថ្លៃដោយប្រើ **គ្រឹះបែងចែក**។ វិធីសាស្ត្រនេះស្រដៀងនឹងការប្រើអត្រាបញ្ចូលថ្លៃដែលបាន កំណត់ជាមុន។ **គ្រឹះបែងចែក** គឺជាកត្តាដែលភ្ជាប់ថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់ទៅនឹងវត្ថុថ្លៃដើមនីមួយៗ។ គ្រឹះនេះគួរតែមានការភ្ជាប់យ៉ាងខ្លាំងទៅនឹងការប្រើប្រាស់ពិតប្រាកដរបស់វត្ថុថ្លៃដើម និងជាហេតុធ្វើឱ្យមានការចំណាយនោះ។ តែសម្រាប់ថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់ ដូចជាបៀវត្សអ្នករដ្ឋបាល ឬការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ យើងនឹងប្រើថ្លៃដើមផ្ទាល់ជាចំណុចជំនួយដើម្បីបែងចែកថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់។ ក្នុងករណីនេះ វាស្រដៀងនឹងវិធីសាស្ត្រថ្លៃដើម បញ្ចូល (Absorption Costing) ។ **ជំហានទី៣** គឺការបែងចែកថ្លៃដោយប្រើ **គ្រឹះបែងចែក**។ វិធីសាស្ត្រនេះស្រដៀងនឹងការប្រើអត្រាបញ្ចូលថ្លៃដែលបាន កំណត់ជាមុន។ **គ្រឹះបែងចែក** គឺជាកត្តាដែលភ្ជាប់ថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់ទៅនឹងវត្ថុថ្លៃដើមនីមួយៗ។ គ្រឹះនេះគួរតែមានការភ្ជាប់យ៉ាងខ្លាំងទៅនឹងការប្រើប្រាស់ពិតប្រាកដរបស់វត្ថុថ្លៃដើម និងជាហេតុធ្វើឱ្យមានការចំណាយនោះ។ វាត្រូវបាន ហៅថា **ទំនាក់ទំនងបណ្តាលនិងផលវិបាកនៃថ្លៃ** (Cost Causal Relationship) ។

**ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម និងការគ្រប់គ្រងថវិកា**

ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម គឺជាប្រព្រឹត្តិការណ៍មូលដ្ឋានសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា។ វារួមបញ្ចូលការរចនានិងអនុវត្ត បច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមនានា ដែលអាចបន្ថយថ្លៃដើមបានយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ដោយមិនបញ្ចុះតម្លៃឬគុណភាពដែលអតិថិជនរំពឹងទុក។ មានបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមជាច្រើន ដែលក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា

ប្រើប្រាស់ដើម្បី បន្ថយថ្លៃដើមបានយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។ បច្ចេកទេសទាំងនេះភាគច្រើនផ្ដោតលើការប្រើប្រាស់ធនធានយ៉ាងមាន ប្រសិទ្ធភាព និងមានទំនុកចិត្ត។ អាចសង្ខេបបច្ចេកទេសទាំងនេះដូចខាងក្រោម៖ ជំហានដំបូង គឺការប្រើប្រាស់សេចក្ដីថ្លែងការណ៍ច្បាស់លាស់អំពីព្រំដែន, ច្បាប់ និងបទបញ្ញត្តិ នៅក្នុង សៀវភៅ និយោជក ដើម្បីឱ្យគ្មានការកាន់ច្រឡំអំពីអ្វីដែលរំពឹងទុកពីនិយោជកម្នាក់ៗ។ ការរំពឹងទុកឬកិច្ចសន្យាដែលបាន បញ្ជាក់ទាំងនេះមានគោលបំណងដើម្បី កំណត់ការប្រព្រឹត្តិអាកប្បកិរិយាដែលអាចបណ្ដាល ឱ្យក្រុមហ៊ុនចំណាយប្រាក់ ខ្លាំង, បង្ករខូចទំនាក់ទំនងរវាងនិយោជក និងរវាងការផលិតភាព។

ជំហានទីបី គឺការប្រៀបធៀបព័ត៌មានលម្អិតបច្ចុប្បន្នអំពីថ្លៃដើមសកម្មភាពឬផលិតផលកូកា-កូឡាមួយ ជាមួយព័ត៌មាន ថ្លៃដើមចាស់ ឬស្តង់ដារថ្លៃដើមដែលបានកំណត់ជាមុន។ វាជួយស្គាល់ករណីអសកម្មភាព ដោយស្គាល់ថ្លៃដើមដែល លើសពីចំនួនដែលបានរំពឹងទុក។ ប្រសិនបើរកឃើញសកម្មភាពឬផលិតផលណា មួយមានថ្លៃដើមខ្ពស់ ក្រុមហ៊ុនអាច ស្រាវជ្រាវមូលហេតុ និងចាត់វិធានសមរម្យដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា។ បន្ទាប់មក គឺការការពារការកើតឡើងនៃសកម្មភាពបង្កើនថ្លៃដើម។ ឧទាហរណ៍ការកែលម្អការថែទាំឧបករណ៍ ឬកំរិត ទុកចិត្តដើម្បីទប់ស្កាត់ការចំណាយជួសជុល។ បន្ទាប់មក គឺយុទ្ធសាស្ត្រកាត់បន្ថយថ្លៃដើម ដោយស្វែង រកវិធីដែលមាន ប្រសិទ្ធភាពបំផុតក្នុងការប្រតិបត្តិការជាការសន្សំសំចៃពេលវេលា កម្លាំង និងប្រាក់ ចំពោះការ សម្រួលដំណើរការ ឬការ ផ្លាស់ប្តូរសកម្មភាព ដើម្បីមិនបង្កើតការកើនឡើងនៃថ្លៃដើមឡើយ។ បច្ចេកទេសចុង ក្រោយគឺការប្រើប្រាស់ធនធានរបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ដោយស្វែងរកឱកាសកាត់ បន្ថយការ ប្រើប្រាស់ធនធាន ឬជំនួសធនធានដែលមានថ្លៃថោកជាងដោយមិនបណ្ដាលឱ្យបាត់បង់គុណភាព។ នេះ អាចរួមបញ្ចូលការកាត់បន្ថយថ្លៃអតិថិជនតាមរយៈការអូតូម៉ាទេសិន។

**- វិធីសាស្ត្រគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម**

ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម គឺជាសំខាន់និងមូលដ្ឋានរបស់គណនេយ្យគ្រប់គ្រង។ ដោយគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមបានយ៉ាង មាន ប្រសិទ្ធភាព ក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើនប្រាក់ចំណេញបានយូរអង្វែង។ ជាទូទៅ មានបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងថ្លៃ ដើម

