



**សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ
និង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច**

របាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សា

**ការគ្រប់គ្រងដំណើរប្រតិបត្តិការ
របស់ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូ & ត្រាវែល**

កម្មសិក្សាពីថ្ងៃទី ០៣ ខែមេសា ឆ្នាំ២០១៧ ដល់ថ្ងៃទី ៣១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៧

ឈ្មោះស្ថាប័ន៖ **ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូ & ត្រាវែល TRAILTO** Angkor Tours & Travel

តាក់តែងឡើងដោយ
និស្សិតឈ្មោះ **ឡៅ សុវឌ្ឍនៈ**
សុខ ខេង

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ
កញ្ញា ខុវ ណែនឡេង

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច
ជំនាន់ទី ៣

ឆ្នាំចូលសិក្សា ២០១៣
ឆ្នាំសរសេររបាយការណ៍ ២០១៧

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

យើងខ្ញុំមានឈ្មោះ សុខ ខេង និង ឡោ សុវឌ្ឍនៈ ជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច ជំនាន់ទី៣ នៃសាកលវិទ្យាភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។

សូមថ្លែងអំណរគុណ និងសម្តែងនូវការដឹងគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះ

- លោកឪពុក និងអ្នកម្តាយទាំងពីររបស់យើងខ្ញុំ ដែលលោកទាំងពីរមានគុណបការៈ យ៉ាងធំធេង បានផ្តល់កំណើត ចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សា និងផ្គត់ផ្គង់គ្រប់បែបយ៉ាងដល់យើងខ្ញុំ។ លោកទាំងពីរបានទូន្មាន ប្រៀនប្រដៅ យកចិត្តទុកដាក់ និងអប់រំយើងខ្ញុំឲ្យប្រព្រឹត្តតែអំពើល្អ និងធ្វើខ្លួនឲ្យក្លាយទៅជាពលរដ្ឋល្អនៅក្នុងសង្គម និងជាសសរទ្រូងប្រទេសជាតិ។ មិនតែប៉ុណ្ណោះ លោកទាំងពីរបាន ផ្តល់ឲ្យយើងខ្ញុំនូវការបរិភោគគ្រប់គ្រាន់ សំលៀកបំពាក់សម្ភារៈគ្រប់បែបយ៉ាង និងការសិក្សាតាំងពីថ្នាក់ មត្តេយ្យ រហូតមកដល់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្របច្ចុប្បន្ននេះ។
- ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការ លោកសាកលវិទ្យាធិការរង និង ព្រឹទ្ធបុរសនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានអនុញ្ញាតឲ្យយើងខ្ញុំទាំងពីរមានឱកាសក្នុងការសរសេររបាយការណ៍បញ្ចប់ការសិក្សានេះ។
- លោក-លោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យទាំងអស់ ដែលបានចំណាយពេលវេលា និង កម្លាំងកាយចិត្ត បង្ហាត់បង្រៀន និងផ្តល់ជាគតិល្អៗឲ្យយើងខ្ញុំទទួលបាននូវចំណេះដឹង និងគំនិតល្អៗសម្រាប់ការងារនាថ្ងៃអនាគត។
- សាស្ត្រាចារ្យ **ខុន ណែឡេង** សាស្ត្រាចារ្យនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានជួយណែនាំ ពន្យល់ និងផ្តល់នូវមតិយោបល់ដ៏មានសារៈសំខាន់ ក្នុងការសរសេរ និងចងក្រងនូវរបាយការណ៍កម្មសិក្សានេះឡើងប្រកបដោយជោគជ័យ។
- លោក **CHARLE CHHUN** នាយកគ្រប់គ្រងទូទៅ ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូរ & ត្រាវែល ដែលបានអនុញ្ញាតឲ្យយើងខ្ញុំបានចុះកម្មសិក្សា និងសាកសួរព័ត៌មាន។

- លោក **ឡា បញ្ញារត្ន** ប្រធានផ្នែកលក់ ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធុ អង្គរ ធុរ & ត្រាវែល ដែលបានជួយសម្រួល ណែនាំដល់ការចុះកម្មសិក្សា និងផ្តល់ជាកិច្ចសម្ភាសន៍សម្រាប់ការរៀបចំរបាយការណ៍កម្មសិក្សានេះឡើង។

ជាថ្មីម្តងទៀត យើងខ្ញុំទាំងពីរសូមសម្តែងការដឹងគុណ និងថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រៀលជ្រៅក្នុងការគាំទ្រ ការលើកទឹកចិត្ត និងការផ្តល់ជំនួយនានាពីសំណាក់លោកឪពុក អ្នកម្តាយ លោកគ្រូ-អ្នកគ្រូ និងញាតិមិត្តទាំងអស់។ យើងទាំងពីរ សូមគោរពជូនពរអ្នកមានគុណទាំងពីរ និងលោក-លោកស្រីទាំងអស់ ឲ្យមានសេចក្តីសុខចម្រើន សុខភាពល្អ ប្រាជ្ញាឃ្លាសវៃ និងសម្រេចជោគជ័យគ្រប់ភារកិច្ចទាំងអស់ និងជួបពុទ្ធពរទាំងប្រាំប្រការគឺ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ និងបដិសាណៈ កុំបីឃ្លាឃ្លាតឡើយ។

អារម្ភកថា

នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ វិស័យទេសចរណ៍មានការរីកដុះដាលយ៉ាងខ្លាំងនៅជុំវិញពិភពលោក ដូចជាទ្វីបអឺរ៉ុប ទ្វីបអាស៊ី និងទ្វីបអាមេរិក និងបណ្តាប្រទេសមួយចំនួនទៀត។ ចំណែកឯប្រទេសកម្ពុជា ក៏ជាប្រទេសមួយក្នុងចំណោម ប្រទេសទាំងអស់នោះដែរ ដែលបានចាត់ទុកវិស័យទេសចរណ៍ជាវិស័យដែលឈានមុខគេ និងជាវិស័យមួយដែលរកចំណូលជាច្រើនចូលក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជាតិ។ ទន្ទឹមនឹងភាពរីកចម្រើននៃវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ការរីកចម្រើននៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ក៏មានការកើនឡើងគួរឲ្យកត់សម្គាល់ផងដែរ។ ជាក់ស្តែងការគ្រប់គ្រងដំណើរប្រតិបត្តិការ គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រដែលសម្រាប់យកមកអនុវត្តនៅក្នុងការងារ ដើម្បីទទួលបាននូវភាពជោគជ័យ។ យើងសង្កេតឃើញថា នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ តែងតែមានការគ្រប់គ្រង និងមានយុទ្ធសាស្ត្ររៀងៗខ្លួន។ ដោយហេតុនេះ ក្នុងនាមក្រុមយើងខ្ញុំជានិស្សិតផ្នែកទេសចរណ៍ និង បដិសណ្ឋារកិច្ច នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច យើងខ្ញុំបានសម្រេចចិត្តលើកយកប្រធានបទមួយស្តីអំពី នឹង **“ការគ្រប់គ្រងដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ក្រាវែល”** មកធ្វើជាបាយការណ៍កម្មសិក្សាដើម្បីជួយដល់ក្រុមយើងខ្ញុំ ដែលជាអ្នកស្រាវជ្រាវបានយល់អោយកាន់តែច្បាស់ទៅលើការគ្រប់គ្រងដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ តាមរយៈទ្រឹស្តី និងការចុះកម្មសិក្សាដោយផ្ទាល់នៅក្នុងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ក្រាវែល។

ម្យ៉ាងវិញទៀត ដោយការយល់ដឹងនៅមានកម្រិត និងពុំមានបទពិសោធន៍ក្នុងការអនុវត្តន៍ជាក់ស្តែង រួមជាមួយនឹងឯកសារតិចតួច និងរយៈពេលនៃការចុះកម្មសិក្សាមានកំណត់ យើងខ្ញុំនៅមានចំណុចខ្វះខាត និងមានកំហុសឆ្គងផងដែរ ដែលត្រូវទទួលបានការណែនាំពីសាស្ត្រាចារ្យបន្ថែមទៀត។ ដូច្នេះ សូមសាស្ត្រាចារ្យ និងមិត្តអ្នកអានទាំងអស់គ្នា អធ្យាស្រ័យនិងជួយកែតម្រូវនូវចំណុចខ្វះខាត និងកំហុសឆ្គងរបស់យើងខ្ញុំផង។

ជាទីបញ្ចប់ ក្រុមយើងខ្ញុំមានសេចក្តីសោមនស្សរីករាយ និងសូមស្វាគមន៍នូវរាល់មតិវិះគន់ដើម្បីស្ថាបនាពីសំណាក់លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ និងមិត្តអ្នកអានទាំងអស់ ដើម្បីញ៉ាំងឲ្យសៀវភៅនេះក្លាយទៅជាឯកសារស្រាវជ្រាវ ដែលមានខ្លឹមសារត្រឹមត្រូវ ដែលមានអត្ថប្រយោជន៍ដល់និស្សិតជំនាន់ក្រោយទៀត។

មាតិកា

បញ្ជីអក្សរកាត់	v
បញ្ជីរូបភាព	vi

សេចក្តីផ្តើម

១. ចំណេញបញ្ហា	២
២. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ	២
៣. ទំហំ និងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ	៣
៤. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣
៥. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ.....	៤
៦. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ	៦

ជំពូកទី១ រលឹកទ្រឹស្តី

១.១ និយមន័យ	៩
១.១.១ ការគ្រប់គ្រង	៩
១.១.២ ប្រតិបត្តិការ.....	៩
១.១.៣ ខ្សែទស្សនកិច្ច.....	៩
១.១.៣.១ ប្រភេទនៃខ្សែទស្សនកិច្ច	១១
១.២ សហគ្រាសរៀបចំដំណើរកម្សាន្ត.....	១២
១.២.១ ទម្រង់នៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍.....	១៤
១.២.១.១ ការវិទេសចរណ៍	១៤
១.២.១.២ ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍.....	១៥
១.២.២ មុខងារ សកម្មភាព និងភារកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	១៧
១.២.២.១ មុខងាររបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	១៧
១.២.២.២ សកម្មភាពរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍.....	១៨
១.២.២.៣ ភារកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍.....	១៩

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅ និងដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ក្រែល ធួ អង្គរ ធួរ & ក្រាវែល

