



សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ
និង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

របាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការតម្រង់ទិស និងបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក
របស់ក្រុមហ៊ុន អេ អឹម អេ ខេមបូឌា

កម្មសិក្សាពីថ្ងៃទី ០២ ខែ មេសា ឆ្នាំ ២០១៨ ដល់ថ្ងៃទី ៣១ ខែ ឧសភា ឆ្នាំ ២០១៨

ឈ្មោះស្ថាប័ន៖ ក្រុមហ៊ុន អេ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)

តាក់តែងឡើងដោយ

និស្សិតឈ្មោះ៖ ធុ សុគារី
អ៊ុន ស្រីពៅ

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

លោក ឡាយ គង់

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ គ្រប់គ្រងធុរកិច្ច

ជំនាន់ទី ២

ឆ្នាំចូលសិក្សា

២០១៤

ឆ្នាំសរសេររបាយការណ៍

២០១៨

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

នាងខ្ញុំឈ្មោះ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ ជានិស្សិតឆ្នាំទី៤ ជំនាន់ទី២ ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រគ្រប់គ្រង ធុរកិច្ច ក្រុមM4A1 នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ឆ្នាំសិក្សា ២០១៧-២០១៨។

សូមគោរព និងសម្តែងនូវកត្តាព្រមទាំងធ្វើការដឹងគុណយ៉ាងខ្ពស់បំផុតចំពោះ៖

- លោកឪពុកអ្នកម្តាយរបស់ខ្ញុំទាំងពីរនាក់ ដែលជាអ្នកមានគុណដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់នៃជីវិតក្នុងការផ្តល់ កំណើត និងបានចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សា យកចិត្តទុកដាក់ដល់ខ្ញុំទាំងពីរនាក់ពីតូចរហូតដល់ធំ។ ជាងនេះទៅទៀតសូមអរគុណដល់លោកទាំងពីរដែលបានលះបង់គ្រប់យ៉ាង ទាំងកម្លាំងកាយ កម្លាំងចិត្ត ក៏ដូចជាថវិកា និងពេលវេលាដ៏មានតម្លៃ និងបានបញ្ជូនខ្ញុំទាំងពីរនាក់ឲ្យបានចូល សិក្សារៀនសូត្រតាំងពីថ្នាក់បឋមសិក្សា រហូតដល់ឧត្តមសិក្សាដើម្បីទទួលបាននូវចំណេះដឹង ជំនាញ សមត្ថភាព និងក្លាយខ្លួនជាធនធានមនុស្សដ៏ល្អរបស់សង្គមជាតិ។
- ការគោរពចំពោះ **ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការ** លោក-លោកស្រីសាកលវិទ្យាធិការ ព្រឹទ្ធបុរស លោក-លោកស្រីប្រធាន អនុប្រធានការិយាល័យ លោក-លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ មន្ត្រីរាជការ និងបុគ្គលិកទាំងអស់នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចដែលបាន ផ្តល់នូវចំណេះដឹង បទពិសោធន៍ និងបានធ្វើការណែនាំដល់ខ្ញុំទាំងពីរដែលជាផ្លូវឆ្ពោះទៅរក ភាពត្រចះត្រចង់នៃជីវិត។
- **លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់** ដែលបានលះបង់ពេលវេលាដ៏មានតម្លៃផ្ទាល់ខ្លួនក្នុងការណែនាំ ដល់ក្រុមរបស់យើងខ្ញុំសរសេរនូវរបាយការណ៍ចុះកម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សានេះឡើង ដោយ លោកបានផ្តល់នូវការពន្យល់ ផ្តល់ជាឯកសារណែនាំ ត្រួតពិនិត្យរាល់កិច្ចការដែលយើងខ្ញុំបាន ធ្វើ និងកែលម្អនូវកំហុសឆ្គងទាំងឡាយ ដើម្បីឲ្យការសរសេររបាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការ សិក្សានេះទទួលបាននូវភាពជោគជ័យជាស្ថាពរ។
- **ឯកឧត្តមអគ្គនាយក ឯន សាំង** នៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា លោកប្រធាននាយកដ្ឋានការ បណ្តុះបណ្តាល និងការអភិវឌ្ឍ **សាយ រតនៈ** ព្រមទាំងក្រុមការងារ និងបុគ្គលិកទាំងអស់ដែល បានចូលរួមផ្តល់ជាឯកសារ ការសម្ភាសន៍ ណែនាំ និងបានផ្តល់ឱកាសដល់ខ្ញុំទាំងពីរបានចូល សិក្សាស្រាវជ្រាវ និងសរសេររបាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សានេះដោយភាពកក់ក្តៅ បំផុត។

ជាចុងក្រោយ សូមអរគុណយ៉ាងជ្រៀវជ្រៅចំពោះ បងប្អូន មិត្តភក្តិ ទាំងអស់ដែលបានផ្តល់ជាកម្លាំង
ចិត្ត និងពេលវេលាដ៏មានតម្លៃសម្រាប់ចូលរួមការផ្តល់នូវគំនិតល្អៗ ដើម្បីឲ្យក្រុមយើងខ្ញុំបានសរសេរ
របាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សាបានល្អបំផុត។

អារម្ភកថា

នាដើមសតវត្សថ្មីនេះ គឺជាសម័យយុគទំនើបនៃដំណើរការការអភិវឌ្ឍជីវិសេសវិសាល ដែលជាហេតុនាំមកនូវលំហូរពហុសាជីវកម្ម ជាមួយពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ ព្រមទាំងការបំពាក់នូវបច្ចេកវិទ្យាទំនើបៗ ដែលបានធ្វើឲ្យមានការរីកចម្រើនស្ទើរតែគ្រប់វិស័យទាំងអស់ទូទាំងពិភពលោក។ ការវិវត្តទាំងអស់នេះ ក៏បានរីករាលដាលមកដល់តំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ ដូច្នេះប្រទេសកម្ពុជាបានទទួលរងឥទ្ធិពលនៅពេលមានសមាហរណកម្មអាស៊ាន ដែលជាហេតុនាំអោយប្រទេសកម្ពុជាត្រូវការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស ដើម្បីផ្លាស់ប្តូរផ្គត់ផ្គង់និព្វាន និងកែប្រែធនធានមនុស្សទាំងនោះឲ្យក្លាយទៅជា យុវជន-យុវតីដ៏ឆ្នើមឈានមុខគេ ដើម្បីបណ្តុះបណ្តាលនូវ ចំណេះដឹង សមត្ថភាព និងជំនាញវិជ្ជាជីវៈ ក្នុងការត្រៀមខ្លួនការប្រឈមនឹងផ្សារការងារទាំងក្នុងប្រទេស និងក្រៅប្រទេស។

ជាការពិតណាស់ មុខងារការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់សម្រាប់បណ្តាក្រុមហ៊ុន បុគ្គល និងស្ថាប័នផ្សេងៗ ក្នុងការដឹកនាំដ៏មានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ជាមួយការរៀបចំគ្រប់គ្រងទៅតាមស្តង់ដារការងារ និងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើន ដើម្បីបំពេញសេចក្តីត្រូវការជាក់លាក់មួយជោគជ័យ។ ជាក់ស្តែង មុខងារការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សមានច្រើនផ្នែក សម្រាប់រួមចំណែកអភិវឌ្ឍគោលដៅនិងជាគន្លឹះរឹងមាំជំរុញដំណើរគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សកាន់តែរលូន។ ជាពិសេស អាចគ្រប់គ្រងនូវបញ្ហាអាចកើតមានឡើង និងបុគ្គលិកបម្រើការងារ ឲ្យកាន់តែស្គាល់ច្បាស់ពីតួនាទី និងស្ថានភាពទូទៅក្នុងអង្គភាព និងស្ថាប័នរបស់ខ្លួន។

ដោយអាស្រ័យ លើការចាប់អារម្មណ៍ទៅលើប្រធានបទទាក់ទិននឹង លក្ខណៈការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស ដូចខាងលើ ក្រុមយើងខ្ញុំដែលជានិស្សិតសិក្សាផ្នែកគ្រប់គ្រងធុរកិច្ច នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច បានធ្វើការសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសប្រធានបទមុខងារការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស សម្រាប់ការអនុវត្តជាក់ស្តែងនៅការិយាល័យនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សដែលស្ថិតនៅក្រុមហ៊ុនអ អឹម អេ ខេមបូឌាជាមួយផ្នែក«**ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក**»របស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌាមកធ្វើការវិភាគ និងសិក្សាស្វែងយល់បន្ថែមឲ្យកាន់តែស៊ីជម្រៅ ក្នុងការអនុវត្តជាក់ស្តែងជាមួយក្រុមហ៊ុន ដើម្បីប្រៀបធៀបជាមួយទ្រឹស្តីដែលបានសិក្សារួចមកហើយ។

យើងខ្ញុំសង្ឃឹមថាក្នុងការសរសេរបាយការណ៍ចុះកម្មសិក្សា ដែលបានចងក្រងជាមួយការសរសេរយ៉ាងក្បោះក្បាយ អាចជាឯកសារមួយផ្តល់ជាចំណេះដឹងបន្ថែមសម្រាប់បម្រើដល់និស្សិត និងសាធារណៈជន និងការតម្រង់ទិសទៅដល់ប្អូនៗជំនាន់ក្រោយ ក្នុងការអភិវឌ្ឍចំណេះដឹងជំនាញរបស់

ខ្លួនប្រកបដោយភាពវៃឆ្លាត។ ជាចុងបញ្ចប់ យើងខ្ញុំក៏សូមអាជ្ញាស្រ័យរាល់កំហុសឆ្គងក្នុងការសរសេរ
របាយការណ៍នេះ ជាមួយការប្រើប្រាស់ពាក្យពេជ និងបច្ចេកទេសមិនត្រឹមត្រូវដោយក្តីអនុគ្រោះ និង
យើងខ្ញុំនឹងទទួលការរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនា ដើម្បីបំពេញនូវចំណុចខ្វះខាតផងដែរ។

មាតិកា

បញ្ជីអក្សរកាត់	vii
បញ្ជីតារាង.....	viii
បញ្ជីរូបភាព	ix
បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ	x

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ.....	១
២. ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
៤. ទំហំ និងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣
៥. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣
៦. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ.....	៣
ក. ទីកន្លែង និងអ្នកចូលរួមផ្តល់ព័ត៌មានសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ.....	៣
ខ. ឧបករណ៍ស្រាវជ្រាវ.....	៤
ខ.១ ទិន្នន័យចម្បង.....	៤
ខ.២ ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ	៤
គ. ទម្រង់នៃការស្រាវជ្រាវ	៥
ឃ. ការវិភាគទិន្នន័យ	៥
៧. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ.....	៦

ជំពូកទី១

រំលឹកទ្រឹស្តី

១.១ ការតម្រង់ទិស ឬការណែនាំបុគ្គលិក	៧
១.១.១ និយមន័យនៃការតម្រង់ទិស ឬការណែនាំបុគ្គលិក.....	៧
១.១.២ កម្រិតនៃការតម្រង់ទិស	៩
១.១.២.១ ការតម្រង់ទិសរបស់អង្គភាព	៩

១.១.២.២ ការតម្រង់ទិសការងារ ឬណែនាំអំពីនាយកដ្ឋាន	១២
១.១.៣ បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក	១៣
១.១.៤ ពេលវេលា និងរយៈពេលនៃការតម្រង់ទិស	១៤
១.១.៥ ការត្រួតពិនិត្យបន្ថែម និងវាយតម្លៃលើការតម្រង់ទិស	១៤
១.១.៦ គោលបំណងនៃការតម្រង់ទិស	១៥
១.១.៧ ផលប្រយោជន៍ពីការតម្រង់ទិសបុគ្គលិកថ្មី	១៥
១.២ ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក	១៦
១.២.១ និយមន័យការបណ្តុះបណ្តាល	១៦
១.២.២ មូលហេតុ និងគោលដៅនៃការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក	១៧
១.២.៣ ផលប្រយោជន៍នៃការបណ្តុះបណ្តាល	១៧
១.២.៤ ជំហានចំពោះកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលដែលជោគជ័យ	១៨
១.២.៤.១ ការអនុវត្តនូវការវិភាគការងារ	១៨
ក. ការពិណ្ឌនាលើការងារ	១៩
ខ. ការបញ្ជាក់ពីសមត្ថភាពការងារ	១៩
១.២.៤.២ ការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល	២០
ក. សម្ភាសន៍	២០
ខ. កម្រងសំណួរ	២០
គ. ការអង្កេត	២០
ឃ. សម្ភាសន៍ក្រុមចំណាប់អារម្មណ៍	២១
ង. ឯកសារត្រួតពិនិត្យ	២១
១.២.៤.៣ ការបង្កើតគោលដៅនៃការបណ្តុះបណ្តាល	២១
ក. គោលដៅនៃការបង្រៀន	២១
ខ. គោលដៅនៃនាយកដ្ឋាន និងអង្គភាព	២២
គ. គោលដៅនៃការរីកចម្រើន និងការអនុវត្តរបស់និយោជិតម្នាក់ៗ	២២
១.២.៤.៤ អនុវត្តកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល ឬវិធីសាស្ត្រនៃការបណ្តុះបណ្តាល	២២

ក. ការបណ្តុះបណ្តាលនៅនឹងកន្លែងការងារ និងឆ្លាស់វេន	
(On-the-job training and job rotation)	២២
ខ. ការបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ (apprenticeship training)	២៣
គ. ការបណ្តុះបណ្តាលនៅថ្នាក់រៀន (Classroom Training)	២៣
ឃ. ការបណ្តុះបណ្តាលបែប (Virtual Classroom)	២៣
១.២.៤.៥ ការវាយតម្លៃលើការបណ្តុះបណ្តាល	២៤
ក. ប្រតិកម្ម (Reaction)	២៤
ខ. ការសិក្សា (Learning)	២៤
គ. ឥរិយាបថ (Behaviors)	២៥
ឃ. លទ្ធផល (Results)	២៥
១.២.៥ បណ្តាគោលការណ៍នៃការបណ្តុះបណ្តាល	២៥
១.២.៥.១ ការលើកទឹកចិត្តដើម្បីសម្រេចគោលបំណងផ្ទាល់ខ្លួន	២៥
១.២.៥.២ ចំណេះដឹងនៃលទ្ធផល	២៦
១.២.៥.៣ ការជំរុញបន្ថែម	២៦
១.២.៥.៤ លំហូរនៃកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល	២៦
១.២.៥.៥ ការអនុវត្ត និងការអនុវត្តឡើងវិញ	២៦
១.២.៥.៦ រយៈពេលចន្លោះនៃការបណ្តុះបណ្តាល	២៧
១.២.៥.៧ ការបណ្តុះបណ្តាលជាផ្នែកៗ ឬ ទាំងមូលតែម្តង	២៧

ជំពូកទី២

ការអនុវត្តទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

២.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា	២៨
២.១.១ ប្រវត្តិសង្ខេបរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ គ្រុប	២៨
២.១.២ ប្រវត្តិសង្ខេបរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា	៣០
២.១.៣ ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា	៣២
២.១.៣.១ ផ្នែករថយន្ត (Automotive Division)	៣២
ក. ផលិតផលលក់ក្នុងទីផ្សារ (In Market Dealerships)	៣២

ខ. សេវាកម្មកែច្នៃ (Modification)	៣៤
គ. សេវាកម្មជួសជុល (After Sales)	៣៥
២.១.៣.២ ផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ (Infrastructure Division)	៣៥
ក. ឧបករណ៍កសិកម្ម (Agriculture Equipment)	៣៥
ខ. ឧបករណ៍ធ្ងន់ធ្ងរ (Heavy Equipment)	៣៥
២.១.៣.៣ ផ្នែកផលិតផលពិសេស (Special Product)	៣៦
២.១.៣.៤ ផ្នែកបដិសណ្ឋារកិច្ច (hospitality Division)	៣៧
២.១.៣.៥ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ហ្វាយនែន (RMA Finance)	៤០
២.១.៣.៦ ក្រុមហ៊ុន AVIS ឬ AVR (Asia Vehicle Rental)	៤១
២.១.៤ ទីតាំងស្នាក់ការនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា	៤១
២.១.៥ រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា.....	៤៣
២.១.៦ ចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្ម របស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា.....	៤៥
២.១.៦.១. ចក្ខុវិស័យ	៤៥
២.១.៦.២ បេសកកម្ម.....	៤៥
២.១.៦.៣ គុណតម្លៃ.....	៤៥
២.១.៧ ស្លាកសញ្ញានៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា	៤៦
២.២ ការអនុវត្តរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា	៤៧
២.២.១ ការណែនាំ ឬ ការតម្រង់ទិសនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា	៤៨
២.២.១.១ កម្រិតនៃការណែនាំ ឬ ការតម្រង់ទិសនិយោជិត	៤៨
២.២.១.២ ដំណើរការនៃការតម្រង់ទិស	៤៨
២.២.១.៣. ចំណុចដែលត្រូវសិក្សា និងស្វែងយល់ពីក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា	៤៩
២.២.១.៤ បណ្តុះបណ្តាលការតម្រង់ទិសបុគ្គលិក	៥០
២.២.១.៥ រយៈពេលការតម្រង់ទិស និងទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា.....	៥០
២.២.១.៦ ការវាយតម្លៃការតម្រង់ទិសចំពោះបុគ្គលិកនៃ	
ក្រុមហ៊ុនអ អឹម អេ ខេមបូឌា	៥១
២.២.២ ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា	៥១

២.២.២.១ មូលហេតុនៃការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា.....	៥១
២.២.២.២ ទីកន្លែង និងរយៈពេលការបណ្តុះបណ្តាល	៥២
២.២.២.៣ ជំហានដោតជ័យនៃកម្មវិធីការបណ្តុះបណ្តាល	
បុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា	៥៣
ក. ការអនុវត្តនៃការវិភាគការងារ	៥៣
ខ. ការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល	៥៣
ខ.១. កម្រងសំណួរ ឬ ការស្ទង់មតិ (Questionnaires/Survey)	៥៤
ខ.២. ការសម្ភាសន៍ (Interviews)	៥៤
ខ.៣. ឯកសារត្រួតពិនិត្យ (Document Examination)	៥៤
គ.ការបង្កើតគោលដៅនៃការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក	៥៥
ឃ. កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា.....	៥៥
ង. វាយតម្លៃលទ្ធផលនៃការបណ្តុះបណ្តាល	៥៦
២.២.២.៤ គោលការណ៍នៃការបណ្តុះបណ្តាល	៥៦

ជំពូកទី៣

ការប្រមូល និងការវិភាគទិន្នន័យ

៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃការប្រមូល និងការវិភាគទិន្នន័យ	៥៨
៣.២ ការបកស្រាយ និងវិភាគទិន្នន័យ	៥៨
៣.២.១ ការសិក្សាអំពីភេទរបស់និយោជិត	៥៩
៣.២.២ ការសិក្សាអំពីកម្រិតវប្បធម៌នៃនិយោជិត	៥៩
៣.២.៣ ការសិក្សាអំពីផ្នែកការងាររបស់បុគ្គលិក	៦១
៣.២.៤ ការសិក្សាអំពីអតីតភាពការងាររបស់និយោជិត	៦២
៣.២.៥ ការសិក្សាអំពីការទទួលបានការតម្រង់ទិស	៦៣
៣.២.៥.១ ការសិក្សាអំពីអ្នកផ្តល់ការតម្រង់ទិស	៦៣
៣.២.៥.២ ការសិក្សាអំពីទីតាំងនៃការផ្តល់ការតម្រង់ទិសដល់បុគ្គលិក	៦៤
៣.២.៥.៣ ការសិក្សាអំពីការផ្តល់ឯកសារតម្រង់ទិស	៦៥
៣.២.៥.៤ ការសិក្សាអំពីរយៈពេលតម្រង់ទិស(គិតជាម៉ោង)	៦៦

៣.២.៥.៥ ការសិក្សាអំពីរយៈពេលតម្រង់ទិស(គិតជាសប្តាហ៍)	៦៧
៣.២.៥.៦ ការសិក្សាអំពីវិធីសាស្ត្រក្នុងការតម្រង់ទិសដល់និយោជិត.....	៦៨
៣.២.៥.៧ ការសិក្សាអំពីកម្រិតនៃការពេញចិត្ត	
ចំពោះការតម្រង់ទិសរបស់និយោជិត	៦៩
៣.២.៦ ការសិក្សាអំពីការទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត	៧០
៣.២.៦.១ ការសិក្សាអំពីទីតាំងនៃការផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលដល់និយោជិត...	៧០
៣.២.៦.២ ការសិក្សាអំពីភាពសំខាន់នៃការបណ្តុះបណ្តាលចំពោះបុគ្គលិក	៧១
៣.២.៦.៣ ការសិក្សាអំពីការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃ	
ការបណ្តុះបណ្តាលចំពោះនិយោជិត.....	៧២
៣.២.៦.៤ ការសិក្សាអំពីវិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានពីការវាយតម្លៃ	
សេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល	៧២
៣.២.៦.៥ ការសិក្សាអំពីវិធីសាស្ត្រនៃការបណ្តុះបណ្តាល	៧២
៣.២.៦.៦ ការសិក្សាអំពីសេចក្តីពេញចិត្តនៃការបណ្តុះបណ្តាល	៧៥
៣.២.៦.៧ ការសិក្សាអំពីការវាយតម្លៃលទ្ធផលនៃការបណ្តុះបណ្តាល	៧៦
៣.៣ ការវិភាគលើដំណើរការនៃការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត	
នៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា(RMA Cambodia)	៧៧
ក. ចំណុចខ្លាំង	៧៧
ខ. ចំណុចពិចារណា.....	៧៨

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន	៧៩
២. ការផ្តល់អនុសាសន៍.....	៨០

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីអក្សរកាត់

RMA	: Rochester Midland Asia
EFG	: Express Food Group
KSA	: Knowledge Skill and Ability
OJT	: On-the-job training
AVR	: Asia Vehicle Rental
BSP	: Bank of South Pacific
DQ	: Dairy Queen
JLR	: Jagaur Land Rover
JCB	: Joseph Cyril BAMFord
TCM	: Toyo Carriers Manufacturing

បញ្ជីតារាង

តារាងទី១៖	ទំនាក់ទំនងក្នុងចំណោមមុខងារធនធានមនុស្ស	
	ចាំបាច់សម្រាប់ការអនុវត្តមានប្រសិទ្ធភាព	៨
តារាងទី២៖	ប្រធានបទទាក់ទងនឹងកម្មវិធីការគម្រង់ទិសរបស់អង្គភាព.....	១២
តារាងទី៣៖	ប្រធានបទសម្រាប់កម្មវិធីការណែនាំការងារ និងពីនាយកដ្ឋាន	១៣
តារាងទី៤៖	ការបង្ហាញពេលវេលានៃការបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ:	២៣

បញ្ជីរូបភាព

រូបភាពទី១៖	រចនាសម្ព័ន្ធនៃផ្នែកគ្រប់គ្រងរថយន្តម៉ាកFord	៣៣
រូបភាពទី២៖	រចនាសម្ព័ន្ធនៃផ្នែកគ្រប់គ្រងរថយន្តម៉ាកJRL.....	៣៤
រូបភាពទី៣៖	ឆ្នាំផលិតផលនីមួយៗនៃក្រុមហ៊ុន Express Food Group.....	៣៨
រូបភាពទី៤៖	រចនាសម្ព័ន្ធនៃបុត្រសម្ព័ន្ធទី១ EFG (Express Food Group)	៤០
រូបភាពទី៥៖	អង្គការលេខរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា.....	៤៤
រូបភាពទី៦៖	ស្លាកសញ្ញានៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា	៤៦

បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធទី១៖ រចនាសម្ព័ន្ធផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)

ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣៖ រចនាសម្ព័ន្ធនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា
(RMA Cambodia)

ឧបសម្ព័ន្ធទី៤៖ ទម្រង់ការនៃការការពារគ្រោះថ្នាក់ និងដោះស្រាយបន្ទាន់

ឧបសម្ព័ន្ធទី៥៖ គំរូឯកសារនៃទស្សនាវដ្តី ឬ កាសែតបោះពុម្ពផ្សាយតូចៗរបស់
ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

ឧបសម្ព័ន្ធទី៦៖ លិខិតពិពណ៌នាការងារ ឬ Job Description

ឧបសម្ព័ន្ធទី៧៖ កម្រងសំណួរវាយតម្លៃលើលទ្ធផលនៃការបណ្តុះបណ្តាល

ឧបសម្ព័ន្ធទី៨៖ ការប្រកាសវគ្គបណ្តុះបណ្តាលជំនាញសម្រាប់និស្សិត (Soft Skills Training)

ឧបសម្ព័ន្ធទី៩៖ កម្រងសំណួរសម្រាប់និយោជិត

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ (Background)

ពិភពលោកនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ កំពុងតែជួបប្រទះបញ្ហាស្មុគស្មាញជាច្រើន និងការកើនឡើងយ៉ាងក្រាស់ក្រែងនៃចង្វាក់សកលភាវូបនីយកម្ម ដែលជាដំណើរការជំរុញឲ្យមានការផ្លាស់ប្តូរនូវរបកគំហើញចាស់ៗ និងវិវត្តទៅរកបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ និងជាហេតុនាំឲ្យសេដ្ឋកិច្ចមានការប្រទាក់ប្រទិនគ្នារវាងប្រទេសមួយទៅប្រទេសមួយទៀតជុំវិញសកលលោក។ ការរីកលូតលាស់អាជីវកម្មទាំងឡាយបាននាំមកនូវលំហូរបច្ចេកវិទ្យា និងការគ្រប់គ្រងមានលក្ខណៈផ្សេងៗគ្នា ដោយភាពប៉ិនប្រសព្វនេះបានធ្វើឲ្យមានការអភិវឌ្ឍយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃកំណើនសេដ្ឋកិច្ច។ ជាមួយគ្នានេះប្រទេសកម្ពុជាក៏បានខិតខំអភិវឌ្ឍខ្លួនបន្តិចម្តងៗស្ទើរតែគ្រប់វិស័យ ក្នុងការត្រៀមខ្លួនការប្រកួតប្រជែង និងពង្រឹងស្ថេរភាពរបស់ខ្លួន ដើម្បីឈានចូលយកចំណែកទីផ្សារពិភពលោក។ ដោយឃើញថា សក្តានុពលការប្រកួតប្រជែងទីផ្សារពិភពលោកហាក់មានសន្ទុះការកើនឡើងគួរឲ្យកត់សម្គាល់ទើបជំរុញឲ្យស្ថាប័នទាំងអស់មានគោលបំណងផ្លាស់ប្តូរផ្គត់ផ្គង់ និងស្ថាប័នរដ្ឋប្រឹងប្រែងអភិវឌ្ឍ និងបណ្តុះបណ្តាលស្ថាប័នរបស់ខ្លួនឲ្យទាន់នឹងសង្គមជឿនលឿនបច្ចុប្បន្ន។ ម្យ៉ាងទៀត ការវិវត្តទាំងនេះចេះតែបន្តទៅមុខឥតឈប់ឈរ ទើបការរំពឹងទុកពីលទ្ធផលពុំសូវទទួលបានផលវិជ្ជមាននៅឡើយ។ ហេតុដូច្នេះនេះ ស្ថាប័នទាំងអស់គួរតែយកចិត្តទុកដាក់វិវត្តន៍នីតិវិធីយ៉ាងណា ក្នុងការគ្រប់គ្រងដោយធ្វើការផ្តោតសំខាន់ចំពោះនិយោជិតក្នុងអង្គភាពឲ្យទទួលយក កត្តាដែលជំរុញការអនុវត្តថ្មីៗទាំងនោះ។ ដោយឡែក នៅពេលចាប់ផ្តើមបំពេញការងារដំបូងស្ថាប័នតម្រូវឲ្យនិយោជិតគ្រប់រូបត្រូវមាននូវចំណេះដឹង ជំនាញ សមត្ថភាព ដែលជាឯកទេសកម្មបុគ្គលិកនីមួយៗ អាចឲ្យស្ថាប័នមានតិរច្ឆានភាពខ្លាំងក្លាជាមួយការប្រកួតប្រជែងជាមួយដៃគូដទៃទៀត រួមទាំងការអភិវឌ្ឍឲ្យទទួលបានជោគជ័យ។ យ៉ាងណាមិញ ចំពោះដំណើរការអនុវត្តការងារក្នុងស្ថាប័នតែងតែមានបញ្ហាប្រឈម និងបូកបញ្ចូលកត្តាមួយចំនួនដូចជា ប្រាក់បៀវត្សរ៍និយោជិតប្រពន្ធការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក និងនិយោជិតដែលមិនគោរពតួនាទីតាមផ្នែករបស់ខ្លួន រួមទាំងការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាក៏បង្កឲ្យការគ្រប់គ្រងកាន់តែស្មុគស្មាញ។ ដូច្នេះ មុខងារធនធានមនុស្សបានដើរតួយ៉ាងសំខាន់សម្រាប់គ្របដណ្តប់ស្ថាប័នទាំងមូល ដើម្បីធ្វើការផ្លាស់ប្តូរទម្លាប់ចាស់ៗ ការគ្រប់គ្រងហួសសម័យ និងធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកឲ្យព្រមទទួលយកនូវដំណើរការដំណោះស្រាយថ្មីៗ និងបច្ចេកវិទ្យាទំនើបៗ។ ដោយឡែក បន្ទាប់ពីការជ្រើសរើស និងសម្រាំងបុគ្គលិកដោយនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សទៅតាមដំណាក់កាលនីមួយៗមក យើងមិនអាចសន្មត់បានថានិយោជិតអាចបំពេញ

ការងាររបស់ពួកគេបានពេញលេញនៅតាមផ្នែកការងារ និងស្គាល់ច្បាស់ពីតួនាទីបានឡើយ។ ចំណុចចន្លោះប្រហោងអាចនឹងកើតមានឡើងនៅពេលនិយោជិតមិនទាន់បានទទួលការណែនាំ ឬ ការទម្រង់ទិសការងារជាមុនហេតុដូច្នេះស្ថាប័នទាំងអស់គួរតែដាក់មករកការត្រួតពិនិត្យពីសកម្មភាព និងយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះនិយោជិត ទាំងនិយោជិតមានបទពិសោធន៍ក្តី និងគ្មានបទពិសោធន៍ ដោយផ្តល់ការតម្រង់ទិសនៅពេលនិយោជិតទាំងអស់ទើបនឹងជាប់ថ្មីឲ្យស្គាល់ពីទិដ្ឋភាពទូទៅក្នុងស្ថាប័ន ក៏ដូចជាណែនាំឲ្យចំនឹងជំនាញ ច្បាប់ការងារ និងគោលនយោបាយផ្សេងៗ។ ជាពិសេស ការបណ្តុះបណ្តាលក៏ជាកត្តាមួយដែលជំរុញឲ្យនិយោជិតកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពការងារចំពោះស្ថាប័ន ដើម្បីអនុវត្តការងារមួយជាក់លាក់ដែលនាំមកនូវការអភិវឌ្ឍចំណេះដឹង ជំនាញ និងពង្រឹងសមត្ថភាពបន្ថែមរបស់និយោជិតឲ្យកាន់តែល្អប្រសើរ និងប្រកបដោយភាពសក្តិសិទ្ធិ។

២. បំណងបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ (Research Problem)

ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក គឺមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ សម្រាប់ស្ថាប័ននីមួយៗដើម្បីឲ្យបុគ្គលិកក្នុងស្ថាប័នមាន ចំណេះដឹង សមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការបំពេញការងាររបស់ខ្លួនឲ្យបានល្អ និងមានប្រសិទ្ធភាព ដែលអាចជួយអោយស្ថាប័នមួយទទួលបានជោគជ័យ។ ចំណែកការបណ្តុះបណ្តាល គឺធ្វើឡើងសម្រាប់បំពេញបន្ថែមនូវ ចំណេះដឹង ជំនាញ និងសមត្ថភាពចាំបាច់ដើម្បីអនុវត្តការងារមួយបានជោគជ័យ ក្នុងករណីមានបច្ចេកវិទ្យាថ្មី ផលិតភាពចុះទាប ឬក្នុងការផ្លាស់ប្តូរផែនការថ្មីជាដើម។ ស្របគ្នានេះដែរ ដោយសារការប្រកួតប្រជែងយ៉ាងសកម្មពីសំណាក់ដៃគូអាជីវកម្មជាច្រើន និងដើម្បីថែរក្សានូវកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីល្បាញ និងកុំឲ្យខូចខាតនូវផលប្រយោជន៍របស់ក្រុមហ៊ុន អង្គភាពនីមួយៗតែងតែធ្វើការណែនាំ និងបណ្តុះបណ្តាលដល់បុគ្គលិករបស់គេបានយ៉ាងល្អ និងមានភាពច្បាស់លាស់បំផុត។ ជាក់ស្តែង តើក្រុមហ៊ុន RMA Cambodia នឹងមានសកម្មភាព ឬ វិធីសាស្ត្របែបណាចំពោះការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក?

៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ (Purpose Of Research)

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវមានគោលបំណងរួមដូចខាងក្រោមនេះ៖

- សិក្សាអំពីដំណើរការនៃការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)
- សិក្សាពីស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)
- ស្វែងយល់ឲ្យបានច្បាស់លាស់ពីទ្រឹស្តី ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកធៀបនឹងការអនុវត្តជាក់លាក់របស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ។

៤. ទំហំ និងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ (Scope and Limitation)

ការចុះកម្មសិក្សា និងការស្រាវជ្រាវរបាយការណ៍នេះក្រុមយើងខ្ញុំបានសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសយកក្រុមហ៊ុន RMA Cambodia ដើម្បីយកមកសរសេរចងក្រងជាបាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សាមួយនេះ។ ជាងនេះទៅទៀត ដោយសារក្រុមហ៊ុនមាននាយកដ្ឋានច្រើនផ្នែក និងធំទូលាយហើយរយៈពេលនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះមានរយៈពេលខ្លីផងដែរ ដែលមានត្រឹមតែ២ខែប៉ុណ្ណោះ ដូច្នេះក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចធ្វើការចុះសិក្សាស្រាវជ្រាវតែផ្នែកធនធានមនុស្សនៃការិយាល័យកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា។ ដោយក្នុងការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សក៏មានច្រើនផ្នែក ក្រុមយើងខ្ញុំក៏សំរេចធ្វើការស្រាវជ្រាវផ្ដោតទៅលើ ផ្នែកចំនួនពីរដែលស្ថិតក្នុងការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស រួមមានការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន RMA Cambodia ដែលទិន្នន័យក្រុមយើងខ្ញុំត្រូវការប្រមូលពីឆ្នាំ ២០១៦-២០១៨។

៥. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ (The Important Of Research)

សរសេររបាយការណ៍បញ្ចប់ការសិក្សានេះ យើងខ្ញុំទទួលបាននូវអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើន ដូចខាងក្រោម៖

- ទទួលបាននូវចំណេះដឹងបន្ថែមក្នុងការស្រាវជ្រាវ និងសរសេររបាយការណ៍ដែលជាសារៈសំខាន់សម្រាប់ពង្រឹងសមត្ថភាព
- យល់ដឹងកាន់តែច្បាស់អំពីទ្រឹស្តី នៃការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ធៀបជាមួយការអនុវត្តផ្ទាល់របស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)
- កាន់តែយល់ដឹងបន្ថែមពីដំណើរការ និងវិធីសាស្ត្រនៃការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ដើម្បីប្រើប្រាស់ក្នុងការងារបច្ចុប្បន្នភាព
- ការបន្សល់ទុកជាឯកសារយោង សម្រាប់ម្ចាស់ជំនាន់ក្រោយទុកជាឯកសារ និងប្រើប្រាស់ក្នុងការអនុវត្តនៅក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា
- លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវអាចជាទិន្នន័យសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ធ្វើការពិចារណាបន្ថែម។

៦. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ (Methods Of Research)

វិធីសាស្ត្រនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ ក្រុមយើងខ្ញុំផ្ដោតលើចំណុចខាងក្រោម៖

ក. ទីកន្លែង និងអ្នកចូលរួមផ្តល់ព័ត៌មានសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ

- ទីកន្លែងសម្ភាសន៍ និងការចូលរួមបំពេញកម្រងសំណួររបស់បុគ្គលិក គឺស្ថិតនៅ

នាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សនៃការិយាល័យកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ។

- ក្នុងអំឡុងពេលនៃការប្រមូលព័ត៌មានសម្រាប់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ មានអ្នកចូលរួមចំនួន ៣នាក់ ដែលក្នុងនោះរួមមាន លោក សាយ រតនៈ អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិត លោក តូ ហូ និយោជិតផ្នែកជ្រើសរើសបុគ្គលិក និងកញ្ញា ព្រាប សុនីតា និយោជិតផ្នែកទំនាក់ទំនងអតិថិជន។ ហើយមានអ្នកចូលរួមផ្តល់បទសម្ភាសន៍ចំនួន ២នាក់ គឺអ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតនៃនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និងកញ្ញា ព្រាប សុនីតា និយោជិតផ្នែកទំនាក់ទំនងអតិថិជន។ ដោយមានអ្នកចូលរួមបំពេញកម្រងសំណួរចំនួន ៣២នាក់ ក្នុងនោះរួមមាននិយោជិតស្រីចំនួន ២២នាក់ និងនិយោជិតប្រុសចំនួន ១០នាក់។

ខ. ឧបករណ៍ស្រាវជ្រាវ (Research Instrument)

ឧបករណ៍ស្រាវជ្រាវដែលក្រុមរបស់យើងខ្ញុំបានរៀបរៀងឡើង គឺផ្អែកលើទិន្នន័យចំនួនពីរផ្នែក ទិន្នន័យចម្បង (Primary Data) និងទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ (Secondary Data) ដែលមានដូចខាងក្រោម៖

ខ.១. ទិន្នន័យចម្បង

នៅក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ ទិន្នន័យចម្បងដែលបានយកមកតាមរយៈ៖

- កម្រងសំណួរស្តីពីការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតរបស់នាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សនៃការិយាល័យកណ្តាលរបស់ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ។
- ការសម្ភាសន៍ផ្ទាល់ជាមួយលោក សាយ រតនៈ អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតនៃនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សនៅការិយាល័យកណ្តាលរបស់ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ។

ខ.២. ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ

នៅក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំដែលបានយកមកចងក្រងរួមមាន៖

- ឯកសារដែលទទួលបានពីអ្នកគ្រប់គ្រងផ្ទាល់ផ្នែកសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)
- ឯកសារដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រធានបទនៅក្នុងបណ្ណាល័យសេដ្ឋកិច្ច នៃសាកលវិទ្យាល័យ

ភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

- ឯកសារពាក់ព័ន្ធនឹងប្រធានបទដែលទទួលបានពីគេហទំព័រផ្សេងៗ
- ឯកសារដែលទទួលបានពីសាស្ត្រាចារ្យណែនាំផ្ទាល់នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។

