

សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ
និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

របាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សា

**ការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍
អុីចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល**

កម្មសិក្សាពីថ្ងៃទី០៥ ខែមេសា ឆ្នាំ២០១៧ ដល់ថ្ងៃទី៣១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៧

ស្ថាប័ន៖ ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អុីចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល (ការិយាល័យកណ្តាលនៅរាជធានីភ្នំពេញ)

តាក់តែងឡើងដោយ

និស្សិតឈ្មោះ: **មាន សុភារី**
ព្រហ្មញ្ញរណ សុខាតិ

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

កញ្ញា ខូថ ណែនឡេង

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច
ជំនាន់ទី០៣

ឆ្នាំចូលសិក្សា ២០១៣
ឆ្នាំសរសេររបាយការណ៍ ២០១៧

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ក្នុងនាមយើងខ្ញុំជាក្រុមនិស្សិតស្រាវជ្រាវថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ នៃ សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ផ្នែកទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច ដែលមានរាយនាមដូចខាងក្រោម៖

- ១. មាន សុភារី
- ២. ព្រហ្មញ្ញាណ សុជាតិ

សូមគោរពប្រតិបត្តិដោយសេចក្តីកត់ត្រាធម៌ចំពោះ

- ❖ លោកឪពុក អ្នកម្តាយ ដែលបានផ្តល់កំណើត និងចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សា អប់រំទូន្មានប្រៀនប្រដៅ និងការឧបត្ថម្ភទំនុកបំរុងគ្រប់បែបយ៉ាង ដល់ការរស់រានមានជីវិត ដោយលោកទាំងពីរខំប្រឹងពុះពារគ្រប់ឧបសគ្គមិនខ្លាចនឿយហត់ និងព្រមទាំងជួយទំនុកបំរុងដល់ការសិក្សារៀនសូត្រឲ្យយើងខ្ញុំបានសិក្សាក្រេបយកចំណេះដឹង និងក្លាយជាពលរដ្ឋល្អក្នុងសង្គមមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។
- ❖ មិត្តរួមក្រុមរបស់យើងខ្ញុំ ដែលបានចំណាយពេលវេលាដ៏មានតម្លៃថ្លៃថ្លា ធ្វើការស្រាវជ្រាវយ៉ាងស្វិតស្វាញទៅលើប្រធានបទនេះ ហើយចេះសហការគ្នាធ្វើកិច្ចការស្រាវជ្រាវ ដោយមិនគិតពីការនឿយហត់ និងបានបញ្ចេញមតិយោបល់ និងគំនិតយ៉ាងច្រើន ទើបសម្រេចបានជារបាយការណ៍កម្មសិក្សាមួយនេះឡើង។
- ❖ ឯកឧត្តម សាកលវិទ្យាធិការ សាកលវិទ្យាធិការរង គណៈកម្មការ និងសាស្ត្រាចារ្យ នៃសាលាវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានខិតខំដឹកនាំ និងគ្រប់គ្រងក្នុងគោលបំណងបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្សដើម្បីជាសសរទ្រូងក្នុងសង្គមជាតិកម្ពុជាទាំងមូល។
- ❖ សាស្ត្រាចារ្យ **ខូរ ណែឡេង** ដែលបានស្ម័គ្រចិត្តណែនាំយើងខ្ញុំយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់ និងបានបង្រៀនណែនាំរូបយើងខ្ញុំកន្លងមក ដោយចំណាយនូវពេលវេលា រួមទាំងកម្លាំងកាយចិត្តដ៏ប្រសើរខ្ពង់ខ្ពស់ដោយមិនខ្លាចនឿយហត់។

ជាទីអរសាសន៍ យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅទៅដល់ លោកឪពុក អ្នកម្តាយ ដីដូន ដីតា បងប្អូន ពូមីង សាកលវិទ្យាធិការ សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ និងអ្នកគ្រូ លោកគ្រូ ទាំងអស់នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ឲ្យជួបនូវពុទ្ធពរទាំងបួនប្រការ គឺ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អារម្ភកថា

បន្ទាប់ពីបានសិក្សាផ្នែកទ្រឹស្តីកន្លងមក យើងខ្ញុំត្រូវសរសេររបាយការណ៍កម្មសិក្សា និងការពារបញ្ចប់ការសិក្សា។ ដោយយើងខ្ញុំបានជ្រើសរើសនូវប្រធានបទស្តីអំពី “ការគ្រប់គ្រងប្រតិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល” យកមកធ្វើជាប្រធានបទនេះឡើង។

ម្យ៉ាងវិញទៀត យើងខ្ញុំក៏ជានិស្សិតផ្នែកទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចផងនោះ ដើម្បីបំពេញនូវទ្រឹស្តីបន្ថែមនៅក្នុងមុខជំនាញរបស់យើងខ្ញុំ ទើបធ្វើឲ្យយើងខ្ញុំចង់សរសេរ និងចងក្រងសម្រាប់ទុកជាឯកសារមួយដើម្បីមានចំណេះដឹងកាន់តែច្បាស់លាស់បន្ថែមទៀត។ ដោយយល់ឃើញថា បច្ចុប្បន្នក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍នៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាបានកំពុងរីកដុះដាលយ៉ាងខ្លាំង ដែលជាតម្រូវការរបស់ទេសចរគ្រប់រូប និងចូលរួមយ៉ាងច្រើននៅក្នុងការរៀបចំ ក៏ដូចជាបម្រើឲ្យវិស័យទេសចរណ៍ផងដែរ។

នៅក្នុងរបាយការណ៍កម្មសិក្សានេះ យើងខ្ញុំបានសរសេរពាក់ព័ន្ធនឹងការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល រួមទាំងស្ថានភាពទូទៅ យុទ្ធសាស្ត្រគោលនយោបាយ និងផែនការទីផ្សារយកមកបកស្រាយ។

ជាទីអរសាទរ យើងខ្ញុំសង្ឃឹមថារបាយការណ៍កម្មសិក្សាមួយនេះនឹងជាចំណែកមួយនៅក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវសម្រាប់និស្សិតជំនាន់ក្រោយៗទៀត រួមទាំងអ្នកអានទាំងអស់ដែលសិក្សាស្វែងយល់បន្ថែមពីក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ដែលជាជំនួយមួយក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវនៃការសរសេរសារណា ឬរបាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សាជាដើម។

មាតិកា

ទំព័រ

តារាងអក្សរកាត់	vi
បញ្ជីតារាង	vii
បញ្ជីរូបភាពនៃក្រាហ្វិក	viii
បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ	ix

សេចក្តីផ្តើម

១. ទិដ្ឋភាពទូទៅ	១
២. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	២
៣. ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	៣
៤. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ	៣
៥. ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ	៤
៦. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ.....	៤
ក. ប្រភពទិន្នន័យស្រាវជ្រាវ	៤
ខ. ការប្រមូលទិន្នន័យ	៥
គ. ការវិភាគទិន្នន័យ	៥
៧. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ	៦
៨. រចនាសម្ព័ន្ធស្រាវជ្រាវ	៧

ជំពូកទី១

ការរំលឹកទ្រឹស្តី

១.១. និយមន័យ.....	៩
១.១.១. ការគ្រប់គ្រង និងអាជីវកម្ម	៩
១.១.២. ទេសចរណ៍	១០
១.១.៣. ទេសចរ	១០
១.២. ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	១០
១.២.១. កម្មសិទ្ធិនៃក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	១១

១.២.១.១. ក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធិ	១១
១.២.១.២. ក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិ.....	១១
១.២.១.៣. ក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិទទួលខុសត្រូវមានកំណត់	១២
១.២.១.៤. ក្រុមហ៊ុនសាធារណៈ.....	១២
១.៣ សកម្មភាពក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍	១៣
១.៣.១. សកម្មភាពចំបង	១៤
១.៣.២. សកម្មភាពបន្ទាប់បន្សំ.....	១៤
១.៣.៣. លក្ខណៈពិសេសនៃក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍	១៤
១.៤.មុខងាររបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	១៥
១.៤.១. ទម្រង់នៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	១៧
១.៤.២. ការិយាល័យទេសចរណ៍.....	១៨
១.៤.២.១. ប្រភេទការិយាល័យទេសចរណ៍.....	១៨
១.៤.២.២. តួនាទីរបស់ការិយាល័យទេសចរណ៍ក្នុងទីផ្សារ	១៩
១.៤.២.៣. មុខងារសំខាន់ៗរបស់ការិយាល័យទេសចរណ៍.....	១៩
១.៤.៣. ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	២០
១.៤.៣.១. មុខងារសំខាន់ៗរបស់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	២០
១.៥.ខ្សែទស្សនកិច្ច	២០
១.៥.១. កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត	២១

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅនៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល

២.១. ប្រវត្តិក្រុមហ៊ុន	២៣
២.២. ឈ្មោះក្រុមហ៊ុន និងទ្បហ្គូ.....	២៤
២.៣. ទីតាំងរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល.....	២៤
២.៤. ចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល.....	២៥
២.៤.១. ចក្ខុវិស័យរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល.....	២៥

២.៤.២. បេសកកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល	២៥
២.៥. គុណតម្លៃ និងការប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះអតិថិជន	២៥
២.៥.១. គុណតម្លៃ	២៥
២.៥.២. ការប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះអតិថិជន	២៦
២.៦. រចនាសម្ព័ន្ធបុគ្គលិក និងតួនាទីរបស់បុគ្គលិក	២៨
២.៦.១. រចនាសម្ព័ន្ធបុគ្គលិក	២៩
២.៦.២. តួនាទីបុគ្គលិក និងការបែងចែកការងារ	៣០
២.៦.២.១. នាយកគ្រប់គ្រង	៣០
២.៦.២.២ នាយកគ្រប់គ្រងទូទៅ.....	៣០
២.៦.២.៣. ផ្នែកប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនកិច្ចក្រៅស្រុក	៣១
២.៦.២.៤. ផ្នែកប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនកិច្ចក្នុងស្រុក	៣៤
២.៦.២.៥. ផ្នែកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និងរដ្ឋបាល.....	៣៩
២.៦.២.៦. ផ្នែកគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការទូទៅ.....	៤១
២.៦.២.៧. ផ្នែកគណនេយ្យ និងហិរញ្ញវត្ថុ.....	៤៣
២.៦.២.៨. ផ្នែក (PRODUCT & DIRECT SALES DEP SUSTAINABILITY).....	៤៤
២.៦.២.៩. ផ្នែក (EVENTS DEP)	៤៥
២.៦.២.១០. ផ្នែកធ្វើកិច្ចសន្យា (CONTRACTING DEP)	៤៦
២.៧. ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និងការជ្រើសរើសបុគ្គលិក	៤៧
២.៧.១. ការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិក	៤៧
២.៧.២. ការជ្រើសរើសបុគ្គលិក	៤៨
២.៧.៣. ច្បាប់ការងារ និងក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ	៥០
២.៧.៣.១. ច្បាប់ការងារមុនពេលចូលបម្រើការងារនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន	៥០
២.៧.៣.២. ច្បាប់ម៉ោងការងារ	៥០
២.៧.៣.៣. ច្បាប់ឈប់សម្រាកប្រចាំឆ្នាំ និងច្បាប់ឈប់	៥១
២.៧.៣.៤. ច្បាប់ឈប់សម្រាកបុណ្យជាតិ.....	៥១

២.៧.៣.៥. ច្បាប់មាតុភាព បិតុភាព និងយេនឌ័រ.....	៥១
២.៧.៤. ការបណ្តុះបណ្តាល និងការជំរុញទឹកចិត្តដល់បុគ្គលិក	៥១
២.៧.៤.១. ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក	៥១
២.៧.៤.២. ការជំរុញលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក	៥៣
២.៨. ផែនការទីផ្សាររបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល	៥៤
២.៨.១. ផលិតផល និងសេវាកម្ម	៥៤
២.៨.២. លក្ខខណ្ឌនៃការកក់បម្រុង និងគោលការណ៍ផ្សេងៗនៃទីភ្នាក់ងារ អ៊ុចហ្សូ.....	៥៥
២.៨.២.១. សុពលភាព.....	៥៥
២.៨.២.២. ការកក់បម្រុងទុក និងការទទួលយកការកក់បម្រុង.....	៥៥
២.៨.២.៣. ការកក់បម្រុងទុកសម្រាប់ដំណើរកម្សាន្តពីរប្រទេស	៥៥
២.៨.២.៤. ឯកសាររបស់អតិថិជន	៥៦
២.៨.២.៥. ទម្រង់ការនៃការបង់ប្រាក់ និងការលុបចោលការកក់បម្រុងទុក	៥៦
២.៨.២.៦. ការកក់តាមប្រព័ន្ធអនឡាញ.....	៥៩
២.៨.២.៧. គោលនយោបាយសម្រាប់កុមារ.....	៥៩
២.៨.២.៨. ការទាមទារប្រាក់មកវិញ.....	៦០
២.៨.២.៩. ទំនួលខុសត្រូវរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល.....	៦០
២.៨.២.១០. ដំណើរការនៃការបង់ប្រាក់របស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ.....	៦០
២.៨.៣. អតិថិជនគោលដៅ	៦២
២.៨.៤. ដៃគូសហការ និងដៃគូប្រកួតប្រជែង	៦២
២.៨.៤.១. ដៃគូសហការ	៦២
២.៨.៤.២. ដៃគូប្រកួតប្រជែង	៦៣
២.៨.៤. យុទ្ធសាស្ត្រប្រកួតប្រជែង.....	៦៣
២.៨.៥. វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ	៦៤

ជំពូកទី៣

ការវិភាគ និងការវិនិច្ឆ័យលើរបកគំហើញរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

អុីចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល

៣.១. ការវិភាគទៅលើទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អុីចហ្សូ ត្រាវែល ៦៥

 ៣.១.១. លទ្ធផលនៃការវិភាគទៅលើទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អុីចហ្សូ ត្រាវែល ៦៥

 ៣.១.១.១. បរិមាណនៃការលក់ប្រចាំឆ្នាំ២០១៥ និង២០១៦ ៦៦

៣.២. ការវិភាគ SWOT..... ៦៧

 ៣.២.១. ចំណុចខ្លាំង ៦៧

 ៣.២.២. ចំណុចខ្សោយ ៦៨

 ៣.២.៣. កាលានុវត្តភាព ៦៨

 ៣.២.៤. ការគម្រាមកំហែង ៦៨

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន ៦៩

២. ការផ្តល់អនុសាសន៍..... ៧០

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

តារាងអក្សរកាត់

ពាក្យសរសេរកាត់	ពាក្យសរសេរពេញ
NGO	: Non-Governmental Organization
CBT	: Community Based Tourism
DEP	: Department
HR & ADMIN	: Human Resource and Administrative
Sr	: Senior
Asst	: Assistance
Acc	: Accountance
Ops	: Operation
Sup	: Supervisor
TC	: Tour Coordinator

បញ្ជីតារាង

ទំព័រ

តារាងទី១. ទម្រង់នៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	១៧
តារាងទី២. តួនាទីរបស់ការីទេសចរណ៍នៅក្នុងទីផ្សារ	១៩
តារាងទី៣. មុខងារសំខាន់ៗរបស់ការីទេសចរណ៍	១៩
តារាងទី៤. មុខងារសំខាន់ៗរបស់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	២០
តារាងទី៥. គំរូខ្សែទស្សនកិច្ច	២១
តារាងទី៦. រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល	២៩
តារាងទី៧. ជំហាននៅក្នុងដំណើរការនៃការជ្រើសរើសសំរាំង	៤៩
តារាងទី៨. ការដាក់ពិន័យនៃការលុបចោលការកក់របស់ភ្ញៀវរាយ	៥៧
តារាងទី៩. ការដាក់ពិន័យនៃការលុបចោលការកក់របស់ភ្ញៀវដែលជាសមាជិក	៥៨
តារាងទី១០. ការដាក់ពិន័យនៃការលុបចោលការកក់តាមប្រព័ន្ធអនឡាញ អ៊ុចហ្សូ ខនណិច .	៥៩
តារាងទី១១. សមភាពអ្នកចូលរួមឆ្លើយកម្រងសំណួរ	៦៥

បញ្ជីរូបភាពនៃក្រាហ្វិក

ទំព័រ

រូបភាពទី ១. ក្រាហ្វិកបរិមាណនៃការលក់ប្រចាំឆ្នាំ២០១៥ និង២០១៦	៦៦
រូបភាពទី ២. ក្រាហ្វិកចំនួនភាគរយនៃប្រភេទភ្ញៀវទេសចររបស់ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល.....	៦៦

បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ

- ឧបសម្ព័ន្ធទី ១ ទីតាំងរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល
- ឧបសម្ព័ន្ធទី ២ អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍របស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល
- ឧបសម្ព័ន្ធទី ៣ ប័ណ្ណពន្ធប៉ាតង់ ឆ្នាំ ២០១៧
- ឧបសម្ព័ន្ធទី ៤ ភារកិច្ចរបស់អាជីវកម្មដ្ឋាន
- ឧបសម្ព័ន្ធទី ៥ វិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ការចុះឈ្មោះក្នុងបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម
- ឧបសម្ព័ន្ធទី ៦ រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល
- ឧបសម្ព័ន្ធទី ៧ រូបភាពផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល
- ឧបសម្ព័ន្ធទី ៨ កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល
- ឧបសម្ព័ន្ធទី ៩ កម្រងសំណួរសម្រាប់ប្រធានទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល
- ឧបសម្ព័ន្ធទី ១០ កម្រងសំណួរសម្រាប់បុគ្គលិកទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល

ಸೇವಾ ಸಂಸ್ಥೆ

សេចក្តីផ្តើម

១.ទិដ្ឋភាពទូទៅ

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា គឺជាប្រទេសមួយដែលស្ថិតនៅក្នុងភូមិភាគអាស៊ីអាគ្នេយ៍ ដែលជាទឹកដីដ៏ធំចំណាស់មួយតាំងពីសម័យបុរេប្រវត្តិមកម្ល៉េះ ដោយសម្បូរទៅដោយសម្បត្តិវប្បធម៌ធម្មជាតិ និងធនធានជាច្រើនយ៉ាងឥតគណនា ដែលធនធានទាំងអស់នេះ ជាកត្តាជំរុញឲ្យប្រទេសកម្ពុជា មានភាពរីកចម្រើនតាំងពីសម័យនគរភ្នំ ចេនឡា និងសម័យអង្គរ។ ម្យ៉ាងវិញទៀតព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ក៏ជាប្រទេសមួយដែលមានអរិយធម៌យ៉ាងខ្ពង់ខ្ពស់តាមរយៈការដឹកនាំ និងការគ្រប់គ្រងប្រទេសពីមួយជំនាន់ទៅមួយជំនាន់។ ដោយមានការរីកចម្រើននៅលើទឹកដីវិសេសវិសាលមួយនេះ ធ្វើឲ្យប្រទេសកម្ពុជានាពេលប៉ុន្មានទសវត្សក្រោយនេះក៏ដូចជានាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ មានការអភិវឌ្ឍន៍លើគ្រប់វិស័យ។

យ៉ាងណាមិញវិស័យទេសចរណ៍នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ជាវិស័យមួយដែលចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ និងរាជរដ្ឋាភិបាលបានទទួលស្គាល់ថាជា **"មាសបៃតង"** ។ វិស័យទេសចរណ៍ក៏ជាវិស័យមួយក្នុងការបង្កើនចំណូល និងជំរុញផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបធ្វើឲ្យមានលំនឹងជញ្ជីងពាណិជ្ជកម្ម បង្កើតឱកាសការងារ និងមុខរបរ ជួយកាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាពលរដ្ឋ។ ដោយសារតែប្រទេសកម្ពុជាមានធនធានជាច្រើន ដែលជាហេតុឲ្យមាននៅក្នុងការទាក់ទាញទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ មកធ្វើការលំហែ និងសម្រាកកម្សាន្ត។ បរិមាណទេសចរអន្តរជាតិចូលមកលំហែ និងសម្រាកកម្សាន្ត មានការកើនឡើងជាបន្តបន្ទាប់ពី ៤.៥០ លាននាក់នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៤ មានការកើនឡើង ៧.០ ភាគរយ និង៤.៧៧ លាននាក់នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៥ និងកើនឡើង ៦.១ ភាគរយ និង៥.០១ លាននាក់នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៦ មានការកើនឡើង ៥.០ ភាគរយ។ តាមរបាយការណ៍ស្ថិតិរបស់ក្រសួងទេសចរណ៍ស្តីពីចំណូលទេសចរណ៍ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា មានប្រមាណ ៣.០១២ លានដុល្លារអាមេរិកនៅក្នុងឆ្នាំ២០១៥។ ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវ ការរបស់ភ្ញៀវទេសចរ ដែលធ្វើឲ្យមានការរីកចម្រើនទៅលើផលិតផលសេវាកម្មមូលដ្ឋានចំនួនបួន ដូចជា៖ អាហារ នឹងភេសជ្ជៈ ការស្នាក់នៅ ការដឹកជញ្ជូន និងតំបន់ទាក់ទាញផ្សេងៗ ដែលជួយ សម្រួលឲ្យភ្ញៀវទេសចរកាន់តែមានភាពងាយស្រួល។ ម្យ៉ាងវិញទៀតដើម្បីជួយសម្របសម្រួល និងផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មឲ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព អ្នកវិនិយោគបានធ្វើការវិនិយោគជាច្រើនទៅលើ ផ្នែកប្រកបអាជីវកម្មទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ដូច្នេះហើយវាក៏ជាមួយជំរុញឲ្យទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មានការរីកដុះដាលជាច្រើនទៅលើប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។ បច្ចុប្បន្នបណ្តាឲ្យ

អាជីវកម្មទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ដែលមានការរីកចម្រើនច្រើននៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា គឺមានចំនួន ៥៣៣ ក្រុមហ៊ុននៅក្នុងនោះក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ក្នុងរាជធានីភ្នំពេញមានចំនួន ៣០១ ក្រុមហ៊ុននៅខេត្តសៀមរាបមានចំនួន ១៩០ ក្រុមហ៊ុន និងខេត្តព្រះសីហនុមានចំនួន ៥ ក្រុមហ៊ុន។ ក្នុងចំណោម ៥៣៣ ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ក្នុងនោះផងដែរក៏មានទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មួយឈ្មោះថា អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល គឺជាទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដែលធំមួយ និងមានបទដ្ឋានជាក់លាក់មួយនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ហើយមានដំណើរការ និងវត្តមានជាច្រើនឆ្នាំមកហើយនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាតាំងពីឆ្នាំ២០០០ មកម្ល៉េះ។ គឺជាក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មួយ ដែលមានការផ្គត់ផ្គង់នូវរាល់ផលិតផលសេវាកម្មទេសចរណ៍ដែលមានភាពល្អប្រសើរ និងមាន ភាពល្បីល្បាញនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ដូច្នេះហើយវាជាហេតុមួយដែលធ្វើឲ្យយើងខ្ញុំដែលជាអ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវចង់ដឹង និងស្វែងយល់ឲ្យកាន់តែស៊ីជម្រៅថា តើក្រុមហ៊ុនអ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល មានយុទ្ធសាស្ត្រអ្វីដើម្បីធ្វើការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនឲ្យមានភាពដំណើរការល្អប្រសើររហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន។

ដូច្នេះដើម្បីសិក្សាស្វែងយល់ឲ្យកាន់តែស៊ីជម្រៅ និងដើម្បីផ្សារភ្ជាប់រវាងទ្រឹស្តីទៅនឹងការអនុវត្តន៍ យើងខ្ញុំដែលជាអ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវបានជ្រើសរើសយកប្រធានបទ **“ការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល”** យកមកសិក្សាស្រាវជ្រាវធ្វើជាបាយការណ៍កម្មសិក្សានេះឡើង។

២. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល គឺជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលមានដំណើរការជាច្រើនទស្សវត្សរ៍ និងមានដៃគូសហការនៅតាមបណ្តាប្រទេសជាច្រើននៅអាស៊ី និងអឺរ៉ុបជាដើម។ យើងខ្ញុំបានសង្កេតឃើញថា ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល មានដំណើរការល្អ និងទទួលបានការយកចិត្តទុកដាក់ពីអតិថិជន ក៏ដូចជាឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់អតិថិជននាពេលបច្ចុប្បន្ន និងអនាគត បើប្រៀបធៀបទៅនឹងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដទៃទៀតដែលប្រកបអាជីវកម្មដូចគ្នា។

ដូច្នេះបានធ្វើឲ្យយើងខ្ញុំចង់ដឹងថា តើប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល មានការគ្រប់គ្រងយ៉ាងដូចម្តេចខ្លះ? ដើម្បីឲ្យអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនមានដំណើរការល្អ និងទទួលបានការទុកចិត្តយ៉ាងច្រើនពីអតិថិជននាពេលបច្ចុប្បន្ន?

៣. ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

នៅក្នុងចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវផ្ដោតទៅលើដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល ដោយរកឲ្យឃើញនូវដំណើរការនៃគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការ និងយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងរួមទាំងដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ដើម្បីស្វែងយល់ឲ្យកាន់តែច្បាស់បន្ថែម និងមន្ទិលទាំងឡាយនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល ដែលបានរៀបរាប់ និងបកស្រាយខាងលើ យើងខ្ញុំមាននូវគន្លឹះក៏ដូចជាសំណួរមួយចំនួនដូចខាងក្រោមនេះ៖

- ១. តើក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល មានយុទ្ធសាស្ត្រអ្វីដើម្បីអភិវឌ្ឍទីផ្សារឲ្យឈានមុខគេ?
- ២. តើក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល មានដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម និងការរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រយ៉ាងដូចម្តេច?
- ៣. តើអ្វីដែលជាចំណុចស្នូលរបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល? ដែល ធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនមួយនេះមានភាពរីកចម្រើន និងឈានមុខគេ?

៤. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការស្រាវជ្រាវលើប្រធានបទ “ការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល” ក្នុងគោលបំណងរកឲ្យឃើញនូវដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ និងទីផ្សាររបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល ថាតើគេអាចដំណើរការបានដោយប្រសើរយ៉ាងដូចម្តេចនៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ? ដោយជាជំនួយសម្រាប់ត្រួសត្រាយគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវឲ្យបានច្បាស់លាស់ និងកំណត់នូវគោលដៅយ៉ាងជានា និងភ្លឺច្បាស់យើងខ្ញុំបានកំណត់នូវគោលបំណងដូចបានបង្ហាញខាងក្រោម៖

- សិក្សាទៅលើស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល
- សិក្សាពីរចនាសម្ព័ន្ធការងារ តួនាទីបុគ្គលិក និងទំនួលខុសត្រូវ
- សិក្សាអំពីរបៀបនៃការអនុវត្តន៍ការងាររបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល
- ស្វែងយល់ពីរបៀបគ្រប់គ្រង និងការចាត់ចែងធនធានមនុស្សនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល
- សិក្សាលើផែនការ និងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល

- សិក្សាទៅលើខ្សែសង្វាក់ផលិតកម្ម និងការជំរុញលក់ និងការគ្រប់គ្រងការជំរុញលក់របស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល

៥. ផែនការណ៍ និងវិសាលភាពនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ

ក្នុងកិច្ចការស្រាវជ្រាវអំពី “ការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល” យើងខ្ញុំបានធ្វើការសិក្សាដោយចុះទៅប្រមូលព័ត៌មាន និងទិន្នន័យដោយផ្ទាល់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន និងធ្វើការសម្ភាសន៍ដោយផ្ទាល់ជាមួយប្រធានគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និងដាក់ជាកម្រងសំណួរសម្រាប់បុគ្គលិកឆ្លើយដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យ។ ទំហំ និងដែនកំណត់ត្រូវបានកំណត់ឡើងដូចខាងក្រោម៖

- សិក្សាទៅលើការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល នៅរាជធានីភ្នំពេញកំឡុងឆ្នាំ២០១៥ និងឆ្នាំ២០១៦ ចំណែកឯសាខាទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល នៅខេត្តសៀមរាប និងនៅបណ្តាប្រទេសផ្សេងៗមិនបានលើកយកមកសិក្សាទេ
- សិក្សាពីការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ និងដំណើរការទូទៅតែប៉ុណ្ណោះ

៦. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

ចំពោះដំណើរការនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ គឺត្រូវបានរៀបចំឡើងតាមវិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវដូចខាងក្រោម៖

ក. ប្រភពទិន្នន័យស្រាវជ្រាវ

ទិន្នន័យនៃការស្រាវជ្រាវមានពីរប្រភេទ៖ ទិន្នន័យប្រភេទទីមួយ ទិន្នន័យចម្បង (Primary Data) និងទិន្នន័យប្រភេទទីពីរ ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ (Second Data)។

• ទិន្នន័យចម្បង (Primary Data)

ទិន្នន័យចម្បង ជាប្រភេទទិន្នន័យដែលប្រមូលបានដោយការធ្វើបទសម្ភាសន៍ដោយផ្ទាល់ពីបុគ្គលិកនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនក្នុងនោះរួមមាន ប្រធានផ្នែកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស បុគ្គលិកផ្នែកកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ច និងចុះកម្មសិក្សានៅក្នុងក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល នៅការិយាល័យកណ្តាលនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញតែម្តង។

• **ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ (Second Data)**

ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ គឺជាទិន្នន័យដែលប្រមូលបានតាមរយៈសៀវភៅជំនាញជាស្នាដៃនិពន្ធទាំងខេមរភាសា និងអន្តរភាសានៅតាមបណ្ណាល័យនានា រួមទាំងឯកសារដែលទទួលបានពីវេបសាយ (Website) របស់ក្រុមហ៊ុន ឯកសារបោះពុម្ពផ្សាយ និងការផ្តល់យោបល់ពីសាស្ត្រាចារ្យណែនាំ។

ខ. ការប្រមូលទិន្នន័យ

យើងខ្ញុំធ្វើការប្រមូលទិន្នន័យដែលបានពីក្រុមហ៊ុន និងការសម្ភាសន៍ជាមួយថ្នាក់ដឹកនាំ និងបុគ្គលិកទូទៅនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនដូចខាងក្រោម៖

- **ការកំណត់គំនូសតាង៖** ការសម្ភាសន៍ និងការកំណត់អំពីប្រភេទផលិតផលសំខាន់ៗ ដោយស្វែងយល់ពីរបៀបក្នុងការប្រតិបត្តិការងារនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។
- **ការចុះអនុវត្តន៍ការងារជាក់ស្តែង៖** ការចុះកម្មសិក្សាដោយផ្ទាល់លើការអនុវត្តន៍ការងារជាក់ស្តែង និងត្រួតពិនិត្យក្នុងប្រតិបត្តិការងារមួយចំនួន។
- **ការសម្ភាសន៍៖** ការសាកសួរព័ត៌មានលម្អិតផ្សេងៗពីថ្នាក់ដឹកនាំផ្នែកធនធានមនុស្ស បុគ្គលិកទូទៅនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនតាមផ្នែកនីមួយៗ ជាពិសេសផ្នែកផលិតផល ផ្នែកទីផ្សារ ផ្នែកប្រតិបត្តិការ និងផ្នែកកក់សំបុត្រយន្តហោះ ដោយធ្វើការកត់ចំណាំនៅក្នុងពេលកំពុងធ្វើការ។
- **ឧបករណ៍ជំនួយ៖** ក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវ យើងខ្ញុំបានប្រើប្រាស់នូវសម្ភារៈមួយចំនួនដូចជា កុំព្យូទ័រ ទូរស័ព្ទ សម្ភារៈកត់ត្រា (សៀវភៅ ប៊ិច ក្រដាស) និងមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ។

គ. ការវិភាគទិន្នន័យ

នៅក្នុងវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវត្រូវបានគេបែងចែកជា ២ គឺវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវតាមបែបគុណវិស័យ (Qualitative data) និងវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវតាមបែបបរិមាណវិស័យ (Quantitative data)។

- **ការវិភាគទិន្នន័យតាមបែបគុណវិស័យ៖** ជាការបកស្រាយពន្យល់ទស្សនៈដែលបានលើកឡើងដោយមានការលើកយករឿងរ៉ាវផ្សេងៗមកពន្យល់ ដោយមានហេតុផលត្រឹមត្រូវមានតថ ភាពជាមួយព្រឹត្តិការណ៍ដែលកំពុងតែកើតមានឡើង និងអាចនឹងកើតមានឡើងដោយយោងតាមហេតុផល។

- **ការវិភាគទិន្នន័យតាមបែបបរិមាណវិស័យ:** មានសមត្ថភាពសម្រាប់ពន្យល់បន្ថែមសម្រាប់ ជាសកលសមរម្យសម្រាប់ទំហំបំណែងចែកនៃសកលស្ថិតិ ស្ទង់មតិមហាជន ធ្វើការ ពិពណ៌នា សរុបទូទៅយ៉ាងណាដើម្បីបង្ហាញឲ្យឃើញច្បាស់លាស់ទាំងផ្នែកទ្រឹស្តី និងផ្នែក អនុវត្តន៍ទទួលបានលទ្ធផលដូចគ្នា។