២.១ ប្រវត្តិអាជីវកម្ម	២០
២.២ ទីតាំង និងសញ្ញា (logo) របស់ក្រុមហ៊ុន ក្រែល ធួ អង្គរ ធួរ & ក្រាវែល	២០
២.៣ ចក្ខុវិស័យរបស់ក្រុមហ៊ុន	២១
២.៤ បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន	២១
២.៥ រចនាសម្ព័ន្ធ និងតួនាទីរបស់បុគ្គលិក	២១
២.៥.១ រចនាសម្ព័ន្ធរបស់បុគ្គលិក	២១
២.៥.២ តួនាទីរបស់បុគ្គលិក	២២
២.៥.២.១ អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ	២២
២.៥.២.២ ប្រធានផ្នែកលក់	២៣
២.៥.២.២.១ ប្រតិបត្តិការផ្នែកលក់	២៤
២.៥.២.៣ ប្រធានផ្នែកប្រតិបត្តិការ	២៤
២.៥.២.៣.១ បុគ្គលិកផ្នែកប្រតិបត្តិការ	២៥
២.៥.២.៤ ប្រធានផ្នែកកក់បម្រុង	២៥
២.៥.២.៤.១ បុគ្គលិកផ្នែកកក់បម្រុង	២៦
២.៥.២.៥ ប្រធានផ្នែកគណនេយ្យ	២៦
២.៥.២.៥.១ គណនេយ្យករ	២៧
២.៥.២.៦ ផ្នែករដ្ឋបាល	២៧
២.៦ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស	២៧
២.៦.១ ការជ្រើសរើសបុគ្គលិក	២៨
២.៦.២ ស្ថានភាពបុគ្គលិក	៣០
២.៦.២.១ ចំនួនបុគ្គលិក	៣០
២.៦.២.២ ឯកសណ្ឋានបុគ្គលិក	៣០
២.៦.២.៣ រយៈពេលបំពេញការងារក្នុងក្រុមហ៊ុន	៣០

២.៦.៣ វិធីសាស្ត្រក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក.....	៣១
២.៦.៤ ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក.....	៣២
២.៧ ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន.....	៣៣
២.៨ សកម្មភាពនៃការធ្វើទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន.....	៣៣
២.៨.១ ការសិក្សាទៅលើទីផ្សារ.....	៣៤
២.៨.២ ទីផ្សារគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុន.....	៣៥
២.៨.៣ យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការប្រកួតប្រជែងទៅលើទីផ្សារ.....	៣៥
២.៩ ដំណើរប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន.....	៣៦
២.៩.១ ការរៀបចំ និងដំណើរការខ្សែទស្សនកិច្ច.....	៣៧
២.៩.១.១ លក្ខខណ្ឌសម្រាប់ការកក់ខ្សែទស្សនកិច្ច.....	៣៨
២.៩.១.១.១ ដំណើរនៃការកក់.....	៣៨
២.៩.១.១.២ ការលុបចោល.....	៣៨
២.៩.១.១.៣ លក្ខខណ្ឌនៃការបង់ប្រាក់.....	៣៩
២.៩.២ ដំណើរនៃការកក់ និងលក់សំបុត្រយន្តហោះ.....	៣៩
២.៩.២.១ ការផ្លាស់ប្តូរពេលវេលា.....	៤០
២.៩.២.២ ការលុបចោល.....	៤០
២.៩.២.៣ ការដាក់ពិន័យ.....	៤១
២.៩.៣ ដំណើរការនៃការកក់បន្ទប់សណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋាន.....	៤១
២.៩.៣.១ ការកក់បម្រុងបន្ទប់សណ្ឋាគារ.....	៤១
២.៩.៣.២ ដំណើរការនៃការកក់ភោជនីយដ្ឋាន.....	៤២
២.៩.៤ ទំហំនៃការលក់សេវាកម្ម.....	៤៣
២.៩.៥ ដៃគូអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន.....	៤៣
២.១០ ការជម្រុញការលក់របស់ក្រុមហ៊ុន.....	៤៣
២.១០.១ ការរៀបចំច្រកចែកចាយផលិតផល.....	៤៤
២.១០.២ យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងជម្រុញការលក់.....	៤៤

ជំពូកទី៣

ការសិក្សា និងវិភាគទៅលើបេកកំហើញរបស់ក្រុមហ៊ុន ក្រុមហ៊ុន ធុ អង្គរ ធុរ & ក្រៅបែល

៣.១ ភាពខ្លាំង(Strength)..... ៤៦

៣.២ ភាពខ្សោយ(Weak) ៤៦

៣.៣ ឱកាស(Opportunity)៤៧

៣.៤ ការគំរាមកំហែង(Threat).....៤៧

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន ៤៩

២. ការផ្តល់អនុសាសន៍..... ៥១

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីអក្សរកាត់

- ១. WTTC : World Travel and Tourism Council
- ២. GDP : Gross Domestic Product
- ៣. CATA : Cambodia Association of Travel Agents
- ៤. PATA : Pacific Asia Travel Association
- ៥. IATA : International Air Transportation Association
- ៦. SWOT : Strength, Weak, Opportunity, Threat

បញ្ជីរូបភាព

	ទំព័រ
រូបភាពទី១៖ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវ.....	៨
រូបភាពទី២៖ គំរូខ្សែទស្សនកិច្ច.....	១០
រូបភាពទី៣៖ ប្រភេទនៃខ្សែទស្សនកិច្ច.....	១១
រូបភាពទី៤៖ ប្រភេទនៃសហគ្រាសរៀបចំដំណើរទេសចរណ៍.....	១៤
រូបភាពទី៥៖ មុខងាររបស់ការីទេសចរណ៍.....	១៥
រូបភាពទី៦៖ មុខងាររបស់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍.....	១៧
រូបភាពទី៧៖ រចនាសម្ព័ន្ធបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុន.....	២២

ಸೇವಾಭಿವೃದ್ಧಿ

សេចក្តីផ្តើម

សព្វថ្ងៃនេះប្រទេសជាច្រើននៅក្នុងពិភពលោកកំពុងមានការអភិវឌ្ឍយ៉ាងខ្លាំង ហើយក៏មានប្រទេសមួយចំនួនដែលមានការរីកចម្រើនដោយសារ វិស័យឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ពីព្រោះចំណូលសេដ្ឋកិច្ចជាតិមួយភាគធំ គឺពឹងផ្អែកទៅលើវិស័យនេះ។ ចំណែកឯ វិស័យឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាវិញ គឺជាវិស័យឈានមុខគេទីពីរ បន្ទាប់ពីវិស័យកសិកម្មដែលជួយឲ្យសេដ្ឋកិច្ចប្រទេសនេះមានការរីកចម្រើន។ តាមរយៈទិន្នន័យរបស់ WTTC (World Travel and Tourism Council) បានឲ្យដឹងថា ការធ្វើដំណើររបស់ទេសចរ ធ្វើឲ្យកំណើន GDP របស់ពិភពលោកមានការកើនឡើងជាលំដាប់ ដែលនៅក្នុងឆ្នាំ២០១៥ មានការកើនឡើងសរុបរហូតដល់ ៩.៨ ភាគរយ នៃ GDP របស់ពិភពលោក ដែលស្មើនឹង ៧.២ភាគរយដុល្លា ជាមួយការរំពឹងទុកថានឹងមានការកើនឡើងទៅដល់ ៤ %នៅក្នុង១០ឆ្នាំបន្ទាប់ (WTTC, 2016)។ យោងតាមទិន្នន័យស្ថិតិព្រឹត្តិការណ៍វិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៦ ពីក្រសួងទេសចរណ៍នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា បានបង្ហាញអំពីចំនួននៃទេសចរអន្តរជាតិដែលបានមកដល់ប្រទេសកម្ពុជា មានការកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័ស ដោយនៅក្នុងឆ្នាំ២០១៥ មានទេសចរអន្តរជាតិដែលធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាស ២៣៤,៦៧៨ នាក់ តាមផ្លូវគោក និងផ្លូវទឹកមាន ២០៩,៩៦២ នាក់។ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ ចំនួនទេសចរអន្តរជាតិដែលមកដល់តាមរយៈផ្លូវអាកាសមាន ២៦៩,៨៣៩នាក់ តាមផ្លូវគោក និងផ្លូវទឹកមាន ២០៧,៨៤៧នាក់ ដូចនេះការផ្លាស់ប្តូរនូវអត្រាទេសចររវាងឆ្នាំ ២០១៥ និង ២០១៦ ស្មើនឹង៧.៤% មានន័យថាចំនួននៃទេសចរដែលមកដល់ប្រទេសកម្ពុជានៅឆ្នាំ ២០១៦មានការកើនឡើង៧.៤% ដែលធៀបទៅនឹងឆ្នាំ២០១៥។

បច្ចុប្បន្ននេះកំណើនទេសចរដែលមកដល់ប្រទេសកម្ពុជា មានការកើនឡើងជាលំដាប់ទើបជាហេតុនាំឲ្យរាល់បណ្តាអាជីវកម្មទាំងឡាយនៅប្រទេសនេះមានការរីកចម្រើនដូចគ្នា ជាពិសេសគឺប្រភេទអាជីវកម្មដែលពាក់ព័ន្ធនឹងផលិតផលសេវាកម្មគោល ក្នុងការបម្រើទៅដល់តម្រូវការរបស់ទេសចរ ដូចជា ការស្នាក់នៅ អាហារ និងភេសជ្ជៈ ការដឹកជញ្ជូន និង តំបន់កម្សាន្ត។ ទន្ទឹមនឹងភាពរីកចម្រើននៃសេវាកម្មទាំងបួននេះ ដើម្បីសម្របសម្រួល និងផ្តល់ភាពងាយស្រួលទៅដល់ទេសចរក្នុងការប្រើប្រាស់ផលិតផលសេវាកម្មទាំងឡាយទទួលបានជាកញ្ចប់ នៅក្នុងនោះផងដែរ អាជីវកម្មទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍បានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការរៀបចំកញ្ចប់សេវាកម្ម និង ផ្តល់សេវាកម្មផ្សេងៗទៀត។ ដោយសារតែតម្រូវការរបស់ទេសចរមានការកើនឡើងពីមួយថ្ងៃទៅមួយថ្ងៃ ដូច្នេះហើយវាធ្វើឲ្យអាជីវកម្មទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ មានការរីកដុះដាលច្រើនគួរឲ្យកត់សម្គាល់។ យោងតាមរបាយការណ៍ស្ថិតិរបស់ ក្រសួងទេសចរណ៍នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

(ខែមករា ឆ្នាំ២០១៥) បានបង្ហាញថាក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍សរុបទាំងអស់នៅកម្ពុជា មានចំនួន ៥៣៣ក្រុមហ៊ុន ដែលក្នុងនោះនៅក្រុងភ្នំពេញមាន ៣០១ក្រុមហ៊ុន និងមាន ៥៥សាខា។ ក្នុងនោះផងដែរនៅខេត្តសៀមរាប មានក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ចំនួន ១៩០ក្រុមហ៊ុន និង ១៤សាខា ចំណែកខេត្តព្រះសីហនុ មានចំនួន៥ក្រុមហ៊ុន។ ក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ទាំង ៥៣៣ក្រុមហ៊ុននៅកម្ពុជា ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល ក៏ជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលកំពុងតែបើកដំណើរការ ដោយបម្រើទៅដល់វិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា។ ទន្ទឹមនឹងការរីកចម្រើននៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ និងវិស័យទេសចរណ៍បែបនេះហើយ ដែលជាកត្តាមួយជម្រុញឲ្យយើងខ្ញុំជ្រើសរើសយកប្រធានបទមួយទាក់ទងទៅនឹង **“ការគ្រប់គ្រងដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល”** យកមកធ្វើការសិក្សា និងវិភាគ ដើម្បីស្វែងយល់ពីដំណើរការនៃការគ្រប់គ្រងរបស់ ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ថាតើក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍នេះមានវិធីយ៉ាងណា ក្នុងការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួនឲ្យមានដំណើរការយ៉ាងរលូន និងឆ្លើយតប ទៅនឹងតម្រូវការឥតឈប់ឈររបស់ទេសចរដែលមកដល់ប្រទេសនេះ។

១. ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ

យោងតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបស់យើងខ្ញុំបានសង្កេតឃើញថា ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល ជាទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដែលមានបម្រើផលិតផលសេវាកម្មជាច្រើនដែលអាចបំពេញទៅតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងទីផ្សារ បើទោះបីជាក្រុមហ៊ុននេះទើបតែចាប់ផ្តើមដំណើរការយ៉ាងណាក៏ដោយ។ ដូចនេះ តើក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល មានយុទ្ធសាស្ត្រយ៉ាងណាក្នុងការគ្រប់គ្រងដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួនឲ្យមានភាពជោគជ័យ?

២. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងបញ្ហាខាងលើឲ្យបានសមស្រប និង មានប្រសិទ្ធភាព យើងខ្ញុំជាអ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវបានកំណត់នូវកម្មវត្ថុមួយចំនួន ដើម្បីយកមកកំណត់ជាគោលបំណងដើម្បីសិក្សាដូចខាងក្រោម៖

- សិក្សាទៅលើស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល
- ស្វែងយល់អំពីរបៀបគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស និង ទំនួលខុសត្រូវរបស់បុគ្គលិក
- សិក្សាទៅលើដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន

- សិក្សាអំពីផលិតផលសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន
- សិក្សាទៅលើយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ និងការគ្រប់គ្រងទីផ្សារ របស់ក្រុមហ៊ុន
- សិក្សាទៅលើបញ្ហាប្រឈម និងដំណោះស្រាយរបស់ក្រុមហ៊ុន
- វិភាគភាពខ្លាំង និង ភាពខ្សោយរបស់ក្រុមហ៊ុន

៣. ទំហំ និងជំនាញនៃការស្រាវជ្រាវ

ដើម្បីជាជំនួយក្នុងការសិក្សាទៅលើប្រធានបទ “ការគ្រប់គ្រងដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្ករ ធ្វូ & ត្រាវែល” ឲ្យមានលក្ខណៈសមរម្យ និងមានភាពច្បាស់លាស់ ក្រុមយើងខ្ញុំបានកំណត់នូវទំហំនៃការស្រាវជ្រាវរបស់ខ្លួនមួយ ដោយធ្វើការសិក្សាទៅលើអ្វីដែលទាក់ទងជាមួយនឹងប្រធានបទប៉ុណ្ណោះ។ នៅក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះដែរក្រុមយើងខ្ញុំនឹងចុះទៅប្រមូលព័ត៌មាន និង ទិន្នន័យដោយផ្ទាល់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្ករ ធ្វូ & ត្រាវែល ដោយធ្វើការកំណត់ព្រំដែនរបស់ខ្លួនទៅតាមពេលវេលា និងលទ្ធភាពក្នុងការប្រមូលព័ត៌មាន។ ចំណែកឯព័ត៌មានមួយចំនួនដែលជាអាថ៌កំបាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន និងព័ត៌មានលើសពីសមត្ថភាពដែលមិនអាចប្រមូលបាន យើងខ្ញុំមិនបានលើកយកមកបង្ហាញក្នុងរបាយការណ៍នោះទេ ដូច្នោះយើងខ្ញុំ នឹងសិក្សាទៅលើការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ តែប៉ុណ្ណោះ។

៤. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

ការរៀបរៀងរបាយការណ៍កម្មសិក្សានេះ មានសារៈសំខាន់ និងបានផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ទៅដល់សង្គម ក្រុមហ៊ុន និងក្រុមយើងខ្ញុំដូចជា៖

សារៈសំខាន់ចំពោះសង្គម

- ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះបានផ្តោតទៅលើសារៈសំខាន់របស់ក្រុមហ៊ុនដែលជួយជម្រុញ វិស័យទេសចរណ៍ ក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ឲ្យកាន់តែរីកចម្រើន តាមរយៈការផ្តល់ការងារទៅដល់ប្រជាពលរដ្ឋ
- ធ្វើឲ្យប្រជាពលរដ្ឋយល់ដឹងអំពីវប្បធម៌បរទេស ព្រមទាំងការធ្វើទំនាក់ទំនងជាសកល
- ធ្វើឲ្យសេដ្ឋកិច្ចជាតិទាំងមូលកាន់តែរីកចម្រើន តាមរយៈការវិនិយោគទុនបរទេសមកលើឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ពោលគឺក្រុមហ៊ុនមានអាទិភាពចម្បងដោយសារកំណើនទេសចរមានសន្ទុះកើនឡើងជាអតិផរណា។
- អាចផ្តល់ជាប្រយោជន៍ ឬជាគោលគំនិតទៅដល់មនុស្សទាំងឡាយក្នុងការប្រកបអាជីវកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍

- ផ្តល់ជាព័ត៌មានទៅដល់សង្គម ឬមនុស្សទាំងឡាយឲ្យយល់ដឹងអំពីការរីកចម្រើននៃក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ យល់ដឹងអំពីការគ្រប់គ្រងគ្រងដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ និងការរីកចម្រើនរបស់វិស័យទេសចរណ៍

សារៈសំខាន់ចំពោះក្រុមហ៊ុន

- ការសិក្សាស្រាវជ្រាវ បានធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនទាំងមូលមានភាពប្រសើរឡើងដោយការកែលម្អនូវចំណុចខ្វះខាតក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មទៅដល់អតិថិជន
- អាចឲ្យដឹងអំពីភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយនៃការគ្រប់គ្រងទៅលើដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន មិនថាផ្នែកផលិតផលរូបិយ និងអរូបិយ ក៏ដូចជាផ្នែកធនធានមនុស្ស និងឧបករណ៍សម្ភារៈផ្សេងៗ ដើម្បីឲ្យក្រុមហ៊ុនអាចបំពេញនូវកង្វះខាតដែលខ្លួនមាន។

សារៈសំខាន់ចំពោះក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវ

- ទទួលបានគោលគំនិតក្នុងការគ្រប់គ្រងទៅលើដំណើរប្រតិបត្តិការ
- ទទួលបានបទពិសោធន៍ការងារ
- ទទួលបានការអនុវត្តផ្ទាល់ ដែលផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងទ្រឹស្តី
- យល់ដឹងអំពីដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន
- យល់ដឹងអំពីសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ទទួលបានចំណេះដឹង បទពិសោធន៍ ដែលជាទុនក្នុងការចងក្រងសៀវភៅ
- ទទួលបានចំណេះដឹងក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវ សម្រាប់ការអនុវត្តការងារជាក់ស្តែងនៅក្នុងពេលអនាគត

៥. វិធីសាស្ត្រនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ បានប្រព្រឹត្តទៅតាមដំណាក់កាលដូចខាងក្រោម៖

៥.១ ប្រភពទិន្នន័យ

➢ **ទិន្នន័យចម្បង (Primary Data)**

ទិន្នន័យចម្បង គឺជាប្រភពទិន្នន័យដែលទទួលបានពីការអង្កេត ការសម្ភាសន៍ពីបុគ្គលិកនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន និងការចុះកម្មសិក្សាដោយផ្ទាល់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ ត្រេល ធ្នូ អង្គរ ធ្នូ & ត្រាវែល នៅក្នុងការិយាល័យ។

ប្រភពនៃទិន្នន័យនេះ គឺទទួលបានមកអំពី ការធ្វើបទសម្ភាសន៍ជាមួយបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុន និងការចុះកម្មសិក្សាដោយផ្ទាល់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ។

➢ **ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ (Secondary Data)**

ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ គឺជាទិន្នន័យដែលបានមកពីឯកសារមួយចំនួននៅតាមបណ្តាលវិធាននានាដែលនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ និងប្រភពឯកសារដែលទទួលបានពីក្រុមហ៊ុន Website នៅក្នុងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណែត និងមេរៀនពីសាស្ត្រាចារ្យ ។

៥.២ ការប្រមូលទិន្នន័យ

ក្រុមយើងខ្ញុំធ្វើការប្រមូលទិន្នន័យបឋម ដែលបានមកពីក្រុមហ៊ុន និងការសម្ភាសន៍ជាមួយបុគ្គលិកនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនដូចខាងក្រោម៖

ការកំណត់តម្រូវការ៖ ការចុះកម្មសិក្សាដោយផ្ទាល់ទៅលើការអនុវត្តទៅលើការងារជាក់ស្តែង ដោយស្វែងយល់អំពីដំណើរប្រតិបត្តិការ ការងាររបស់ក្រុមហ៊ុន។

ការចុះអនុវត្តការងារជាក់ស្តែង៖ ការចុះកម្មសិក្សាដោយផ្ទាល់ទៅលើ ការចុះអនុវត្តជាក់ស្តែង និងត្រួតពិនិត្យក្នុងប្រតិបត្តិការ ការងារមួយចំនួន។

ការសម្ភាស៖ ការសាកសួរព័ត៌មានលំអិតផ្សេងៗ និងធ្វើការសម្ភាសពីប្រធានផ្នែកលក់ដោយគាត់ជាអ្នកសម្របសម្រួល និងជាអ្នកទទួលខុសត្រូវទៅលើការផ្តល់ព័ត៌មានទាំងអស់។ ជាងនេះទៅទៀតគាត់ជាអ្នកផ្តល់ឯកសារទាំងឡាយ ដែលទាក់ទងជាមួយការស្រាវជ្រាវ និងជាអ្នកមើលការខុសត្រូវចំពោះក្រុមយើងខ្ញុំក្នុងកំឡុងពេលចុះកម្មសិក្សាផងដែរ។

ឧបករណ៍ជំនួយ៖ ក្នុងការស្រាវជ្រាវ យើងបានប្រើប្រាស់នូវសម្ភារៈមួយចំនួនដូចជា កុំព្យូទ័រ ទូរស័ព្ទ សម្ភារៈកត់ត្រាដូចជា សៀវភៅ បិទ ក្រដាស ម៉ាស៊ីនថត ម៉ាស៊ីនថតសម្លេង និងមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ។

៥.៣ វិធីសាស្ត្រវិភាគទិន្នន័យ

នៅក្នុងវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវត្រូវបានគេបែងចែកជា ពីរគឺវិធីស្រាវជ្រាវតាមបែបគុណវិស័យ និងវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវតាមបែបបរិមាណ។ វិធីសាស្ត្រទាំងពីរត្រូវបានបកស្រាយដូចខាងក្រោម៖

- វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវតាមបែបគុណវិស័យ (Qualitative Method) គឺជាវិធីសាស្ត្រមួយដែលគេអនុវត្តទៅតាមដំណើរការដែលនាំមកនូវសភាព ឬក៏បាតុភូតពិតៗ ដែលត្រូវបានគេអង្កេត និងសិក្សានូវសេចក្តីអះអាង និងទ្រឹស្តីទូទៅមួយចំនួន។ ម៉្យាងទៀត វិធីសាស្ត្រនេះ គឺធ្វើការផ្តោតសំខាន់ទៅលើការសម្ភាសន៍ជាក្រុម និងការអង្កេតមើលជាដើម។

- វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវតាមបែបបរិមាណ (Quantitative Method) គឺជាវិធីសាស្ត្រមួយដែលត្រូវគេអនុវត្តទៅតាមវិធីសាស្ត្រនៃការវិភាគ និងគិតនៅក្នុងការស្រាវជ្រាវអ្វីមួយ។ វិធីសាស្ត្រនេះមានការពឹងផ្អែកជាចំបាច់ទៅលើការប្រមូលទិន្នន័យ និងការវិភាគទិន្នន័យដែលអាចជាលេខ ស្ថិតិបានតាមរយៈការអង្កេត កម្រងសំណួរនិងកំណត់អោយបានត្រឹមត្រូវនូវ គម្របបែបផ្សេងៗ (Sample Techniques)។

ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ ក្រុមយើងខ្ញុំបានជ្រើសរើសយកការសិក្សា ដោយការសម្ភាសន៍ និងការអនុវត្តការងារជាក់ស្តែងនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់ យកមកធ្វើការបកស្រាយជាមួយទ្រឹស្តីដែលបានសិក្សា ដោយប្រើការវិភាគតាមបែបគុណវិស័យ (Qualitative Method)។ ការសិក្សាដែលធ្វើឡើងតាមរយៈការសម្ភាសន៍ដោយមានការរៀបចំទុកជាមុន ព្រមទាំងមានការរៀបចំទុកនូវកម្រងសំណួរ។ យើងខ្ញុំជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រនេះដើម្បីប្រមូលព័ត៌មាន និងទិន្នន័យឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់យកមកធ្វើការវិភាគ។

៦. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងខ្លឹមសារនៃការស្រាវជ្រាវនេះ មានរចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវទៅតាមជំហាននីមួយៗដូចជា៖

- **ជំហានទី១៖ សេចក្តីផ្តើម**

នៅក្នុងចំណុចនេះយើងខ្ញុំបានលើកយកនូវ ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃការស្រាវជ្រាវ បន្ទាប់មកយើងខ្ញុំបានលើកជាបញ្ហាចោទសួរ ដែលទាក់ទងទៅនឹងប្រធានបទ។ បន្ទាប់មក ជាចំណុចដែលនិយាយអំពីគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ទំហំ និងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ។ បន្ទាប់មកទៀតជាចំណុចដែលរៀបរាប់អំពី សារៈសំខាន់នៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងវិធីសាស្ត្រនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ដែលក្នុងនោះបានបង្ហាញអំពី ប្រភពទិន្នន័យ ការប្រមូលទិន្នន័យ និងវិធីសាស្ត្រវិភាគទិន្នន័យ។ ចំណុចចុងក្រោយគឺបង្ហាញអំពី រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ។

- **ជំហានទី២៖ រលឹកទ្រឹស្តី**

ក្នុងជំហាននេះ យើងខ្ញុំបានលើកយក ទ្រឹស្តីសំខាន់ៗមួយចំនួនដែលទាក់ទងទៅនឹងប្រធានបទ មកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ មុននឹងសិក្សាទៅលើស្ថានភាពជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ក្នុងការសិក្សាទៅលើប្រធានបទនេះ មានភាពធំទូលាយ ហើយការចុះកម្មសិក្សាមានរយៈពេលកំណត់ដូច្នោះទើប យើងខ្ញុំលើកយកតែទ្រឹស្តីមួយចំនួនយកមកសិក្សាតែប៉ុណ្ណោះ។

▪ **ជំហានទី៣៖ ស្ថានភាព និងដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន គ្រួសារ ធុរ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល**

បន្ទាប់ពីសិក្សាអំពីទ្រឹស្តីសំខាន់ៗរួចមក ក្នុងជំហាននេះយើងខ្ញុំបានលើកយកការសិក្សាលំអិតអំពីស្ថានភាពជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុន និងយុទ្ធសាស្ត្រ ដែលបានអនុវត្តកន្លងមក និងកំពុងអនុវត្តបន្ត ដើម្បីធ្វើការប្រៀបធៀប រកឲ្យឃើញនូវចំណុចល្អ និងចំណុចខ្វះខាតរបស់ក្រុមហ៊ុន។

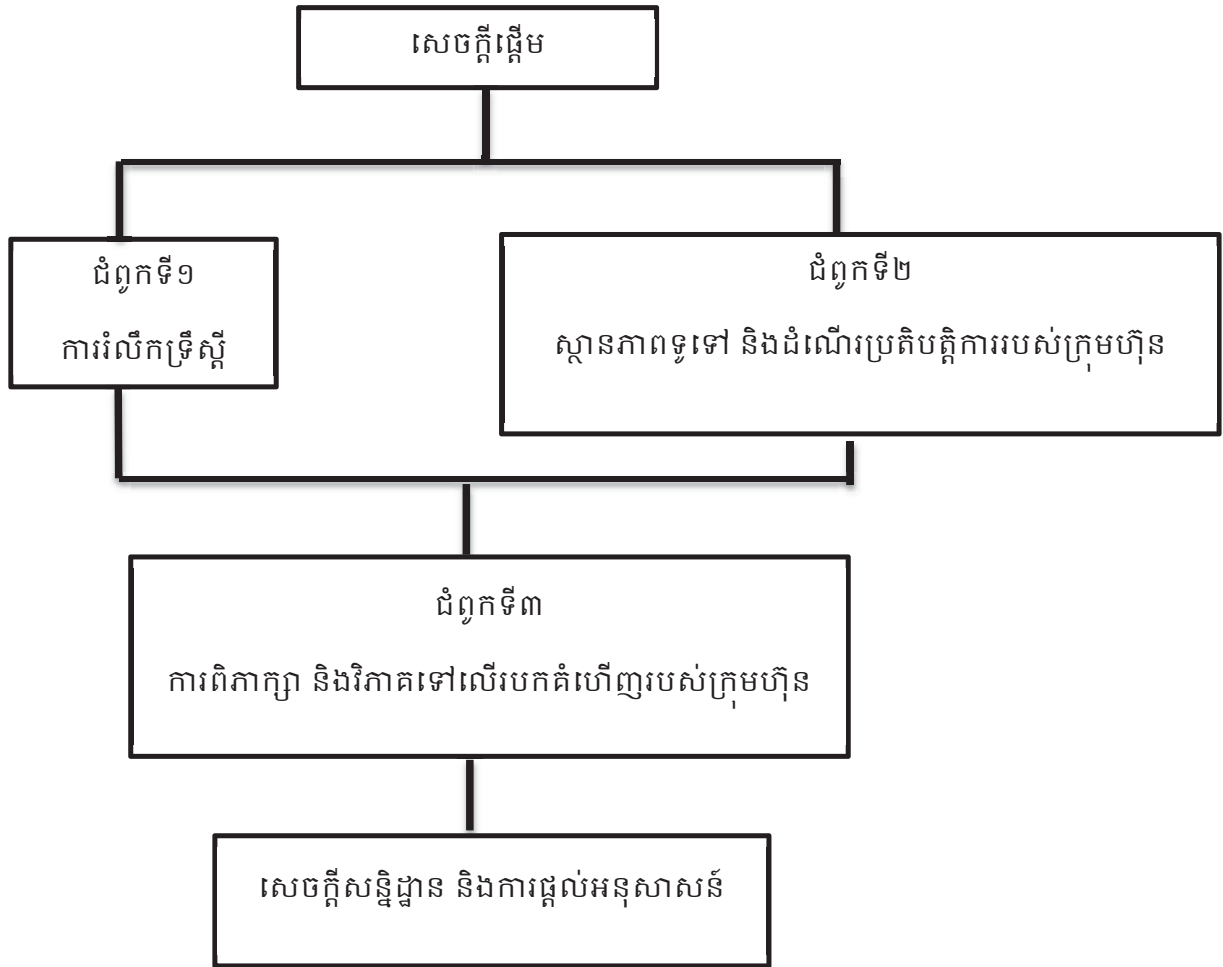
▪ **ជំហានទី៤៖ ការពិភាក្សា និងវិភាគលទ្ធផលទៅលើរបកគំហើញ**

ក្រោយពីសិក្សាទៅលើទ្រឹស្តី និងស្ថានភាពជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុនរួចមក ក្នុងចំណុចនេះយើងខ្ញុំនឹងធ្វើការវិភាគ ទៅលើភាពខ្លាំងនិង ភាពខ្សោយ ឱកាស និងការគម្រាមគំហែង របស់ក្រុមហ៊ុន។

▪ **ជំហានទី៥៖ សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍**

ក្នុងចំណុចនេះ យើងខ្ញុំបានធ្វើការសន្និដ្ឋានរួមមួយ និងផ្តល់អនុសាសន៍មួយចំនួន ក្នុងន័យកែលម្អនូវចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួន ក្នុងដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន។

រូបភាពទី១៖ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ



ជំពូកទី១៖ រំលឹកទ្រឹស្តី

១.១ និយមន័យ

១.១.១ ការគ្រប់គ្រង

ការគ្រប់គ្រង គឺជាដំណើរការមួយនៃអង្គការចាត់តាំងមួយដែលមានប្រសិទ្ធភាព។¹

ការគ្រប់គ្រង គឺជាដំណើរការធ្វើផែនការ ចាត់តាំង ដឹកនាំ និងត្រួតពិនិត្យ ទៅលើការប្រើប្រាស់ធនធានមនុស្ស និងធនធានដទៃទៀតដើម្បីសម្រេច បាននូវគោលដៅរបស់អង្គការ។²

ការគ្រប់គ្រង ជាដំណើរនៃការកំណត់ និងធ្វើឲ្យសម្រេចគោលដៅរបស់អង្គការអាជីវកម្ម តាមរយៈការប្រតិបត្តិការនូវមុខងារសំខាន់ៗ បួនយ៉ាងនៃការគ្រប់គ្រង ដែលប្រើប្រាស់ធនធានទាំងឡាយរបស់អង្គការមួយឲ្យមានប្រសិទ្ធភាព។³

១.១.២ ប្រតិបត្តិការ

ប្រតិបត្តិការ គឺជាការសកម្មភាពនៃការងារជាក់ស្តែង ឬជាអ្វីមួយដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការអនុវត្តគោលការណ៍ ឬអនុវត្តដំណើរការ ហើយអនុវត្តរហូតចូលទៅក្នុងប្រតិបត្តិការទាំងមូលដោយគ្មានការស្ទាក់ស្ទើរ។⁴

ដំណើរប្រតិបត្តិការ គឺជាដំណើរការនៃប្រតិបត្តិការការងារជាក់ស្តែងទៅតាមប្រភេទការងារនីមួយៗសម្រាប់អនុវត្តការងារនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន និងទំនាក់ទំនងជាមួយក្រុមហ៊ុននៅខាងក្រៅ។⁵

១.១.៣ ខ្សែទស្សនកិច្ច

ខ្សែទស្សនកិច្ច គឺជាការប្រមូលផ្តុំនូវសេវាកម្មសំខាន់ៗទាំងឡាយដែលប្រតិបត្តិឡើងដោយមនុស្ស និងរួមជាមួយនឹងផលិតផលទេសចរណ៍ដែលមានទំនាក់ទំនងគ្នាជាប្រចាំ ហើយត្រូវបាន

¹ ជុំ វាសនា, គ្រប់គ្រងភាពជោគជ័យ (ភ្នំពេញ៖ ២០០៥)