គ. ទម្រង់នៃការស្រាវជ្រាវ

ទម្រង់នៃការស្រាវជ្រាវរួមមានដំណាក់កាលដូចខាងក្រោម៖

- ដំណាក់កាលទី១៖ សុំការអនុញ្ញាតពីអ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតនៃ នាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សនៅការិយាល័យកណ្តាលរបស់ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)។
- ដំណាក់កាលទី២៖ ការរៀបចំនូវបណ្តុំសំណុំបែបបទ និងដាក់ពាក្យសុំចុះកម្មសិក្សា ពីសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។
- ដំណាក់កាលទី៣៖ រៀបចំបណ្តុំឯកសារដែលក្រុមហ៊ុនតម្រូវឲ្យមានដូចជា លិខិតបញ្ជាក់ ការចុះកម្មសិក្សាពីសាកលវិទ្យាល័យ និងកម្រងសំណួរអំពីក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)។
- ដំណាក់កាលទី៤៖ រង់ចាំការឆ្លើយតបពីអ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិត នៃនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សនៅការិយាល័យកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)។
- ដំណាក់កាលទី៥៖ ការចុះកម្មសិក្សាតាមការកំណត់ចាប់ពីថ្ងៃទី០២ ខែមេសា ឆ្នាំ២០១៨ រហូតដល់ថ្ងៃទី ៣១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៨ នៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)
- ដំណាក់កាលទី៦៖ ការវាយតម្លៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងពិនិត្យឯកសារស្រាវជ្រាវដោយ សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ។
- ដំណាក់កាលទី៧៖ ទទួលបានលិខិតបញ្ជាក់ពីនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សនៃ ការិយាល័យកណ្តាលរបស់ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)។

ឃ. ការវិភាគទិន្នន័យ

ការសិក្សានេះ គឺជាការសិក្សាបែបពណ៌នា (Descriptive Research) ដោយប្រើ frequency នៃមូលដ្ឋានស្ថិតិ (Basic Statistic) ដើម្បីបង្ហាញពីលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ។

៧. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះត្រូវបានចងក្រងឡើង ដោយចែកជា៥ផ្នែកដូចខាងក្រោម៖

- សេចក្តីផ្តើម៖ ផ្នែកនេះធ្វើការរៀបរាប់អំពីចំណុចទូទៅដែលទាក់ទងនឹងប្រធានបទរួមមាន៖ លំនាំបញ្ហា ចំណោទបញ្ហា ទំហំ និងដែនកំណត់ គោលបំណង នៃការស្រាវជ្រាវសារៈសំខាន់ នៃការស្រាវជ្រាវ វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ។
- ជំពូកទី១៖ រំលឹកទ្រឹស្តី ផ្នែកនេះធ្វើការប្រមូលផ្តុំ និងចងក្រងទ្រឹស្តីសំខាន់ៗនៃការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ដែលបានធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ រួមនឹងការដកស្រង់ចេញពីឯកសារ ដែលទទួលបានពី សាស្ត្រាចារ្យនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។
- ជំពូកទី២៖ ការអនុវត្តទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន RMA Cambodia ផ្នែកនេះនិយាយអំពីស្ថានភាព និងការអនុវត្តទៅនៃក្រុមហ៊ុន ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន រចនាសម្ព័ន្ធទាំងមូល ជាមួយនិង រចនាសម្ព័ន្ធនៃនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស វិធីសាស្ត្រក្នុងការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក និងចក្ខុវិស័យ រួមទាំងផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ជំពូកទី៣៖ ការប្រមូល និងវិភាគទិន្នន័យ ផ្នែកនេះធ្វើការវិភាគ និងបកស្រាយពីទិន្នន័យ ដែលទទួលបានពីការសម្ភាសន៍ និងកម្រងសំណួរនៃការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកនៅក្នុងនាយកដ្ឋានផ្ទាល់។
- សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍៖ ផ្នែកនេះជាចំណុចដែលធ្វើការបូកសរុបលើលទ្ធផលនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងផ្តល់មតិកែលម្អ នូវចំណុចខ្វះខាតដែលមានក្នុងក្រុមហ៊ុន RMA Cambodia ចំពោះវិធីសាស្ត្រក្នុងការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក។

ជំពូកទី១

រំលឹកទ្រឹស្តី ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាល

១.១ ការតម្រង់ទិស ឬការណែនាំបុគ្គលិក

១.១.១ និយមន័យការតម្រង់ទិស ឬការណែនាំបុគ្គលិក

បន្ទាប់ពីដំណើរការការសម្រាំងយកនិយោជិតត្រូវបានបញ្ចប់ និយោជិតដែលទើបនឹងជាប់ថ្មី ត្រូវបានទទួលបានការតម្រង់ទិសទៅនឹងការងារ និងអង្គភាពរបស់ពួកគេ។ ម៉្យាងទៀត បុគ្គលិកទាំងអស់ជាទៀងទាត់ត្រូវការការអភិវឌ្ឍជំនាញបច្ចុប្បន្ន និង សិក្សាស្វែងយល់បន្ថែមពីជំនាញថ្មីរបស់ពួកគេ។¹ ក្នុងការតម្រង់ទិសនេះ បានធ្វើឲ្យមានការបង្កើតនូវគំនិតផ្សេងៗគ្នា និងបានលេចចេញនូវទ្រឹស្តីដូចជា៖

- ការតម្រង់ទិស គឺជាការណែនាំបុគ្គលិកទើបតែជាប់ថ្មីទៅនឹងអង្គភាពផ្នែកនីមួយៗ និងការងារ។²
- ការតម្រង់ទិស គឺជាការណែនាំដល់បុគ្គលិកថ្មី នៅក្នុងស្ថាប័នមួយ នូវកន្លែងធ្វើការងារ និងការងាររបស់ពួកគេ បុគ្គលិកទទួលបានការតម្រង់ទិសដៅ ពីមិត្តភក្តិ និងពីក្រុមហ៊ុន។³
- ការតម្រង់ទិស គឺជាបច្ចេកទេសដែលនិយោជិតថ្មីត្រូវបានស្តារខ្លួនឯងឲ្យបានល្អប្រសើរវិញទៅនឹងបរិវេណការងាររបស់ពួកគេ ហើយត្រូវបានណែនាំដើម្បីអនុវត្តគោលនយោបាយក្រុមហ៊ុន និងគោលបំណងអង្គភាព។⁴

ខាងក្រោមនេះ គឺជាការបង្ហាញអំពីទំនាក់ទំនងបណ្តាញនៃមុខងារធនធានមនុស្ស ដែលចាំបាច់សម្រាប់អនុវត្តដ៏មានប្រសិទ្ធភាព៖ (Relationships among Human Resource Functions Necessary for Effective Performance)

¹ (Lloyd L. Byars, and Leslie W. Rue, 2008, p.155)

² លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (២០១៤) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត (ទំព័រទី១)

³ លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ យក់ បញ្ញាតី (២០១១) ជំពូកទី៥ ការតម្រង់ទិសដៅ និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី៤១)

⁴ Rahulk Antak. (2012).



(តារាងទី១៖ ទំនាក់ទំនងក្នុងចំណោមមុខងារធនធានមនុស្សចាំបាច់សម្រាប់ការអនុវត្តមានប្រសិទ្ធភាព)^៥

^៥ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (២០១៤) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត (ទំព័រទី១)

១.១.២ កម្រិតនៃការតម្រង់ទិស (Orientation Levels)

ការតម្រង់ទិសដ៏មានប្រសិទ្ធភាព មានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងលើនិយោជិតថ្មី ហើយក៏អាចធ្វើឲ្យមានភាពខុសគ្នារវាង ការទទួលជោគជ័យ ឬ ការបរាជ័យរបស់និយោជិត។ បេក្ខជនដែលទើបតែជាប់ថ្មីទៅនឹងការងារទទួលបានការតម្រង់ទិសខ្លះៗ ពីក្រុមហ៊ុនមុនពេលពួកគេត្រូវបានគេជួលធ្វើការងារ។^៦ ជាធម្មតា នាយកដ្ឋានធនធានមនុស្ស និងអ្នកគ្រប់គ្រងផ្ទាល់របស់និយោជិតថ្មីទទួលខុសត្រូវរួមចំពោះការតម្រង់ទិស។ ដោយមិនគិតពីប្រភេទនៃអង្គភាពអាជីវកម្ម ការតម្រង់ទិសគួរតែធ្វើឡើងតាមកម្រិតពីរដាច់ដោយឡែកពីគ្នាដូចជា៖ ការតម្រង់ទិសពីអង្គភាព និង ការតម្រង់ទិសការងារនិងណែនាំអំពីនាយកដ្ឋាន។^៧

១.១.២.១ ការតម្រង់ទិសកម្រិតអង្គភាព (Organizational Orientation)

ការបង្ហាញនូវបណ្តាប្រធានបទ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងចំណាប់អារម្មណ៍ចំពោះគ្រប់បណ្តា
និយោជិត។ បណ្តាប្រធានបទទាំងនោះ ដែលបានបង្ហាញនៅក្នុងការតម្រង់ទិស គួរតែផ្តោតទៅលើសេចក្តីត្រូវការនៃអង្គភាព និងនិយោជិត។ ជាទូទៅ គេសង្កេតឃើញថាអង្គភាពចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការបង្កើតឲ្យមានប្រាក់ចំណេញ ផ្តល់សេវាកម្មល្អទៅអតិថិជន បំពេញចិត្តអតិថិជន និងទទួលខុសត្រូវសង្គម។ ផ្ទុយទៅវិញ បណ្តានិយោជិតថ្មីជាទូទៅចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំងលើប្រាក់បៀវត្សរ៍ អត្ថប្រយោជន៍ និងលក្ខខណ្ឌជាក់លាក់នៃការងារ។ ប្រសិនបើចង់ឲ្យកម្មវិធីការតម្រង់ទិសទទួលបានលទ្ធផលវិជ្ជមាន និងជៀសវាងរាល់បញ្ហាការងារផ្សេងៗ គឺត្រូវមានការឆ្លើយតបសមរម្យរវាងសេចក្តីត្រូវការរបស់ក្រុមហ៊ុន និងបណ្តានិយោជិតថ្មីៗ។^៨

ខាងក្រោមនេះ គឺជាប្រធានបទការតម្រង់ទិសការងារកម្រិតអង្គភាព៖

^៦ លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ យក់ បញ្ញាតី (២០១២) ជំពូកទី៥ ការតម្រង់ទិសដៅ និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី៤២)

^៧ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (២០១៤) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត (ទំព័រទី២)

^៨ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (២០១៣) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត (ទំព័រទី២)

❖ ការតម្រង់ទិសការងារកម្រិតអង្គភាព

១. ទិដ្ឋភាពទូទៅរបស់អង្គភាព • មតិស្វាគមន៍ • ការបង្កើត ការរីចម្រើន និន្នាការ គោលបំណង អាទិភាព និងបញ្ហា • ប្រពៃណី ទំនៀមទម្លាប់ បទដ្ឋាន និងស្តង់ដារ • មុខងារនៃការរៀបចំបច្ចុប្បន្ន • ផលិតផល ឬ សេវាកម្ម និងការបម្រើអតិថិជន • ជំហានក្នុងការទទួលផលិតផល ឬ សេវាកម្មទៅអតិថិជន • ទំហំ និងសកម្មភាពចម្រុះ • ការរៀបចំ រចនាសម្ព័ន្ធ និងទំនាក់ទំនងនៃក្រុមហ៊ុន និងសាខាដទៃទៀត • ព័ត៌មានបុគ្គលិក • ទំនាក់ទំនងសហគមន៍ ការរំពឹងទុក និងសកម្មភាពនានារបស់អង្គភាព ២. ការរំលឹកឡើងវិញនូវ គោលនយោបាយ និងទម្រង់ការវិនិយោគ ៣. ការទូទាត់សំណង • អាគ្រាប្រាក់ឈ្នួល • ការថែមម៉ោង • ប្រាក់ឈ្នួលថ្លៃឈប់សម្រាក • ការផ្លាស់ប្តូរវេនការងារ • របៀបទទួលបានប្រាក់ខែ • ការដកចេញ៖ ការទាមទារ និងការសម្រេចចិត្ត • ជម្រើសក្នុងការទិញផលិតផលដែលខូចខាតនឹងតម្លៃរបស់វា • ការបញ្ចុះតម្លៃ • សំណងសម្រាប់ការងារ	• នីតិវិធីគ្រោះថ្នាក់ និងការរាយការណ៍ • តម្រូវការរបស់ OSHA (ការត្រួតពិនិត្យឡើងវិញ) • តម្រូវការខាងក្រៅ • ការប្រើប្រាស់គ្រឿងស្រវឹង និងគ្រឿងញៀនផ្សេងៗនៅកន្លែងការងារ • ទឹកនៃជម្រើសពន្ធ ៦. បុគ្គលិក និងទំនាក់ទំនងសហជីប • ការត្រួតពិនិត្យឡើងវិញនូវលក្ខខណ្ឌការងារ • កិច្ចការស្រាវជ្រាវ និងការដំឡើងឋានៈ • រយៈពេលព្យាករណ៍ និងការរំពឹងទុកលើការងារ • សេចក្តីរាយការណ៍ពីជម្ងឺ និងការមកយឺត • សិទ្ធិ និងទំនួលខុសត្រូវរបស់បុគ្គលិក • សិទ្ធិរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង និងបុគ្គលិកជាន់ខ្ពស់ • ទំនាក់ទំនងបុគ្គលិកជាន់ខ្ពស់ជាមួយនឹងប្រតិភូបុគ្គលិក • ជម្រើស និងការរៀបចំបុគ្គលិក • ការផ្តល់កិច្ចសន្យាសហជីបនិងគោលនយោបាយរបស់ក្រុមហ៊ុន • ការវាយតម្លៃ និងត្រួតពិនិត្យការអនុវត្តការងារ • វិន័យ និងការរិះគន់ • នីតិវិធីបណ្តឹង • លក្ខខណ្ឌបញ្ឈប់ការងារ • កំណត់ត្រានៃចំនួនបុគ្គលិក • ទំនាក់ទំនងទូទៅក្នុងអង្គភាព
--	--

• ព័ត៌មានអំពីឥណទានសហគមន៍នៃប្រាក់កម្ចី • សំណងសម្រាប់ការចំណាយការងារ ៤. អត្ថប្រយោជន៍ • ធានារ៉ាប់រង • វេជ្ជសាស្ត្រ និងទន្តសាស្ត្រ • ធានារ៉ាប់រងអាយុជីវិត • ពិការភាព • ទូទាត់សំណងរបស់បុគ្គលិក • ថ្លៃឈប់សម្រាក និងលំហែកាយ • ការចាកចេញ៖ ជម្ងឺផ្ទាល់ខ្លួន ជម្ងឺគ្រួសារ មរណភាព យោធា កាតព្វកិច្ច ភេរវជន ស្ថានភាពអាសន្ន អវត្តមានច្រើន • ផែនការចូលនិវត្តន៍ និងជម្រើសបន្ទាប់ • ឪកាសទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលទៅនឹងការងារ • សេវាកម្មប្រឹក្សាយោបល់ • អាហារ • សកម្មភាពសង្គម • និងសេវាកម្មផ្សេងៗទៀតដែលអង្គភាពផ្តល់ដល់បុគ្គលិក ៥. សុវត្ថិភាព និងការបង្ការការគ្រោះថ្នាក់ • បញ្ចប់ការឧបត្ថម្ភ (ប្រសិនបើមិនមានដំណើរការងារ) • គ្លីនិកសុខភាព • មជ្ឈមណ្ឌលថែទាំសុខភាព • ការប្រុងប្រយ័ត្នពីសុខភាព • ការរាយការណ៍ពីគ្រោះថ្នាក់ផ្សេងៗ • ការបង្ការគ្រោះអគ្គិភ័យ	• អនាម័យ និងការសម្អាត • ការស្លៀកពាក់ជាងកសណ្ឋាន • កាផ្លាស់ប្តូរសម្ភារៈ • សកម្មភាពគោលនយោបាយក្នុងការិយាល័យ • ហាមប្រាមល្បែងស៊ីសងក្នុងការិយាល័យ • ការដោះស្រាយបញ្ហាពាក្យចាត់អាណត្តិ ៧. សម្ភារៈរូបវន្ត • ដំណើរទស្សនកិច្ច • សេវាកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈ • តំបន់ហាមឃាត់សម្រាប់ការបរិភោគ • ផ្លូវចូលរបស់បុគ្គលិក • តំបន់ហាមឃាត់ • ចំណាត់ថ្នាក់ • ការសង្គ្រោះបឋម • បន្ទប់ទឹក • ការផ្គត់ផ្គង់ និងឧបករណ៍ ៨. កត្តាសេដ្ឋកិច្ច • ចំណាយលើថ្លៃពលកម្ម • ចំណាយលើឧបករណ៍សម្ភារៈ • ចំណាយលើការអវត្តមាន ការឃើតឃាំង និងគ្រោះថ្នាក់ផ្សេងៗ • ប្រាក់ចំណេញ • តម្លៃនៃការចំណាយទៅលើរបស់របរដែលបានជ្រើសជាមួយការលក់ដែលត្រូវការ
---	--

(តារាងទី២៖ ប្រធានបទទាក់ទងនឹងកម្មវិធីការតម្រង់ទិសការងារកម្រិតអង្គភាព)^៩

១.១.២.២ ការតម្រង់ទិសការងារ និងណែនាំអំពីនាយកដ្ឋាន (Departmental and Job orientation)

គឺជាការពណ៌នាអំពីបណ្តាប្រធានបទដែលពិសេសចំពោះការងារ និងនាយកដ្ឋានជាក់លាក់របស់បណ្តាសិយោជិតថ្មីៗ។ បណ្តាសិយោជិតថ្មីៗ ដែលមានបទពិសោធន៍ គឺទំនងជាត្រូវការ ការតម្រង់ទិសការងារតិច។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ សូម្បីតែបណ្តាសិយោជិត ដែលមានបទពិសោធន៍ ក៏ត្រូវការការតម្រង់ទិសដែលជាគន្លឹះសំខាន់ៗខ្លះដែរ។ ទាំងនិយោជិតដែលមានបទពិសោធន៍ និងគ្មានបទពិសោធន៍គួរតែទទួលបាននូវការតម្រង់ទិស ដែលល្អិតល្អន់ពាក់ព័ន្ធ នឹងកិច្ចការនាយកដ្ឋាន។^{១០}ខាងក្រោមនេះ គឺជាប្រធានបទកម្រិតការតម្រង់ទិសការងារ និងណែនាំអំពីនាយកដ្ឋាន៖

❖ **កម្រិតការតម្រង់ទិសការងារ និងណែនាំអំពីនាយកដ្ឋាន**

១. មុខងាររបស់នាយកដ្ឋាន • គោលដៅ និងអទិភាពពេលបច្ចុប្បន្ន • អង្គភាព និងរចនាសម្ព័ន្ធ • សកម្មភាពប្រតិបត្តិការ • ទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងនាយកដ្ឋានដទៃទៀត • ទំនាក់ទំនងការងារនៅក្នុងនាយកដ្ឋាន ២. កាតព្វកិច្ចការងារ និងទំនួលខុសត្រូវ • ការពន្យល់លម្អិតអំពីការងារផ្នែកលើការពិពណ៌នាការងារនិងលទ្ធផលការរំពឹងទុក • ពន្យល់ប្រាប់ពីហេតុអ្វីការងារនេះសំខាន់ និងការងារជាក់លាក់មួយដែលទាក់ទងទៅនឹងនាយកដ្ឋានដទៃ • ពិភាក្សាពីបញ្ហាដែលតែងតែកើតឡើងនិងរបៀបដោះស្រាយនិងជៀសវាង	៣. គោលនយោបាយ និងនីតិវិធី • ច្បាប់តែមួយគត់សម្រាប់ការងារ និងនាយកដ្ឋាន • ការផ្តល់ការសង្គ្រោះបន្ទាន់ • ការប្រុងប្រយ័ត្នសុវត្ថិភាព • របាយការណ៍អំពីគ្រោះថ្នាក់ផ្សេងៗ • ស្តង់ដារអនាម័យ • សន្តិសុខ និងការចំណាយ • ទំនាក់ទំនងជាមួយបុគ្គលិកខាងក្រៅ • ការត្រួតពិនិត្យ និងមានពេលវេលាសម្រាប់អាហារថ្ងៃត្រង់ • ការដកចេញឧបករណ៍ពីនាយកដ្ឋាន • ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃទៅលើការអនុវត្តការងាររបស់បុគ្គលិក • ការដេញថ្លៃការងារនិងការស្នើសុំជាថ្មី • ការហៅចេញ និងចូលទូរស័ព្ទផ្ទាល់ខ្លួន • ទាមទារការផ្គត់ផ្គង់ឧបករណ៍
---	--

^៩ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (២០១៤) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត (ទំព័រទី៣)

^{១០}លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (២០១៤) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត (ទំព័រទី៥)

• ការអនុវត្តកាងារស្តង់ដារដោយផ្អែកលើការវាយតម្លៃ • ពេលវេលា និងម៉ោងធ្វើការ • តម្រូវការថែមម៉ោង • តម្រូវការរបាយការណ៍និងឯកសារថតទុក • រាយការណ៍អំពីតម្រូវការ • ពិនិត្យមើលឧបករណ៍ដែលត្រូវប្រើ • ការពន្យល់ពីកន្លែងនិងរបៀបដើម្បីទទួលបានឧបករណ៍និងរបៀបរក្សាទុកឧបករណ៍និងជួសជុល • ទាក់ទងជាមួយអធិការរដ្ឋនិងសហព័ន្ធ • ប្រភេទនៃជំនួយដែលអាចធ្វើបាន និងរបៀបស្នើសុំជំនួយ	៤. ការណែនាំឲ្យស្គាល់អំពីនាយកដ្ឋាន • បន្ទប់ទឹក • ប្រអប់ការការពារហានិភ័យ • នាឡិកា • ទូរស័ព្ទ • ច្រកចេញ ចូលប្រព័ន្ធលាងសម្អាតភ្នែក • នាយកដ្ឋានសម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់សម្ភារៈ • ការិយាល័យសន្តិសុខ និងអនាម័យ • តំបន់សម្រាប់ដក់បារី • ទីតាំងសេវាកម្ម សម្រាប់ការទំនាក់ទំនងរបស់បុគ្គលិក និងនាយកដ្ឋាន • ឧបករណ៍ជំនួយដំបូង (First Aid Kits) ៥. ការណែនាំបុគ្គលិកថ្មីទៅនិងបុគ្គលិកចាស់
--	---

(តារាងទី៣៖ ប្រធានបទសម្រាប់កម្មវិធីការតម្រង់ទិសការងារ និងណែនាំពីនាយកដ្ឋាន)¹¹

១.១.៣ បណ្តុំឯកសារតម្រង់ទិស (Orientation Kit)

បណ្តុំឯកសារតម្រង់ទិស គឺជាបណ្តុំព័ត៌មានបន្ថែមនៅលើកម្មវិធីតម្រង់ទិសដោយការនិយាយពន្យល់។ ជាធម្មតា បណ្តុំឯកសារតម្រង់ទិសត្រូវរៀបចំឡើងដោយផ្នែកធនធានមនុស្សដែលផ្តល់នូវឯកសារព័ត៌មានជាច្រើន។ បណ្តុំឯកសារតម្រង់ទិសមានដូចជា៖

- អង្គការលេខរបស់ក្រុមហ៊ុន (company organization chart)
- ផែនទីនៃអាគាររបស់ក្រុមហ៊ុន (map of the company's facilities)
- សៀវភៅនិយាយអំពីទំរង់ការ និងគោលនយោបាយរបស់ក្រុមហ៊ុន (copy of policy and procedure handbook)
- បញ្ជីប្រាប់អំពីថ្ងៃឈប់សម្រាក និងអំពីអត្ថប្រយោជន៍បន្ទាប់បន្សំ (List of holidays and fringe benefits)
- ឯកសារអំពីទម្រង់នៃការវាយតម្លៃការងារ កាលបរិច្ឆេទ និងទម្រង់ការ (copies of performance appraisal forms, dates and procedures)
- ឯកសារនៃទម្រង់តម្រូវការផ្សេងៗ [copies of others required forms (e.g. expense

¹¹លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (២០១៥) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត (ទំព័រទី៥)

reimbursement form))

- ទម្រង់ការនៃការការពារគ្រោះថ្នាក់ និងដោះស្រាយបន្ទាន់(emergency and accident prevention procedures)
- គំរូឯកសារនៃទស្សនាវដ្តី ឬការសែតបោះពុម្ពផ្សាយតូចៗរបស់ក្រុមហ៊ុន (sample copy of company newsletters or magazine)
- លេខទូរស័ព្ទ និងទីតាំងនៃផ្នែកបុគ្គលិកសំខាន់ៗរបស់ក្រុមហ៊ុន [telephone numbers and locations of key company personnel (e.g. security personnel)]
- ឯកសារនៃផែនការធានារ៉ាប់រង (copies of insurance plans)¹²

១.១.៤ ពេលវេលា និងរយៈពេលនៃការតម្រង់ទិស

រាល់ពេលដែលត្រូវនិយាយជាមួយអតិថិជន ឬ សក្តានុពលនៃអតិថិជនដែលត្រូវការណែនាំអំពីតម្រូវការផ្សេងៗ ការតម្រង់ទិសរបស់និយោជិតបញ្ហាមួយដែលកើតឡើងម្តងហើយម្តងទៀត គឺចំនួនពេលវេលាដែលចំណាយទៅលើកម្មវិធីណែនាំបុគ្គលិក។ យើងបានដឹងអំពីកម្មវិធីតម្រង់ទិសរបស់បុគ្គលិកភាគច្រើនដែលមានរយៈពេល ពីរ បីម៉ោង ទៅបីសប្តាហ៍។¹³ ជាក់ស្តែង វាមិនអាចទៅរួចនោះទេសម្រាប់និយោជិតថ្មី ដើម្បីទទួលបានដឹងរាល់ព័ត៌មានទាំងអស់ក្នុងកម្មវិធីការតម្រង់ទិសរបស់ក្រុមហ៊ុន ជាមួយរយៈពេលដ៏យូរបាន។ ជាទូទៅ វគ្គខ្លីៗនៃការតម្រង់ទិសត្រូវបានធ្វើឡើងមិនលើសពី ពីរម៉ោង និងមានចំនួនច្រើនថ្ងៃ ការកើនឡើងនូវទិដ្ឋភាពថ្មីៗ ដែលអាចឲ្យនិយោជិតថ្មីឆាប់យល់ និងរក្សាព័ត៌មានដែលចេញផ្សាយបាន។ អង្គភាពជាច្រើនគឺជាអ្នកដឹកនាំនៃកម្មវិធីការតម្រង់ទិស ដែលមានរយៈពេលយូរសម្រាប់កន្លះថ្ងៃ ឬ អាចពេញមួយថ្ងៃ។ ជាធម្មតា កម្មវិធីការតម្រង់ទិសអាចចេញនូវលទ្ធផលអាកប្បកិរិយាអវិជ្ជមានទៅលើផ្នែកខ្លះនៃនិយោជិតថ្មី។ ផ្នែកតម្រង់ទិសគួរតែធ្វើឡើងក្នុងរយៈពេលខ្លី និងជាច្រើនថ្ងៃ ជាមួយការតម្រង់ទិសគួរតែមានផែនការល្អ និងដឹកនាំដោយប្រើនូវបច្ចេកវិទ្យាទំនើបៗនាពេលបច្ចុប្បន្ន។¹⁴

១.១.៥ ការត្រួតពិនិត្យបន្ថែម និងវាយតម្លៃលើការតម្រង់ទិស

ការវាយតម្លៃជាផ្លូវការលើការតម្រង់ទិស ដើម្បីឲ្យដឹងពីភាពស័ក្តិសិទ្ធិនៃកម្មវិធីតម្រង់ទិស។ នាយកដ្ឋានធនធានមនុស្ស គួរតែរៀបចំការពិនិត្យបន្ថែមបន្ទាប់ពីនិយោជិតបានអនុវត្តការងារបាន១ខែ ហើយគួរតែរៀបចំការវាយតម្លៃប្រចាំឆ្នាំនៃកម្មវិធីតម្រង់ទាំងមូល។ គោលបំណងនៃការវាយតម្លៃនេះ

¹²លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (២០១៥) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត (ទំព័រទី៥)

¹³Amy Lewkovich. (2017)

¹⁴ (M Leslie W. Rue, Nabil A. Ibrahim & Lloyd L. Byars, 2016, p.160)

ត្រូវកំណត់ថា តើកម្មវិធីតម្រង់ទិសបច្ចុប្បន្ន បានបំពេញសេចក្តីត្រូវការរបស់ក្រុមហ៊ុននឹង និយោជិត ឬទេ ហើយដើម្បីស្វែងរកមធ្យោបាយដើម្បីកែលម្អកម្មវិធីតម្រង់ទិសបច្ចុប្បន្ន។ ក្រុមហ៊ុនត្រូវការព័ត៌មាន ត្រឡប់ពីបណ្តានិយោជិតថ្មីៗ។ ព័ត៌មានត្រឡប់អាចទទួលបានដោយប្រើវិធីសាស្ត្រដូចខាងក្រោម៖

- កម្រងសំណួរបំពេញដោយគ្រប់និយោជិតថ្មីទាំងអស់ដោយមិនបាច់ចុះហត្ថលេខា។
- សម្ភាសន៍បែបស៊ីជម្រៅដោយសួរកាន់បណ្តានិយោជិតថ្មីខ្លះៗ។
- ការប្រជុំពិភាក្សាជាត្រឹមត្រូវជាមួយបណ្តានិយោជិតថ្មីៗ ដែលបានអនុវត្តការងារ យ៉ាងមាន ជាសកភាព។¹⁵

១.១.៦ គោលបំណងនៃការតម្រង់ទិស

ការតម្រង់ទិសនិយោជិតថ្មីពាក់ព័ន្ធច្រើនជាងអ្វីដែលមនុស្សភាគច្រើនបានដឹង។ ការតម្រង់ ទិសនិយោជិតបានផ្តល់ឲ្យនិយោជិតថ្មីនូវព័ត៌មាន ដែលពួកគេត្រូវការដូចជា (លេខកូតសម្ងាត់ កុំព្យូទ័រ និងច្បាប់របស់ក្រុមហ៊ុន)។ វាអាចជួយនិយោជិតថ្មីចាប់ផ្តើមនូវចំណាប់អារម្មណ៍ចំពោះ ក្រុមហ៊ុន។ ដើម្បីឲ្យសម្រេចនូវការតម្រង់ទិសនិយោជិតថ្មីត្រូវអនុវត្តនូវ៤ជំហានខាងក្រោម៖

- ធ្វើឲ្យនិយោជិតថ្មីមានអារម្មណ៍ថា កក់ក្តៅទទួលស្វាគមន៍ដូចនៅផ្ទះ ហើយពួកគេជាផ្នែក មួយនៃក្រុម។
- ត្រូវតែធ្វើឲ្យប្រាកដថាពួកគេទទួលបាននូវព័ត៌មានមូលដ្ឋានគ្រឹះរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីបំពេញ ការងារឲ្យមានប្រសិទ្ធភាព ដូចជា Email គោលនយោបាយបុគ្គលិក និងអត្ថប្រយោជន៍ ហើយនិងឥរិយាបថការងារដែលក្នុងក្រុមរំពឹងទុក
- ជួយនិយោជិតថ្មីឲ្យយល់ពីស្ថានភាពរបស់អង្គភាពមានអតីតភាពរបស់អង្គភាព បច្ចុប្បន្ន ភាព វប្បធម៌ក្រុមហ៊ុន យុទ្ធសាស្ត្រ និងចក្ខុវិស័យនៅពេលអនាគត
- ចាប់ផ្តើមឲ្យបុគ្គលិកស្គាល់ពីវប្បធម៌ក្នុងក្រុមហ៊ុន និងវិធីក្នុងការអនុវត្ត។¹⁶

១.១.៧ ផលប្រយោជន៍ពីការតម្រង់ទិសបុគ្គលិកថ្មី

នៅក្នុងអង្គភាពអាជីវកម្មខ្លះ កម្មវិធីតម្រង់ទិសជូលនិយោជិតថ្មី តាមផ្លូវការស្ទើរតែមិនកើត មានឡើងទេ ឬ ប្រសិនបើវាកើតឡើងត្រូវបានអនុវត្តក្នុងលក្ខណៈមួយធម្មតា។

នេះគឺជាផលប្រយោជន៍ខ្លះៗ នៃការតម្រង់ទិសនិយោជិតថ្មី ដែលបានរាយការណ៍ដោយ និយោជិតរួមមានដូចខាងក្រោម៖

¹⁵ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (២០១៤) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត (ទំព័រទី៦)

¹⁶(Gary Dessler, 2015, p.252)

- កាត់បន្ថយនូវអត្រានៃការចាកចេញរបស់និយោជិតទៅក្រុមហ៊ុនផ្សេង (Turnover)
- ការងាយស្រួលដល់ការសិក្សារៀនសូត្រ
- ធ្វើឲ្យកាន់តែល្អប្រសើរនូវ សីលធម៌រស់នៅរបស់និយោជិត
- បង្កើននូវផលិតភាពផលិតកម្ម
- កាត់បន្ថយនូវការចុញធុរការម្តងរាល់របស់និយោជិតថ្មី
- កាត់បន្ថយនូវការចំណាយលើការបណ្តុះបណ្តាល។¹⁷

១.២ ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក

ការបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្ស កាន់តែមានភាពសំខាន់ឡើងៗ ចំពោះការទទួលបានជោគជ័យរបស់អង្គភាពអាជីវកម្មទំនើបៗទាំងឡាយ។ ការផ្លាស់ប្តូរបច្ចេកទេសយ៉ាងឆាប់រហ័ស ទាមទារថា និយោជិតទាំងឡាយត្រូវតែមានចំណេះដឹង ជំនាញ និងសមត្ថភាព (KSA) ចាំបាច់ដើម្បីដោះស្រាយនូវដំណើរការថ្មីៗ និងបច្ចេកទេសផលិតកម្ម។¹⁸ ម្យ៉ាងវិញទៀតអង្គភាពអាចរីកចម្រើនទៅបានលឿន គឺអាស្រ័យលើសមត្ថភាព ដែលអាចបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិករបស់ពួកគេ។¹⁹

១.២.១ និយមន័យការបណ្តុះបណ្តាល

ការបណ្តុះបណ្តាល គឺជាដំណើរការនៃការសិក្សា ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការទទួលបាននូវចំណេះដឹង ជំនាញ និងសមត្ថភាពចាំបាច់ ដើម្បីអនុវត្តការងារមួយឲ្យបានជោគជ័យ។²⁰

ការបណ្តុះបណ្តាល គឺជារបៀបវារៈមួយដែលបានផ្ដើមឡើងដោយអង្គភាពអាជីវកម្មមួយដើម្បីជំរុញឲ្យការរៀនសូត្រក្នុងចំណោមសមាជិករបស់វា។²¹

តាមទស្សនៈរបស់លោក Raymond A. Noe (2009) បានយល់ថាការបណ្តុះបណ្តាលគឺសំដៅដល់អង្គភាព ឬ ក្រុមហ៊ុនដែលខិតខំប្រឹងប្រែងបង្កើតគម្រោងដើម្បី បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់សមត្ថភាព នៃការសិក្សារបស់បុគ្គលិក ដែលទាក់ទងនឹងការងារ (សមត្ថភាពនេះ សំដៅដល់ចំណេះដឹង ជំនាញ និង ឥរិយាបថ) ។ ការបណ្តុះបណ្តាល គឺជាសកម្មភាពដែលរៀបចំឡើង ដើម្បីផ្តល់ឲ្យអ្នកសិក្សានូវចំណេះដឹង និងជំនាញ ដែលត្រូវការសម្រាប់ ការងាររបស់ពួកគេនាពេល

¹⁷ លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ យក់ បញ្ញាតី (២០១១) ជំពូកទី៥ ការតម្រង់ទិសដៅនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី៤៣)

¹⁸ លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ យក់ បញ្ញាតី (២០១១) ជំពូកទី៥ ការតម្រង់ទិសដៅនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី៤១)

¹⁹ លោក អ៊ុំ ស៊ីវ៉ាន់ណាត (២០១០) ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សក្នុងឧស្សាហកម្មបដិសណ្ឋារកិច្ច (ទំព័រទី៤៧)

²⁰ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (២០១៤) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិសនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី៦)

²¹ លោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យ យក់ បញ្ញាតី (២០១១) ជំពូកទី៥ ការតម្រង់ទិសដៅនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី៤៦)

បច្ចុប្បន្ន។²²

១.២.២ មូលហេតុ និងគោលដៅនៃការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក

ហេតុផលមួយចំនួនចំពោះអង្គភាពមួយ រៀបចំការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតរបស់ខ្លួនមានដូចជា៖

- ការផ្លាស់ប្តូរបស់រដ្ឋាភិបាល បច្ចេកវិជ្ជា សង្គម និងសេដ្ឋកិច្ចដែលធ្វើឲ្យជំនាញដែលសិក្សាបច្ចុប្បន្នហួសសម័យនៅថ្ងៃអនាគត។
- ការផ្លាស់ប្តូរផែនការរបស់អង្គភាព (ដូចជាការណែនាំប្រើបរិក្ខារថ្មីៗ) ដែលជាការចាំបាច់ដើម្បីឲ្យនិយោជិតធ្វើការងារបច្ចុប្បន្នភាពជំនាញរបស់ពួកគេ ឬ ទទួលយកជំនាញថ្មី។
- បញ្ហាអនុវត្តការងារដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងអង្គភាព ដូចជាផលិតភាពចុះទាប ឬ បញ្ហាធំៗដទៃទៀតដែលអាចកាត់បន្ថយដោយការបណ្តុះបណ្តាល។
- បញ្ហាអាជីពជំនាញ កិច្ចសន្យា បទបញ្ជា អាចតម្រូវឲ្យនិយោជកផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលចំពោះនិយោជិតរបស់ខ្លួន។²³

គោលដៅនៃកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលជំនាញ គឺធ្វើនៃការអនុវត្តតាម ១០០ភាគរយនៃបុគ្គលិកចំពោះស្តង់ដារអាកប្បកិរិយានៃការងាររបស់ពួកគេពីព្រោះពុំមានវិធីណាសម្រាប់អង្គភាពបដិសណ្ឋារកិច្ច ដើម្បីបំពេញការរំពឹងទុករបស់ភ្ញៀវឲ្យមានភាពស្ថិតថេរនោះទេ។ ជារឿយៗទឹកចិត្តរបស់បុគ្គលិក និងមានកម្រិតខ្ពស់សម្រាប់អង្គភាព ដែលទាមទារនូវស្តង់ដារត្រឹមត្រូវដោយសារពួកគេមានអារម្មណ៍ថា មានមោទនៈភាពចំពោះខ្លួនឯង ក្នុងការឈោងទៅដល់ស្តង់ដារនោះ។²⁴

១.២.៣ ផលប្រយោជន៍នៃការបណ្តុះបណ្តាល

ការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតចូលរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់បំផុតក្នុងការកំណត់នូវប្រសិទ្ធភាព (ផ្តល់ទិន្នផលខ្ពស់) និងការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្សដោយសន្សំសំចៃរបស់អង្គភាពអាជីវកម្មមួយ។ ផលប្រយោជន៍នៃការបណ្តុះបណ្តាលរួមមានចំណុចដូចខាងក្រោម៖