នៅក្នុងកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ យើងខ្ញុំបានជ្រើសរើសយកការវិភាគតាមបែប **គុណវិស័យ** ដែលមានការវិភាគទិន្នន័យត្រូវបានធ្វើឡើងតាមការប្រមូលបានពីការធ្វើបទសម្ភាសន៍ និងចម្លើយ បានពីកម្រងសំណួរពីក្រុមមនុស្សដែលធ្វើការនៅក្នុងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល ដូចបានរៀបរាប់ខាងលើ។ លទ្ធផលនៃការធ្វើបទសម្ភាសន៍ និងឆ្លើយសំណួរត្រូវបានចាត់ទុកជា ព័ត៌មានដ៏មានតម្លៃក្នុងការអះអាងបញ្ជាក់ពីការស្រាវជ្រាវនេះ។

៧. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវស្តីអំពី **“ការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុច ហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល”** បានផ្តល់ឲ្យយើងខ្ញុំ និងអ្នកអានបានយល់ដឹងអំពី៖

- **ចំពោះក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍**
 - រកយល់ពីអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន
 - រកយល់បន្ថែមពី ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមគំហែងនៃការគ្រប់គ្រង របស់ខ្លួន ដែលអាចកើតមានពេលបច្ចុប្បន្ន និងនាពេលអនាគត និងរកដំណោះស្រាយទៅ លើបញ្ហាទាំងនោះ
 - ធ្វើការផ្តល់អនុសាសន៍មួយចំនួនទៅដល់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល ដែលមានចំណុចខ្វះខាតដើម្បីរកវិធីដោះស្រាយ
- **ចំពោះអ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវ**
 - ទទួលបានចំណេះដឹងបន្ថែមទៅលើការសិក្សាពីវិស័យទេសចរណ៍ ដែលបានសិក្សាពី ទ្រឹស្តី និងការអនុវត្តន៍ជាក់ស្តែង
 - ដើម្បីការសិក្សាជាកំនិត និងបទពិសោធន៍ការងារសម្រាប់ការធ្វើអាជីវកម្មទៅថ្ងៃអនាគត
 - របាយការណ៍នេះ អាចធ្វើជាឯកសារសម្រាប់សិស្សនិស្សិត និងបណ្តាអ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវ ជំនាន់ក្រោយៗទៀត

➤ **ចំពោះសង្គម**

- ចំពោះរបាយការណ៍នេះ អ្នកអាននឹងទទួលបានចំណេះដឹងពីអាជីវកម្មទេសចរណ៍ និងអាចប្រកបរបរលើអាជីវកម្មនេះ ដែលអាចចូលរួមចំណែកដល់សង្គមជាតិឲ្យមានការរីកចម្រើនទៅលើវិស័យទេសចរណ៍ និងសេដ្ឋកិច្ច
- ជាជំនួយ និងជាគំនិតសម្រាប់ អាជីវករ ឬក៏អ្នកវិនិយោគ

៨. រចនាសម្ព័ន្ធស្រាវជ្រាវ

រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវសម្រាប់របាយការណ៍កម្មសិក្សានេះ ត្រូវបានបែងចែកជា ០៥ ផ្នែក ដែលក្នុងនោះមាន ៣ ជំពូក រួមមាន៖

ផ្នែកទី១ សេចក្តីផ្តើម

យើងខ្ញុំធ្វើការលើកយកពី លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវដែលក្នុងនោះមានរៀបរាប់ពីប្រភពទិន្នន័យ ការប្រមូលទិន្នន័យ ការវិភាគទិន្នន័យ សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ និងរចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ។

ផ្នែកទី២ ខ្លឹមសារនៃរបាយការណ៍កម្មសិក្សាមានការបែងចែកជាបីជំពូកធំៗ

នៅក្នុងខ្លឹមសារនេះ គឺបែងចែកជា ៣ ជំពូក ដោយជំពូកទី ១ និយាយពី ការរំលឹកទ្រឹស្តីឲ្យបានស្វែងយល់ពីនិយមន័យនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ មុខងារ និងតួនាទីរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។ ជំពូកទី២ ស្វែងយល់ពីស្ថានភាពទូទៅនៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អុីចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល ប្រវត្តិរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អុីចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល ចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្ម រចនាសម្ព័ន្ធ និងតួនាទី ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស ស្ថានភាពរបស់បុគ្គលិកផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អុីចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល ដំណើរការនៃប្រតិបត្តិការក្រុមហ៊ុន ផែនការទីផ្សារ និងយុទ្ធសាស្ត្រ។ ជំពូកទី៣ ការសិក្សា និងការវិភាគទៅលើរបកគំហើញ លទ្ធផលនៃការវិភាគបរិមាណនៃការលក់ប្រចាំឆ្នាំ២០១៥ និង២០១៦ របស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អុីចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល និងការវិភាគ SWOT ដែលបានមកពីការវិភាគតាមរយៈកម្រងសំណួរ និងរបាយការណ៍របស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អុីចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល។

ផ្នែកទី៣ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

មានការសន្និដ្ឋានពីការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងសរុបនូវគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីផ្តល់នូវមតិធ្វើឲ្យប្រសើរឡើង និងកែតម្រូវនូវចំណុចខ្វះខាតរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល ឲ្យឈានទៅរកការអភិវឌ្ឍន៍ និងការផ្តល់យោបល់ជាអនុសាសន៍។

ផ្នែកទី៤ ឯកសារយោង

មាននូវស្នាដៃរបស់អ្នកនិពន្ធជាខេមរភាសា និងឯកសារជាប់ពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ។

ផ្នែកទី៥ ឧបសម្ព័ន្ធ

មាននូវរូបភាពទីតាំង អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ បណ្ណប៉ាតង់ ភារកិច្ចរបស់អាជីវកម្ម បញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល រូបភាពផលិតផលកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត និងកម្រងសំណួរ។

ជំពូកទី១
ការរំលឹកគ្រឹះស្ថាន

ជំពូកទី១

ការរំលឹកទ្រឹស្តី

១.១. និយមន័យ

មុននឹងឈានទៅដល់ការបកស្រាយនូវប្រធានបទនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ យើងគួរធ្វើការស្វែងយល់នូវអត្ថន័យនៃពាក្យ “ការគ្រប់គ្រង” និង “អាជីវកម្ម” ជាមុនសិន។

ការគ្រប់គ្រង និងអាជីវកម្ម គឺមានអ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវបានឲ្យនិយមន័យជាច្រើនផ្សេងៗគ្នា តែយើងខ្ញុំសូមធ្វើការជ្រើសរើសតែនិយមន័យមួយមកបកស្រាយដូចខាងក្រោម៖

១.១.១. ការគ្រប់គ្រង និងអាជីវកម្ម

➢ ការគ្រប់គ្រង¹

ការគ្រប់គ្រងត្រូវបានគេកំណត់និយមន័យថា ជាដំណើរការនៃការកំណត់ និងធ្វើគោលដៅរបស់អង្គការអាជីវកម្មតាមរយៈការប្រតិបត្តិការនូវមុខងារសំខាន់ៗបួនយ៉ាងនៃការគ្រប់គ្រងដែលប្រើប្រាស់ធនធានទាំងអស់របស់អង្គការមួយអោយមានប្រសិទ្ធភាព។

➢ មានចំណុចជាច្រើនដើម្បីចងចាំនូវនិយមន័យ៖

- ការគ្រប់គ្រង និងអ្នកគ្រប់គ្រងធ្វើការសម្រេចចិត្តកំណត់ និងសម្រេចគោលដៅរបស់អង្គការអាជីវកម្មមួយ
- ការគ្រប់គ្រង គឺជាការទទួលធ្វើនូវកិច្ចការផ្សេងៗតាមរយៈមនុស្ស។ នៅពេលដែលការគ្រប់គ្រងទាមទារនូវធនធានមនុស្ស សំភារៈ និងហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់អង្គការអាជីវកម្មមួយ វាដំណើរការតាមរយៈសមាជិករបស់អង្គការអាជីវកម្មមួយ ដើម្បីសម្រេច នូវគោលដៅដែលចង់បាន
- ដើម្បីសម្រេចនូវគោលដៅ ដែលពួកគេបានកំណត់ឡើង អ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវតែអនុវត្តនូវមុខងារសំខាន់ៗទាំងបួនយ៉ាងនៃការគ្រប់គ្រង

¹ រៀបរៀងដោយក្រុមសាស្ត្រាចារ្យពាណិជ្ជសាស្ត្រ “សេចក្តីផ្តើមអាជីវកម្ម” ២០១១-២០១២ ទំព័រ ៣១

➤ **អាជីវកម្ម^២**

អាជីវកម្ម គឺជាការបង្កើតលុយចេញពីលុយ ប៉ុន្តែចាំបាច់ត្រូវតែអាស្រ័យទៅតាមការរៀបចំ យុទ្ធសាស្ត្រ និងមធ្យោបាយសកម្មភាពនៃផលិតកម្មក្នុងការផលិតផលិតផល និងសេវាកម្ម។ ប្រសិនបើធ្វើសកម្មភាពជាការបង្កើតលុយមានន័យថា ត្រឹមតែទិញចូលលក់ចេញវិញទទួលបាន នូវផលចំណេញនោះគេហៅថាជំនួញ។

១.១.២. ទេសចរណ៍^៣

ទេសចរណ៍សំដៅដល់សកម្មភាពទាំងឡាយរបស់បុគ្គល ដែលធ្វើដំណើរទៅនិងស្នាក់នៅ កន្លែងផ្សេងក្រៅពីបរិយាកាសប្រក្រតីរបស់គេ សម្រាប់រយៈពេលកំណត់មួយ ដែលមិនលើសពី មួយឆ្នាំជាប់ៗគ្នា ដើម្បីសម្រាក លំហែកម្សាន្ត ធុរកិច្ច និងគោលបំណងទេសចរណ៍ស្របច្បាប់ ផ្សេងៗទៀត។

១.១.៣. ទេសចរ^៤

ទេសចរសំដៅដល់បុគ្គលទាំងឡាយជាជនជាតិកម្ពុជា ឬជនបរទេស ដែលមកដល់តំបន់ ផ្សេងក្រៅពីបរិយាកាសប្រក្រតីរបស់គេ ស្នាក់នៅទីនោះចាប់ពីមួយយប់ឡើងទៅ និងមិនលើសពី រយៈពេលដែលកំណត់ ដើម្បីសម្រាក លំហែកម្សាន្ត ធុរកិច្ច និងគោលបំណងទេសចរណ៍ស្រប ច្បាប់ផ្សេងៗទៀត ព្រមទាំងមិនទាក់ទងដល់គោលបំណងតាំងលំនៅ ឬធ្វើសកម្មភាពណាមួយ ដែលទទួលបានប្រាក់កម្រៃនៅទីនោះ។

១.២. ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍^៥

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ថា គឺជាអាជីវកម្ម ដែលដើរតួនាទីជាអ្នក រៀបចំ និងចាត់ចែងឲ្យមានដំណើរកម្សាន្ត រៀបចំចាត់ចែងការងារជួបប្រជុំ សន្និបាត ពិព័រណ៍ និង លក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មទេសចរណ៍ សម្របសម្រួលជាមួយបណ្តាមូលដ្ឋានសេវាកម្ម ទេសចរណ៍ដទៃទៀត។

^២ រៀបរៀងដោយក្រុមសាស្ត្រាចារ្យពាណិជ្ជសាស្ត្រ “សេចក្តីផ្តើមអាជីវកម្ម” ២០១១-២០១២ ទំព័រ ១

^៣ ច្បាប់ស្តីពី “ទេសចរណ៍” ចុះថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០០៩ ទំព័រ ៣១

^៤ ច្បាប់ស្តីពី “ទេសចរណ៍” ចុះថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០០៩ ទំព័រ ៣១

^៥ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី “ការគ្រប់គ្រងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍” ឆ្នាំ២០១២ ទំព័រ ១

១.២.១. កម្មសិទ្ធិនៃក្រុមហ៊ុនធីត្តាភ័ក្តារទេសចរណ៍^៦

ដូចបានរៀបរាប់នៅក្នុងផ្នែកនៃគម្រោងអាជីវកម្មរួមចម្រើនហើយពីទម្រង់ស្របច្បាប់នៃអាជីវកម្ម ដែលក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ត្រូវដំណើរការ ដែលជាការចាំបាច់មួយក្នុងការពិចារណា។

ជាទូទៅក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ប្រភេទនេះ ត្រូវបានបង្កើតឡើងតាមទម្រង់ដូចខាងក្រោម៖

១.២.១.១. ក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធិ

គឺជាអាជីវកម្មមួយ ដែលគ្រប់គ្រងដោយមនុស្សម្នាក់មានតួនាទីតែម្នាក់ឯង ហើយមានសិទ្ធិ ក្នុងការគ្រប់គ្រង និងដំណើរការដោយខ្លួនឯង ដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណេញ ប៉ុន្តែត្រូវទទួលខុសត្រូវនូវរាល់បំណុលទាំងឡាយក្នុងអាជីវកម្មដែលខ្លួនដំណាក់។ ក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធិងាយស្រួលក្នុង ការបង្កើត ហើយមិនអាចឃ្លាតចេញពីម្ចាស់កម្មសិទ្ធិបានឡើយ។

➢ អត្ថប្រយោជន៍នៃក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធិមាន៖

- ចំណាយតិចក្នុងការរៀបចំ
- ការរក្សានូវការកត់ត្រាមានភាពងាយស្រួល
- ប្រាក់ចំណេញតែម្នាក់ឯង គ្មានការបែងចែក
- ការកាត់បន្ថយនូវការខាតបង់ អាចទាញយកចេញពីប្រាក់ចំណេញរបស់ម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន

➢ គុណវិបត្តិមានដូចជា៖

- ការទទួលខុសត្រូវលើការខាតបង់តែម្នាក់ឯង
- ពន្ធនៃប្រាក់ចំណេញ
- ប្រភពហិរញ្ញវត្ថុមានកំណត់
- ការរីកចម្រើនក្រុមហ៊ុនមានការយឺតយ៉ាវ
- មានការលំបាកក្នុងការទាក់ទាញនូវវិនិយោគិនបន្ថែម
- ការបញ្ចប់អាជីវកម្ម លុះត្រាតែម្ចាស់កម្មសិទ្ធិទទួលបានមរណភាព

១.២.១.២. ក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិ

ជាទម្រង់អាជីវកម្មមួយដែលមានលក្ខណៈសាមញ្ញក្នុងការបង្កើត។ ប៉ុន្តែគេត្រូវកំណត់ផងដែរទៅលើកិច្ចសន្យារវាងម្ចាស់កម្មសិទ្ធិទាំងអស់ថា តើអ្នកណាខ្លះមានគ្រប់គ្រងនូវដំណើរការ និង

^៦ សាស្ត្រាចារ្យ ច្រឡឹង សុមេធា, យ៉ែម ច័ន្ទវិទូ, វ៉ាត់ វ៉ាន់រី: “ការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍” ២០១២ ទំព័រ ២៨-៣២

ការបែងចែកនូវប្រាក់ចំណេញក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ភាគហ៊ុននីមួយៗទទួលបានកាន់កាប់នូវភាគរយកិច្ចមិនកំណត់ដើម្បីទទួលខុសត្រូវរៀងៗខ្លួននូវបំណុលរបស់សហគ្រាស។ ចំពោះគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិនៃអាជីវកម្មប្រភេទនេះ មានលក្ខណៈដូចគ្នាទៅនឹងអាជីវកម្មក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធិដែរ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏អត្ថប្រយោជន៍បន្ថែមមានដូចជាការស្វែងរកលទ្ធភាព នៃការវិនិយោគ និងការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្សមានភាពល្អជាង ហើយអាចមានការរីកចម្រើនលើផ្នែកគ្រប់គ្រងទៀតផង។ ចំណែកឥទ្ធិពលនៃការជំទាស់ផ្លាស់ខ្លួន និងទស្សនវិស័យរវាងការដឹកនាំជាសហកម្មសិទ្ធិក្នុងការបែងចែកនូវការសម្រេចក្នុងការគ្រប់គ្រង គឺជាផ្នែកមួយនៃបញ្ហាដ៏ចម្បងសម្រាប់ភាគហ៊ុនទាំងឡាយ។ ក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិដែលមានសក្តានុពល គួរតែមានការស្រុះស្រួលគ្នាព្រមទាំងមានកិត្តិស័ព្ទ ពីព្រោះថាការទទួលខុសត្រូវដែលមិនកំណត់អាចមានលក្ខណៈធ្ងន់ស្រាលពីសកម្មភាពរបស់ភាគហ៊ុននៃអាជីវកម្ម។

ទូទៅគ្រប់ភាគីក្នុងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ប្រភេទនេះ មានសិទ្ធិក្នុងការចូលរួមនៅក្នុងការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនមានសិទ្ធិត្រួតពិនិត្យនូវបញ្ជីគណនេយ្យ ក៏ដូចជាការកត់ត្រាផ្សេងៗនៃសកម្មភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនគ្រប់ពេលវេលាទាំងអស់ ហើយនិងសិទ្ធិក្នុងការសម្រេចជាមុននៅក្នុងការបែងចែកនូវប្រាក់ចំណេញ ឬការខាតបង់។ ការរៀបចំនូវកិច្ចព្រមព្រៀង (កិច្ចសន្យា) នៃក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិ បង្កើតនូវសិទ្ធិ និងភាគរយកិច្ចជាក់លាក់ដែលភាគីនីមួយៗត្រូវមានក្នុងក្រុមហ៊ុន។

១.២.១.៣. ក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិទទួលខុសត្រូវមានកំណត់

ជាទូទៅក្រុមហ៊ុនប្រភេទនេះមានភាគីម្នាក់ឬច្រើន ដែលមានឥទ្ធិពលក្នុងការដឹកនាំអាជីវកម្មសាមញ្ញ ហើយមានចំនួនភាគីភាគហ៊ុនកំណត់ ឬពិសេស។ នៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងនៃក្រុមហ៊ុនប្រភេទនេះ ការសម្រេចនៅក្នុងការគ្រប់គ្រងហាក់ដូចជាស្ងៀមស្ងាត់បន្តិច ដោយរាប់បញ្ចូលទាំងការសម្រេចដែលមានឥទ្ធិពលទៅលើការវិនិយោគរបស់គេ។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយក៏ការទទួលខុសត្រូវរបស់គេ គឺកំណត់នៅក្នុងចំនួនដែលត្រូវវិនិយោគ។ ម្យ៉ាងទៀតភាគីហ៊ុនទូទៅអាចរក្សានូវឥទ្ធិពលនៃការគ្រប់គ្រង។ ប៉ុន្តែគេគ្មានការកំណត់នូវការទទួលខុសត្រូវក្នុងការសងបំណុលឡើយ។

១.២.១.៤. ក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្ម

ទម្រង់សាជីវកម្មនៃក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍មានលក្ខណៈផ្លូវការ និងជារួមខ្លាំងជាងទម្រង់អាជីវកម្មដទៃទៀត។ បច្ចុប្បន្ននេះក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ទាំងអស់ ក្រុមហ៊ុនមានទម្រង់ប្រភេទនេះមានចំនួនប្រហែល ២/៣។ សាជីវកម្ម គឺជាអង្គការនីតិបុគ្គលដែលមានលក្ខណៈដោយ

ឡែក ហើយអាចបែកចេញបានពីភាគីភាគហ៊ុន និងដំណើរការដោយស្ថិតនៅក្រោមច្បាប់នៃប្រទេសណាដែលសាជីវកម្មស្ថិតនៅ។ វាស្ទើរតែមានសិទ្ធិ និងអំណាចគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ភាគហ៊ុននីមួយៗដូចជា សិទ្ធិក្នុងការតវ៉ា ឬប្តឹងផ្តល់ ព្រមទាំងសិទ្ធិក្នុងការចេញភាគហ៊ុន បង្កើតកិច្ចព្រមព្រៀង និងចាត់ចែងការងារដែលទាក់ទងទៅនឹងអាជីវកម្មដទៃទៀត។

ប្រសិនបើជាជម្រើសនេះ ត្រូវបានជ្រើសរើសក្រុមប្រឹក្សាភិបាល (Board of Directors) នឹងត្រូវបានបោះឆ្នោតជ្រើសតាំង ហើយនឹងអនុវត្តនូវគោលការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុន។

➢ អត្ថប្រយោជន៍នៃក្រុមហ៊ុនប្រភេទនេះមានដូចជា៖

- ការទទួលខុសត្រូវសម្រាប់ភាគីភាគហ៊ុននីមួយៗមានកំណត់
- អាយុកាលនៃសាជីវកម្មមានភាពយូរអង្វែង (មរណភាពនៃម្ចាស់ភាគហ៊ុនមិនមានឥទ្ធិពលលើសាជីវកម្មឡើយ)
- ប្រភពធនធានវិនិយោគសម្បូរ
- ការទាក់ទាញទុនបន្ថែមតាមរយៈការលក់ភាគហ៊ុន
- ការផ្ទេរភាគហ៊ុនប្រព្រឹត្តិទៅឆាប់រហ័ស ដោយមិនចាំបាច់រំលាយសាជីវកម្ម
- មានជម្រើសពន្ធជាច្រើន

➢ គុណវិបត្តិវិញមានដូចជា៖

- ចំណាយលើការរៀបចំមានកម្រិតខ្ពស់
- អាចរក្សានូវការរៀបចំកត់ត្រាទុកបន្ថែម (ការចុះបញ្ជី ការទារពន្ធមកវិញ របាយការណ៍ប្រចាំ ឆ្នាំ។ល។)
- ការប្រកាន់ខ្ជាប់យ៉ាងតឹងរឹងនូវតម្រូវការនានារបស់រដ្ឋ ជាមួយនឹងការអនុលោមតាមប្រតិបត្តិការសាជីវកម្ម

១.៣. សកម្មភាពក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍

យើងអាចបែងចែកសកម្មភាពក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ជា ២ ផ្នែកធំៗគឺ៖

- សកម្មភាពចម្បង
- សកម្មភាពបន្ទាប់បន្សំ

អ្នកជំនាញទេសចរណ៍បានធ្វើការបែងចែកសកម្មភាពទាំងពីរនេះ ដាច់ដោយឡែកពីគ្នា។ តើក្រុមហ៊ុនរៀបចំដំណើរកម្សាន្តមានសេវាទាំងអស់ជាសម្បត្តិផ្ទាល់ខ្លួន ឬក៏ជួលដោយកិច្ចសន្យា។

១.៣.១ សកម្មភាពចម្បង

➢ រៀបចំកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត៖

- ក្នុងប្រទេសសម្រាប់ពលរដ្ឋរបស់ខ្លួន (ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក)
- ក្នុងប្រទេសសម្រាប់ទេសចរអន្តរជាតិ (ទេសចរណ៍អន្តរជាតិ)
- ក្រៅប្រទេសសម្រាប់ពលរដ្ឋរបស់ខ្លួន (ទេសចរណ៍ជាតិ)

➢ កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តរបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (Travel Agency)៖

- ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក
- សហការជាមួយក្រុមហ៊ុនអន្តរជាតិជាដៃគូក្នុងការនាំទេសចរចូល
- រៀបចំកម្មវិធីដោយខ្លួនឯងព្រមទាំងលក់ទៅអតិថិជនដោយផ្ទាល់
- លក់បន្តនូវកម្មវិធីទាំងឡាយណាមួយរបស់ក្រុមហ៊ុនដទៃ

➢ លក់សំបុត្រសម្រាប់ធ្វើដំណើរ៖

- សំបុត្ររថភ្លើង
- យន្តហោះ
- នាវា
- មានផ្ទះសំណាក់គ្រប់ភេទសម្រាប់ជួល
- ការងារប្តូររូបិយប័ណ្ណ
- មគ្គុទ្ទេសក៍ អ្នកបកប្រែ
- ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រង។ល។

១.៣.២. សកម្មភាពបន្ទាប់បន្សំ

- មានផ្ទះសំណាក់គ្រប់ប្រភេទ មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនដែលជាទ្រព្យសម្បត្តិផ្ទាល់ខ្លួនសម្រាប់ជួល
- សកម្មភាពជំនួញតូចតាច

១.៣.៣. លក្ខណៈពិសេសនៃក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍

ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍គ្រប់ប្រភេទ មិនត្រឹមតែរៀបចំកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តសម្រាប់ភ្ញៀវប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែដើម្បីទទួលបាននូវចំណេញច្រើន និងប្រកួតប្រជែងជាមួយក្រុមហ៊ុននានាលើសកលលោក។ បច្ចុប្បន្នក្រុមហ៊ុនប្រភេទនេះបានពង្រីកសកម្មភាពរបស់ខ្លួនយ៉ាងទូលំទូលាយ

ក្នុងការបម្រើអតិថិជន ដែលដំណើរមយកនូវសេវាជាច្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុនឯទៀតប្រមូលផ្តុំឲ្យនៅលើក្រុមហ៊ុននេះតែមួយដូចជា៖

- មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ
- រៀបចំសមាជ សន្តិសីទ សន្តិបាតសម្រាប់រដ្ឋាភិបាល អង្គការ និងក្រុមហ៊ុននានា
- បណ្តុះបណ្តាលភាសាបរទេសនៅក្នុង និងក្រៅប្រទេស
- ផ្តល់ការប្រឹក្សាទៅឲ្យក្រុមហ៊ុនផ្សេងៗ
- បង្ហាញទិសដៅនៃការធ្វើដំណើរ
- សម្រួលដល់អតិថិជនក្នុងការជួយសុំទិដ្ឋាការទៅបរទេស ព្រមទាំងសកម្មភាពដទៃទាំងឡាយទៀត

១.៤. មុខងាររបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ផ្តល់សេវាកម្មលក់រាយ គឺលក់ផ្ទាល់ទៅអតិថិជន។ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍អាចរៀបចំកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត ឬទិញកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត ឬសេវាពីក្រុមហ៊ុនលក់ដុំយកមកលក់រាយបន្ត ឬទិញពីគ្នាទៅវិញទៅមក។⁷

ជាទូទៅក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍មានមុខងារដូចតទៅ៖

- ទទួលការកក់ និងលក់សំបុត្រយន្តហោះ ព្រមទាំងសំបុត្រនាវា
- ផ្តល់ព័ត៌មានពីកម្មវិធីហោះហើរ
- លក់កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត
- ទទួលកក់សេវាស្នាក់នៅ ភោជនីយដ្ឋាន និងរមណីយដ្ឋាន
- ទទួលការកក់ការជួលរថយន្ត។ល។

នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ទទួលលក់សំបុត្រយន្តហោះ សំបុត្ររថយន្ត សំបុត្ររថភ្លើង កក់សណ្ឋាគារ ឬលក់កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តរបស់ក្រុមហ៊ុនដទៃ គេនឹងទទួលបានកម្រៃជើងសារ (Commission) ។

ជាទូទៅកម្រៃជើងសារដែលក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ទទួលបានពីក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់សេវាមាន៖

- សម្រាប់សំបុត្រយន្តហោះក្នុងស្រុក ១០%

⁷ សាស្ត្រាចារ្យ ច្រឡឹង សុមេធា, យ៉ែម ច័ន្ទវិទ្ធី, វ៉ាត់ វ៉ាន់រីរៈ “ការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍” ២០១២ ទំព័រ ២-៤

- សម្រាប់សំបុត្រយន្តហោះក្រៅស្រុក ៨%
- សម្រាប់ការកក់សណ្ឋាគារ ១០%
- កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត ១១%
- អ្នកដឹកនាំជូនភ្ញៀវ (Tour Leader) ១០%
- សម្រាប់ការជួលរថយន្ត ១៥%
- សម្រាប់ការចូលរួមសន្និសីទជាក្រុម ១០%

តាមការសិក្សា ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ជាត្រីតក្រម គឺអនុវត្តការងារក្នុងរូបភាព ០២ គឺជាឈ្នួញកណ្តាល និងជាអ្នករៀបចំផែនការ^៦

១) ក្នុងនាមជាឈ្នួញកណ្តាល មានន័យថា អាជីវកម្មលក់ដូរដើម្បីកម្រៃជើងសារ លក់រាយ ឬលក់ដុំសេវាកម្ម និងទំនិញទេសចរណ៍ តំណាងឲ្យបណ្តាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដោះស្រាយបញ្ហាប្រើប្រាស់សេវាកម្ម ចាត់ចែងលក់ និងបម្រើសេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួន។ ក្នុងនាមជាឈ្នួញកណ្តាល ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អាចបំពេញមុខងារ និងភារកិច្ចមួយចំនួនដូចជា ផ្តល់ព័ត៌មានអំពីផលិតផល និងសេវាកម្មកក់ទិញ និងលក់សេវាកម្មបម្រុងទុកកន្លែងសម្រាប់ធ្វើដំណើរ បន្ទប់ស្នាក់នៅ ទឹកកន្លែងផ្គត់ផ្គង់ចំណីអាហារ ជំនួយការក្នុងការលក់ទំនិញ ឲ្យបណ្តាអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មទេសចរណ៍ លក់សំបុត្រមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ ទទួលកក់ និងលក់បន្ទប់ស្នាក់នៅ លក់ខ្សែទស្សនកិច្ច ធានារ៉ាប់រងលើការធ្វើដំណើរ លក់ទំនិញ និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ដទៃទៀត។ ក្រៅពីនេះ គឺការងាររៀបចំឯកសារសំណុំបែបបទ ធ្វើលិខិតឆ្លងដែន ទិដ្ឋាការ ការបកប្រែ ផ្តល់សេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍ ពិគ្រោះយោបល់ពីការធ្វើដំណើរ និងបម្រើសេវាផ្សព្វផ្សាយ។

២) ក្នុងនាមជាអ្នករៀបចំ ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដើរតួនាទីជាអ្នករៀបចំ ចាត់ចែងបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ចផ្ទាល់ខ្លួន ដោយជ្រើសរើសមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ កន្លែងស្នាក់នៅ ការសម្រាក លំហែកម្សាន្ត មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងធ្វើផែនការអនុវត្តខ្សែទស្សនកិច្ចតាមកាលវិភាគ និងរយៈពេលកំណត់។

^៦ បណ្ឌិត សួន រ៉ានី "ការគ្រប់គ្រងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍" ភ្នំពេញ: ២០១២ ទំព័រ ២

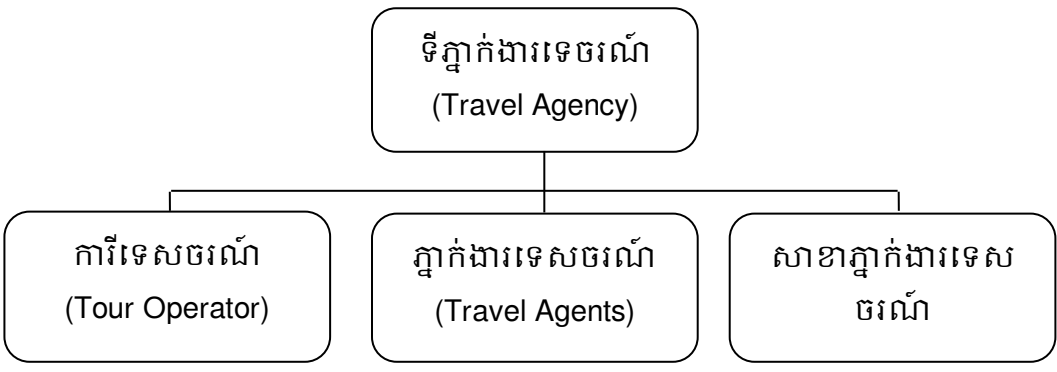
ដោយផ្អែកលើបទពិសោធន៍ និងឯកសារសិក្សារបស់បរទេសនៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា អាជីវកម្មទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ត្រូវបានបែងចែកជា ០២ ទម្រង់ផ្សេងគ្នា គឺការីទេសចរណ៍ និង ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។

១.៤.១. ទម្រង់នៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ បានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដែលជាអ្នក រៀបចំចាត់ចែងឲ្យមានដំណើរកម្សាន្តទេសចរណ៍ និងធានានូវរាល់សេវាកម្មជាមូលដ្ឋានសេវាកម្ម នានា ដើម្បីបង្គុលកូណៈងាយស្រួល និងបំពេញឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់ចំពោះសេចក្តីត្រូវការរបស់ ទេសចរ។ ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ត្រូវបានបែងចែកជាពីរដាច់ដោយឡែកពីគ្នា៖^៩

- អ្នករៀបចំនូវប្រតិបត្តិការដំណើរកម្សាន្ត និងជាអ្នកលក់ដុំនូវរាល់ខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ខ្លួន (Tour Operator Whole Seller)
- អ្នកលក់បន្ត ឬលក់រាយកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត (Travel Agent)

តារាងទី ១. ទម្រង់នៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍^{១០}



^៩ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជីវ សុងហាក់, ទឹម សុផា “ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត” ភ្នំពេញ ឆ្នាំ២០០៥ ទំព័រ ៥៩

^{១០} បណ្ឌិត ឈុន ពហុ, ហុង វណ្ណៈ, អនុបណ្ឌិត ជា ស៊ីថា និងសាំងចន្ទ “សេចក្តីផ្តើមទេសចរណ៍” ឆ្នាំ២០១៥ ទំព័រ ១៨២

១.៤.២. ការិយាល័យទេសចរណ៍¹¹

យោងតាមច្បាប់ស្តីពី “ទេសចរណ៍នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា” ការិយាល័យទេសចរណ៍សំដៅដល់ បុគ្គលដែលរៀបចំ និងលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច ព្រមទាំងប្រមូលផ្តុំ សេវាកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀត សម្រាប់លក់ដោយផ្ទាល់ ឬតាមរយៈភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឬភាគីផ្សេងទៀតក្នុងកិច្ចសន្យា។

