

វគ្គបណ្តុះបណ្តាល HREDD សម្រាប់សហជីព

## ការអនុវត្តលក់សម្រាប់ប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅរបស់ក្រុមហ៊ុន Zeeman

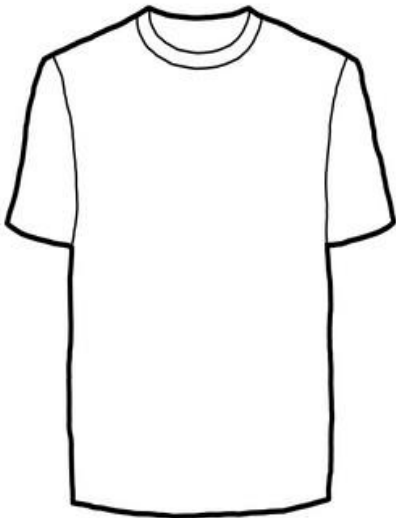
### ZEEMAN

គឺជាហាងលក់សម្លៀកបំពាក់មានតម្លៃថ្លៃថ្នូរមកពីប្រទេសហូឡង់ ដែលមានហាងជាង១៣៥០ហាងនៅប្រទេសចំនួន៨ ក្នុងទ្វីបអឺរ៉ុប។ ក្រុមហ៊ុននេះគឺជាអាជីវកម្មគ្រួសារដែលមានអត្រាលក់ជូនអតិថិជនក្នុងទឹកប្រាក់ចំនួន ៩៧៤លានអឺរ៉ូក្នុងឆ្នាំ២០២៣ និងមាននិយោជិតជិត ៦៨០០នាក់។



“យើងអាចមើលឃើញភាពខុសប្លែកគ្នាជាទីកត់សម្គាល់រវាងអាវយីតផលិតសម្រាប់ Zeeman ធៀបជាមួយអាវយីតផលិតសម្រាប់បើទោះបីជាអាវយីតទាំងនោះផលិតមកពីរោងចក្រតែមួយគ្នី។”

### របៀបដែលអ្នកដទៃធ្វើ។



អាវយីតម៉ាកយីហោ

24<sup>95</sup>

### របៀបដែលយើងធ្វើ។

តម្លៃថ្លៃដោយសារតែប្រតិបត្តិការឆ្លាតវៃរបស់យើង



អាវយីតម៉ាក Zeeman

34<sup>9</sup>

**ZEEMAN**

ប្រែប្រួលជាតួជាសាធារណៈក្នុងការអនុវត្តនីតិវិធីត្រួតពិនិត្យភាពត្រឹមត្រូវសម្រាប់អាជីវកម្មប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ ផ្អែកលើគោលការណ៍មគ្គុទេសក៍អង្គការសហប្រជាជាតិស្តីពីអាជីវកម្ម និងសិទ្ធិមនុស្ស (UNGPs) និងឯកសារណែនាំនីតិវិធីត្រួតពិនិត្យភាពត្រឹមត្រូវសម្រាប់ការអនុវត្តអាជីវកម្មប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវរបស់ OECD ។ Zeeman មានក្រមសីលធម៌ទ្វេរផ្លូវ ដោយក្នុងនោះមិនត្រឹមតែមានចែងអំពីការទទួលខុសត្រូវរបស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់តែប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏មានចែងការទទួលខុសត្រូវរបស់ Zeeman ចំពោះអ្នកផ្គត់ផ្គង់របស់ខ្លួនវិញផងដែរ ដូចជាការទិញក្នុងតម្លៃយុត្តិធម៌ជាដើម។ ឯកសាររបស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ទាំងអស់ គឺអាចរកបាននៅលើគេហទំព័រសាជីវកម្មរបស់គេតាមតំណភ្ជាប់ដូចខាងក្រោម៖ <https://www.corporate.zeeman.com/suppliers-information>



**ជំហានទី១៖**

ការជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្អែកលើបរិមាណលក់សរុប។ សមមាត្រផលិតកម្មរបស់ Zeeman, ទីតាំង និងទំនាក់ទំនង (មានចេតនារក្សាទំនាក់ទំនងរយៈពេលវែង) ដោយផ្ដោតការយកចិត្តទុកដាក់ជាពិសេសលើតំបន់មានហានិភ័យខ្ពស់