- ទទួលបានចំណេះដឹង ជំនាញថ្មីៗរបស់អង្គភាព
- បង្កើនសមត្ថភាព ក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកទេសថ្មី
- និយោជិតមានសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងជាមួយដៃគូអាជីវកម្ម
- អាចមើលឃើញនូវចំណុចខ្សោយ និងសមត្ថភាពជំនាញរបស់និយោជិត

²² លោក អ៊ុំ ស៊ីវ៉ាន់ណាត (២០១០) ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សក្នុងឧស្សាហកម្មបដិសណ្ឋារកិច្ច (ទំព័រទី៤៧)

²³ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (២០១៤) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិសនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី៦)

²⁴ លោក អ៊ុំ ស៊ីវ៉ាន់ណាត (២០១០) ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សក្នុងឧស្សាហកម្មបដិសណ្ឋារកិច្ច (ទំព័រទី៥០)

- អាចរក្សាទុកនូវចំណេះដឹង និងជំនាញនិយោជិត
- បន្ថែមការរីកចម្រើនជំនាញបុគ្គលិក
- ផ្តល់នូវគំនិតផ្តួចផ្តើមដើម្បីសិក្សាបន្ថែម
- បង្កើនកម្រិតបំពេញចិត្តការងារ
- ផ្តល់ឱកាសការឡើងតំណែងទៅដល់សមត្ថភាពខាងក្នុងរបស់ខ្លួន
- ទាក់ទាញនូវទេពកោសល្យថ្មីៗ²⁵
- ធ្វើឲ្យកាន់តែប្រសើរឡើង នូវគុណភាព និងបរិមាណនៃផលិតភាពផលិតកម្ម
- បង្កើនថែមទៀតនូវអាកប្បកិរិយាសមរម្យដោយផ្អែកលើភាពស្មោះត្រង់និងសហប្រតិបត្តិការ
- បំពេញនូវលក្ខខណ្ឌ នៃការរៀបចំផែនការធនធានមនុស្ស។

ផលប្រយោជន៍ទាំងអស់នេះ ជួយទាំងបុគ្គលិក និងអង្គភាពអាជីវកម្មទាំងមូល។ កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលដ៏មានប្រសិទ្ធភាពមួយ គឺជាជំនួយមួយក្នុងការរៀបចំផែនការមុខរបរ ហើយជារឿយៗ វាត្រូវបានគេចាត់ទុកថា ជាឧសថមួយដ៏ស័ក្តិសិទ្ធិសម្រាប់ព្យាបាលជម្ងឺរបស់អង្គភាពអាជីវកម្ម។²⁶

១.២.៤ ជំហានចំពោះកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលដែលជោគជ័យ

ក្នុងការប្រកបអាជីវកម្មមួយដ៏ជោគជ័យ វាមិនអាស្រ័យថា តើក្រុមហ៊ុនមានថវិកាច្រើនប៉ុណ្ណា ក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនទេ ហើយបើទោះបីក្រុមហ៊ុនបានជ្រើសរើសបុគ្គលិករួចរាល់ ឬគ្រប់គ្រាន់យ៉ាងណាក្តីជាទូទៅក្រុមហ៊ុននៅតែអនុវត្តនូវជំហានទាំង៥ ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យទាំងនោះរួមមាន៖ ការអនុវត្តនូវការវិភាគការងារ ការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល ការបង្កើតគោលលំដៅនៃការបណ្តុះបណ្តាល អនុវត្តកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល ឬ វិធីសាស្ត្រនៃការបណ្តុះបណ្តាល និងការវាយតម្លៃលើការបណ្តុះបណ្តាល។

១.២.៤.១ ការអនុវត្តនូវការវិភាគការងារ (Perform Job Analysis)

ការវិភាគការងារ គឺជាដំណើរការនៃការប្រមូលព័ត៌មានអំពីការងារ ទំនួលខុសត្រូវ និងជំនាញពិសេស។²⁷ ម្យ៉ាងទៀត ការវិភាគការងារគឺជាដំណើរការនៃការកំណត់ និងការវាយតម្លៃនៃព័ត៌មានដែលពាក់ព័ន្ធនឹងលក្ខណៈនៃការងារជាក់លាក់មួយ។ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការកំណត់បណ្តាល

²⁵ Angus Gill. (2014)

²⁶ លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ យក់ បញ្ញាតី (ឆ្នាំ២០១១) ជំពូកទី៥ ការគ្រប់គ្រងទិសដៅនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី៤៨)

²⁷ SUSAN M. HEATHFIELD. (2017)

ភារកិច្ចដែលរួមមានដូចជាការងារ និង ជំនាញ ចំណេះដឹង សមត្ថភាព និងការទទួលខុសត្រូវដែលជាការតម្រូវចំពោះអ្នកអនុវត្តការងារដើម្បីឲ្យប្រតិបត្តិការបានជោគជ័យ។ ជាងនេះទៅទៀតការវិភាគការងារ គឺជាចំណុចចាប់ផ្តើមនៃបណ្តាមុខងារធនធានមនុស្សទាំងឡាយ។ ព័ត៌មានដែលទទួលបានពី ការវិភាគការងារបានបង្កើតជាមូលដ្ឋានចំពោះសកម្មភាពផ្សេងៗនៃធនធានមនុស្ស។ ការវិភាគការងារ មានឥទ្ធិពលលើទិដ្ឋភាពជាច្រើននៃការបណ្តុះបណ្តាល។ បន្ទាប់ពីតម្រូវការជាក់លាក់ នៃការងារត្រូវបានកំណត់តាមរយៈការវិភាគការងារ វាអាចកំណត់ថាតើអ្នកកំពុងបំពេញការងារ និងអ្នកថ្មីដែលនឹងមកបំពេញការងារត្រូវទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលថែម ឬ ទេ។ ដូចគ្នានេះដែរ ការបង្កើតគោលបំណងនៃការបណ្តុះបណ្តាលអាស្រ័យទៅលើការវិភាគការងារ។ ការវិភាគការងារមិនគ្រាន់តែពាក់ព័ន្ធនឹងការវិភាគខ្លឹមសារនៃការងារប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាក៏បានពាក់ព័ន្ធនឹងការរាយការណ៍លទ្ធផលនៃការវិភាគ។ លទ្ធផលទាំងនោះជាធម្មតាត្រូវបានបង្ហាញនៅក្នុងទម្រង់របស់ការពិពណ៌នាការងារ(Job Description)និងការបញ្ជាក់ពីសមត្ថភាពលើការងារ(Job Specification)។²⁸

ក. ការពិពណ៌នាលើការងារ (Job Description)

ការពិពណ៌នាលើការងារ គឺសំដៅទៅលើការអធិប្បាយការងារដែលកំពុងអនុវត្តនាពេលបច្ចុប្បន្ន។ វាពន្យល់ជាលាយលក្ខណ៍អក្សរអំពី តើការងារនោះត្រូវបានគេឲ្យឈ្មោះដូចម្តេច តើវាតម្រូវឲ្យអនុវត្តយ៉ាងដូចម្តេច តើវាត្រូវគេអនុវត្តនៅកន្លែងណា ហើយវាត្រូវគេអនុវត្តដោយរបៀបណា។ ទោះជាទម្រង់នៃការពិពណ៌នាលើការងារ (Job Description) មានការខុសប្លែកគ្នាខ្លះៗក៏ដោយJob Descriptionស្ទើរតែទាំងអស់រួមមាន ឈ្មោះការងារ ការសង្ខេបអំពីការងារខ្លីៗ ការកត់ត្រាអំពីភារកិច្ច និងការទទួលខុសត្រូវការងារ និងការពន្យល់នៃទំនាក់ទំនងរបស់អង្គភាពទៅនឹងការងារ។

ខ. ការបញ្ជាក់ពីសមត្ថភាពការងារ (Job Specification)

ការបញ្ជាក់ពីសមត្ថភាពការងារ ផ្តោតទៅលើ ចំណេះដឹង (Knowledge) ជំនាញ (Skills) សមត្ថភាព (Abilities) ហើយនឹងលក្ខណៈផ្សេងៗទៀត ដែលត្រូវអនុវត្តការងារ។ Job specification ពណ៌នាអំពីសមត្ថភាពផ្នែកសិក្សាអប់រំបទពិសោធន៍និងសញ្ញាបត្រដែលអ្នកកំពុងអនុវត្តការងារត្រូវតែមានដើម្បីអនុវត្តការងារ។²⁹

²⁸ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (ឆ្នាំ២០១៤) ជំពូកទី៣ ការវិភាគការងារ (ទំព័រទី៣&៤)

²⁹ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (ឆ្នាំ២០១៤) ជំពូកទី៣ ការវិភាគការងារ (ទំព័រទី៤)

១.២.៤.២ ការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល

ការបណ្តុះបណ្តាល គួរតែតម្រង់ឆ្ពោះទៅធ្វើឲ្យជោគជ័យនៃគោលដៅខ្លះៗនៃអង្គភាព ដូចជា វិធីសាស្ត្រ ផលិតកម្មដែលមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ធ្វើឲ្យប្រសើរដល់គុណភាពផលិតផល ឬ សេវាកម្ម ឬ កាត់បន្ថយថ្លៃចំណាយប្រតិបត្តិការ។ វាមានន័យថាអង្គភាពមួយគួរតែសម្រេចបែបចែកធនធានរបស់ខ្លួន ចំពោះតែសកម្មភាពបណ្តុះបណ្តាលណាដែលអាចជួយយ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងការធ្វើឲ្យសម្រេចគោលដៅរបស់ខ្លួន។ ការវិភាគសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល (Needs Assessments) គឺជាការវិភាគមានលក្ខណៈ ជាប្រព័ន្ធមួយនៃបណ្តាសកម្មភាពបណ្តុះបណ្តាលជាក់លាក់ ដែលអង្គភាពត្រូវការដើម្បីធ្វើឲ្យសម្រេចគោលដៅរបស់ខ្លួន។

ជាទូទៅមានវិធីសាស្ត្រ៥យ៉ាង អាចត្រូវបានប្រើដើម្បីប្រមូលព័ត៌មាន អំពីការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល៖

ក. សម្ភាសន៍ (Interviews)

ការសម្ភាសន៍និយោជិត អាចធ្វើឡើងដោយអ្នកឯកទេសនៅក្នុងនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្ស ឬ ដោយអ្នកជំនាញក្រៅក្រុមហ៊ុន។ សំណួរជាមូលដ្ឋានដែលគួរសួរជាទូទៅមានដូចខាងក្រោម៖

- តើមានបញ្ហាអ្វីខ្លះដែលនិយោជិតជួបប្រទះនៅក្នុងការងាររបស់គាត់?
- តើមានជំនាញ ឬ ចំណេះដឹងបន្ថែមអ្វីខ្លះដែលនិយោជិតត្រូវការដើម្បីអនុវត្តការងារឲ្យបានប្រសើរ?
- តើការបណ្តុះបណ្តាលអ្វីដែលនិយោជិតត្រូវការ?

ខ. កម្រងសំណួរ (Surveys And Questionnaires)

កម្រងសំណួរ ត្រូវបានប្រើជាញឹកញាប់នៅក្នុងការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការ នៃការបណ្តុះបណ្តាល។ ជាធម្មតា កម្រងសំណួរនេះពាក់ព័ន្ធនឹងការបង្កើតនូវបញ្ជីរៀបរាប់អំពីជំនាញដែលត្រូវការ ដើម្បីអនុវត្តការងារណាមួយឲ្យមានភាពស័ក្តិសិទ្ធ ហើយសួរនិយោជិតឲ្យជ្រើសរើសជំនាញដើម្បីបណ្តុះបណ្តាលពីបញ្ជីខាងលើ។

គ. ការអង្កេត (Observation)

ដើម្បីឲ្យមានភាពស័ក្តិសិទ្ធ ការអង្កេតដើម្បីកំណត់សេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាលត្រូវតែធ្វើឡើងដោយបណ្តាបុគ្គលិក ដែលបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលក្នុងការអង្កេតមើលអាកប្បកិរិយារបស់និយោជិត ហើយនឹងបកស្រាយអាកប្បកិរិយាដែលបានអង្កេតឲ្យទៅជាសេចក្តីត្រូវការជាក់លាក់នៃការបណ្តុះបណ្តាល។ អ្នកឯកទេសនៅក្នុងផ្នែកធនធានមនុស្សដែលបានទទួលការ

បណ្តុះបណ្តាលនៅក្នុងការអនុវត្តការវិភាគការងារ (Job Analysis) គួរតែជាអ្នកសម្របសម្រួល ចំពោះការអង្កេតដើម្បីបញ្ជាក់នូវសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល។

ឃ. សម្ភាសន៍ក្រុមចំណាប់អារម្មណ៍ (Focus groups)

ក្រុមចំណាប់អារម្មណ៍រួមមានបណ្តានិយោជិតពីនាយកដ្ឋានផ្សេងៗ និងកម្រិតផ្សេងៗនៅ ក្នុងអង្គភាព។ អ្នកឯកទេសនៅក្នុងនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្ស ឬ អ្នកជំនាញក្រៅអង្គភាពអាច រៀបចំការប្រជុំក្រុមចំណាប់អារម្មណ៍។ ប្រធានបទនៃការប្រជុំគួរតែនិយាយអំពីបញ្ហាដូចជា៖

- តើជំនាញ ឬ ចំណេះដឹងអ្វីដែលនិយោជិតរបស់យើងនឹងត្រូវការដើម្បីឲ្យអង្គភាពយើងអាច រក្សានូវឧត្តមភាពប្រវែងរយៈពេល ៥ ឆ្នាំទៅមុខ?
- តើអង្គភាព របស់យើងមានបញ្ហាអ្វី ដែលគួរតែត្រូវបាន ដោះស្រាយតាមរយៈការបណ្តុះ បណ្តាល?

ង. ឯកសារត្រួតពិនិត្យ (Document Examination)

ឯកសារត្រួតពិនិត្យពាក់ព័ន្ធនឹង ការត្រួតពិនិត្យមើលឯកសាររបស់អង្គភាពស្តីពីអវត្តមាន អត្រាបុគ្គលិកចាកចេញពីអង្គភាព (Turn Over) និងអត្រាគ្រោះថ្នាក់នៅក្នុងការអនុវត្តការងារដើម្បី កំណត់ថាតើមានបញ្ហាកើតមានឡើងឬទេ? ដើម្បីឲ្យដឹងថាតើបញ្ហាណាខ្លះអាចត្រូវបានដោះស្រាយ តាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាល។ ប្រភពព័ត៌មានសំខាន់មួយទៀតក្នុងការត្រួតពិនិត្យ គឺព័ត៌មានពីការ វាយតម្លៃការអនុវត្តការងាររបស់បុគ្គលិក។ បញ្ហាដែលមានជាទូទៅនៅក្នុងការអនុវត្តការងារ ចំពោះ និយោជិតជាច្រើន គឺទំនងជាផ្នែកដែលត្រូវដោះស្រាយតាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាល។³⁰

១.២.៤.៣ ការបង្កើតគោលដៅនៃការបណ្តុះបណ្តាល

បន្ទាប់ពីសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាលត្រូវបានកំណត់គោលដៅនៃការបណ្តុះបណ្តាល ត្រូវតែបង្កើតឡើងដើម្បីបំពេញនូវសេចក្តីត្រូវការទាំងនោះ។ គោលដៅបណ្តុះបណ្តាលអាចចែកជា ជំពូកដូចខាងក្រោម៖

ក. គោលដៅនៃការបង្រៀន (Instructional objective)

- តើគោលការណ៍ ការពិត និងទស្សនៈអ្វីដែលត្រូវសិក្សានៅក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល?
- តើអ្នកណាខ្លះត្រូវរៀន?
- ពេលណាពួកគេត្រូវរៀន?

³⁰ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (ឆ្នាំ២០១៥) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិសនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី៧)

ខ. គោលដៅនៃនាយកដ្ឋាន និងអង្គភាព

- តើការបណ្តុះបណ្តាលនឹងមានឥទ្ធិពលអ្វីទៅលើលទ្ធផលនៃនាយកដ្ឋាន និងអង្គភាពដូចជាករណីអវត្តមាន អត្រាបុគ្គលិកចាកចេញពីអង្គភាព ថ្លៃចំណាយដែលត្រូវកាត់បន្ថយ និងផលិតភាពដែលត្រូវបានធ្វើឲ្យប្រសើរ?

គ. គោលដៅនៃការរីកចម្រើន និងការអនុវត្តរបស់និយោជិតម្នាក់ៗ

- តើការបណ្តុះបណ្តាលមានឥទ្ធិពលទៅលើលទ្ធផលនៃអាកប្បកិរិយានៃនិយោជិតម្នាក់ៗយ៉ាងដូចម្តេច?
- តើការបណ្តុះបណ្តាលមានឥទ្ធិពលទៅលើការរីកចម្រើនផ្ទាល់ខ្លួននៃនិយោជិតម្នាក់ៗយ៉ាងដូចម្តេច?³¹

១.២.៤.៤ អនុវត្តកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល ឬវិធីសាស្ត្រនៃការបណ្តុះបណ្តាល

មានវិធីសាស្ត្រមួយចំនួនអាចប្រើដើម្បីបំពេញសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល និងអាចធ្វើឲ្យសម្រេចនូវគោលដៅរបស់អង្គភាព។ បច្ចេកទេសអភិវឌ្ឍន៍ និងការបណ្តុះបណ្តាល និយោជិតត្រូវបានប្រើប្រាស់ ដោយក្រុមហ៊ុនជាច្រើនក្នុងគោលបំណងពង្រីកជំនាញ និងសមត្ថភាពនៃនិយោជិតរបស់គេ។ បច្ចេកទេសខ្លះនៃបច្ចេកទេសទាំងនោះដូចជាការណែនាំនៅថ្នាក់រៀនជាបណ្តុះបណ្តាលសមស្រប និងជាក់ស្តែង។ បច្ចេកទេសអភិវឌ្ឍន៍ និងបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត អាចត្រូវបានគេបែងចែកជាបច្ចេកទេសបណ្តុះបណ្តាលនៅកន្លែងការងារ និងក្រៅការងារ។³² ហើយវិធីសាស្ត្រដែលគេប្រើជាទូទៅភាគច្រើនមានដូចជា៖

ក. ការបណ្តុះបណ្តាលនៅកន្លែងការងារ និងឆ្លាស់វេន

(On-the-job training and job rotation)

On-the-job training (OJT) ជាធម្មតាផ្តល់ដោយនិយោជិតជាន់ខ្ពស់ដែលមានបទពិសោធន៍ និងដោយអ្នកគ្រប់គ្រង។ និយោជិតត្រូវបានបង្ហាញពីរបៀបអនុវត្តការងារ ហើយបន្ទាប់មកអនុញ្ញាតឲ្យគេឲ្យអនុវត្តការងារនោះ ដោយស្ថិតនៅក្រោមការត្រួតពិនិត្យមើលរបស់អ្នកបណ្តុះបណ្តាល។ ទម្រង់មួយនៃ on-the-job training គឺ job rotation ឬ ពេលខ្លះហៅថា Cross training ។ ចំពោះ Job Rotation និយោជិតម្នាក់ៗហាត់រៀនអនុវត្តការងារមួយចំនួននៅក្នុងផ្នែក ឬ នាយកដ្ឋានរបស់ខ្លួន ហើយហាត់អនុវត្តការងារមួយៗនោះនៅក្នុងអំឡុងពេលជាក់លាក់មួយ។

³¹ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (ឆ្នាំ២០១៥) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិសនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី១០)

³² លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ យក់ បញ្ញាតី (ឆ្នាំ២០១២) ជំពូកទី៥ ការតម្រង់ទិសដៅនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី៥២)

ខ. ការបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ (Apprenticeship Training)

ការបណ្តុះបណ្តាល បានផ្តល់ដល់បុគ្គលិកទើបចាប់ផ្តើមធ្វើការដំបូងនូវការបណ្តុះបណ្តាលពេញលេញទាំងការអនុវត្ត និងទ្រឹស្តីនៃការងារដែលតម្រូវឲ្យមានអាជីពជំនាញខ្ពស់។ បៀវត្សដែលចំណាយទៅឲ្យអ្នករៀនវិជ្ជាជីវៈ ជាទូទៅ ត្រឹមតែពាក់កណ្តាលនៃនិយោជិតដែលបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលពេញលេញ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ បៀវត្សត្រូវកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័សក្នុងរយៈពេល ៦ ខែម្តង។

ខាងក្រោមជាតារាងបង្ហាញពីពេលវេលានៃការបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ៖

❖ មុខជំនាញ	❖ រយៈពេលនៃវគ្គសិក្សា (ឆ្នាំ)
ជាងម៉ាស៊ីនយន្តហោះ	៣-៤
ជាងម៉ាស៊ីនយានយន្ត	៣-៤
ជាងកាត់សក់	២
អ្នកផលិតស្រា (Brewer)	២-៣
អ្នកកាប់សាច់លក់ក្នុងហាង	២-៣
ជាងឈើ	៤
ជាងម៉ាស៊ីនឧបករណ៍តន្ត្រី	៣-៤
អ្នកថតរូប	៣
ជាងវិទ្យុអគ្គីសនី	៤-៥
អ្នកបច្ចេកទេសកាំរស្មីអ៊ុច	៤

(តារាងទី៤៖ ការបង្ហាញពីពេលវេលានៃការបណ្តុះបណ្តាល)

គ. ការបណ្តុះបណ្តាលនៅថ្នាក់រៀន (Classroom Training)

ការបណ្តុះបណ្តាលនៅថ្នាក់រៀន ត្រូវធ្វើឡើងក្រៅពីកន្លែងអនុវត្តការងារ ហើយប្រហែលជាវិធីសាស្ត្រដែលគេប្រើជាទូទៅបំផុត។ វាជាមធ្យោបាយយ៉ាងស័ក្តិសិទ្ធិនៃការផ្តល់ព័ត៌មានយ៉ាងឆាប់រហ័សទៅក្រុមដែលមានមនុស្សច្រើន ហើយដែលពួកគេមានចំណេះដឹងដែលមានកម្រិត ឬ គ្មានចំណេះដឹងនៃប្រធានបទដែលត្រូវធ្វើបទបង្ហាញ។

ឃ. ការបណ្តុះបណ្តាលបែប (Virtual Classroom)

ប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាអ៊ីនធឺណេតបានរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័សដែលនាំឲ្យការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតកំពុងតែផ្លាស់ប្តូរដែរ។ នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនខ្លះការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតបានវិវត្តពីការរៀននៅថ្នាក់រៀនទៅរៀនតាមរយៈអ៊ីនធឺណេត។ Virtual Classroom គឺជាបរិយាកាសនៃការរៀន

និងបង្រៀនតាមរយៈអ៊ីនធឺណែត ហើយប្រើបញ្ចូលគ្នានូវ chat rooms, desk video conferencing, websites និង e-mail សម្រាប់ប្រព័ន្ធបង្រៀនតាមបែបផែនច្រើនសុទ្ធរកថា។ វាមានប្រយោជន៍ក្នុងការជំនះលើឧបសគ្គនៃរយៈពេល និងពេលវេលាហើយមានភាពរហ័សទាន់ចិត្ត។³³

១.២.៤.៥ ការវាយតម្លៃលើការបណ្តុះបណ្តាល (Evaluation Training)

ការវាយតម្លៃលើការបណ្តុះបណ្តាលប្រៀបធៀបលទ្ធផលក្រោយពេលបណ្តុះបណ្តាលជាមួយគោលដៅទាំងឡាយដែលរំពឹងទុកដោយអ្នកគ្រប់គ្រងគ្រប់រូប អ្នកបណ្តុះបណ្តាល និងអ្នកហាត់ធ្វើការងារលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ នៃការវាយតម្លៃកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលរួមមាន៖³⁴

ក. ប្រតិកម្ម (Reaction)

តើអ្នកហាត់រៀនធ្វើការពេញចិត្ត នឹងកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលយ៉ាងណាដែរ? ដោយហេតុថា អ្នកហាត់រៀនធ្វើការ គឺជាអ្នកប្រើប្រាស់ផលិតផលពួកគេបានពេញចិត្តនឹង កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលយ៉ាងណា នោះ គឺជាព័ត៌មានយ៉ាងសំខាន់ ឬទេ? តើពួកគេជឿថា កម្មវិធីត្រូវបានរៀបចំចាត់ចែងល្អ ប្រសើរ និងយកចិត្តទុកដាក់ដែរ ឬទេ? ប្រតិកម្មទាំងនេះជាទូទៅអាចត្រូវបានទទួលតាមរយៈការឲ្យអ្នកចូលរួមទាំងឡាយបំពេញនូវបញ្ជីសំណួរចុងក្រោយបញ្ចប់នៃកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល។

ខ. ការសិក្សា (Learning)

អង្គភាពអាជីវកម្មទាំងឡាយ វាយតម្លៃកម្រិតនៃការសិក្សាដោយការវាស់វែងនូវរបៀបបែបណាដែលអ្នកហាត់រៀនធ្វើ ការងារ បានសិក្សានូវព្រឹត្តិការណ៍ជាក់ស្តែង គំនិត ទស្សនៈ ទ្រឹស្តីនិងចរិយាសម្បត្តិ។ ការធ្វើតេស្តលើសម្ភារៈការបណ្តុះបណ្តាលជាធម្មតាត្រូវ បានគេប្រើប្រាស់សម្រាប់វាយតម្លៃការសិក្សាហើយអាចត្រូវបានគេផ្តល់ទាំងមុនពេល និងក្រោយពេលបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីប្រៀបធៀបពិន្ទុ។ ក្នុងការវាយតម្លៃមុខវិជ្ជាបណ្តុះបណ្តាលនៅតាមក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនលទ្ធផលធ្វើតេស្ត ត្រូវបានគេប្រើប្រាស់ដើម្បីកំណត់នូវមុខវិជ្ជាទាំងឡាយដែលបានផ្តល់ឲ្យនិយោជិតនូវមាតិកាដែលចង់បានបែបណានោះ។ ប្រសិនបើពិន្ទុធ្វើតេស្តបង្ហាញថាការសិក្សាបញ្ហាផ្សេងៗ បន្ទាប់មកអ្នកបណ្តុះបណ្តាលបានទទួលព័ត៌មានត្រលប់មកវិញ ហើយមុខវិជ្ជាទាំងឡាយត្រូវបានគេគ្រោងរៀបចំឡើងវិញដូច្នេះមាតិកាអាចត្រូវបានគេរៀបចំឲ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពថែមទៀត។ ជាការពិតណាស់ការសិក្សា ឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីជាប់តេស្ត មិនធានាថាអ្នកហាត់រៀនធ្វើការងារ អាចធ្វើការងារផ្សេងៗ ជាមួយនឹងអ្វីដែលពួកគេបានសិក្សានោះទេ។

³³ លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (ឆ្នាំ២០១៤) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិសនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី១០)

³⁴ លោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យ យក់ បញ្ញាតី(ឆ្នាំ២០១២) ជំពូកទី៥ ការតម្រង់ទិសដៅនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី៥៥)

គ. ឥរិយាបថ (Behaviors)

ការវាយតម្លៃ ការបណ្តុះបណ្តាលនូវឥរិយាបថ នៅកម្រិតឥរិយាបថវាស់វែងនូវឥទ្ធិពលនៃ ការបណ្តុះបណ្តាលលើការប្រតិបត្តិការងារជាក់ស្តែងតាមរយៈធ្វើសម្ភាសន៍ អ្នកហាត់ធ្វើការងារ ហើយ និងសហសេរីកគេព្រមទាំងការអង្កេតលើការប្រតិបត្តិ ការងារជាក់ស្តែង។ ប៉ុន្តែឥរិយាបថ លំបាកវាស់វែងជាងប្រតិកម្ម និងការសិក្សាទោះបីជាឥរិយាបថផ្លាស់ប្តូរក៏ដោយ ក៏លទ្ធផលដែល អ្នកគ្រប់គ្រងប្រាថ្នាចង់បាន អាចកើតមានឡើង។

ឃ. លទ្ធផល (Results)

និយោជក វាយតម្លៃលទ្ធផលដោយការវាស់វែងនូវឥទ្ធិពល នៃការបណ្តុះបណ្តាលលើការធ្វើ ឲ្យសម្រេចគោលដៅរបស់អង្គភាពអាជីវកម្មមួយ។ អាស្រ័យដោយ ការផ្លាស់ប្តូរនូវកត្តាមួយចំនួន ដូចជា៖ អត្រានៃការចាកចេញរបស់បុគ្គលិក (turnover) ផលិតភាពការងារ ផលិតកម្ម គុណភាព ពេលវេលា ចំណូលពីការលក់ និងការចំណាយផ្សេងៗ ជាក់ស្តែងប្រភេទ នៃការវាយតម្លៃនេះ អាចត្រូវបានអនុវត្តដោយធ្វើការប្រៀបធៀបបញ្ជីស្នាមទាំងឡាយ មុនពេលនិងក្រោយពេលបណ្តុះ បណ្តាលនិយោជិត។ បញ្ហាមួយជាមួយនឹងការវាស់វែងនេះគឺចង្អុលបង្ហាញថា តើ វាជាការបណ្តុះ បណ្តាលដែលធ្វើឲ្យមានការផ្លាស់ប្តូរ ជាច្រើនក្នុងលទ្ធផលទាំងឡាយ។ កត្តាផ្សេងៗទៀតអាចមាន ឥទ្ធិពលយ៉ាងសំខាន់ផងដែរ។³⁵

ដូច្នេះ នៅពេលវាយតម្លៃលទ្ធផលទាំងឡាយ អ្នកគ្រប់គ្រងគួរតែស្វែងយល់រាល់បញ្ហាទាំង អស់ដែលពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងការកំណត់ នូវឥទ្ធិពលនៃការបណ្តុះបណ្តាល។

១.២.៥ បណ្តាគោលការណ៍នៃការបណ្តុះបណ្តាល (Principles of learning)

នៅផ្នែកខាងដើមនៃមេរៀននេះ មិនគ្រាន់តែពិភាក្សា ការកំណត់នៃសេចក្តីត្រូវការនៃការ បណ្តុះបណ្តាលទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងពិភាក្សាអំពីរបៀបនៃការធ្វើឲ្យសម្រេចជោគជ័យនៃការបណ្តុះ បណ្តាល។ ការប្រើប្រាស់គោលការណ៍សិក្សាលំអិតក្នុងអំឡុងពេលនៃការបង្កើត និងអនុវត្តនៃ កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលនេះជួយធានាឲ្យកម្មវិធីនេះបានជោគជ័យ។ ផ្នែកខាងក្រោមនេះ ពិភាក្សា អំពីគោលការណ៍មួយចំនួន នៃការបណ្តុះបណ្តាល។

១.២.៥.១. ការលើកកម្ពស់ជំនាញសម្រេចគោលបំណងផ្ទាល់ខ្លួន

មនុស្សខំធ្វើឲ្យសម្រេចគោលដៅដែលពួកគេបានកំណត់ចំពោះខ្លួនគេ។ គោលដៅទាំងនោះ

³⁵ លោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យ យក់ បញ្ញាតី(ឆ្នាំ២០១២) ជំពូកទី៥ ការតម្រង់ទិសដៅនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី ៥៦)

មានដូចជា job security, financially and intellectually rewarding work, recognition, status, responsibility and achievement។ ប្រសិនបើកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលមួយ ជួយឲ្យទទួលបានគោលដៅខ្លះនៃគោលដៅទាំងនេះ ដំណើរការនៃការបណ្តុះបណ្តាលមានលក្ខណៈងាយស្រួលខ្លាំង។

១.២.៥.២ ចំណេះដឹងនៃលទ្ធផល (Knowledge of Results)

ចំណេះដឹងនៃលទ្ធផល មានឥទ្ធិពលលើដំណើរការបណ្តុះបណ្តាល។ រក្សានូវការផ្តល់ព័ត៌មានអំពីភាពរីកចម្រើនដល់និយោជិត គឺជាការត្រួតពិនិត្យធៀប និងបទដ្ឋានអាចជួយក្នុងការបង្កើតគោលដៅនូវអ្វីដែលសល់ត្រូវបង្រៀនបន្ថែម។ ដំណើរការដែលមានជាបន្តនៃការវិភាគការរីកចម្រើន និងការបង្កើតគោលដៅថ្មីៗ គឺបានជួយធ្វើឲ្យប្រសើរយ៉ាងខ្លាំងដល់ការបណ្តុះបណ្តាល។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ ត្រូវមានការប្រុងប្រយ័ត្នដើម្បីធានាថា គោលដៅមិនពិបាកពេកដើម្បីធ្វើឲ្យជោគជ័យដែលអាចឲ្យនិយោជិតធ្លាក់ទឹកចិត្ត។

ការពន្យល់ដោយការនិយាយ និងការបង្ហាញដោយសិក្ខាកាម និងការប្រលងដោយសរសេរ គឺជាវិធីសាស្ត្រត្រូវប្រើជាញឹកញាប់ដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មានត្រឡប់ទៅសិក្ខាកាម និងអ្នកបណ្តុះបណ្តាល។ លើសពីនេះទៀត ការរីកចម្រើននៃការសិក្សារបស់និយោជិតម្នាក់ៗ ឬក្រុមអាចបង្ហាញនៅលើ Chart ដែលស្គាល់ជាទូទៅថា learning Curve។ វាជួយឲ្យដឹងក្នុងការសម្រេច តើពេលណាត្រូវបង្កើន ឬបន្ថយការបណ្តុះបណ្តាល ឬពេលណាផ្លាស់ប្តូរវិធីសាស្ត្របណ្តុះបណ្តាល។

១.២.៥.៣ ការជំរុញបន្ថែម (Reinforcement)

ទស្សនៈជាទូទៅនៃការជំរុញបន្ថែមគឺថាអាកប្បកិរិយាដែលនាំឲ្យមានលទ្ធផលវិជ្ជមានទំនងជាអាចកើតឡើងម្តងហើយម្តងទៀត ចំណែកអាកប្បកិរិយា ដែលនាំឲ្យមានលទ្ធផលអវិជ្ជមានទំនងជាមិនកើតឡើងម្តងទៀតទេ។ លទ្ធផលវិជ្ជមាន គឺការផ្តល់រង្វាន់ ការសរសើរ និងការទទួលស្គាល់ភាពល្បីល្បាញ គឺជារង្វាន់ជាបែបផែនពីរដែលអាចប្រើក្នុងការបណ្តុះបណ្តាល។

១.២.៥.៤ លំហូរនៃកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល (Flow of the Training Program)

ផ្នែកមួយៗនៃការបណ្តុះបណ្តាលគួរតែរៀបចំឡើង ដែលមានលក្ខណៈពាក់ព័ន្ធគ្នាគ្នាយ៉ាងសមរម្យទៅនឹងផ្នែកដទៃទៀតនៃកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលទាំងមូល ហើយអាចឲ្យនិយោជិតយល់ពីគោលបំណងរបស់វាផង។ លើសពីនេះទៀត ផ្នែកបន្ទាប់ត្រូវតែពាក់ព័ន្ធជាមួយផ្នែកមុនដែលបានសិក្សារួចហើយ។ ចន្លោះប្រហោង និងភាពមិនស្របគ្នានៃព័ត៌មាន ទស្សនៈ និងសម្ភារៈសិក្សាមិនអាចនាំឲ្យមានការសិក្សាដែលស័ក្តិសិទ្ធឡើយ។

១.២.៥.៥ ការអនុវត្ត និងការអនុវត្តឡើងវិញ (Practice and Repetition)

ពាក្យចាស់ដែលពោលថាការអនុវត្ត នាំឲ្យល្អឥតខ្ចោះត្រូវបានអនុវត្តនៅក្នុងការបណ្តុះ

បណ្តាល។ ការអនុវត្ត ឬការអនុវត្តឡើងវិញ ជាទូទៅ បង្កើនភាពស័ក្តិសិទ្ធិនៃការបណ្តុះបណ្តាល។

១.២.៥.៦ រយៈពេលចន្លោះនៃការបណ្តុះបណ្តាល (Spacing of Sessions)

អ្នកគ្រប់គ្រងជាច្រើនចង់ឲ្យនិយោជិតរបស់គេ បញ្ចប់ការបណ្តុះបណ្តាលឲ្យបានឆាប់រហ័ស ហើយត្រឡប់ទៅធ្វើការដែលផ្តល់ផលវិញ។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ វាពាក់ព័ន្ធនឹងការសម្របសម្រួលនៅក្នុងការសម្រេចថា តើការបណ្តុះបណ្តាលត្រូវធ្វើឡើងក្នុងថ្ងៃបន្តបន្ទាប់គ្នាជាប់ ឬក៏ធ្វើឡើងក្នុងរយៈពេលចន្លោះដែលមានរយៈពេលចន្លោះយូរជាង។ ជាទូទៅ ការបណ្តុះបណ្តាលដែលមានរយៈពេលចន្លោះក្នុងអំឡុងពេលណាមួយអាចជួយសម្រួលដល់ដំណើរការសិក្សា។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ ការបណ្តុះបណ្តាលដែលមានរយៈពេលចន្លោះ អាចនាំឲ្យមានភាពស្រួលខ្លាំងដល់ការសិក្សាអាស្រ័យទៅលើប្រភេទនៃការបណ្តុះបណ្តាល។

១.២.៥.៧. ការបណ្តុះបណ្តាលជាផ្នែកៗ ឬទាំងមូលតែម្តង (Whole or Part Training)

តើការបណ្តុះបណ្តាលចំពោះការងារមួយត្រូវបំពេញឲ្យចប់សព្វគ្រប់តែម្តង ឬ ក៏គួរតែបណ្តុះបណ្តាលមួយផ្នែកៗ? ការសម្រេចចិត្តគួរផ្អែកលើទំហំ នៃការងារជាក់លាក់មួយ ព័ត៌មានដែលត្រូវបង្រៀន និងសេចក្តីត្រូវការនៃអ្នកដែលត្រូវបណ្តុះបណ្តាល។ វិធីសាស្ត្រដែលតែងតែជោគជ័យមួយគឺថា ដំបូងត្រូវពន្យល់សង្ខេបត្រួសៗ នៃការងារទាំងមូលមួយដល់និយោជិតរួចហើយ ត្រូវបែងចែកជាផ្នែកៗដើម្បីបង្រៀនលម្អិត។³⁶

³⁶លោកសាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ (ឆ្នាំ២០១៤) ជំពូកទី៦ ការតម្រង់ទិសនិងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (ទំព័រទី១៨)

ជំពូកទី ២

ការអនុវត្តទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

២.១ ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)

បច្ចុប្បន្ននេះ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ជាក្រុមហ៊ុនចម្រុះដែលផ្តល់ជូននូវសេវាកម្ម និងផលិតផលម៉ាកល្បីៗដុំវិញទីផ្សារពិភពលោក។ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ដែលជាក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ គ្រុប (RMA Group) ដែលធ្វើការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផល និងសេវាកម្មគាំទ្រដល់គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដែលបានអនុវត្តនៅទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា។

២.១.១ ប្រវត្តិសង្ខេបរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ គ្រុប (RMA Group)