បីប្រភេទ ដែលផ្ដោតលើការគ្រប់គ្រង៖

- ជីវចលនៃការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមចាប់ផ្ដើមដោយការរៀបចំអង្គការសម្រាប់អត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែង និង ភាពជោគជ័យ។ ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមគឺជា សកម្មភាពបន្ថែមតម្លៃ(នៅក្នុងចំណោមប្រាក់ចំណេញនាពេល អនាគត និង ឬចែករំលែកទីផ្សារ) មិនមែនត្រឹមតែសម្រាប់ការកាត់បន្ថយថ្លៃដើមទេ។ ទោះជាយ៉ាងណា ក្រុម ហ៊ុនត្រូវយល់ពីការប្រែប្រួល រវាងយុទ្ធសាស្ត្រប្រកួតប្រជែងរយៈពេលវែង និងការសម្រេចចិត្តផ្អែកលើថ្លៃដើម រយៈពេលខ្លី។ ឧទាហរណ៍ ការចុះកិច្ចសន្យាផ្តល់សេវាកម្មខាងក្រៅអាចកាត់បន្ថយថ្លៃដើម ប៉ុន្តែមិនអាចធានា ថាអង្គការនឹងនៅជាអ្នកផ្តល់សេវាកម្មថ្លៃទាប បំផុតនៅរយៈពេលវែងបានឡើយ។ នេះបណ្ដាលមកពីការ បាត់បង់សមត្ថភាពស្នូល និងសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងផ្សេងៗ។

កូកា-កូឡា បានវិភាគការប្រែប្រួលនេះក្នុងការសន្សំថ្លៃ ដើម្បីបង្រួមក្រុមហ៊ុនទៅរកកំណើន និងប្រាក់ចំណេញខ្ពស់ជាងមុន។ ការវិភាគនេះរួមបញ្ចូលវិធីសាស្ត្រតម្លៃដើមលើសកម្មភាព និងគណនេយ្យការប្រើធនធានដើម្បីកំណត់ថ្លៃដើម និងប្រាក់ចំណេញពិតប្រាកដនៃផលិតផល និងក្រុមអតិថិជន ជំនួសការបែងចែកថ្លៃប្រហាក់ប្រហែលតាមវិធី គណនេយ្យថ្លៃដើមបែបបុរាណ។

ការវិភាគបង្ហាញថាយុទ្ធសាស្ត្រកាត់បន្ថយថ្លៃដើមមុននេះ បានកាត់បន្ថយថ្លៃដើមនៅលើការខូចបំណុលអ្នកប្រើប្រាស់។ វាបង្កើនថ្លៃផ្សព្វផ្សាយ និងព្រឹត្តិការណ៍ផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់អតិថិជន ដើម្បីរក្សាការពេញចិត្ត និងការជាវទិញរបស់អតិថិជនឱ្យដូចដើម។

ដោយពេញចិត្តនឹងព័ត៌មាននេះ កូកា-កូឡា បានសន្និដ្ឋានថា ប្រាក់ចំណេញរបស់អតិថិជន និងផលិតផលនៅពេលនេះគឺជាវិធីតម្លៃទាបហើយដោយសារតែការពេញចិត្តរបស់អតិថិជននិងថ្លៃចំណាយក្នុងការប្តូរផលិតផល។ នេះគឺជាយុទ្ធសាស្ត្រការពារដែលមានគោលបំណងរក្សាទីតាំងក្នុងទីផ្សារ និងបំបាត់ការប្រកួតប្រជែង។ ជំហានទី២ និងទី៣ រួមបញ្ចូលការធ្វើផែនការថ្លៃដើមពីសូន្យ (Zero-base planning) និងការរកឃើញសកម្មភាព កាត់បន្ថយថ្លៃដើម និងចាត់វិធានសម្របសម្រួលជាមួយគ្រប់គ្រង។

**- ដំណើរការគ្រប់គ្រងថវិកា**

ថវិកាត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយក្រុមគ្រប់គ្រងថវិកា។ ថវិកាត្រូវបានរៀបចំក្នុងកម្រិតផ្សេងៗគ្នានៅក្នុងអង្គភាព។ ការរៀបចំថវិកានេះមានការចូលរួមពីមេដ្ឋាននានា និងអ្នកផ្សេងទៀត។ ឧទាហរណ៍ ថវិកាផ្នែកលក់ត្រូវបានរៀបចំដោយ អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកលក់, ថវិកាផ្នែកផលិតត្រូវបានរៀបចំដោយអ្នកគ្រប់គ្រងផលិត, ថវិកាផ្នែក

សម្ភារៈត្រូវបានរៀបចំ ដោយអ្នកគ្រប់គ្រងទិញសម្ភារៈ និងថវិកាផ្នែកបុគ្គលិកត្រូវបានរៀបចំដោយអ្នកគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក និងផ្សេងៗទៀត។ នេះគឺជាដំណើរការចូលរួមរួមគ្នា ហើយកម្រិតនៃការចូលរួមអាចខុសគ្នាទៅតាមក្រុមហ៊ុននីមួយៗ និងតាមផ្នែក គ្រប់គ្រងថវិកានៅក្នុងក្រុមហ៊ុនដូចគ្នា។ មេដ្ឋានអាចផ្តល់យោបល់អំពីវិធីសាស្ត្រកាត់បន្ថយថ្លៃដើម និងប្រសិទ្ធភាពថ្លៃ ដើម ដែលមានប្រយោជន៍មិនត្រឹមតែផ្នែកនោះៗទេ ប៉ុន្តែមានប្រយោជន៍សម្រាប់អង្គការទាំងមូលផងដែរ។ និយមន័យដែលទទួលស្គាល់ជាទូទៅបំផុតនៃថវិកាត្រូវបានផ្តល់ដោយគណៈកម្មាធិការគ្រប់គ្រងស្តង់ដារគណនេយ្យ (The Accounting Standards Steering Committee) នៃ AICPA។ និយមន័យនេះថា ថវិកាគឺជាការបង្ហាញជា បរិមាណនៃផែនការសកម្មភាពមួយ និងជាជំនួយសម្រាប់ការសម្របសម្រួល និងអនុវត្តផែនការ។ និយមន័យនេះមាន បីជំហានសំខាន់ៗ៖

- ថវិកាទាក់ទងនឹងអនាគត, ថវិកាទាំងអស់ផ្តោតលើអនាគត ហើយត្រូវបានរៀបចំយ៉ាងហោច ដើម្បីជាជំនួយដែល មានប្រយោជន៍សម្រាប់ការធ្វើផែនការ និងការគ្រប់គ្រង។
- ថវិកាជាផែនការលម្អិត ដែលទាមទារគោរពខិតខំប្រឹងប្រែងយ៉ាងមានរបៀបរៀបរយ និងមានផែនការរួមទាំងអង្គការ។
- ថវិកាជាជំនួយសម្រាប់ការសម្របសម្រួល ព្រោះមេដ្ឋានទាំងអស់ត្រូវធ្វើការសហការគ្នាដើម្បីឈានទៅរកគោល បំណងដើម្បីទទួលបានលទ្ធផលដែលបានរំពឹងទុក។ នេះជួយធានាថាមេដ្ឋានមួយមិនប្រព្រឹត្តិការងារបំបែកគ្នាចោលពី មេដ្ឋានផ្សេងទៀត។ ក៏ដូចជាការបង្ហាញលទ្ធផលដែលរំពឹងទុកបានជាចំនួន បង្កើតឱ្យងាយ