១.៤.២.១. ប្រភេទការិយាល័យទេសចរណ៍¹²

នៅក្នុងពិភពលោក ការិយាល័យទេសចរណ៍ត្រូវអនុញ្ញាតឲ្យមាន ០៧ ប្រភេទផ្សេងៗគ្នាដូចជា៖

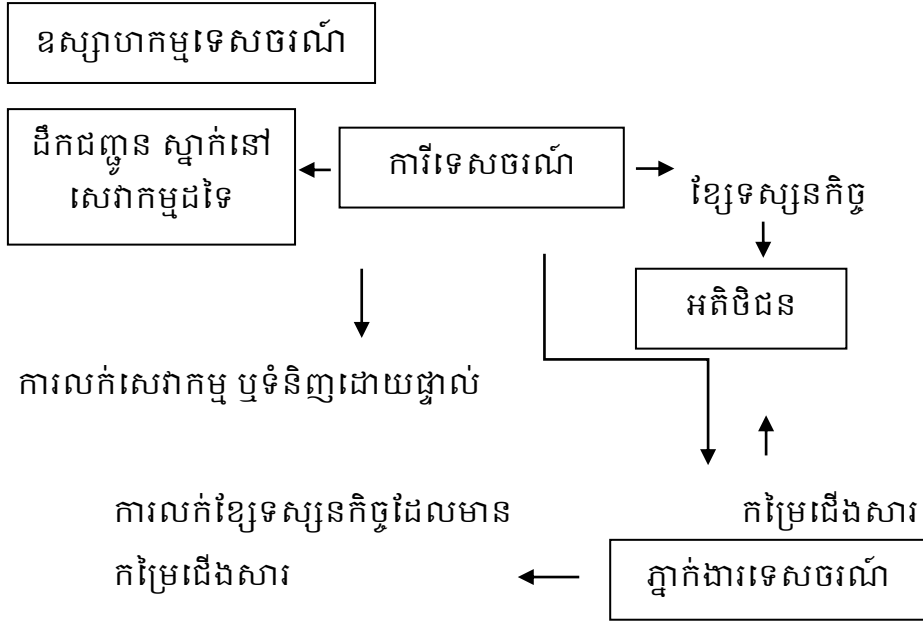
- ការិយាល័យទេសចរណ៍ទ្រង់ទ្រាយធំ (Tour Operator for mass of Market)
- ការិយាល័យទេសចរណ៍ពិសេស (Special Tour Operator)
- ការិយាល័យទេសចរណ៍សម្រាប់ទីផ្សារក្នុងប្រទេស (Domestic Tour Operator)
- ការិយាល័យទេសចរណ៍សម្រាប់ទីផ្សារក្រៅប្រទេស (Incoming Tour Operator)
- ការិយាល័យទេសចរណ៍ ដែលផលិតគ្រប់ផលិតផល (Full service Incentive company)
- ការិយាល័យទេសចរណ៍ផលិតបន្ថែម (Incentive Travel Department)
- ការិយាល័យទេសចរណ៍ដែលការផលិតមានកំណត់ (Fulfillment type of incentive company)

¹¹ ច្បាប់ស្តីពី “ទេសចរណ៍” ចុះថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០០៩ ទំព័រ ៣០

¹² បណ្ឌិត សួន វ៉ានី “ការគ្រប់គ្រងទីផ្សារទេសចរណ៍” ភ្នំពេញ: ២០១២ ទំព័រ ៨

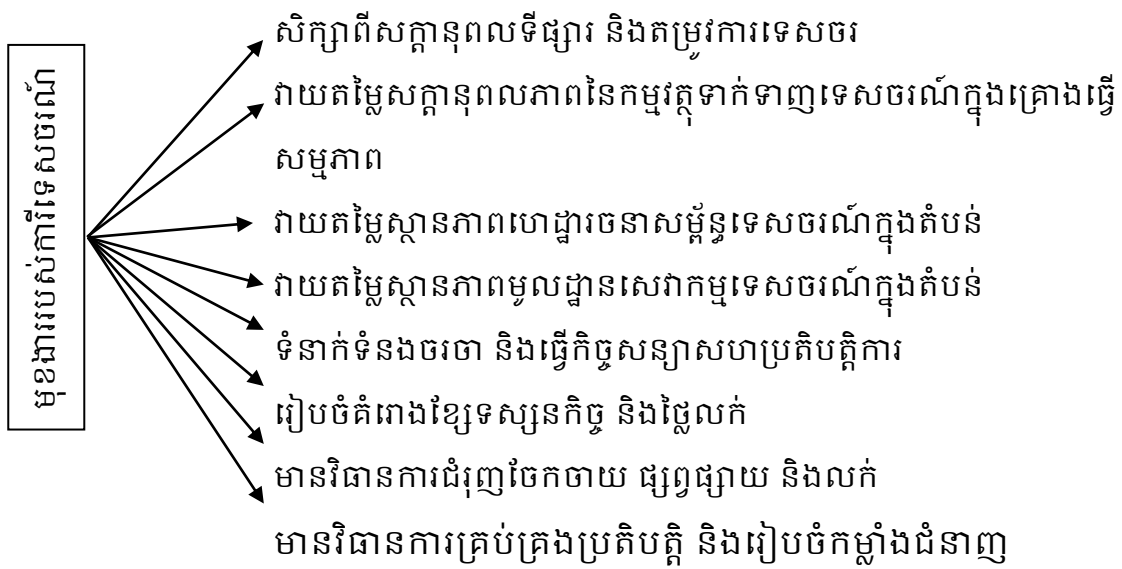
១.៤.២.២. តួនាទីរបស់ការីទេសចរណ៍នៅក្នុងទីផ្សារ

តារាងទី ២. តួនាទីរបស់ការីទេសចរណ៍នៅក្នុងទីផ្សារ



១.៤.២.៣. មុខងារសំខាន់ៗរបស់ការីទេសចរណ៍¹³

តារាងទី ៣. មុខងារសំខាន់ៗរបស់ការីទេសចរណ៍

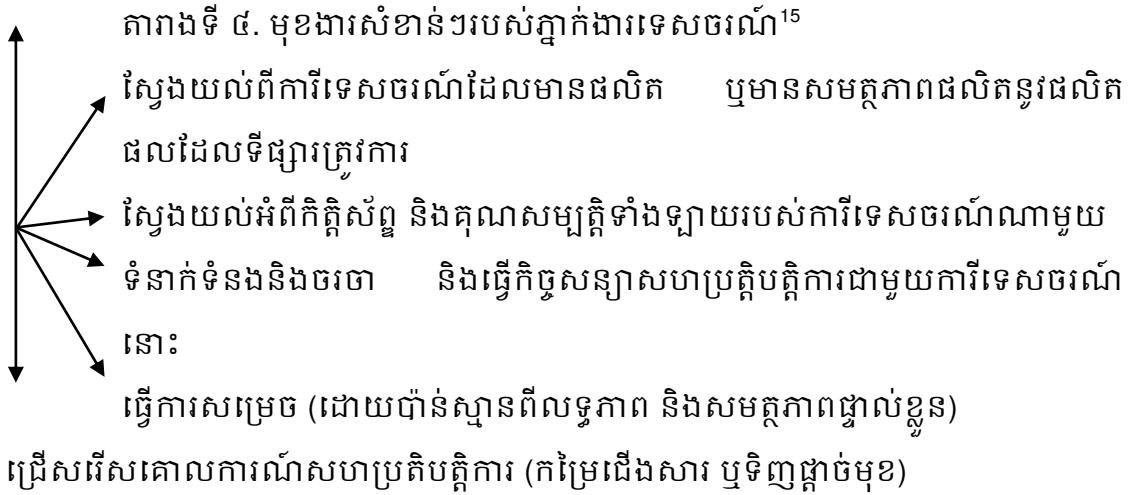


¹³ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ដីរ សុងហាក់, ទឹម សុផា "ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត" ភ្នំពេញ ២០០៤ ទំព័រ ៧៦

១.៤.៣. ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍¹⁴

ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ គឺជាក្រុមហ៊ុន ឬអាជីវករ ដែលដើរតួនាទីលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច ដែលរៀបចំឡើងដោយការីទេសចរណ៍ (ជាឈ្មួញកណ្តាលរវាងការីទេសចរណ៍ និងអតិថិជន) និងលក់សេវាកម្មទេសចរណ៍ក្នុងនាមអ្នកផ្គត់ផ្គង់ទាំងឡាយនៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។

១.៤.៣.១. មុខងារសំខាន់ៗរបស់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍



១.៥. ខ្សែទស្សនកិច្ច

ខ្សែទស្សនកិច្ចត្រូវបានគេឲ្យនិយមន័យជាច្រើនខុសៗគ្នាដូចជា៖¹⁶

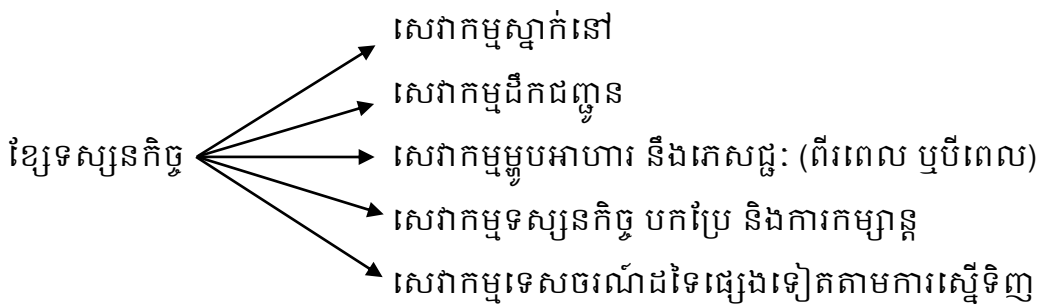
ខ្សែទស្សនកិច្ច គឺជាកញ្ចប់ពេលវេលាវិស្សមកាល ឬការឈប់សម្រាក ជាមួយការដឹកជញ្ជូន ការស្នាក់នៅដែលច្របល់បញ្ចូលគ្នាបង្កើតបានជាខ្សែទស្សនកិច្ចមួយ ហើយត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយការីទេសចរណ៍។

កញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចជាសេវាកម្មសរុបដែលបង្កើតឡើងជាកញ្ចប់សម្រាប់ផ្តល់ឲ្យទេសចរដែលក្នុងនោះរួមមាន បន្ទប់ស្នាក់នៅ ការដឹកជញ្ជូន ម្ហូបអាហារ នឹងភេសជ្ជៈ សេវាកម្មទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត សេវាកម្មនាំភ្ញៀវ បកប្រែ និងសេវាកម្មដទៃទៀតចាំបាច់សម្រាប់ធ្វើសកម្មភាពទេសចរណ៍។

¹⁴ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី “ការគ្រប់គ្រងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍” ភ្នំពេញ: ២០១២ ទំព័រ ១៤
¹⁵ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី “ការគ្រប់គ្រងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍” ភ្នំពេញ: ២០១២ ទំព័រ ១៦
¹⁶ បណ្ឌិត សួនវ៉ានី, ស៊ុតតារា, យន ច័ន្ទសុផី “ទេសចរណ៍បច្ចេកទេស និងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម”

យោងតាមច្បាប់ស្តីពី “ទេសចរណ៍នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា” ខ្សែទស្សនកិច្ច សំដៅកញ្ចប់ សេវាកម្មទេសចរណ៍ រៀបចំឡើងដោយការិយាល័យទេសចរណ៍ រួមបញ្ចូលនូវសេវាកម្មយ៉ាងតិចពីរក្នុង ចំណោមសេវាកម្មចាំបាច់ដូចជា សេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន សេវាកម្ម ម្ហូប អាហារ នឹងភេសជ្ជៈ ការធ្វើទស្សនកិច្ច សេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មផ្សេងទៀត ដែលពាក់ព័ន្ធ ដោយមានថ្លៃលក់មួយជាក់លាក់ និងស្ថិតក្នុងថេរវេលាប្រតិបត្តិជាក់លាក់។¹⁷

តារាងទី ៥. គំរូខ្សែទស្សនកិច្ច¹⁸



១.៥.១. កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត

ការធ្វើដំណើរកម្សាន្តទាំងឡាយ ដែលត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ត្រូវ បានគេឲ្យឈ្មោះថា **កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត** ។ គេចែកកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តជាច្រើនប្រភេទដូចខាង ក្រោម៖¹⁹

- Individual Tour: កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តដែលក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍រៀបចំសម្រាប់ទេសចរ ម្នាក់
- Collective Tour: កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តដែលក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍រៀបចំសម្រាប់ទេសចរ មួយក្រុម
- Round Tour/Round Trip: កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តដែលក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍រៀបចំសម្រាប់ ធ្វើដំណើរជុំវិញតំបន់ណាមួយក្នុងប្រទេសមួយ
- Package Tour: កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តដែលក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍រៀបចំទៅច្រើនប្រទេស

¹⁷ ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ ចុះថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០០៩ ទំព័រ ៣០

¹⁸ បណ្ឌិត សួនរ៉ានី, ស៊ុតតារា, យន ច័ន្ទសុធី “ទេសចរណ៍បច្ចេកទេស និងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម”

¹⁹ សាស្ត្រាចារ្យ ច្រឡឹង សុរេនា, វ៉ាត វ៉ាន់រី, ស៊ូ គឹមព្រីទ្វា “ទេសចរណ៍” ២០១១ ទំព័រ ១៧៥-១៧៦

- Sightseeing Tour: កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តទស្សនាក្នុងទីក្រុង
- Special Tour: ជាទូទៅកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តនេះត្រូវបានក្រុមហ៊ុនរៀបចំយ៉ាងពិសេសសម្រាប់ទេសចរម្នាក់ ឬមួយក្រុម ហើយកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តទាំងនោះទេសចរជាអ្នកកំណត់
- Express Tour: កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តជាក្រុមទៅតាមខេត្តរយៈពេលខ្លី
- Incoming Tour: កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តរបស់ទេសចរអន្តរជាតិមកពីបរទេស
- Outgoing Tour: កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តរបស់ទេសចរជាតិចេញទៅកម្សាន្តនៅបរទេស

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅនៃ

ទីផ្សារការងារនៃសេចក្តី

អ្នកហ្សឺនីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅនៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល

២.១. ប្រវត្តិក្រុមហ៊ុន

ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល បានចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដំបូងនៅក្នុងឆ្នាំ១៩៩៣ នៅទីក្រុង ហូជីមិញ ប្រទេសវៀតណាម ក្រុមហ៊ុននេះបានបង្កើតឡើងដោយសហគ្រិនវ័យក្មេងបីរូប៖

- លោក Eric Merlin
- លោក Denis Colonna
- លោក Olivier Colonmes

នៅក្នុងឆ្នាំ២០០០ ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល បានបង្កើតឡើងជាក្រុមហ៊ុនលក្ខណៈសហកម្មសិទ្ធិទទួលខុសត្រូវមានកំណត់ ជាមួយនឹងអ្នកជំនួញក្នុងស្រុកម្នាក់គឺលោក ម៉ែង ហេង ហើយក្រុមហ៊ុនបានបើកនៅខេត្តសៀមរាប និងរាជធានីភ្នំពេញ។ ដោយឡែកនៅឆ្នាំ២០០១ ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ បានបន្តពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ខ្លួននៅប្រទេសឡាវ និងនៅក្នុងឆ្នាំ២០០២ បានបង្កើតនៅប្រទេសថៃ។ ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល កត់សម្គាល់ថា មានការចាប់អារម្មណ៍ពីបណ្តាប្រទេសនៅអឺរ៉ុប ដែលជាឱកាសក្នុងការបង្កើតនូវការិយាល័យលក់នៅប្រទេសបារាំង និងអេស្ប៉ាញ ដែលក្រុមដឹកនាំផ្នែកទីផ្សារ គឺនៅប្រទេសទាំងពីរនេះផងដែរ។ ដោយកេរ្តិ៍ឈ្មោះ អ៊ុចហ្សូ មានភាពល្បីល្បាញល្បី និងមានការគ្រប់គ្រងគោលដៅបានល្អប្រសើរ និងការផ្តល់នូវសេវាកម្មយ៉ាងរិសេសបានធ្វើឲ្យ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល បង្កើតការិយាល័យលក់នៅអាណ្លីម៉ង់ និងអាមេរិកខាងជើង នៅក្នុងឆ្នាំ ២០០៥ អូស្ត្រាលី នៅក្នុងឆ្នាំ២០០៧ និងព្រះរាជាណាចក្រអង់គ្លេស និងអៀកឡង់ ហើយនឹងអាមេរិកឡាទីន នៅក្នុងឆ្នាំ២០១២ សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារ។

នៅខែ ឧសភា ក្នុងឆ្នាំ២០១៥ អ៊ុចហ្សូ បានទទួលបណ្ណសរសើរពី Travel life ដែលក្លាយជាក្រុមហ៊ុនគ្រប់គ្រងគោលដៅធំជាងគេនៅអាស៊ី ដែលទទួលបានជោគជ័យនូវពានរង្វាន់។ ដោយស្របពេលនោះនៅខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០១៥ ដដែរ អ៊ុចហ្សូ បានពង្រីកការិយាល័យនៅម៉ាឡេស៊ី ជាមួយនិងលោក Gennaro Narone ជាប្រធានចាត់ការទូទៅ។ បច្ចុប្បន្ន អ៊ុចហ្សូ មានការិយាល័យលើសពី

សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

បរិញ្ញាបត្រទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច

២.៤. ចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល

ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់ខ្លួនឲ្យបានជោគជ័យ ក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល បានកំណត់នូវចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្មរបស់ខ្លួនដូចខាងក្រោម៖

២.៤.១. ចក្ខុវិស័យរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល

- ក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ធ្វើដំណើរជាមួយនឹងសកម្មភាពក្នុងការដឹកនាំយកជ័យជម្នះ នៃចក្ខុវិស័យរបស់ខ្លួនឲ្យក្លាយទៅជាក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍លំដាប់លេខមួយនៅក្នុងទ្វីបអាស៊ី។

២.៤.២. បេសកកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល

ជាជំនួយក្នុងការដាស់តឿនដែលនាំឲ្យក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ខិតខំប្រឹងប្រែងទទួលយកជ័យជម្នះ ដោយក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ផ្ដោតទៅលើបេសកកម្មរបស់ខ្លួនដូចខាងក្រោម៖

- នាំយកការធ្វើដំណើរដ៏វិសេសវិសាល និងពិតប្រាកដទៅកាន់អ្នកគ្រប់គ្នាដែលធ្វើដំណើរជាមួយក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល
- ធ្វើឲ្យអតិថិជនមានភាពសប្បាយរីករាយក្រៃលែង ដែលតែងតែផ្តល់នូវបំណងនៃការរំពឹងទុកខ្ពស់របស់ពួកគេ។

២.៥. គុណតម្លៃ និងការប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះអតិថិជន

២.៥.១. គុណតម្លៃ

- អ៊ុចហ្សូ ធ្វើអ្វីដោយអាចធ្វើទៅបានឲ្យក្លាយជាភាពវិជ្ជមាន ដើម្បីនិយាយបានថា Yes We Can យើងមិនធ្វើការសន្យានូវអ្វីដែលមិនអាចទៅរួចនោះទេ (Yes We Can, Yes We Can)
- គោរពខ្លួនឯង ក្រុមហ៊ុន និងពិភពលោក។ អ៊ុចហ្សូ ព្យាយាមមិនចំណាយពេលវេលា និងធនធានទាំងឡាយឲ្យខ្លះខ្ចាយនោះទេ (We aim to be responsible)
- អ៊ុចហ្សូ មានសាខានៅប្រទេសជាច្រើន ដែលមិនស្ទាក់ស្ទើរក្នុងការចែករំលែកបទពិសោធន៍ ក្នុងការធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនដំណើរការបានយ៉ាងជោគជ័យ (We share our knowledge)
- អ៊ុចហ្សូ សង្ឃឹមថា ខ្លួនជាជម្រើសដ៏ល្អក្នុងការបម្រើអតិថិជន។ អ៊ុចហ្សូនឹងបន្តក្នុងការធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវអ្វីដែលអ៊ុចហ្សូស្វែងយល់ និងអភិវឌ្ឍន៍ដើម្បីក្លាយជាក្រុមហ៊ុនធ្វើដំណើរមួយដ៏ល្អឥតខ្ចោះ (Yes we win)

- អ៊ុចហ្សូ ឲ្យតំលៃនៃការបង្កើតគ្រប់ការងារទាំងអស់របស់ខ្លួន ដែលសម្លឹងរកផ្លូវដែលអាចរុករកថ្មីដើម្បីបង្ហាញគោលដៅទាំងឡាយក្នុងដំណើរការស្រាវជ្រាវយុវជនស្រស់ស្អាត (We dare to innovate, aim to be unique)
- បទពិសោធន៍របស់អតិថិជន គឺជាចំណុចសំខាន់លើអ្វីៗទាំងអស់ និងការសម្រេចចិត្ត គឺប្រាកដឲ្យបានថា យើងធ្វើឲ្យអតិថិជនទទួលបានបទពិសោធន៍ល្អ ហើយគាត់គិតថាការសម្រេចចិត្តរបស់យើង គឺពិតជាត្រឹមត្រូវ និងមានភាពអស្ចារ្យ (We exceed expectations)
- ការធ្វើដំណើរ គឺជាចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់យើង យើងស្រលាញ់ការធ្វើដំណើរ និងគោលដៅទេសចរណ៍ទាំងឡាយ។ យើងចង់បង្ហាញកន្លែងដ៏ស្រស់ស្អាតទាំងនោះទៅកាន់ពិភពលោកទាំងមូល (We are passionate about travel)

២.៥.២. ការប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះអតិថិជន

ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល យល់ពីអត្ថប្រយោជន៍នៃការទំនាក់ទំនងការងារល្អជាមួយអតិថិជន យើងមានការប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការដែលផ្តល់នូវសេវាកម្មដែលមានគុណភាព និងផ្តល់នូវបទពិសោធន៍ធ្វើដំណើរពិតប្រាកដ ហើយធានាបានកម្រិតខ្ពស់នៃការបម្រើប្រកបដោយក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈ។ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ផ្តល់ជូនដូចជា៖

- ការឆ្លើយតបឲ្យបានទាន់ពេលវេលា និងការឆ្លើយតបយ៉ាងឆាប់រហ័ស គឺជាការចាំបាច់ណាស់សម្រាប់ការទទួលបានភាពជោគជ័យនៅក្នុងឧស្សាហកម្ម និងដៃគូរបស់របស់ខ្លួន
- អង្គការដែលមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ប្រើកម្មវិធីធ្វើដំណើរដែលទទួលស្គាល់ដោយអន្តរជាតិយ៉ាងពេញលេញ TOURPLAN ។ ការកក់ និងក្រុមប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួនទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញវិជ្ជាជីវៈពេញលេញ និងទៀងទាត់ខណៈដែលខ្លួនផ្តល់នូវសេវាកម្មដែលមានល្បឿនលឿន
- ផ្តល់សេវាកម្មដែលមានគុណភាពខ្ពស់ និងប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការផ្តល់នូវគុណភាពសេវាកម្មខ្ពស់បំផុតតាមដែលអាចធ្វើបាននៅតាមបណ្តាតំបន់គោលដៅរបស់ខ្លួន។ អ៊ុចហ្សូ មានកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលមគ្គុទ្ទេសក៍ និងគ្រប់បុគ្គលិកទាំងអស់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនព្រមទាំងធ្វើការត្រួតពិនិត្យថយន្តឲ្យបានម៉ត់ចត់ថែមទៀតផង
- ការពិគ្រោះយោបល់ជាមួយបុគ្គលិកតាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាល និងការត្រួតពិនិត្យទៀងទាត់ដើម្បីធានាឲ្យបាននូវវប្បធម៌សេវាកម្មយុវជនខ្លាំងខ្លា។ ក្រុមការងាររបស់អ៊ុចហ្សូ គឺមាន

សមត្ថភាពឆន្ទៈដើម្បីមានការផ្តល់យោបល់ និងការផ្តល់ដំបូន្មានដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការបម្រើសេវាកម្ម

- ការគ្រប់គ្រងទូទៅ អតិថិជនរបស់ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ទាំងអស់បានទទួលការទំនាក់ទំនងយ៉ាងជិតស្និទ្ធពីក្រុមការងាររបស់ខ្លួន ដែលរីករាយក្នុងការជួយដោះស្រាយបញ្ហាណាមួយដែលអាចកើតឡើងក្នុងកំឡុងពេលធ្វើដំណើរទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេស
- មានក្រុមពិសេស និងសេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ដែលបានបង្កើតក្រុមពិសេសតូចមួយដើម្បីដោះស្រាយផ្នែកផ្សេងៗតាមការកាត់ចំណែកទីផ្សារ និងក្រុមអតិថិជនក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួនដែលសមនឹងទទួលបាន។ នៅតាមគោលដៅនីមួយៗមានបុគ្គលិកដែលយើងបានកំណត់ឲ្យនៅតំបន់នោះដើម្បីដោះស្រាយសំណើផ្សេងៗដ៏ល្អបំផុតជូនអតិថិជន
- ការវិនិយោគនៅក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលនៅតាមតំបន់គោលដៅនីមួយៗ ដែលមានក្រុមអ្នកជំនាញផលិតផលដើម្បីធានាថាផលិតផលមានការច្នៃប្រឌិតថ្មីៗ និងពេញនិយមរួមទាំងតម្លៃសមរម្យផងដែរ
- ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកក្នុងការភ្ជាប់ជាមួយអង្គការបណ្តុះបណ្តាលនៅតំបន់អាស៊ីដែលបានបង្កើតកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលទូលំទូលាយរបស់ខ្លួន ដែលធានាថាបុគ្គលិកមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈ និងបទពិសោធន៍យ៉ាងពិតប្រាកដក្នុងការបម្រើអាជីវកម្មនេះ

ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល គឺជាក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដែលផ្តោតលើដំណើរកម្សាន្តនៅតាមបណ្តាប្រទេសផ្សេងៗ និងប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។

កាតព្វកិច្ចដំបូងរបស់អ៊ុចហ្សូ គឺដើម្បីសម្លឹងមើលទៅរបៀបដែលខ្លួនធ្វើអាជីវកម្ម ការថែទាំអតិថិជន និងបរិស្ថាន។ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ជោគជ័យ គឺអាស្រ័យទៅលើការអនុវត្តន៍របស់បុគ្គលិកខ្លួន ដោយអ្នកគ្រប់គ្រងព្យាយាមជំរុញលើកទឹកចិត្តឲ្យពួកគេឆ្ពោះទៅរកដំណើរការល្អបំផុត។ ក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ជាប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍មួយ ដែលឈានមុខគេគ្រប់បុគ្គលិកទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាល និងផ្តល់ប្រាក់ខែសមរម្យជាមួយសមត្ថភាពជំនាញ និងបទពិសោធន៍របស់ពួកគេ។

ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ បានចូលរួមសហការជាមួយអង្គការ NGO ជាច្រើនក្នុងប្រទេស។ ក្រុមហ៊ុនធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ ដូចជាការផ្តល់ព័ត៌មានដែលទាក់ទង និងជំនាញផ្សេងៗដូចជា ការហ្វឹកហាត់ផ្នែកកាហ្វេ ភោជនីយដ្ឋាន ដើម្បីរកប្រាក់ចំណូលជូនសហគមន៍។ ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល មិនមែនផ្តោតទៅលើតែការធ្វើប្រតិបត្តិការ អាជីវកម្មតែប៉ុណ្ណោះទេ ក៏មានជា EXO Foundation ផងដែរ។ បច្ចុប្បន្នមាន ២ ប្រភេទ៖

១. ជាប្រភេទ Charity ដែលទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ិចហ្សូ ត្រាវែល នឹងដកទឹកប្រាក់មួយ ដុល្លារពីចំណូលដែលបានពីអតិថិជនម្នាក់បញ្ចូលទៅក្នុង Foundation Community Based Tourism ដែលទ្រទ្រង់លើសហគមន៍ដែលមានមូលដ្ឋាននៅតំបន់ទេសចរណ៍ក្រោម Project (CBT) ជាមួយ ប្រជាជនម្ចាស់ស្រុកក្នុងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងពង្រីកចំណូលដល់សហគមន៍ ដែលនៅ ទីដាច់ស្រយាល និងមានភាពក្រីក្រ។ នៅក្នុង Project នេះទេសចរអាចទទួលបានចំនេះដឹងពីការ សិក្សាស្វែងយល់ពី វប្បធម៌របស់ប្រជាជនម្ចាស់ស្រុក ការការពារ និងថែរក្សាបរិស្ថានធម្មជាតិ។ ជាមួយ (EXO Foundation) អ៊ិចហ្សូ ខិតខំធ្វើការសហការជាមួយអង្គការអភិវឌ្ឍន៍អន្តរជាតិក្នុងការ ពង្រីកគម្រោង ទៅតាមតំបន់ជនបទក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងវៀតណាម។

២. ជាប្រភេទ Travel Life គឺជាកម្មវិធីដែលអាចទាក់ទងជាមួយបុគ្គលិក ដៃគូ និងភ្ញៀវក្នុង ការកាត់បន្ថយពីផលប៉ះពាល់ ដែលបង្កើតឡើងពីសកម្មភាពរបស់ភ្ញៀវទេសចរដែលមាននៅប្រាំ ប្រទេសដូចជា កម្ពុជា ថៃ វៀតណាម ភូមា និងឡាវ។ ពាក់ព័ន្ធនឹងបុគ្គលិកក្នុងក្រុមហ៊ុនឲ្យដើរតួ នាទីជាទូតដែលមានទំនួលខុសត្រូវក្នុងដំណើរទេសចរណ៍ដែលធ្វើឲ្យប្រាកដច្បាស់ថា ក្រុមហ៊ុន ជួយពង្រឹងស្ថានភាពបុគ្គលិក ការកត់ត្រាការថែមម៉ោងរបស់បុគ្គលិក ថ្នាំ និងការធានារ៉ាប់រង ព្រម ទាំងការបណ្តុះបណ្តាលពីការជួយបរិស្ថានតាមរយៈការកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ភ្លើងអគ្គីសនី ដែល មិនចាំបាច់ និងការសន្សំសំចៃការប្រើទឹកខ្លះខ្លាយ។

បញ្ហាសំខាន់ គឺការលើកទឹកចិត្តដៃគូពាណិជ្ជកម្ម និងបុគ្គលិកឲ្យមានទំនួលខុសត្រូវ។ គំនិតដំបូងដែលដាក់ចេញក្នុងកិច្ចសន្យាការសហការជាមួយដៃគូពាណិជ្ជកម្ម គឺធានាឲ្យបានការ មិនប្រើប្រាស់កំលាំងពលកម្មកុមារ និងប្រឆាំងការជួញដូរផ្លូវភេទ។

២.៦. របបសម្ព័ន្ធបុគ្គលិក និងគុណវិបល័យបុគ្គលិក

២.៦.១. របបសម្ព័ន្ធរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ិចហ្សូ ត្រាវែល



Mr. Meng Hieng
Managing Director

Mr. Pierre-Andre Romano
General Manager
Manadina Director

PNH-MAIN OFFICE
68 Staffs

H.R & ADMIN DEP
Mr. Thong Ponlok
HR & ADMIN
Manager

ACC & FINAN DEP
Mrs. Ngoun Kimleang
Finan Controller

Mr. Chhorn Chhkdeth
Acc. Manager

INBOUND DEP
Ms. Srey Samphoas
Inbound Manager

FRENCH MARKET
Ms. Tea Sokbouv Sup

US & SPAIN MARKET
MS. Sith Sinoun SUP

GERMAN MARKET
Ms. Sang Kosal SUP

LUXURY TRAVEL/NA
Mr. Sok Chamroen Manager

TICKETING
Ms. Vouchleng TK Officer

EVENTS DEP
Mr. Phan Sophea Manager

GENERAL ENG MARKET
Ms. Sokha Mout
General ENG DEP Manager

AUDLEY
Ms. Kuy Pisey UK Market Sup

ENG
Ms. Veasna Sambath
Eng DEP Sup

TRAIL FINDER
Mr. Mean Sabby Sr TC

UK & ANZ
Ms. Ly Botrey
Sr TC

OUTBOUND DEP
Mr. Em Sokan
Ticketing & Res Officer

US EMBASSY TRAVEL
DESK

TOUR PLAN
Mr. Ouk Saran

IT DEP
Mr. Chhorn Manh
IT Sup

CONTRACTING DEP
Mr. SokChamroen
Contracting Manager

PRODUCT & DIRECT SALE
DEP
Mr. Christopher Product
Manager

២.៦.២. តួនាទីបុគ្គលិក និងការបែងចែកការងារនៅតាមផ្នែកនីមួយៗ

ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល គឺជាទីភ្នាក់ងារដែលមានបទដ្ឋាន និងធំ មួយនៅក្នុងបណ្តាប្រទេសផ្សេងៗរួមទាំងប្រទេសកម្ពុជា ដែលមាននូវការគ្រប់គ្រង និងការចាត់ តាំងទៅតាមតួនាទី និងរចនាសម្ព័ន្ធនៅតាមផ្នែកនីមួយៗបានយ៉ាងល្អិតល្អន់ និងប្រសើរដែលមាន រៀបរាប់ដូចខាងក្រោម៖