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ គ្រុប (RMA Group) មានទីស្នាក់ការកណ្តាលនៅទីក្រុងបាងកកនៃប្រទេសថៃ និងមានបុគ្គលិកជាង ៧៥០០នាក់ហើយមានប្រតិបត្តិការនៅក្នុង១៥ប្រទេសនៅទូទាំងពិភពលោក។ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ គ្រុប (RMA Group) ជាក្រុមហ៊ុនដែលមានជំនាញក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលនិងសេវាកម្មសំខាន់ៗដល់ទីផ្សារ ដែលកំពុងរីកចម្រើន និងមានដំណើរការនៅក្នុងសហគមន៍អភិវឌ្ឍដើម្បីកសាង ឬ ស្ថាបនាឡើងវិញនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធក្នុងស្រុកដូចជា៖ ការដឹកជញ្ជូន ការធ្វើទំនាក់ទំនង និងការផ្គត់ផ្គង់ឧបករណ៍ធុនធ្ងន់ទៅលើវិស័យផ្សេងៗ។

- ផ្នែកប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ គ្រុប (RMA Group)រួមមាន៖
 - ផ្នែកផលិតរថយន្ត (Automotive)៖ RMA Automotive គឺជាក្រុមហ៊ុននាំចូលផលិតផលរថយន្តលំដាប់ពិភពលោក និងជាអ្នកចែកចាយម៉ាកយីហោនាំមុខគេរួមមាន៖ ក្រុមហ៊ុនរថយន្ត Ford, ក្រុមហ៊ុនរថយន្ត Jaguar Land Rover, ក្រុមហ៊ុន Mazda និងក្រុមហ៊ុនដទៃទៀត។ RMA គឺជាអ្នកផ្តល់នូវដំណោះស្រាយ ដ៏ទូលំទូលាយដល់បេសកកម្មជំនួយ និងការអភិវឌ្ឍកងកម្លាំងសន្តិសុខផ្សេងៗទូទាំងពិភពលោកជាមួយការផ្តល់នូវផលិតកម្មមួយចំនួនសម្រាប់ផលិតផលរថយន្ត គ្រឿងចក្រធុនធ្ងន់ និងឧបករណ៍ផ្សេងៗទៀត។
 - ផ្នែកឧបករណ៍ (Equipment)៖ RMA ជាដៃគូជាមួយក្រុមហ៊ុនដែលឈានមុខគេក្នុងការគាំទ្រដល់គម្រោងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធតាមរយៈ ការផ្គត់ផ្គង់ឧបករណ៍នៅក្នុងវិស័យកសិកម្ម ការសាងសង់ទូទៅ ការស្ថាបនាផ្លូវថ្នល់ ការដឹកជញ្ជូន និងស្តុកទំនិញ។
 - ដំណោះស្រាយបញ្ហាវិស្វកម្ម(Engineering Solutions)៖ ក្រុមហ៊ុនComin Asiaគឺជាផ្នែកសេវាកម្មឈានមុខគេ ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងជាង 20ឆ្នាំសម្រាប់ការផ្តល់ឲ្យខាងផ្នែក

វិស្វកម្ម នូវការរចនា (Designing) ការពិគ្រោះយោបល់ ពាណិជ្ជកម្ម ឧស្សាហកម្ម សណ្ឋាគារ បដិសណ្ឋារកិច្ច ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងការដឹកជញ្ជូន។

- ផ្នែកសេវាហិរញ្ញវត្ថុ (Financial Services)៖ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ហ្វាយនែន(RMA Finance) ផ្តល់ជូនដំណោះស្រាយការជួលដែលឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរថយន្ត និងសម្ភារៈផ្សេងៗ។ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ហ្វាយនែន (RMA Finance) ផ្តោតលើការបង្កើនថវិកាដល់អង្គការអន្តរជាតិនៃភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលនិងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលដើម្បីបែងចែកធនធានដ៏មានប្រយោជន៍សម្រាប់ផលប្រយោជន៍គម្រោងភ្លាមៗ។ ការជួលត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យអាជីវកម្មរក្សាទុកបម្រុងសាច់ប្រាក់របស់ពួកគេ សម្រាប់គ្រប់គ្រងលំហូរសាច់ប្រាក់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនិងសម្របខ្លួនទៅនឹងស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចដែលកំពុងផ្លាស់ប្តូរ និងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវទ្រព្យសកម្មដែលធានាដល់អាជីវកម្មដោយមិនចាំបាច់ចំណាយដើមទុនបន្ថែម។ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ហ្វាយនែន (RMA Finance) ក៏បានផ្តល់នូវសេវាកម្មផ្សេងៗដូចជា៖

- ការផ្តល់ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន (Leasing with RMA Finance) គឺជាក្រុមហ៊ុនប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន RMA Group បានផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់អតិថិជនរាប់ពាន់នាក់ដោយផ្តាច់មុខលើផលិតផលដែលលក់ដោយក្រុមហ៊ុន RMA Group ដូចជា Ford, Mazda, Jaguar Land Rover, Fuso Trucks, John Deere, JCB, TCM និង Kärcher។
- ការទិញដាក់ខែ ឬ បង់រំលស់ (Hire Purchase) គឺជាផ្នែកសេវាកម្មសម្រាប់ភ្ញៀវបង់ថ្លៃនូវផលិតផលក្នុងដំណាក់កាលជាប្រចាំ (ការទូទាត់សងប្រចាំខែ ឬ កាលវិភាគទូទាត់តាមរដូវកាល) កម្មសិទ្ធិរបស់រថយន្តត្រូវបានផ្ទេរទៅកាន់អតិថិជននៅពេលទទួលបានការទូទាត់ពេញ។
- ជួលជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិ (Lease to Own) អតិថិជនចុះហត្ថលេខាលើកិច្ចសន្យាជួលជាមួយក្រុមហ៊ុន RMA Finance Services ដោយមានផ្តល់ឱ្យបុគ្គលម្នាក់ៗបំពេញនូវលិខិតស្នាមផ្សេងៗ។
- ដំណោះស្រាយជួលរថយន្ត (Fleet Leasing Solutions) អតិថិជនចុះហត្ថលេខាលើកិច្ចសន្យា សម្រាប់ការប្រើប្រាស់របស់របរមួយ រួមទាំងកម្មវិធីបញ្ជាការធានារ៉ាប់រងការថែទាំនិងពន្ធផ្លូវប្រចាំឆ្នាំក្នុងអំឡុងពេលជួល។
- ការធានារ៉ាប់រងរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ (RMA Insurance) គឺជាការការពារជា

សកលក្នុងទីផ្សារទាប និងហានិភ័យផ្សេងៗ ដើម្បីការពារទ្រព្យសម្បត្តិក្រុមហ៊ុន RMA Group ផ្តល់ជូននូវគោលនយោបាយធានារ៉ាប់រងទូទាំងពិភពលោកដ៏ទូលំទូលាយដោយភ្ជាប់ជាមួយក្រុមហ៊ុន Clements International ។

- ផ្នែកបដិសណ្ឋារកិច្ច(Hospitality) : ផ្នែកបដិសណ្ឋារកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុន RMA Group បានបង្កើតក្រុមហ៊ុន Express Food Group ក្នុងឆ្នាំ២០០៥ហើយចាប់តាំងពីពេលនោះមកក្រុមហ៊ុនបានពង្រីកប្រតិបត្តិការម្ហូបអាហារនិងភេសជ្ជៈយ៉ាងទូលំទូលាយនៅទូទាំងអាស៊ីអាគ្នេយ៍។
- ផ្នែកសេវាកម្មសំខាន់ៗរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ គ្រុប (RMA Group) មាន៦ដូចខាងក្រោម៖
 - ដំណោះស្រាយសេវាទូរស័ព្ទចល័ត (Mobile Service Solutions)
 - សេវាគ្រឿងផ្គត់ផ្គង់ (Parts Supply)
 - សេវាទ្រទ្រង់ផ្នែកបច្ចេកទេស (Technical Support)
 - សេវាធានារ៉ាប់រង (Warranty)
 - សេវាបណ្តុះបណ្តាល (Training)
 - ដំណោះស្រាយភស្តុភារ (Logistics Solutions)។³⁷

២.១.២ ប្រវត្តិសង្ខេបរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) បានឈានជើងចូលទីផ្សារប្រទេសកម្ពុជានៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញដំបូងគេបង្អស់ ហើយក្រុមហ៊ុននេះបានរីកចម្រើនពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំដើម្បីផ្តល់ការផ្គត់ផ្គង់ជូនអតិថិជននូវផលិតផលនិងសេវាកម្មជាច្រើន ជាមួយការចូលរួមពីបុគ្គលិកច្រើនជាង ២០០០ នាក់។³⁸ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ក៏បានផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់របស់ខ្លួនទៅលើផ្នែកធនធានមនុស្សតាមរយៈការផ្តល់នូវកម្មសិក្សា (Internship) និងឱកាសការងារដល់និយោជិតជំនាញមូលដ្ឋាន និងនិយោជិតដែលមានជំនាញប្រមាណ ២០០០នាក់ដោយមានជនបរទេសជាច្រើន ធ្វើការជាមួយគ្នា ដើម្បីចែករំលែកជំនាញរបស់ពួកគេដល់និយោជិត។

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ជាក្រុមហ៊ុនដែលនាំមុខគេនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាផ្នែកសេវាកម្ម គ្រឿងបន្លាស់ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ វិស្វកម្ម និងសេវាកម្មម្ហូបអាហារនៅទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា។ ប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) នៅទូទាំងប្រទេសកម្ពុជារួមមានការិយាល័យនិងសាខាចំនួន ៥៨ ក្នុងនោះក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) មានការិយាល័យកណ្តាលនៅក្នុងទីក្រុងភ្នំពេញ និងមានការធ្វើអាជីវកម្មនៅតាម

³⁷ RMA Group. (2018)

³⁸ RMA Group. (2018)

ទីរួមខេត្តមួយចំនួនដូចជា៖ ខេត្តសៀមរាប កំពង់ធំ ព្រះសីហនុ បាត់ដំបង តាកែវ ប៉ៃលិន។ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) មានដូចខាងក្រោម៖³⁹

- ឆ្នាំ ១៩៩២ ៖ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) បានចូលទីផ្សារប្រទេសកម្ពុជាក្នុងការជួយសម្រួលដល់ការអភិវឌ្ឍហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងអភិវឌ្ឍប្រទេស។
- ឆ្នាំ ១៩៩៧ ៖ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) បានធ្វើការចែកចាយផ្តាច់មុខនូវរថយន្តម៉ាក Ford នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។
- ឆ្នាំ ២០០៥ ៖ ក្រុមហ៊ុន Express Food Group Co.,Ltd – EFG :បាននាំយក The Pizza Company ចូលមកក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។
- ឆ្នាំ ២០០៧ ៖
 - ក្រុមហ៊ុនអ អឹម អេ ហ្វាយនែន (RMA Finance)ឈានដឹងចូលទីផ្សារប្រទេសកម្ពុជាក្នុងការជំរុញ និងបង្កើនការលក់រថយន្តម៉ាក Ford ដោយធ្វើការផ្តល់សេវាឥណទាន ដល់អតិថិជន។
 - ក្រុមហ៊ុន Express Food Group Co.,Ltd – EFG: បាននាំចូលនូវហាងកាហ្វេ ម៉ាក Sweetsen’s មកកាន់ប្រទេសកម្ពុជា។
- ឆ្នាំ ២០១១ ៖
 - ក្រុមហ៊ុន Express Food Group Co.,Ltd – EFG បានធ្វើការនាំចូលបន្ថែមនូវហាងកាហ្វេ មួយទៀតគឺ Diary Queen ។
 - ក្រុមហ៊ុន AVR (Asia Vehicle Rental) ជាក្រុមហ៊ុនផ្នែកផ្តល់សេវាកម្មខាងជួលរថយន្តម៉ាក AVIS។
- ឆ្នាំ ២០១២ ៖ ក្រុមហ៊ុន Express Food Group Co.,Ltd – EFG: បាននាំចូលនូវហាងកាហ្វេ ម៉ាក Costa Coffee ដែលមានប្រភពដើមពីប្រទេសអង់គ្លេស។
- ឆ្នាំ ២០១៦ ៖ ក្រុមហ៊ុន Express Food Group Co.,Ltd – EFG: ធ្វើការបន្ថែមនូវប្រភេទហាងថ្មីមួយទៀតគឺ Krispy Kreme នំដូណាត់ ។
- ឆ្នាំ ២០១៧ ៖
 - ក្រុមហ៊ុន Express Food Group Co.,Ltd – EFG: គឺការនាំចូលមកប្រទេសកម្ពុជានូវ

³⁹ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍន៍យោធិធិរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២៤ ឧសភា ២០១៨។

Bar.B.Q Plaza ។

- ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ហ្វាយនែន(RMA Finance)បានប្តូរទៅជា Bank Of South Pacific វិញ។

២.១.៣ ផលិតផលនិសេនាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

២.១.៣.១ ផ្នែករថយន្ត (Automotive Division)

ក. ផលិតផលលក់ក្នុងទីផ្សារ (In Market Dealerships)

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ជាក្រុមហ៊ុនធំមួយនៃប្រភេទរថយន្តម៉ាក ស៊ីអិលធីប ដែលសុទ្ធសឹងនាំចូលមកនូវម៉ាកល្បីៗពិភពលោកដើម្បីបម្រើជូនដល់អតិថិជននូវ គុណភាពខ្ពស់ តម្លៃសមរម្យ និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះនៃរថយន្ត។ ក្រុមហ៊ុនក៏បាននាំចូលរថយន្តម៉ាកល្បីៗ ទាំងនោះដូចជា៖

- រថយន្តម៉ាកFord គឺជាផ្នែកប្រតិបត្តិការមួយដ៏ធំជាងគេរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) និងដែលជាផ្នែកសមាជិកដ៏សំខាន់របស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ក្រុម (RMA Group) រថយន្តម៉ាកFord ត្រូវបានបង្កើតឡើងតាំងពីឆ្នាំ ១៩៩៧ និងបានសម្រេចប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួនយ៉ាង ពេញលេញនៅ ខែមីនា ឆ្នាំ២០០០។ បុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ដែលបម្រើការងារនៅរថយន្តម៉ាកFord មានចំនួនបុគ្គលិកច្រើនជាង ១០០នាក់ (សម្រាប់បុគ្គលិក ពេញម៉ោង)។ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ក៏បានផ្តល់សិទ្ធិការចែកចាយរថយន្ត ម៉ាកលំដាប់ពិភពលោកតែមួយគត់គឺ Ford Motor Company។⁴⁰ ម៉ាករថយន្តដ៏ល្បីល្បាញបំផុតរបស់ អាមេរិកនេះ បានកសាងកេរ្តិ៍ឈ្មោះអស់រយៈពេល៤ឆ្នាំជាប់គ្នា ដែលរថយន្តFordត្រូវបានគេចាត់ ទុកថាភាគច្រើនជាប្រភេទរថយន្តដែលមានអតិថិជនចូលចិត្តទាំងប្រជាជនខ្មែរ និងបរទេសសម្រាប់ ប្រកបអាជីវកម្ម និងប្រើប្រាស់ជាលក្ខណៈគ្រួសារ។⁴¹

- ប្រភេទរថយន្តម៉ាកFordមានដូចជា៖

- Sedan Cars: Fiesta 4Drs/5Drs, Focus 4Drs/5Drs, Taurus
- Sport Car: Ford Mustang
- Crossovers and SUVs: Ford Everest, Ford Explorer, Ford Escape
- Pickups/Trucks: Ford F-150 Raptor, Ford Ranger Wild track



⁴⁰ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុភ័ក្ត្រី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២៤ ឧសភា ២០១៨។

⁴¹RMA Cambodia. (2018)

- Commercials: Ford Transit, Ford Super Duty⁴² (សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធទី២)

ខាងក្រោមនេះ ជាវចនាសម្ព័ន្ធនៃផ្នែកគ្រប់គ្រងរថយន្តម៉ាកFordទាំងមូល៖

FORD DIVISION



• រថយន្តម៉ាកJaguar Land Rover (JLR)៖ ក្រុមហ៊ុន RMA Cambodia គឺជាអ្នកចែកចាយតែមួយគត់សម្រាប់អាជីវកម្មផលិតរថយន្តធំបំផុតរបស់អង្គភាពគឺក្រុមហ៊ុន Jaguar Land Rover ។ JLR ត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅជុំវិញស្លាកយីហោរថយន្តពីរបស់អង្គភាព Land Rover ដែលជាក្រុមហ៊ុននាំមុខគេលើពិភពលោកនូវរថយន្តដែលមានគុណភាពខ្ពស់ និងរថយន្តម៉ាក Jaguar ដែលជារថយន្តប្រណីតលំដាប់កំពូល និងរថយន្តម៉ាករថយន្តក៏ឡាស់លំដាប់ពិភពលោក។ ដោយមានស្តង់ដារអន្តរជាតិខ្ពស់បំផុតដូចជា សាលតាំងបង្ហាញ និងឃ្លាំងធំបំផុតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាតាមបណ្តោយមហាវិថីស្ទឹង។ ម្យ៉ាងទៀត ក្រុមហ៊ុន Jaguar Land Rover ក៏បានអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនរបស់ពួកគេទទួលបាននូវបទពិសោធន៍ និងកម្រិតសេវាកម្មទំនើបគ្មានដែនកំណត់។⁴³

- ប្រភេទរថយន្តម៉ាកJLRមានដូចជា៖

- ♦ ផលិតផល /គំរូរថយន្តដែល Land RoverAll New Range Rover

- Range Rover Sport
- Range Rover Evoque
- Land Rover Defender



⁴² ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)

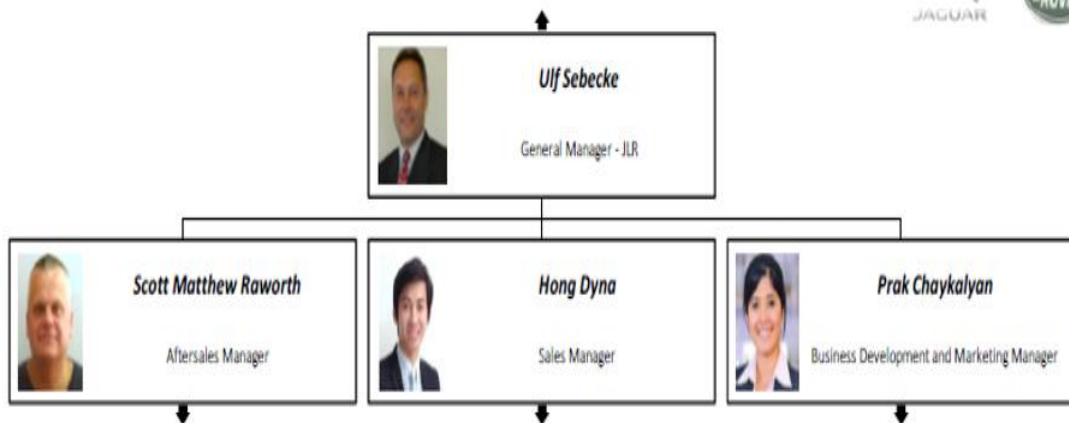
⁴³RMA Cambodia. (2018)

- Land Rover Freelander
- Land Rover Discovery
 - ♦ ផលិតផល/គំរូម៉ូដែល Jaguar
- Jaguar XJ
- Jaguar XF
- Jaguar XK
- Jaguar F-Type(សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធទី២)⁴⁴



ខាងក្រោមនេះ ជាវចនាសម្ព័ន្ធនៃផ្នែកគ្រប់គ្រងរថយន្តម៉ាកJRLទាំងមូល៖

JAGUAR LAND ROVER DIVISION



ខ. សេវាកម្មកែច្នៃ (Modification)

RMA Automotive មានកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីលំដាប់ថ្នាក់ពិភពលោកដែលជាផ្នែកកែច្នៃរថយន្តស្ថិតក្នុងស្ថានភាពពិបាកបំផុត គ្រប់ពេល និងគ្រប់ទីកន្លែង។ វិស្វករដែលមានជំនាញខ្ពស់នៅមជ្ឈមណ្ឌលអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលរថយន្ត RMA Automotive ប្រើបច្ចេកវិទ្យាទំនើប និងការច្នៃប្រឌិតការឌីហ្សាញដើម្បីបង្កើតដំណោះស្រាយចំពោះតម្រូវការកែប្រែរថយន្តដែលទាមទារច្រើនបំផុត។⁴⁵ ជាមួយគ្នានេះ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ក៏មានការផ្គត់ផ្គង់ផ្នែកសេវាកម្មកែច្នៃរថយន្តធម្មតាឲ្យក្លាយទៅជា៖ រថយន្តដឹករ៉ែ (Mining), រថយន្តរដ្ឋាភិបាល និងយោធា (Government & Military), ឡានពេទ្យ(Emergency Response),រថយន្តជីកលុយ (Armor / Cash

⁴⁴ ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

⁴⁵RMA Cambodia. (2018).

in Transit) សម្រាប់បំពេញតម្រូវការដល់អតិថិជន។(សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធទី២)⁴⁶

គ. សេវាកម្មជួសជុល (After Sales)

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) មិនត្រឹមតែធ្វើការនាំចូលម៉ាស៊ីនយន្តល្បីៗ នោះទេ ក្រុមហ៊ុនក៏បានបង្កើតឲ្យមានសេវាកម្មជួសជុល និងថែទាំរថយន្តដើម្បីបំពេញតម្រូវការក៏ ដូចជាការបង្កើនទំនុកចិត្តបន្ថែមជូនអតិថិជន ដែលបានជារថយន្តពីក្រុមហ៊ុន។ ជាពិសេស នៅ ពេលរថយន្តរបស់អតិថិជនជួបប្រទះបញ្ហា ពួកគេអាចធ្វើការទំនាក់ទំនង និងផ្តល់ជាប្រឹក្សា យោបល់ជាមួយសេវាកម្មជួសជុលរថយន្តចល័ត២៤ម៉ោង។

• **Quick Lane** គឺជាការផ្តល់នូវសេវាកម្មការថែទាំរថយន្តជាប្រចាំដូចជា ការផ្លាស់ប្តូរប្រេង និង ឧបករណ៍ជួសជុលពន្លឺ រួមទាំងការជួសជុលប្រាំង និងការជំនួសសំបកកង់នៅលើយានយន្ត និង ម៉ូដែលទាំងអស់។⁴⁷



២.១.៣.២ ផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ (Infrastructure Division)

ក. ឧបករណ៍កសិកម្ម (Agriculture Equipment)

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ជាអ្នកចែកចាយ និងផលិតផលម៉ាកលានមុខគេនៅក្នុងឧស្សាហកម្មកសិកម្ម ឈ្មោះ John Deere មកពីសហរដ្ឋអាមេរិក។⁴⁸ ផលិតផលម៉ាក



John Deere ខ្នាតធំមួយនេះ ក៏មានលក់នូវបណ្តាត្រាទ័រ និងឧបករណ៍ធំៗ ជាច្រើនសម្រាប់វិស័យ កសិកម្មរួមទាំងមានគ្រឿងបន្លាស់សម្រាប់ដាំដំណាំដូចជា៖ អង្ករ អំពៅស្ករ កៅស៊ូ និងដំឡូង ដែល ជាសក្តានុពលដ៏មានប្រសិទ្ធភាពមួយក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

ខ. ឧបករណ៍ធ្ងន់ធ្ងរ (Heavy Equipment)

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) គឺជាអ្នកចែកចាយផលិតផលនៅក្នុង

⁴⁶ ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

⁴⁷ DEARBORN, MICH. . (2014)

⁴⁸ RMA Cambodia . (2018)

ឧស្សាហកម្មហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនៃJCB ដែលបាននាំចូលពីចក្រភពអង់គ្លេស និងនាំចូលនូវប្រភេទ ឡានដឹកទំនិញម៉ាកMitsubishi Fuso មកពីក្រុមហ៊ុនជប៉ុន ម៉ាក CAMC និងម៉ាកDRESSTA សម្រាប់ ប្រើប្រាស់កសាងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវថ្នល់ និងសំណង់ផ្សេងៗ។⁴⁹(សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធទី២)⁴⁹

២.១.៣.៣ ផ្នែកផលិតផលពិសេស (Special Product)

ផ្នែកផលិតផលពិសេសរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) រួមមាន៖

- ក្រុមហ៊ុនក្រុមផលិតផលម៉ាក Hako គឺជាក្រុមហ៊ុននាំមកនូវម៉ាក ផលិតសម្ភាត ទីក្រុង សណ្ឋាគារ និងផ្លូវថ្នល់ ជាមួយបច្ចេកវិទ្យាអន្តរជាតិ ឈានមុខគេមួយ។ ក្រុមហ៊ុនក៏មានការផ្តល់ជូននូវម៉ាស៊ីនសម្ភាតបែបច្នៃ ប្រឌិត ព្រមទាំងសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនដែលមានមុខងារច្រើនជូនអតិថិជនពី គោលដៅជាច្រើនទូទាំងពិភពលោក។ ប្រសិទ្ធភាពនៃក្រុមផលិតផលដ៏ល្អ បំផុតដែលអាចធ្វើជានិរន្តរភាពលក្ខណៈផលិតផល និងការរួមបញ្ចូលទាំង កញ្ចប់សេវាកម្មដែលទាក់ទងនឹងផលិតផលផងដែរ។ ក្រុមផលិតផល HAKO រួមមាន៖ HAKO, Minuteman, និងPowerBoss ។⁵⁰



- ផលិតផលម៉ាក 3M ជាក្រុមហ៊ុនដែលពីមុនត្រូវបានគេស្គាល់ជាក្រុម ហ៊ុន Minnesota Mining និងManufacturing ដែលជាក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្ម ចម្រុះជាតិពហុជាតិមួយ។⁵¹ ក្រុមហ៊ុនផលិតផលនេះ ផ្តល់នូវ ផលិតផលសម្ភាត ឧបករណ៍ការពារការសុវត្ថិភាព និងគ្រឿងបរិក្ខារប្រើប្រាស់ ក្នុងឧស្សាហកម្មដែលមានគុណភាពល្អនៅលើពិភពលោក។



- JLG ជាក្រុមហ៊ុនផលិតគ្រឿងម៉ាស៊ីនធំៗ សម្រាប់ប្រើប្រាស់ ក្នុងការសាងសង់នូវអាគារខ្ពស់ៗនៅក្នុងវិស័យផ្សេងៗទៀត និងគ្រឿង បរិក្ខារដូចជាជណ្តើរយន្តដែលត្រូវបានគេស្គាល់ទូទាំងពិភពលោកអំពី ប្រសិទ្ធភាពភាពងាយស្រួលនិងសុវត្ថិភាព។ នៅប្រទេសកម្ពុជា ក្រុមហ៊ុន JLG ត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងការថែរក្សា ជួសជុលអគារ និង អគ្គិសនីផងដែរ។



⁴⁹ ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា
⁵⁰ ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា
⁵¹G. Thulin. (2018)

• TCM គឺជាម៉ាករបស់យន្តដឹកទំនិញដំបូងរបស់ប្រទេសជប៉ុនជាមួយនឹងផលិតផលគ្រប់ប្រភេទប្រសិទ្ធភាពរបស់វាជាតម្រូវការរបស់អតិថិជន។ ក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្ម ម៉ាកTCMបច្ចុប្បន្នកំពុងជាសេចក្តីការ និងជម្រើសដ៏ប្រសើរសម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងឃ្លាំង និងរួមទាំងសេវាកម្មផ្សេងៗ។

• ក្រុមហ៊ុនMS. Plastic ដែលជាក្រុមហ៊ុនផលិតចែកចាយនូវបណ្តាបន្ទះប្លាស្ទិចសម្រាប់ប្រើប្រាស់ ប្រចាំថ្ងៃដូចជា៖ Ms. Pallet, Ms. Container, Ms. Furniture, Ms. Helmet ដែលឈានមុខគេរបស់ម៉ាឡេស៊ីតែមួយគត់លើផ្នែកដឹកជញ្ជូន និងស្តុក។ ក្រុមហ៊ុនផ្តល់ជូននូវផលិតផលនិងសេវាកម្មប្លាស្ទិចជាច្រើនសម្រាប់អាជីវកម្មក្នុងស្រុកនិងអន្តរជាតិ។



• STARKE ជាផលិតផលដែលគេប្រើប្រាស់ជាប្រព័ន្ធដែកតម្រៀប និងសម្រាប់ស្តុកទុកឥវ៉ាន់ឃ្លាំងក្នុងឧស្សាហកម្ម។ បច្ចុប្បន្នក្រុមហ៊ុននេះ កំពុងពេញនិយមនៅក្នុងឧស្សាហកម្មជាច្រើននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដូចជាការផលិតការធ្វើពាណិជ្ជកម្មរថយន្តរថយន្ត ឃ្លាំង ម្ហូបអាហារ និងត្រូវបានគេពេញចិត្តបំផុតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាសម្រាប់គុណភាពនិងសេវាកម្ម។



• Megger ជាឧបករណ៍ដែលត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាបំផុតសម្រាប់ការសាកល្បងនូវគុណភាព ឬ សំពាធឱ្យល់ និងសម្រាប់តេស្តនូវប្រព័ន្ធទូរគមនាគមន៍ផ្សេងៗ និងភាពល្បឿនលើពិភពលោកជាមួយ ដំណោះស្រាយការធ្វើតេស្តតម្រូវការវាស់ស្ទង់អគ្គិសនី។



• Seba KMT ជាក្រុមហ៊ុនផលិតផលិតផលសម្រាប់សាកល្បង និងធ្វើតេស្តបណ្តាញខ្សែថាមពល ដូចជាប្រព័ន្ធខបករណ៍ទឹក ភ្លើងជាមួយបច្ចេកវិទ្យាដ៏ទំនើប។ ការផ្គត់ផ្គង់ឧបករណ៍ទាំងនេះ ក៏បានចរចាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដោយភាគច្រើនប្រើប្រាស់ក្នុងវិស័យអគ្គិសនីកម្ពុជារដ្ឋាករទឹកស្វយ័តក្រុងភ្នំពេញ។⁵²



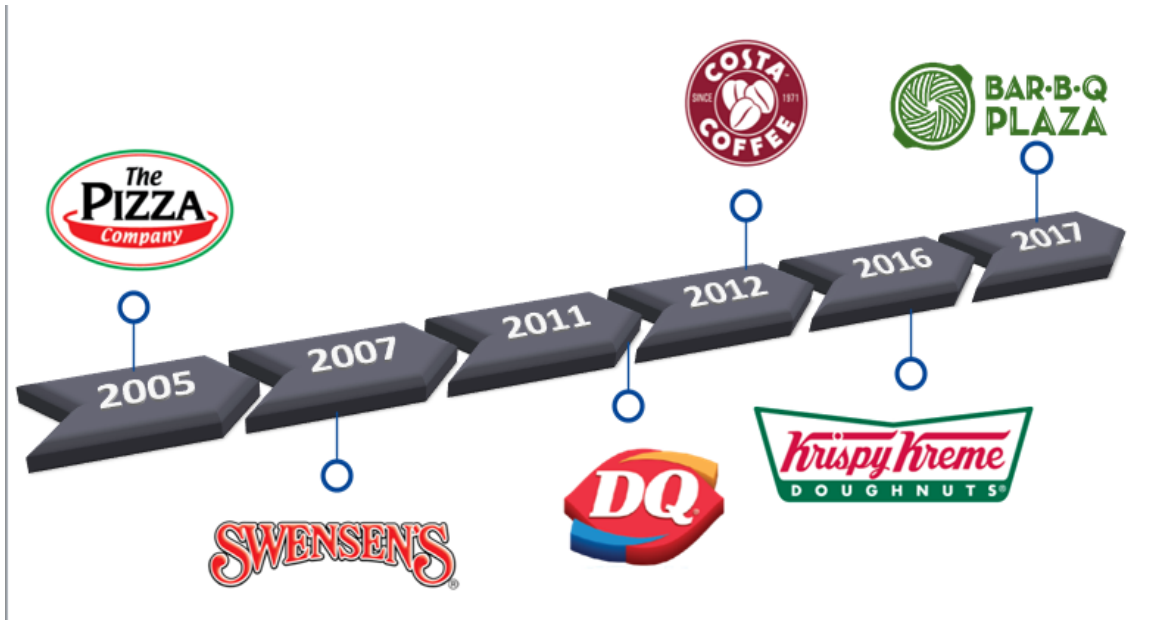
២.១.៣.៤ ផ្នែកបដិសណ្ឋារកិច្ច (hospitality Division)

បច្ចុប្បន្នក្រុមហ៊ុន Express Food Group Co., Ltd. (EFG) កំពុងតែគ្រប់គ្រងហាងម្ហូបអាហារ

⁵²ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

និងភេសជ្ជៈល្បីសំខាន់ៗចំនួនទាំងប្រាំមួយគឺ The Pizza Company, Bar.B.Q Plaza, Swensen's, Costa Coffee, Dairy Queen និង Krispy Kreme ។

ខាងក្រោមនេះគឺជាឆ្នាំផលិតផលនីមួយៗនៃក្រុមហ៊ុន Express Food Group Co.,Ltd. (EFG)៖



- The Pizza Company

ជាភីហ្សាដែលមានប្រភពចេញពីប្រទេសថៃ និងបានលេចមុខដំបូងនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ជាផ្លូវការនៅថ្ងៃទី 25 ខែកក្កដា ឆ្នាំ 2005។ The Pizza Company គឺភាគច្រើនជាចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់ប្រជាជនកម្ពុជា ដែលមានរសជាតិប្លែកបែបអឺរ៉ុប និងអតិថិជនអាចទទួលយកបានទាំងនៅរាជធានីភ្នំពេញ និងតាមបណ្តាខេត្ត។ សាខាសរុបនៃភោជនីយដ្ឋាន The Pizza Company មានចំនួន ២៦ សាខាគឺនៅរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប ខេត្តព្រះសីហនុ ខេត្តបាត់ដំបង ប៉ោយប៉ែត និងខេត្តកំពង់ចាម។



- Swensen's ហាងកាហ្វេ Swensen's ជាចំណង់ចំណូលចិត្តដ៏ពេញនិយមរបស់អាមេរិកចាប់តាំងពីឆ្នាំ 1948។ ហាងកាហ្វេ Swensen's ក៏បានបើកហាងដំបូងរបស់ខ្លួននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាក្នុង



ឆ្នាំ 2007 និងបានពង្រីកសាខារបស់ខ្លួនតាមរយៈហាងចំនួន ៧ សាខានៅតាមរាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តសៀមរាប និងខេត្តបាត់ដំបង។

- Dairy Queen (DQ)

ជាយីហោល្បីឈ្មោះមួយរបស់អាមេរិចដែលបានបង្កើតឡើងក្នុងប្រទេសកម្ពុជានៅឆ្នាំ ២០១១។ ហាង Dairy Queen (DQ)មានលក់៖ Blizzard, hotdog, កាវ៉ាម៉ា និងភេសជ្ជៈដូចជា DQ MooLatty និង DQ Smoothies។ បច្ចុប្បន្ន Dairy Queen (DQ) មានសាខាចំនួន ៥ សាខាក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ។



- Costa Coffee

ហាង Costa Coffee គឺជាហាងលក់កាហ្វេលំដាប់ខ្ពស់អន្តរជាតិ ដែលមានដើមកំណើតមកពី ចក្រភពអង់គ្លេស តាំងពីឆ្នាំ ១៩៧១ ហើយមានសាខាជាង 2400 កន្លែងនៅក្នុង 29 ប្រទេស។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះ ហាង Costa Coffee ក៏បានបន្តពង្រីកប្រែនរបស់ខ្លួនក្នុងប្រទេសកម្ពុជានៅ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ ២០១២។ សព្វថ្ងៃ សាខារបស់ហាង Costa Coffee មានចំនួន ៤ សាខាក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្តសៀមរាប។



- Krispy Kreme

ហាងដូណាត់ Krispy Kreme ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាប្រភេទនំដូណាត់ដ៏ពេញនិយមបំផុតរបស់អាមេរិច តាំងពីឆ្នាំ១៩៣៧។ ភាពល្បីល្បាញរបស់នំដូណាត់ Krispy Kreme នេះក៏ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងរាជធានីភ្នំពេញដំបូងនៅ ខែ ឧសភា ឆ្នាំ ២០១៦។



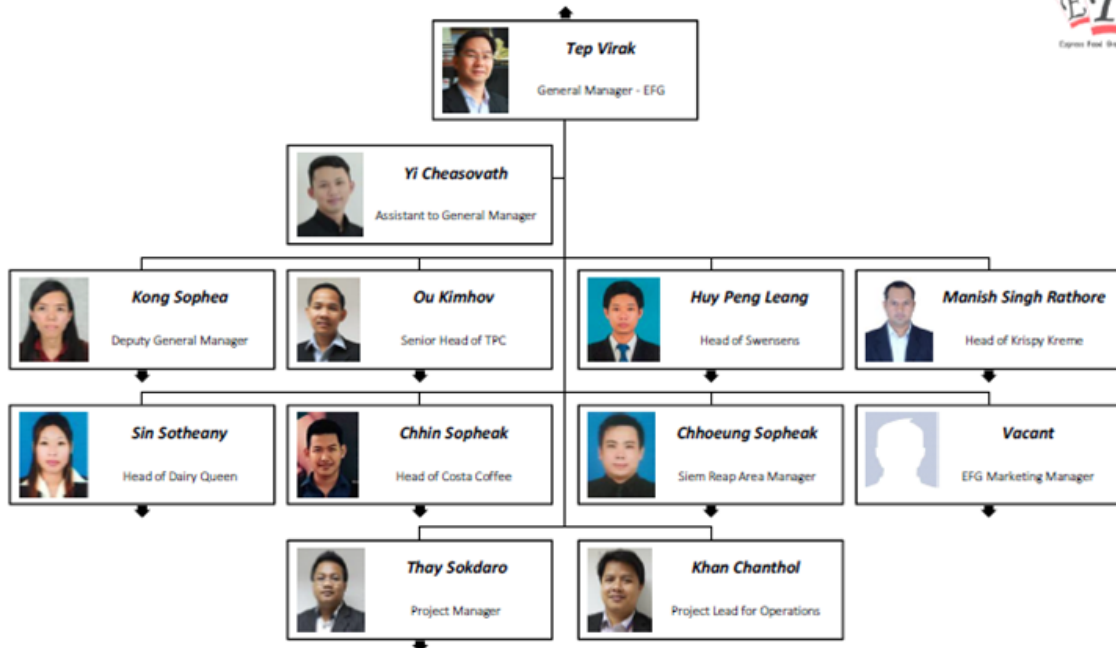
- Bar.B.Q Plaza

ហាង Bar.B.Q Plaza ជាប្រភេទសាច់អាំងស្វាយបែបជប៉ុនមានរសជាតិឈ្ងុយឆ្ងាញ់ ហើយត្រូវបានបង្កើតឡើង នៅឆ្នាំ១៩៨៧ដែលមានប្រភពមកពីប្រទេសថៃ។ Bar.B.Q Plaza មានសាខាចំនួន ២កន្លែងនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ។



ខាងក្រោមនេះ ជាវចនាសម្ព័ន្ធនៃបុគ្គលិកEFG (Express Food Group) Co., Ltd.៖

EXPRESS FOOD GROUP DIVISION



២.១.៣.៥ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ហ្វាយនែន (RMA Finance)

• ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ហ្វាយនែន ស៊ីវីស (RMA Finance Services) ជាផ្នែកសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ប្រាក់កម្ចីរបស់អតិថិជន ដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់បញ្ចាំទិញនូវផលិតផលមួយចំនួនរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)¹ ជាមួយគ្នានេះ វាក៏ជាដំណោះស្រាយដ៏ល្អសម្រាប់អាជីវករ ជាមួយនឹងកញ្ចប់សេវាកម្មផ្តល់ហិរញ្ញប្បទាន ដែលមានបំណងចង់បង្កើនប្រាក់ចំណូលជាមួយការផ្តល់ប្រាក់កម្ចីពីក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ហ្វាយនែន ស៊ីវីស (RMA Finance Services) ដែលផលិតទាំងនោះរួមមាន៖ ឧបករណ៍ធុនធ្ងន់ ត្រាទឹក និងឧបករណ៍ប្រើប្រាស់ក្នុងឃ្លាំង។ ជាពិសេសក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ហ្វាយនែន ស៊ីវីស (RMA Finance Services) ក៏មានការផ្តល់ឥនទានដល់អតិថិជននូវរថយន្តម៉ាកល្បីៗដូចជា៖ Ford, Jaguar, និង Land Rover ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។



• ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ហ្វាយនែន (RMA Finance) ដែល
ជាក្រុមហ៊ុនផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់អតិថិជនដែលមានបំណង
ចង់បញ្ចាំទិញនូវប្រភេទរថយន្តក្នុងក្រុមហ៊ុនរបស់ខ្លួននោះ
បានធ្វើការសហការគ្នាជាមួយដៃគូ ប៊ី អេស ភី ហ្វាយនែន
(BSP Finance) នៅខែឧសភា ឆ្នាំ ២០១៧ ។ គោលដៅរបស់ ប៊ី អេស ភី ហ្វាយនែន (BSP Finance)
និងដៃគូគឺដើម្បីរីកចម្រើន និងអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដោយប្រាក់ចំណេញនិងរួម
ចំណែកទីផ្សារកំណត់គោលដៅសំខាន់ដែលក្រុមហ៊ុនទាំងពីរនឹងផ្តោតលើ។



២.១.៣.៦ ក្រុមហ៊ុន AVIS ឬ AVR (Asia Vehicle Rental)

ក្រុមហ៊ុន AVIS Cambodia ជាក្រុមហ៊ុនប្រតិបត្តិការចំពោះផ្នែកសេវាកម្មជួលរថយន្តក្នុង
ប្រទេសកម្ពុជានៅឆ្នាំ ២០១៤ សម្រាប់រាជធានីភ្នំពេញ និងតាមបណ្តាខេត្តដទៃទៀតក្នុងព្រះរាជា
ណាចក្រកម្ពុជា។ ក្រុមហ៊ុន Asia Vehicle Rental Co. , Ltd (AVR) បានសហការជាមួយ AVIS
Cambodia សម្របផ្តល់ចំពោះអតិថិជននូវ សេវាកម្មជួលរថយន្តជាមួយនឹង ស្តង់ដារសុវត្ថិភាព ភាព
ងាយស្រួលខ្ពស់ និងតាមបំណងអតិថិជន។ ជាពិសេស ដើម្បីបំពេញសេចក្តីត្រូវការអតិថិជន
ក្រុមហ៊ុន AVIS ឬ Asia Vehicle Rental Co. Ltd បានផ្តល់ការជួលរថយន្តម៉ាក Ford ដោយរួម
បញ្ចូលនឹងអ្នកបើកបរដែលអាចនិយាយភាសាអង់គ្លេស និងការជួលសម្រាប់ធ្វើដំណើរលំហែកាយ
ឬ សម្រាប់កន្លែងការងារ។ សេវាកម្មរបស់ AVIS នៅកម្ពុជាមាន ៤ ទីតាំងនៅភ្នំពេញនិងសៀមរាប។



២.១.៤ ទីតាំងស្នាក់ការនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

❖ RMA Cambodia

Address: No. 27 Street 134 Phnom Penh, Kingdom of Cambodia

Tel: +855 (0) 23 883 488

Email: General Inquiry: rmacam@rmagroup.net

Heavy Equipment Division: hedcambodia@rmagroup.net

Power Equipment Division: powergencambodia@rmagroup.net

Website: www.cambodia.rmagroup.net

❖ **Ford Cambodia**

#444, Monivong Blvd, Sangkat Tonle Basac, Khan Chamka Morn, Phnom Penh, Cambodia.