ស្រួលក្នុងការប្រៀបធៀប ទៅនឹងលទ្ធផលពិតប្រាកដ។ វាមានប្រយោជន៍ពេលស្វែងរកមូលហេតុភាពខុសគ្នា នៅក្នុងការវិភាគភាពខុសគ្នា។

- វិភាគភាពខុសគ្នា (Variance Analysis)

វិភាគភាពខុសគ្នា ជារបៀបគណនានិងស្រាវជ្រាវលើភាពខុសគ្នារវាងថ្លៃដើមពិតប្រាកដ និងថ្លៃដើមដែល បានកំណត់ ក្នុងថវិកា។ វិធីសាស្ត្រនេះបំបែកភាពខុសគ្នាជាច្រើនផ្នែករួមមាន ភាពខុសគ្នាតម្លៃ (price variance) និងភាពខុសគ្នា ការប្រើប្រាស់ (usage variance)។ ការវិភាគនេះធ្វើឡើងដើម្បីស្វែងរកដែន កំណត់នៃការ

កែលម្អ និងដើម្បីបង្កើត មូលដ្ឋានសម្រាប់កំណត់ស្តង់ដារនាពេលអនាគត។ វានឹងជួយបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុង ការប្រើធនធានដោយក្រុមហ៊ុន ដូច្នេះក្រុមហ៊ុនអាចធានាបានថាពួកគេទទួលបានតម្លៃល្អបំផុតពីទ្រព្យសម្បត្តិ របស់ខ្លួន។ វានឹងជួយគ្រប់គ្រងធនធាន និងការរំពឹងទុករបស់ភាគីដែលពាក់ព័ន្ធ។ ភាពខុសគ្នាការប្រើប្រាស់ អាចបំបែកជាបន្តិចទៅទៀតជាប្រសិទ្ធភាព (efficiency variance) និងភាពខុសគ្នាចំនួន (volume variance) ដើម្បីកំណត់មូលហេតុនៃភាពខុសគ្នាពីស្តង់ដារដើម។ ភាពខុសគ្នានេះអាចចែកបានទៀតជាភាព ខុសគ្នាដៃគ្រប់គ្រងបាន និងមិនអាចគ្រប់គ្រងបាន ដើម្បីបង្ហាញអ្នកគ្រប់គ្រងថាអ្វីដែលអាចកែលម្អបាន និងអ្វី ដែលកើតឡើងក្រៅពីការគ្រប់គ្រងរបស់ពួកគេ។ ការវិភាគនេះជួយបង្ហាញចំណុចផ្ដោតសំខាន់សម្រាប់អ្នក គ្រប់គ្រង និងដឹកនាំសកម្មភាពរបស់ពួកគេចំពោះផលប្រយោជន៍ក្រុមហ៊ុន។ Peterson និង Fabozzi (2002) បាននិយាយថាភាពខុសគ្នាគឺជាការប្រៀបធៀបរវាងលទ្ធផលពិតប្រាកដនឹងស្តង់ដារថវិកា។ គោល បំណងគឺដើម្បីផ្តល់វិធីសាស្ត្រសម្រាប់កំណត់ប្រសិទ្ធភាពនិងប្រសិទ្ធភាពនៃការប្រើថវិកា។ ក្នុងការ ស្រាវជ្រាវ របស់ពួកគេ បានពន្យល់ថា ជំហានដំបូង កូកា-កូឡា ត្រូវគណនាភាពខុសគ្នាតម្លៃ ដើម្បីគណនាចំនួនតម្លៃ ដែលពួកគេរួចចង់បង់សម្រាប់សម្ភារៈដើម ឬកម្លាំងកម្មករ និងបន្ទាប់មកវាយតម្លៃភាពស្របតាមប្រសិទ្ធភាព ការប្រើប្រាស់។ អ្នកវិភាគភាពខុសគ្នាអាចស្វែងរកមូលហេតុថ្លៃដែលខុសពីតម្លៃតាមរង្វង់តូចៗរបស់វាហើយ កំណត់តំបន់ដែល អាចកែលម្អសម្រាប់ប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់បំផុតក្នុងការប្រើធនធាន។ ជំហាននេះមានសារៈ សំខាន់ខ្លាំង ព្រោះវាកំណត់តម្លៃ ធនធានរបស់កូកា-កូឡា ដោយប្រើតម្លៃភាពខុសគ្នា។

បន្ទាប់មក ភាពខុសគ្នាត្រូវបានប្រៀបធៀបទៅនឹងស្តង់ដារពីមុន ដើម្បីទទួលបានភាពខុសគ្នាចំនួនប្រើ ប្រាស់។ ភាព ខុសគ្នានេះបង្ហាញអ្វីដែលកើតឡើងពិតប្រាកដក្នុងរយៈពេលនោះ ដែលបណ្តាលឱ្យមានភាព ខុសគ្នាតម្លៃស្តង់ដារ។ អ្នកវិភាគអាចផ្តល់រូបមន្តដើម្បីកំណត់ថា ភាពខុសគ្នាតម្លៃអាចគ្រប់គ្រងបាន ឬ មិន អាចគ្រប់គ្រងបាន។ ការវិភាគភាព ខុសគ្នាល្អតម្រូវឱ្យមានមនុស្សជាច្រើនមើលភាពខុសគ្នាពីចំណុចផ្សេងៗ គ្នា។ បានណែនាំឱ្យការគ្រប់គ្រងរបស់កូកា-កូឡា ចែកចាយការទទួលខុសត្រូវសម្រាប់ភាពខុសគ្នាតាមបុគ្គល ដែលមានសមត្ថភាពធ្វើការកែលម្អល្អបំផុត។ សម្រាប់នេះអ្នកអាចប្រើមជ្ឈមណ្ឌលថវិកា។ សមាសភាគថ្លៃ ដើម និងប្រាក់ចំណូលនីមួយៗក្នុងថវិកាត្រូវចាត់តាំងទៅកាន់មេដ្ឋាន ឬអ្នកគ្រប់គ្រងដែលទទួលខុសត្រូវ ផ្ទាល់ច្បាស់លាស់បំផុតក្នុងការគ្រប់គ្រងធាតុនោះ។ ចុងក្រោយ ការវិភាគភាពខុសគ្នា ក៏មានមុខងារជា បច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងដោយប្រើករណីលើកលែង (management by exception)។ ករណីលើកលែងគឺជា