២.៦.២.១. នាយកគ្រប់គ្រង (Managing Director)

នាយកគ្រប់គ្រង គាត់គឺជាអ្នកជំនួយក្នុងស្រុកដែលសហការជាមួយក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រា វែល។ គាត់គឺជាអ្នកគ្រប់គ្រងកំពូល (Top Manager) នៃក្រុមហ៊ុន ដែលដើរតួនាទីយ៉ាង សំខាន់នៅ ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម និងការគ្រប់គ្រងផងដែរ។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវរបស់លោកដែលជានាយកគ្រប់គ្រងមានដូចតទៅ៖
 - កំណត់នូវគោលដៅ និងគោលនយោបាយរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្លួនឲ្យជឿជាក់អាជីវកម្មមានភាព ប្រសើរ និងមានការអភិវឌ្ឍន៍ជានិរន្ត
 - រៀបចំបង្កើតនូវផែនការសម្រាប់អនុវត្តន៍សកម្មភាពការងារដោយដាក់ទៅនាយកគ្រប់គ្រង ទូទៅធ្វើការប្រតិបត្តិ
 - ដឹកនាំថ្នាក់គ្រប់គ្រងទាំងអស់ឲ្យខិតខំធ្វើការ និងអនុវត្តគោលដៅ
 - ត្រួតពិនិត្យសកម្មភាពការងារជាប្រចាំ នូវអ្វីដែលនាយកគ្រប់គ្រងទូទៅបានធ្វើព្រមទាំង សកម្មភាពទូទៅផ្សេងៗទៀត
 - ដោះស្រាយនូវបញ្ហាផ្សេងៗដែលនាយកគ្រប់គ្រងទូទៅជួបបញ្ហា
 - ជាអ្នកសម្រេចចិត្តចំពោះកិច្ចការសំខាន់ៗដែលនាយកគ្រប់គ្រងទូទៅដោះស្រាយមិនចេញ ឬមានការស្នើសុំពីនាយកគ្រប់គ្រងទូទៅក្នុងការធ្វើអ្វីមួយ
 - រៀបចំ និងត្រួតពិនិត្យចំពោះប្រព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលទាក់ទងនិងចំណូល ចំណាយប្រចាំខែ ប្រចាំឆ្នាំ និងការផ្តល់ប្រាក់បៀវត្សរ៍ជូនបុគ្គលិកប្រតិបត្តិ

២.៦.២.២. នាយកគ្រប់គ្រងទូទៅ (General Manager)

នាយកគ្រប់គ្រងទូទៅ គឺជាអ្នកដែលដាក់ចេញ និងបង្កើតនូវយុទ្ធសាស្ត្រ និងដឹកនាំប្រធាន តាមផ្នែកផ្សេងៗធ្វើការប្រតិបត្តិទៅកាន់បុគ្គលិកប្រតិបត្តិទាំងអស់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ឲ្យមានការ អនុវត្តន៍តាមប្រកបទៅដោយភាពគាប់ប្រសើរ។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវរបស់នាយកគ្រប់គ្រងទូទៅរួមមាន៖

- កំណត់នូវគោលនយោបាយ ដើម្បីតម្រង់ទិសដំណើរការរបស់ក្រុមហ៊ុន
- រៀបចំបង្កើតនូវផែនការយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់អនុវត្តន៍សកម្មភាពការងារ
- ដឹកនាំបុគ្គលិកទាំងអស់ឲ្យខិតខំធ្វើការ
- បណ្តុះបណ្តាលពីបច្ចេកទេស ឬគោលការណ៍ថ្មីៗ
- ជំរុញឲ្យមានសកម្មភាពការងារ
- ត្រួតពិនិត្យសកម្មភាពការងារជាប្រចាំនូវអ្វីដែលបុគ្គលិកបានធ្វើការ ព្រមទាំងសកម្មភាពទូទៅ
- ធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយបណ្តាស្ថាប័ន សមាគមន៍ អង្គការទេសចរណ៍ និងបណ្តាស្ថាប័នដែលពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទៀត
- ធ្វើការទំនាក់ទំនងចរចា និងចុះកិច្ចសន្យាជាមួយបណ្តាដៃគូអាជីវកម្មនានាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន
- ដោះស្រាយនូវបញ្ហាផ្សេងៗ រវាងភ្ញៀវ បុគ្គលិក ឬបុគ្គលិក និងបុគ្គលិក
- ជាអ្នកសម្រេចនូវកិច្ចការមួយចំនួនបន្តពីនាយកគ្រប់គ្រង
- ជាអ្នកដំណាងឲ្យបុគ្គលិក និងក្រុមហ៊ុនរាល់ពេលមានកិច្ចប្រជុំ ឬសន្និបាតផ្សេងៗ
- រៀបចំរបាយការណ៍ផ្សេងៗរបស់ក្រុមហ៊ុន ដូចជាការទាក់ទងនិងចំណូលចំណាយប្រចាំខែ ប្រចាំឆ្នាំ ការវាយតម្លៃការងាររបស់បុគ្គលិក និងការផ្តល់ប្រាក់បៀវត្សរ៍ជូនបុគ្គលិកជាដើម

២.៦.២.៣. ផ្នែកប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនកិច្ចក្រៅស្រុក (Outbound DEP.)

ផ្នែកប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនកិច្ចក្រៅស្រុក ជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់មួយដែលនៅក្នុងការប្រមូលផ្តុំរាល់ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូដឺស៊ីម៉ូ ត្រាវែល បានជាកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចមួយសម្រាប់យកទៅលក់នៅក្រៅប្រទេស។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះមានដូចជា៖
 - ស្វែងយល់ឲ្យបានច្បាស់ពីសេវាកម្មផ្សេងៗដូចជា សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន សេវាកម្មស្នាក់នៅ អាហារ និងភេសជ្ជៈ ទឹកផ្លែឈើកម្សាន្តនានា និងសេវាកម្មផ្សេងៗទៀត
 - ធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយសេវាកម្មទាំងនោះ និងចរចាពីកិច្ចព្រមព្រៀងផ្សេងៗ
 - ជ្រើសរើសរាល់សេវាកម្មទាំងអស់ ដើម្បីយកមករៀបចំឲ្យបានជាខ្សែទស្សនកិច្ចមួយដែលល្អសម្រាប់ភ្ញៀវយកមកប្រើប្រាស់
 - ពិភាក្សាជាមួយក្រុមហ៊ុនអំពីកម្មវិធីដែលត្រូវបង្កើត

- ជំរុញផ្សព្វផ្សាយនូវផលិតផល ដែលបានបង្កើតទៅកាន់អតិថិជនបានដឹង
- ដើរតួនាទីជាអ្នកដឹកនាំភ្ញៀវ (Tour Leader) ពេលដែលដំណើរកម្សាន្តចាប់ផ្តើម
- ទំនាក់ទំនងជាមួយដៃគូនៅបរទេស
- ជួយការងារផ្សេងៗទៀតដែលពាក់ព័ន្ធ

នៅក្នុងផ្នែកនេះផងដែរ ក៏មានការបែងចែកទៅជាផ្នែកនីមួយៗជាច្រើនទៅតាមតួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវរៀងៗខ្លួនដូចបានរៀបរាប់ខាងក្រោម៖

ក. ផ្នែកស្ថានទូតអាមេរិក (US EMBASSY TRAVEL DESK)

ផ្នែកនេះ គឺធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយទីផ្សារអាមេរិកក្នុងការលក់ និងផ្សព្វផ្សាយសេវាកម្ម និងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន និងសម្របសម្រួលរាល់តម្រូវការរបស់អតិថិជនផ្នែកទីផ្សារអាមេរិក ។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖
 - ទំនាក់ទំនងទីផ្សារអាមេរិកនៅក្នុងការនាំភ្ញៀវមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជា
 - ផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់ទីផ្សារអាមេរិក
 - ផ្តល់ព័ត៌មានពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់អតិថិជន

ខ. ផ្នែក (TOURPLAN DEP)

ផ្នែកនេះ គឺធ្វើការទទួលខុសត្រូវចំពោះការអភិវឌ្ឍន៍ និងស្វែងរកនៅអ្វីដែលថ្មីៗធានាឲ្យបានថាព័ត៌មានទាំងអស់មានភាពត្រឹមត្រូវទៅតាមថ្ងៃនីមួយៗ។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះមានដូចជា៖
 - ធ្វើការទទួលយកព័ត៌មាន (កិច្ចសន្យាថ្មីៗ ការផ្សព្វផ្សាយពីសណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន រថយន្ត និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្សេងទៀតនៅគ្រប់ទិសដៅ(វិភាគទិន្នន័យ និងបញ្ចូលទៅក្នុងមូលដ្ឋានទិន្នន័យ
 - បង្កើត និងរកព័ត៌មានថ្មីៗ ដូចជា Email អាស័យដ្ឋាន ទូរសារ ទូរស័ព្ទជាដើម
 - ធានាថាទិន្នន័យត្រូវបានរក្សាទុកក្នុងមូលដ្ឋានទិន្នន័យដែលត្រឹមត្រូវ និងធានាថាការបញ្ចូលត្រូវបានអនុវត្តត្រឹមត្រូវតាមគោលការណ៍ និងមានបទដ្ឋាន
 - គ្រប់គ្រងសេវាកម្មថ្មីៗទាំងអស់ដែលត្រូវបានបញ្ចូលទៅក្នុងប្រព័ន្ធទាន់ពេលវេលា និងត្រឹមត្រូវ
 - បង្កើត និងថែរក្សារចនាសម្ព័ន្ធជាមួយមូលដ្ឋានទិន្នន័យដើម្បីកំណត់ឲ្យមានប្រសិទ្ធភាពផ្នែកណាមួយនៃទិន្នន័យសម្រាប់ការវិភាគផ្សេងៗ

- សម្របសម្រួលជាមួយផ្នែកកិច្ចសន្យា ដើម្បីធានាថារាល់កិច្ចសន្យាព័ត៌មានត្រូវបានបញ្ចូលក្នុងមូលដ្ឋានទិន្នន័យ
- សម្របសម្រួលជាមួយផ្នែកផលិតផលដើម្បីបញ្ចូល ឬតំឡើងតម្លៃទៅក្នុងប្រព័ន្ធ
- ធ្វើការងារឲ្យមានភាពប្រសើរ និងស្ថិតស្ថាលជាមួយក្រុមផ្នែកធ្វើកិច្ចសន្យា និងផ្នែកផលិតផល
- ផ្តល់នូវការគាំទ្រទៅលើការស្នើសុំនៃការលក់របស់ផ្នែកទស្សនកិច្ចក្នុងស្រុក និងផ្នែកប្រតិបត្តិការ

គ. ផ្នែកព័ត៌មានវិទ្យា (IT DEP)

ផ្នែកព័ត៌មានវិទ្យា គឺទទួលខុសត្រូវក្នុងការផ្តល់លទ្ធភាពក្នុងការតំឡើង ការកំណត់រចនាសម្ព័ន្ធប្រតិបត្តិការ និងការថែរក្សាផ្នែក Hardware និង Software និងរចនាសម្ព័ន្ធដែលពាក់ព័ន្ធ។ ផ្នែកនេះចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវផ្នែកបច្ចេកទេស និងអភិវឌ្ឍប្រតិបត្តិ Hardware និង Software និងនីតិវិធីពាក់ព័ន្ធនានារបស់អង្គភាព។ ត្រូវមានការត្រួតពិនិត្យយ៉ាងខ្ជាប់ខ្ជួននូវប្រព័ន្ធសន្តិសុខនៃគេហទំព័ររបស់ក្រុមហ៊ុនកុំឲ្យមានការចូលបន្តិច និងការពារត្រួតពិនិត្យប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត (Internet) ឲ្យមានដំណើរការល្អ ដែលមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈផ្នែកព័ត៌មានវិទ្យាយ៉ាងស្ងាត់ជំនាញ ដែលងាយស្រួលក្នុងការគ្រប់គ្រង ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយផលិតផល និងផ្តល់ព័ត៌មានទៅកាន់អតិថិជនបានល្អ។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះមានដូចជា៖
 - ធ្វើការប្តូរឌីជីថល និងបង្កើតថ្មី (Update) នូវប្រព័ន្ធព័ត៌មានវិទ្យាជូនក្រុមហ៊ុន
 - រៀបចំ និងផ្សព្វផ្សាយផលិតផលថ្មីៗរបស់ក្រុមហ៊ុនឲ្យអតិថិជនបានជ្រាប និងទទួលបានព័ត៌មានពេញលេញអំពីផលិតផល និងសេវាកម្មផ្សេងៗ
 - គ្រប់គ្រងនូវគេហទំព័រ (Website) របស់ក្រុមហ៊ុនឲ្យបានល្អ
 - មើលថែ និងជួសជុលប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិច ប្រព័ន្ធអគ្គិសនីនៅពេលមានបញ្ហា
 - គ្រប់គ្រងនូវកម្មវិធីរបស់ក្រុមហ៊ុន និងការស្តុកទុកកម្មវិធី និងរាល់បណ្តាឯកសារសំខាន់របស់ក្រុមហ៊ុននៅក្នុងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត
 - គ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធបណ្តាញសម្រាប់ការអនុវត្តន៍ និងស្ថេរភាពណាមួយនៅក្នុងអង្គភាព
 - អនុវត្តការត្រួតពិនិត្យឲ្យទៀងទាត់នៃបណ្តាញផ្សេងៗ និងផ្ទៀងផ្ទាត់ភាពត្រឹមត្រូវរួមបញ្ចូល (firewall routers switches) ឬឧបករណ៍បណ្តាញផ្សេងៗ

- ធ្វើឱ្យមានភាពប្រសើរ និងជួសជុលឧបករណ៍បណ្តាញផ្សេងៗតាមបទដ្ឋាន នៃការអនុវត្តន៍ ឲ្យបានល្អបំផុត

២.៦.២.៤. ផ្នែកប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនកិច្ចក្នុងស្រុក (Inbound DEP.)

ផ្នែកប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនកិច្ចក្នុងស្រុក ជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់មួយដែលនៅក្នុងការ ប្រមូលផ្តុំរាល់ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អុីចហ្សូ ត្រាវែល បានជាកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចមួយសម្រាប់ យកទៅលក់នៅក្នុងប្រទេស។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះមានដូចជា៖
 - ស្វែងយល់ឲ្យបានច្បាស់ពីសេវាកម្មផ្សេងៗដូចជា សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន សេវាកម្មស្នាក់នៅ អាហារ និងភេសជ្ជៈ ទឹកនៃឯកម្យាន្តនានា និងសេវាកម្មផ្សេងៗទៀត
 - ធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយសេវាកម្មទាំងនោះ និងចរចាពីកិច្ចព្រមព្រៀងផ្សេងៗ
 - ជ្រើសរើសរាល់សេវាកម្មទាំងអស់ ដើម្បីយកមករៀបចំឲ្យបានជាខ្សែទស្សនកិច្ចមួយដែល ល្អសម្រាប់ភ្ញៀវយកមកប្រើប្រាស់
 - ពិភាក្សាជាមួយក្រុមហ៊ុនអំពីកម្មវិធីដែលត្រូវបង្កើត
 - ជំរុញផ្សព្វផ្សាយនូវផលិតផលដែលបានបង្កើតទៅកាន់អតិថិជនបានដឹង
 - ដើរតួនាទីជាអ្នកដឹកនាំភ្ញៀវ (Tour Leader) ពេលដែលដំណើរកម្សាន្តចាប់ផ្តើម
 - ទំនាក់ទំនងជាមួយដៃគូនៅបរទេស
 - ជួយការងារផ្សេងៗទៀតដែលពាក់ព័ន្ធ

នៅក្នុងផ្នែកនេះផងដែរក៏មានការបែងចែកទៅជាផ្នែកនីមួយៗជាច្រើនទៅតាមតួនាទី និង ទំនួលខុសត្រូវរៀងៗខ្លួនដូចបានរៀបរាប់ខាងក្រោម៖

ក. ផ្នែកទំនាក់ទំនងទីផ្សារអង់គ្លេស (GENERAL ENGLISH MARKET)

ផ្នែកនេះ គឺធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយទីផ្សារអង់គ្លេសក្នុងការលក់ និងផ្សព្វផ្សាយសេវាកម្ម និងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន និងសម្របសម្រួលរាល់តម្រូវការរបស់អតិថិជនផ្នែកទីផ្សារអង់ គ្លេស។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖
 - ទំនាក់ទំនងទីផ្សារអង់គ្លេសនៅក្នុងការនាំភ្ញៀវមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជា
 - ផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងទីផ្សារអង់គ្លេស
 - ផ្តល់ព័ត៌មានពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់អតិថិជន

ខ. ផ្នែកទំនាក់ទំនងទីផ្សារបារាំង (FRENCH MARKET)

ផ្នែកនេះ គឺធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយទីផ្សារបារាំងក្នុងការលក់ និងផ្សព្វផ្សាយសេវាកម្ម និងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន និងសម្របសម្រួលរាល់តម្រូវការរបស់អតិថិជនផ្នែកទីផ្សារបារាំង។ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖

- ទំនាក់ទំនងទីផ្សារបារាំងនៅក្នុងការនាំភ្ញៀវមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជា
- ផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងទីផ្សារបារាំង
- ផ្តល់ព័ត៌មានពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់អតិថិជន

គ. ផ្នែក AUDLEY

ផ្នែកនេះ គឺធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយទីផ្សារអង់គ្លេសក្នុងការលក់ និងផ្សព្វផ្សាយសេវាកម្ម និងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនដូចផ្នែកទីផ្សារអង់គ្លេសដែរ និងសម្របសម្រួលរាល់តម្រូវការរបស់អតិថិជនផ្នែកទីផ្សារអង់គ្លេស។

➢ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖

- ទំនាក់ទំនងទីផ្សារអង់គ្លេសនៅក្នុងការនាំភ្ញៀវមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជា
- ផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងទីផ្សារអង់គ្លេស
- ផ្តល់ព័ត៌មានពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់អតិថិជន

ឃ. ផ្នែកទំនាក់ទំនងទីផ្សារអាមេរិក និងអេស្ប៉ាញ (US & SPAIN MARKET)

ផ្នែកនេះ គឺធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយទីផ្សារអាមេរិក និងទីផ្សារអេស្ប៉ាញនៅក្នុងការលក់ និងផ្សព្វផ្សាយសេវាកម្ម និងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន និងសម្របសម្រួលរាល់តម្រូវការរបស់អតិថិជនផ្នែកទីផ្សារអាមេរិក និងអេស្ប៉ាញ។

➢ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖

- ទំនាក់ទំនងទីផ្សារអាមេរិក និងទីផ្សារអេស្ប៉ាញនៅក្នុងការនាំភ្ញៀវមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជា
- ផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងទីផ្សារអាមេរិក និងទីផ្សារអេស្ប៉ាញ
- ផ្តល់ព័ត៌មានពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់អតិថិជន

ង. ផ្នែកភាសាអង់គ្លេស (ENGLISH DEP.)

ផ្នែកនេះ គឺធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយទីផ្សារអង់គ្លេសក្នុងការលក់ និងផ្សព្វផ្សាយសេវាកម្ម និងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនដូចផ្នែកទីផ្សារអង់គ្លេសដែរ និងសម្របសម្រួលរាល់តម្រូវការរបស់អតិថិជនផ្នែកទីផ្សារអង់គ្លេស។

➢ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖

- ទំនាក់ទំនងទីផ្សារអង់គ្លេសនៅក្នុងការនាំភ្ញៀវមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជា
- ផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងទីផ្សារអង់គ្លេស
- ផ្តល់ព័ត៌មានពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់អតិថិជន

ច. ផ្នែកទំនាក់ទំនងទីផ្សារអាឡឺម៉ង់ (GERMAN MARKET)

ផ្នែកនេះ គឺធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយទីផ្សារអាឡឺម៉ង់ នៅក្នុងការលក់ និងផ្សព្វផ្សាយសេវាកម្ម និងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន និងសម្របសម្រួលរាល់តម្រូវការរបស់អតិថិជនផ្នែកទីផ្សារអាឡឺម៉ង់។

➢ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖

- ទំនាក់ទំនងទីផ្សារអាឡឺម៉ង់នៅក្នុងការនាំភ្ញៀវមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជា
- ផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងទីផ្សារអាឡឺម៉ង់
- ផ្តល់ព័ត៌មានពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់អតិថិជន

ឆ. ផ្នែក (TRAILFINDERS)

ផ្នែកនេះ គឺទទួលខុសត្រូវចំពោះដំណើរកម្សាន្តផ្សេងៗទៀតទាំងអស់រួមទាំងកាលវិភាគនៃការធ្វើដំណើរ តម្លៃ ក៏ដូចជាប្រតិបត្តិការនៅក្នុងទិសដៅទាំងអស់ ធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជននៅក្នុងការលក់ និងផ្សព្វផ្សាយសេវាកម្មផលិតផល និងសម្របសម្រួលរាល់តម្រូវការរបស់អតិថិជន។

➢ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖

- ធ្វើការទំនាក់ទំនងជាភាសាអង់គ្លេសជាមួយនឹងអតិថិជន និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ព្រមទាំងអតិថិជននៅបរទេស
- ឆ្លើយតបទៅនឹងការសាកសួរពីដំណើរកម្សាន្តទាំងអស់ដោយផ្តល់ជូននូវកម្មវិធីលម្អិត និងសម្រង់ពីតម្លៃ
- បញ្ជូលតម្លៃ ធ្វើការកក់ និងការបញ្ជាក់ការកក់
- សម្រង់ផលិតផល កម្មវិធី និងដោះស្រាយរាល់ការបង្វិលសងឬការបញ្ចុះតម្លៃជូនអតិថិជន
- ទាក់ទងអ្នកផ្គត់ផ្គង់បែបផ្សេងៗទៀត និងឆ្លើយតបយ៉ាងសកម្មចំពោះការស្នើសុំរបស់ភ្នាក់ងារដែលមានព័ត៌មានលំអិតអំពីប្រតិបត្តិការ
- កំណត់ និងគ្រប់គ្រងការរំពឹងទុកទិសដៅនៃដំណើរកម្សាន្តផ្សេងៗនានា

- ជួយអ្នកគ្រប់គ្រងផ្សេងទៀតក្នុងការរៀបចំសេវាកម្មថ្មីៗ និងកាលវិភាគដំណើរការកម្សាន្តរួមបញ្ចូលរូបថត ការដកស្រង់ និងការរចនាកម្មវិធីថ្មីៗ
- ជួយក្នុងការបង្កើតកម្មវិធីថ្មីៗ និងកសាងទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដូចជា រថយន្តនិងសណ្ឋាគារជាដើម
- មនចំណេះដឹង និងជាអ្នកជំនាញនៃកម្មវិធីដំណើរការស្ថានភាពផ្សេងទៀត និងមានការជ្រើសរើសទិសដៅដំណើរការកម្សាន្ត
- ធ្វើការជាមួយផ្នែកផ្សេងទៀតដើម្បីឆ្លើយសំណួរ និងផ្តល់ជាយោបល់ផ្សេងៗអំពីសកម្មភាពក្នុងទិសដៅផ្សេងទៀត
- ធ្វើការជាមួយបណ្តាប្រទេសផ្សេងទៀតផ្សេងៗ ដើម្បីបង្កើតតំបន់ទេសចរណ៍ពហុប្រទេស

៧. ផ្នែក (LUXURY TRAVEL/NA MARKET)

ផ្នែកនេះ គឺធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយទីផ្សារអាមេរិកខាងជើង នៅក្នុងការលក់ និងផ្សព្វផ្សាយសេវាកម្ម និងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលផ្នែកនេះទៀតសោត គឺធ្វើការរៀបចំនូវកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ច ដែលមានតម្លៃថ្លៃសម្រាប់ភ្ញៀវដែលមានលទ្ធភាពទិញកញ្ចប់ទេសចរណ៍ក្នុងតម្លៃខ្ពស់ ដែលជាប្រភេទភ្ញៀវលំដាប់ពិសេស និងសម្របសម្រួលរាល់តម្រូវការរបស់អតិថិជនផ្នែក ទីផ្សារអាមេរិកខាងជើង។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖
 - ទំនាក់ទំនងទីផ្សារអាមេរិកខាងជើងនៅក្នុងការនាំភ្ញៀវមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជា
 - ផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងទីផ្សារអាមេរិកខាងជើង
 - ផ្តល់ព័ត៌មានពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់អតិថិជន

៧៥. ផ្នែក (UK & ANZ)

ផ្នែកនេះ គឺធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយទីផ្សារចក្រភពអង់គ្លេស ទីផ្សារអូស្ត្រាលី និងញូវសាយឡែន នៅក្នុងការលក់ និងផ្សព្វផ្សាយសេវាកម្ម និងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន និងសម្របសម្រួលរាល់តម្រូវការរបស់អតិថិជនផ្នែកទីផ្សារចក្រភពអង់គ្លេស ទីផ្សារអូស្ត្រាលី និងញូវសាយឡែន។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖
 - ទំនាក់ទំនងទីផ្សារចក្រភពអង់គ្លេស ទីផ្សារអូស្ត្រាលី និងញូវសាយឡែន នៅក្នុងការនាំភ្ញៀវមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជា

- ផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងទីផ្សារចក្រភពអង់គ្លេស ទីផ្សារអូស្ត្រាលី និងញូវសាយឡែន
- ផ្តល់ព័ត៌មានពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់អតិថិជន

៧. ផ្នែកកក់សំបុត្រយន្តហោះ (TICKETING)

ផ្នែកកក់សំបុត្រដោយផ្ដោតជាសំខាន់ទៅលើសំបុត្រយន្តហោះទាំងក្នុង និងក្រៅស្រុក។ ប្រតិបត្តិករក្នុងផ្នែកនេះ ត្រូវប្រតិបត្តិដោយផ្ទាល់ជាមួយនឹងការស្នើកក់ និងទិញពីភ្ញៀវតាមរយៈទូរស័ព្ទ អ៊ីម៉ែល ទូរសារ និងការកក់ដោយផ្ទាល់ និងមានការចរចាជាមួយក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ដើម្បីទទួលបានការកក់បម្រុងបានល្អ និងដោះស្រាយរាល់បញ្ហាដែលមានចំពោះអតិថិជន។ ប្រតិបត្តិករក្នុងផ្នែកនេះ គឺត្រូវមានភាពឈ្លាសវៃ ហើយពូកែចងចាំនូវលេខកូដជើងហោះហើរលេខកូដព្រលានយន្តហោះ និងតំបន់គោលដៅ ព្រមទាំងមានចំណេះដឹងផ្នែកភាសាបរទេស និងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រទៀតផង។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះមានដូចជា៖
 - ទទួលធ្វើការកក់បម្រុងសំបុត្រយន្តហោះតាមប្រព័ន្ធ CRS (CRS systems)
 - ផ្តល់ព័ត៌មានទៅកាន់អតិថិជន ដោយធ្វើការពិភាក្សាពីតម្រូវការ និងផ្តល់យោបល់ជាជម្រើសនៃការធ្វើដំណើរនៃច្បាប់ធ្វើដំណើរដូចជាកម្មវិធីធ្វើដំណើរ លិខិតឆ្លងដែន និងតម្រូវការទិដ្ឋាការជាដើម
 - ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធស៊ីអាអេស (CRS systems) ក្នុងការពិនិត្យមើលកៅអីយន្តហោះ ជើងហោះហើរ ម៉ោង និងការផ្លាស់ប្តូរការកក់បម្រុងជាដើម
 - ធ្វើការបង្កើត និងអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធផ្ទុកទិន្នន័យ (database) នៃដំណើរកម្សាន្ត និងសហការជាអង្គភាព
 - ចរចាជាមួយបណ្តាក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍នូវដំណើរការនៃការកក់បម្រុងទុកឲ្យមានភាពល្អ
 - ទទួលទូរស័ព្ទ អ៊ីម៉ែល ដែលភ្ញៀវបានផ្ញើរដើម្បីកក់សំបុត្រ
 - ចេះគណនាតម្លៃសំបុត្រហោះហើរជូនភ្ញៀវបានល្អ
 - ត្រូវពិនិត្យផ្ទៀងផ្ទាត់បញ្ជីឈ្មោះអ្នកកក់ ដែលមិនទាន់ចេញសំបុត្រក្រែងដល់ពេលកំណត់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍លប់ចោល
 - មានការបញ្ជាក់ទៅកាន់ភ្ញៀវដែលបានកក់ហើយ អំពីការចេញសំបុត្រធ្វើដំណើរ

- ឆ្លើយតបទៅកាន់ភ្ញៀវវិញនូវអ្វីដែលពួកគាត់ចង់ដឹង
- បង្កើតគោលការណ៍ និងទម្រង់ការណ៍នៃការតម្រង់ទិសរបស់ផ្នែកលក់សំបុត្រយន្តហោះ និងទំនាក់ទំនងជាមួយបុគ្គលិកទាំងអស់ឲ្យការងារមានភាពរលូន មានសេវាកម្ម និងគុណភាពល្អ
- ទំនាក់ទំនងជាមួយតំណាងផ្នែកលក់ និងផ្តល់នូវការជំរុញទឹកចិត្ត ជួយ និងផ្តល់យោបល់
- ដោះស្រាយ និងគ្រប់គ្រងរាល់អតិថិជនមានបញ្ហា
- ធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់រាល់ការបង់ប្រាក់របស់អតិថិជន
- រក្សាគោលការណ៍គុណភាពបទដ្ឋាន ថ្ងៃផុតកំណត់ និងទម្រង់ការឲ្យបានត្រឹមត្រូវរាល់ ការមានបញ្ហាត្រង់ប្រការណាមួយ
- ធ្វើរបាយការណ៍ជាបន្ទាន់អំពីការអនុវត្តន៍ការងារដែលមានបញ្ហាទៅកាន់ប្រធានផ្នែកលក់សំបុត្រយន្តហោះក្នុងការបញ្ជាក់ឲ្យឃើញថា មានបញ្ហាអ្វីកើតឡើង និងធ្វើការដោះស្រាយ
- បង្ហាញឲ្យឃើញថា បញ្ហាកើតឡើងពីអ្វី នឹងធ្វើការដោះស្រាយ
- ទំនាក់ទំនងជាមួយបណ្តាក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ផ្សេងៗ ក្នុងការស្វែងរកតម្លៃសំបុត្រសម្រាប់លក់ជូនអតិថិជន
- ទំនាក់ទំនងជាមួយបណ្តាភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដើម្បីដឹងពីតម្លៃ និងការបាត់នូវសំបុត្រផ្សេងៗ
- រក្សាទំនាក់ទំនងការងារយ៉ាងប្រសើរទៅកាន់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ អតិថិជន និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដទៃទៀត
- ត្រួតពិនិត្យរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនៃចំណូលប្រចាំថ្ងៃនៅក្នុងផ្នែកកក់សំបុត្រនេះ
- ប្រមូលរាល់ការបង់ប្រាក់របស់អតិថិជន និងរក្សារបាយការណ៍គណនេយ្យនៃផ្នែកកក់សំបុត្រនេះ
- ទំនាក់ទំនងជាមួយផ្នែកគណនេយ្យសម្រាប់ការចេញវិក្កយបត្រផ្សេងៗ

២.៦.២.៥. ផ្នែកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និងរដ្ឋបាល (HR & ADMIN DEP.)