² <https://sokankeng.wordpress.com/2013/12/03/ការគ្រប់គ្រង-management> ដកស្រង់ថ្ងៃទី១ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១៧

³ ញឹក សុគន្ធី និង ស៊ី សាមុត, សញ្ញាណទូទៅនៃអាជីវកម្ម (Third Edition) ៥៤។

⁴ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/operation> ដកស្រង់ថ្ងៃទី ១០ ខែមេសា ឆ្នាំ២០១៧

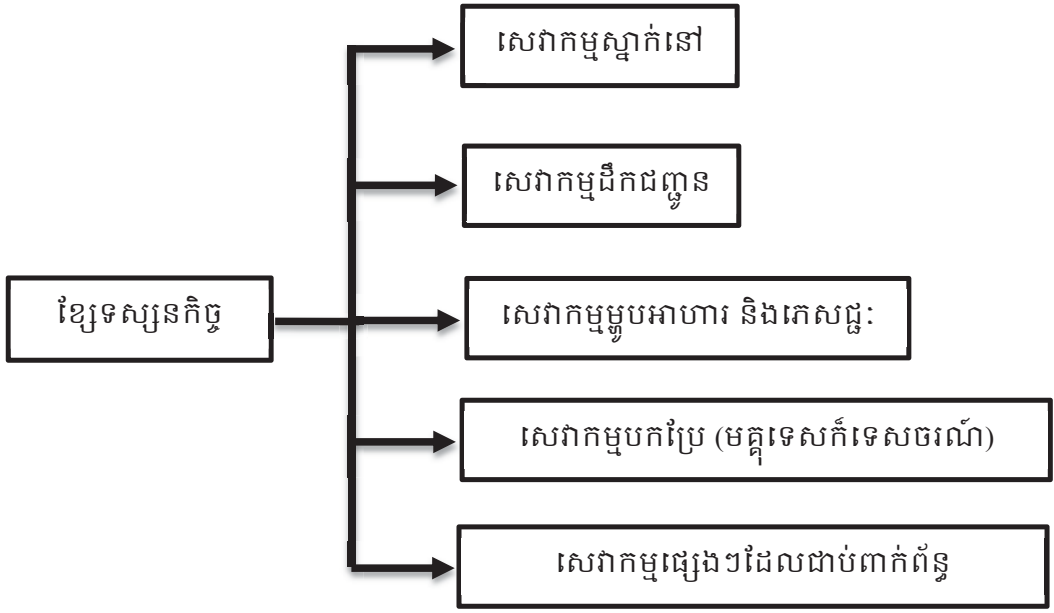
⁵ ថ្លាង ចាន់ណាក់, សៀ ប៊ុនស័ក្ត, នាង ច័ន្ទណារដេន, តែ សុម៉ាលី, កុយ កុល “ដំណើរការប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អុហ្វ អ៊ិនឌូនេស៊ីយាណា” (សារណាបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាប័ត្រ, សាកលវិទ្យាល័យ រៀលប្រាយ, ២០០៨)៤។

គេប្រមូលផ្តុំគ្នាដើម្បីបំពេញគោលដៅជាក់លាក់ណាមួយដោយធានាការកំណត់ពេលវេលា និង តម្លៃច្បាស់លាស់។^៦

ខ្សែទស្សនកិច្ច សម្តៅដល់កញ្ចប់សេវាកម្មទេសចរណ៍រៀបចំឡើង ដោយការិយាល័យទេសចរណ៍ រួមបញ្ចូល នូវសេវាកម្មយ៉ាងតិចពីរ ក្នុងចំណោមសេវាកម្ម ចាំបាច់ដូចជា សេវាកម្មស្នាក់នៅ ទេសចរណ៍ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន សេវាកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈ ការធ្វើទស្សនកិច្ច សេវាកម្មមគ្គុ ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មផ្សេងៗទៀត ដែលពាក់ព័ន្ធដោយមានថ្លៃលក់មួយជាក់លាក់ និង ស្ថិតក្នុងថេរវេលាប្រតិបត្តិជាកំណត់។^៧

កញ្ចប់ទស្សនកិច្ច គឺជាការរួមបញ្ចូលគ្នារវាងការធ្វើដំណើរ និងការស្នាក់នៅ ដែលបានធ្វើ ការផ្សព្វផ្សាយ និងលក់ជាមួយគ្នាដោយប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍ នឹងត្រូវបានគេដឹងថាជាការិយាល័យ ទេសចរណ៍។^៨

រូបភាពទី២៖ គំរូខ្សែទស្សនកិច្ច^៩



^៦ បណ្ឌិត ឈុន ពហុ, ហុង វណ្ណៈ, អនុបណ្ឌិត ជា ស៊ីថា, សាំង ចន្ទ, សេចក្តីផ្តើមទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ៖ ២០១៥) ២៥១។

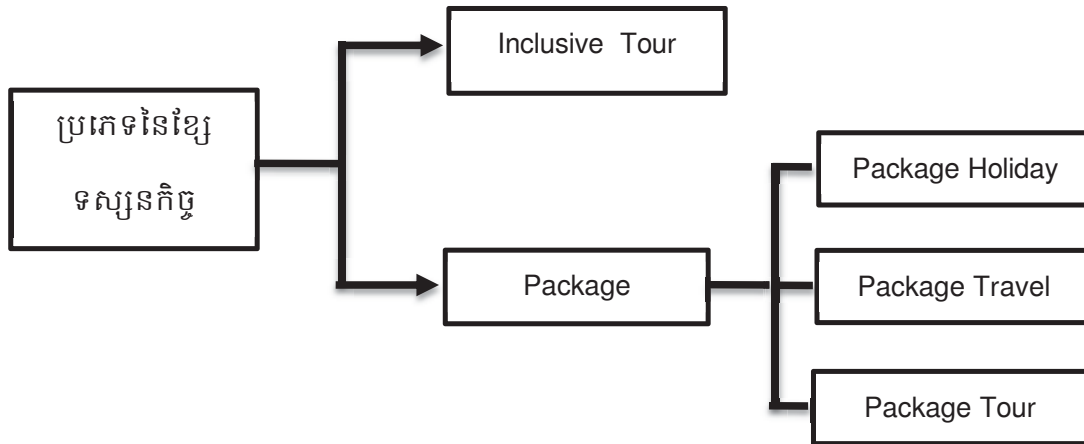
^៧ ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០០៩

^៨ ដកស្រង់ចេញពី https://en.wikipedia.org/wiki/Package_tour ថ្ងៃទី ៦ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០១៧

^៩ បណ្ឌិត សួន រ៉ានី, ស៊ុត តារា, យិន ច័ន្ទសុផី, ទេសចរណ៍ បច្ចេកទេស និងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។

១.១.៣.១ ប្រភេទនៃខ្សែទស្សនកិច្ច

រូបភាពទី៣៖ ប្រភេទនៃខ្សែទស្សនកិច្ច¹⁰



❖ ខ្សែទស្សនកិច្ចបែប Inclusive Tour:

ជាកញ្ចប់សេវាកម្មទេសចរណ៍សរុបដែលផ្សំឡើងពី៖

- សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនរយៈចម្ងាយឆ្ងាយ និង Transfer
- សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនក្នុងការធ្វើទស្សនកិច្ច
- សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍
- សេវាកម្មស្នាក់នៅ សេវាកម្មអាហារ និង ភេសជ្ជៈ
- សេវាកម្មទស្សនា មគ្គុទ្ទេសក៍ និង លំហែកម្សាន្ត។

❖ ខ្សែទស្សនកិច្ចបែប Package Tour

កញ្ចប់សេវាកម្មដែលបង្កើតឡើងដោយរួមបញ្ចូលនូវសេវា៖

- ដឹកជញ្ជូនបែបTransfer
- ដឹកជញ្ជូនក្នុងការធ្វើទស្សនកិច្ច
- ដឹកជញ្ជូនក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍
- ស្នាក់នៅ អាហារ និង ភេសជ្ជៈ មគ្គុទ្ទេសក៍

¹⁰ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការរៀបចំ និងគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការ (ភ្នំពេញ៖២០១៦)។

- ទស្សនា លំហែកម្សាន្ត និងសេវាផ្សេងទៀត។

❖ **ខ្សែទស្សនកិច្ចបែប Package Holiday**

កញ្ចប់សេវាចុងសប្តាហ៍ (Weekend Day) រួមដោយ៖

- សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនធ្វើទស្សនកិច្ច ទៅកាន់ទិសដៅ
- សេវាកម្មស្នាក់នៅក្នុងករណីពិសេស
- សេវាកម្មម្ហូបអាហារ និង ភេសជ្ជៈ
- សេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍ ទស្សនា និង ការលំហែកម្សាន្ត
- សេវាផ្សេងទៀតដែលចាំបាច់។

❖ **ខ្សែទស្សនកិច្ចបែប Package Travel**

កញ្ចប់សេវាកម្មសម្រាប់អ្នកដំណើរ និង ផ្សំដោយសេវាកម្ម៖

- ដឹកជញ្ជូនមកកាន់តំបន់គោលដៅ Transfer
- ដឹកជញ្ជូន ទស្សនកិច្ច ក្នុងតំបន់
- ស្នាក់នៅ ម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈ
- មគ្គុទ្ទេសក៍ បកប្រែ និងលំហែកម្សាន្ត
- សេវាកម្មដែលត្រូវប្រើប្រាស់ចាំបាច់។¹¹

១.២ សហគ្រាសរៀបចំដំណើរទេសចរណ៍

ជាអ្នកដែលដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដោយរៀបចំ និងចាត់ចែងអោយមានដំណើរកំសាន្ត ទេសចរណ៍ និងធានានូវការធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងមូលដ្ឋានសេវាកម្មនានាដើម្បីបង្កលក្ខណៈងាយស្រួល និងបំពេញឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់ចំពោះសេចក្តីត្រូវការ របស់អ្នកធ្វើដំណើរ និងទេសចរ។ សហគ្រាសប្រភេទនេះបំពេញតួនាទីជាអ្នកផលិត និងលក់ផលិតផលទេសចរណ៍ រៀបចំចាត់ចែងការងារជួបប្រជុំ សន្និបាត រៀបចំពិធីតាំងពិពណ៌ និងបំរើសេវាកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងៗ។

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ជាសហគ្រាសដែលប្រតិបត្តិការជាអន្តរការីដើម្បីបំពេញនូវកិច្ចការចុះកិច្ចសន្យាទិញលក់ ក្នុងនាមជាអ្នករៀបចំចាត់ចែង និងអាចទទួលយកសំណើរលើការធ្វើ

¹¹ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការរៀបចំ និងគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការ (ភ្នំពេញ៖២០១៦)

ដំណើរ ឬក៏ចាត់ចែងផ្តល់ការស្នាក់អាស្រ័យបណ្តោះអាសន្ន ជាថ្នូរនឹងតម្លៃតបស្នងនៃការផ្តល់សេវាកម្មនេះ។