ភាពខុសគ្នារវាងលទ្ធផលដែលរំពឹងទុក និងលទ្ធផលពិតប្រាកដ។ ក្នុងការ វិភាគភាពខុសគ្នា លទ្ធផលលើក លែងគឺជាភាពខុសគ្នាដែលមិនល្អ (unfavorable variance)។ ឧបករណ៍នេះជួយសន្សំសម្អាតពេលវេលា ច្រើនសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រង ដើម្បីកំណត់បញ្ហាដែលលើសផែនការ ហើយអនុវត្តវិធានការសមរម្យដើម្បីរក្សា ភាពចំណេញក្រុមហ៊ុនឱ្យនៅលើកំណត់។

- ការសម្រេចចិត្ត និងវិភាគថ្លៃដើម-ចំនួន-ចំណេញ

ការសម្រេចចិត្តគឺសំខាន់បំផុតរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង។ អ្នកគ្រប់គ្រងតែងតែជួបប្រទះ នឹងការសម្រេចចិត្តជានិច្ច ហើយត្រូវដឹងពីផលប៉ះពាល់នៃការសម្រេចចិត្តនោះ។ វិធីល្អបំផុតក្នុងការសម្រេចចិត្តគឺការប្រមូលព័ត៌មាន ទាំងអស់ មើលឱ្យនិងធ្វើការវាយតម្លៃដោយមានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់។ វិភាគថ្លៃដើម-ចំនួន-ចំណេញ (Cost-Volume- Profit Analysis) គឺជាវិធីមានប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការវាយតម្លៃប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន ដើម្បីកំណត់ថា តើ ការប្រតិបត្តិការនោះមានចំណេញឬអត់ និងតើពួកគេចង់កែលម្អចំណេញយ៉ាងដូចម្តេច។ ការវិភាគនេះមានគោល បំណងចម្បងពីរគឺ៖

- ដើម្បីរកមើលថា ការសម្រេចចិត្តមួយនឹងប៉ះពាល់ដល់ចំណេញក្រុមហ៊ុនយ៉ាងដូចម្តេច
- និងផ្តល់ព័ត៌មានសម្រាប់វិភាគក្រុមហ៊ុន។

ដើម្បីបញ្ចប់ការវិភាគថ្លៃដើម-ចំនួន-ចំណេញ ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែចាត់ថ្លៃដើមរបស់ខ្លួន។ វិធីល្អបំផុតគឺការបែង ចែកថ្លៃដើម ជាថ្លៃដើមប្រែប្រួល និងថ្លៃដើមថេរ។

**ថ្លៃដើមប្រែប្រួល (Variable Costs)** គឺថ្លៃដើមដែលប្រែប្រួលដោយផ្ទាល់ និងផ្ដោតទៅលើកម្រិតសកម្មភាព។ ឧទាហរណ៍៖ ហាងកីហ្សា ដែលថ្លៃដើមក្នុងការផលិតកីហ្សាតែមួយអាចមាន \$4 ហើយសម្រាប់កីហ្សា១មុខ ថ្លៃដើមប្រែប្រួលសរុបនឹងជាទឹកប្រាក់ \$4 ហើយសម្រាប់កីហ្សា១០០មុខ ថ្លៃដើមប្រែប្រួលសរុបនឹងជាទឹក ប្រាក់ \$400។

**ថ្លៃដើមថេរ (Fixed Costs)** គឺថ្លៃដើមដែលនៅដដែល មិនផ្លាស់ប្តូរដោយសារកម្រិតសកម្មភាពទេ។ ឧទាហរណ៍៖ ថ្លៃជួលហាងកីហ្សា។ មិនថាហាងផលិតកីហ្សា១មុខ ឬ ១០០មុខ ការជួលនៅតែដដែល។ ថ្លៃ ដើមថេរត្រូវបានគណនាតាមមធ្យម  $\$800 + ១០០ = \$8$  ក្នុងករណីផលិត ១០០មុខកីហ្សា ឬ \$800 ក្នុង ករណីផលិតតែ១មុខ។

- វិភាគចំណុចស្មើ (Break-Even Analysis)

ដើម្បីអាចទាយទ្រង់ចំណេញនៅកម្រិតផលិតភាពផ្សេងៗគ្នាតម្រូវឱ្យមានការយល់ដឹងអំពីរបៀប ប្រតិបត្តិនៃថ្លៃដើម។ ក្រុមហ៊ុន Coca-Cola មានថ្លៃដើមថេរដែលត្រូវបង់មិនគិតពីកម្រិតផលិតភាព ដូចជា SGA (ផ្សព្វផ្សាយ, ប្រាក់ឈ្នួល អ្នកគ្រប់គ្រង និងផ្សេងៗ) និងថ្លៃដើមរបស់រោងចក្រ និងឧបករណ៍។ ក្រុម ហ៊ុនក៏មានថ្លៃដើមប្រែប្រួលផងដែរ ដែលថ្លៃដើមប្រែប្រួលសំខាន់គឺកុងសង់ទ្រាត (concentrate)។ ពេលខ្លះ ថ្លៃដើមប្រែប្រួលកាន់តែស្មុគស្មាញ។ អំពើប្រែប្រួល ថ្លៃដើមថេរ និងប្រែប្រួល ផ្សេងគ្នា ដោយផ្អែកលើការ សម្រេចចិត្តរបស់ការគ្រប់គ្រង ដូចជា ការសាងសង់រោងចក្រផលិតថ្មី។ វិភាគចំណុចស្មើគឺជាឧបករណ៍មាន

ប្រយោជន៍សម្រាប់សិក្សាអំពីទំនាក់ទំនងរវាងថ្លៃដើមថែ ថ្លៃដើមប្រែប្រួល និងប្រាក់ចំណូល។ វាអាចប្រើប្រាស់ដើម្បីប្រៀបធៀបបែបបទថ្លៃដើមផ្សេងៗ ឬបង្ហាញផលប៉ះពាល់នៃការផ្លាស់ប្តូរទាំងអស់ ដែលមានប្រយោជន៍ពេលព្យាយាមវាស់ទំហំផលប៉ះពាល់នៃការសម្រេចចិត្ត។ វាក៏អាចប្រើប្រាស់ក្នុងការប្រៀបធៀបចំណេញរបស់ផ្នែកផ្សេងៗក្នុងក្រុមហ៊ុនផងដែរ។