ផ្នែកគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និងរដ្ឋបាលមានភារកិច្ចត្រូវប្រតិបត្តិនៅក្នុងអង្គភាពដើម្បីផ្តល់ និងសម្របសម្រួលធនធានមនុស្ស និងគ្រប់គ្រងព័ត៌មាន របាយការណ៍ទិន្នន័យ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការបំពេញបែបបទនៃទំរង់លិខិតរដ្ឋបាលរបស់ក្រុមហ៊ុន។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះមានដូចជា៖
- កំណត់ការជ្រើសរើសបុគ្គលិកនាពេលអនាគតជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រង

- ធ្វើការអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្ស
- ផ្តល់យោបល់ និងបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រល្អបំផុតសម្រាប់ជ្រើសរើសបេក្ខជនដែលសមស្រប ពីបណ្តាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម និងជ្រើសរើសពីខាងក្នុងអង្គភាព
- ថតចម្លងប្រវត្តិរូប និងបេក្ខជនដែលមានសក្តានុពល និងសមត្ថភាពសម្រាប់ការសំភាសន៍ និងអនុវត្តតាមដំណើរការសម្ភាសន៍រហូតដល់បទសម្ភាសន៍ចុងក្រោយ
- ជ្រើសរើសបេក្ខជន និងការរៀបចំកិច្ចសន្យាផ្សេងៗ
- រៀបចំលក្ខខណ្ឌការងារប្រកបដោយសុវត្ថិភាពសម្រាប់បុគ្គលិកថ្មី ដោយសម្របសម្រួលជាមួយ IT និងការិយាល័យកណ្តាលទាក់ទងនឹងអាសយដ្ឋានអ៊ីម៉ែលថ្មី Server Access, TP Access និងប្រព័ន្ធ EXO 24
- ធ្វើផែនការធនធានមនុស្ស
- តាមដានអវត្តមាន ការឈប់សំរាកប្រចាំឆ្នាំ ឬការឈប់សម្រាកសំរាប់បុគ្គលិកម្នាក់ៗ
- បង្កើតសៀវភៅបុគ្គលិកស្តីពីគោលនយោបាយ ដោយមានការពិគ្រោះយោបល់ជាមួយនាយកគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុន
- យល់អំពីលក្ខខណ្ឌទីផ្សារក្នុងស្រុក ការផ្តល់យោបល់ និងរៀបចំផែនការប្រាក់បៀវត្សរ៍ និងផលប្រយោជន៍ប្រចាំឆ្នាំ
- គ្រប់គ្រងការវាយតម្លៃពីការអនុវត្តរបស់បុគ្គលិក និងធានាថាគោលដៅត្រូវបានកំណត់ត្រឹមត្រូវតាមកាលកំណត់ និងតាមបទដ្ឋាន
- ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព និងតាមដានឯកសាររដ្ឋបាលផ្ទាល់ខ្លួនសម្រាប់និយោជិកនីមួយៗ និងធានាថាមូលដ្ឋានទិន្នន័យបុគ្គលិកត្រូវបានធ្វើដោយអនុលោមតាមនីតិវិធីធនធានមនុស្ស
- ផ្តល់សំណង និងអត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងៗទៅកាន់និយោជិក
- ធ្វើកិច្ចសន្យារបស់និយោជិក និងក្រុមហ៊ុន
- គ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធរដ្ឋបាលរបស់ក្រុមហ៊ុន
- រក្សានូវឯកសារ របាយការណ៍ព័ត៌មានផ្សេងៗរបស់ក្រុមហ៊ុនឲ្យបានល្អ
- បំពេញ និងរត់ឯកសាររបស់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់បណ្តាដៃគូ និងភាគីពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ
- ទទួលខុសត្រូវរាល់ដំណើរការទាំងអស់ ដើម្បីទទួលបានទិដ្ឋាការ និងការអនុញ្ញាតសម្រាប់ជនបរទេសគ្រប់រូបប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព

- ធានាថាក្រុមហ៊ុនទទួលបាននូវអាជ្ញាបណ្ណ ហើយធានាថាទិដ្ឋាការត្រូវបានអនុញ្ញាតសម្រាប់ជនបរទេសឲ្យបានទាន់ពេលវេលា
- ធ្វើការគាំទ្រក្នុងការបង្កើតបរិយាកាសការងារប្រកបដោយសុភាព និងមិត្តភាពសម្រាប់បុគ្គលិកដោយធានាការងារត្រូវមានវិន័យ និងក្រមសីលធម៌ពេលបំពេញការងារ
- បង្កើតនិងអនុវត្តប្រព័ន្ធរដ្ឋបាលដូចជា ការគ្រប់គ្រងកំណត់ត្រាជាដើម
- រៀបចំប្លង់ការិយាល័យ ថែទាំសម្ភារៈការិយាល័យ និងសម្ភារៈបរិក្ខារនៅក្នុងការិយាល័យ
- ធានាថាអគារការិយាល័យមានភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើការងារ
- បង្កើនចំនេះដឹងផ្នែកច្បាប់ទាក់ទងនឹងបញ្ហាអន្តោប្រវេសន៍ និងជនបរទេស
- កំណត់ទិសដៅក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក រៀបចំវគ្គហ្វឹកហ្វឺនបន្ថែម
- រៀបចំទិសដៅសម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក
- ធ្វើការវាយតម្លៃការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក
- ការតំរង់ទិសបុគ្គលិកថ្មីៗ ដោយផ្តល់ព័ត៌មានដល់ពួកគេអំពីគោលនយោបាយរបស់ក្រុមហ៊ុន និងធានាឲ្យមានការចូលរួមប្រជុំរវាងផ្នែកដែលពាក់ព័ន្ធ
- រៀបចំរបាយការណ៍ធនធានមនុស្សប្រចាំខែ និងផ្តល់ព័ត៌មានទៅកាន់នាយកគ្រប់គ្រងទូទៅ និងនាយកគ្រប់គ្រង
- លើកកម្ពស់ និងបង្កើនស្ថិរភាពធនធានមនុស្ស អវត្តមានរបស់បុគ្គលិក បញ្ជីប្រាក់បៀវត្សរ៍ និងរាយការណ៍តួលេខទាំងអស់។ល។

២.៦.២.៦. ផ្នែកគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការទូទៅ (OPERATION DEP.)

ផ្នែកនេះ មានតួនាទីធ្វើការគ្រប់គ្រងផ្នែកប្រតិបត្តិការនៃទិសដៅ រួមទាំងការទទួលខុសត្រូវទាំងស្រុងចំពោះរាល់ប្រតិបត្តិការនៃសេវាកម្មទៅដល់អតិថិជន។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះរួមមាន៖
 - គ្រប់គ្រង និងបណ្តុះបណ្តាលប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ និងធានាថាគ្រប់សេវាកម្មនៅក្នុងស្រុក របស់ EXO ត្រូវតែមានកម្រិតល្អគ្រប់ពេលវេលា
 - ធានាថាបុគ្គលិកផ្នែកប្រតិបត្តិការទាំងអស់អនុវត្តតាមនីតិវិធីត្រឹមត្រូវ និងផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មដែលមានគុណភាពល្អបំផុតដល់អតិថិជនទាំងអស់ដែលបានមកកាន់ប្រទេស
 - ធានា និងផ្តល់ឲ្យនូវរាល់សេវាកម្មដែលភ្ញៀវចង់បានភ្លាមៗ និងទំនាក់ទំនងក្នុងរយៈពេល ២៤ ម៉ោងសម្រាប់អតិថិជន

- ដើរតួជាអ្នកធ្វើការសម្រេចចិត្តលើរាល់ប្រតិបត្តិការសំខាន់ៗរបស់អតិថិជនដើម្បីរកណោះស្រាយជូនអតិថិជន
- រៀបចំការធ្វើដំណើរសម្រាប់ភ្នាក់ងារនៅក្រៅប្រទេស និងអមដំណើរពួកគេនៅពេលធ្វើដំណើរ
- បង្កើតនីតិវិធីត្រួតពិនិត្យគុណភាព ការគ្រប់គ្រង និងធ្វើរបាយការណ៍ជាប្រចាំសប្តាហ៍សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនទៅកាន់នាយកគ្រប់គ្រងទូទៅ
- ចូលរួមការប្រជុំប្រចាំសប្តាហ៍បង្ហាញពីបញ្ហា និងការគ្រប់គ្រងដែលកើតឡើងរាល់ប្រតិបត្តិការទាំងអស់យ៉ាងច្បាស់លាស់
- កាបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកនៅក្នុងក្រុម ឲ្យមានការយល់ដឹងពីតំបន់ទេសចរណ៍នៅក្នុងប្រទេស និងធានាថាពួកគេដឹងអំពីយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុននិងការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងអង្គការ
- ការបណ្តុះបណ្តាលការរៀបចំផែនការ និងការគ្រប់គ្រងការងារមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅដែលមានគុណភាព
- ជួបជាមួយមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ដើម្បីផ្តល់ជូនព័ត៌មាន ឬធ្វើការណែនាំពីការធ្វើដំណើររយៈពេលបីថ្ងៃមុន
- បញ្ជូនរបាយការណ៍ប្រចាំសប្តាហ៍ទៅកាន់អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ
- ជួបអ្នកអតិថិជនដើម្បីធ្វើការស្វាគមន៍ ញាំអាហារពេលជាមួយគ្នាដែលអាចធ្វើទៅបាន
- ធ្វើការពិនិត្យឡើងវិញនូវរបាយការណ៍មគ្គុទ្ទេសក៍ ធ្វើការពិភាក្សា និងផ្តល់ជាយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងៗទៅកាន់នាយកគ្រប់គ្រងទូទៅ
- ចូលរួមពិភាក្សាប្រតិបត្តិការប្រចាំសប្តាហ៍ និងលើកឡើងពីបញ្ហាថ្មីៗនិងចែករំលែកដើម្បីធ្វើការកែតម្រូវ
- ធ្វើការគាំទ្រអ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ និងផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលដល់បុគ្គលិក
- ធ្វើការតាមដានពីការតវ៉ា និងបញ្ហារបស់អតិថិជន
- គ្រប់គ្រងកិច្ចសន្យាកិច្ចសន្យាជាលាយលក្ខណ៍អក្សរជាមួយមគ្គុទ្ទេសក៍ និងអ្នកបើកបរដើម្បីបំពេញតាមការរំពឹងទុករបស់ក្រុមហ៊ុន និងត្រួតពិនិត្យគុណភាពនៃអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដើម្បីបំពេញតាមបទដ្ឋានរបស់អ៊ុចហ្សូ

- ធានាថាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ទាំងអស់ផ្តល់ជូនសេវាកម្ម ដែលមានគុណភាពល្អបំផុតសម្រាប់អតិថិជនរបស់អ៊ុចហ្សូ
- សម្របសម្រួលជាមួយមគ្គុទ្ទេសក៍ និងអ្នកគ្រប់គ្រងនៅតាមតំបន់ដើម្បីធានាថាដំណើរការមានសុវត្ថិភាព
- ធានាថាបុគ្គលិកទាំងអស់បានទទួលការណែនាំច្បាស់លាស់ ហើយពួកគេធ្វើតាមគោលការណ៍ណែនាំទាំងនោះ
- បន្តធ្វើការបង្កើនទំនាក់ទំនងជាមួយផ្នែកផ្សេងៗ
- គ្រប់គ្រងការចំណាយទាក់ទងនឹងយានយន្ត និងរបាយការណ៍ពីកំរិតប្រាក់ចំណេញ និងប្រាក់ដែលខាតបង់
- រៀបចំផែនការអាជីវកម្មប្រចាំឆ្នាំ និងថវិកាសម្រាប់ឆ្នាំខាងមុខដែលស្របទៅនឹងគោលបំណងរបស់ក្រុមហ៊ុន និងបង្ហាញជូនក្រុមការងារពីការរៀបចំគ្រប់គ្រងប្រចាំឆ្នាំ

២.៦.២.៧. ផ្នែកគណនេយ្យ និងហិរញ្ញវត្ថុ (ACCOUNTING & FINAN DEP)

ផ្នែកនេះ គឺត្រូវទទួលបន្ទុកផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងរបាយការណ៍ផ្សេងៗដែលពាក់ព័ន្ធជាមួយហិរញ្ញវត្ថុ ចំណូល ចំណាយ និងជូនដំណឹងសំខាន់ៗពាក់ព័ន្ធនឹងហិរញ្ញវត្ថុដល់ថ្នាក់លើឲ្យបានជ្រាប។ នេះគឺជាតួនាទីដឹកនាំហិរញ្ញវត្ថុដែលប្រធានគ្រប់គ្រងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងគណនេយ្យគឺជាអ្នកដែលគ្រប់គ្រងគ្រប់ដំណើរការខាងហិរញ្ញវត្ថុ ។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះមានដូចជា៖
 - ចេញវិក្កយបត្រ ឬបង្កាន់ដៃជូនភ្ញៀវ និងដៃគូអាជីវកម្ម
 - រៀបចំបញ្ជីចំណូល ចំណាយជាប្រចាំថ្ងៃ ខែ និងឆ្នាំ
 - ទទួលប្រាក់ដែលភ្ញៀវបានបង់ចំពោះតម្លៃសេវាកម្មដែលបានលក់ជូនភ្ញៀវ ដែលបានចេញវិក្កយបត្រហើយ
 - គ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីបង្កើនឲ្យប្រសិទ្ធភាពនៃប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ
 - គ្រប់គ្រងមុខងារគណនេយ្យ និងហិរញ្ញវត្ថុទាំងអស់ដូចជា ថវិកា ការរៀបចំផែនការ យុទ្ធសាស្ត្រ និងការបិទគណនេយ្យ
 - ការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ និងសកម្មភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីធានាបាននូវសាច់ប្រាក់គ្រប់គ្រាន់

- គ្រប់គ្រងគោលនយោបាយ និងនីតិវិធីឥណទានរបស់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីធានាការប្រឈមហានិភ័យឥណទានតិចបំផុត
- ពិនិត្យឡើងវិញ និងវិភាគរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ប្រចាំថ្ងៃ ប្រចាំសប្តាហ៍ និងប្រចាំខែ
- រៀបចំការព្យាករណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ប្រចាំសប្តាហ៍ ប្រចាំខែ ត្រីមាស និងប្រចាំឆ្នាំ វិភាគគណនីប្រចាំខែ និងរបាយការណ៍ដែលអាចទទួលយកបាន និងគ្រប់គ្រងហានិភ័យហិរញ្ញវត្ថុ
- អភិវឌ្ឍ និងថែរក្សាទំនាក់ទំនងដ៏ល្អជាមួយធនាគារ និងភ្នាក់ងារខាងក្រៅសម្រាប់គ្រប់តំបន់ដែលត្រូវទទួលខុសត្រូវ
- ផ្ទៀងផ្ទាត់ និងតាមដានស្ថានភាពឥណទានអតិថិជនដូចជា credit limits, credit terms, current balance overdue
- ផ្តល់ភាពជាអ្នកដឹកនាំដល់ប្រតិបត្តិការគណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ និងរាយការណ៍ដើម្បីធានាឲ្យបានត្រឹមត្រូវ និងទាន់ពេលវេលាប្រចាំខែ ត្រីមាស និងរបាយការណ៍បញ្ចប់ឆ្នាំ
- បង្កើតទំនាក់ទំនងការងារល្អជាមួយអ្នកជំនាញដូចជាធនាគារ អតិថិជន ឬអង្គការតាមច្បាប់ដើម្បីជាប្រយោជន៍ដល់ក្រុមហ៊ុន
- ធ្វើការជាមួយសវនករដើម្បីធានានូវសវនកម្មបញ្ចប់ឆ្នាំ

២.៦.២.៨. ផ្នែក (PRODUCT & DIRECT SALES DEP SUSTAINABILITY)

ធ្វើការបង្កើតផលិតផលសម្រាប់ទិសដៅទាំងអស់ ដើម្បីធានាថាគ្រប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងព័ត៌មានដែលទាក់ទងជាមួយផលិតផលគឺល្អប្រសើរ។ ធ្វើដំណើរទៅតាមគោលដៅដើម្បីត្រួតពិនិត្យមើលផលិតផលមានស្រាប់ និងបង្កើតកម្មវិធីកំសាន្តថ្មីៗ និងទទួលខុសត្រូវចំពោះនិរន្តរភាពផលិតផលដោយការបង្កើនការយល់ដឹងដល់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ទាំងអស់។

- គូនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះមានដូចជា៖
 - ធានាថារាល់ព័ត៌មានអំពីផលិតផល និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ទាំងអស់គឺត្រូវតែប្រមូលឲ្យទាន់ពេលវេលាហើយព័ត៌មានទាំងនោះគឺមានភាពត្រឹមត្រូវ
 - ពិនិត្យឡើងវិញនូវផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ និងផ្តល់ការកែតម្រូវឲ្យទាន់ពេលវេលាសម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរចាំបាច់ណាមួយ ឬការស្នើសុំដើម្បីឲ្យផលិតផលមានភាពល្អប្រសើរឡើង

- រក្សាទំនាក់ទំនងជិតស្និទ្ធជាមួយដៃគូសហការរបស់ អ៊ុចហ្សូ ទាំងអស់ដែលមានស្រាប់ និងបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ថ្មីដែលមានសក្តានុពលនៅក្នុងតំបន់គោលដៅ
- ធ្វើការបង្កើតវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗសម្រាប់លក់ផលិតផល និងក្នុងទីផ្សាររួមមាន៖
 - ឯកសារជា PDF និងឯកសារធ្វើបទបង្ហាញជូន សណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន និងទូក
 - បទបង្ហាញជា Powerpoint សម្រាប់បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក និងមគ្គុទ្ទេសក៍
- បង្កើតដំណើរការសាងសង់ប្រចាំឆ្នាំរបស់ អ៊ុចហ្សូ
- បង្កើតកម្មវិធីធ្វើដំណើរថ្មីៗ និងការបង្កើតជាកញ្ចប់សេវាកម្មសម្រាប់ធ្វើការលក់ និងមានជាខិត្តប័ណ្ណផ្សព្វផ្សាយរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ តាមការដឹកនាំរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងផលិតផល
- ធ្វើដំណើរក្នុងគោលដៅផ្សេងៗដើម្បីពិនិត្យមើល និងតាមដានផលិតផលដែលមានស្រាប់ និងដើម្បីស្រាវជ្រាវ ហើយអភិវឌ្ឍផលិតផលថ្មីៗ

២.៦.២.៩. ផ្នែក (EVENTS DEP)

ផ្នែកនេះ គឺទទួលខុសត្រូវ និងធ្វើការគ្រប់គ្រងដូចជា (ការប្រជុំ ការលើកទឹកចិត្ត សន្និសីទ និងការតាំងពិព័រណ៍) និងធ្វើការដោះស្រាយជារួមនៃបញ្ហាផ្សេងៗដែលអាចកើតមានឡើង។

- តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះមានដូចជា៖
 - ធ្វើការធានារាល់សំណើត្រូវបានផ្ញើទៅភ្នាក់ងារអតិថិជនទៅតាមទម្រង់ និងពេលវេលាត្រឹមត្រូវ
 - បង្កើតគំនិតថ្មីៗ និងសម្របខ្លួនជាមួយកម្មវិធីបច្ចុប្បន្នទៅនឹងសំណើដែលជាក់លាក់
 - ដោះស្រាយបញ្ហាស្នើសុំពីភ្នាក់ងារ និងអតិថិជនដោយផ្ទាល់ សម្រង់តម្លៃស្នើសុំពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងការចរចាការតាមដានពីផលិតផល
 - ចរចាជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងសណ្ឋាគារ ដែលពេញចិត្តដើម្បីទទួលបានលក្ខខណ្ឌដែលល្អបំផុត
 - រក្សានូវទំនាក់ទំនងការងារដ៏ល្អជាមួយភ្នាក់ងារ អតិថិជន និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់របស់ក្រុមហ៊ុន
 - ត្រូវប្រាកដថានីតិវិធីបទដ្ឋានរបស់ អ៊ុចហ្សូ ត្រូវបានអនុវត្តដើម្បីផ្តល់នូវសេវាកម្មល្អបំផុត
 - ត្រួតពិនិត្យសកម្មភាពការងារនៅរាជធានីភ្នំពេញ និងនៅសៀមរាប ឬទីកន្លែងណាមួយនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា

២.៦.២.១០. ផ្នែកធ្វើកិច្ចសន្យា (CONTRACTING DEP)

ផ្នែកនេះ មានភារកិច្ចក្នុងការបង្កើតទំនាក់ទំនង និងចរចាជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដើម្បីធានាថា ក្រុមហ៊ុនទទួលបានអត្រាការប្រាក់ដែលល្អបំផុត និងដើម្បីធានាថាក្រុមហ៊ុនមានលក្ខខណ្ឌល្អបំផុតនៅក្នុងទីផ្សារ។

➢ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវក្នុងផ្នែកនេះមានដូចជា៖

- ជួបជាមួយការគ្រប់គ្រងក្រុមនៃអ្នកផ្គត់ផ្គង់
- វិភាគផលិតផលរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីធានាបាននូវលក្ខខណ្ឌល្អបំផុតនៅក្នុងទីផ្សារ
- វិភាគរបាយការណ៍ផលិតផល ការលក់ប្រចាំសប្តាហ៍ដើម្បីកំណត់ពីនិន្នាការទីផ្សារ និងប្រាក់ចំណូល ដែលជាឱកាសនៃការបង្កើនការលក់
- វិភាគរកឱកាសសម្រាប់ការបើកទិសដៅថ្មីៗ និងការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផល
- ជួយក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាពីការតវ៉ា និងបញ្ហារដ្ឋបាលនៃអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងសណ្ឋាគារ
- សម្របសម្រួលជាមួយក្រុមការងារការិយាល័យកណ្តាល និងផលិតផលរបស់ អ៊ិចហ្សូ ត្រាវែល កម្ពុជា ហើយពិនិត្យមើលកិច្ចសន្យាផ្សេងៗ
- ចរចា និងចុះកិច្ចសន្យាបន្ថែមដូចជាការផ្លាស់ប្តូរ និងដំណើរកម្សាន្ត
- ដឹកនាំការចរចាកិច្ចសន្យា
- រក្សាការគ្រប់គ្រង និងការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុន អ៊ិចហ្សូ អំពីកិច្ចសន្យាថ្មី អត្រាតំលៃថ្មី និងកិច្ចព្រមព្រៀងថ្មី
- ធ្វើការស៊ើបអង្កេតលើការផ្លាស់ប្តូរបច្ចេកទេស ឬវិវាទលើកិច្ចសន្យា
- ការពារផលប្រយោជន៍របស់ក្រុមហ៊ុន
- គាំទ្រអ្នកជំនាញគ្រប់គ្រងជាន់ខ្ពស់ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ និងបង្កើតគោលនយោបាយ
- រាយការណ៍ទៅនាយកគ្រប់គ្រងទូទៅ និងនាយកគ្រប់គ្រងនូវរាល់ប្រចាំត្រីមាសអំពី កិច្ចសន្យាជាមួយនឹងតួលេខលម្អិត
- ត្រួតពិនិត្យ និងសហការជាមួយផ្នែករៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចក្នុងស្រុកដូចជាផ្នែក Luxury/NA និងផ្នែកទីផ្សារដទៃទៀតពេលមានតម្រូវការ
- មានភារកិច្ចត្រួតពិនិត្យកិច្ចសន្យា ដែលពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ ដែលបានធ្វើឡើងដោយអ្នកជំនាញផលិតផលជាន់ខ្ពស់

- រក្សាទំនាក់ទំនងជាមួយផ្នែកដទៃដើម្បីទទួលបាននូវការប្រតិបត្តិការងារល្អប្រសើរ និងជាក្រុម
- រក្សាទំនាក់ទំនងការងារល្អជាមួយអតិថិជន អ្នកចែកចាយ រួមទាំងរាល់វត្តមាននៅគ្រប់កម្មវិធីដែលមានការអញ្ជើញដោយដៃគូចែកចាយ

២.៧. ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និងការជ្រើសរើសបុគ្គលិក

និយមន័យ: ផែនការធនធានមនុស្ស គឺជាដំណើរការនៃការវាយតម្លៃអំពីសេចក្តីត្រូវការធនធានមនុស្សរបស់អង្គភាពមួយដោយស្ថិតនៅលើគោលដៅរបស់អង្គភាព ឬកាលៈទេសៈផ្លាស់ប្តូរមួយហើយធ្វើជាផែនការដើម្បីធានាឲ្យបានកំលាំងពលកម្ម ដែលគេប្រើប្រាស់ប្រកបដោយសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែង។

ការធ្វើផែនការធនធានមនុស្ស គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រនីមួយៗដែលមានសារៈសំខាន់ចំពោះការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក។ ផែនការធនធានមនុស្សបានផ្តល់ឲ្យយើងបានដឹងដែរថា តើយើងត្រូវការមនុស្សប៉ុន្មាននាក់តើក្រុមហ៊ុនរបស់យើង ? តើត្រូវចំណាយប្រាក់ខែប៉ុន្មានចំពោះការងារនីមួយៗ ? ត្រូវផ្តល់ប្រាក់ឧបត្ថម្ភប៉ុន្មានដើម្បីទាក់ទាញបុគ្គលិកបន្ថែមហើយនិងធ្វើឲ្យដឹងថា ? តើមានការផ្លាស់ប្តូរចំនួនបុគ្គលិកដោយរបៀបណាបើប្រាក់ខែមានការធ្លាក់ចុះ ឬឡើង?

២.៧.១. ការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិក)Employee’s Recruitment)

ការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិក គឺជាដំណើរស្វែងរក និងការទាក់ទាញចំនួនមនុស្សមួយក្រុមដែលនឹងជាបេក្ខជន ដែលប្រកបដោយគុណសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់កន្លែងការងារទំនេរដែលអាចជ្រើសរើសបាន។

ការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិក គឺជាដំណើរការមួយនៃផែនការសកម្មភាពរបស់ផែនការធនធានមនុស្ស។ ការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិកអាចប្រព្រឹត្តិទៅបានអាស្រ័យដោយក្រុមហ៊ុនខ្លះបុគ្គលិកធ្វើការនៅក្នុងដំណែងណាមួយ។ ប្រភពនៃការជ្រើសរើសអាចមានទាំងប្រភពខាងក្នុងក្រុមហ៊ុន និងប្រភពខាងក្រៅក្រុមហ៊ុន ការប្រកាសជ្រើសរើសជាទូទៅគេពិនិត្យមើលនៅមជ្ឈដ្ឋានខាងក្នុងជាបឋមនូវបុគ្គលិកចាស់ៗ ដែលធ្លាប់មានបទពិសោធន៍ហើយនោះ ក្រោយពីមើលខាងក្នុងពុំមានបុគ្គលិកណាមានសមត្ថភាពក្នុងដំណែងនោះទេ ទើបគេជ្រើសរើសមកពីខាងក្រៅ។

នៅពេលមានតម្រូវការក្នុងតំណែងណាមួយ ដែលត្រូវការបុគ្គលិកចូលបម្រើការងារនៅក្នុងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ក្រុមហ៊ុនមានវិធីសាស្ត្ររបស់ខ្លួនក្នុងការជ្រើសរើស បុគ្គលិក។ ដំណើរការនៃការជ្រើសរើសបានកើតចេញពីការវិភាគការងារនៅក្នុងតំណែងណាមួយ ដែល

ខ្លះបុគ្គលិកបម្រើការនោះ ថាតើការងារនោះជាប្រភេទការងារណាមួយត្រូវទទួលនូវភារៈកិច្ចណាខ្លះ និងបុគ្គលប្រភេទណាខ្លះដែលអាចធ្វើការនៅតំណែងនោះបាន ហើយតើត្រូវមានជំនាញចំណេះដឹង លទ្ធភាពសមត្ថភាពយ៉ាងណាខ្លះ។ ការវិភាគការងារនេះ បានធ្វើឡើងតាំងតែពីមុនការងាររបស់ក្រុមហ៊ុនដំណើរការមកម៉្លេះ គឺដើម្បីវិភាគរកបុគ្គលិកឲ្យធ្វើការនៅពេលដែលមានសកម្មភាពក្រុមហ៊ុនត្រូវបានចាប់ផ្តើម។ ម្យ៉ាងទៀតទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល បានធ្វើការវិភាគការងារនៅពេលក្រុមហ៊ុនបានដំណើរការហើយ តែនៅខណៈពេលដែលការងាររបស់ក្រុមហ៊ុន ខ្វះអ្នកប្រតិបត្តិ ពេលនោះការធ្វើវិភាគក៏កើតមានឡើងដើម្បីធ្វើការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិក។

សរើសបុគ្គលិករបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដំណើរការនៃការជ្រើសរើស អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល គឺធ្វើឡើងតាមរយៈដូចខាងក្រោម៖

- ការផ្តល់ដំណឹងតាមរយៈសាច់ញាតិ និងគ្រួសាររបស់ខ្លួនពីតម្រូវការបុគ្គលិកនូវតំណែងណាមួយដែលត្រូវការនោះឲ្យមករៀបចំបែបបទដើម្បីដាក់ពាក្យធ្វើការ។ ការផ្តល់ដំណឹងនេះគឺសម្រាប់តែសាច់ញាតិណាដែលមានសមត្ថភាព និងចំណេះដឹងដែលអាចធ្វើការងារបាន
- ការផ្តល់ដំណឹងតាមរយៈមិត្តភក្តិចាស់ ដែលធ្លាប់ស្គាល់គ្នាជាមួយប្រធានក្រុមហ៊ុនដើម្បីឲ្យមកដាក់ពាក្យធ្វើការ និងបំពេញសំណុំបែបបទមួយចំនួន។ ការធ្វើការផ្តល់ដំណឹងទៅមិត្តភក្តិនេះដែរ លុះត្រាតែអ្នកនោះមានចំណេះដឹង និងសមត្ថភាពដែលអាចធ្វើការបានទាំងចំណេះដឹងទូទៅ និងភាសាបរទេសជាដើម ហើយថែមទាំងជាមនុស្ស ដែលអាចទុកចិត្តបានផងដែរ
- ការជ្រើសរើសតាមរយៈសាលារៀន
- ការជ្រើសរើសតាមរយៈបណ្តាញសង្គមមានដូចជា (Camhr.com, Bongthom job list, Ever job)។ល។

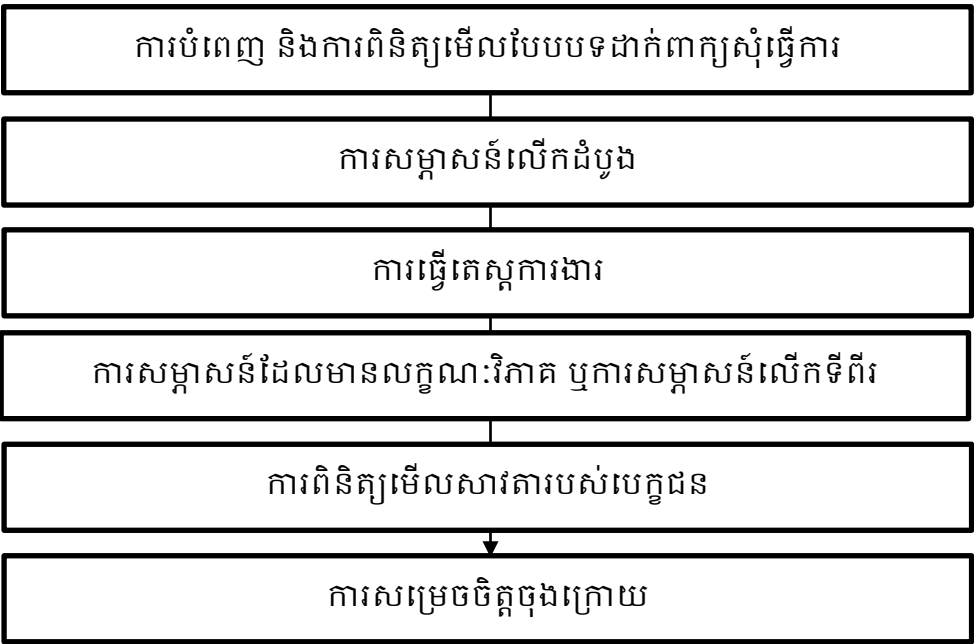
មួយវិញទៀតក្រុមហ៊ុនក៏ធ្វើការជ្រើសរើសតាមរយៈវេបសាយ (Website) របស់ខ្លួនផ្ទាល់ផងដែរ។

២.៧.២. ការជ្រើសរើសបុគ្គលិក (Selecting Employee)

ការជ្រើសរើសបុគ្គលិក គឺជាដំណើរការជ្រើសរើសពីក្នុងចំណោមបេក្ខជនដែលដាក់ពាក្យនូវបុគ្គលិកម្នាក់ដែលជាអ្នកអាចប្រតិបត្តិការងារមួយដោយជោគជ័យ។

ការធ្វើការជ្រើសរើសបុគ្គលិក គឺជាដំណាក់កាលមួយសំខាន់ណាស់ព្រោះថាបើកាលណាធ្វើការជ្រើសរើសប្រកបដោយសុក្រិត្យភាព ការសំរេចបាននូវការជ្រើសរើសបុគ្គលិកឲ្យចូលមកធ្វើការក៏បានល្អ មានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ និងជួយឲ្យការងារបានដំណើរការទៅបានល្អផងដែរ។ ហេតុដូច្នោះ ដើម្បីធ្វើការជ្រើសរើសបុគ្គលិកណាម្នាក់ឲ្យមកទទួលដំណែងអ្នកគ្រប់គ្រងតែងតែគិតពិចារណាយ៉ាងល្អិតល្អន់ព្រមទាំងរៀបចំនូវកម្មវិធីជាច្រើនសម្រាប់ធ្វើការសាកល្បងបុគ្គលិកពោលគឺ ហៅថាដំណើរការនៃការជ្រើសរើសបុគ្គលិក។

តារាងទី ៧. ដំណើរការនៅក្នុងដំណើរការនៃការជ្រើសរើសសំរាប់²⁰



ក្នុងការជ្រើសរើសបុគ្គលិករបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល បានធ្វើការជ្រើសរើសបុគ្គលិកឲ្យចូលមកធ្វើការងារ ដោយមិនមានការទាមទារអ្វីច្រើននោះទេ។ បុគ្គលិកភាគច្រើនដែលធ្វើការក្នុងក្រុមហ៊ុន គឺត្រូវបានជ្រើសរើសចេញពីសាច់ញាតិ បងប្អូនរបស់ខ្លួន ដូចនេះការជ្រើសរើសបេក្ខជនដែលបានដាក់ពាក្យតាមរយៈប្រកាសជ្រើសរើសគឺមានភាគរយតិចដែរ។ ការជ្រើសរើសបេក្ខជនឲ្យចូលមកធ្វើការ ត្រូវពិចារណាទៅលើបុគ្គលិកលក្ខណៈផ្ទាល់របស់បេក្ខជន និង

²⁰ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស បង្រៀនដោយ សាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ ២០១៣-២០១៤