**ជំហានទី២៖**

គណនាប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធ

**ជំហានទី៣៖**

បង់ប្រាក់រង្វាន់សម្រាប់សមាមាត្រនៃផលិតកម្មដូចនឹងនិយោជិតទាំងអស់នៅក្នុងរោងចក្រ (ថ្លៃចំណាយ  $\pm$  ៤-៧ សែន ក្នុងផលិតផលមួយ) ផ្អែកលើបរិមាណនៃការបញ្ជូនទំនិញនាឆ្នាំកន្លងទៅ ដើម្បីធានាប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅមានស្ថេរភាព។ ខ្លឹមសារសង្ខេបអំពីការទូទាត់ក្នុងទម្រង់ជារូបថត និងប័ណ្ណបើកប្រាក់តាមរយៈភ្នាក់ងារ។

**ជំហានទី៤៖**

កិច្ចសហប្រតិបត្តិការយ៉ាងសកម្មជាមួយអ្នកលក់រាយដទៃទៀត ដែលប្រើប្រាស់រោងចក្រដើម្បីបង្កើនផលជះ។

**ប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅ**

Zeeman ប្តេជ្ញាចិត្តបង់ប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅ ហើយបានអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីឈានឆ្ពោះទៅផ្តល់ប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅសម្រាប់កម្មករនិយោជិត ៥០% នៃរោងចក្រក្នុងជុំវិញរបស់ពួកគេក្នុងឆ្នាំ២០២៧ ។

ការវាយតម្លៃកម្មវិធីក្នុងឆ្នាំ២០២៣ នៅប្រទេសឥណ្ឌា បង់ក្លាដែស ប៉ាគីស្ថាន និងភូគី។

- ប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅមានផលប៉ះពាល់វិជ្ជមានទាំងមកលើជីវិត និងលទ្ធផលការងាររបស់កម្មករនិយោជិត
- កម្មករនិយោជិតនិយាយថា ពួកគេប្រើប្រាស់ប្រាក់បន្ថែមបានពីចំណូលរបស់គេសម្រាប់សេចក្តីត្រូវការមូលដ្ឋានដូចជា ទិញអាហារច្រើនជាងមុន និងប្រសើរជាមុន ការអប់រំរបស់កូនៗ ឱសថ ឬការសងបំណុល
- កម្មករនិយោជិតក៏រាយការណ៍ថា មានអារម្មណ៍មានទឹកចិត្តធ្វើការកាន់តែខ្លាំង និងរីករាយជាងមុនបន្ទាប់ពីបានទទួលប្រាក់បន្ថែម
- អ្នកផ្គត់ផ្គង់ក៏បាននិយាយថា ការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់កម្មករនិយោជិតចំពោះការងាររបស់ខ្លួនសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន Zeeman គឺមានទំហំធំជាងក្រុមហ៊ុនដទៃ ដោយសារតែពួកគេដឹងថា ប្រាក់បន្ថែមសម្រាប់ប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅរបស់ពួកគេ គឺបានមកពីក្រុមហ៊ុន Zeeman ។
- អត្រាលាបបំពាក់ការងាររបស់និយោជិតមានអត្រាទាប៖ និយោជិតមានទឹកចិត្តចង់នៅបន្តធ្វើការជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់
- ទំនាក់ទំនងរវាងនិយោជិត និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ក៏មានភាពប្រសើរឡើង

ក្រុមហ៊ុន Zeeman ព្យាករណ៍ថា គុណភាពផលិតផលរបស់ខ្លួនក៏នឹងកើនឡើងផងដែរ។

•

•

## ទ្វេរគ្រោះសម្រាប់និរន្តរភាព

- កម្មវិធីនីមួយៗ ទាមទារវិធីសាស្ត្រជាក់លាក់ដែលធ្វើឱ្យមានការរស់ បាកក្នុងការពង្រីក
- ប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅគឺពុំទាន់ក្លាយជាផ្នែកមួយនៃការ គណនាតម្លៃ។ ប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅ គួរតែជាសមាសធាតុដែលមានស្ថេរភាពនៅក្នុងតម្លៃ នៃការបញ្ចេញទិញដើម្បីចៀសវាងការឡើងចុះតម្លៃ ទ្រង់ទ្រាយធំ។ ប៉ុន្តែបងប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅពុំគួរក្លាយជាមូលហេតុ ធ្វើឱ្យបាត់បង់ការប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ឡើយ។

"ប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅពុំមែនត្រឹមតែជាការលើកទឹកចិត្តផ្ទៃ កំរិតប៉ុណ្ណោះទេ។ កម្មវិធីចំនួនប្រាំបួនប្រាំបួន គឺមានផលប៉ះពាល់ជាវិជ្ជមានមកលើនិយោជិតប្រមាណ ២៧០០នាក់ និងគ្រួសាររបស់ពួកគេ។ បន្ថែមលើនេះ ថ្នាក់គ្រប់គ្រងរោងចក្រនិយាយថា ពួកគេមានមោទនភាពដែលអាចផ្តល់កម្មវិធីនេះដល់ ប្រជាជនរបស់ខ្លួន។"