**៣.៣ បច្ចេកទេសបច្ច័ន្នប្រសិទ្ធភាពចំណាយសន្សំសំចៃ**

**៣.៣.១ ការប្រើបច្ចេកទេសបច្ច័ន្នប្រសិទ្ធភាពចំណាយ**

កូកា-កូឡា រួមបញ្ចូលនូវបច្ចេកវិទ្យាទំនើបៗជាច្រើននៅក្នុងខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់របស់ខ្លួន ដើម្បីធានាបាននូវប្រសិទ្ធភាព និងតម្លាភាព។ នេះរួមបញ្ចូលទាំងការវិភាគទិន្នន័យសម្រាប់ការព្យាករណ៍តម្រូវការ blockchain សម្រាប់តាមដានដំណើរនៃវត្ថុធាតុដើម និងស្វ័យប្រវត្តិកម្មនៅក្នុងដំណើរការផលិតរបស់ពួកគេ។ បច្ចេកវិទ្យាទាំងនេះជួយ Coca-Cola រក្សាខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់កាត់បន្ថយកាកសំណល់ និងធានាថាផលិតផលត្រូវបានបញ្ជូនទៅលក់ក្នុងលក្ខណៈទាន់ពេលវេលា។ ទន្ទឹមនឹងនេះដែលដើម្បីធ្វើអោយមានការចំណាយកាន់តែទាបជាមុន

ក្រុមហ៊ុនបានប្រើប្រាស់នៅបច្ចេកទេសចំណាយសន្សំសំចៃ មួយចំនួនដូចខាងក្រោម

**- រោងចក្រ សន្សំសំចៃ**

គិតត្រឹមឆ្នាំ 2023 ក្រុមហ៊ុន Coca-Cola បានអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រសន្សំសំចៃក្នុងរោងចក្រជាង 200 នៅទូទាំង ពិភពលោក។ យោងតាមរបាយការណ៍ថ្មីៗបានឱ្យដឹងថា ប្រហែល 70% នៃរោងចក្ររបស់កូកា-កូឡា ប្រើប្រាស់ស្វ័យប្រវត្តិ កម្មសម្រាប់ប្រសិទ្ធភាព។ ចំនួនរោងចក្រដែលប្រើប្រាស់វិធានការប្រសិទ្ធភាពបានកើនឡើងជាលំដាប់ក្នុងរយៈពេលប្រាំឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីការប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះការគ្រប់គ្រងចំណាយប្រតិបត្តិការ។ កូកា-កូឡា រាយការណ៍ថា ប្រហែល45% នៃរោងចក្ររបស់ខ្លួនបានអនុវត្តការអនុវត្តប្រកបដោយនិរន្តរភាព ដោយធ្វើអោយប្រសើរឡើងនូវការផលិតប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខណៈពេលដែលគាំទ្រដល់គោលដៅបរិស្ថាន។ តាមរយៈការខិតខំប្រឹងប្រែងជាប់លាប់ ក្រុមហ៊ុន សម្រេចបាននូវការអនុវត្តគួរឱ្យកត់សម្គាល់នៃយុទ្ធសាស្ត្រដែលជំរុញទាំងប្រសិទ្ធភាព និងនិរន្តរភាព។ គុណសម្បត្តិនៃយុទ្ធ សាស្ត្រកាត់បន្ថយថ្លៃដើមក្រុមហ៊ុនសន្សំប្រាក់សម្រាប់គម្រោងនាពេលអនាគត។ កូកា-កូឡា កាត់បន្ថយថ្លៃដើមផលិតកម្ម របស់ខ្លួនយ៉ាងខ្លាំង។ ថវិកាកាន់តែច្រើនអាចរកបានសម្រាប់កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងទីផ្សារ។ បុគ្គលិកនៅ Coca-Cola ទទួលបានការបែងចែកធនធានកាន់តែប្រសើរ។ ប្រតិបត្តិការដំណើរការកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពនៅទូទាំងក្រុមប្រឹក្សាភិបាល។ ម៉ាកនេះកាន់តែប្រកួតប្រជែងនៅលើទីផ្សារ។ អតិថិជនរីករាយនឹងតម្លៃផលិតផលដែលមានស្ថេរភាពជាងមុន។

ដំណោះស្រាយថាមពលរបស់កូកា-កូឡា សម្រាប់ការសន្សំថ្លៃដើមកូកា-កូឡា ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើបទូទាំងសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់របស់ខ្លួន ដើម្បីបញ្ចូលបច្ចេកទេសសន្សំថាមពល។ នេះជួយក្នុងការកាត់បន្ថយថ្លៃដើមថាមពល និងស្របតាមការអនុវត្តប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ បញ្ហាប្រឈមចម្បងក្នុងការគ្រប់គ្រងខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់របស់ខ្លួនជាសកលរួមមានបទប្បញ្ញត្តិ ចម្រុះ និងតម្រូវការសម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរថាមពលប្រកបដោយ

និរន្តរភាព។ កូកា-កូឡា វាស់ស្ទង់ដំណើរការខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដោយប្រើប្រាស់គំនិត ផ្តួចផ្តើមប្រសិទ្ធភាពថាមពល និងប្រព័ន្ធតាមដានតម្លៃថាមពល។ យុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការកែលម្អនិរន្តរភាពនៃ ខ្សែសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់រួមមានការរួមបញ្ចូលថាមពលកើតឡើងវិញនិង ការគ្រប់គ្រងថាមពលដែលផ្តល់ភាព ងាយស្រួល។ ឧទាហរណ៍ដ៏គួរឱ្យកត់សម្គាល់មួយអាចត្រូវបានគេមើលឃើញនៅក្នុងដំណោះស្រាយថាមពល ដែលមិនប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថានរបស់ Coca-Cola នៅក្នុងរោងចក្រផលិតរបស់ពួកគេ ដែលផ្តោតលើការ កាត់ បន្ថយការប្រើប្រាស់ថាមពលតាមរយៈបច្ចេកវិទ្យាថ្លៃប្រឌិត។ ការអនុម័តថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យរបស់ក្រុម ហ៊ុន Coca-Cola បានទទួលយកថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យតាមរយៈបច្ចេកវិទ្យាដឹកជញ្ជូនទំនើប ដូចជាបន្ទះ ស្រូបពន្លឺព្រះអាទិត្យ ដែលត្រូវបានអនុវត្តដើម្បីបង្កើនការប្រើប្រាស់ថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យរបស់រោងចក្រ។ នៅឆ្នាំ 2021 គំនិតផ្តួចផ្តើម ថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យរបស់ពួកគេបាននាំឱ្យមានការសន្សំថាមពលប្រចាំឆ្នាំដ៏ សំខាន់ និងការកើនឡើងថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យដែលបានព្យាករណ៍នៅឆ្នាំខាងមុខ។ បច្ចេកវិទ្យាភស្តុភារ ទាំងនេះមានសារៈសំខាន់ ក្នុងការបង្កើនពេលវេលា ដឹកជញ្ជូន និងកាត់បន្ថយការចំណាយប្រតិបត្តិការ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពតាមរយៈអត្ថប្រយោជន៍នៃថ្លៃថាមពល ប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ ការរួមបញ្ចូលនៃ ដំណោះស្រាយភស្តុភារថ្មីពាក់ព័ន្ធនឹងដំណើរការអនុវត្តថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យ ដែលមានលក្ខណៈទូលំ ទូលាយ ស្របតាមការប្តេជ្ញាចិត្តផ្នែកបរិស្ថានរបស់កូកា-កូឡា។ ផែនការថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យនាពេល អនាគតផ្តល់អាទិភាពដល់ការពង្រីកកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងទាំងនេះ ដើម្បីគាំទ្រដល់គោលដៅរបស់កូកា-កូឡា។ តើCoca-ColaFinanciallyបង្កើនប្រសិទ្ធភាពបណ្តាញដឹកជញ្ជូនរបស់ខ្លួនយ៉ាងដូចម្តេច ?