ការណែនាំពីសំណាក់សាច់ញាតិ និងមិត្តភក្តិធ្លាប់ស្គាល់ពីមុន ហើយភាគច្រើនគឺទទួលយកតែប្រវត្តិរូប សង្ខេបផ្ទាល់ខ្លួន និងពាក្យសុំប៉ុណ្ណោះ។ ឯការសម្ភាសន៍ត្រូវបានធ្វើឡើងតែបុគ្គលិកណាដែលជាការណែនាំពីខាងក្រៅ ចំណែកបុគ្គលិកមួយចំនួនក៏មិនបានឆ្លងកាត់ការសម្ភាសន៍ ដើម្បីជ្រើសរើសមុនពេលធ្វើការនោះទេ បើតាមការទទួលបានព័ត៌មានផ្ទាល់ពីបុគ្គលិកបម្រើការងារក្នុងនោះ។ ក្រោយពីការជ្រើសរើសបុគ្គលិកបាននូវមនុស្ស ដែលមានសមត្ថភាព ចំណេះដឹង និងលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់តាមសេចក្តីត្រូវការហើយនោះ តម្រូវឲ្យបេក្ខជនដែលបានជ្រើសរើសនោះចូលធ្វើការនៅកន្លែងដែលទំនេរនោះតែម្តង។

២.៧.៣. ច្បាប់ការងារ និងក្រុមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល

ច្បាប់ការងាររបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល តម្រូវឲ្យបុគ្គលិកអនុវត្តតាមប្រការមួយចំនួនដើម្បីពង្រឹងដល់អង្គការខ្លួនឲ្យប្រសើរដូចខាងក្រោម៖

២.៧.៣.១. ច្បាប់ការងារមុនពេលចូលបម្រើការងារនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន

- ត្រូវមានប្រវត្តិរូបសង្ខេប រូបថត អត្តសញ្ញាណប័ណ្ណ និងទម្រង់បែបបទបម្រើការងារនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន
- មានអាយុចាប់ពី ១៨ ឆ្នាំឡើងទៅ
- មានសុខភាពល្អ
- ចេះភាសាអង់គ្លេស ឬចេះភាសាបន្ទាប់បន្សំផ្សេងៗទៀតកាន់តែល្អ

២.៧.៣.២. ច្បាប់ម៉ោងការងារ

- ក្នុងកំឡុងពេលនៃកិច្ចសន្យា និយោជកនិងទាមទារឲ្យធ្វើការ ប្រាំបី (៨) ម៉ោងក្នុងមួយថ្ងៃ មិនបូកបញ្ចូលពេលអារហារថ្ងៃត្រង់ ១ ម៉ោង និងប្រាំថ្ងៃកន្លះក្នុងមួយសប្តាហ៍។ ធ្វើការចាប់ពី ម៉ោង ៨:០០ ព្រឹក ដល់ម៉ោង ១៧:០០ ល្ងាច និងមានមានថ្ងៃឈប់សម្រាកចំនួនពីរថ្ងៃ (ថ្ងៃសៅរ៍ និងថ្ងៃអាទិត្យ)
- បុគ្គលិកអាចទទួលបានប្រាក់បន្ថែមម៉ោងធម្មតា ប្រសិនបើគាត់ត្រូវថែមម៉ោងនៅថ្ងៃធម្មតា។ បុគ្គលិកមានសិទ្ធិក្នុងការសម្រេចថា មិនបន្ថែមម៉ោងបានក្នុងករណីមានធុរៈចាំបាច់គាត់អាចស្នើសុំទៅផ្នែកធនធានមនុស្សបាន

២.៧.៣.៣. ច្បាប់ឈប់សម្រាកប្រចាំឆ្នាំ និងច្បាប់ឈប់

- និយោជិកនិងទទួលបានច្បាប់ឈប់សម្រាកឆ្នាំចំនួន ១២ ថ្ងៃ និងច្បាប់ឈប់ដោយគ្មានថ្ងៃកំណត់។ ប្រសិនបើនិយោជិកបំពេញការងារបានរយៈពេលបីឆ្នាំ (៣ឆ្នាំ) និយោជិកនឹងទទួលបានថ្ងៃឈប់សម្រាកប្រចាំឆ្នាំបន្ថែមមួយថ្ងៃនៅឆ្នាំបន្ទាប់

២.៧.៣.៤. ច្បាប់ឈប់សម្រាកបុណ្យជាតិ

- ការឈប់សម្រាកបុណ្យជាតិ អាស្រ័យតាមគោលការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុនដែលផ្តល់ជូនចំនួន ១៧ ថ្ងៃ ក្នុងមួយឆ្នាំ (តាមប្រតិទិនឈប់សម្រាកបុណ្យជាតិរបស់ក្រុមហ៊ុន)

២.៧.៣.៥. ច្បាប់មាតភាព បិតភាព និងយេនឌ័រ

- មានច្បាប់មាតភាព និងបិតភាព (Maternity & Paternity leave)
 - បុរសដែលមានភរិយាសម្រាលបុត្រអាចដាក់ច្បាប់ចំនួន ០៥ថ្ងៃ
 - សម្រាប់បុគ្គលិកជាស្ត្រីអាចដាក់ច្បាប់បាន ៩០ ថ្ងៃមុន និងក្រោយសម្រាលបុត្រ
 - ប្រាក់ខែសម្រាប់បុគ្គលិកពេញសិទ្ធិ ពេលដាក់ច្បាប់សម្រាលបុត្រ ក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់ឲ្យមួយខែនៃប្រាក់ខែពេញជាមួយនឹងកម្រៃផ្សេងៗ (Bonus) ច្រើនទៀត ដែលធ្វើតាមច្បាប់កម្ពុជាបានកំណត់
- សមភាពយេនឌ័រ (Gender Equity) ក្រុមហ៊ុនមិនមានការរើសអើងភេទ សាសនារបស់បុគ្គលិក ការជ្រើសរើសផ្ដោតលើសមត្ថភាព និងចំណេះដឹង

២.៧.៤. ការបណ្តុះបណ្តាល និងការជំរុញទឹកចិត្តដល់បុគ្គលិក

២.៧.៤.១ បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក (Training)

ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក គឺជាគម្រោងដែលបានគ្រោងទុកដើម្បីរៀបចំបង្កើតប្រតិបត្តិការការងាររបស់បុគ្គលិកម្នាក់ៗ គឺជាក្រុម ឬជាអង្គភាពមួយចំពោះការងារដែលកំពុងប្រតិបត្តិ ឬការងារដែលពាក់ព័ន្ធ។ ម៉្យាងទៀតការបណ្តុះបណ្តាលគឺជាការរៀនសូត្រដែលបានផ្តល់ដើម្បីកែលំអរប្រតិបត្តិការការងារនាពេលបច្ចុប្បន្ន។

ការប្រតិបត្តិការងារមុខជាមិនបានប្រសើរ និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនោះទេ ប្រសិនណាបើបុគ្គលិកប្រតិបត្តិក្នុងការងារនីមួយៗក្នុងក្រុមហ៊ុនពុំមានការយល់ដឹង និងភាពស្ងាត់ជំនាញក្នុងផ្នែកនោះ។ ដូចនេះនៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនបានជ្រើសរើសបុគ្គលិកឲ្យបម្រើការងាររួចហើយទោះបុគ្គលិកនោះធ្លាប់បានធ្វើការមានបទពិសោធន៍ និងការងារនោះក៏ដោយក៏ក្រុមហ៊ុនត្រូវធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកនោះឲ្យគាត់ស្គាល់ពីគោលការណ៍ការងារ និងលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗដែលមាន

ក្នុងក្រុមហ៊ុនដែរ។ ជាពិសេសប្រសិនបើបុគ្គលិកថ្មីមិនទាន់មានបទពិសោធន៍ការងារ ឬជានិស្សិត ដែលទើបបញ្ចប់ការសិក្សានៅតាមសាកលវិទ្យាល័យមុនពេលបម្រើការងារ ពួកគេចាំបាច់ត្រូវ ទទួលការបណ្តុះបណ្តាលជាមុនសិន ព្រោះការសិក្សាទ្រឹស្តីវាមានលក្ខណៈខុសប្លែកពីការអនុវត្តន៍ ជាក់ស្តែង។

ចំពោះទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ក៏មានកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលនៅក្នុងអង្គ ភាពរបស់ខ្លួនផងដែរ។ មុនចូលធ្វើការងារបុគ្គលិកដែលត្រូវជ្រើសតាំងត្រូវបានទទួលសេចក្តី ណែនាំពីរបៀបរបបធ្វើការ ពីបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងក្រុមហ៊ុន និងណែនាំផងដែរនូវបច្ចេកទេសក្នុងការធ្វើ ការងារជាក់ស្តែង។ ការបណ្តុះបណ្តាលក៏ប្រព្រឹត្តិទៅផងដែរ នៅពេលដែលបុគ្គលិកកំពុងបម្រើ ការងារ គឺណែនាំជាប្រចាំពីគោលការណ៍ថ្មីៗ តម្លៃថ្មីៗ ឬគោលការណ៍អាកាសចរណ៍ គោល នយោបាយរបស់អង្គភាពសេវាកម្មផ្សេងទៀតដែលមានការប្រែប្រួល។ ម៉្យាងវិញទៀតនៅពេល ដែលមានការផ្លាស់ប្តូរវិធីប្រើប្រាស់ System ដែលខាងក្រុមហ៊ុនបានស្នើឡើងឲ្យទីភ្នាក់ងារ ទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល បញ្ជូនបុគ្គលិកទៅសិក្សាបន្ថែមនៃបច្ចេកវិទ្យាទំនើបទាំងអស់។ ជា ពិសេសនៅពេលមាន សន្តិសីទ សន្តិបាត សិក្ខាសាលា ដែលរៀបចំដោយរដ្ឋាភិបាល អង្គការជាតិ ទេសចរណ៍ ឬ សមាគមន៍ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។ ក្រុមហ៊ុនបានបញ្ជូនបុគ្គលិកទៅចូលរួមដើម្បី ទទួលយកចំណេះដឹងថ្មីៗពីស្ថាប័នទាំងនោះផងដែរ រួមទាំងមានការបណ្តុះបណ្តាលក្នុងមួយឆ្នាំ ម្តងដូចជា៖

- ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក និងការអភិវឌ្ឍន៍សមត្ថភាព (Training and Capacity building)
- បុគ្គលិកទាំងអស់ទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាល ដែលរៀបចំដោយអ្នកជំនាញខាងក្នុង ក្រុមហ៊ុន
- ការបណ្តុះបណ្តាលកម្រិតអ្នកគ្រប់គ្រង (Manager and Supervisor level) បណ្តុះបណ្តាល រយៈពេល ៣ ទៅ ៤ ថ្ងៃ
- បុគ្គលិកធម្មតាបណ្តុះបណ្តាលរយៈពេល ២ ថ្ងៃ
- ប្រធានបទនៃការបណ្តុះបណ្តាលមាន ទស្សនវិស័យ បេសកកម្ម វប្បធម៌ ការលើកទឹកចិត្ត ការរៀបចំពេលវេលា ការយកចិត្តទុកដាក់លើអតិថិជន យុទ្ធសាស្ត្រសំណាញ់នៃការលក់ និងផលិតផលថ្មីៗ និងបច្ចេកវិទ្យា (Tour plan) និងនីតិវិធីក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកទេសថ្មីៗ
- ក្នុងរដូវកាលទេសចរតិច (Low season) មានថ្នាក់វិកហាត់កីឡា Yoga នៅក្នុងការវិយា ល័យភ្នំពេញ

- ការវឹកហាត់ពីទំនួលខុសត្រូវនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ (Training about Responsible Tourism)
- មានការបណ្តុះបណ្តាលដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការការពារបរិស្ថាន ការទុកដាក់សំរាមឲ្យបានត្រឹមត្រូវ ការណែនាំពីច្បាប់ចរាចរណ៍ និងការសង្គ្រោះបឋមជាដើម
- មានវគ្គបណ្តុះបណ្តាលដោយមានការសហការជាមួយក្រុមហ៊ុន Travel Life
- បុគ្គលិកថ្មីៗទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលពីទំនួលខុសត្រូវ និងបេសកកម្មពីកម្មវិធីសម្បូរសធម៌ (Foundation)
- សុវត្ថិភាពកុមារ និងការវឹកហាត់ (Child Safe & Training)
- ការធ្វើការការពារលើការជួញដូរ និងប្រើប្រាស់កម្លាំងពលកម្មកុមារ

មិនតែប៉ុណ្ណោះទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ក៏មានកម្មវិធីមួយសម្រាប់បណ្តុះបណ្តាលដល់មគ្គុទ្ទេសក៍ និងសិស្សនិស្សិតដែលបានសិក្សានៅមហាវិទ្យាល័យផ្នែកទេសចរណ៍ មកពីគ្រប់ស្ថាប័នទាំងអស់ឲ្យចុះកម្មសិក្សាយកបទពិសោធន៍ និងអនុវត្តជាក់ស្តែងនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនផងដែរ។

២.៧.៤.២ ការជំរុញលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក (Employee Motivation)

ការជំរុញលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក គឺជាកម្មវិធីមួយដែលត្រូវធ្វើឡើង ដើម្បីធ្វើការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកបម្រើការងារឲ្យកាន់តែមានការខិតខំប្រឹងប្រែងធ្វើការងារ និងធ្វើការងារនោះប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពបំផុត ការធ្វើការលើកទឹកចិត្តពេលគឺការទូទាត់ និងការលើកទឹកចិត្តដល់បុគ្គលិកទាំងការទូទាត់ដោយផ្ទាល់ និងការទូទាត់ដោយប្រយោល។

- ការទូទាត់ដោយផ្ទាល់ (Direct Compensation) គេប្រើប្រាស់សម្រាប់ការពិពណ៌នាការទូទាត់ថវិការដែលមានដូចជា៖ ការផ្តល់ប្រាក់បៀវត្សរ៍ មូលដ្ឋានប្រាក់លើសម៉ោងប្រាក់ឧបត្ថម្ភប្រាក់កំរៃជើងសារ
- ការទូទាត់ដោយប្រយោល (Indirect Compensation) គឺសំដៅលើប្រភេទទូទៅនៃផលប្រយោជន៍សម្រាប់បុគ្គលិករួមមានកម្មវិធីការពារសុខភាពជីវិត ការធានាផ្សេងៗ ការឈប់សម្រាកវិស្សមកាល និងការឈឺថ្កាត់ជាដើម
- មានការធានាសុខភាពបុគ្គលិក គ្រោះថ្នាក់ ឬបញ្ហាសុខភាពដោយក្រុមហ៊ុន Forte insurance ជាប្រភេទកញ្ចប់ Insurance 100% First-class

➢ អត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងៗ៖

- ការតំឡើងឋានៈបុគ្គលិកក្នុងអង្គភាព (Turnover and Internal Promotion)
- ក្នុងចំណោមបុគ្គលិក ៦៨ នាក់ មានបុគ្គលិក ១៨ នាក់មានបទពិសោធន៍ការងារ ជាមួយក្រុមហ៊ុនរយៈពេល ១០ ឆ្នាំជាង និង៤១ នាក់ធ្វើការ ៥ រយៈពេលឆ្នាំជាង ក្រុមហ៊ុនមានការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកក្នុងក្រុមហ៊ុនតាមរយៈការតំឡើងឋានៈខាងក្នុងអង្គ ភាពជាជាងជួលបុគ្គលិកពីខាងក្រៅ
- ផ្តល់ប្រាក់ខែទី ១៣ រួមជាមួយ Bonus
- ផែនការលើកទឹកចិត្តទទួលបាន Gross Profit មួយភាគបួន
- រង្វាន់បុគ្គលិកផ្ទើម
- ដំណើរកម្សាន្តទៅបរទេសបូកជាមួយទឹកប្រាក់ ៥០០ ដុល្លារ បូកនិងប័ណ្ណសរសើរ
- Year Family Trips បង្កើតឲ្យមានដំណើរការកម្សាន្តក្នុងស្រុកសម្រាប់បុគ្គលិក ២ យប់ ៣ ថ្ងៃ
- ៣០០ ដុល្លារ បូក ប័ណ្ណសរសើរ
- ២០០ ដុល្លារ បូក ប័ណ្ណសរសើរ

២.៨. ផែនការទីផ្សាររបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល (Marketing Plan)

២.៨.១. ផលិតផល និងសេវាកម្ម

ចំពោះដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល មានបម្រើសេវាកម្មដល់ទេសចរជាច្រើនប្រភេទ ចាប់តាំងពីបើកដំណើរការមក។ គ្រប់សេវាកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល បានទទួលជោគជ័យនៅលើទីផ្សារទេសចរណ៍ ហើយបណ្តាសេវាកម្មដែលផ្តល់ជូនដល់អតិថិជនមានដូចជា៖

- លក់សំបុត្រយន្តហោះក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក
- រៀបចំកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ច Inbound tour
- រៀបចំកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ច Outbound tour
- រៀបចំកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ច Incentive tour
- លក់បន្ទប់សេវាកម្មស្នាក់នៅ
- លក់សេវាកម្មម្ហូបអាហារ នឹងភេសជ្ជៈ
- លក់សំបុត្រថយន្តក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក
- លក់សំបុត្រទូកក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក

- លក់សំបុត្រចូលទស្សនាផ្សេងៗ
- ជួលរថយន្ត
- សេវាកម្មធ្វើទិដ្ឋាការ និងលិខិតឆ្លងដែន។ល។

២.៨.២. លក្ខខណ្ឌនៃការកក់បម្រុងទុក និងគោលការណ៍ផ្សេងៗរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ិចហ្សូ ត្រាវែល

រាល់អតិថិជនរបស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ អ៊ិចហ្សូ ត្រាវែល អាចធ្វើការកក់បម្រុងទុកតាមរយៈ អ៊ីម៉ែល (Email) ២៤ ម៉ោង តាមទូរស័ព្ទ និងនៅតាមការយាល័យនីមួយៗប្រចាំតំបន់របស់ក្រុមហ៊ុន ដែលមានបុគ្គលិកចាំផ្តល់ព័ត៌មានផ្សេងៗពាក់ព័ន្ធជាមួយផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន។

២.៨.២.១. សុពលភាព

តម្លៃដែលបានដាក់ជូនអតិថិជន គឺគិតជាដុល្លារ (USD) នៅតាមបណ្តាប្រទេសដូចជាកម្ពុជា វៀតណាម ឡាវ មីយ៉ាន់ម៉ា និងឥណ្ឌូនេស៊ី ហើយអាចមានសុពលភាពទៅតាមអត្រាតម្លៃដែលក្រុមហ៊ុនដាក់ជូនឲ្យ និងចេញវិក្កយបត្រជូន។ ក្រុមហ៊ុនមានការធានាថាតម្លៃដែលដាក់ចេញទៅកាន់ភ្ញៀវ ជាមួយនឹងវិក្កយបត្រគឺមានភាពត្រឹមត្រូវ តែនឹងមានការផ្លាស់ប្តូរផងដែរទៅតាមតម្លៃទីផ្សារអត្រាប្រាក់ឡើងចុះ និងពន្ធដោយមិនមានការផ្តល់ដំណឹងទុកមុន។

២.៨.២.២. ការកក់បម្រុងទុក និងការទទួលយកការកក់បម្រុង

ការកក់បម្រុងទុកអាចកក់បានតាមរយៈ អ៊ីម៉ែល (Email) ទូរស័ព្ទ ទូរសារ ឬអាចកក់បម្រុងនៅការិយាល័យរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ការកក់បម្រុងមិនត្រូវបានចាត់ទុកថាបានធ្វើរហូតដល់មានការបញ្ជាក់ពីបុគ្គលិក និងតំណាងផ្នែកលក់របស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ិចហ្សូ ឡើយ។

២.៨.២.៣. ការកក់បម្រុងទុកសម្រាប់ដំណើរកម្សាន្តពីរប្រទេស

ការកក់បម្រុងទុកអាចកក់បានតាមបណ្តាការិយាល័យ ដែលជាគោលដៅនៃការធ្វើដំណើរដែលជាទូទៅអាចធ្វើការកក់ដំណើរកម្សាន្តពីរប្រទេសបាន អតិថិជនត្រូវផ្ញើអ៊ីម៉ែលទៅកាន់ការិយាល័យដែលស្ថិតនៅតំបន់ដែលខ្លួនចង់ទៅកម្សាន្តមុនគេ ឬក៏តំបន់ដែលអតិថិជនមានការចំណាយពេលច្រើន។ ការកក់បម្រុងទុកនឹងត្រូវបានឆ្លើយតបមកវិញក្នុងរយៈពេល ២៤ ម៉ោង។ នៅក្នុងករណីខ្លះការិយាល័យទិសដៅ ដែលបញ្ជាក់ការកក់បម្រុងជូនអតិថិជនអាចជាការិយាល័យខុសគ្នាពីការស្នើសុំមួយ ដែលត្រូវបានផ្ញើទៅកាន់អតិថិជនហើយការិយាល័យមួយនោះនឹងជាអ្នករ៉ាប់រង

រាល់ការកក់បម្រុងរបស់អតិថិជន។ សម្រាប់ការកក់ដំណើរកម្សាន្តពីរប្រទេសនឹងមានការិយាល័យ មួយរាប់រងកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត និងរាល់ឯកសាររបស់អតិថិជន។

២.៨.២.៤. ឯកសាររបស់អតិថិជន

គ្រប់ការកក់បម្រុងនឹងត្រូវបានរួចរាល់ជាស្ថាពរតាមរយៈអ៊ីម៉ែល (Email) និងឯកសារពាក់ ព័ន្ធដូចជាកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត សំបុត្រកក់បម្រុង និងសំបុត្រយន្តហោះ។ ការកក់ជាស្ថាពរនឹង មាន នូវការបញ្ជាក់ពីការសេរសេរជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ និងទទួលស្គាល់នៃការកក់បម្រុងទាំងអ សស់។

ក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល អាចចេញសំបុត្រកក់បានបើមានការស្នើសុំពីអ្នកចែកចាយ។ លិខិតឆ្លងដែន ឬអត្តសញ្ញាណប័ណ្ណជាភស្តុតាងនៃការកក់បម្រុងដែលក្រុមហ៊ុននឹងផ្តល់សេវា កម្មជូន។

២.៨.២.៥. ទម្រង់ការបង់ប្រាក់ និងការលុបចោលការកក់បម្រុងភ្ញៀវរាយ និងភ្ញៀវក្រុម (FIT & GIT Payment & Cancellation Policy)

លើកលែងតែមានការព្រមព្រៀងគ្នា ហើយការបង់ប្រាក់នឹងធ្វើឡើងមុន ៣០ ថ្ងៃនៃភ្ញៀវមក ដល់ ឬក៏ការទទួលកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តរបស់ភ្ញៀវដែលតិចជាង ៣០ ថ្ងៃ និងមានការព្រមព្រៀង ផ្សេងៗពីទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ដែលការបង់ប្រាក់ត្រូវប្រតិបត្តិធ្វើឡើងតាម គណនេយ្យធនាគារដែលមាននៅក្នុងវិក្កយបត្រ។ រាល់ការចំណាយទៅលើតម្លៃនៃការផ្ទេរប្រាក់ តាមធនាគារទៅកាន់គណនេយ្យរបស់ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល គឺភ្ញៀវជាអ្នកចំណាយ។

ការបង់ប្រាក់ គឺបង់នៅការិយាល័យដែលទទួលការរៀបចំដំណើរកម្សាន្តរបស់ភ្ញៀវ ឬការ បង់ប្រាក់ដំណើរកម្សាន្តពីរប្រទេស គឺត្រូវបង់ទៅការិយាល័យប្រចាំតំបន់កម្សាន្តរបស់ភ្ញៀវដែល នឹងចេញវិក្កយបត្រជូននៃតម្លៃដំណើរកម្សាន្តទាំងពីរ ដែលត្រូវបង់តាមប្រភេទប្រាក់បានបង្ហាញ នៅក្នុងវិក្កយបត្រដោយធ្វើតាមការណែនាំនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ឥណទាននឹងមិនមានសុពលភាព បើមិនមានការព្រមព្រៀងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរពី ក្រុម ហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល។ ការបង់ប្រាក់កក់អាចធ្វើទៅបានបើមានការស្នើសុំក្នុងករណីណាមួយមិន មានការសងប្រាក់វិញដែលបានប្រាប់យ៉ាងច្បាស់តាមរយៈការកក់បម្រុង។

រាល់ការលុបចោលនៃការកក់បម្រុងទុកបាន និងមានប្រសិទ្ធភាពលុះត្រាតែមានការសរ សេរជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ និងមានការទទួលស្គាល់ពីក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល។ ការលុបចោល នៃការកក់បម្រុងនឹងត្រូវបានគិតប្រាក់សំណងពីភ្ញៀវ ១០ ភាគរយ រាល់ការលុបចោលផ្សេងៗ

ដែលធ្វើឡើងក្នុងរយៈពេល ៣០ ថ្ងៃ មុនពេលភ្ញៀវមកដល់ រហូតមានការទារសំណងផ្សេងៗទៀត ឬក៏ការបង់ប្រាក់ទុកមុនតាមរយៈគោលការណ៍របស់ដៃគូចែកចាយផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ិចហ្សូ ដូចជា សណ្ឋាគារ ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ ជាដើម។ រាល់គោលការណ៍នៃការទារសំណងរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ិចហ្សូ គឺមាននូវការកំណត់ទៅតាមពេលវេលា និងលក្ខខណ្ឌមួយចំនួន ដូចខាងក្រោម៖

ក. ការដាក់ពិន័យនៃការលុបចោលការកក់របស់ភ្ញៀវរាយ

លើកលែងតែមានការព្រមព្រៀងគ្នាផ្សេង ការបង់ប្រាក់នឹងធ្វើឡើងមុន ៣០ ថ្ងៃនៃភ្ញៀវមកដល់ ឬក៏ការទទួលកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តរបស់ភ្ញៀវដែលតិចជាង ៣០ ថ្ងៃ។ រាល់ការលុបចោលត្រូវមាន ការសរសេរជាលាយលក្ខណ៍អក្សរនឹងធ្វើឡើង ៣១ ថ្ងៃមុនពេលភ្ញៀវមកដល់ ដោយមិនមានការគិតប្រាក់លុះត្រាតែមានការបញ្ជាក់ជាមុនក្នុងករណីដែលគោលការណ៍របស់ សណ្ឋាគារ ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ ក្រុមហ៊ុនទូកទេសចរណ៍ និងបណ្តាដៃគូរបស់ អ៊ិចហ្សូ ត្រាវែល ដទៃទៀត។

ការលុបចោលតិចជាង ៣០ ថ្ងៃ នឹងត្រូវគិតប្រាក់ដោយអនុឡោមទៅតាមគោលការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុនដែលមានជាលាយលក្ខណ៍អក្សរដែលបានចែងដូចខាងក្រោម៖

តារាងទី ៨. ការដាក់ពិន័យនៃការលុបចោលការកក់របស់ភ្ញៀវរាយ

ថ្ងៃ និងម៉ោងមុនពេលមកដល់តំបន់គោលដៅ	ការគិតប្រាក់នៃការលុបចោលរបស់ភ្ញៀវរាយ
ចន្លោះពី ៣០ ថ្ងៃ ទៅ ២២ ថ្ងៃ	១០ ភាគរយ នៃតម្លៃសរុបដំណើរកម្សាន្ត
ចន្លោះពី ២១ ថ្ងៃ ទៅ ១៥ ថ្ងៃ	២៥ ភាគរយ នៃតម្លៃសរុបដំណើរកម្សាន្ត
ចន្លោះពី ១៤ ថ្ងៃ ទៅ ៨ ថ្ងៃ	៥០ ភាគរយ នៃតម្លៃសរុបដំណើរកម្សាន្ត
ចន្លោះពី ៧ ថ្ងៃ ទៅ ៤៨ ម៉ោង	៧៥ ភាគរយ នៃតម្លៃសរុបដំណើរកម្សាន្ត
តិចជាង ៤៨ ម៉ោង ឬក៏ភ្ញៀវមិនបានមក	១០០ ភាគរយ នៃតម្លៃសរុបដំណើរកម្សាន្ត

រាល់គោលការណ៍លុបចោលខាងលើ នឹងមានការផ្លាស់ប្តូរទៅតាមគោលការណ៍របស់ដៃគូសហការផងដែរដូចជាគោលការណ៍របស់ សណ្ឋាគារ ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាដើម។

ខ. ការដាក់ពិន័យនៃការលុបចោលរបស់ភ្ញៀវក្រុម

ឯកសារដែលបញ្ជាក់នេះគឺសម្រាប់រាល់ការកក់បម្រុងជាក្រុមទាំងអស់ ដែលក្នុងមួយក្រុមមានភ្ញៀវយ៉ាងហោចណាស់ ១០ នាក់។ ការកក់ប្រាក់ទុកមុនពី ១០ ភាគរយទៅ ៣០ ភាគរយ នៃតម្លៃសេវាកម្មសរុបផ្អែកទៅលើរដូវកាល និងគោលការណ៍របស់អ្នកចែកចាយដែលអាចនឹងបង់ប្រាក់នៅពេលមានការបញ្ជាក់ទទួលកក់បម្រុងរបស់ភ្ញៀវក្រុមត្រឹមត្រូវ។ រាល់ការកក់ប្រាក់ទុកមុន

នេះ មិនអាចទាមទារមកវិញទេដោយអាស្រ័យទៅលើគោលការណ៍ដែលបានកំណត់របស់អ្នកចែកចាយ។ រាល់ការលុបចោលនៃភ្ញៀវក្រុមនេះអាចធ្វើទៅដោយមានជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ និងត្រូវបានអនុញ្ញាតទៅតាមគោលការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ិចហ្សូ ដែលមានការបញ្ជាក់ពីគោលការណ៍ និងកិច្ចព្រមព្រៀងច្បាស់លាស់នៅក្នុងករណីនៃការលុបចោលនេះ និងមានការឆ្លងកាត់តាមគោលការណ៍ទាំងអស់នោះ។ គោលការណ៍ទាំងនោះអាចមានភាពខុសគ្នារវាងខែមានទេសចរច្រើន ឬក៏ថ្ងៃ ដែលទេសចរមានការកម្សាន្តច្រើនដូចជា ថ្ងៃចុងសប្តាហ៍ដោយយោងទៅតាមគោលការណ៍របស់ដៃគូចែកចាយរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ិចហ្សូ ត្រាវែល ផងដែរ។

គ. ការវាកពិន័យនៃការលុបចោលការកក់របស់ភ្ញៀវដែលជាសមាជិក

តារាងទី ៩. ការវាកពិន័យនៃការលុបចោលការកក់របស់ភ្ញៀវដែលជាសមាជិក

ថ្ងៃមុនពេលមកដល់តំបន់គោលដៅ	គោលការណ៍នៃការលុបចោលជាភាគរយរបស់អ្នកដំណើរ			
	ពី ០% ដល់ ២០%	ពី ២១% ទៅ ៥០%	ពី ៥១% ទៅ ៧៥%	ពី ៧៦% ទៅ ១០០%
គ្រប់ពេល	គ្មានការផ្តល់ប្រាក់កក់មកវិញបើសិនជាគោលការណ៍របស់ដៃគូចែកចាយ អ៊ិចហ្សូ ត្រាវែល ធ្វើការវាកពិន័យលើការលុបចោលការកក់បម្រុង			
៦០ ថ្ងៃ ដល់ ៣១ ថ្ងៃ	១០ %	២៥ %	២៥ %	៥០ %
៣០ ថ្ងៃ ដល់ ២១ ថ្ងៃ	២៥%	៥០%	៥០%	៧៥%
២០ ថ្ងៃ ដល់ ៨ ថ្ងៃ	៥០%	៧៥%	៧៥%	៩០%
៧ ថ្ងៃ ដល់ ២ ថ្ងៃ	៧៥%	៧៥%	៧៥%	១០០%
គ្មានការមកដល់	១០០%	១០០%	១០០%	១០០%
ស្នាក់នៅរយៈពេលខ្លី	១០០%	១០០%	១០០%	១០០%

ការលុបចោលនៃការកក់បម្រុងនៅពេលដែលអតិថិជនមកដល់តំបន់គោលដៅកម្សាន្តរួចរាល់ហើយ គឺត្រូវបង់ប្រាក់ ១០០% ពេញ។ នៅករណីដែលកម្រកើតមានការទាមទារប្រាក់មកវិញ គឺអាចទទួលបានមកវិញតាមរយៈដៃគូចែកចាយរបស់ អ៊ុចហ្សូ ការទាមទារប្រាក់មកវិញនេះនឹងធ្វើឡើងតាមរយៈភ្នាក់ងារតែម្តង។ ភ្នាក់ងារអាចសរសេរជាលាយលក្ខណ៍អក្សរក្នុងការព្រមព្រៀងទៅលើការទាមទារប្រាក់មកវិញនេះ ទៅកាន់អតិថិជន។

២.៨.២.៦. ការកក់តាមប្រព័ន្ធអនឡាញតាមរយៈ អ៊ុចហ្សូ ខនណិច

(Online Bookings through EXO Connect/ XML)

ការកក់បម្រុងតាមរយៈប្រព័ន្ធអនឡាញរបស់ អ៊ុចហ្សូ ខនណិច នឹងត្រូវបានធ្វើវិក្កយបត្រផ្សេងគ្នាពីការកក់បម្រុងដែលធ្វើឡើងតាមរយៈ អ្នកប្រឹក្សាធ្វើដំណើរ ហើយមានការអនុញ្ញាតទៅតាមគោលការណ៍បង់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល។