ទីភ្នាក់ទេសចរណ៍ដែលជាអ្នករៀបចំចាត់ចែង ជាប្រភេទសហគ្រាសដែលប្រតិបត្តិការជាអ្នករៀបចំកញ្ចប់ដំណើរទេសចរណ៍ និងផ្តល់សេវាកម្មដទៃដែលចាំបាច់ ព្រមទាំងចាត់ចែងការប្រជុំសិក្ខាសាលា សន្និសីទ ។ល។¹²

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ថា គឺជាអាជីវកម្ម ដែលដើរតួនាទីជាអ្នករៀបចំ និងចាត់ចែងឲ្យមានដំណើរកម្សាន្ត រៀបចំចាត់ចែងការងារជួបប្រជុំ (Arrange Meeting) សន្និបាត (Conventions) ពិពណ៌នា និងលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មទេសចរណ៍ សម្របសម្រួលជាមួយបណ្តាលមូលដ្ឋានសេវាកម្មទេសចរណ៍ ដទៃផ្សេងទៀត។¹³

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ គឺជាអាជីវកម្មដែលបម្រើនូវសេវាកម្មអាទិភាពមួយចំនួន ដូចជា ការជ្រុយពាណិជ្ជកម្ម និងធ្វើឲ្យព័ត៌មាន អំពីផលិតផល ឬសេវាកម្មទេសចរណ៍ ដែលមានគម្រោងស្នើផ្គត់ផ្គង់ និងលក់ទៅដល់អ្នកដំណើរ (ទេសចរណ៍) ផ្តល់នូវសេវាកម្មកក់ ទិញ និងលក់សំបុត្រធ្វើដំណើរ (តាមផ្លូវអាកាស ផ្លូវគោក ផ្លូវដែក ផ្លូវទឹក)។ ក្រៅពីនោះ ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ក៏មានការចាត់ចែងផ្តល់នូវ សេវាកម្មកក់ ទិញ លក់បន្ទប់ ស្នាក់នៅ ការចែកចាយ និងជួយលក់ផលិតផល ឲ្យផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មទេសចរណ៍ដទៃទៀត និងអ្វីដែលជាអាទិភាព គឺការរៀបចំបង្កើត លក់ និងប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច។

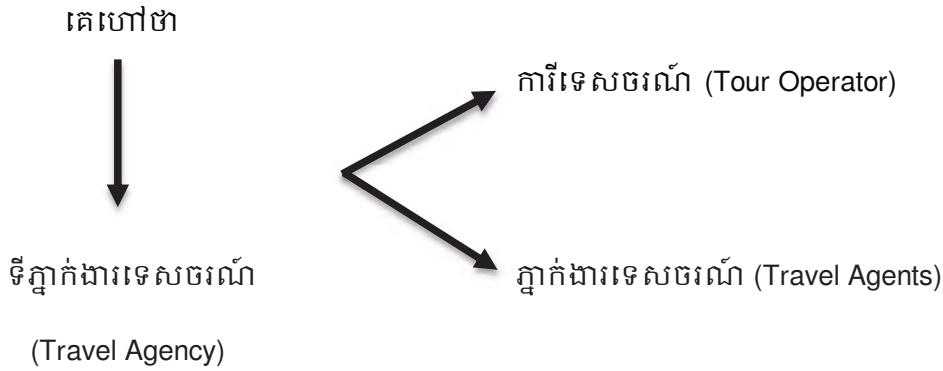
សរុបសេចក្តីមកទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍គឺជាអន្តរការីនៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍យ៉ាងសំខាន់ក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មជាមួយនឹងមូលដ្ឋាននានា ដោយដើរតួនាទីជាអ្នកផលិតផល និងអ្នកលក់នូវផលិតផលសេវាកម្មទេសចរណ៍ផង ដើម្បីបង្កលក្ខណៈងាយស្រួល និងបំពេញនូវសេចក្តីត្រូវការរបស់អ្នកធ្វើដំណើរ និងទេសចរ។

¹² បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងសាជីវកម្មទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ៖ ២០១៤) ៥។

¹³ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ៖ ២០១២) ១។

១.២.១ ទម្រង់នៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

រូបភាពទី៤៖ ប្រភេទសហគ្រាសរៀបចំដំណើរទេសចរណ៍¹⁴



១.២.១.១ ការីទេសចរណ៍ (Tour Operator)

ការីទេសចរណ៍សម្តៅដល់រូបវន្ត ឬនីតិបុគ្គលដែលធ្វើអាជីវកម្ម ជាអ្នករៀបចំ និងលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច ព្រមទាំងលក់បណ្តាសេវាកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងៗដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោលតាមរយៈទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឬភាគីផ្សេងៗទៀតក្នុងកិច្ចសន្យា។¹⁵

តាមច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០០៩ បានចែងថា៖

ការីទេសចរណ៍ សម្តៅបុគ្គលដែលរៀបចំ និងលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច ព្រមទាំងប្រមូលផ្តុំសេវាកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀត សម្រាប់លក់ដោយផ្ទាល់ ឬតាមរយៈភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឬភាគីផ្សេងទៀតក្នុងកិច្ចសន្យា។¹⁶

យោងតាមសៀវភៅ Travel agency dealer in dream 1985 ការីទេសចរណ៍ ជាក្រុមហ៊ុនដែលធ្វើឯកទេសកម្ម ក្រុមការងារផែនការ និងការងារអនុវត្តត្រូវបានបង់ថ្លៃទុកជាមុន ក៏ដូចជាការធ្វើផែនការទុកជាមុននូវដំណើរវិស្សមកាលហើយលក់ទៅឲ្យសាធារណៈជនទូទៅតាមរយៈភ្នាក់ងារ។¹⁷

¹⁴ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងសាជីវកម្មទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ៖ ២០១៤) ៤។

¹⁵ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងសាជីវកម្មទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ៖ ២០១៤) ៥។

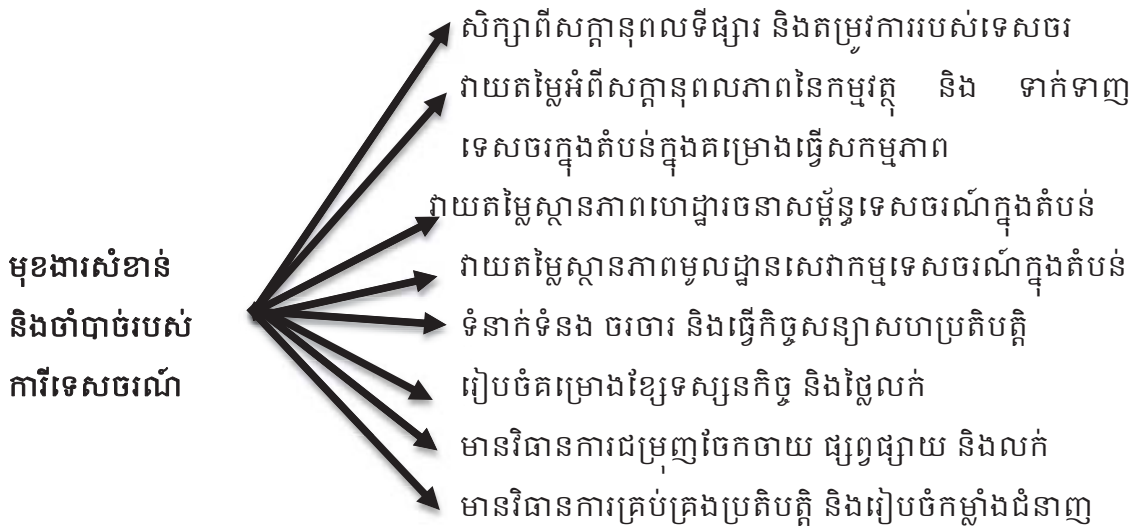
¹⁶ Aryear Gregory, Travel agency dealer in dream (1985)

¹⁷ ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០០៩

ការិយាល័យទេសចរណ៍ គឺជាអ្នកដែលដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ដោយធ្វើការជាអ្នកប្រមូល និងវេចខ្ចប់នូវសេវាកម្មទេសចរណ៍ ហើយបង្កើតជាខ្សែទស្សនកិច្ច និងលក់វា ដើម្បីទាញយកផលកម្រៃ។ ក្រៅពីនោះ ការិយាល័យទេសចរណ៍អាចលក់សេវាកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងៗ ដែលទីផ្សារត្រូវការ និងទាញយកផលកម្រៃ។¹⁸

សរុបសេចក្តីមក ការិយាល័យទេសចរណ៍ ជាអ្នកធ្វើអាជីវកម្ម ដោយត្រៀមបម្រុង ប្រមូល និងផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មគ្រប់ផ្នែកសម្រាប់អ្នកធ្វើដំណើរ ទេសចរ និងសម្រាប់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឬភ្នាក់ងារជាដៃគូផង។

រូបភាពទី៥៖ មុខងាររបស់ការិយាល័យទេសចរណ៍¹⁹



១.២.១.២ ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (Travel Agents)

តាមច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០០៩ បានចែងថា៖

ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ សម្តៅដល់បុគ្គលដែលមានសញ្ជាតិខ្មែរ ដែលធ្វើអាជីវកម្មជាអ្នកជួយលក់សេវាកម្មទេសចរណ៍ដូចជា សំបុត្រមធ្យោយបាយធ្វើដំណើរសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀត រាប់បញ្ចូលខ្សែទស្សនកិច្ចដែលបង្កើតដោយការិយាល័យទេសចរណ៍ផងដែរ។²⁰

¹⁸ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ៖ ២០១២) ៦។
¹⁹ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជីវ សុងហាក់ និងទឹម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ៖ ២០០៤) ៦៧។
²⁰ យោងតាមច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០០៩

ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ សម្តៅដល់រូបវន្តបុគ្គល ដែលធ្វើអាជីវកម្មជាអ្នកចុះកិច្ចសន្យា ជាមួយ ទេសចរ អតិថិជន ឬភាគីផ្សេងទៀតក្នុងនាមការីទេសចរណ៍ ឬក្នុងនាមខ្លួនឯងផ្ទាល់បើជាភ្នាក់ងារ ឯករាជ្យ។²¹

ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ គឺជាសហគ្រាសដែលអាចធ្វើអាជីវកម្មក្នុងនាមជានីតិបុគ្គល និងរូប- វន្តបុគ្គលដែលទទួលបានអាជ្ញាប័ណ្ណប្រកបអាជីវកម្ម ជាអ្នកធ្វើសកម្មភាពចុះកិច្ចសន្យាលក់ខ្សែ សង្វាក់ទស្សនកិច្ច ឬផលិតផលផ្សេងៗទៀតជាមួយទេសចរ អតិថិជន ឬភាគីផ្សេងៗទៀតក្នុងនាម ជាការីទេសចរណ៍ ឬក្នុងនាមផ្ទាល់ខ្លួនបើជាភ្នាក់ងារឯករាជ្យ។²²

ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ សម្តៅដល់នីតិបុគ្គល ឬរូបវន្តបុគ្គលដែលមានសញ្ជាតិខ្មែរ ដែលធ្វើ អាជីវកម្មជាអ្នកលក់បន្តខ្សែទស្សនកិច្ច និងបណ្តាសេវាកម្មទេសចរណ៍ដូចជា សំបុត្រយន្តហោះ មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ សេវាកម្មស្នាក់នៅ និងសេវាកម្មដទៃទៀតដែលបង្កើតដោយការីទេស ចរណ៍។²³

ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ គឺជាក្រុមហ៊ុន ឬអាជីវករ ដែលដើរតួជាអ្នកលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច ដែល រៀបចំដោយការីទេសចរណ៍ (ជាឈ្មួញកណ្តាលរវាងការីទេសចរណ៍ និងអតិថិជន) និងលក់សេវា កម្មក្នុងនាមជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ទាំងឡាយនៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។²⁴

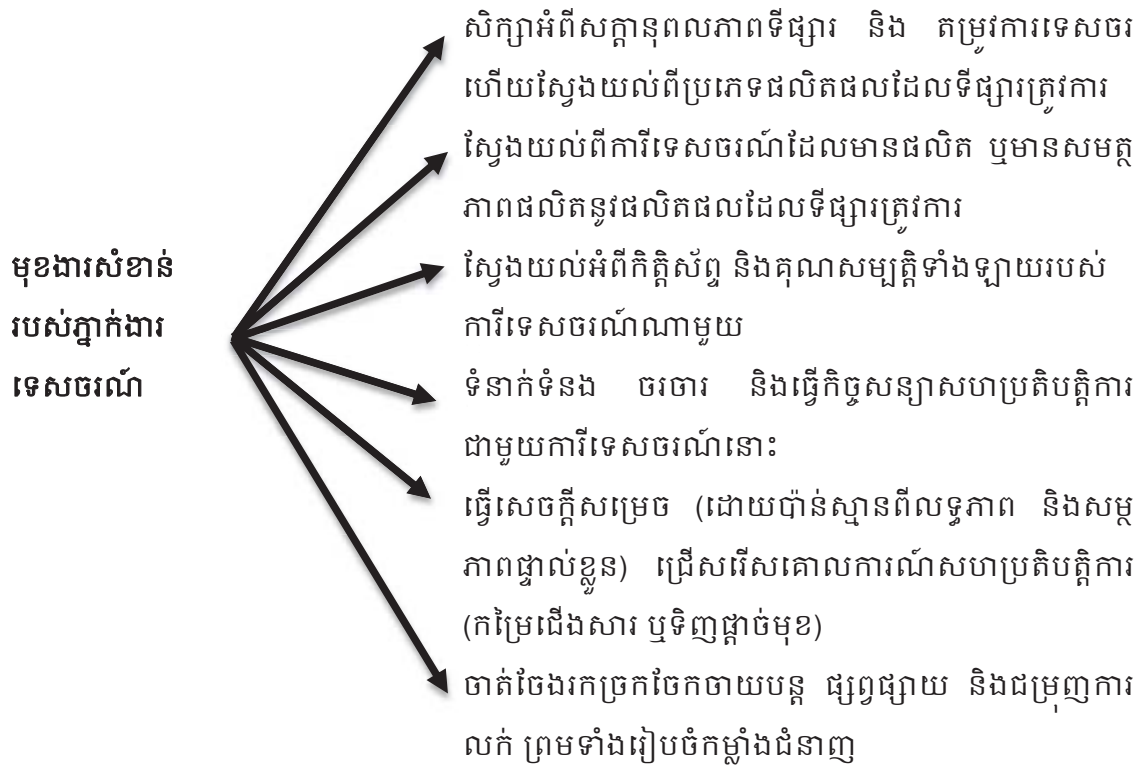
²¹ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងសាជីវកម្មទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ៖ ២០១៥) ៥។

²² Aryear Gregory, Travel agency dealer in dream (1985)

²³ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជីវ សុងហាក់ និងទឹម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ ៖២០០៤) ។

²⁴ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ៖ ២០១២) ១៤។

រូបភាពទី៦៖ មុខងាររបស់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍²⁵



១.២.២ មុខងារ សកម្មភាព និងការកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

១.២.២.១ មុខងាររបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

ការធ្វើអាជីវកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ គឺជាមែកធាងមួយយ៉ាងសំខាន់ សម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍។ មុខងាររបស់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ មានដូចជា៖

- ផ្តល់ជាយោបល់ទៅដល់អ្នកដំណើរ
- ផ្តល់ព័ត៌មាន និងជាទីប្រឹក្សាដល់អតិថិជន
- ត្រួតពិនិត្យ និងគណនាតម្លៃនានា ដូចជាតម្លៃសំបុត្រយន្តហោះ និងថ្លៃ ដើមនៃកញ្ចប់ទស្សនកិច្ច
- ជាអ្នករៀបចំដំណើរកំសាន្ត
- រៀបចំទុកដាក់ជាមុននូវមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ កន្លែងស្នាក់នៅ កន្លែង ទទួលទាន និងកន្លែងកម្សាន្ត

²⁵ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ៖ ២០១២) ១៦។

- ធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មទេសចរណ៍ និងជាអ្នកដោះដូរ រូបិយប័ណ្ណអន្តរជាតិផ្សេងៗ។²⁶

១.២.២.២ សកម្មភាពរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

គេអាចបែងចែកសកម្មភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ជា២ ផ្នែកធំៗគឺ៖

➢ សកម្មភាពចម្បង

➢ សកម្មភាពបន្ទាប់បន្សំ

❖ សកម្មភាពចម្បង

• រៀបចំដំណើរកម្សាន្ត៖

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

• ដំណើរកម្សាន្តរបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

- ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក
- សហការជាមួយក្រុមហ៊ុនអន្តរជាតិដៃគូក្នុងការនាំទេសចរចូល

• រៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចដោយខ្លួនឯងព្រមទាំងលក់ទៅអតិថិជនផ្ទាល់

• លក់បន្តនូវកម្មវិធីទាំងឡាយរបស់ក្រុមហ៊ុនដទៃ

• លក់សំបុត្រសម្រាប់ធ្វើដំណើរ

- សំបុត្ររថភ្លើង
- យន្តហោះ
- រថយន្ត
- កប៉ាល់ និងនាវា

²⁶ Aryear Gregory, Travel agency dealer in dream (1985)

- មានផ្ទះសំណាក់គ្រប់ប្រភេទសម្រាប់ជួល
- ការងារប្តូររូបិយប័ណ្ណ
- មគ្គុទេសក៍ អ្នកបកប្រែភាសា
- ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រង

❖ **សកម្មភាពបន្ទាប់មន្សំ**

- មានផ្ទះសំណាក់គ្រប់ប្រភេទ មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនដែលជាទ្រព្យសម្បត្តិផ្ទាល់ខ្លួនសម្រាប់ជួល
- សកម្មភាពជំនួញតូចតាច²⁷

១.២.២.៣ ភារកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

មុខងារ និងសកម្មភាពរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍បានកំណត់នូវ ភារកិច្ចចម្បងមួយចំនួនដូចជា៖

- រៀបចំនូវឯកសារ និងព័ត៌មានសម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្ម
- រៀបចំចាត់ចែងការហោះហើរ ធានារ៉ាប់រង និងការស្នាក់នៅ
- ធ្វើឲ្យសម្រេចបាននូវប្រព័ន្ធគុណភាពនៃការផ្តល់យោបល់ ដើម្បីជ្រើសរើស និងការសម្រេចចិត្តរបស់អតិថិជនក្នុងការប្រើប្រាស់សេវាកម្មរបស់ខ្លួន
- រៀបចំនូវសេវាកម្មដែលខ្លួនបង្កើតឡើង
- ណែនាំអតិថិជនអំពីបែបបទក្នុងការធ្វើដំណើរ ឧទាហរណ៍ ទិដ្ឋាការ និងលិខិតឆ្លងដែន
- ជ្រើសរើសនូវវិធានការសម្រាប់លក់អាស្រ័យដោយប្រភេទ និងលក្ខណៈនៃកិច្ចព្រមព្រៀងរបស់ឈ្មួញកណ្តាល
- ទទួលស្គាល់សិទ្ធិរបស់អ្នកដំណើរ ដោយលុបចោលនូវកិច្ចសន្យាដែលដាក់ឲ្យអតិថិជនបង់ប្រាក់ជាមុន។²⁸

²⁷ ច្រឡឹង សុមេធា, យ៉ែម ច័ន្ទរិទ្ធ, វ៉ាត វ៉ាន់រីរៈ, ស្វី គឹមព្រីទ្វា, ការគ្រប់គ្រងការរៀបចំ ការធ្វើដំណើរ(Travel Operation Management) ៩,១០។

²⁸ សែម ចន្ទ្រវង្ស សៀន សុវណ្ណា សារណាបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រទេសចរណ៍ (ឆ្នាំ២០១៥)

ជំពូកទី២៖ ស្ថានភាពទូទៅ និងដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារ

ទេសចរណ៍ គ្រួសារ ធុ អង្ករ ធ្នូ & ត្រាវែល

២.១ ប្រតិបត្តិការទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ គ្រួសារ ធុ អង្ករ ធ្នូ & ត្រាវែល គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលបានផ្តល់នូវកញ្ចប់សេវាកម្មជាច្រើនដូចជា ទទួលកក់នូវកន្លែងស្នាក់នៅដូចជា សណ្ឋាគារ លក់សំបុត្រយន្តហោះសំបុត្រឡានក្រុង និងជាពិសេសគឺលក់នូវកញ្ចប់ទស្សនកិច្ច ដើម្បីបម្រើទៅដល់ទេសចរដែលធ្វើដំណើរកម្សាន្តមកកាន់ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ក្រុមហ៊ុននេះ គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលមានទម្រង់សហគ្រាសបែប ឯកកម្មសិទ្ធិ ដោយមានម្ចាស់តែម្នាក់គត់ដែលមានសិទ្ធិសម្រេចទៅលើអ្វីៗទាំងអស់ និងគ្រប់គ្រងទៅគ្រប់ប្រព័ន្ធការងាររបស់ក្រុមហ៊ុន។ ក្រុមហ៊ុន គ្រួសារ ធុ អង្ករ ធ្នូ & ត្រាវែល ជាក្រុមហ៊ុនដែលមានម្ចាស់កម្មសិទ្ធិជាជនជាតិខ្មែរ និងមានតួនាទីជាអ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅផងដែរ។ ក្រុមហ៊ុននេះ ទើបតែដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនបានរយៈពេលពីរឆ្នាំប៉ុណ្ណោះ ពោលគឺត្រូវបានបើកដំណើរការចាប់តាំងពីថ្ងៃទី១២ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១៥ និងមានឈ្មោះជាផ្លូវការជាក្រុមហ៊ុនតាំងថា TRAILTOAngkor Tours & Travel ។

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ គ្រួសារ ធុ អង្ករ ធ្នូ & ត្រាវែល ក៏បានពង្រីកដៃគូសហការជាច្រើនដូចជាក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ជាតិ និងជាមួយក្រុមហ៊ុនដែលផ្តល់ផ្តល់សេវាកម្មក្នុងស្រុកមួយចំនួនផងដែរ។ ក្រុមហ៊ុន បានកំណត់គោលការណ៍មួយ គឺផ្តល់ជូនអតិថិជននូវបទពិសោធន៍ដែលមិនអាចបំភ្លេចបាន។ ក្នុងរយៈពេលពីរឆ្នាំ នៃការបើកដំណើរការ ក្រុមហ៊ុនក៏បានទទួលនូវលទ្ធផលល្អជាច្រើន ក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មទៅដល់អតិថិជន ដោយត្រូវទទួលបានការវាយតម្លៃគាំទ្រពីសំណាក់អតិថិជន ដែលធ្លាប់ជ្រើសរើសយកសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងដំណើរកម្សាន្តរបស់ខ្លួនតែម្តង។