## ផែនទីបង្ហាញផ្លូវប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅរបស់ក្រុមហ៊ុន Zeeman

២០២៣

យើងចង់ឱ្យមានប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅ សម្រាប់ផលិតកម្មដែលដាច់ខាតរបស់ពួក យើងសម្រាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់មួយនៅក្នុងប្រទេស នីមួយៗនៃប្រទេសស្វីតស្វែន ក្រោម ប្រទេសជីនី បង់ក្លាដែស, ឥណ្ឌា និងតួគី

យើងចង់បង្កើតក្រុមអ្នកជំនាញផ្នែកប្រាក់ ឈ្នួលរស់នៅដែលក្នុងនោះមានអ្នក ពាក់ព័ន្ធពីខាងក្រៅដែលនឹងមកគាំទ្រ មួយយើងអំពីវិធីធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីឱ្យយើង អាចធ្វើឱ្យប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅកើតចេញ ជាប្រភេទបាន។

- សមាគមក្នុងស្រុក និងសមាគមនិយោជកដទៃទៀត
- អង្គការ Solidaridad
- យុទ្ធនាការ Clean Clothes
- សហជីពក្នុងស្រុក និងសហជីពដទៃ
- កម្មវិធី Fair Wear
- មិត្តភក្តិ
- អ្នកផ្គត់ផ្គង់

២០២៤

សម្រាប់ ២៥% នៃតម្លៃការបញ្ចេញ សម្លៀកបំពាក់ និងវាយនភណ្ឌពីកំប៉ុងអាស៊ីខាងត្បូង និងអាស៊ីខាងកើត និងប្រទេសតួគី គឺយើង

ឱ្យមានប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅសម្រាប់ ផលិតកម្មក្នុងចំណោមរបស់យើង។

យើងចង់វាយតម្លៃយ៉ាងសកម្មទៅលើកម្មវិធី ដែលកំពុងធ្វើឡើង និងកែលម្អកម្មវិធីទាំងនោះតាមដែលអាច ធ្វើបាន រួមទាំងតាមរយៈការប្រុងសំណួរ និងការសម្ភាស។

២០២៥

សម្រាប់ ៣៤% នៃតម្លៃការបញ្ចេញ សម្លៀកបំពាក់ និងវាយនភណ្ឌពីកំប៉ុងអាស៊ីខាងត្បូង និងអាស៊ីខាងកើត និងប្រទេសតួគី គឺយើង

ឱ្យមានប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅសម្រាប់ ផលិតកម្មក្នុងចំណោមរបស់យើង។

យើងចង់វាយតម្លៃយ៉ាងសកម្មទៅលើកម្មវិធី ដែលកំពុងធ្វើឡើង និងកែលម្អកម្មវិធីទាំងនោះតាមដែលអាច ធ្វើបាន រួមទាំងតាមរយៈការប្រុងសំណួរ និងការសម្ភាស។

២០២៦

សម្រាប់ ៤២% នៃតម្លៃការបញ្ចេញ សម្លៀកបំពាក់ និងវាយនភណ្ឌពីកំប៉ុងអាស៊ីខាងត្បូង និងអាស៊ីខាងកើត និងប្រទេសតួគី គឺយើង

ឱ្យមានប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅសម្រាប់ ផលិតកម្មក្នុងចំណោមរបស់យើង។

យើងចង់វាយតម្លៃយ៉ាងសកម្មទៅលើកម្មវិធី ដែលកំពុងធ្វើឡើង និងកែលម្អកម្មវិធីទាំងនោះតាមដែលអាច ធ្វើបាន រួមទាំងតាមរយៈការប្រុងសំណួរ និងការសម្ភាស។

២០២៧

សម្រាប់ ៥០% នៃតម្លៃការបញ្ចេញ សម្លៀកបំពាក់ និងវាយនភណ្ឌពីកំប៉ុងអាស៊ីខាងត្បូង និងអាស៊ីខាងកើត និងប្រទេសតួគី គឺយើង

ឱ្យមានប្រាក់ឈ្នួលរស់នៅសម្រាប់ ផលិតកម្មក្នុងចំណោមរបស់យើង។

យើងចង់វាយតម្លៃយ៉ាងសកម្មទៅលើកម្មវិធី ដែលកំពុងធ្វើឡើង និងកែលម្អកម្មវិធីទាំងនោះតាមដែលអាច ធ្វើបាន រួមទាំងតាមរយៈការប្រុងសំណួរ និងការសម្ភាស។