ថ្ងៃកំណត់នៃការកក់បម្រុងតាមប្រព័ន្ធអនឡាញនេះ គឺយោងទៅតាមគោលការណ៍ដៃគូចែកចាយរបស់ អ៊ុចហ្សូ ផងដែរដូចជា សណ្ឋាគារ ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ និងដៃគូដទៃទៀត។ ថ្ងៃផុតកំណត់ទាំងនោះត្រូវបង្ហាញនិងបញ្ជាក់ឲ្យដឹងតាមប្រព័ន្ធ អ៊ុចហ្សូ ខនណិចតែម្តង។

តារាងទី ១០. ការដាក់ពិន័យនៃការលុបចោលការកក់តាមប្រព័ន្ធអនឡាញ អ៊ុចហ្សូ ខនណិច

កាលបរិច្ឆេទ	ដំណើរការនៃការលុបចោលការកក់បម្រុង	ការដាក់ពិន័យជាប្រាក់
មិនស្ថិតនៅក្នុងថ្ងៃផុតកំណត់	ធ្វើការលុបចោលតាមប្រព័ន្ធអ៊ុចហ្សូ	គ្មានការដាក់ពិន័យ
ស្ថិតនៅក្នុងថ្ងៃផុតកំណត់	ធ្វើការលុបចោលតាមអ្នកប្រឹក្សាធ្វើដំណើរ កម្សាន្ត	នឹងត្រូវបានដាក់ពិន័យ

២.៨.២.៧. គោលនយោបាយសម្រាប់កុមារ

កុមារមានអាយុចន្លោះពី ២ ឆ្នាំ ទៅ ១១ ឆ្នាំ នឹងទទួលបានការផ្តល់ឲ្យនូវការបញ្ចុះតម្លៃពិសេស ១៥% ហើយ រាល់កុមារទាំងក៏មានការបញ្ចុះតម្លៃពីបណ្តាអ្នកចែកចាយផ្សេងៗផងដែរដូចសំបុត្រចូលទស្សនាផ្សេងៗជាដើម។ សេវាកម្មស្នាក់នៅនឹងត្រូវបានគិតប្រាក់តាមរយៈសណ្ឋាគាររបស់កុមារ ដែលទទួលបានបន្ទប់ស្នាក់នៅមួយដាច់ដោយឡែកពីគេដូចភ្ញៀវធំដែរ។ តែបើកុមារ

ស្នាក់នៅក្នុងបន្ទប់ជាមួយម្តាយ ឪពុក យើងអាចធ្វើការផ្តល់យោបល់ដោយឲ្យគ្រាន់តែបន្ថែមត្រៃ ឬ ក៏មាននូវការផ្តល់ជូនពិសេសនៅក្នុងករណីនេះ។ កូនតូចដែលមានអាយុក្រោម ២ ឆ្នាំ នឹងមិនត្រូវ បានគិតប្រាក់ទេដូចទៅនឹងគោលការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ផងដែរ។

២.៨.២.៨. ការទាមទារប្រាក់មកវិញ

រាល់ការតវ៉ា និងការប្តឹង ដោយយោងទៅតាមការបង់ប្រាក់ជាជំហានដំបូងរួចរាល់នោះតាម ការចរចា និងយោគយល់គ្នាទៅវិញទៅមក។ នៅក្នុងករណីសម្របសម្រួលនេះនឹងមិនមានការ យល់ព្រមឡើយនូវការតវ៉ា ការទាមទារ ឬនឹងត្រូវផ្តល់សំណងវិញពីការិយាល័យសម្របសម្រួល លើករណីនេះនៅ រៀតណាម កម្ពុជា ឡាវ មីយ៉ាន់ម៉ា ថៃ ឥណ្ឌូនេស៊ី ជប៉ុន ចិន ឬក៏សិង្ហបុរី។ ការ ទាមទារទាំងនឹងត្រូវសរសេរជាលាយលក្ខណ៍អក្សរក្នុងរយៈពេល ៣០ ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីសេវាកម្ម បាន បញ្ចប់។

២.៨.២.៩. ទំនួលខុសត្រូវរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល

អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល តែងតែផ្តល់នូវសេវាកម្មយ៉ាងល្អឥតខ្ចោះនៃចំណេះដឹង និងការបំពេញ ចិត្តទៅកាន់អតិថិជន។ ក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល គឺជាអ្នកឈ្នួញកណ្តាលមួយរវាងភ្នាក់ងារ និង ដៃគូចែកចាយផ្សេងៗទៀតដូចជា សណ្ឋាគារ ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ ក្រុមហ៊ុនដឹកអ្នកដំណើរ ការិយាល័យទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងរាល់ដៃគូដទៃទៀតដែលចុះកិច្ចសន្យា។ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល មិន មានទំនួលខុសត្រូវទៅលើសេវាកម្មដែលខ្លួនបានចែកចាយបន្តទៅកាន់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឡើយ ក្នុងការមានករណីត្រង់ប្រការណាមួយដែលខ្លួនបានលក់ទៅឲ្យដៃគូដទៃក្នុងរូបភាពផ្សេងៗ ដូចជា ការបាត់បង់ គ្រោះថ្នាក់ ការពន្យារពេល ការផ្លាស់ប្តូរកាលវិភាគ ឬករណីផ្សេងៗទៀតដែល មិនមែន ជាទំនួលខុសត្រូវរបស់ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល។

២.៨.១.១០. ដំណើរការនៃការបង់ប្រាក់របស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល

អតិថិជនអាចធ្វើការបង់ប្រាក់បានតាមរយៈប្រាក់សុទ្ធ បណ្ណឥណទាន ឬប្រតិបត្តិការតាម ធនាគារក៏បាន។ ពេលដែលមានការអនុញ្ញាតពីអតិថិជន ឬក៏ភ្នាក់ងារដៃគូអាចផ្ទេរប្រាក់បានតាម ប្រតិបត្តិការហ៊ុនរបស់ធនាគារ ឬផ្ទេរតាមការបញ្ជូលលេខកូដទៅកាន់កុងធនាគាររបស់ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ក៏បានហើយតម្លៃនៃសេវាកម្មផ្ទេរប្រាក់គឺអតិថិជនជាអ្នកចំណាយ។

ខាងក្រោមនេះជាគណនេយ្យធនាគារតែមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ិចហ្សូ ត្រាវែល សម្រាប់បណ្តាប្រទេសផ្សេងៗ ដូចជា វៀតណាម កម្ពុជា ឡាវ មីយ៉ាន់ម៉ា និងឥណ្ឌូនេស៊ី ដែលអាចប្រើប្រាស់បាននូវរូបិយបណ្ណជាដុល្លារ។

គណនេយ្យធនាគារតែមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ិចហ្សូ ត្រាវែល សម្រាប់បណ្តាប្រទេសផ្សេងៗ

Beneficiary	Exotissimo Travel (Singapore) Co. Pte. Ltd
Account No	0003-002810-01-3-022
Bank Name	DBS Bank Ltd Singapore
Bank Address	12 Marina Boulevard, Marina Bay Financial Centre Tower 3, Singapore 018982
DBS SWIFT Bank	DBSSSGSG
Identifier Code (BIC)	DBSSSGSG
Intermediary Bank	The Bank of New York Mellon, New York
Intermediary Bank	IRVTUS3N
Swift	
Currency	USD

គណនេយ្យធនាគារផ្ទាល់ខ្លួននៅតាមប្រទេសនីមួយៗមានដូចខាងក្រោម៖

- វៀតណាម
- ថៃ
- កម្ពុជា
- ឡាវ
- មីយ៉ាន់ម៉ា
- ឥណ្ឌូនេស៊ី
- ជប៉ុន
- ចិន
- ម៉ាឡេស៊ី

- សិក្ខាប្រតិបត្តិ

Beneficiary	EXOTISSIMO TRAVEL VIETNAM JSC
Bank	Citibank N.A., Ho Chi Minh City Branch
Bank Address	Sunwah Tower, 115 Nguyen Hue Boulevard, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam
Account No	0201889014
Swift Code	CITIVNVX
Currency	USD
Beneficiary Address	

២.៨.៣. អតិថិជនគោលដៅ

ថ្វីត្បិតតែក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ អ៊ិចហ្សូរីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល មានអតិថិជនចម្រុះជាតិសាសន៍ ដូចជាក្លឹបមកពី ចក្រភពអង់គ្លេស បារាំង អាឡឺម៉ង់ និងអាមេរិកខាងជើង ជាមួយនឹងការទទួល ភ្ញៀវ ពីបណ្តាប្រទេស អឺរ៉ុប អាមេរិកឡាទីន អាស៊ី និងអាហ្វ្រិក យ៉ាងណាក៏ដោយក្រុមហ៊ុនក៏បាន កំណត់នូវអតិថិជនគោលដៅរបស់ខ្លួនផងដែរ ក្នុងនោះគឺទីផ្សារទេសចរអឺរ៉ុប និងទីផ្សារទេសចរ អាមេរិក ហើយទីផ្សារទេសចរបន្តទៅអនាគត គឺទីផ្សារទេសចរចិន។

២.៨.៤. ដៃគូសហការ និងដៃគូប្រកួតប្រជែង

២.៨.៤.១. ដៃគូសហការ

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ិចហ្សូរី ត្រាវែល មានដៃគូរបស់ខ្លួនជាច្រើនលើសពី ១៦០០ ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍នៅក្នុងបណ្តាប្រទេសទាំងប្រាំមួយ ដើម្បីបង្កើត និងរៀបចំនូវកញ្ចប់សេវាកម្ម របស់ខ្លួនទៅកាន់អតិថិជន រួមទាំងបណ្តាសេវាកម្មបន្ទាប់បន្សំផ្សេងៗទៀត ដើម្បីរកប្រាក់ចំណេញ និងយកមកធ្វើជាផលិតផល ដែលរាល់ដៃគូទាំងនោះរួមមាន៖

- សណ្ឋាគារ, ផ្ទះសំណាក់ និងរាល់បណ្តាអ្នកចែកចាយសេវាកម្មស្នាក់នៅផ្សេងៗទៀត
- ភោជនីយដ្ឋាន
- ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍តាមផ្លូវគោក

- ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍តាមផ្លូវទឹក
- ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍
- ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍
- ការីទេសចរណ៍
- ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ដូចគ្នា។ល។

២.៨.៤.២. វិធានការប្រកួតប្រជែង

មិនថាទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល មានភាពល្បីល្បាញ និងមានទំហំធំប៉ុណ្ណាក្តី នោះទេ ក៏រមែងមាននូវវិធានការប្រកួតប្រជែងជាមួយនឹងផលិតផលដូចជាសេវាកម្មផ្សេងៗផងដែរ។ ដោយ គួរប្រកួតប្រជែងមានដូចជា៖

- ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឥណ្ឌូណាយណាស៊ីស (Indochina Service Travel)
- ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អេចជី (HG Travel)
- ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ហ្វុកខ្លីសអេស៊ី (Focus Asia)
- ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ បាហ្វាឡូ ទូរ (Buffalo Tour)
- ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ីអេស៊ី (Easia Travel) ជាដើម និងបណ្តាក្រុមហ៊ុន ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ផ្សេងៗជាច្រើនទៀតដែលមានសេវាកម្ម និងផលិតផលដែលមាន ការជះឥទ្ធិពលមកលើក្រុមហ៊ុន

២.៨.៤.៣. យុទ្ធសាស្ត្រប្រកួតប្រជែង

រាល់គ្រប់បណ្តាក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ទាំងអស់សុទ្ធតែមាន នូវយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការ លក់ និងការប្រកួតប្រជែងរៀងៗខ្លួន។ ដោយឡែកក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រា វែល ក៏មាននូវយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួនសម្រាប់ដាក់ចេញនូវគោលដៅផងដែរ ក្នុងនោះមានដូចជា៖

- ចេញគោលដៅលក់ឲ្យបានច្រើន
- កំណត់គោលដៅផលិតផល
- ធ្វើផលិតផលឲ្យមានគុណភាព និងសេវាកម្មល្អ
- ធ្វើការកំណត់ថ្លៃ
- ច្នៃបង្កើតផលិតផលថ្មីៗឲ្យមានជាហូរហែរ
- បន្តធ្វើអ្វីដែលល្អៗសម្រាប់អតិថិជន
- យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម

- ទំនាក់ទំនងសាវធាណៈ
- ធ្វើឲ្យអតិថិជនមានទំនុកចិត្ត

២.៨.៥. វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ

- ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ
- ផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈរូបភាព និងសកម្មភាពផ្សេងៗ
- ជ្រើសរើសការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈ Media និងវិភាគព័ត៌មានឲ្យបានច្បាស់លាស់
- បង្កើនភាពយល់ដឹងជាសាធារណៈតាមរយៈខាងក្នុង និងក្រៅអង្គភាព
- សម្របសម្រួលចំពោះព័ត៌មានឆ្លើយតប
- ធ្វើសិក្ខាសាលាវគ្គបណ្តុះបណ្តាលខ្លីៗ។ល។

ជំពូកទី៣

ការសិក្សា និងការវិភាគ
ទៅលើរបកគំហើញរបស់
ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍
អូចហ្សូដឺស៊ីម៉ូ ត្រាវែល

ជំពូកទី៣

ការសិក្សា និងការវិភាគទៅលើរបកគំហើញរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល

៣.១. ការវិភាគទៅលើទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល

បន្ទាប់ពីបានសិក្សាស្រាវជ្រាវនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល និងចុះស៊ើបសួរព័ត៌មានដោយផ្ទាល់ជាមួយថ្នាក់គ្រប់គ្រងផ្នែកធនធានមនុស្ស រួមជាមួយនឹងការប្រមូលបណ្តាកម្រងសំណួរពីនាយកក្រុមហ៊ុន និងបុគ្គលិក ដោយយើងខ្ញុំធ្វើការវាយតម្លៃតាមកម្រងសំណួរ ដែលបានដាក់ទៅក្រុមហ៊ុនមានចំនួន ១០ កម្រងសំណួរ ដែលយើងខ្ញុំអាចដាក់បានទៅកាន់ក្រុមហ៊ុនក្នុងនោះមាន ០៩ កម្រងសំណួរដាក់ជូនបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុន និង០១ កម្រងសំណួរសម្រាប់នាយកក្រុមហ៊ុន។ បន្ទាប់មកយើងខ្ញុំយកព័ត៌មានដែលបានមកពីកម្រងសំណួរទាំងនេះ មកបូកសរុប និងគូសជាតារាង ឬក្រាហ្វិកមកធ្វើការវាយតម្លៃ ទើបធ្វើឲ្យការសិក្សាស្រាវជ្រាវបានបង្ហាញយ៉ាងច្បាស់អំពីដំណើរការ និងការគ្រប់គ្រងទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ដោយឃើញថា ក្រុមហ៊ុនមួយនេះមានការគាំទ្រខ្លាំងខ្លាពីបណ្តាអតិថិជនជាតិ និងអន្តរជាតិ ដែលមានប្រព័ន្ធការងារប្រកបដោយភាពស៊ីចង្វាក់ល្អរួមជាមួយនឹងគោលនយោបាយនៃការដឹកនាំបុគ្គលិកប្រតិបត្តិការងារ គឺមានភាពយ៉ាងល្អឥតខ្ចោះ ដែលនាំមកនូវផលិតផលរបស់ខ្លួនពេញដោយភាពច្នៃប្រឌិត មានគុណភាព និងសេវាកម្មល្អ អមទៅជាមួយនឹងបទពិសោធន៍យ៉ាងពិសេសប្រសប់ក្នុងការរៀបចំចាត់ចែងផលិតផលជូនអតិថិជន។

តារាងទី ១១. សមភាពអ្នកចូលរួមឆ្លើយកម្រងសំណួរ

	កម្រងសំណួរផ្តល់ជូន	កម្រងសំណួរទទួលបាន
នាយកក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ	០១	០១
បុគ្គលិកក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ	០៩	០៩

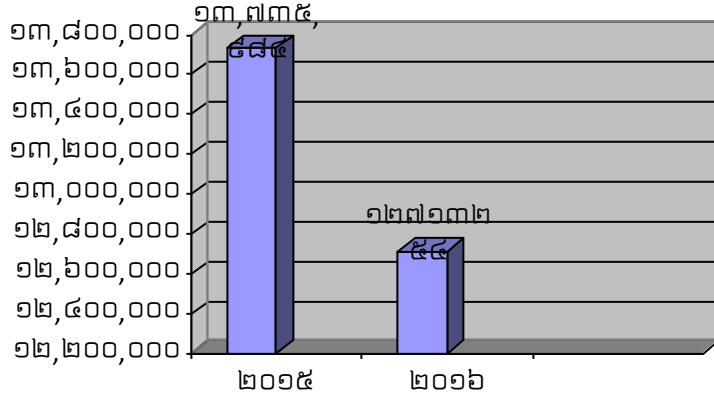
៣.១.១. លទ្ធផលនៃការវិភាគទៅលើទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល

តាមការចុះកម្មសិក្សានៅក្នុងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល កន្លងមកយើងខ្ញុំបានរកឃើញនូវចំនួនភ្ញៀវទេសចរ និងទំហំនៃការលក់របស់ក្រុមហ៊ុនដែលភ្ញៀវបានទិញផលិតផលទេសចរណ៍ និងមកទស្សនានៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាកន្លងទៅតាមរយៈក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ដោយមានការរៀបរាប់ចំនួនពីរឆ្នាំចុងក្រោយដូចខាងក្រោម៖

៣.១.១.១. បរិមាណនៃការលក់ប្រចាំឆ្នាំ ២០១៥ និង២០១៦

- ឆ្នាំ ២០១៥ មានចំនួន ២១៧៧៩ នាក់ លក់បាន ១៣,៧៣៥,៩៨៤ លានដុល្លា
- ឆ្នាំ ២០១៦ មានចំនួន ២១៣១៨ នាក់ លក់បាន ១២,៧១៣,២៥៤ លានដុល្លា

រូបភាពទី ១. ក្រាហ្វិកបរិមាណនៃការលក់ប្រចាំឆ្នាំ២០១៥ និង២០១៦

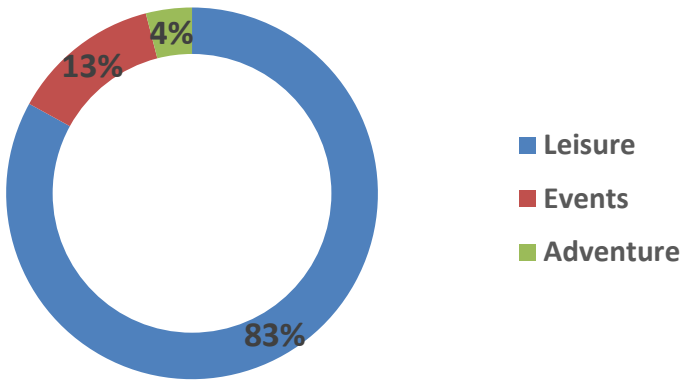


យោងតាមស្ថិតិខាងលើ បញ្ជាក់ថាបរិមាណនៃការលក់នៅឆ្នាំ ២០១៦ មានការធ្លាក់ចុះ បើធៀបទៅនឹងឆ្នាំ ២០១៥។ ការលក់មានការធ្លាក់ចុះដោយសារមានកត្តាមួយចំនួនចូលរួម៖

- មានដៃគូប្រកួតប្រជែងច្រើននៅក្នុងអាជីវកម្មដូចគ្នា
- ស្ថានភាពនយោបាយនៅលើពិភពលោកមានការរីតបន្តិចដែលជាហេតុធ្វើឲ្យប៉ះពាល់ដល់ភ្ញៀវទេសចរដែលធ្វើការកម្សាន្តទេសចរណ៍ជុំវិញពិភពលោក

ហើយក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ក៏បានបែងចែកនូវចំនួនភាគរយទៅតាមប្រភេទនៃភ្ញៀវទេសចរដែលបានមកទស្សនានៅកម្ពុជាផងដែរ តាមរយៈក្រុមហ៊ុន ដែលមានតាំងក្នុងរូបភាពនៃរូបក្រាហ្វិកខាងក្រោម៖

រូបភាពទី ២. ក្រាហ្វិកចំនួនភាគរយនៃប្រភេទភ្ញៀវទេសចររបស់ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល



- ប្រភេទភ្ញៀវទេសចរដែលលំហែកម្សាន្តមាន ៨៣ ភាគរយ (៧០ ភាគរយ ភ្ញៀវរាយ និង៣០ ភាគរយ ភ្ញៀវក្រុម)
- ប្រភេទភ្ញៀវទេសចរដែលព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗមាន ១៣ ភាគរយ
- ប្រភេទភ្ញៀវទេសចរដែលផ្សេងៗមាន ៤ ភាគរយ

៣.២. ការវិភាគ SWOT

ការវិភាគ SWOT គឺជាការរកឲ្យឃើញនូវ ភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយ កាលានុវត្តភាព និងកត្តា គំរាមកំហែងរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីជារបកគំហើញមួយទៅធ្វើការកែប្រែនូវចំណុចខ្វះខាតជាអវិជ្ជមានទៅជាវិជ្ជមាន និងបង្កើតនូវផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីអភិវឌ្ឍអង្គភាពខ្លួនឲ្យបានរឹងមាំ និង ឈរលើទីផ្សារប្រកួតប្រជែងជាមួយដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ខ្លួនប្រកបដោយភាពល្អប្រសើរ។

៣.២.១. ចំណុចខ្លាំង

- មានទុនច្រើនសម្រាប់ការវិនិយោគទៅលើអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន
- មាននូវការគ្រប់គ្រង និងរចនាសម្ព័ន្ធល្អក្នុងការអនុវត្តន៍ប្រតិបត្តិការការងារនៅតាមផ្នែក នីមួយៗប្រចាំថ្ងៃ
- មានការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សនៅក្នុងអង្គការយ៉ាងគាប់ប្រសើរសម្រាប់បុគ្គលិក
- សម្បូរធនធានមនុស្សប្រកបទៅដោយវិជ្ជាជីវៈ
- មានទីផ្សារ និងដៃគូស្គាល់ច្រើនរួមជាមួយនឹងបទពិសោធន៍ដែលមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្អ ល្បីល្បាញជាច្រើនឆ្នាំ
- មានការិយាល័យច្រើនទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេសដែលធ្វើឲ្យអតិថិជន និងបណ្តាដៃគូងាយ ស្គាល់ និងទិញសេវាកម្ម និងធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ
- មានកញ្ចប់សេវាកម្មទស្សនកិច្ច និងផលិតផលដែលមានគុណភាព និងសេវាកម្មល្អរៀបចំ ដោយប្រតិបត្តិករ ដែលមានបទពិសោធន៍ជំនាញប្រកបទៅដោយវិជ្ជាជីវៈ
- មានការិយាល័យនៅតាមបណ្តាប្រទេសជាច្រើនក្នុងការធ្វើការផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារ និងធ្វើការ ទំនាក់ទំនងក្នុងការលក់ផលិតផល
- មានទំនួលខុសត្រូវខ្ពស់ក្នុងការបំពេញការងារ និងបម្រើអតិថិជន
- បែងចែក និងកំណត់ទីផ្សារគោលដៅបានច្បាស់លាស់

៣.២.២. ចំណុចខ្សោយ

- មានការលំបាកក្នុងការចាប់យកទីផ្សារ និងលក់កញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចតាមនាវាទេសចរណ៍ដែលមកទស្សនាកម្ពុជា ជាផលិតផលមួយផ្នែកសម្រាប់រកចំណូលបានច្រើនផងដែរ
- ទំហំការលក់មានការធ្លាក់ចុះជាងឆ្នាំមុនៗដោយសារចំនួនភ្ញៀវមានការធ្លាក់ចុះ
- ទីផ្សារគោលដៅផ្តោតទៅលើតែភ្ញៀវអឺរ៉ុប ដែលជាហេតុធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនមានភ្ញៀវតិច
- កង្វះខាតបុគ្គលិកដែលមានចំណេះដ្ឋកសាសាចិន
- ការជ្រើសរើសបុគ្គលិកពុំទាន់បានអនុវត្តច្បាស់លាស់តាមគោលការណ៍នៃការជ្រើសរើស

៣.២.៣. ភាពសមត្ថភាព

- អាចមានឱកាសទីផ្សារច្រើនក្នុងការចាប់យកភ្ញៀវទេសចរដែលមកពីបណ្តាប្រទេសផ្សេងៗ នៅទ្វីបអឺរ៉ុប និងអាស៊ី តាមរយៈសមត្ថភាពរបស់ខ្លួន
- រាល់បណ្តាទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកដែលផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលទេសចរណ៍ នៅមានកម្រិត
- មានឱកាសទទួលបានប្រាក់ចំណេញច្រើនស្របពេលដែលវិស័យទេសចរណ៍កំពុងមានការរីកចម្រើន
- អាចពង្រីកវិសាលភាពរបស់ខ្លួនទៅបណ្តាប្រទេសផ្សេងៗនៅអាស៊ីបន្ថែមទៀត
- អាចចាប់យកដៃគូសហការ និងចែកចាយផលិតផលបានច្រើន

៣.២.៤. ការគំរាមកំហែង

- ទទួលរងឥទ្ធិពលពីការកែទម្រង់ច្បាប់អាជីវកម្មនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា
- មានគូប្រកួតប្រជែងច្រើននាពេលបច្ចុប្បន្ន
- បញ្ហាអស្ថេរភាពនយោបាយទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេស
- ទីផ្សារមានការកើនឡើង និងធ្លាក់ចុះជានិច្ចកាល
- បម្រែបម្រួលតម្រូវការទីផ្សារទៅតាមរដូវកាលជាហេតុធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនពិបាកបត់បែន
- បម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ និងការបំពុលបរិស្ថាន

សេចក្តីសង្ឃឹម

និងការផ្តល់អនុសាសន៍

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្រោយពីបានធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវតាមរយៈទ្រឹស្តី និងការចុះកម្មសិក្សាដោយផ្ទាល់ស្តីពី “ការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូធីស៊ីម៉ូ ត្រាវែល” ជាមួយប្រធានគ្រប់គ្រងទូទៅនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន បានបង្ហាញពីរបៀបនៃការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនជាច្រើន។ រាល់ការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល គឺមានលក្ខណៈបទដ្ឋាន ហើយក៏ជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលមានប្រវត្តិអាជីវកម្មជាច្រើនឆ្នាំមកហើយនៅតាមបណ្តាប្រទេសអាស៊ី អឺរ៉ុប និងនៅប្រទេសកម្ពុជាដែលទទួលបានការទុកចិត្តពីអតិថិជន និងសម្រេចបាននូវភាពជោគជ័យយ៉ាងខ្លាំងទៅលើវិស័យអាជីវកម្មទេសចរណ៍របស់ខ្លួន។

ម្យ៉ាងវិញទៀត ក្រុមហ៊ុនបានបង្កើតផលិតផល និងសេវាកម្មជាច្រើន ដែលមានភាពទាក់ទាញ ជាពិសេសគ្រប់ប្រតិបត្តិការទាំងអស់របស់ក្រុមហ៊ុន គឺមានទំនួលខុសត្រូវខ្ពស់រាល់សេវាកម្មដែលបានបម្រើដល់អតិថិជនដូចជា ការកក់ ឬទិញសំបុត្រយន្តហោះ ការកក់បន្ទប់ សណ្ឋាគារ ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច និងការធ្វើទិដ្ឋាការជាដើម។ លើសពីនេះទៅទៀតក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល មានយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រង និងបែងចែកទីផ្សាររបស់ខ្លួនបានយ៉ាងល្អ ដោយធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយដៃគូសហការជាច្រើនមិនថាក្នុង និងក្រៅប្រទេសឡើយ។ ជាពិសេសនៅឆ្នាំ២០១៥ ក្រុមហ៊ុនក៏បានទទួលបណ្ណសរសើរពី Travel Life ដែលជាក្រុមហ៊ុនគ្រប់គ្រងគោលដៅធំជាងគេនៅអាស៊ី។ កត្តាទាំងនេះហើយ ទើបធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុននេះទទួលបានជោគជ័យ និងការគាំទ្រពីអតិថិជន និងទទួលបាននូវលទ្ធផលល្អគួរឲ្យកត់សម្គាល់។ ដូច្នេះយើងខ្ញុំអាចវាយ តម្លៃបានថា ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល មានដំណើរការអាជីវកម្មល្អប្រសើរ ដែលជាគំរូសម្រាប់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដទៃទៀតផងដែរ។

ទោះបីយ៉ាងណាក្តី ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ក៏នៅពុំទាន់ជោគជ័យទាំងស្រុងក្នុងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួននោះទេ ដោយបញ្ហាទាំងនោះបានកើតឡើងដោយសារតែក្រុមហ៊ុនមាននូវចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនផងដែរដូចជា ពុំបានអនុវត្តទៅតាមដំណើរការនៃការជ្រើសរើសបុគ្គលិក និងមានដៃគូប្រកួតប្រជែងច្រើននាពេលបច្ចុប្បន្ន។

២. ការផ្តល់អនុសាសន៍

តាមរយៈការសិក្សាស្រាវជ្រាវលើប្រធានបទស្តីពី “ការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សង់ដ៍ស៊ីម៉ូ ត្រាវែល” បានឲ្យយើងខ្ញុំដឹងថា ក្រុមហ៊ុននៅមានចំណុចខ្វះខាតរបស់ខ្លួនមួយចំនួនផងដែរ។ ដើម្បីជាមតិយោបល់ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍អង្គភាព និងការត្រិះរិះពិចារណាដែលជាគំនិតមួយបង្កើនឲ្យទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍នេះកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព និងដំណើរការប្រតិបត្តិការល្អ ទីភ្នាក់ងារគួរពិចារណាលើចំណុចមួយចំនួនដូចរៀបរាប់ខាងក្រោម៖

- ស្វែងរកទីផ្សារក្រៅពីទីផ្សារអឺរ៉ុប ដើម្បីមានសន្ទុះក្នុងការលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ខ្លួន
- បង្កើន និងអភិវឌ្ឍផលិតផលរបស់ខ្លួនឲ្យកាន់តែមានគុណភាពសម្រាប់អតិថិជន
- បង្កើនសេវាកម្មរបស់ខ្លួនឲ្យកាន់តែមាន ភាពជឿជាក់ ភាពមានទំនួលខុសត្រូវ និងភាពកក់ក្តៅទៅកាន់អតិថិជន
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែផ្តល់ឯកសណ្ឋានដល់បុគ្គលិកដើម្បីដំណាងឲ្យក្រុមហ៊ុនស្លៀកពាក់ក្នុងពេលបំពេញការងារ
- ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ បញ្ចូលព័ត៌មានផលិតផលសេវាកម្មថ្មីៗ ឲ្យបានទូលំទូលាយ និងឲ្យអតិថិជនងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរក
- គួរតែរៀបចំបង្កើតកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចក្រៅស្រុកឲ្យបានច្រើនដើម្បីបង្កើនទំហំនៃការលក់
- គួរតែរៀបចំបង្កើតកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចបែបផ្សេងទៀតឲ្យបានច្រើន

ឯកសារយោង

ឯកសារយោង

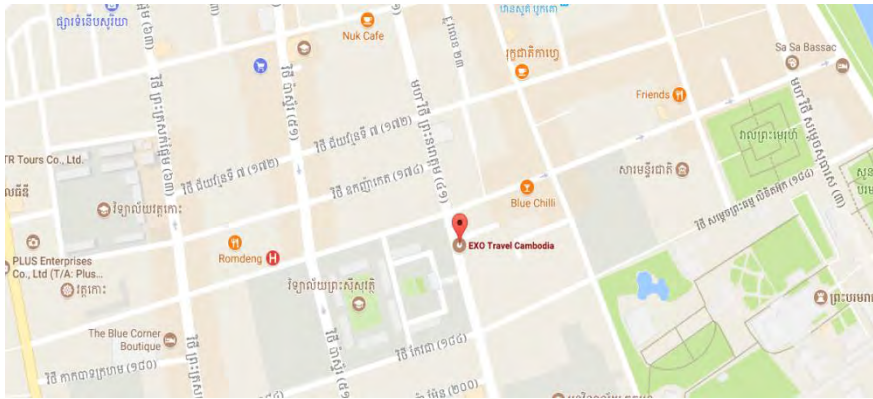
ឯកសារស្រាវជ្រាវជាខេមរភាសា

១. រៀបរៀងដោយក្រុមសាស្ត្រាចារ្យពាណិជ្ជសាស្ត្រ “សេចក្តីផ្តើមអាជីវកម្ម” ២០១១-២០១២
២. ច្បាប់ស្តីពី “ទេសចរណ៍” ចុះថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០០៩
៣. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី “ការគ្រប់គ្រងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍” ឆ្នាំ២០១២
៤. សាស្ត្រាចារ្យ ច្រឡឹង សុមេធា, យ៉ែម ច័ន្ទវិទូ, វ៉ាត់ វ៉ាន់រីរៈ “ការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍” ២០១២
៥. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជីវ សុងហាក់, ទឹម សុផា “ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត” ភ្នំពេញ ឆ្នាំ២០០៤
៦. បណ្ឌិត ឈុន ពហុ, ហុង វណ្ណៈ, អនុបណ្ឌិត ជា ស៊ីថា និងសាំងចន្ទ “សេចក្តីផ្តើមទេសចរណ៍” ឆ្នាំ២០១៤
៧. បណ្ឌិត សួនវ៉ានី, ស៊ុតតារា, យន ច័ន្ទសុផី “ទេសចរណ៍បច្ចេកទេស និងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម”
៨. សាស្ត្រាចារ្យ ច្រឡឹង សុមេធា, វ៉ាត វ៉ាន់រីរៈ, ស៊ូ គឹមព្រីទ្វា “ទេសចរណ៍” ២០១១
៩. សាស្ត្រាចារ្យ ឡាយ គង់ “ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស” ២០១៣-២០១៤