Tel: +855 (0)23 214 214

Fax: [+855 \(0\)23 219 462](tel:+855023219462)

Email: fordsales@rmagroup.net

Website: www.ford-cambodia.com

❖ **Jaguar Land Cambodia**

#264, Russian Confederation Blvd, Phnom Penh, Cambodia.

Tel: +855 (0)23 888 811

Email: rithy.n@rmagroup.net

Website: www.jaguar.com

www.landrover.com

❖ **John Deere Showroom**

#25, Street North Bridge, Khan Sen Sok, Phnom Penh, Cambodia

Tel: 023 881 463 / 023 881 464

❖ **Infrastructure Division**

#04075, Street 2004 (Mayda), Khan Dangkor, Phnom Penh, Cambodia

Tel: 023 882 464 / 023 882 465

Fax: 023 882 472

Email: ecsale@rmagroup.net

Web: www.cambodia.rmagroup.net

❖ **Express Food Group (EFG)Co.,Ltd.**

No. 27, St. 134, P.O. Box 55

Phnom Penh, Cambodia

Tel: (855)23 883 488/883 489

Fax: (855)23 426 752

Delivery: 023 880 880

Email: virak@rmagroup.net

Website: www.efg.com.kh

❖ A.V.R (Asia Vehicle Rental) Co., Ltd.

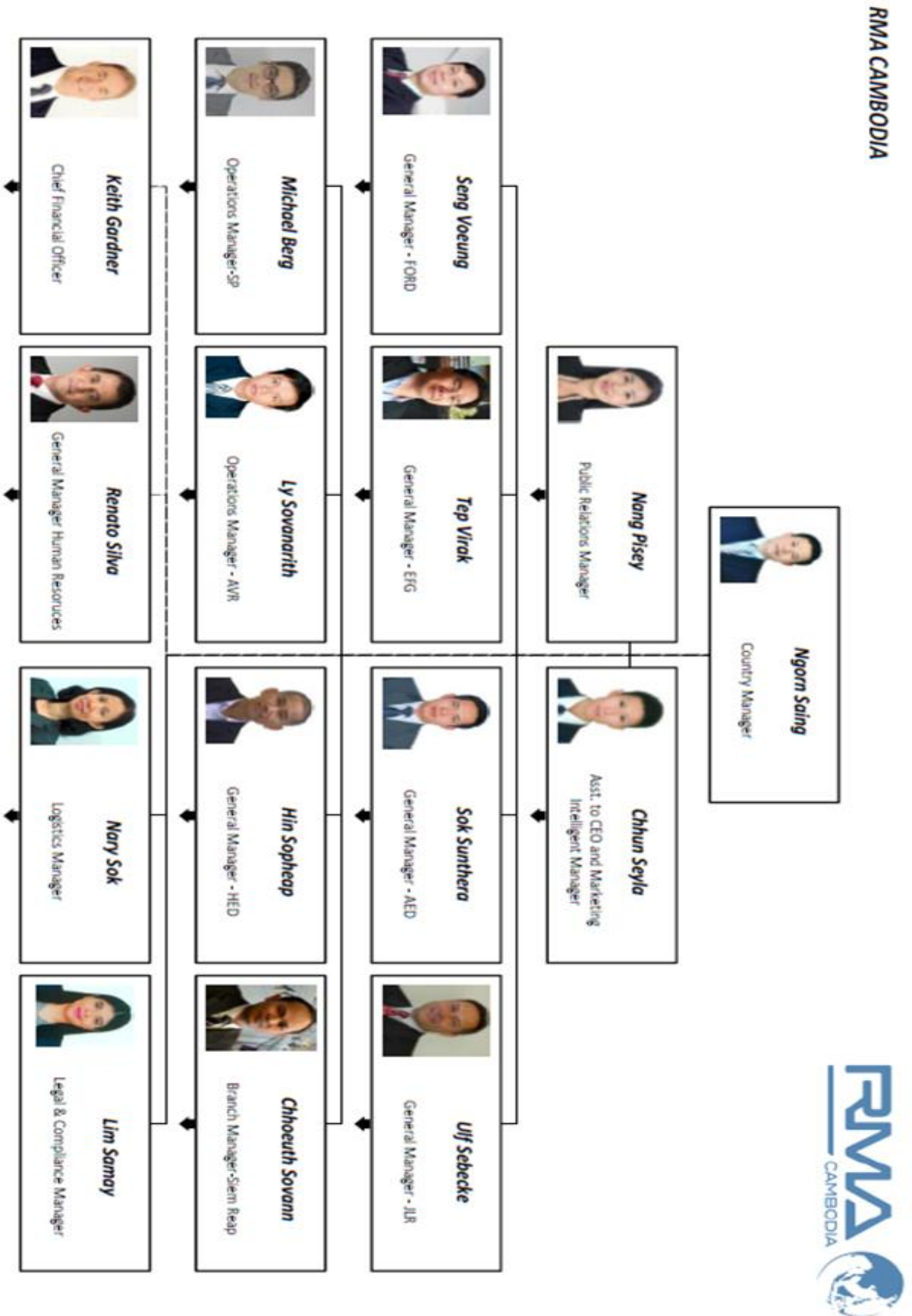
160, Street Monivong Blvd Corner Street 278, Sangkat Boeung Kengkong 1, Khan
Chamkar Mon, Phnom Penh, Cambodia.

Tel: 023 211 011

២.១.៥ រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) គឺជាក្រុមហ៊ុន ដែលមានរចនាសម្ព័ន្ធដ៏
មានប្រសិទ្ធភាព និងសម្បូរដោយធនធានមនុស្សមានជំនាញ ដោយសារការទទួលបាននូវការ
តម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលយ៉ាងម៉ត់ចត់ពីក្រុមហ៊ុន។

រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌាមានដូចខាងក្រោម៖



២.១.៦ ចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្ម របស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

២.១.៦.១. ចក្ខុវិស័យ

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) មានចក្ខុវិស័យដ៏ខ្លាំងក្លាដើម្បីក្លាយជា ដៃគូដែលគួរឱ្យទុកចិត្ត និងមានភាពរឹងមាំសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ និងភាពរីកចម្រើនលូតលាស់នៅក្នុង ប្រទេសកម្ពុជាតាមរយៈ៖

- មនុស្ស៖ ជាប្រភេទអ្នកដែលមានការគិតខ្ពស់ និងមានការទាក់ទងជាមួយមនុស្សដែលហ៊ាន ទទួលយកហានិភ័យ មានឆន្ទៈខ្ពស់ មានទំនួលខុសត្រូវ មានគំនិតច្នៃប្រឌិត និងជាមនុស្ស ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត ក្នុងការស្វែងរកដំណោះស្រាយល្អបំផុតចំពោះបញ្ហាទូទៅរបស់ មនុស្សដើម្បីធ្វើឱ្យជីវិតកាន់តែប្រសើរឡើង។
- អតិថិជន៖ អតិថិជនមានភាពសប្បាយរីករាយដែលទទួលបាននូវសេវាកម្មពីបុគ្គលិករបស់ យើងជាមួយនឹងជំនាញ ផលិតផលប្រកបដោយគុណភាព ដំណោះស្រាយរួម និងសេវាកម្ម អតិថិជនដែលគ្មានគួរប្រៀប។
- អ្នកផ្គត់ផ្គង់៖ ជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មអតិថិជន ដែលជោគជ័យគឺត្រូវមានការគោរពដល់ អតិថិជនទូទៅ និងចែករំលែកមហិច្ឆតារបស់ខ្លួនដើម្បីធ្វើឱ្យជីវិតកាន់តែប្រសើរ។

២.១.៦.២ បេសកកម្ម

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ផ្តល់ឱ្យអតិថិជននូវ សេវាកម្ម និង ផលិតផល សំខាន់ៗក្នុងការកសាង និងអភិវឌ្ឍប្រទេស ជួយដល់ការស្តារហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធក្នុង ប្រទេសកម្ពុជា ។

ចំពោះអតិថិជនក្នុងទីផ្សារ RMA គឺជាដៃគូដែលផ្តោតលើអាជីវកម្មរយៈពេលវែង(long-term)ជាជាងក្រុមហ៊ុនដែលធ្វើការផ្គត់ផ្គង់បានបរិមាណច្រើន(long-range)។⁵³

២.១.៦.៣ គុណតម្លៃ

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) មានគុណតម្លៃ (Value) ឬ ទស្សនវិជ្ជា នៃប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន RMA មានតម្លៃណែនាំបីដែលមានសារៈសំខាន់ចំពោះវប្បធម៌ និង របៀបនៃការបម្រើអតិថិជន និងសហគមន៍ ក្នុងនោះរួមមាន ការបង្កើតថ្មី (Innovation) ភាពស្មោះ ត្រង់ (Integrity) និងភាពគង់វង្សយូរអង្វែង (Endurance)។

ក្រុមហ៊ុនធ្វើឱ្យតម្លៃទាំងនេះជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៃប្រតិបត្តិការប្រចាំថ្ងៃ និងជាផ្នែកមួយ

⁵³ RMA Cambodia. (2018)

នៃវប្បធម៌របស់ក្រុមហ៊ុន។⁵⁴

- **ការបង្កើតថ្មី** (INNOVATION) ៖ ជាធម្មតាការច្នៃប្រឌិត គឺជាការរិះរកគំនិតថ្មីៗ។ គំនិតច្នៃប្រឌិតថ្មីៗ ពាក់ព័ន្ធនឹងសកម្មភាពនានា ដើម្បីធ្វើឲ្យផលិតផលកាន់តែល្អប្រសើរឡើង ឬបង្កើតផលិតផលថ្មីៗសម្រាប់អតិថិជននៅក្នុងប្រទេស និងក្រៅប្រទេស។ នេះជាវិធីដ៏សំខាន់មួយ ដែលក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) មានលក្ខណៈខុសប្លែកពីក្រុមហ៊ុនដទៃទៀតក្នុងការប្រកួតប្រជែង ហើយក៏ជាមូលហេតុដែលអតិថិជននិយមទិញផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)។
- **ភាពស្មោះត្រង់** (INTEGRITY) ៖ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា បានបង្ហាញខ្លួនពីក្រោយកិច្ចសន្យារបស់ខ្លួន ដើម្បីស្វែងរកនូវប្រភពផ្គត់ផ្គង់ដែលមានការប្រកួតប្រជែង និងធ្វើការផ្តល់នូវដំណោះស្រាយ ដែលល្អបំផុតសម្រាប់អតិថិជនដើម្បីឲ្យអតិថិជនមានការជឿទុកចិត្ត។ ហើយនេះគឺជាកត្តាមួយដែលធ្វើឲ្យអតិថិជនរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា អាចជ្រើសរើសផលិតផល និងសេវាកម្មដ៏ល្អបំផុតនៅក្នុងតម្លៃមួយដ៏ល្អបំផុត។
- **ភាពឆ្ងល់យូរអង្វែង** (ENDURANCE) ៖ ក្នុងនាមជាអ្នកដឹកនាំនៅក្នុងវិស័យចែកចាយលក់រាយ និងធ្វើការផ្តល់នូវដំណោះស្រាយ ផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ យើងចង់ឲ្យក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា មានវត្តមាននៅទីនេះ ១០០ឆ្នាំ ចាប់ពីពេលនេះជាមួយនឹងកេរ្តិ៍ឈ្មោះដ៏ល្អមួយ។

២.១.៧ ស្ថាប័នក្នុងក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

ស្ថាប័នក្នុងក្រុមហ៊ុនមានអក្សរ RMA និង ពាក្យ Cambodia នៅខាងក្រោមអក្សរ RMA ហើយនៅផ្នែកខាងស្តាំមានរូបផែនដី។ អក្សរទាំងនោះ និងរូបផែនដីមានអត្ថន័យដូចតទៅ៖

- ពាក្យថា RMA គឺមកពីពាក្យពេញថា Rochester Midland Asia ក្នុងនោះ Rochester គឺជាទីក្រុងតូចមួយនៅរដ្ឋ New York ។ ពាក្យថា Midland ជាឈ្មោះទីក្រុងនៅរដ្ឋតិចសាស ចំណែកពាក្យ Asia គឺសំដៅលើទ្វីបអាស៊ី។
- ពាក្យថា Cambodia គឺបង្ហាញពីសាខារបស់ អ អឹម អេ គ្រុប នៅប្រទេសកម្ពុជា។
- រូបផែនដីបង្ហាញពីសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុនលើប្រតិបត្តិការជុំវិញពិភពលោក។

⁵⁴ RMA Cambodia. (2018)



២.២ ការអនុវត្តរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា ជាក្រុមហ៊ុនអន្តរជាតិមួយដ៏ធំក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និងមានក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្មចម្រុះ ដែលមានប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួនសំខាន់ៗជាច្រើនបានរីករាលដាលទាំងក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ និងតាមបណ្តាខេត្តមួយចំនួន។ ជាមួយគ្នានេះ ការបង្កើតនូវបណ្តាអាជីវកម្មដែលរួមមានកាផ្តល់សេវាកម្ម និងផលិតផលជាច្រើនសម្រាប់បម្រើដល់អតិថិជនរបស់ខ្លួន ដែលអាចចោទជាបញ្ហាជាច្រើន និងបានជះឥទ្ធិពលចំពោះដំណើរការការប្រតិបត្តិបច្ចុប្បន្ន ដែលជាហេតុនាំមកនូវភាពស៊ាំញ៉ាំ ដល់ការគ្រប់គ្រងបណ្តាធនធានមនុស្សតាមផ្នែកនាយកដ្ឋាននីមួយៗ។ ការរីកចម្រើនសេដ្ឋកិច្ច បច្ចេកវិទ្យា និងការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយរដ្ឋាភិបាលក៏ជាកត្តាដែលជំរុញឲ្យក្រុមហ៊ុនបាននឹងកំពុងយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះបញ្ហាទាំងនេះ ដើម្បីរកនូវនីតិវិធី និងធ្វើការកែតម្រូវក៏ដូចជាអភិវឌ្ឍបែបណា ឲ្យមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងដោយមានតុល្យភាពក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ជាទូទៅ មុខងារគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សបានគ្រប់ដណ្តប់ស្ទើរតែគ្រប់បណ្តាក្រុមហ៊ុន និងស្ថាប័នផ្សេងៗក្នុងការគ្រប់គ្រងនេះផងដែរ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) មានមុខងារជាច្រើនបានចូលរួមប្រតិបត្តិការ និងចូលរួមសហការក្នុងការដឹកនាំធនធានមនុស្សដែលជាគោលដៅជោគជ័យមួយ។ ជាពិសេសក្រុមហ៊ុនអ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ជាក្រុមហ៊ុនដែលប្រមូលផ្តុំទៅដោយបណ្តាធនធានមនុស្សដែលមានជំនាញជាច្រើន ដោយសារក្រុមហ៊ុនបានធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់និយោជិតទាំងអស់គ្រប់ជំនាញ និងគ្រប់ផ្នែក។ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនៃមុខងារការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា។⁵⁵ (សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធទី៣)

⁵⁵ ឧបសម្ព័ន្ធទី៣៖ រចនាសម្ព័ន្ធនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

២.២.១ ការណែនាំ ឬ ការតម្រង់ទិសនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

ការណែនាំ ឬ ការតម្រង់ទិសនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ជាកត្តាចម្បងមួយ ដែលបានជួយសម្រួលតួនាទីជាច្រើនដល់នាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស សម្រាប់បំពេញការងារប្រតិបត្តិរវាងបុគ្គលិកដែលទើបជាប់ថ្មីទាំងអស់ឲ្យកាន់តែយល់ដឹងពី មជ្ឈដ្ឋានផ្ទាល់ដូចជា វប្បធម៌ក្រុមហ៊ុន គោលដៅអនាគត និងគោលនយោបាយផ្សេងៗ ដែលបានអនុវត្តក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ម្យ៉ាងទៀត ការតម្រង់ទិសរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) បានផ្តល់សារៈសំខាន់ចំពោះបុគ្គលិកថ្មី និងបុគ្គលិកចាស់ៗក្នុងការអភិវឌ្ឍក្រុមហ៊ុនឲ្យកាន់តែជោគជ័យនាពេលអនាគត។

២.២.១.១ កម្រិតនៃការណែនាំ ឬ ការតម្រង់ទិសនិយោជិត

ការតម្រង់ទិស ត្រូវបានធ្វើឡើងបន្ទាប់ពី ដំណាក់កាលនៃការសម្ភាសន៍ និងការសម្រាំងយកបុគ្គលិកត្រូវបានបញ្ចប់ ត្រឹមដំណាក់កាលនេះមានន័យថានិយោជិតនោះទទួលបានសិទ្ធក្នុងការបម្រើការងារនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនពេញលេញ។ ក្រោយពីការទទួលបានការងារ បុគ្គលិកអាចនឹងនៅមានភាពស្រពិចស្រពិល និងមានមន្ទិលជាច្រើនដែលទាក់ទងនឹង កន្លែងការងារ តួនាទី និងព័ត៌មានផ្សេងៗ ដូច្នេះហើយទើបនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សត្រូវធ្វើការណែនាំនិយោជិតឲ្យកាន់តែយល់ច្បាស់ពីក្រុមហ៊ុន។ ជាធម្មតា បុគ្គលិកជាប់ថ្មីត្រូវធ្វើការទៅតាមជំនាញជាក់ស្តែងនៅតាមកន្លែងការងារ ដោយត្រូវបានបញ្ជូន និងបែងចែកតួនាទីតាមមុខងារការងាររបស់ពួកគេ។ ហើយការិយាល័យធនធានមនុស្ស ចាំបាច់ត្រូវតែផ្តល់ការតម្រង់ទិសដល់និយោជិតទាំងអស់នូវកត្តាសំខាន់ៗជាច្រើន ដែលត្រូវណែនាំដល់បុគ្គលិកឲ្យស្គាល់ដូចជា៖ ទីតាំងការិយាល័យ ប្រធានការិយាល័យ រួមទាំងបុគ្គលិករួមការងារជាមួយគ្នា និងគោលការណ៍ខ្លះៗរបស់ក្រុមហ៊ុន។ លើសពីនេះទៀត បុគ្គលិកត្រូវបានណែនាំឲ្យស្គាល់កាន់តែច្បាស់ពីកាតព្វកិច្ច ទំនួលខុសត្រូវការងារ វប្បធម៌ការងារ គោលនយោបាយក្រុមហ៊ុន ក៏ដូចជាមុខតំណែង តួនាទី ការអធិប្បាយពីការងារដែលត្រូវអនុវត្តនាពេលបច្ចុប្បន្ន (Job description) និងពន្យល់ពីចំណេះដឹង ជំនាញ សមត្ថភាព បទពិសោធន៍ផ្សេងៗដែលនិយោជិតត្រូវមានដើម្បីបំពេញការងារ (Job Specification) ដើម្បីទទួលបាននូវប្រសិទ្ធភាពចំពោះក្រុមហ៊ុន។

២.២.១.២ ដំណើរការនៃការតម្រង់ទិស

ដោយសារក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) មានបុគ្គលិកជាច្រើននាក់ កំពុងបម្រើការងារនៅតាមនាយកដ្ឋាននីមួយៗ និងដើម្បីភាពងាយស្រួលក្នុងការគ្រប់គ្រង ក្រុមហ៊ុនបាន

ផ្តល់ឲ្យនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សផ្នែកសិក្សា និងការអភិវឌ្ឍ (L&D) ជាអ្នកធ្វើការផ្តល់ការតម្រង់ទិសដល់បុគ្គលិកទើបជាប់ថ្មី។ ក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ឯកសាររួមទៅដល់បុគ្គលិកទាំងអស់ដោយមិនគិតពី បុគ្គលិកនោះមានបទពិសោធន៍ ឬមិនមានបទពិសោធន៍ទេ។⁵⁶ ម្យ៉ាងទៀតបុគ្គលិកមួយចំនួនបានទទួលការតម្រង់ទិសនៅនឹងកន្លែងការងារផ្ទាល់ពីមិត្តរួមការងារ។⁵⁷

ដំណើរការនៃការតម្រង់ទិសគឺនាយកដ្ឋានផ្នែក ការសិក្សា និងការអភិវឌ្ឍ(L&D) ជាអ្នកជ្រើសរើសបុគ្គលិកម្តងៗក្រុម មានចំនួន ២០ នាក់ ដើម្បីទទួលយកការតម្រង់ទិសរួមពីស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ឯបុគ្គលិកដែលមានតំណែងចាប់ពី Supervisor ឡើងទៅ ក្រុមហ៊ុនធ្វើការតម្រង់ទិសជាលក្ខណៈ Online (តាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត) ដែលបានពីការិយាល័យកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ គ្រុប នៃទីក្រុងប៉ាងកក ប្រទេសថៃ។ ឯកសារតម្រង់ទិសនៅក្នុង Online នេះក៏មានរួមបញ្ចូលជាមេរៀនជាច្រើនអាចចាប់ពី ៥ ទៅ ១០មេរៀន សម្រាប់ Supervisor ក្នុងការសិក្សាបន្ថែម។ នៅក្នុងគ្រប់មេរៀនតម្រង់ទិសទាំងអស់សុទ្ធតែមានតេស្ត លុះត្រាតែ Supervisor ជាប់តេស្តនៃមេរៀនមួយទើបអាចបន្តទៅមេរៀនបន្ទាប់ទៀត។ ពេលSupervisor ជាប់តេស្តគ្រប់មេរៀនអស់ហើយ នេះមានន័យថាការតម្រង់ទិសទទួលបានជោគជ័យ។⁵⁸

២.២.១.៣ ចំណុចដែលត្រូវសិក្សា និងស្វែងយល់ពីក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

នៅពេលធ្វើការតម្រង់ទិសសម្រាប់បុគ្គលិកថ្មីក្រុមហ៊ុនអ អឹម អេ ខេមបូឌា(RMA Cambodia) ណែនាំ និងផ្តល់នូវបណ្តុំឯកសារពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗដល់និយោជិតដូចជា៖

- បណ្តាញព័ត៌មានដែលស្តីអំពីប្រវត្តិ និងការអនុវត្តជាក់ស្តែងនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ គ្រុប (RMA Group) ដែលបញ្ជាក់ពីសក្តានុពលរបស់ខ្លួនក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍។
- ការបង្ហាញអំពីការអនុវត្តជាក់ស្តែងនៃក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធ និង ព័ត៌មានដែលស្តីអំពីប្រវត្តិនៅតាមបណ្តាសាខាទាំងអស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាទាំងមូល
- ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា តម្រង់ទិសបុគ្គលិកពីជំនាញទន់ (Soft Skills) ដែលទាក់ទងនឹងការទំនាក់ទំនងការងារ

⁵⁶ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២១ មិថុនា ២០១៨។

⁵⁷ កញ្ញា ព្រាប សុនីតា (និយោជិតផ្នែកទំនាក់ទំនងអតិថិជន របស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ១៨ មិថុនា ២០១៨។

⁵⁸ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២១ មិថុនា ២០១៨។

- បន្ទាប់មកក្រុមហ៊ុនណែនាំពី ផលប្រយោជន៍ដែលនិយោជិតទទួលបាន គោលនយោបាយ ធនធានមនុស្ស(HR Policy) គោលនយោបាយប្រព័ន្ធវិទ្យា (IT Policy) និងបានផ្តល់ជា ឯកសាររដ្ឋបាលមួយចំនួន។

២.២.១.៤ បណ្តឹងកសាតម្រង់ទិសបុគ្គលិក

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) បានផ្តល់ជាបណ្តឹងកសាតម្រង់ទិស ដើម្បី ជាការតម្រង់ទិសបន្ថែមដល់បុគ្គលិក រួមទាំងមានការផ្តល់ជូនជាកូនសៀវភៅកំណត់ត្រាផ្សេងៗ របស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា។⁵⁹ នៅពេលតម្រង់ទិស បុគ្គលិកទាំងអស់នឹងទទួលបានបណ្តឹង ឯកសារតម្រង់ទិសមួយចំនួនរួមមាន៖

- អង្គការលេខរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា
- អាសយដ្ឋាន និងលេខទូរស័ព្ទរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា
- ទម្រង់បែបបទសម្រាប់ការវាយតម្លៃបន្ទាប់ពីការតម្រង់ទិស
- ទម្រង់នៃការការពារគ្រោះថ្នាក់ និងដោះស្រាយបន្ទាន់
- គំរូឯកសារនៃទស្សនាវដ្តី ឬការសែតបោះពុម្ពផ្សាយតូចៗរបស់ក្រុមហ៊ុន

២.២.១.៥ រយៈពេលការតម្រង់ទិស និងទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

ការតម្រង់ទិសរបស់ក្រុមហ៊ុនផ្តល់ជូនដល់និយោជិតគ្រប់តំណែងទាំងអស់ដូចគ្នាចំនួន១ថ្ងៃ ពេញ រយៈពេល ៨ ម៉ោងពីនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្ស បន្ទាប់ពីបេក្ខជនជាប់ដំណាក់កាលជ្រើស រើសសម្រាំងយកបុគ្គលិក និងក្លាយជាបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនបានមួយសប្តាហ៍ ដែលនេះជាស្តង់ដារ រួមរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ⁶⁰ ម្យ៉ាងទៀតបុគ្គលិកមួយចំនួនត្រូវការទទួលបានការតម្រង់ទិសនូវជំនាញបន្ថែម ដែលទាក់ទងនឹងការងាររបស់គេ ដែលមានរយៈពេល ១ទៅ២ម៉ោងឡើងទៅក្នុង១ថ្ងៃ និងចាប់ពី ១ ទៅ២សប្តាហ៍ឡើង ទៅតាមផ្នែក និងជំនាញរបស់និយោជិតនោះ។ ទីតាំងការតម្រង់ទិសដែល ក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ឲ្យ ភាគច្រើនស្ថិតនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនស្មើនឹង ៩៥ ភាគរយ ចំណែក ៥ ភាគរយទៀត និយោជិតត្រូវបានបញ្ជូនទៅក្រៅប្រទេស ដោយសារមានការផ្លាស់ប្តូរនូវបច្ចេកវិទ្យា និងតម្រូវការ ផ្សេងៗសម្រាប់អនុវត្តក្នុងក្រុមហ៊ុន។⁶¹

⁵⁹ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២១ មិថុនា ២០១៨។

⁶⁰ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ០១ កក្កដា ២០១៨។

⁶¹ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២១ មិថុនា ២០១៨។

២.២.១.៦ ការវាយតម្លៃការតម្រង់ទិសចំពោះបុគ្គលិកនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

បន្ទាប់ពីនិយោជិតទទួលបានការតម្រង់ទិសរួចហើយ ដើម្បីទទួលបាននូវព័ត៌មានត្រឡប់ ដែលទាក់ទងនឹងការវាយតម្លៃអំពីការតម្រង់ទិស ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា តែងតែភ្ជាប់ជាមួយ កម្រងសំណួរនៃការវាយតម្លៃ (Evaluation Form) សម្រាប់និយោជិតម្នាក់ៗបំពេញ ដើម្បីដឹងពី ប្រសិទ្ធភាពនៃការតម្រង់ទិស និងដឹងថាតើកម្មវិធីតម្រង់ទិសនេះបានបំពេញសេចក្តីត្រូវការរបស់ ក្រុមហ៊ុន និងនិយោជិតផ្ទាល់ឬទេ។ លើសពីនេះក្រុមហ៊ុនធ្វើការវាយតម្លៃនេះក្នុងគោលបំណងស្វែង រកនូវចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនក្នុងដំណើរការនៃការតម្រង់ទិសដើម្បីធ្វើការកែសម្រួលឲ្យកម្មវិធី តម្រង់ទិសទាំងមូលកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។

២.២.២ ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក គឺជាកម្មវិធី ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីបង្កើនជំនាញ សម្រាប់បច្ចេកទេស ចំណេះដឹង ជំនាញដ៏មានប្រសិទ្ធភាពនិងការបង្កើតឲ្យមានគោរពច្បាស់លាស់ ដើម្បីធ្វើការងារជាក់លាក់ណាមួយឲ្យកាន់តែប្រសើរជាមុន។ ជាភាពចាំបាច់ ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែមាន ការបង្កើតនូវកម្មវិធីការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិករបស់ខ្លួន ក្នុងការអភិវឌ្ឍយ៉ាងណាឲ្យឈានទៅរក គោលដៅដែលក្រុមហ៊ុនចង់បាន ។ ម្យ៉ាងទៀត បុគ្គលិកអាចនឹងទទួលបានការសិក្សាស្វែងយល់ បន្ថែមអំពី ចំណេះដឹង ជំនាញ សមត្ថភាពរបស់គេឲ្យកាន់តែច្បាស់ និងយល់ពីចំណុចខ្សោយ ចំណុចខ្លាំង ដើម្បីធ្វើការកែតម្រូវក្នុងការអនុវត្តការងារឲ្យបានជោគជ័យ។ ជាពិសេស បុគ្គលិកដែល ទទួលបានកម្មវិធីការបណ្តុះបណ្តាលអាចនឹងយល់ពីគុណតម្លៃការងាររបស់ពួកគេ ដែលជាដំណើរ ការមួយជំរុញឲ្យមានការឆ្លើយតបអំពីប្រសិទ្ធភាពការបណ្តុះបណ្តាល ដើម្បីទទួលបានការវាយតម្លៃ អំពីសំណាក់អតិថិជន ក្នុងការកសាងប្រជាប្រិយភាពក្រុមហ៊ុនបានយូរអង្វែង និងការប្រកួតប្រជែង ដៃគូដទៃទៀត។

២.២.២.១ មូលហេតុនៃការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

តាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីបញ្ហាដែលបានកើតឡើងមួយចំនួនរួចមក ក្រុមហ៊ុនបាន សម្រេចចិត្តបង្កើតនូវកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ដែលមានកត្តាជាច្រើនបង្កឲ្យមានការរាំងស្ទះ នូវដំណើរការរបស់ក្រុមហ៊ុន ជាពិសេសរាល់ពេលមានការផ្លាស់ប្តូរបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ការផ្លាស់ គោលដៅក្រុមហ៊ុន និងកំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាដើម។ ខាងក្រោមនេះជាមូលហេតុដែលក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា បានផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលដល់បុគ្គលិក៖

- ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា ជាក្រុមហ៊ុនលំដាប់អន្តរជាតិដែលមានបុគ្គលិកជាច្រើនកំពុងបម្រើការងារនាពេលបច្ចុប្បន្ន។ ស្របគ្នានេះដែរ នាយកដ្ឋាននីមួយៗតែងតែបន្តធ្វើការជ្រើសរើសបុគ្គលិកបន្ថែម ក្នុងនោះទាំងបុគ្គលិកមានបទពិសោធន៍ និងមិនទាន់មានបទពិសោធន៍ត្រូវបានជ្រើសរើស ដូចនេះក្រុមហ៊ុនត្រូវផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលបន្ថែមដល់និយោជិតដែលមិនទាន់មានបទពិសោធន៍ការងារ ដើម្បីឲ្យគាត់ក្លាយជាធនធានមនុស្សដែលមានសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ជាងនេះទៅទៀតដោយក្រុមហ៊ុនលក់សិទ្ធិពិសេស (Franchiser) តម្រូវឲ្យបុគ្គលិកនីមួយៗចូលរួមទទួលយកការបណ្តុះបណ្តាលផ្ទាល់ពីការអនុវត្តការងារ ដំណើរការនៃការងារ និងរបៀបនៃការបំពេញការងារក្នុងអង្គភាពដែលបុគ្គលិកទាំងអស់ចាំបាច់ត្រូវដឹង។ ឧទាហរណ៍ដូចជា ក្រុមហ៊ុន The Pizza Company តម្រូវឲ្យនិយោជិតផ្នែកចម្អិនចូលរួមការបណ្តុះបណ្តាលធ្វើPizzaនិងបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតផ្នែកផ្តល់សេវាកម្មដល់អតិថិជនពីរបៀបនៃការទំនាក់ទំនង និងបម្រើអតិថិជន ដោយក្រុមហ៊ុនលក់សិទ្ធិពិសេស (Franchiser) ចង់ឲ្យការប្រព្រឹត្តិទៅនៃការងារមានលក្ខណៈជាស្តង់ដារមួយ។
- ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា ធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត ក្នុងគោលបំណងដើម្បីឲ្យបុគ្គលិកអាចបង្កើនសមត្ថភាពខ្លាំងជាងមុន ថែមទាំងបណ្តុះបណ្តាលនូវចំណេះដឹងផ្សេងៗបន្ថែមទៀតដល់បុគ្គលិកឲ្យបានយល់ដឹង ជាពិសេសក្នុងការបង្កើននូវចំណេះដឹង ជំនាញថ្មីៗដល់និយោជិតក្នុងការត្រៀមខ្លួនរួចជាស្រេច និងមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ការប្រកួតប្រជែងជាមួយដៃគូអាជីវកម្មដទៃទៀតក្នុងទីផ្សារទាំងមូល។⁶²

២.២.២.២ ទីកន្លែង និងរយៈពេលការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

ជាទូទៅ ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកនិយោជិតនៅក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា ប្រព្រឹត្តិឡើងតាមផែនការរបស់ក្រុមហ៊ុន។ បុគ្គលិកភាគច្រើនត្រូវបានបណ្តុះបណ្តាលនៅក្នុងស្រុកផ្ទាល់ប្រមាណជា ៩៥%ដែលនាយកដ្ឋានផ្នែកសិក្សា និងការអភិវឌ្ឍជាអ្នកធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលដល់និយោជិតម្នាក់ៗ។ ចំណែកប្រមាណជា ៥%នៃបុគ្គលិកត្រូវបានផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលនៅក្រៅប្រទេសក្នុងករណីចាំបាច់មួយចំនួន ដែលតម្រូវឲ្យគាត់ត្រូវតែសិក្សាស្វែងយល់បន្ថែមពីគោលដៅ

⁶² លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២១ មិថុនា ២០១៨។

ដែលក្រុមហ៊ុនចង់បានអំពីព័ត៌មានជាក់លាក់ណាមួយ ឬដើម្បីទទួលបាននូវជំនាញ បទពិសោធន៍ និងបច្ចេកទេសថ្មីៗពីក្រៅប្រទេស។ ជាទូទៅបុគ្គលិកនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា ទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលយ៉ាងតិចពីរដង ក្នុង១ឆ្នាំ។ ម្យ៉ាងទៀតក្រុមហ៊ុននៅមិនទាន់មានមជ្ឈមណ្ឌលនៃការបណ្តុះបណ្តាលនៅឡើយទេ ។⁶³

២.២.២.៣ ជំហានជោគជ័យនៃកម្មវិធីការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា

កម្មវិធីការបណ្តុះបណ្តាល ដែលមានប្រសិទ្ធភាព ត្រូវបានបង្កើតឡើង ដោយអនុវត្តតាមជំហាននីមួយៗ មានលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធ និងជាទូទៅមានចំនួន ៥ជំហាន។ ខាងក្រោមនេះជាជំហាននៃកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា៖