ការសន្សំថ្លៃដឹកជញ្ជូនត្រូវបានសម្រេចតាមរយៈការអនុវត្តភស្តុភារប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដែលនាំទៅ ដល់ ប្រសិទ្ធភាពនៃការចែកចាយជាសកលសម្រាប់កូកា-កូឡា។ វិធានការសន្សំសំចៃថ្លៃដើមដ៏សំខាន់មួយ ពាក់ព័ន្ធនឹង បច្ចេកទេសតាមដានការចំណាយ ដែលគ្រប់គ្រងការចំណាយកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។ ប្រសិទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានរក្សា ដោយការអនុវត្តបច្ចេកទេសតាមដានការចំណាយដ៏រឹងមាំ និងយុទ្ធសាស្ត្រកាត់ បន្ថយការចំណាយ។ ការចំណាយលើការ ដឹកជញ្ជូនត្រូវបានកាត់បន្ថយដោយការប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្របង្កើន ប្រសិទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុផ្នែកភស្តុភារ។ កូកា-កូឡា ប្រឈម មុខនឹងបញ្ហាជាច្រើន ដូចជាតម្លៃប្រេងឥន្ធនៈប្រែ ប្រួល ដែលប៉ះពាល់ដល់យុទ្ធសាស្ត្រកាត់បន្ថយការចំណាយ។ វិធីសាស្ត្រ គ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុនៅតែធានាបាន នូវបណ្តាញចែកចាយដែលប្រសើរឡើង។ កូកា-កូឡា វិនិយោគលើបច្ចេកវិទ្យាទំនើប ដើម្បីរក្សាការសន្សំថ្លៃ ដឹកជញ្ជូនជាបន្តបន្ទាប់។

**- គ្រឿងប្រើបច្ចេកវិទ្យាសន្សំសំចៃប្រេង**

ចំនួនឡានដឹកទំនិញសន្សំសំចៃប្រេងដែលដំណើរការដោយក្រុមហ៊ុន Coca-Cola បានកើនឡើងគួរអោយ យកត់សម្គាល់ ដោយមានប្រហែល 30% នៃកងនាវារបស់ពួកគេត្រូវបានធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនៅឆ្នាំ 2023។ អត្ថប្រយោជន៍រួមមាន ការកាត់បន្ថយតម្លៃប្រេងឥន្ធនៈ 15% ដែលបង្ហាញពីភាគរយនៃការកាត់បន្ថយថ្លៃដើម ប្រេងសំខាន់ៗ។ អត្រាទទួលយក បច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ថយន្តដឹកទំនិញទាំងនេះបានកើនឡើងជាលំដាប់ ដោយស្របតាមការថ្លៃប្រឌិតផ្នែកដឹកជញ្ជូនរបស់ កូកា-កូឡា។ ការប្រើប្រាស់យានជំនិះទាំងនេះជះឥទ្ធិពល យ៉ាងខ្លាំងដល់ការបោះត្រាកាបូនរបស់កូកា-កូឡា ដោយកាត់ បន្ថយផលប៉ះពាល់បរិស្ថានផ្នែកដឹកជញ្ជូន។

បច្ចេកវិជ្ជាចែកចាយប្រកបដោយនិរន្តរភាពបន្តជំរុញអត្ថប្រយោជន៍ថយចុះ ដែលសន្សំសំចៃប្រេងទាំងនេះ។ ភាពជឿនលឿនបង្ហាញពីការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់កូកា-កូឡាក្នុងការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ បរិស្ថាន និងការសម្រេចបាននូវការដឹកជញ្ជូនប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ តើឡានកូកា-កូឡាប៉ុន្មានគ្រឿងប្រើបច្ចេកវិទ្យាសន្សំសំចៃប្រេង? ចំនួនឡានដឹកទំនិញសន្សំសំចៃប្រេងដែលដំណើរការដោយ Coca-Cola បានកើនឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ដោយមានប្រហែល 30% នៃកងនាវារបស់ពួកគេត្រូវបានធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនៅឆ្នាំ 2023 ។ អត្ថប្រយោជន៍រួមមានការកាត់បន្ថយថ្លៃដើម 15% ដែលបង្ហាញពីភាគរយនៃការកាត់បន្ថយថ្លៃប្រេងឥន្ធនៈយ៉ាងសំខាន់។ អត្រាទទួលបានបច្ចេកវិជ្ជា សម្រាប់ថយចុះដឹកជញ្ជូនទាំងនេះបានកើនឡើងជាលំដាប់ ដោយស្របតាមការច្នៃប្រឌិតផ្នែកដឹកជញ្ជូនរបស់កូកា-កូឡា។ ការប្រើប្រាស់យានជំនិះទាំងនេះជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងដល់ការបោះត្រាកាបូនរបស់កូកា-កូឡា ដោយកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់បរិស្ថានផ្នែកដឹកជញ្ជូន។ បច្ចេកវិទ្យាចែកចាយប្រកបដោយនិរន្តរភាពបន្តជំរុញអត្ថប្រយោជន៍ថយចុះដែលសន្សំសំចៃ ប្រេងទាំងនេះ។ ភាពជឿនលឿនបង្ហាញពីការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់កូកា-កូឡាក្នុងការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់បរិស្ថាន និងការសម្រេចបាននូវការដឹកជញ្ជូនប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ សេចក្តីសង្ខេបនៃការចំណាយប្រចាំឆ្នាំបង្ហាញពីការសន្សំលទ្ធផលស្ថិតិពីការកែលម្អហិរញ្ញវត្ថុ ក្រុមហ៊ុនបានសន្សំ 15% សើការចំណាយថាមពលកាលពីឆ្នាំមុន។ កូកា-កូឡា កាត់បន្ថយថ្លៃធ្វើដំណើរ ២០% គ្មានរោងចក្របិទទ្វារដោយមិនបានរំពឹងទុកក្នុងត្រីមាសនេះទេ។ ការផ្គត់ផ្គង់សកលសម្រាប់កូកា-កូឡាបានថយចុះ 10% ជាតម្លៃ។ ការកែច្នៃឡើងវិញបានបង្កើនប្រាក់ចំណេញ 5% ជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ការងារក្រៅបាននាំឱ្យតម្លៃពលកម្មទាបជាង 25% ។ តម្លៃដឹកជញ្ជូនបានធ្លាក់ចុះ 12% នៅឆ្នាំនេះ។ ការគ្រប់គ្រងការចំណាយយុទ្ធសាស្ត្ររបស់កូកា-កូឡានៅក្នុងទីផ្សារថ្មី។ កូកា-កូឡាប្រើប្រាស់បច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីដោះស្រាយការចំណាយប្រកបដោយ ប្រសិទ្ធភាពនៅពេលចូលទីផ្សារថ្មី។ ក្នុងអំឡុងពេលនៃការពិគ្រោះយោបល់នាពេលថ្មីៗនេះ ខ្ញុំបានសង្កេតឃើញពីរបៀប ដែលក្រុមហ៊ុន Coca-Cola ប្រើប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្រតម្លៃទីផ្សារថ្មីលម្អិតសម្រាប់ការបែងចែកធនធានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងតំបន់ផ្សេងៗគ្នា។ ជាឧទាហរណ៍ ក្នុងឆ្នាំ 2019 កូកា-កូឡាបានចូលទីផ្សារអាស៊ីអាគ្នេយ៍ដោយប្រើប្រាស់ការ គ្រប់គ្រងការចំណាយក្នុងតំបន់ថ្មី ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសង្វាក់ផ្គត់ផ្គង់ ដែលជាបច្ចេកទេសដែលចាក់ឫសក្នុងការវាយ តម្លៃហានិភ័យចូលទីផ្សារយ៉ាងច្បាស់លាស់។ ក្រុមហ៊ុនធានានូវប្រសិទ្ធភាពនៃតម្លៃទីផ្សារដែលកំពុងរីកចម្រើន ដោយប្រើ ប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្របន្សំទីផ្សារក្នុងស្រុក ការកែប្រែផលិតផលតាមបំណងឱ្យសមនឹងវេនជាតិក្នុងស្រុក និងកម្លាំងទិញ។ បច្ចេកទេសពង្រីករបស់ Coca-Cola បង្ហាញពីភាពបត់បែននៃប្រតិបត្តិការដ៏សំខាន់ ដោយសម្របតាមយុទ្ធសាស្ត្រ ចំណាយទៅនឹងភាពខុសគ្នាក្នុងតំបន់ ដែលអ្នកវិភាគព្យាករណ៍ថានឹងរួមចំណែកដល់ការកើនឡើង 12% ក្នុងការជ្រៀត ចូលទីផ្សារនៅឆ្នាំ 2023។