វចនានុក្រមខ្មែរ

១. វចនានុក្រមខ្មែរអេឡិចត្រូនិច

ଉପସମ୍ପୁରଣ ୧



ឧបសម្ព័ន្ធទី២

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣

ଅପସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣତା

ការកិច្ចរបស់ពេទ័យកម្ពុជាន

(ឧកស្រង់ពិធីអន្តរជាតិលេខ ២២ ក្រ.ម ចុះថ្ងៃទី ១៤-០៦-១៩៨៩)

មាត្រា ១៣ ៖ អាជីវកម្មមានការកិច្ចដូចតទៅ ៖

- ក- ប្រកាសឱ្យស្មោះត្រង់ ចំពោះអង្គការពន្ធដែលស្ថិតនៅកន្លែងប្រកបអាជីវកម្មយ៉ាងយឺតបំផុត ១០ ថ្ងៃ មុនពេលចាប់ផ្តើមប្រកបអាជីវកម្ម។
- ខ- ប្រកាសឱ្យអង្គការពន្ធដឹង អំពីស្ថានភាពអាជីវកម្មតាមតំរូវ និង រយៈពេលដែលអង្គការពន្ធ បានកំណត់។
- គ- ប្រកាសឱ្យអង្គការពន្ធដឹង ក្នុងករណីមានការកែប្រែកិច្ចការប្រកបអាជីវកម្មដូចជា៖ ផ្លាស់ប្តូរ, ប្តូរទីកន្លែង, ប្តូរមុខរបរ, ពង្រីកមុខរបរ។
- ឃ- បង់ឱ្យគ្រប់ នូវចំនួនប្រាក់ពន្ធជាតង់តាមរយៈពេលកំណត់របស់អង្គការពន្ធ។ ក្នុងករណី ដែលមានការគវ៉ា អំពីចំនួនប្រាក់ពន្ធដែលត្រូវបង់ អាជីវករត្រូវតែបង់ឱ្យគ្រប់តាមចំនួន និងតាមកំណត់ពេលរបស់អង្គការពន្ធ ក្នុងពេលរង់ចាំការដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា។

មាត្រា ១៤ ៖ ក្រោយពេលបង់ពន្ធ អាជីវកម្មមានត្រូវបានទទួលប័ណ្ណជាតង់។ ប័ណ្ណជាតង់នេះមានតម្លៃ ចំពោះអ្នកដែលមានឈ្មោះក្នុងប័ណ្ណជាតង់តែប៉ុណ្ណោះ។ អាជីវករមិនអាចឱ្យខ្ចី ឬផ្ទេរឱ្យអ្នកដទៃដោយគ្មានការអនុញ្ញាតពីអង្គការពន្ធបានឡើយ។ នៅពេលឈប់ប្រកបអាជីវកម្ម អាជីវករត្រូវប្រគល់ប័ណ្ណជាតង់ឱ្យអង្គការពន្ធវិញ។

មាត្រា ១៥ ៖ អាជីវកម្មមានអចលិតត្រូវល្អរប័ណ្ណជាតង់នៅមាត់ទ្វារចូលនៃអាគារលក់ដូរ រោងចក្រ រោងជាងផលិត។ ប្រសិនបើទៅលក់ដូរនៅក្រៅកន្លែងដែលបានសុំប្រកបអាជីវកម្ម អាជីវករត្រូវសុំអង្គការពន្ធ ឱ្យចេញលិខិតបញ្ជាក់ថា៖ បានបង់ពន្ធជាតង់ហើយ ដើម្បីនាំតាមខ្លួន។ លិខិតបញ្ជាក់នេះ មានតម្លៃតែមួយដង ឬក្នុងរយៈពេលមួយមានកំណត់។

ଅଧ୍ୟାୟ



ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
MINISTRY OF COMMERCE

លេខ(No) MOC-60588328 ព.ព. ច.ច



ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ព្រះមហាក្សត្រ
KINGDOM OF CAMBODIA
NATION RELIGION KING
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

វិញ្ញាបនបត្រ

បញ្ជាក់ការចុះឈ្មោះក្នុងបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម

CERTIFICATE OF INCORPORATION

នាមករណ៍	ឈ្មោះស្ថាប័ន (ខេមបូឌា) ខូ អិលធីឌី
NAME	EXOTISSIMO TRAVEL (CAMBODIA) CO., LTD
ចុះបញ្ជីក្រោមលេខ	00004473
REGISTRATION NUMBER	
អត្តលេខចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម	Co. ៩២២ ៩២០០០
ORIGINAL REGISTRATION NUMBER	
កាលបរិច្ឆេទចុះក្នុងបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម	11 តុលា 2000
INCORPORATION DATE	11 October 2000
ត្រូវបានទទួលស្គាល់ថាជា:	ក្រុមហ៊ុនឯកជនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត
IS ACKNOWLEDGE AS:	Private Limited Company

ស្ថិតក្រោមបទបញ្ញត្តិនៃច្បាប់ស្តីពីការពាណិជ្ជកម្មនិងបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម
ច្បាប់ស្តីពីសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម ក្រុមហ៊ុនឯកជន និងក្រុមហ៊ុនស្នាក់
ដែលមានជាធរមាននៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។
UNDER THE REGULATIONS OF COMMERCIAL RULES AND
REGISTER LAW, COMMERCIAL ENTERPRISES LAW, CIVIL
CODE AND PENAL CODE OF THE KINGDOM OF CAMBODIA



ភ្នំពេញ, 11 តុលា 2000
PHNOM PENH, 11 OCTOBER 2000
នាយកក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
E. MINISTER OF COMMERCE

នាយករដ្ឋមន្ត្រី
SECRETARY OF STATE

អ៊ឹម ស៊ីថា
Sim Sitha

ଅଧ୍ୟାୟ



Mr. Meng Hieng
Managing Director

Mr. Pierre-Andre Romano
General Manager
Managaina Director

PNH-MAIN OFFICE
68 Staffs

H.R & ADMIN DEP
Mr. Thong Ponlok
HR & ADMIN
Manager

H.R & ADMIN DEP
Mr. Thong Ponlok
HR & ADMIN
Manager

ACC & FINAN DEP
Mrs. Ngoun Kimleang
Finan Controller

Mr. Chhorn Chhakhdeith
Acc. Manager

INBOUND DEP
Ms. Srey Samphoas
Inbound Manager

FRENCH MARKET
Ms. Tea Sokbouy Sup

US & SPAIN MARKET
MS. Sith Sinoun SUP

GERMAN MARKET
Ms. Sang Kosal SUP

LUXURY TRAVEL/NA
Mr. Sok Chamroen Manager

TICKETING
Ms. Vouchleng TK Officer

EVENTS DEP
Mr. Phan Sophea Manager

GENERAL ENG MARKET
Ms. Sokha Mout
General ENG DEP Manager

AUDLEY
Ms. Kuy Pisey UK Market Sup

ENG
Ms. Veasna Sambath
Eng DEP Sup

TRAIL FINDER
Mr. Mean Sabby Sr TC

UK & ANZ
Ms. Ly Botrey
Sr TC

OUTBOUND DEP
Mr. Em Sokan
Ticketing & Res Officer

US EMBASSY TRAVEL
DESK

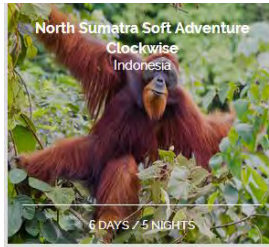
TOUR PLAN
Mr. Ouk Saran

IT DEP
Mr. Chhorn Manh
IT Sup

CONTRACTING DEP
Mr. Sok Chamroen
Contracting Manager

PRODUCT & DIRECT SALE
DEP
Mr. Christopher Product
Manager


ឧបសម្ព័ន្ធទី៧



ଅପସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣତା

Itinerary

Cambodia Discovery - 7 Days / 6 Nights

DAY 1 - Arrive in Phnom Penh  MEALS [D]

 Phnom Penh Airport - Phnom Penh (11 km): 20 mins

Welcome to Phnom Penh!

Despite its recent (turbulent) history, Cambodia's capital was once considered one of the most beautiful cities in the Orient. Still retaining much of its former colonial charm, Phnom Penh boasts wide, tree-lined boulevards and many colonial-era buildings reflecting its more glorious days.

Upon arrival in Phnom Penh, our driver and local English speaking guide will be waiting to provide transport to the hotel for check in.

Enjoy some free time to relax and freshen up after the flight before enjoying dinner at Malis Restaurant, one the best Khmer fine dining restaurants in the capital.

Overnight in Phnom Penh.

DAY 2 - Phnom Penh  MEALS [BIL]

This morning, gain some insight into Cambodia's recent dark history on a visit to the Tuol Sleng Genocide Museum. Taken over by the Khmer Rouge, this former high school was converted into a detention and torture center known as 'S-21'. Equally as harrowing are the Killing Fields of Choeung Ek. Both are grim, but important visits that allow one to dig below the surface and understand present day Cambodia better. After learning about some of Cambodia's tragic past, spend some time getting acquainted with modern day Cambodia.

Not far from Stung Meanchey, pay a visit to the humanitarian organization Pour un Sourire d'Enfant (for the smile of a child), providing education and job training to street children who once relied on scavenging the municipal dump. Whilst a visit to the school is not included (to avoid disruption to the learning process) there is time to visit the centre's shop to buy some souvenirs, followed by lunch at Le Lotus Blanc (the center's training restaurant).

(Note: Le Lotus Blanc is usually closed during national holidays and for the entire month of April over the Khmer New Year holiday.)

After lunch head back to the hotel and embark on a cyclo tour through the most remarkable sights of Phnom Penh. Begin first with a visit to the Royal Palace, followed by the Silver Pagoda, named for the over 5,000 heavy silver tiles that cover its floors. Its original name is Wat Prakeo, meaning Temple of the Emerald Buddha; the temple is known for its collection of Buddhas in gold, silver, crystal, and bronze.

Continue on to the National Museum, housing the world's foremost collection (over 5,000 pieces) of ancient Khmer artistic, archaeological, and religious artifacts from the 4th to the 13th centuries. Wrap up the tour with a visit to the hilltop Wat Phnom temple, the founding place of the city.

Back in town, relax with some sunset drinks at the renowned Foreign Correspondents' Club located on the Riverside. The building is a colonial gem with great views of the confluence of the Upper Mekong, Lower Mekong, Bassac and Tonle Sap rivers. Overnight in Phnom Penh.

DAY 3 - Tonlé Sap Boat Tour MEALS [BIL]

Begin the morning with a boat trip along Cambodia's Tonle Sap River. A private, wooden vessel will provide some insight into this lifegiving region of the country; a part of Phnom Penh rarely visited by other travelers.

Travel north along the river, passing many floating villages and fishing stations along the way. Spot pagodas, mosques, and Chinese temples, and pay a visit to some local villages. One of the most intriguing villages belongs to the people of Koh Chen. The so-called 'Silver Island', this village specializes in silver and copper smithing.

After lunch (served on board), return to Phnom Penh by boat in the afternoon. Spend the rest of the day browsing through the colourful markets of Phnom Penh. Visit the art-deco Central Market, one of the largest markets in Cambodia, selling clothes, souvenirs, jewellery, and food. Next, visit the Russian Market, the best place in the city for wood and stone carvings, jewellery, clothes and Cambodian silk souvenirs.

Overnight in Phnom Penh.

DAY 4 - Phnom Penh - Siem Reap MEALS [B]

 Phnom Penh – Siem Reap (320 km): 7hr

After an early breakfast, transport will head overland to Siem Reap (duration 7 hours)- the gateway to the majestic temples of Angkor. A little outside of Phnom Penh, stop in the town of Skuon to see their most famous speciality being sold: deep-fried tarantula! A favourite snack of many Cambodians, many buses and pick-ups stop at the market to buy a bag of the "ch'ngain" (tasty) eight-legged creatures. The spiders are caught in the soft ground of

the surrounding countryside and dug out of their burrows. After a short stop continue to Siem Reap.

Upon arrival, check into the hotel. Enjoy a break at the hotel before embarking on the first Angkor discovery tour.

After relaxing at the hotel, head out for a guided tour of the Angkor National Museum. This interactive museum showcases artifacts from the Golden Era of the Khmer Empire by use of multimedia technology.

Overnight in Siem Reap.

DAY 5 - Siem Reap  MEALS [B]

 Siem Reap – Temples (06 km): 10 mins

Head into the actual Angkor complex today with a visit to the Roluos Group. Roluos is the site of an ancient center of Khmer civilization known as Hariharalaya, built by the Angkorian kings in the 8th and 9th century. Roluos consists of three main temples: Bakong, Lolei, and Preah Ko. In addition to the temples, enjoy a trip through the surrounding countryside (paddy fields and sugar palm trees) aboard an ox-cart ride, a fun way to get in touch with rural Cambodia and its friendly people.

The final destination is Roluos Pagoda, where Buddhist monks will perform a private blessing ceremony, wishing health and safe journeys – a memorable experience!

Take a break around midday back at the hotel. In the afternoon visit the ancient city of Angkor Thom, the last capital of the Great Khmer Empire under the reign of Jayavarman VII. Enter the city through the ancient South Gate before heading onwards to Bayon Temple in the exact center of the city. This 12th century masterpiece is known for its 54 faced-carved towers, Terrace of the Elephants, and Terrace of the Leper King.

Overnight in Siem Reap.

DAY 6 - Siem Reap  MEALS [BID]

 Siem Reap – Temples (06 km): 10 mins

Begin the day with a tour of some different Angkor temples, exploring the Small Circuit via local 'remork' (similar to the Thai tuk tuk). The most illustrious of these temples is the 12th century Ta Prohm. Ta Prohm is unique in the fact that it has been left largely as it was found: overgrown by jungle trees and vines, with many parts of the temple crumbling to the ground. It is by far one of the most picturesque and memorable of the Angkor temples. The visit will also include Banteay Kdei, a Buddhist monastery from the late 12th Century, and Srah Srang, also known as the "pool of ablutions".

Return to the hotel for a break during the midday heat.

In the afternoon, set out to visit the legendary Angkor Wat. Built during the reign of King Suryavarman II in the early 12th century, Angkor Wat was constructed following the model of the temple mountain symbolizing Mount Meru, the home of the gods. Inside the temple, the walls are covered with stone carvings, bas-reliefs, and over 2,000 Aspara dancers. Construction of this national icon (found on the Cambodian flag) is thought to have taken around thirty years of intensive labor to complete.

As this is the last evening in Cambodia, a Khmer farewell dinner accompanied by traditional Apsara dance will be an experience to remember.

Overnight in Siem Reap.

DAY 7 - Departure Siem Reap  MEALS [B]

 Siem Reap - Siem Reap Airport (8 km): 15 mins

Enjoy the day at leisure.

Depending on the departing flight time, spend the morning exploring Siem Reap's colorful markets. Visit Artisans d'Angkor, established to support Cambodian arts and crafts, and to

help young people find work in their local villages by continuing the practice of traditional arts. Discover how wood and stone carvings, lacquering, gilding, and silk paintings are created.

Transport will be provided to the airport for the individual onward flight. (Note: based on midday/afternoon departures).

IMPORTANT INFORMATION

Services

Our services include:

- Accommodation in a shared twin or shared double room in selected hotel
- Meals as mentioned (B= Breakfast, L= Lunch, D= Dinner)
- English speaking local guide (for other languages supplements apply),
- Tours and transfers as mentioned by private air conditioned vehicle unless stated otherwise
- Entrance fees for mentioned visits
- Boat trip as indicated in itinerary
- Daily drinking water and cold towels

Our services do not include:

- Visa for Cambodia (Visa issued on arrival for most nationalities, USD30/pax, please bring 1 passport photo)
- Any surcharge/extra fees for visit of the Angkor Historical site imposed by the Apsara Authorities in Siem Reap which are subject to change without prior notice
- Other meals than mentioned
- International and Domestic Flights
- Camera/video entrance fees
- Personal expenses (drinks, laundry, telephone, tips etc)
- Travel insurance including recommended helicopter evacuation for Cambodia

- Other services not clearly indicated in the package inclusions above

Notes

[© 2000-17 EXO TRAVEL ALL RIGHTS RESERVED](#)

ଉପସଂହୃତୀ

កម្រងសំណួរស្រាវជ្រាវ

ស្តីអំពីការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ “ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ”

យើងខ្ញុំជានិស្សិតផ្នែក ទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ឆ្នាំទី៤ ជំនាន់ទី៣ សូមជំរាបសុំការអនុញ្ញាតពីលោកប្រធានក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល និងសូមលោកមេត្តាផ្តល់នូវពេលវេលាជ័យជំនះ ដើម្បីជួយឆ្លើយ និងផ្តល់ព័ត៌មានមួយចំនួនដល់យើងខ្ញុំតាមកម្រងសំណួរខាងក្រោមដោយក្តីអនុគ្រោះ។

បញ្ជាក់: ព័ត៌មានដែលទទួលបានពីការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ គឺសម្រាប់ជាគោលដៅនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវតែប៉ុណ្ណោះ។

កម្រងសំណួរ

១. តើក្រុមហ៊ុនរបស់លោកបង្កើតឡើងនៅពេលណា? ថ្ងៃទី.....ខែ.....ឆ្នាំ..... និងមានដើមទុនប៉ុន្មាន?.....
២. តើក្រុមហ៊ុន អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល មានសាខាដែរឬទេ? មាន មិនមាន
មានប៉ុន្មានសាខានៅកម្ពុជា?..... នៅទីណា?..... អ្នកណាជាអ្នកគ្រប់គ្រង?..... សាខានោះបើកនៅពេលណា? ថ្ងៃទី.....ខែ.....ឆ្នាំ.....
៣. តើក្រុមហ៊ុនរបស់លោកមានទម្រង់ជាក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មប្រភេទណា?
 ឯកកម្មសិទ្ធិ សហកម្មសិទ្ធិទូទៅ សហកម្មសិទ្ធិមានកំណត់
 ទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត សាជីវកម្មឯកជន
៤. បុគ្គលិកដែលបំរើការងារក្រុមហ៊ុនទាំងអស់មានចំនួនប៉ុន្មាននាក់? បុរស..... នាក់ ស្រី..... នាក់
៥. តើការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធការងារក្នុងក្រុមហ៊ុនមានយ៉ាងដូចម្តេច?

.....
.....
.....

៦. ផ្នែកនីមួយៗនៃរចនាសម្ព័ន្ធការងារ មានតួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវអ្វីខ្លះ?

.....
.....
.....
.....

៧. តើក្រុមហ៊ុនជ្រើសរើសបុគ្គលិកតាមរបៀបណា?

- ការប្រកាសជ្រើសរើស
- តាមរយៈស្គាល់គ្នា
- សាច់ញាតិ
- ការណែនាំពីមិត្តភក្តិ

៨. តើក្រុមហ៊ុនមានកំណត់លក្ខខណ្ឌអ្វីខ្លះចំពោះបុគ្គលិកមុនពេលបំរើការងារ?

.....
.....

៩. តើក្រុមហ៊ុនលោកមានដែលលើកឡើង ឬអនុវត្តគោលការណ៍បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកដែរ ឬយ៉ាងណា?

- មាន
- មិនមាន

១០. ក្រៅពីប្រាក់បៀវត្សប្រចាំខែ តើក្រុមហ៊ុនមានផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តអ្វីផ្សេងទៀត ដល់ បុគ្គលិកដែលរួមទេ?

- មាន
- មិនមាន

មូលហេតុអ្វី.....

១១. វិធានការអ្វីខ្លះដែលក្រុមហ៊ុនធ្លាប់អនុវត្តដើម្បីរក្សានូវសុវត្ថិភាព និងសុខភាពរបស់បុគ្គលិក?

.....
.....

១២. តើក្រុមហ៊ុនលោក មានបំរើសេវាកម្មអ្វីខ្លះ?

សំបុត្រយន្តហោះ សំបុត្រយន្តហោះក្នុងស្រុក សំបុត្រយន្តហោះជាលក្ខណៈ អន្តរជាតិ

ខ្សែទស្សនៈកិច្ច Domestic Tour Outbound Tour

Inbound Tour Incentive Tour

សំបុត្ររថយន្ត សំបុត្ររថយន្តក្នុងស្រុក សំបុត្ររថយន្តអន្តរជាតិ

លក់សំបុត្រកាណូត ប្តូររូបិយប័ណ្ណ លក់សំបុត្រទស្សនាផ្សេងៗ

ធ្វើទំនិញ ជួលរថយន្ត ធ្វើទិដ្ឋាការ និងលិខិតឆ្លងដែន

លក់បន្ទប់សេវាកម្មស្នាក់នៅ លក់សេវាកម្មម្ហូបអាហារ នឹងភេសជ្ជៈ

១៣. សេវាកម្មមួយណាក្នុងចំណោមនេះដែលជាសេវាកម្មចម្បងសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន?

.....
.....

១៤. តើនរណាជាអតិថិជនគោលដៅ?.....

១៥. តើអ្នកណាខ្លះដែលជាដៃគូរបស់អ្នក?

.....
.....

១៦. តើសំបុត្រយន្តហោះដែលក្រុមហ៊ុនលោកលក់បានទិញតាមមធ្យោបាយអ្វីខ្លះ?

➢ ការទិញស្តុកទុកពីក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍:

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Royal Phnom Penh Airway | <input type="checkbox"/> Dragon Air | <input type="checkbox"/> Siem Reap Airways |
| <input type="checkbox"/> Basaka Air | <input type="checkbox"/> Bayon Air | <input type="checkbox"/> Cambodia Angkor Air |
| <input type="checkbox"/> Thai Airway | <input type="checkbox"/> Bangkok Airway | <input type="checkbox"/> Vietnam Airway |
| <input type="checkbox"/> China Eastern | <input type="checkbox"/> Jet Star | <input type="checkbox"/> Qata Airline |
| <input type="checkbox"/> China Southern Airline | <input type="checkbox"/> Silk Air | <input type="checkbox"/> Eva Air |
| <input type="checkbox"/> Nippon Air | <input type="checkbox"/> Malaysia Airline | <input type="checkbox"/> Air France |

➢ ការទិញតាមកិច្ចសន្យាពីក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Royal Phnom Penh Airway | <input type="checkbox"/> Dragon Air | <input type="checkbox"/> Siem Reap Airways |
| <input type="checkbox"/> Basaka Air | <input type="checkbox"/> Bayon Air | <input type="checkbox"/> Cambodia Angkor Air |
| <input type="checkbox"/> Thai Airway | <input type="checkbox"/> Bangkok Airway | <input type="checkbox"/> Vietnam Airway |
| <input type="checkbox"/> China Eastern | <input type="checkbox"/> Jet Star | <input type="checkbox"/> Qata Airline |
| <input type="checkbox"/> China Southern Airline | <input type="checkbox"/> Silk Air | <input type="checkbox"/> Eva Air |
| <input type="checkbox"/> Nippon Air | <input type="checkbox"/> Malaysia Airline | <input type="checkbox"/> Air France |

ផ្សេងៗ.....

ទិញសំបុត្រតាមរយៈការចូលជាសមាជិកសមាគមន៍ IATA

១៧. ក្នុងរដូវកាល ២០១៦ និង២០១៧ តើទំហំលក់របស់ក្រុមហ៊ុនមានប៉ុន្មាន?

- | | |
|---------------------------------|--|
| ⊙ សំបុត្រយន្តហោះក្នុងស្រុក..... | ⊙ សំបុត្រយន្តហោះជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ..... |
| ⊙ Domestic Tour..... | ⊙ Outbound Tour..... |
| ⊙ Inbound Tour..... | ⊙ Incentive Tour..... |
| ⊙ សំបុត្ររថយន្តក្នុងស្រុក..... | ⊙ សំបុត្ររថយន្តក្រៅស្រុក..... |
| ⊙ លក់សំបុត្រកាណូត..... | ⊙ លក់សំបុត្រទស្សនាផ្សេងៗ..... |
| ⊙ ប្តូររូបិយប័ណ្ណ..... | ⊙ ផ្ញើទំនិញ..... |

័ ធ្វើទិដ្ឋាការ និងលិខិតឆ្លងដែន..... ័ ជួលរថយន្ត.....

័ លក់បន្ទប់សេវាកម្មស្នាក់នៅ..... ័ លក់សេវាកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈ.....

១៨. តើក្រុមហ៊ុនមានគោលការណ៍លើកទឹកចិត្តដល់អតិថិជនដែរឬទេ? មាន មិនមាន

ហើយអតិថិជនប្រភេទណាដែលត្រូវលើកទឹក

ចិត្ត?.....

.....

យើងខ្ញុំសូមគោរព និងថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះលោក ប្រធានក្រុមហ៊ុន អ្នកគ្រប់គ្រង រួមទាំងបុគ្គលិកទាំងអស់ នៃក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ដែលបានផ្តល់ នូវពេលវេលាដ៏មានតម្លៃក្នុងការផ្តល់ព័ត៌មាន ដែលចាំបាច់បំផុតសម្រាប់ការសរសេររបាយការណ៍បញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញបត្រទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋាររបស់យើងខ្ញុំ។

សូមលោក និងបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុនទាំងអស់ បានជួបប្រទះតែសេចក្តីសុខ សុភមង្គល និងប្រកបដោយភាពជោគជ័យគ្រប់ពេលវេលា។

សូមអរគុណ!

ଅଧ୍ୟାୟ ୧୦

គម្រោងសំណួរស្រាវជ្រាវ

ស្តីអំពីការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការទីផ្សារទេសចរណ៍ “ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ”

យើងខ្ញុំជានិស្សិតផ្នែក ទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ឆ្នាំទី៤ ជំនាន់ទី៣ សូមជំរាបសុំការអនុញ្ញាតពីលោក លោកស្រី អ្នកនាងកញ្ញា ដែលជាបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល និងសូមមេត្តាផ្តល់នូវពេលវេលាដ៏មានតម្លៃដើម្បីជួយឆ្លើយ និងផ្តល់ព័ត៌មានមួយចំនួនដល់យើងខ្ញុំ តាមកម្រងសំណួរខាងក្រោមដោយក្តីអនុគ្រោះ ។

សូមលោកអ្នកគូស វាចម្លើយរបស់អ្នក និងបំពេញនូវចន្លោះ (.....)

បញ្ជាក់: ព័ត៌មានដែលទទួលបានពីការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ គឺសម្រាប់ជាគោលដៅនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវតែប៉ុណ្ណោះ។

(ID)

អាយុ.....

ភេទ ប្រុស , ស្រី

១. តើលោកអ្នកមានមុខងារអ្វីក្នុងក្រុមហ៊ុន?

- ប្រធានផ្នែកកក់សំបុត្រ ផ្នែក Tour បុគ្គលិកកក់សំបុត្រ
- អ្នកទទួលភ្ញៀវ គណនេយ្យករ ផ្នែកទិដ្ឋាការ
- ផ្សេងៗ

២. តើលោកអ្នកមានកម្រិតវប្បធម៌ណា? (ចម្លើយជ្រើសបានតែមួយ)

- ចប់បឋមសិក្សា អនុវិទ្យាល័យ ចប់មធ្យមសិក្សា
- មធ្យមសិក្សាឯកទេស បញ្ចប់ឧត្តមសិក្សា ផ្សេងៗ.....

៣. តើលោកអ្នកបានចូលមកធ្វើការនៅពេលណា? ថ្ងៃទី..... ខែ..... ឆ្នាំ.....

៤. តើលោកអ្នកចូលមកធ្វើការបានតាមរយៈអ្វី? (ចម្លើយជ្រើសបានតែមួយ)

- បងប្អូនសាច់ញាតិម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន
- ការជ្រើសរើសដោយមានការសម្ភាសន៍
- តាមរយៈមិត្តភក្តិ
- ផ្សេងៗ.....

៥. តាមរយៈព័ត៌មានអ្វីខ្លះដែលអ្នកទទួលបានដំណឹងពីការជ្រើសរើសបុគ្គលិក?(ចម្លើយជ្រើសបានតែមួយ)

- តាមរយៈកាសែត
- ការបំពេញប្រកាសតាមសាលារៀនក្នុងការងារ
- ទូរទស្សន៍ និងវីដេអូ
- តាមរយៈបុគ្គលិកចាស់
- ផ្សេងៗ.....

៦. មុនពេលចូលធ្វើការ តើលោកអ្នកត្រូវបានគេធ្វើតេស្ត ឬសម្ភាសន៍ទេ?

- បាទ/ចាស
- ទេ

៧. តើឯកសារអ្វីខ្លះដែលអ្នកប្រគល់ជូនក្រុមហ៊ុនដើម្បីចូលបម្រើការងារ? (ចម្លើយអាចជ្រើសបានច្រើន)

- ប្រវត្តិរូបផ្ទាល់ខ្លួន
- លិខិតបញ្ជាក់ពីសាលាឬកន្លែងការងារចាស់
- លិខិតបញ្ជាក់សុខភាព
- ពាក្យសុំបំរើការងារ
- ផ្សេងៗ.....

៨. តើលោកអ្នកធ្លាប់បានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលដែរឬទេ?

- បាទ/ចាស
- ទេ

៩. តើវិធីណាខ្លះដែលអ្នកធ្លាប់ទទួលបាននូវការបណ្តុះបណ្តាល? (ចម្លើយអាចជ្រើសបានច្រើន)

- បង្រៀនលក្ខណៈទ្រឹស្តី
- បញ្ជូនទៅរៀននៅស្ថាប័នណាមួយ
- អនុវត្តការងារផ្ទាល់
- បណ្តុះបណ្តាលនៅបរទេស
- បណ្តុះបណ្តាលក្នុងស្រុក
- បណ្តុះបណ្តាលជំនាញថ្មីៗ
- ផ្សេងៗ (សូមបញ្ជាក់).....

១០. តើលោកអ្នកធ្លាប់ធ្វើឲ្យមានកំហុសដែរឬទេ? (ចម្លើយជ្រើសបានតែមួយ)

ធ្លាប់ មិនធ្លាប់

១១. ប្រសិនបើអ្នកមានកំហុសក្នុងការងារ តើក្រុមហ៊ុនធ្វើយ៉ាងណាចំពោះអ្នក? (ចម្លើយអាចជ្រើសបានច្រើន)

ដាក់ពិន័យ កាត់ប្រាក់ខែ ស្តីបន្ទោស
 ទូន្មាន មិនថាអ្វីទាំងអស់

១២. តើលោកអ្នកធ្វើការក្នុងមួយសប្តាហ៍ប៉ុន្មានម៉ោង? (ចម្លើយជ្រើសបានតែមួយ)

តិចជាង៤៨ម៉ោង ចំនួន៤៨ម៉ោង លើសពី៤៨ម៉ោង

១៣. តើលោកអ្នកយល់ថាការផ្តល់ប្រាក់បៀវត្សរបស់ក្រុមហ៊ុនយ៉ាងណាដែរ? (ចម្លើយជ្រើសបានតែមួយ)

ទាបពេក សមរម្យ ខ្ពស់ គ្មានយោបល់

១៤. នៅថ្ងៃឈប់សម្រាកបុណ្យជាតិ ឬបុណ្យផ្សេងៗ តើលោកអ្នកធ្លាប់បានទទួលប្រាក់ឧបត្ថម្ភឬទេ?

ធ្លាប់ មិនធ្លាប់

១៥. តើលោកអ្នកទទួលបានអ្វីខ្លះក្រៅពីប្រាក់បៀវត្សរបស់ក្រុមហ៊ុន? (ចម្លើយអាចជ្រើសបានច្រើន)

ជាប្រាក់ ការលើកសរសើរផ្សេងៗ ផ្តល់ការឈប់សម្រាក
 គ្មានអ្វីទាំងអស់ ការធ្វើដំណើរទស្សនកិច្ច វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍
 ផ្សេងៗ.....

១៦. នៅពេលលោកអ្នកធ្វើការបានល្អ តើក្រុមហ៊ុនធ្លាប់បានធ្វើការលើកទឹកចិត្តតាមរយៈអ្វីខ្លះ? (ចម្លើយអាចជ្រើសបានច្រើន)

ជាប្រាក់ ការលើកសរសើរ ផ្តល់ការឈប់សម្រាក

គ្មានអ្វីទាំងអស់ ការធ្វើដំណើរទស្សនកិច្ច វត្តអនុស្សាវរីយ

ផ្សេងៗ.....

យើងខ្ញុំសូមគោរព និងថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះលោក លោកស្រី អ្នកនាង កញ្ញា អ្នកគ្រប់គ្រង រួមទាំងបុគ្គលិកទាំងអស់ នៃក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ អ៊ុចហ្សូ ត្រាវែល ដែលបាន ផ្តល់នូវពេលវេលាដ៏មានតម្លៃក្នុងការផ្តល់ព័ត៌មាន ដែលចាំបាច់បំផុតសម្រាប់ការសរសេររបាយ ការណ៍បញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញបត្រទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋាររបស់យើងខ្ញុំ។

សូមលោក និងបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុនទាំងអស់ បានជួបប្រទះតែសេចក្តីសុខ សុភមង្គល និង ប្រកបដោយភាពជោគជ័យគ្រប់ពេលវេលា។

សូមអរគុណ!