ក. ការអនុវត្តការវិភាគការងារ

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌាបានអនុវត្តការវិភាគការងារដែលទទួលបាន លទ្ធផលដូចជា៖ ការពិពណ៌នាការងារ និងការបញ្ជាក់ពីសមត្ថភាពការងារ ដែលក្រុមហ៊ុនបានណែនាំ និងបង្ហាញដល់និយោជិតទាំងអស់នៅពេលនិយោជិតចូលបម្រើការងារជូនក្រុមហ៊ុន ដើម្បីកាត់បន្ថយស្រួលក្នុងការអនុវត្តនៅពេលបណ្តុះបណ្តាល។

ការពិពណ៌នាការងារ៖ ជាក់ស្តែងពេលនាយកដ្ឋានណាមួយនៃក្រុមហ៊ុនត្រូវការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិកបន្ថែម នាយកដ្ឋាននោះនឹងធ្វើការពិពណ៌នាពីការងារជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ អំពី តួនាទីការងារ បុគ្គលិកនោះត្រូវធ្វើអ្វី? និងពិពណ៌នាពីការអនុវត្តការងារក្នុងក្រុមហ៊ុនហើយបញ្ជូនឯកសារទៅឲ្យនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សដើម្បីធ្វើការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិក និងផ្តល់ឲ្យបុគ្គលិកនូវព័ត៌មានដែលទាក់ទងនឹងការងារជា តួនាទីការងារ (Job Duty)។⁶⁴

ខ. ការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល

ក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ក្រុមហ៊ុនតែងតែផ្ដោតសំខាន់អំពីសក្តានុពលនៃដំណើរការនៃការបណ្តុះបណ្តាល ដែលធ្វើឲ្យមានគុណភាពល្អ ការចំណាយដ៏សមស្របតាមតម្រូវការ ហើយនិងការផ្តល់ឲ្យបុគ្គលិកនូវសមត្ថភាព ចំណេះដឹង ជំនាញបន្ថែមដែលនិយោជិតមានតម្រូវការក្នុងការអនុវត្តការងារប្រកបដោយភាពជោគជ័យ រួមទាំងសម្រេចឲ្យបាននូវគោលដៅដែលអង្គភាពចង់បានក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន និងអនាគតផងដែរ។ ដូច្នេះ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា បានធ្វើការវាយតម្លៃ

⁶³ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុភ្លាវី និង អ៊ិន ស្រីពៅ, ២១ មិថុនា ២០១៨។

⁶⁴ ឧបសម្ព័ន្ធទី៤៖ លិខិតពិពណ៌នាការងារ ឬ Job Description

អំពីសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក តាមការផ្តល់ជាកម្រងសំណួរ ការសម្ភាសន៍ និងឯកសារត្រួតពិនិត្យ។

១.១ កម្រងសំណួរ ឬ ការស្ទង់មតិ (Questionnaires/Survey)

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) បានបង្កើត និង ផ្តល់ជាកម្រងសំណួរបំពេញ ហើយបែងចែកទៅដល់បុគ្គលិកជាច្រើនផ្នែក រួមមានបុគ្គលិកទូទៅ តំណែងធំៗដូចជា Supervisor, Manager និង Business Manager ដោយចាត់ចែងពីនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្ស ដើម្បីដឹងពីសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់និយោជិតគ្រប់ជំនាញនិងគ្រប់តួនាទីនៃក្រុមហ៊ុន។ ការប្រមូលព័ត៌មានសរុបនៃបុគ្គលិកទាំងអស់ ដើម្បីវាស់ស្ទង់ អំពីសេចក្តីត្រូវការជាក់លាក់មួយ ក្នុងគោលបំណងបញ្ជាក់ថា តម្រូវការបុគ្គលិកនីមួយៗដូចគ្នាដែរ ឬទេ ដើម្បីផ្តល់ឲ្យក្រុមហ៊ុនមានភាពងាយស្រួលកំណត់នូវផែនការការផ្តល់តម្រូវការបានសមស្រប និងត្រឹមត្រូវតាមការចំណាយ។⁶⁵

១.២ ការសម្ភាសន៍ (Interviews)

បន្ទាប់ពីការធ្វើជាកម្រងសំណួរ និងការស្ទង់មតិ ហើយនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សនឹងធ្វើការសម្ភាសន៍ផ្ទាល់ដល់និយោជិតដែលទាក់ទងនឹងអ្វី ដែលជាតម្រូវការរបស់បុគ្គលិក។ គោលដៅសម្ភាសន៍មានលក្ខណៈផ្តល់រវាងនិយោជិតនិងនាយកដ្ឋានហើយនឹងមានជាសំណួរដូចខាងក្រោម៖

- តើបញ្ហាអ្វីដែលអ្នកជួបប្រទះ នៅពេលបំពេញការងារបច្ចុប្បន្ន?
- តើអ្នកពេញចិត្តនឹងការងារកំពុងធ្វើដែរ ឬទេ?
- តើអ្នកមានសេចក្តីត្រូវការអ្វីបន្ថែមទៅលើការងារ?⁶⁶

១.៣ ឯកសារត្រួតពិនិត្យ (Document Examination)

ជាចុងក្រោយក្រុមហ៊ុននឹងវិភាគនូវរាល់ទិន្នន័យដែលទទួលបានពីកម្រងសំណួរ និងការសម្ភាសន៍ហើយក្រុមហ៊ុនក៏ធ្វើការប្រមូលនូវការវាយតម្លៃលើការងាររបស់និយោជិត (Performance Review) និងវិភាគថាបុគ្គលិកនោះខ្វះខាតចំណុចណា ហើយខ្សោយចំណុចមួយណា ដើម្បីធ្វើការកែតម្រូវ និងបំពាក់នូវចំណុចដែលពួកគេខ្វះខាត។ ការប្រមូលនូវទិន្នន័យទាំងនេះ នឹងត្រូវបានធ្វើឡើងនៅចុងឆ្នាំ និងធ្វើការវាយតម្លៃដោយអ្នកគ្រប់គ្រងបុគ្គលិកផ្តល់ ហើយត្រូវបញ្ជូនព័ត៌មានទាំងនោះទៅឲ្យនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្ស។

⁶⁵ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២៤ ឧសភា ២០១៨។

⁶⁶ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២៤ ឧសភា ២០១៨។

គ.ការបង្កើតគោលដៅនៃការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក

បន្ទាប់ពីធ្វើការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាលហើយក្រុមហ៊ុនបានកំណត់នូវគោលដៅនៃការបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីបំពេញនូវសេចក្តីត្រូវការទាំងនោះផងដែរ។ ក្រុមហ៊ុនធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកឲ្យចំណាត់ចែង ដោយភ្ជាប់ជាមួយផែនការបង្រៀនបុគ្គលិកទាំងអស់តាមពេលវេលាឲ្យទទួលបានលទ្ធផលវិជ្ជមាន ហើយជាអ្វីដែលត្រូវឲ្យបុគ្គលិកនោះមានការអភិវឌ្ឍ និងបង្កើនសមត្ថភាពរបស់គេឲ្យកាន់តែរឹងមាំ និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

ពេលក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកហើយ នាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សធ្វើការវាយតម្លៃថានិយោជិតមានសមត្ថភាព ចំណេះដឹង ជំនាញយ៉ាងណាឲ្យសាកសមនឹងការចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន ក្នុងការទទួលយកនូវផលប្រយោជន៍ និងការរីកចម្រើនសម្រាប់និយោជិតម្នាក់ៗ។ ម្យ៉ាងទៀត បុគ្គលិកនឹងត្រូវបានវាយតម្លៃពីចំណុចខ្សោយរបស់ខ្លួន ដើម្បីធ្វើការកែតម្រូវឲ្យកាន់តែប្រសើរជាងមុន។⁶⁷

ឃ. កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)

បុគ្គលិកទាំងអស់នឹងទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលជាដំណាក់កាលៗ វិធីសាស្ត្រការអនុវត្តកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកនឹងត្រូវបានបែងចែកតាមមុខជំនាញរបស់ពួកគេ ហើយបានផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលជាមួយភ្នាក់ងារក្រៅក្រុមហ៊ុន ឬ ភ្នាក់ងារក្នុងក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់ ។ ក្រុមហ៊ុនក៏មានការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកសម្រាប់នៅក្រសួងផ្សេងៗក្នុងជំនាញទន់ (Soft Skill) ផងដែរ។ ដើម្បីឈានទៅរកគោលដៅរបស់អង្គភាព ឬ នាយកដ្ឋាន ភាគច្រើនក្រុមហ៊ុនបានអនុវត្តកម្មវិធីការបណ្តុះបណ្តាលតាម៖

- **ការបណ្តុះបណ្តាលនៅនឹងកន្លែងការងារ (OJT) ៖** វិធីសាស្ត្រនេះ មានគោលបំណងស្គាល់ពីស្ថានភាពពិតនៃការអនុវត្តបុគ្គលិក ដោយមានអ្នកគ្រប់គ្រង និងរួមទាំងបុគ្គលិកដែលមានបទពិសោធន៍ច្រើនឆ្នាំ នឹងក្លាយជាអ្នកដឹកនាំការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកតាមការងារអនុវត្តជាក់ស្តែង ដោយមានការត្រួតពិនិត្យផ្ទាល់ចំពោះការងារបុគ្គលិកដែលទើបមានអវត្តមានដំបូង ឲ្យស្វែងយល់បន្ថែមពីការងាររបស់ខ្លួន និងធ្វើការហាត់រៀនបន្ត។
- **ការបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ (Apprenticeship Training) ៖** បុគ្គលិកនឹងត្រូវបញ្ជូនឲ្យហាត់រៀនបន្តជាមួយសកម្មភាពផ្ទាល់ក្នុងក្រុមហ៊ុន ដែលស្រដៀងគ្នានឹងការបណ្តុះបណ្តាលនៅនឹង

⁶⁷ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២១ មិថុនា ២០១៨។

កន្លែងការងារ ជាមួយការណែនាំអំពីមុខតំណែង ឯកទេសកម្ម និងជំនាញវិជ្ជាជីវៈដែលបានសិក្សាពីការបណ្តុះបណ្តាលរួចនោះ ដើម្បីទទួលបាននូវសមិទ្ធផលវិជ្ជមានស្របទៅនឹងការចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ជំនាញដែលភាគច្រើន ក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈទាក់ទងនឹងការអនុវត្តផ្ទាល់ ដោយស្វែងយល់ពីរបៀបប្រើប្រាស់ និងគ្រឿងបន្លាស់ផ្សេងៗ។ ក្នុងការអនុវត្តការងារទាំងនោះរួមមាន របៀបនៃការជួសជុលពីរថយន្ត Ford ការធ្វើចំណីអាហារពី Pizza Company ។ល។⁶⁸

១. តារាងផ្នែកផលនៃការបណ្តុះបណ្តាល

បន្ទាប់ពីបញ្ចប់ការបណ្តុះបណ្តាល ការវាយតម្លៃលទ្ធផលនៃការបណ្តុះបណ្តាលក្នុងក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) គឺបានប្រព្រឹត្តឡើងការតាមដានពីសមិទ្ធផលនៃការបង្រៀនក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដូចខាងក្រោម៖

- ការផ្តល់ព័ត៌មានទាក់ទងនឹងមេរៀនដែលត្រូវបណ្តុះបណ្តាលដូចជា ចំណេះដឹងពាក់ព័ន្ធនឹងជំនាញបុគ្គលិក និងឯកសាររួមស្តីពីក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា ដើម្បីដឹងពីប្រសិទ្ធភាពទូទៅនៃកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលរបស់នាយកដ្ឋាន
- បន្ទាប់ពីការបណ្តុះបណ្តាលបានរយៈពេល ៣ ខែ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា បានផ្តល់តួនាទីនេះទៅឲ្យអ្នកគ្រប់គ្រងបុគ្គលិកផ្ទាល់ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យ និងធ្វើការវាយតម្លៃពីសមិទ្ធផល ការបណ្តុះបណ្តាលពីការអភិវឌ្ឍន៍ខ្លួនពីការបណ្តុះបណ្តាល និងចំណុចគួរកែលម្អនៃកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលទាំងមូល។⁶⁹

២.៣.២.៤ គោលការណ៍នៃការបណ្តុះបណ្តាល

ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ធ្វើការលើកទឹកចិត្តដល់និយោជិតរបស់ខ្លួនដោយបានចំណាយថវិកាដ៏ច្រើន ក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតក្នុងការជួលអគារ និងបង់ថ្លៃៗលើវគ្គបណ្តុះបណ្តាលមួយៗ ហើយមានផ្តល់ឲ្យនូវអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនដល់និយោជិតដែលទទួលយកការបណ្តុះបណ្តាល។

ក្រុមហ៊ុនធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកជាប្រចាំក្នុង១ឆ្នាំ ២ដង ដើម្បីបង្កើននូវសមត្ថភាពរបស់និយោជិត ហើយការបណ្តុះបណ្តាលនេះដែរគេធ្វើឡើងចាប់ពី២០នាក់ឡើងទៅ។ចំពោះ

⁶⁸ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍន៍និយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២៤ ឧសភា ២០១៨។

⁶⁹ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍន៍និយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ុន ស្រីពៅ, ២១ មិថុនា ២០១៨។

សមិទ្ធផលដែលក្រុមហ៊ុនទទួលបានពីការបណ្តុះបណ្តាល គឺអាចធ្វើឲ្យបុគ្គលិកសប្បាយរីករាយនូវការអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពរបស់ខ្លួន ហើយនៅបន្តការងារឲ្យក្រុមហ៊ុនបានយូរអង្វែង។ ជាងនេះទៅទៀតនិយោជិតនឹងយកជំនាញដែលបានទទួលពីការបណ្តុះបណ្តាល មកប្រើប្រាស់ និងបំពេញការងារបានល្អទៀតផង។ និយោជិតអាចនឹង ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយដល់សាធារណៈជនទូទៅថាក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ជាកន្លែងដែលផ្តល់ឲ្យនិយោជិតនូវការបណ្តុះបណ្តាលល្អៗផងដែរ។⁷⁰

⁷⁰ លោក សាយ រតនៈ (អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងអភិវឌ្ឍនិយោជិតរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា), បទសម្ភាសន៍ដោយ ធុ សុត្តារី និង អ៊ិន ស្រីពៅ, ២១ មិថុនា ២០១៨។

ជំពូកទី៣

ការប្រមូល និងការវិភាគទិន្នន័យ

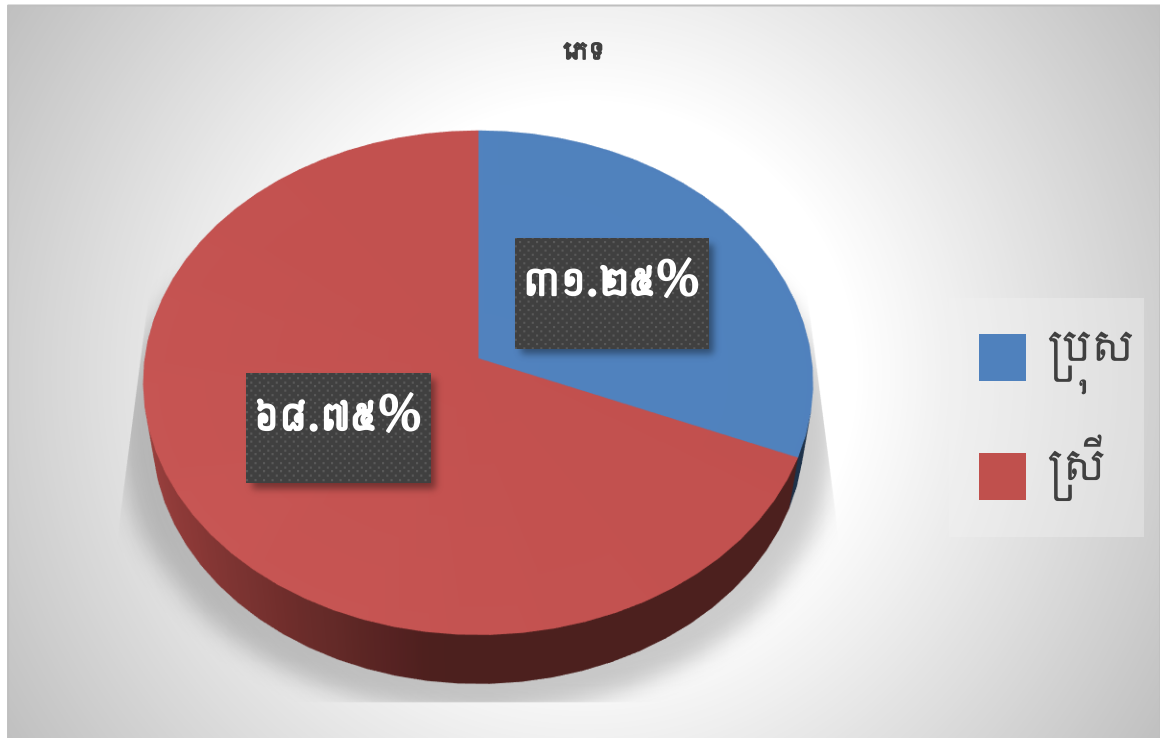
៣.១ ស្ថានភាពទូទៅនៃការប្រមូល និងការវិភាគទិន្នន័យ

ការប្រមូល និង ការវិភាគទិន្នន័យនេះ ធ្វើឡើងតាមរយៈការបំពេញកម្រងសំណួរនៃការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលរបស់និយោជិត នៃនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្ស និងនាយកដ្ឋានផ្សេងៗផងដែរ ដែលមានទីតាំងនៅការិយាល័យកណ្តាលនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)។ ម្យ៉ាងវិញទៀតដោយសារនិយោជិតក្នុងក្រុមហ៊ុនមានចំនួនច្រើន ហើយមានការងារច្រើនត្រូវបំពេញ និងមានភាពមមាញឹកខ្លាំងក្នុងការពង្រីកបន្ថែមនូវសាខាមួយចំនួនទៀត ដូច្នេះក្រុមយើងខ្ញុំសម្រេចជ្រើសរើសនិយោជិតចំនួន ៣២នាក់ នៃចំនួននិយោជិតសរុប ២០០នាក់ ដែលស្មើនឹង ១៦%មកធ្វើជាប៉ាន់គំរូ។ ទោះបីជាប៉ាន់គំរូដែលក្រុមយើងខ្ញុំយកមកធ្វើការវិភាគមានចំនួនតិចបើធៀបនឹងចំនួនសរុបនៃនិយោជិតក្នុងក្រុមហ៊ុនទាំងអស់ ប៉ុន្តែយើងខ្ញុំរំពឹងយ៉ាងមុតមាំថា ប៉ាន់គំរូនេះអាចផ្តល់ឲ្យនូវព័ត៌មានដ៏សមស្របសម្រាប់យកមកធ្វើការវិភាគអំពីស្ថានភាពនៃការ តម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ដោយមានការសហការ ផ្តល់ជាការសម្ភាសន៍ផ្ទាល់ ការបំពេញជាកម្រងសំណួរ និងផ្តល់ជាឯកសារផ្សេងៗពីសំណាក់ និយោជិតនៃនាយកដ្ឋានផ្នែកធនធានមនុស្ស និងនិយោជិតនៃផ្នែកផ្សេងៗទាំងអស់នៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ផងដែរ។

៣.២ ការបកស្រាយ និងវិភាគទិន្នន័យ

តាមការប្រមូលទិន្នន័យ ដែលទទួលបានពីការចូលរួមឆ្លើយកម្រងសំណួររបស់និយោជិតចំនួន ៣២នាក់នៃការិយាល័យកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុនអ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ក្រុមយើងខ្ញុំបានធ្វើការវិភាគ និងបកស្រាយដូចខាងក្រោម៖

៣.២.១ ការសិក្សាអំពីតេឡេបសនិយោជិត



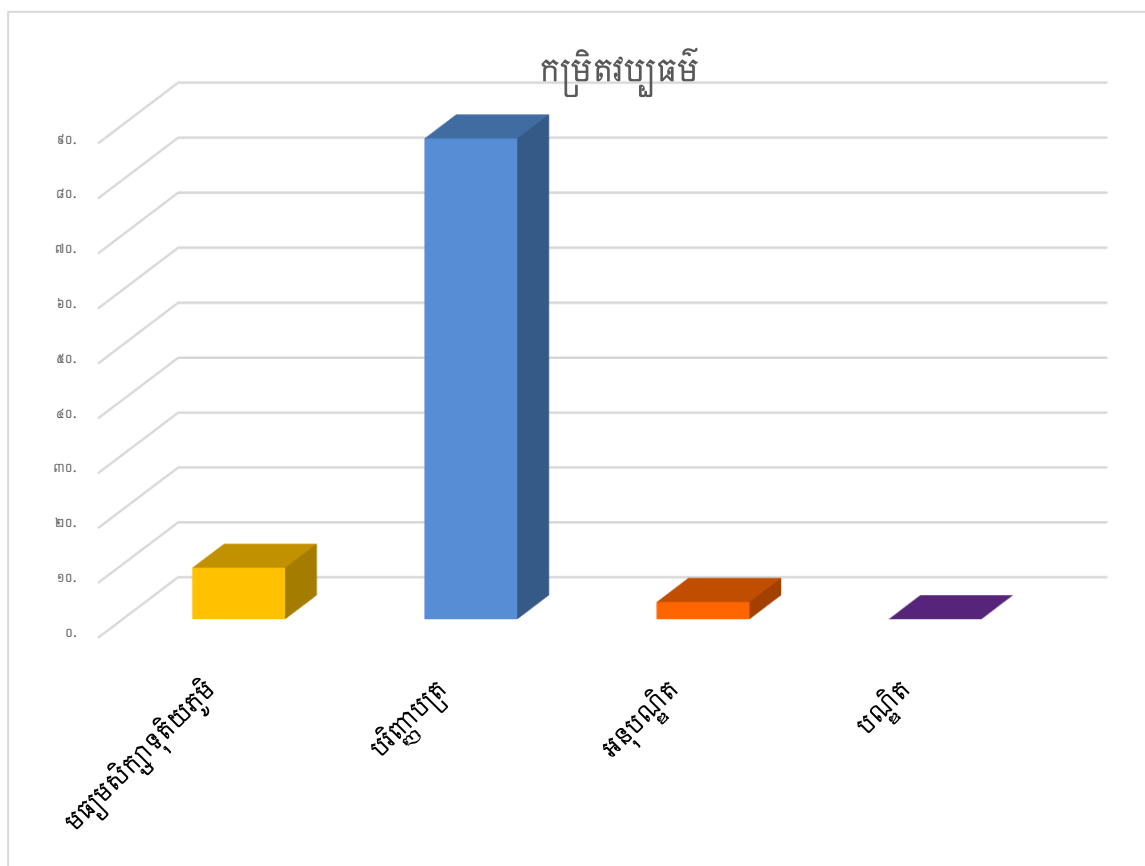
តាមរយៈដ្យាក្រាមផ្តិតខាងលើ បានបង្ហាញថានិយោជិតដែលចូលរួមឆ្លើយកម្រងសំណួរ ចំនួន៣២នាក់ក្នុងនោះរួមមាន៖

- និយោជិត ប្រុស មានចំនួន១០នាក់ ស្មើនឹង ៣១.២៥% នៃនិយោជិតសរុប។
- និយោជិត ស្រី មានចំនួន២២នាក់ ស្មើនឹង ៦៨.៧៥% នៃនិយោជិតសរុប។

តាមក្រាបខាងលើយើងសន្មត់បានថាក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា មានចំនួននិយោជិតស្រី ច្រើនជាងប្រុស។ ដោយយោងតាមការសម្ភាសន៍ផ្ទាល់ជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកការសិក្សា និងការ អភិវឌ្ឍក្រុមហ៊ុនធ្វើការផ្តល់សិទ្ធិអទិភាពដល់និយោជិតស្រីផងដែរ។

៣.២.២ ការសិក្សាអំពីកម្រិតវប្បធម៌នៃនិយោជិត

តាមការប្រមូលទិន្នន័យនៃចំនួនប៉ាន់គំរូ ៣២នាក់បានបង្ហាញថា និយោជិតនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) មានកម្រិតវប្បធម៌ដូចខាងក្រោម៖

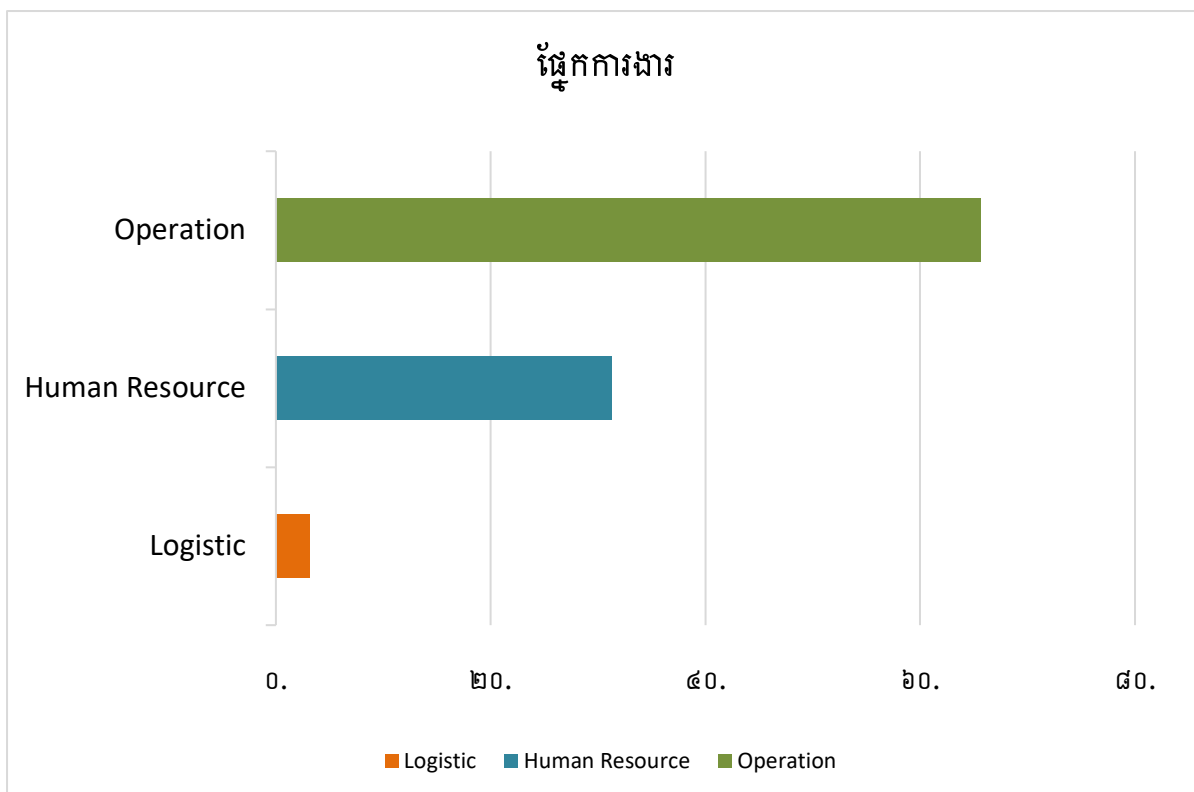


តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថា៖

- និយោជិតមានសញ្ញាបត្រមធ្យមសិក្សាទុតិយភូមិ មានចំនួន៣នាក់ ស្មើនឹង ៩.៣៧% នៃនិយោជិតសរុប។
- និយោជិតមានសញ្ញាបត្របរិញ្ញាបត្រ មានចំនួន២៨នាក់ ស្មើនឹង ៨៧.៥% នៃនិយោជិតសរុប។
- និយោជិតមានសញ្ញាបត្រអនុបណ្ឌិត មានចំនួន១នាក់ ស្មើនឹង ៣.១៣% នៃនិយោជិតសរុប។
- ចំពោះនិយោជិតមានសញ្ញាបត្របណ្ឌិតគឺមិនមានទេ។

យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ធនធានមនុស្សនៃក្រុមហ៊ុន អ អ៊ឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) សុទ្ធសឹងជាធនធានមនុស្សដែលមានកម្រិតវប្បធម៌ និងសមត្ថភាពសមស្របដែលអាចបំពេញការងារបាន។

៣.២.៣ ការសិក្សាអំពីផ្នែកការងាររបស់បុគ្គលិក

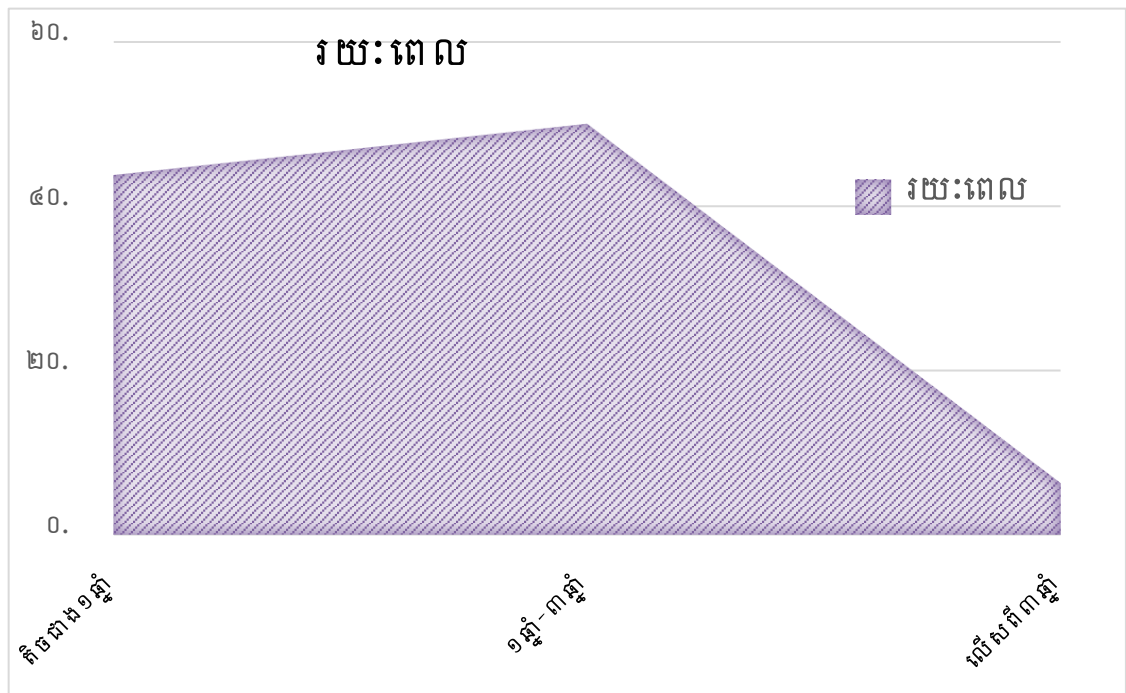


តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថា ផ្នែកការងាររបស់និយោជិតដែលចូលរួមឆ្លើយកម្រងសំណួរមានដូចខាងក្រោម៖

- ផ្នែក Logistic មានចំនួន១នាក់ ស្មើនឹង ៣.១៣% នៃនិយោជិតសរុប។
- ផ្នែក Human Resource មានចំនួន១០នាក់ ស្មើនឹង ៣១.២៥% នៃនិយោជិតសរុប។
- ផ្នែក Operation មានចំនួន២១នាក់ ស្មើនឹង ៦៥.៦២% នៃនិយោជិតសរុប។

យើងអាចសន្មតបានថាផ្នែកការងារ Operation មានច្រើនសម្រាប់បុគ្គលិកសរុប។ ជាមួយគ្នានេះ ផ្នែកការងារ Operation ទាក់ទងនឹងការរក្សាព័ត៌មាន ព័ត៌មានវិទ្យា និងក៏ជាផ្នែកទំនាក់ទំនងអតិថិជននៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា ផងដែរ។ ម្យ៉ាងទៀត ផ្នែកការងារ HR ត្រូវបានដាក់ជាអ្នកគ្រប់គ្រងរាល់សកម្មភាពបុគ្គលិកក្នុងក្រុមហ៊ុនដើម្បីទទួលបានប្រសិទ្ធភាពការងារ។ ចំណែកផ្នែកការងារ Logistic ជាផ្នែកគ្រប់គ្រង និងផ្គត់ផ្គង់សម្ភារៈប្រើប្រាស់ផ្សេងៗ និងតម្រូវការក្នុងក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា។

៣.២.៤ ការសិក្សាអំពីអតិថភាពការងាររបស់និយោជិត

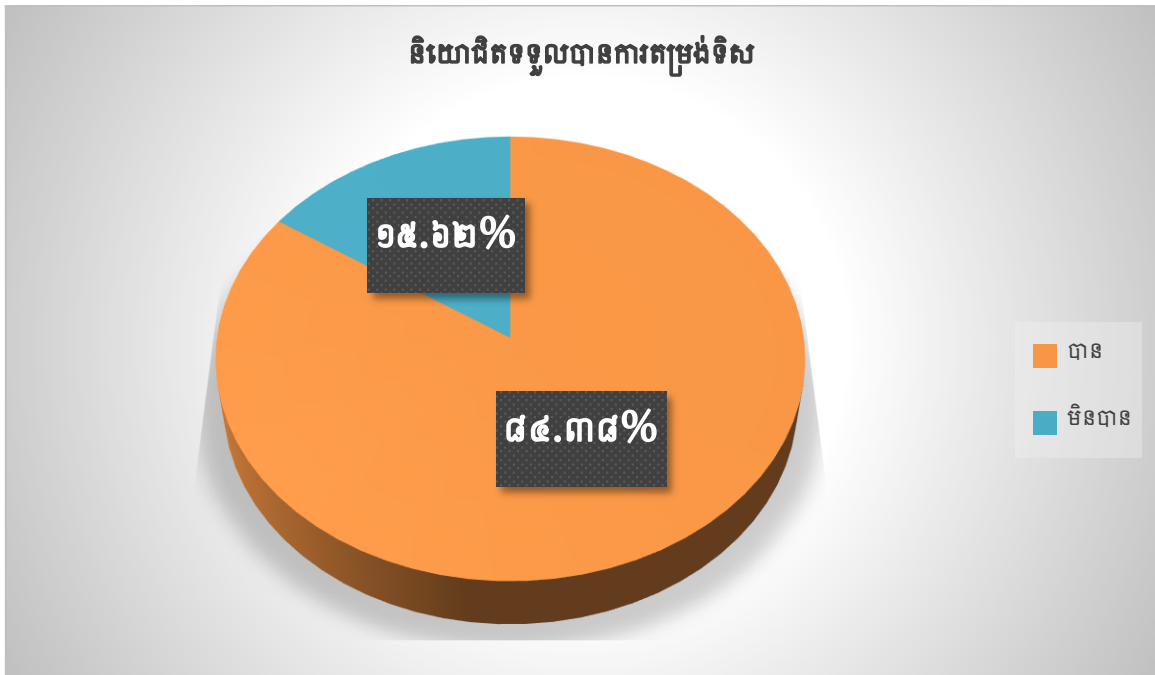


តាមក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថារយៈពេលដែលនិយោជិតម្នាក់ៗបំពេញការងារមាន៖

- និយោជិតបំពេញការងាររយៈពេលតិចជាង១ឆ្នាំមានចំនួន១៤នាក់ ស្មើនឹង៤៣.៧៥% នៃចំនួនបុគ្គលិកទាំងអស់។
- និយោជិតបំពេញការងាររយៈពេលពី១ឆ្នាំ-៣ឆ្នាំមានចំនួន១៦នាក់ ស្មើនឹង៥០% នៃចំនួនបុគ្គលិកទាំងអស់។
- និយោជិតបំពេញការងាររយៈពេលលើសពី៣ឆ្នាំ មានចំនួន២នាក់ ស្មើនឹង៦.២៥% នៃចំនួនបុគ្គលិកទាំងអស់។

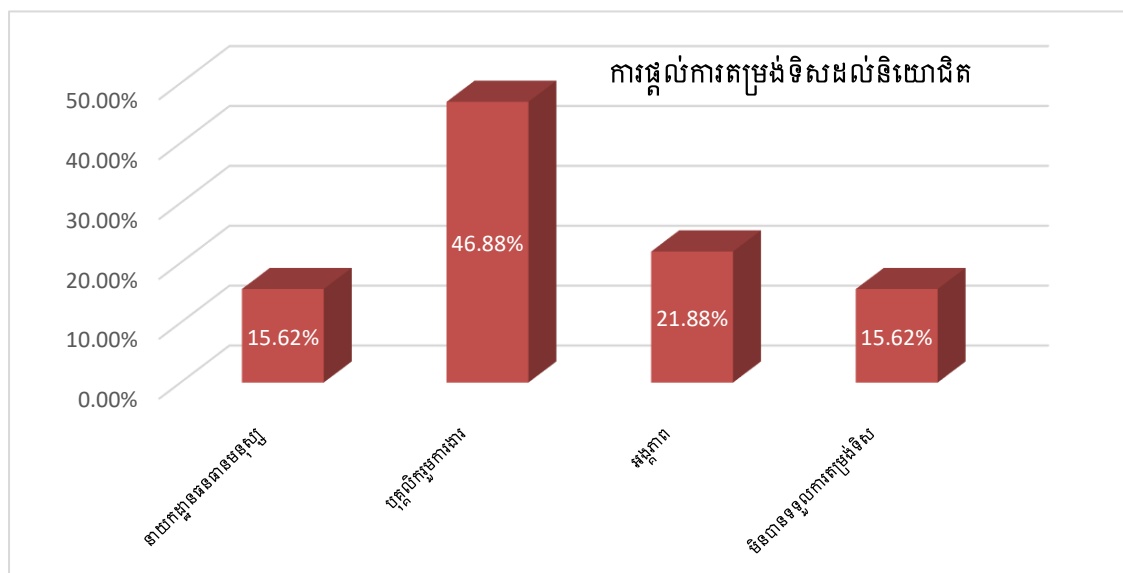
តាមរយៈក្រាបយើងសន្និដ្ឋានបានថា និយោជិតភាគច្រើនសុទ្ធតែមានបទពិសោធន៍ការងារច្រើនឆ្នាំ និងមានភាពយល់ដឹងច្រើនចំពោះការងារតាមរយៈពិសោធន៍ការងារ ដែលជួយជំរុញឲ្យក្រុមហ៊ុនសម្រេចបាននូវសមិទ្ធផលល្អៗជាច្រើនទាំងបច្ចុប្បន្ន និងអនាគត។

៣.២.៥ ការសិក្សាអំពីការទទួលបានការតម្រង់ទិស



តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថានិយោជិតនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) បានទទួលការតម្រង់ទិសមានចំនួនច្រើនគឺ២៧នាក់នៃចំនួនបានគំរូស្មើនឹង៨៤.៣៨% នៃនិយោជិតសរុប ដែលធ្វើឲ្យនិយោជិតភាគច្រើនយល់ច្បាស់ពីគោលនយោបាយរបស់ក្រុមហ៊ុន និងគោលការណ៍ផ្សេងៗដែលក្រុមហ៊ុនទាំងមូលមាន ប៉ុន្តែនៅមាននិយោជិតខ្លះនៅមិនទាន់បាន ទទួលការតម្រង់ទិសនៅឡើយដោយក្នុងនោះមាននិយោជិតចំនួន៥នាក់ ដែលស្មើនឹង១៥.៦២% នៃ និយោជិតសរុប ។