## ជំពូកទី៤

### ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

#### ៤.១ ការវិភាគលើចំណុចខ្លាំង

ការគ្រប់គ្រងការចំណាយ គឺជាដំណើរការរៀបចំផែនការ និងគ្រប់គ្រងថវិការបស់អាជីវកម្ម ឬគម្រោង។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងយុទ្ធសាស្ត្រកាត់បន្ថយការចំណាយ ខណៈពេលដែលបង្កើនតម្លៃអតិបរមា ធានាថាធនធានត្រូវបានប្រើប្រាស់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពដោយមិនប៉ះពាល់ដល់គុណភាព ឬដំណើរការ។

ខណៈពេលដែលការគ្រប់គ្រងការចំណាយផ្ដោតពិសេសលើការតាមដាន និងកាត់បន្ថយការចំណាយ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុទូទៅរួមបញ្ចូលនូវសកម្មភាពដ៏ធំទូលាយរួមទាំងថវិកា ការវិនិយោគ និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ ការគ្រប់គ្រងការចំណាយគឺជាសំណុំរងនៃការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុជាមួយនឹងវិធីសាស្ត្រដែលមានគោលដៅ។

#### - វិធីសាស្ត្របែងចែកថ្លៃដើម

បែងចែកនៅការចំណាយអោយមានប្រសិទ្ធភាព មានការកំណត់ដំណាក់កាលច្បាស់លាស់ និងលម្អិតក្នុងការចំណាយ។

#### - ការគ្រប់គ្រងការចំណាយនិងថវិកា

ការគ្រប់គ្រងការចំណាយគឺជាការអនុវត្តជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡា។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការរចនា និងការអនុវត្តបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងការចំណាយផ្សេងៗ ដែលអាចកាត់បន្ថយការចំណាយយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ដោយមិនបាត់បង់តម្លៃ និងគុណភាពដែលអតិថិជនរំពឹងទុក។ មានបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងការចំណាយជាច្រើនដែលក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡាប្រើប្រាស់ដើម្បីកាត់បន្ថយការចំណាយប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ បច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងការចំណាយទាំងនេះភាគច្រើនពាក់ព័ន្ធនឹងការប្រើប្រាស់ធនធានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធភាព។

#### - ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមផ្ទាល់

ថ្លៃដើមផ្ទាល់គឺអាចតាមដានទៅវត្ថុថ្លៃដើមដោយសេដ្ឋកិច្ច។ វាត្រូវបានចាត់ទុកថា មានសមត្ថភាពក្នុងការតាមដានទៅវត្ថុថ្លៃដើមយ៉ាងងាយស្រួលនិងមានប្រសិទ្ធភាព។

#### - ដំណើរការថវិកា

ថវិកាត្រូវបានរៀបចំដោយគណៈកម្មាធិការថវិកា។ ថវិកាត្រូវបានធ្វើឡើងនៅកម្រិតផ្សេងៗនៅក្នុងអង្គការ។ ថវិកាជាការបញ្ចេញបរិមាណ នៃផែនការសកម្មភាព និងជាជំនួយដល់ការសម្របសម្រួល និងការអនុវត្តផែនការដែលទាក់ទង និងអនាគត។ ងាយស្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់ថវិកាអោយបានត្រឹមត្រូវ និងមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។

**៤.២ ការវិនិច្ឆ័យលើចំណុចខ្សោយ**

ទោះជាក្រុមហ៊ុនមានចំណុចខ្លាំងក្នុងការគ្រងគ្រប់ចំណាយនៃអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនខ្លាំងយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ក្រុមហ៊ុននៅតែមានចំណុចខ្សោយខ្លះៗដែលជាឧបសគ្គក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនផងដែររួមដូចជា៖

- ថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់: មិនអាចតាមដានទៅវត្តមានថ្លៃដើមបានយ៉ាងងាយស្រួល ឬប្រកបដោយសុវត្ថិភាព ហើយត្រូវតែបែងចែកទៅវត្តមានថ្លៃដើមមួយឬច្រើន។
- ថ្លៃដើមអចរ: ស្មុគស្មាញវាប្រែប្រួលតាមកម្រិតផលិត ដូចជាថ្លៃផលិតក្នុងមួយឯកតា ឬការចំណាយសំភារៈបន្ថែម។ ពេលខ្លះវាចាំបាច់ត្រូវជួលនិយោជិកបន្ថែម ដើម្បីទទួលទានបន្ទុកការងារច្រើន។