៣.២.៥.១ ការសិក្សាអំពីអ្នកផ្តល់ការតម្រង់ទិស

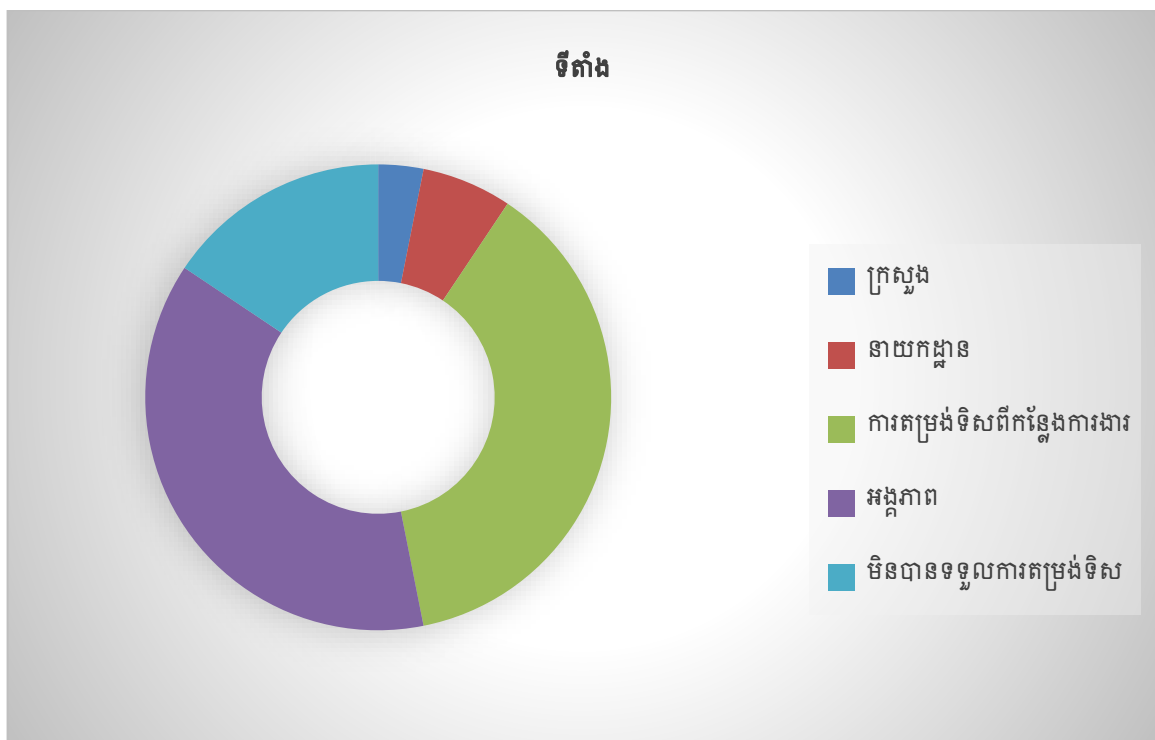


តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹង ការធ្វើការតម្រង់ទិសដល់និយោជិត ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា បានផ្តល់ឲ្យតាមរយៈ៖

- ការផ្តល់ការតម្រង់ទិសដោយនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សមានចំនួន៥នាក់ស្មើនឹង១៥.៦២%
- ការផ្តល់ការតម្រង់ទិសដោយបុគ្គលិករួមការងារ មានចំនួន១៥នាក់ ស្មើនឹង៤៦.៨៨%។
- ការផ្តល់ការតម្រង់ទិសដោយអង្គភាព មានចំនួន៧នាក់ ស្មើនឹង២១.៨៨%។
- រួមទាំងនិយោជិតមិនបានទទួលការតម្រង់ទិសចំនួន៥នាក់ ស្មើនឹង១៥.៦២%។

ដូចនេះយើងសន្មត់បានថា ភាគច្រើនស្មើរតែ៥០%នៃនិយោជិតទាំងអស់គឺ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា ជ្រើសរើសការផ្តល់ការតម្រង់ទិសដោយបុគ្គលិករួមការងារ។

៣.២.៥.២ ការសិក្សាអំពីទីតាំងនៃការផ្តល់ការតម្រង់ទិសដល់បុគ្គលិក



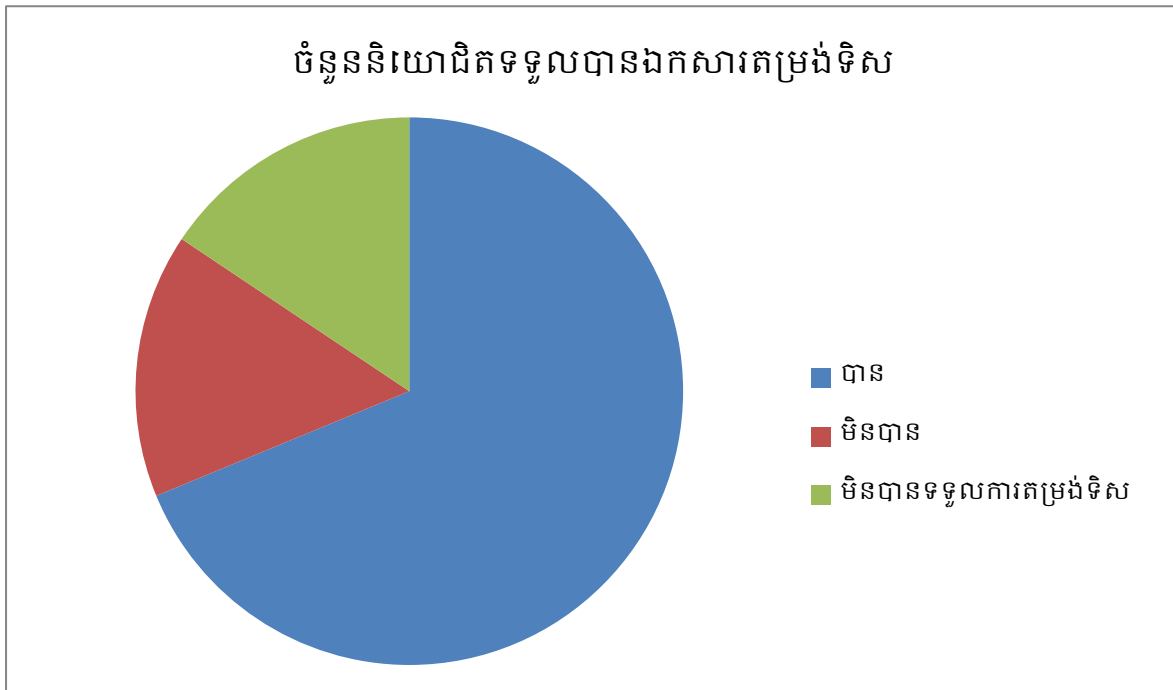
តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថា ទីតាំងដែលនិយោជិតទទួលការតម្រង់ទិសមានដូចខាងក្រោម៖

- ទទួលការតម្រង់ទិសនៅក្នុងអង្គភាពចំនួន១២ ស្មើនឹង៣៧.៥%នៃនិយោជិតសរុប។
- ទទួលការតម្រង់ទិសនៅតាមនាយកដ្ឋានមានចំនួន២នាក់ ស្មើនឹង៦.២៥% នៃនិយោជិតសរុប។
- ទទួលការតម្រង់ទិសនៅតាមក្រសួងចំនួន១នាក់ ស្មើនឹង៣.១៣%នៃនិយោជិតសរុប។
- ទទួលការតម្រង់ទិសនៅកន្លែងការងារចំនួន១៥នាក់ ស្មើនឹង៤៦.៨៨% នៃនិយោជិតសរុប។

- រួមជាមួយនិយោជិតមិនបានទទួលការតម្រង់ទិសចំនួន៥នាក់ ស្មើនឹង១៥.២៦%។

យើងសន្មត់បានថាការតម្រង់ទិសរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា ធ្វើការតម្រង់ទិសភាគច្រើននៅតាមកន្លែងការងារ និងក្នុងអង្គភាព ។

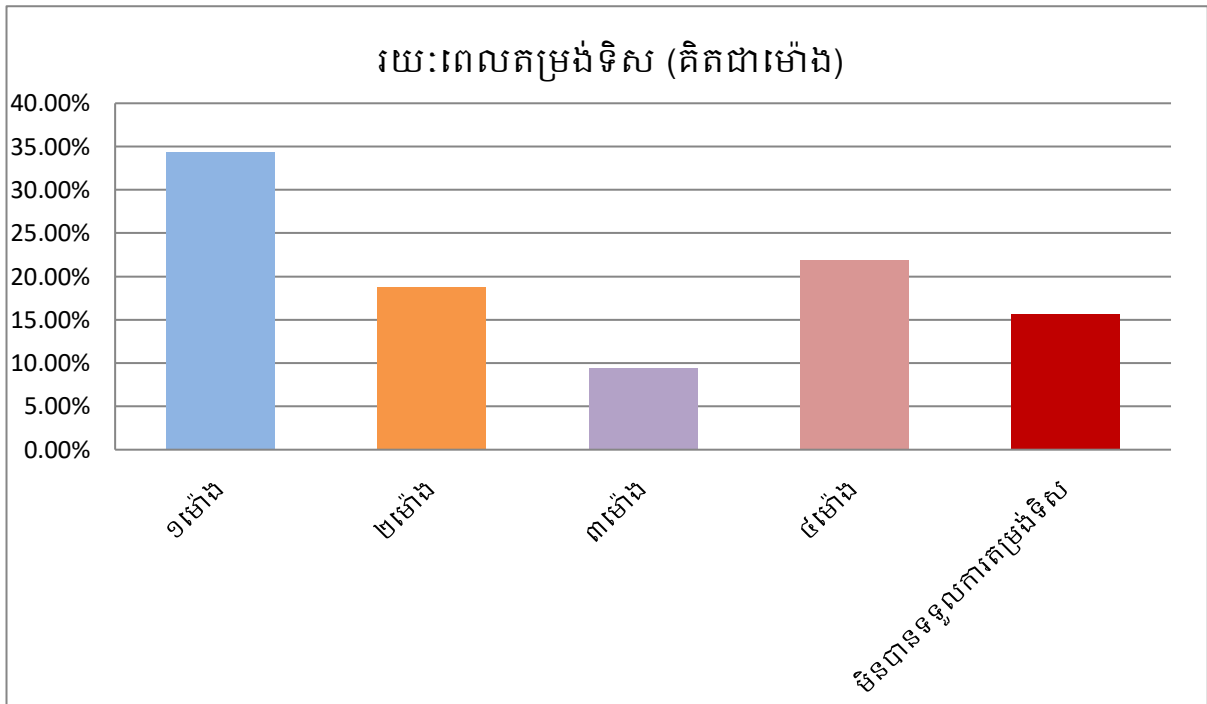
៣.២.៥.៣ ការសិក្សាអំពីការផ្តល់ឯកសារតម្រង់ទិស



តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថា និយោជិតក្នុង ក្រុមហ៊ុនអ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) បានទទួលនូវឯកសារតម្រង់ទិសចំនួន២២នាក់ ស្មើនឹង៦៨.៧៥% នៃចំនួនបុគ្គលិកសរុប ចំណែកនិយោជិតដែលមិនបានទទួលឯកសារតម្រង់ទិសមានចំនួន ៥នាក់ ដែលស្មើនឹង ១៥.៦២%នៃចំនួនបុគ្គលិកទាំងអស់ និងនិយោជិតដែលមិនបានទទួលការតម្រង់ទិសចំនួន៥នាក់ ស្មើនឹង១៥.៦២%។

៣.២.៥.៤ ការសិក្សាអំពីរយៈពេលតម្រង់ទិស (គិតជាម៉ោង)

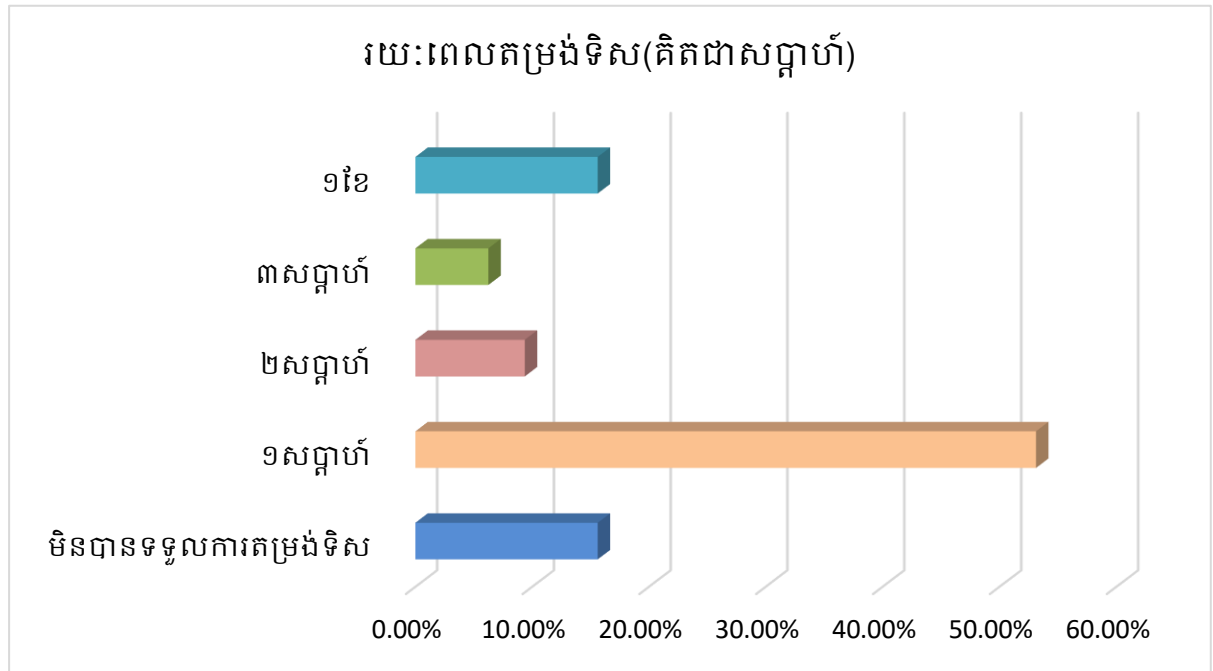
តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹង រយៈពេលនៃការតម្រង់ទិសដល់និយោជិតថ្មី ដែលទទួលបានតាមរយៈកម្រងសំណួររួមមាន៖



- តម្រង់ទិសរយៈពេល១ម៉ោង មានចំនួន១១នាក់ ស្មើនឹង៣៤.៣៨%។
- តម្រង់ទិសរយៈពេល២ម៉ោង មានចំនួន៦នាក់ ស្មើនឹង១៨.៧៥%។
- តម្រង់ទិសរយៈពេល៣ម៉ោង មានចំនួន៣នាក់ ស្មើនឹង៩.៣៧%។
- តម្រង់ទិសរយៈពេល៤ម៉ោង មានចំនួន៧នាក់ ស្មើនឹង២១.៨៨%។
- និងនិយោជិតមិនបានទទួលការតម្រង់ទិសចំនួន៥នាក់ ស្មើនឹង១៥.៦២%។

ដូចនេះយើងសន្មត់បានថា ដោយយោងតាមការប្រមូលមាននិយោជិតឆ្លើយថាការតម្រង់ទិសមានរយៈពេល១ម៉ោងមាន៣៤.៣៨% ដូចនេះការតម្រង់ទិសអាចមានរយៈពេលខ្លីពេក ដោយត្រូវចំណាយអស់រយៈពេលច្រើនថ្ងៃក្នុងការតម្រង់ទិស។

៣.២.៥.៥ ការសិក្សាអំពីរយៈពេលតម្រង់ទិស (គិតជាសប្តាហ៍)

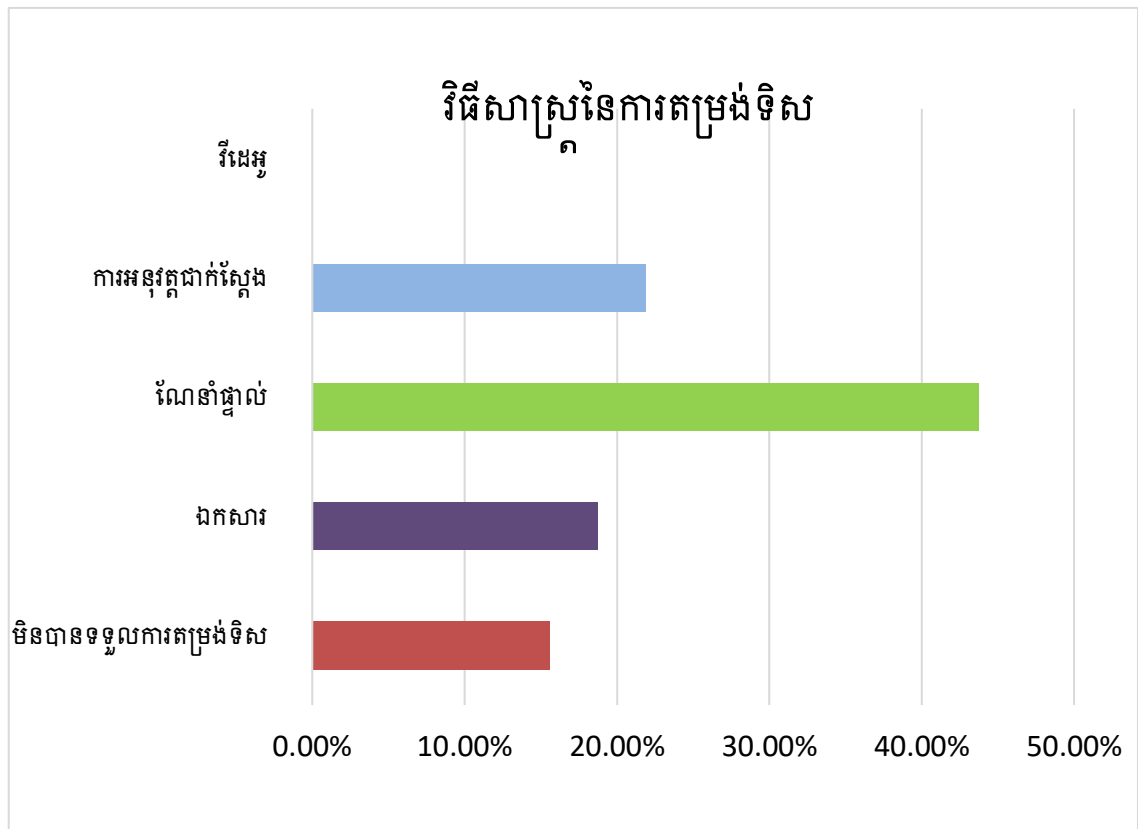


តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹង ការតម្រង់ទិសដល់និយោជិតថ្មី មានរយៈពេលចំនួន៖

- និយោជិតទទួលការតម្រង់ទិសរយៈពេល១ខែ មានចំនួន៥នាក់ ស្មើនឹង១៥.៦២%នៃនិយោជិតសរុប។
- និយោជិតទទួលការតម្រង់ទិសរយៈពេល១សប្តាហ៍ មានចំនួន១៧នាក់ ស្មើនឹង៥៣.១៣%នៃនិយោជិតសរុប។
- ចំនួននិយោជិតទទួលការតម្រង់ទិសរយៈពេល២សប្តាហ៍ មានចំនួន៣នាក់ ស្មើនឹង៩.៣៧%នៃនិយោជិតសរុប។
- ចំនួននិយោជិតទទួលការតម្រង់ទិសរយៈពេល៣សប្តាហ៍ មានចំនួន២នាក់ ស្មើនឹង៦.២៥%នៃនិយោជិតសរុប។
- និយោជិតមិនបានទទួលការតម្រង់ទិសមានចំនួន៥នាក់ ស្មើនឹង១៥.៦២% នៃចំនួននិយោជិតសរុបក្នុងក្រុមហ៊ុន។

យើងសន្មត់ថា គឺក្រុមហ៊ុនជ្រើសរើសការតម្រង់ទិសរយៈពេល១សប្តាហ៍ ដូចនេះមានន័យថាបុគ្គលិកភាគច្រើនទទួលបាននូវការតម្រង់ទិសជំនាញបន្ថែមពីការងាររបស់គេ។

៣.២.៥.៦ ការសិក្សាអំពីវិធីសាស្ត្រក្នុងការតម្រង់ទិសដល់និយោជិត

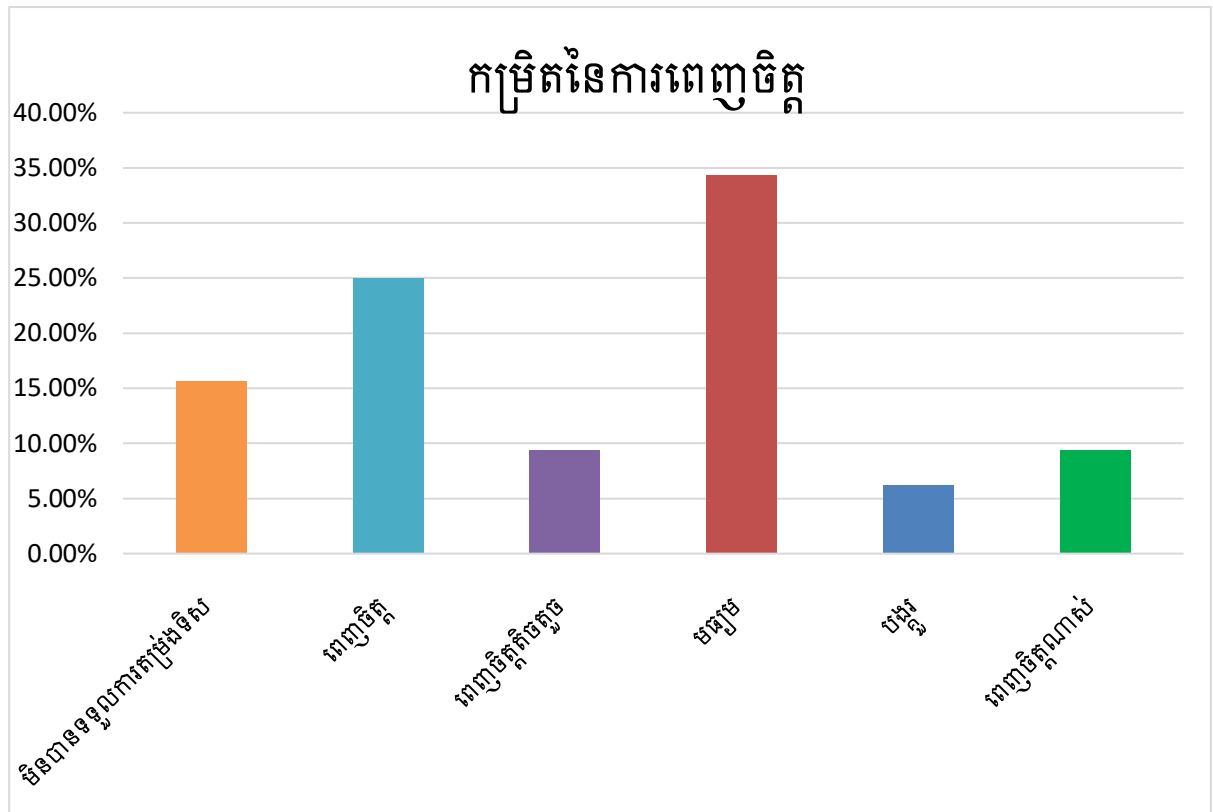


តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងវិធីសាស្ត្រក្នុងការតម្រង់ទិសរួមមាន៖

- និយោជិតដែលទទួលបានការតម្រង់ទិសតាមរយៈការមើលវីដេអូមិនមានទេ។
- និយោជិតទទួលបានការតម្រង់ទិសតាមរយៈការអនុវត្តជាក់ស្តែង មានចំនួន៧នាក់ ស្មើនឹង ២១.៨៨%។
- ទទួលបានការតម្រង់ទិសតាមរយៈការណែនាំផ្ទាល់ មានចំនួន១៤នាក់ ស្មើនឹង៤៣.៧៥%នៃចំនួននិយោជិតសរុប។
- ទទួលបានការតម្រង់ទិសតាមរយៈឯកសារ មានចំនួន៦នាក់ ស្មើនឹង១៨.៧៥%។
- និយោជិតមិនបានទទួលការតម្រង់ទិស មានចំនួន៥នាក់ ស្មើនឹង១៥.៦២% នៃចំនួននិយោជិតសរុប។

ដូចនេះយើងសន្មត់បានថា ការតម្រង់ទិសរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ គឺធ្វើឡើងដោយការណែនាំផ្ទាល់ពីនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សដល់បុគ្គលិក។

៣.២.៥.៧ ការសិក្សាអំពីកម្រិតនៃការពេញចិត្តចំពោះការតម្រង់ទិសរបស់និយោជិត

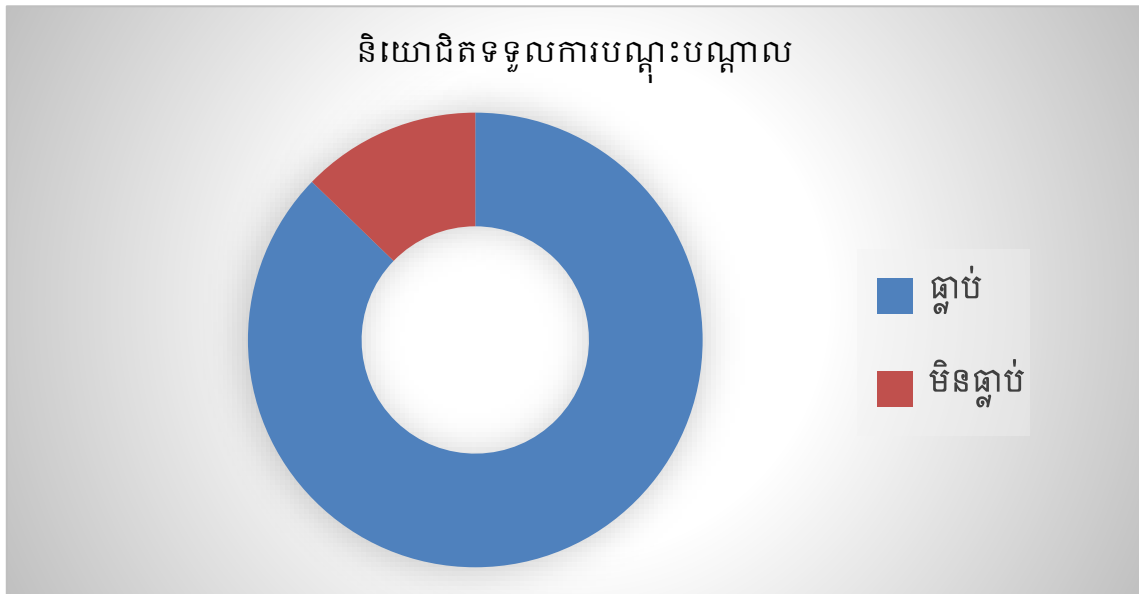


តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថានាយកដ្ឋានផ្សេងៗ មានកម្រិតនៃការពេញចិត្តចំពោះការតម្រង់ទិសដូចខាងក្រោម៖

- និយោជិតមិនបានទទួលការតម្រង់ទិស មាន៥នាក់ ស្មើនឹង១៥.៦២% ។
- និយោជិតដែលពេញចិត្ត នឹងកម្មវិធីតម្រង់ទិសមាន៨នាក់ ហើយស្មើនឹង២៥%។
- និយោជិតមានការពេញចិត្តតិចតួចមាន៣នាក់ ហើយស្មើនឹង៩.៣៧%។
- ចំពោះកម្រិតនៃការពេញចិត្តមធ្យម មានចំនួន១១នាក់ ស្មើនឹង៣៤.៣៨%។
- ឯកម្រិតនៃការពេញចិត្តបង្អស់ មាននិយោជិតចំនួន២នាក់ ដែលស្មើនឹង៦.២៥%នៃនិយោជិតសរុប។
- ចំពោះនិយោជិតដែលមានកម្រិតនៃការពេញចិត្ត ពេញចិត្តណាស់ ជាមួយនឹងកម្មវិធីតម្រង់ទិសមាន៣នាក់ ហើយស្មើនឹង៩.៣៧%។

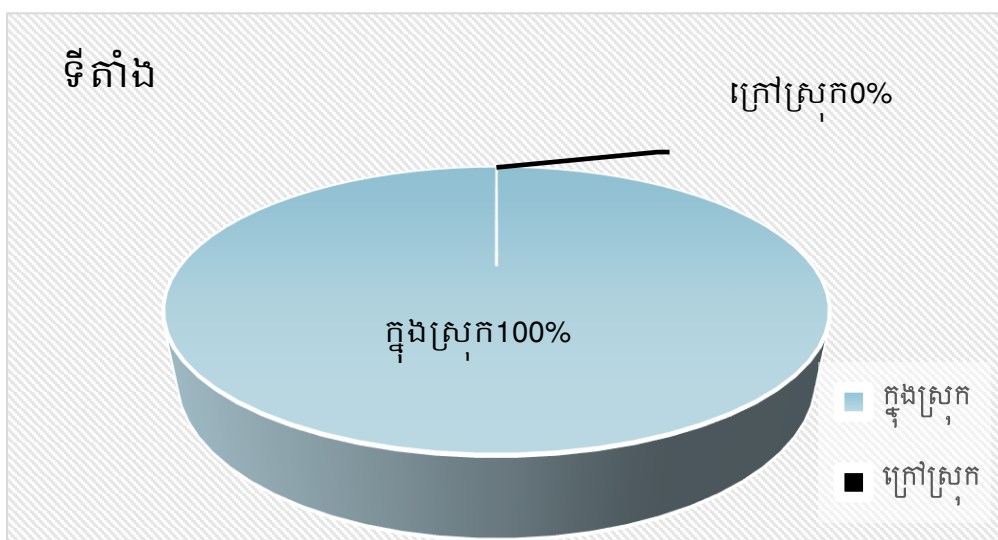
យើងសន្មត់បានថា កម្រិតនៃការពេញចិត្តនៅមានកម្រិតមធ្យមច្រើន ដូចនេះកម្មវិធីការតម្រង់ទិសរបស់ក្រុមហ៊ុននៅមានកម្រិត។

៣.២.៦ ការសិក្សាអំពីការទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិត



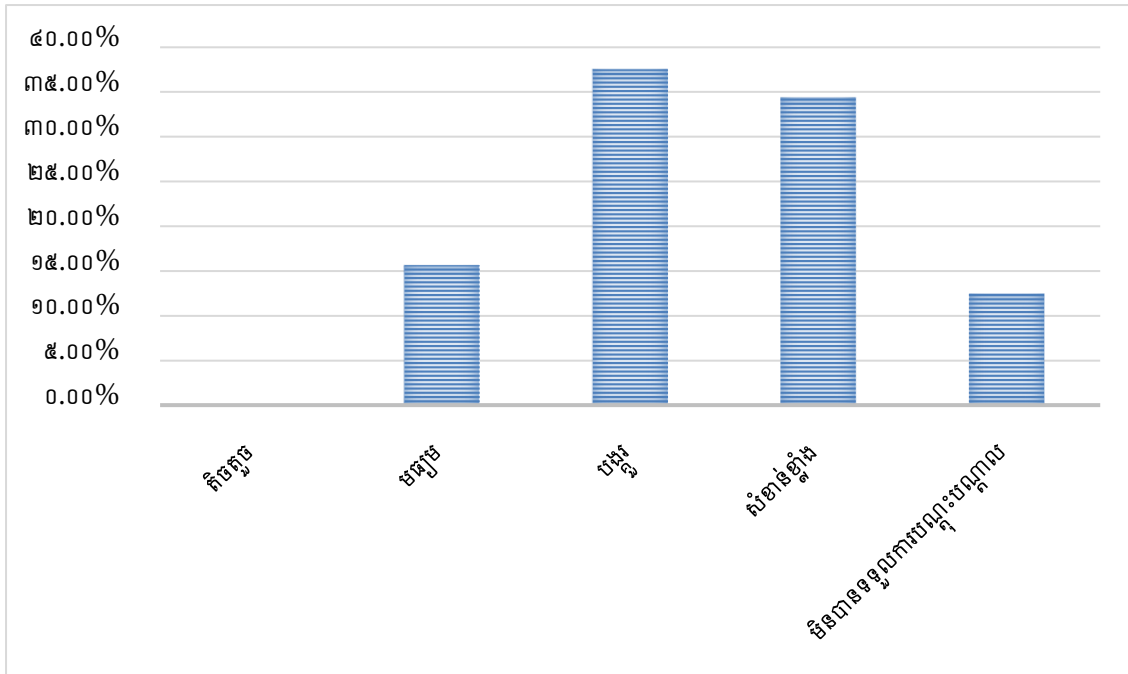
តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថានិយោជិតនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) គឺសុទ្ធសឹងតែបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលពីក្រុមហ៊ុន ព្រោះក្រុមហ៊ុននេះតែងតែផ្ដោតលើការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ដើម្បីទទួលបាននូវសមិទ្ធផលល្អៗក្នុងការសម្រេចនូវគោលដៅរបស់ខ្លួន និងបង្កើននូវសមត្ថភាពរបស់និយោជិតម្នាក់ៗ ហើយបុគ្គលិកទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលមានចំនួន២៨ ស្មើនឹង៨៧.៥% ឯនិយោជិតមិនបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលមានចំនួនតែ៤នាក់ប៉ុណ្ណោះដែលស្មើនឹង១២.៥%នៃនិយោជិតសរុប។

៣.២.៦.១ ការសិក្សាអំពីទីតាំងនៃការផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលដល់និយោជិត



តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថាដោយផ្អែកលើការប្រមូលទិន្នន័យនៃការចូលរួមឆ្លើយ កម្រងសំណួរឃើញថា និយោជិតនៃចំនួនបានគំរូទាំង៣២នាក់គឺទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលនៅ ក្នុងស្រុកផ្ទាល់នៃនាយកដ្ឋានផ្នែកសិក្សានិងការអភិវឌ្ឍ (L&D) ផ្ទាល់ទាំងអស់។

៣.២.៦.២ ការសិក្សាអំពីភាពសំខាន់នៃការបណ្តុះបណ្តាលចំពោះបុគ្គលិក

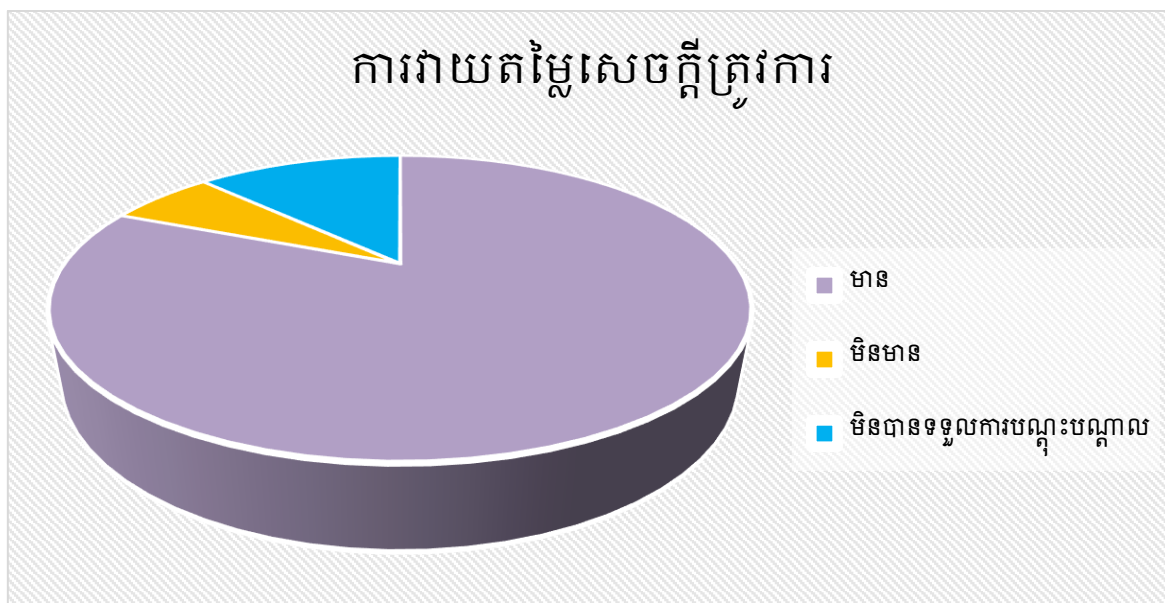


តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថាកម្រិតនៃភាពសំខាន់ចំពោះការបណ្តុះបណ្តាលទៅលើ និយោជិតរួមមាន៖

- និយោជិតទាំងអស់សុទ្ធតែចង់ទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាល ដូច្នេះហើយកម្រិតនៃភាព សំខាន់តិចតួចចំពោះការទទួលយកការបណ្តុះបណ្តាលគឺគ្មានទេ។
- កម្រិតនៃភាពសំខាន់ មធ្យមចំពោះការទទួលយកការបណ្តុះបណ្តាល មានចំនួន៥នាក់ ស្មើ នឹង១៥.៦២% នៃនិយោជិតសរុប។
- កម្រិតនៃភាពសំខាន់ បង្អស់ចំពោះការទទួលយកការបណ្តុះបណ្តាល មានចំនួន១២នាក់ ស្មើ នឹង៣៧.៥% នៃនិយោជិតសរុប។
- កម្រិតនៃភាពសំខាន់ខ្លាំង ចំពោះការទទួលយកការបណ្តុះបណ្តាល មានចំនួន១១នាក់ ស្មើ នឹង៣៤.៣៨% នៃនិយោជិតសរុប។
- និយោជិតមិនបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលមានចំនួន៤នាក់ ស្មើនឹង១២.៥%។

យើងសន្មតថាបុគ្គលិកនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនចាត់ទុកថា ការបណ្តុះបណ្តាលគឺមានភាពសំខាន់ ខ្លាំងចំពោះពួកគេ។