## ជំពូកទី៥

### សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

#### ៥.១ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

«ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម» រួចមកក្រុមយើងខ្ញុំអាចធ្វើសេចក្តីសន្និដ្ឋានបានថា ការគ្រប់គ្រងចំណូលនិងចំណាយវាពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ចំពោះក្រុមហ៊ុននិងអង្គការនីមួយៗ។

ជាពិសេសនោះក្រុមយើងខ្ញុំក៏បានសិក្សាយ៉ាងលម្អិតអំពីនីតិវិធីក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកាកូឡា ដែលក្រុមយើងខ្ញុំបានចំណាយពេលវេលាជាយូរ ដើម្បីសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើក្រុមហ៊ុននេះ ហើយក្រុមយើងខ្ញុំក៏បាន ដឹងបានយ៉ាងទូលំទូលាយអំពីនីតិវិធីដូចជានីតិវិធីសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ព្រមទាំងទទួលបានលទ្ធផលគួរជាទីគាប់ចិត្តសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់ផងដែរ។

ជាក់ស្តែងក្នុងក្រុមហ៊ុន គឺមានយុទ្ធសាស្ត្រយ៉ាងច្បាស់លាស់ក្នុងការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុនបានយ៉ាងល្អិតល្អន់ព្រមទាំងយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្ពស់រាល់បញ្ហាទាំងឡាយណាដែលពាក់ព័ន្ធ និងការចំណាយផ្សេងៗដែលក្រុមហ៊ុនបានជួបប្រទះ។ ម៉្យាងវិញទៀត ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡាអាចឈានដើមកដល់សព្វថ្ងៃក៏ដោយសារក្រុមហ៊ុនមានយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងខ្ពស់ទាំងបុគ្គលិកល្អៗស្រឡាញ់ និងយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះការងារហើយថែមទាំងយកចិត្តទុកដាក់លើការគ្រប់គ្រងចំណូល និងចំណាយយ៉ាងល្អប្រសើរថែមទៀតផង។

ក្រុមហ៊ុន កូកា-កូឡា គឺជាអាជីវកម្មដ៏ល្បីល្បាញបំផុតមួយនៅក្នុងពិភពលោក។ ជាមួយនឹងម៉ាកយីហោ 200 នៅទូទាំងពិភពលោក ក្រុមហ៊ុនគឺជាអ្នកផលិតកាហ្វេ តែ ទឹកផ្លែឈើ ភេសជ្ជៈដែលមានក្លិនឈ្ងុយ និងផ្សេងទៀត (ក្រុមហ៊ុនកូកា-កូឡា, អិន)។ ក្រុមហ៊ុនមានចំណុច ខ្លាំងជាច្រើនដូចជាការ គ្រប់គ្រងការចំណាយច្បាស់លាស់ និងមានវិធីសាស្ត្របែងចែកថ្លៃដើម ការគ្រប់ចំណាយនិងថវិការ និងមាន ថ្លៃដើមផ្ទាល់។ ទោះបីជា យ៉ាងណា ក៏ក្រុមហ៊ុននៅតែមានចំណុចខ្សោយមួយដូចជា ការចំណាយថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់ និងការចំណាយថ្លៃដើមអចេរ។

#### ៥.២ ការផ្តល់អនុសាសន៍

«ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម»រួចមកនោះដើម្បីឱ្យការគ្រប់គ្រងចំណូលនិងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនឱ្យកាន់តែទទួលបានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមផ្តល់នូវអនុសាសន៍មួយចំនួនដូចជា៖

- ថ្លៃដើមមិនផ្ទាល់៖ ការចាត់ថ្នាក់ច្បាស់លាស់លើថ្លៃដើមបែងចែកថ្លៃដើមទាំងអស់ជាថ្លៃផ្ទាល់ និងមិនផ្ទាល់។បង្កើតសំណុំទិន្នន័យច្បាស់លាស់ ដើម្បីឱ្យងាយតាមដាន។
- ថ្លៃដើមអចេរ៖ កំណត់ថ្លៃដើមណាខ្លះជាអាទិភាព ( ជួល, ប្រាក់ខែ, បំណុល ) ប្រើបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីកាត់បន្ថយការចំណាយរយៈពេលវែង។ ស្វែងរកផ្លូវបង្កើនប្រាក់ចំណូល ដើម្បីសម្រួលថ្លៃអចេរ។

## ឯកសារយោង

1. Coca-Cola Company costs: Managerial and cost accounting. (n.d.). IvyPanda. Retrieved <https://ivypanda.com/essays/coca-cola-company-costs-managerial-and-cost-accounting>
2. Money Forum World. (n.d.). Business expense optimization techniques in Coca-Cola's global operations. Retrieved August 22, 2025, from <https://www.moneyforumworld.com/business-expense-optimization/coca-cola-global-techniques/>
3. Aithor. (2024, April 25). Coca-Cola Company costs: Managerial and cost accounting. Aithor. Retrieved from <https://aithor.com/essay-examples/coca-cola-company-costs-managerial-and-cost-accounting>
1. SOK AN-SMILE, (2013, December 3). ការគ្រប់គ្រង (Management). . Retrieved from <https://search.app/k5MdkjKj8n7XKnJc8>
2. Stock Management (2010). [PDF]. Retrieved August 21, 2025, from <https://samchamreun.wordpress.com>
3. Lloyd, R., & Aho, W. (2020, June 1). *The history of management*. The Four Functions of Management. Retrieved from <https://fhsu.pressbooks.pub/management/chapter/the-history-of-management/>
4. Wheelhouse. (2023, June 15). *The History of Inventory Management: Everything to Know*. Retrieved from <https://www.wheelhouse.com/resources/the-history-of-inventory-management-everything-to-know-a11459>
5. DealHub. (2025, May 15). *What is cost management?* DealHub. Retrieved from <https://dealhub.io/glossary/cost-management/>
6. Peak Frameworks Team. (2024, January 28). *What are management theories?* Peak Frameworks. Retrieved from <https://www.peakframeworks.com/post/management-theories>
7. Method. (2025, July 18). In Wikipedia. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Method>
8. Cambridge University Press. (n.d.). *Technique*. In Cambridge Dictionary. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/technique>
9. History of technology. (n.d.). In Wikipedia. Retrieved from [https://en.m.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_technology](https://en.m.wikipedia.org/wiki/History_of_technology)
10. Wikipedia contributors. (2025, March 13). *Efficiency*. In Wikipedia. Retrieved from <https://en.m.wikipedia.org/wiki/Efficiency>
11. Effective history. (n.d.). In Law Insider Legal Dictionary. Retrieved from <https://www.lawinsider.com/dictionary/effective-history>
12. Wikipedia contributors. (2025d, July 2). *Expense*. Wikipedia. Retrieved from <https://en.m.wikipedia.org/wiki/Expense>
13. Nexo Solutions LLC. (2025). *Expense history*. In NexoPOS documentation. Retrieved from <https://my.nexopos.com/en/documentation/components/expense-history>

# ឧបសម្ព័ន្ធ