**៣.២.៦.៣ ការសិក្សាអំពីការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាលចំពោះ
និយោជិត**



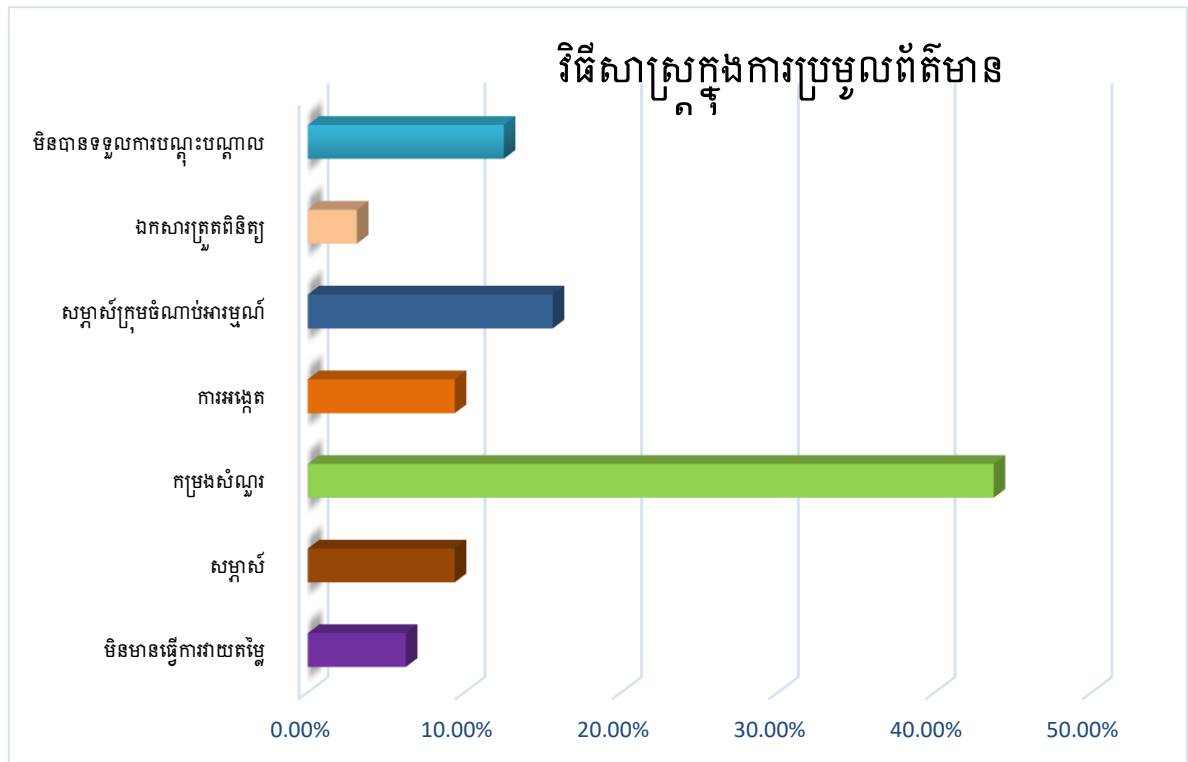
តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថាការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល
ចំពោះនិយោជិត រួមមាន៖

- និយោជិតដែលត្រូវបានធ្វើការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាលមានចំនួន២៦ នាក់នៃចំនួនប៉ាន់គំរូ៣២នាក់ក្នុងការិយាល័យកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ដែលស្មើនឹង៨៩.២៥% ។
- និយោជិតដែល មិនបានធ្វើការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាលមានចំនួនត្រឹម តែ២នាក់ប៉ុណ្ណោះ ស្មើនឹង៦.២៥%នៃចំនួននិយោជិតសរុប។
- ឯនិយោជិតដែលមិនបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាល មានចំនួន៤នាក់ ស្មើនឹង១២.៥%។

យើងសន្មត់បានថា ក្រុមហ៊ុនបានធ្វើការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល
ចំពោះបុគ្គលិក។

**៣.២.៦.៤ ការសិក្សាអំពីវិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានពីការវាយតម្លៃសេចក្តីត្រូវការ
នៃការបណ្តុះបណ្តាល**

វិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានពីការវាយតម្លៃ សេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាល
រួមមានដូចខាងក្រោម៖

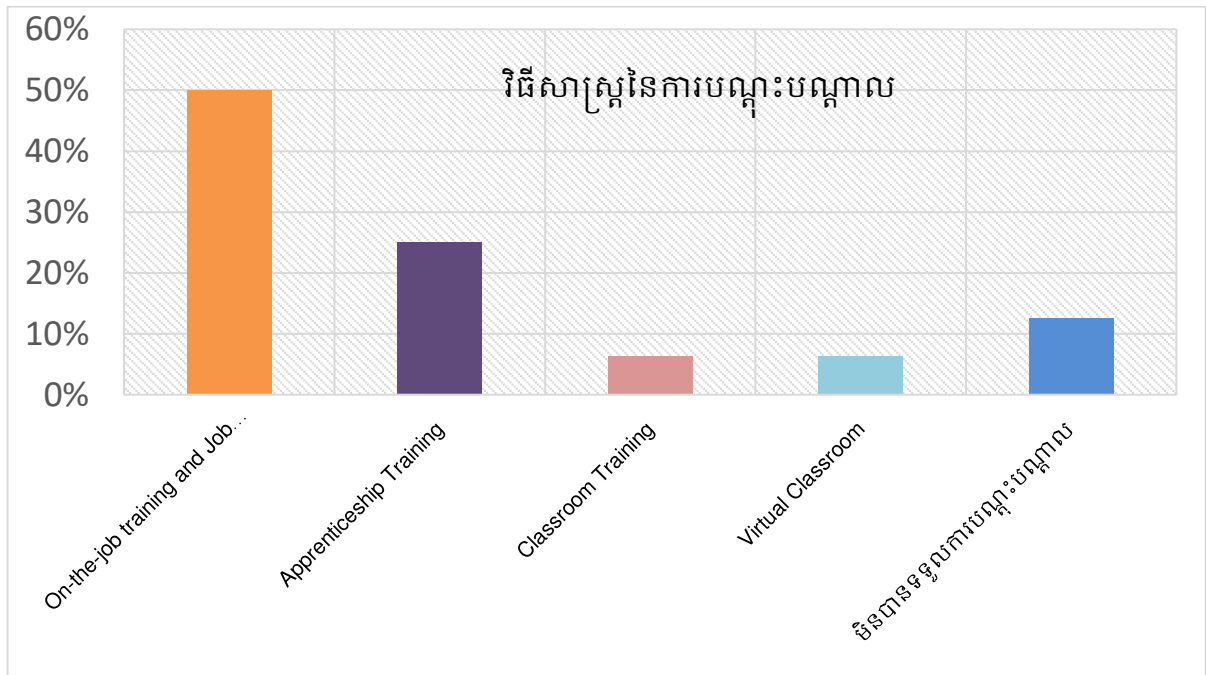


បុគ្គលិកមិនបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលមានចំនួន៤នាក់ដែលស្មើនឹង១២.៥%។

- និយោជិតឆ្លើយថា ក្រុមហ៊ុនប្រើវិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានតាមរយៈ ឯកសារត្រួតពិនិត្យ មានចំនួន១នាក់ ស្មើនឹង៣.១៣%។
- ចំពោះនិយោជិតដែលឆ្លើយថា ក្រុមហ៊ុនអ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)ប្រើវិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានតាមរយៈ ការសម្ភាសន៍ក្រុមចំណាប់អារម្មណ៍មានចំនួន៥នាក់ ស្មើនឹង១៥.៦២%។
- តាមចម្លើយដែលបានពីបុគ្គលិក ក្រុមហ៊ុនប្រើវិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានតាមរយៈ ការអង្កេត មានចំនួន៣នាក់ ស្មើនឹង៩.៣៧%។
- និយោជិតដែលឆ្លើយថា ក្រុមហ៊ុនប្រើវិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានតាមរយៈ កម្រងសំណួរ មានចំនួន១៤នាក់ ស្មើនឹង៤៣.៧៥%។
- និយោជិតដែលចូលរួមឆ្លើយថា ក្រុមហ៊ុនប្រើវិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានតាមរយៈ ការសម្ភាសមានចំនួន៣នាក់ ស្មើនឹង៩.៣៧%។
- និយោជិតផ្តល់ចម្លើយថាមិនមានធ្វើការវាយតម្លៃចំនួន២នាក់ ស្មើនឹង៦.២៥%។

ដូចនេះយើងសន្មតបានថាភាគច្រើនក្រុមហ៊ុន ធ្វើការប្រមូលព័ត៌មានពីការវាយតម្លៃ សេចក្តីត្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាលតាមរយៈកម្រងសំណួរ។

៣.២.៦.៥ ការសិក្សាអំពីវិធីសាស្ត្រនៃការបណ្តុះបណ្តាល

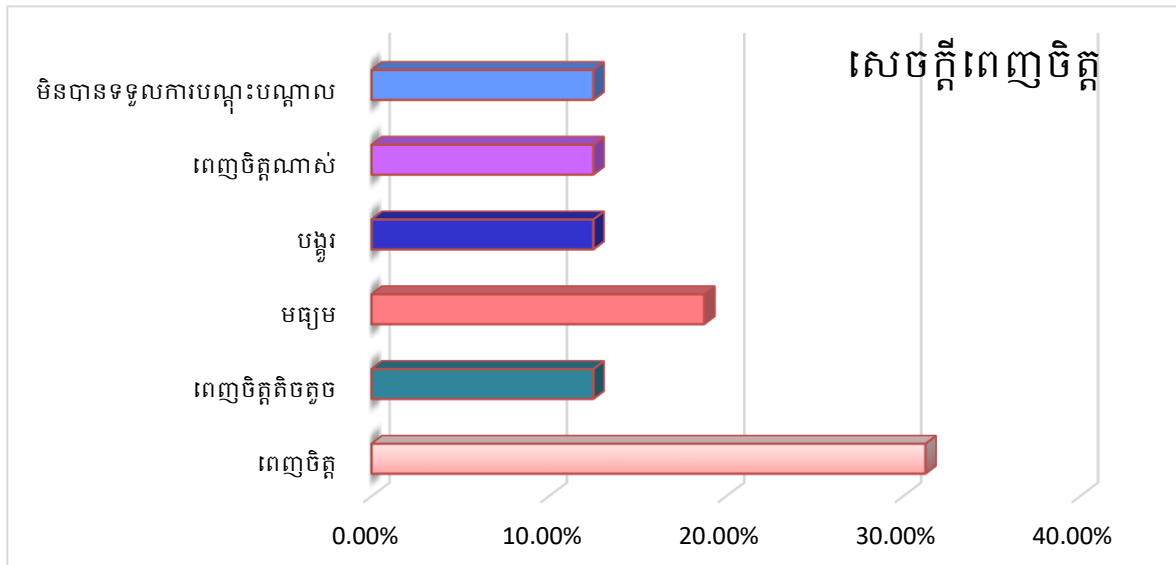


តាមរយៈក្រាបខាងលើ បានឲ្យដឹងថាវិធីសាស្ត្រដែលនិយោជិតទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលពីក្រុមហ៊ុនអ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)មានដូចជា៖

- និយោជិតទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាល ដោយវិធីសាស្ត្របណ្តុះបណ្តាលនៅនឹងកន្លែងការងារ និងឆ្លាស់វេន មានចំនួន១៦នាក់ ស្មើនឹង៥០% នៃចំនួននិយោជិតសរុប។
- និយោជិតទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលដោយវិធីសាស្ត្របណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈមានចំនួន៨នាក់ ស្មើនឹង២៥%នៃចំនួននិយោជិតសរុប។
- និយោជិតទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលដោយវិធីសាស្ត្របណ្តុះបណ្តាលនៅថ្នាក់រៀនមានចំនួន២នាក់ ស្មើនឹង៦.២៥%នៃចំនួននិយោជិតសរុប។
- និយោជិតទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាល ដោយវិធីសាស្ត្របណ្តុះបណ្តាលបែប Virtual classroom មានចំនួន២នាក់ ស្មើនឹង៦.២៥%នៃចំនួននិយោជិតសរុប។
- និយោជិតមិនបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលមាន៤នាក់ស្មើនឹង១២.៥%។

ដូចនេះយើងសន្មត់បានថា និយោជិតភាគច្រើននៃក្រុមហ៊ុនទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលនៅនឹងកន្លែងការងារ និងឆ្លាស់វេន។

៣.២.៦.៦ ការសិក្សាអំពីសេចក្តីពេញចិត្តនៃការបណ្តុះបណ្តាល

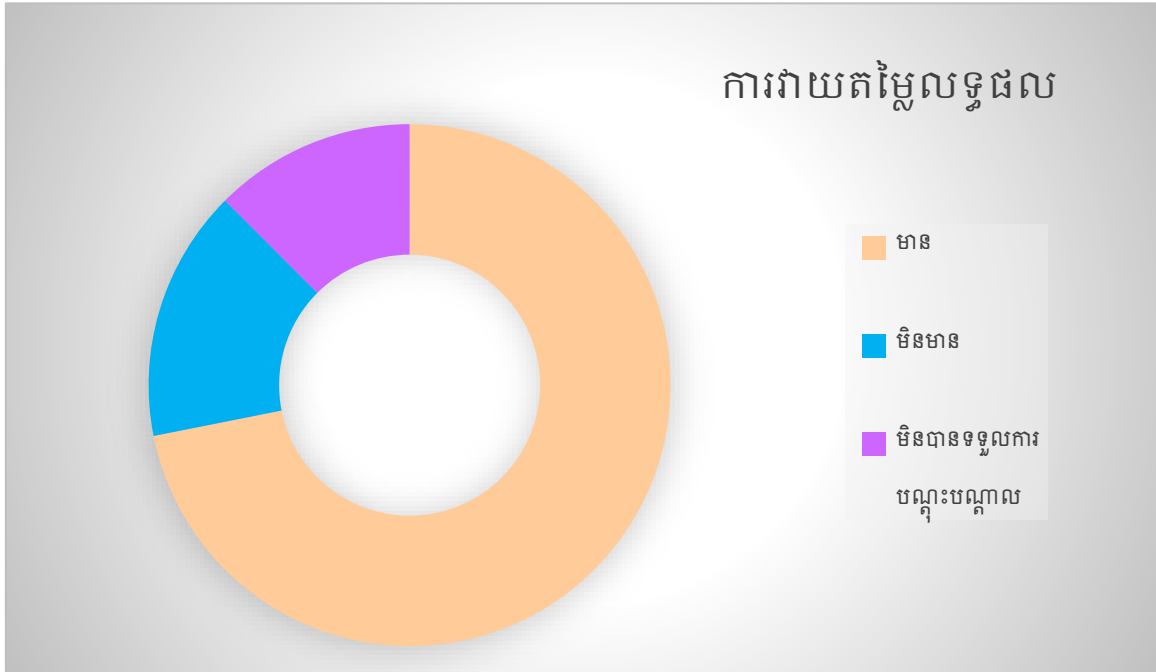


តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថា កម្រិតនៃសេចក្តីពេញចិត្តចំពោះការបណ្តុះបណ្តាលរបស់និយោជិតរួមមាន៖

- ពេញចិត្តណាស់ មានចំនួន៤នាក់ ស្មើនឹង១២.៥%។
- បង្អួច មានចំនួន៤នាក់ ស្មើនឹង១២.៥%។
- មធ្យម មានចំនួន៦នាក់ ស្មើនឹង១៨.៧៥%។
- ពេញចិត្តតិចតួច មានចំនួន៤នាក់ ស្មើនឹង១២.៥%។
- ពេញចិត្ត មានចំនួន១០នាក់ ស្មើនឹង៣១.២៥%។
- និយោជិតមិនបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាល មានចំនួន៤នាក់ ស្មើនឹង១២.៥%។

ដូចនេះយើងសន្មត់បានថា កម្រិតនៃសេចក្តីពេញចិត្តចំពោះការបណ្តុះបណ្តាលរបស់និយោជិត មានភាពល្អប្រសើរច្រើន។

៣.២.៦.៧ ការសិក្សាអំពីការវាយតម្លៃលទ្ធផលនៃការបណ្តុះបណ្តាល



តាមរយៈក្រាបខាងលើបានឲ្យដឹងថា និយោជិតដែលបានទទួលការធ្វើការវាយតម្លៃលទ្ធផលនៃការបណ្តុះបណ្តាលក្នុងក្រុមហ៊ុនអ អ៊ីម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) រួមមាននិយោជិតចំនួន ២៣នាក់ ស្មើនឹង ៧១.៨៨% ហើយនិយោជិតដែលមិនបានទទួលការធ្វើការវាយតម្លៃលទ្ធផលនៃការបណ្តុះបណ្តាលមានចំនួន ៥នាក់ ដែលស្មើនឹង ១២.៥% នៃនិយោជិតទាំងអស់ និងបុគ្គលិកដែលមិនបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលមានចំនួន ៤នាក់ ស្មើនឹង ១២.៥%។

៣.៣ ការវិភាគលើដំណើរការនៃការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតនៃក្រុម

ហ៊ុន អ អ៊ឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)

តាមរយៈការប្រមូលទិន្នន័យ ពីការឆ្លើយតបកម្រងសំណួរដែលបានជ្រើសរើសជាប៉ាន់គំរូចំនួន ៣២នាក់ ការទទួលបានឯកសារមួយចំនួនពីនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សជាមួយការចូលរួមពី និយោជិតគ្រប់ផ្នែក និងការផ្តល់ជាបទសម្ភាសន៍ផ្ទាល់ពីសំណាក់អ្នកគ្រប់គ្រងផ្នែកសិក្សា និង អភិវឌ្ឍក្នុងកំឡុងពេលចុះកម្មសិក្សា ក្រុមយើងខ្ញុំអាចធ្វើការវិភាគរកនូវចំណុចខ្លាំង និងចំណុចគួរ ពិចារណានៃដំណើរការនៃការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតនៃក្រុមហ៊ុន អ អ៊ឹម អេ ខេមបូឌា(RMA Cambodia)បានដូចខាងក្រោម៖

ក. ចំណុចខ្លាំង៖

ចំណុចខ្លាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន អ អ៊ឹម អេ ខេមបូឌា(RMA Cambodia)មានដូចខាងក្រោម៖

- ក្រុមហ៊ុន អ អ៊ឹម អេ ខេមបូឌា(RMA Cambodia) ជាក្រុមហ៊ុនអន្តរជាតិមួយដែលមានសក្តានុ ពលក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ ក្នុងការផ្តល់ជាផ្នែកសេវាកម្ម និងផលិតផលម៉ាកល្បីៗជុំវិញ ពិភពលោក។
- អ្នកចូលរួមបណ្តុះបណ្តាលសុទ្ធតែជាអ្នកដែលមានបទពិសោធន៍ជាច្រើនឆ្នាំ និងមានជំនាញ មកបង្ហាត់បង្រៀនដល់បុគ្គលិក។
- តាមរយៈកម្រងសំណួរបានបង្ហាញថា បុគ្គលិកនៃក្រុមហ៊ុន អ អ៊ឹម អេ ខេមបូឌា ភាគច្រើន បានទទួលការបណ្តុះបណ្តាល។
- ក្នុងកម្រងសំណួរបានឲ្យដឹងថា បុគ្គលិកមានការពេញចិត្តចំពោះការបណ្តុះបណ្តាលដែល ក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ឲ្យ។
- តាមរយៈកម្រងសំណួរ ក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់សិទ្ធិអទិភាពដល់បុគ្គលិកជាស្រ្តី ច្រើនជាងបុរស ក្នុងការចូលបម្រើការងារ។
- ក្រុមហ៊ុនបានធ្វើការវាយតម្លៃនៃសេចក្តីត្រូវការចំពោះការបណ្តុះបណ្តាល ដើម្បីឲ្យបុគ្គលិក ទទួលបាននូវការបណ្តុះបណ្តាលបន្ថែមដែលខ្លួនចង់បាន និងត្រូវនឹងការងារដែលខ្លួនអនុវត្ត បច្ចុប្បន្ន។
- ក្រុមហ៊ុនក៏មានការវាយតម្លៃពីលទ្ធផលនៃការបណ្តុះបណ្តាល ដើម្បីដឹងថាតើកម្មវិធី បណ្តុះ បណ្តាលនេះបានបំពេញនូវសេចក្តីត្រូវការរបស់និយោជិត ឬទេ និងកំណត់ថាតើលទ្ធផល

ដែលទទួលបាន សមស្របនឹងការចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនដែរ ឬទេ ហើយផ្តល់នូវផលប្រយោជន៍ដល់ក្រុមហ៊ុនកម្រិតណា។

ខ. ចំណុចគួរពិចារណា

ទន្ទឹមនឹងចំណុចខ្លាំងជាច្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុន ក្នុងនោះក៏មានចំណុចគួរពិចារណាមួយចំនួនផងដែរ៖

- និយោជិតមួយចំនួនតូចមិនបានទទួលការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលពីក្រុមហ៊ុនដែលជាហេតុធ្វើឲ្យបុគ្គលិកទាំងនោះ មិនបានស្គាល់ពីគោលនយោបាយមួយចំនួនរបស់ក្រុមហ៊ុនឡើយ។
- តាមការចូលរួមបំពេញកម្រងសំណួរ កម្រិតនៃការពេញចិត្តរបស់បុគ្គលិកក្នុងដំណើរការនៃការតម្រង់ទិសនៅមានកម្រិតមធ្យមនៅឡើយ។
- បុគ្គលិកទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលនៅតាមទីតាំងបំពេញការងាររបស់ខ្លួនផ្ទាល់ ជាហេតុអាចបង្កការរំខានដោយអចេតនានៅនឹងកន្លែងការងារ ដែលអាចធ្វើឲ្យផលិតភាពការងារធ្លាក់ចុះ ដោយសារក្រុមហ៊ុននៅមិនទាន់មានមជ្ឈមណ្ឌលនៃការបណ្តុះបណ្តាលនៅឡើយទេ។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

តាមរយៈការសិក្សាស្រាវជ្រាវក្នុងការចុះកម្មសិក្សាស្តីអំពីទ្រឹស្តី ការប្រមូល និងការវិភាគ ទិន្នន័យ និងការអនុវត្តផ្ទាល់ដែលទទួលបានពីការសម្ភាសន៍ និងកម្រងសំណួរសម្រាប់ប្រមូល ព័ត៌មានសំខាន់ៗដូចដែលបានរៀបរាប់ខាងលើ ក្រុមយើងខ្ញុំអាចសន្និដ្ឋានបានថា ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា ពិតជាបានយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការផ្តល់ ការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ដែលនេះជាផ្នែកសំខាន់មួយសម្រាប់នាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស។ ភាគច្រើនបុគ្គលិកនៃ ក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា បានទទួលការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលយ៉ាងជាក់លាក់ ដែលទទួលបានផលវិជ្ជមានក្នុងការអនុវត្តតាមដំណាក់កាលនីមួយៗ នាំឲ្យមានភាពងាយស្រួល ដល់បុគ្គលិកក្នុងការយល់ពីទិដ្ឋភាពទូទៅក្នុងក្រុមហ៊ុន និងទទួលបានចំណេះដឹងបន្ថែមដើម្បីអនុវត្ត ការងារយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។ ជាមួយគ្នានេះយើងអាចសន្និដ្ឋានបានថាក្រុមហ៊ុនអ អឹម អេ ខេមបូឌា បានផ្តល់ការតម្រង់ទិសការងារដល់បុគ្គលិកបានល្អហើយចំគោលដៅ និងចំជំនាញដែលបុគ្គលិកនឹង ត្រូវបំពេញការងារដល់ក្រុមហ៊ុន ជាពិសេសគឺការបង្កើតឲ្យមានផែនការធនធានមនុស្សចំពោះ ដំណើរការទូទៅក្នុងក្រុមហ៊ុន និងធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលដល់បុគ្គលិកគ្រប់ជំនាញដើម្បីទទួលបាននូវ ធនធានមនុស្សដែលមានប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន។ ក្រុមហ៊ុនក៏មានការវាយតម្លៃពី លទ្ធផលនៃការបណ្តុះបណ្តាល ដើម្បីដឹងពីប្រសិទ្ធភាពទូទៅនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលហើយធ្វើការកែ ប្រែនូវចំណុចខ្វះខាតដែលមាននៅក្នុងដំណើរការនៃការបណ្តុះបណ្តាល ដើម្បីធ្វើឲ្យការបណ្តុះ បណ្តាលរឹតតែមានភាពល្អប្រសើរឡើង។ ជាងនេះទៅទៀតនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សបានជ្រើស រើសប្រើ វិធីសាស្ត្រនៃការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកទៅតាមគោលការណ៍ដែល ក្រុមហ៊ុនមាន ហើយនិងអនុវត្តទៅតាមនីតិវិធីបានល្អ។ អ្វីដែលពិសេសនោះ គឺការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ និយោជិតទាំងអស់ក្នុងការទទួលយកការអភិវឌ្ឍបន្ថែមនូវចំណេះដឹង ជំនាញ និងសមត្ថភាព សម្រាប់ខ្លួនឯង និងសម្រាប់ភាពរីកចម្រើនទៅមុខរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងមូល។ នៅរាល់ចុងឆ្នាំក្រុមហ៊ុន ក៏បានធ្វើនូវការវាយតម្លៃលើការងាររបស់បុគ្គលិកម្នាក់ៗ ហើយបានផ្តល់ជាការដំឡើងប្រាក់ខែដល់ បុគ្គលិក និងផ្តល់នូវរង្វាន់ជាការលើកទឹកចិត្តដល់និយោជិតផងដែរ ហើយនេះក៏ជាការធ្វើឲ្យ និយោជិតមានការខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបំពេញការងារឲ្យបានល្អ ជាហេតុដែលធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនសម្រេច បាននូវគោលដៅដែលខ្លួនចង់បាន។

ទន្ទឹមនឹងចំណុចខ្លាំងខាងលើ ក្រុមហ៊ុនក៏មានចំណុចគួរពិចារណាខ្លះៗ ដូចជាការផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលដល់បុគ្គលិកនៅមិនទាន់មានមជ្ឈមណ្ឌលច្បាស់លាស់ ក្នុងនោះផងដែរក៏នៅមាននិយោជិតខ្លះមិនទទួលបានការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាល។

២. ការផ្តល់អនុសាសន៍

តាមរយៈការប្រមូលទិន្នន័យពីកម្រងសំណួរ ការសម្ភាសន៍ផ្ទាល់ និងការវិភាគអំពីចំណុចខ្លាំង និង ចំណុចគួរពិចារណាដែលមានខាងលើ ក្រុមយើងខ្ញុំសង្កេតឃើញថានៅមានចំណុចគួរពិចារណាមួយចំនួន ហេតុដូច្នេះនេះយើងខ្ញុំសុំការអនុញ្ញាតក្នុងការសម្តែងជាមតិយោបល់មួយចំនួនដើម្បីឲ្យវិធីសាស្ត្រ និងដំណើរការទូទៅនៃការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលនិយោជិតនៃក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia) ឲ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព និងមានភាពជោគជ័យថែមទៀត៖

- ក្រុមហ៊ុនគួរបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលផ្ទាល់ ដើម្បីឲ្យការប្រព្រឹត្តទៅកាន់តែមានភាពល្អប្រសើរ និងអាចទទួលបាននូវសមិទ្ធផលល្អៗ ហើយគ្មានការរំខាន និងគ្មានការប៉ះពាល់ដល់ផលិតភាពការងារដោយអចេតនា ដល់ការបំពេញការងាររបស់និយោជិតនៅក្នុងការិយាល័យ។
- និយោជិតមួយចំនួនតូចមិនទាន់ទទួលបានការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាល ដូចនេះក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា គួរផ្តល់នូវការតម្រង់ទិស និងការបណ្តុះបណ្តាលដល់គាត់ឲ្យបានគ្រប់ៗគ្នាដើម្បីបង្កើននូវផលិតភាពការងារ។
- តាមរយៈកម្រងសំណួរសម្រាប់បុគ្គលិក ចំពោះភាពពេញចិត្តនៃការតម្រង់ទិស បុគ្គលិកគិតថានៅមានលក្ខណៈមធ្យមនៅឡើយ ដូច្នេះក្រុមហ៊ុនគួរពង្រឹងបន្ថែមនូវប្រសិទ្ធភាពនៃការតម្រង់ទិស ដើម្បីឲ្យមានភាពល្អប្រសើរ និងបង្កើននូវភាពស័ក្តិសិទ្ធិនៃការអនុវត្តការងាររបស់និយោជិត។
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែផ្តល់ការតម្រង់ទិសដល់បុគ្គលិកឲ្យបានគ្រប់គ្នានៅមុនពេលចូលបម្រើការងារដើម្បីឲ្យបុគ្គលិកយល់ច្បាស់ពីក្រុមហ៊ុន និងការងារដែលខ្លួនត្រូវធ្វើ។

ឯកសារយោង

ឯកសារយោង

ឯកសារយោងជកស្រង់ចេញពីសៀវភៅខ្មែរ

១. ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សក្នុងឧស្សាហកម្មបដិសណ្ឋារកិច្ច, លោកអ៊ុំ ស៊ីវ៉ាន់ណាត ឆ្នាំ (២០១០)
២. ឯកសារមេរៀននៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស, សាស្ត្រាចារ្យ យក់ បញ្ញាតី ឆ្នាំ (២០១១)
៣. ឯកសារមេរៀននៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស, សាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ ឆ្នាំ (២០១៣-២០១៤)

ឯកសារយោងជកស្រង់ចេញពីសៀវភៅអង់គ្លេស

១. Lloyd L. Byars & Leslie W. Rue. (2008). Human Resource management (9th ed.). Boston: McGraw-Hill / Irwin
២. Gary Dessler. (2015). Human Resource management (13th ed.). United States of America: Prentice Hall
៣. M Leslie W. Rue, Nabil A. Ibrahim & Lloyd L. Byars. (2016). Human Resource management. (11th ed.). McGraw-Hill

ឯកសារយោងជកស្រង់ចេញពីគេហទំព័រ

១. Rahulk Antak. (2013). Introduction and Orientation [On-Line]. Available: <https://www.slideshare.net/RajathKashyap/induction-and-orientation-in-hrm> [2018, April 27]
២. Amy Lewkovich. (2017). Footprints – Employee Training Blog [On-Line]. Available: http://www.yourtrainingprovider.com/blog_main/how-long-should-employee-orientation-last [2018, May 05]
៣. Angus Gill. (2014). Benefit of Training [Online]. Available: <http://www.saxonsgroup.com.au/blog/human-resources/top-10-benefits-of-ongoing-staff-training-development/> [2018, May 19]
៤. SUSAN M. HEATHFIELD. (2017). Job-Analysis. [On-line]. Available: <https://www.thebalancecareers.com/job-analysis-1918555> [2018, May 19]
៥. RMA Group. (2018). Group Overview [On-line]. Available: <https://www.rmagroup.net/about-rma/> [2018, Jun 9]

៦. RMA Group. (2018). Global-reach/Cambodia [On-line]. Available:
<https://www.rmagroup.net/about-rma/global-reach/> [Accessed 2018, Jun 9]
៧. RMA Cambodia. (2018). Operations/Ford Division [On-line]. Available:
<http://www.cambodia.rmagroup.net/operations/ford-division/> [Accessed 2018, Jun 11]
៨. RMA Cambodia. (2018). Operations/JLR Division [On-line]. Available:
<http://www.cambodia.rmagroup.net/operations/jlr-division/> [Accessed 2018, Jun 13]
៩. RMA Cambodia. (2018). operations/automotive/vehicle-conversions [On-line].
<http://www.cambodia.rmagroup.net/operations/automotive/vehicle-conversions> [Accessed 2018, Jun 14]
១០. DEARBORN, MICH. (2014). FORD MEDIA CENTER [On-line]. Available:
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en.html> [Accessed 2018, Jun 14]
១១. RMA Cambodia. (2018). operations/infrastructure/agriculture-equipment [On-line].
Available: <http://www.cambodia.rmagroup.net/operations/infrastructure/agriculture-equipment> [Accessed 2018, Jun 18]
១២. G. Thulin. (2018). 3M Product [On-line]. Available: <https://en.wikipedia.org/wiki/3M>
[Accessed 2018, Jun 22].
១៣. RMA Cambodia. (2018). RMA Mission/Value [On-line]. Available:
<http://www.cambodia.rmagroup.net/about-us/mission-values> [Accessed 2018, Jun 9]

ឧបសម្ព័ន្ធទី១

Group Structure



Automotive	Infrastructure	Engineering Solutions	Food	Financial Services
• Fleet Solutions (Aid & Development) • Wholesale Operations (Managed Markets) • Retail Operations (In-Markets Dealerships) • Modifications & Manufacturing • After Sales & Services	• Heavy Equipment (incl. truck) • Heavy Equipment After Sales Services • Power Equipment • Power Equipment After Sales Services • Facilities Management	• Electrical, Mechanical & Power Services • Oil & Gas Services • Consulting Engineering • Energy • Managed Contract Services	• Airport Restaurants • Food & Beverages Franchises • Hospitality	• Financial Services



ឧបសម្ព័ន្ធទី២

Ford Vehicles Lineup



Fiesta 4Drs/5Drs



Sedan Cars

Focus 4Drs/5Drs



Taurus

Sport Car



Ford Mustang

Crossovers & SUVs

Ford Everest



Ford Explorer



Pickups/Trucks

Ford F-150 Raptor



Ford Ranger Wild track



Commercials

Ford Transit



Ford Super Duty



Modified Vehicles / Ford



Emergency Response



Armor&Cash In Transit



Government&Military



Mining

Land Rover Products | Model Lineup



Range Rover Sport



All New Range Rover



Range Rover Evoque



Land Rover Defender



Land Rover Freelander



Land Rover Discovery

Jaguar Products / Model Lineup



Jaguar XJ



Jaguar XF



Jaguar XK



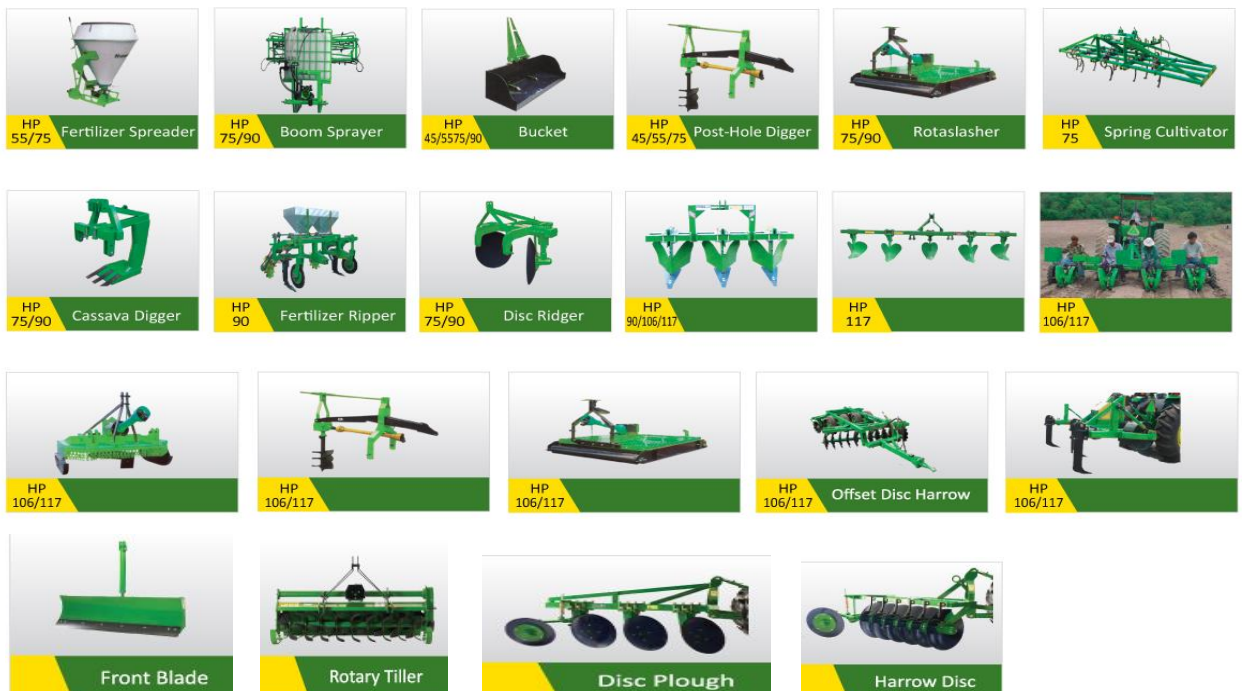
Jaguar F-Type

John Deere Tractor



Model	5045D- 45Hors Power	5310- 55Hors Power	5610- 75 Hors Power	5715- 90Hors Power	6100B- 106Hors Power	6110B- 117Hors Power	6155J- 155Hors Power
-------	---------------------------	--------------------------	------------------------------	--------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Tractor's Implement Range



Heavy Equipment Division



Telescopic Handlers

JCB Forklifts,
Telescopic
Handlers 541-70



Backhoe Loaders
JCB 3DX Backhoe



Single Drum Vibratory Roller
JCB Roller VM115



Excavator
JCB Excavator LS220,
LS205, LS120



Mitsubishi Fuso Dump Truck
Model: FV517JD1L
Mitsubishi Fuso Compact Truck
Model: FE83PE6L, FE71PB8L,
FE85PE6L, BE637JLM5H,
FM657HL, FM657FDL, FE71PB8L.

Special Products Division

Hako
Clean ahead



Minuteman
Excellence Meets Clean



PowerBoss
The Power of Clean



TCM



ឧបសម្ព័ន្ធទី៣

រចនាសម្ព័ន្ធនាយកដ្ឋានធនធានមនុស្សក្រុមហ៊ុន អ អឹម អេ ខេមបូឌា (RMA Cambodia)

រចនាសម្ព័ន្ធនាយកដ្ឋានការសិក្សា និងការអភិវឌ្ឍន៍

HUMAN RESOURCES AND ADMINISTRATION DIVISION



LEARNING AND DEVELOPMENT DEPARTMENT



ឧបសម្ព័ន្ធទី៤



NSSF Health Care
Training photo .pdf

ឧបសម្ព័ន្ធទី៥

Official Launch of Range Rover Velar 2018

RMA (Cambodia) Co Ltd was the first country in ASEAN to officially welcome and launch the new Range Rover Velar 2018. This prestigious event for VIPs was held on August 25th 2017 at the Sokha Phnom Penh Hotel in the presence of honored guests including: Minister of Commerce, British Ambassador, Sales Director of JLR Asia Pacific and the CEO of RMA (Cambodia) Co Ltd.

The new Range Rover Velar is the fourth model in the Range Rover family - a refined and premium SUV car with an eye-catching body profile.



ឧបសម្ព័ន្ធទី៦



JD_Sales
Consultant (3M).doc

ឧបសម្ព័ន្ធទី៧



Training Evaluation
2018.xlsx

ឧបសម្ព័ន្ធទី៨



SOFT SKILLS TRAINING

Knowing how to get along with people – and displaying a positive attitude – are crucial for success. The problem is, the importance of these soft skills is often undervalued, and there is far less training provided for them than hard skills. With these soft skills you can excel as a leader. Problem solving, delegating, motivating, and team building are all much easier if you have good soft skills. Knowing how to get along with people – and displaying a positive attitude – are crucial for success.



Saturday
20th Jan 2018



Full Day
8am-5pm (8hrs)



To be Confirmed.



Max 30 participants

TARGET AUDIENCES: SUPERVISORS AND FRONTLINE MANAGER LEVEL. *Free admission (exclusive Venue and Meal)*

LEARNING MODULE:

1. Problem Solving and Decision Making
2. Leadership Skills
3. Effective Communication Skills

Our Trainers:

1. **Mr. Ngorn Saing-CEO**
2. **Mr. Hin Sopheap-GM HED**
3. **Mr. Say Rotanak- L&D Manager**

LEARNING OBJECTIVE:

After completing this program, participant should be able to:

- To handle interpersonal relations
- To take appreciate decisions
- To communicate effectively
- To have a good impression and impact to gain professional development
- To handle a conflict resolution
- To have positive attitude at workplace.



For more information please contact: Sengheang Hourt, 096 783 6869/012 922 039 or Sengheang.h@rmagroup.net

ឧបសម្ព័ន្ធទី២



SURVEY.docx