២.២ ទីតាំង និងសញ្ញា (Logo) របស់ក្រុមហ៊ុន គ្រួសារ ធុ អង្ករ ធ្នូ & ត្រាវែល

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ គ្រួសារ ធុ អង្ករ ធ្នូ & ត្រាវែល មានទីតាំងស្ថិតនៅ មណ្ឌល១ ឃុំស្វាយដង្កំ ស្រុកសៀមរាប ខេត្តសៀមរាប។

- ចំនួនបុគ្គលិក ៖ ៩នាក់
- ទូរស័ព្ទទំនាក់ទំនង ៖ +៨៥៥ ៨៩ ២៦០ ៨៥៤
+៨៥៥ ១០ ៣៧៥ ៤០០

- ទូរសារ ៖ +៨៥៥ ៦៣ ៩៦៤ ៧៦៨
- Email ៖ cambodia@trailtoangkortours.com
- គេហទំព័រ ៖ www.trailtoangkortours.com

ស្លាកសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន (Logo)



២.៣ ចក្ខុវិស័យរបស់ក្រុមហ៊ុន

ចក្ខុវិស័យរបស់ក្រុមហ៊ុន គឺធានាឲ្យបាននូវសេវាកម្មមួយដ៏ល្អសម្រាប់អតិថិជនស្របទៅតាមទិសដៅដែលបានកំណត់ទុក។

២.៤ បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន

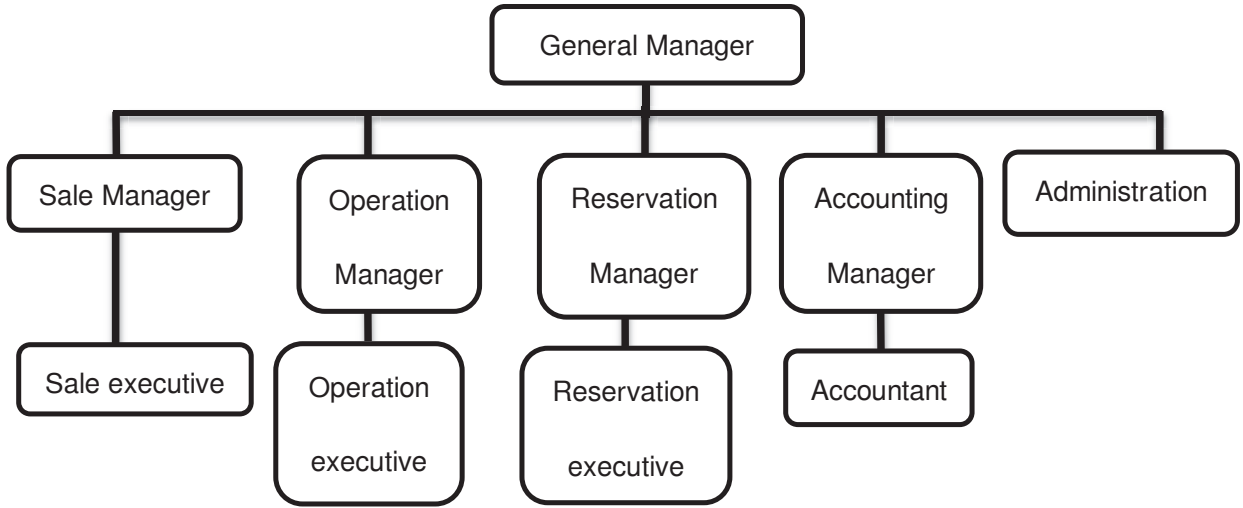
បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន គឺបង្កើតនឹងរៀបចំកញ្ចប់សេវាកម្មឲ្យមានគុណភាពល្អដោយមិនមែនត្រឹមតែផ្តល់ជូននៅសេវាកម្មស្នាក់នៅ និងដំណើរកម្សាន្តតែប៉ុណ្ណោះទេ គឺផ្តល់ជូនអតិថិជននូវបទពិសោធន៍មួយដែលមិនអាចបំភ្លេចបាន។

២.៥ បេសកកម្មនិងគុណតម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុន

២.៥.១ បេសកកម្មនិងគុណតម្លៃ

ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វរ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល បានរៀបចំប្រព័ន្ធការងារ និងរចនាសម្ព័ន្ធរបស់បុគ្គលិក ទៅតាមមុខងារនីមួយៗដែលមានដូចខាងក្រោម៖

រូបភាពទី៧៖ រចនាសម្ព័ន្ធរូបបុគ្គលិក



២.៥.២ តួនាទីបុគ្គលិក

ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល ជាក្រុមហ៊ុនទើបតែបង្កើតឡើង ដែលជាហេតុធ្វើឲ្យ រាល់បណ្តាផ្នែកនីមួយៗ នៃរចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុនពុំសូវមានលក្ខណៈស្មុគ្រស្មាញ និងងាយ ស្រួលយល់។ ដោយសារតែពុំសូវមានលក្ខណៈស្មុគ្រស្មាញបែបនេះហើយ ទើបធ្វើឲ្យបុគ្គលិកនៅ ក្នុងក្រុមហ៊ុនងាយស្រួលបំពេញការងាររបស់ខ្លួន និងមានការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាជ្រាលជ្រៅផ្នែកនី មួយៗ។ រាល់ផ្នែកនីមួយៗ នៃរចនាសម្ព័ន្ធខាងលើ ត្រូវបានបែងចែកជាតួនាទី និងភារៈកិច្ចរៀងៗ ខ្លួនទៅតាមលំដាប់ថ្នាក់នៃផ្នែកនោះ។ តួនាទី និង ភារៈកិច្ចរបស់បុគ្គលិកនីមួយៗមានដូចខាង ក្រោម៖

២.៥.២.១ អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ (General Manager)

អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ គឺជាម្ចាស់អាជីវកម្មផ្ទាល់ និងជាអ្នកដឹកនាំកំពូលនៅក្នុងរចនាសម្ព័ន្ធ របស់ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល ។ អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅ ជាបុគ្គលិកម្នាក់ដែលមានសក្តា នុពល និងមានភារៈកិច្ចសំខាន់ខ្លាំងបំផុតក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ជាពិសេសគាត់ គឺជាក្បាលម៉ាស៊ីនក្នុងការ ដឹកនាំសកម្មភាពអាជីវកម្មទាំងមូល និង ជាអ្នកតម្រង់ទិសទៅដល់បុគ្គលិកឲ្យគោរពតាមនូវគោល ការណ៍ដែលក្រុមហ៊ុនបានកំណត់ ដើម្បីឲ្យបុគ្គលិកគោរពតាម។

តួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវរបស់អ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅមានដូចជា៖

- កំណត់នូវយុទ្ធសាស្ត្រនៅក្នុងរដូវកាលនីមួយៗ នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដើម្បីឲ្យប្រធានផ្នែកទាំងអស់អនុលោមតាម
- គ្រប់គ្រងទៅលើការងាររួម ដោយគ្រប់គ្រងទៅលើប្រធានផ្នែកទាំងអស់ដូចជា ផ្នែកលក់ ផ្នែកប្រតិបត្តិការ ផ្នែកកក់បម្រុង ផ្នែកគណនេយ្យ និងផ្នែករដ្ឋបាល
- បង្កើតនូវឱកាសទីផ្សារ និងស្វែងរកទីផ្សារសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន
- ស្វែងរកដៃគូសហការ និងធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយភាគីដែលពាក់ព័ន្ធ
- តំណាងឲ្យបុគ្គលិក ក្នុងកិច្ចការប្រជុំផ្សេងៗ ឬបំពេញភារៈកិច្ចទៅក្រៅប្រទេស
- ជម្រុញ និងលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិកក្នុងការបំពេញការងារ
- ដោះស្រាយនូវបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួន ដូចជា ដោះស្រាយជម្លោះរវាងបុគ្គលិក និងបុគ្គលិក បុគ្គលិកជាមួយភ្ញៀវ និងភ្ញៀវជាមួយបណ្តាសេវាកម្មផ្សេងៗដែលមាននៅក្នុងកញ្ចប់សេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន
- សម្រេចចិត្តលើអ្វីៗទាំងអស់ នៅក្នុងប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន

២.៥.២.២ ប្រធានផ្នែកលក់ (Sale Manager)

ប្រធានផ្នែកលក់ គឺជាបុគ្គលិកដែលសំខាន់ទីពីរបន្ទាប់ពីអ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅនៅក្នុងរចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន។ គាត់ បានដើរតួនាទីជាប្រធានស្តីទីនៅពេលដែលអ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅមិននៅក្រុមហ៊ុន។ នៅក្នុងផ្នែកនេះ បានបែងចែកជាពីរកម្រិត គឺប្រធានផ្នែកលក់ (sale manager) និងប្រតិបត្តិករផ្នែកលក់សេវាកម្ម (sale executive)។

តួនាទី និងភារៈកិច្ចរបស់ប្រធានផ្នែកលក់មានដូចជា៖

- ត្រួតពិនិត្យផ្នែកផ្សេងៗ នៅពេលដែលអ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅមិននៅ
- រៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច
- រៀបចំនូវសេវាកម្មផ្សេងៗ ដែលពុំមាននៅក្នុងកញ្ចប់សេវាកម្ម
- ធ្វើការកែសម្រួលនូវកញ្ចប់ទស្សនកិច្ច ឬសេវាកម្មផ្សេងៗដើម្បីបំពេញចិត្តអតិថិជន
- គ្រប់គ្រងបុគ្គលិកផ្នែកលក់ ដើម្បីកុំឲ្យមានភាពយឺតយ៉ាវក្នុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម
- ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយនូវសេវាកម្ម និងត្រួតពិនិត្យមើលទៅលើគេហទំព័រជាដាច់ខាតរៀងរាល់ថ្ងៃ

- ធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនដោយផ្ទាល់ ឬឆ្លើយតប និងត្រួតពិនិត្យមើលសារអេឡិចត្រូនិច (E-mail) ជាប្រចាំដើម្បីធ្វើការឆ្លើយតប និងសម្របសម្រួលនូវអ្វីដែលអតិថិជនចង់បាន

២.៥.២.២.១ ប្រតិបត្តិករផ្នែកលក់ (Sale Executive)

ប្រតិបត្តិករផ្នែកលក់ ជាផ្នែកមួយដែលមានទំនាក់ទំនងយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយអតិថិជន។ រាល់កញ្ចប់សេវាកម្មទាំងអស់ដែលត្រូវបានរៀបចំឡើង គឺផ្នែកនេះជាអ្នកយកផលិតផលដែលបានបង្កើតឡើងលក់ទៅឲ្យអតិថិជន ស្របទៅតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងសម្របសម្រួលរាល់សកម្មភាពផ្សេងៗដែលទាក់ទងនឹងដំណើរការប្រតិបត្តិការរបស់ភ្ញៀវ។ បុគ្គលិកក្នុងផ្នែកនេះ គឺជាមនុស្សដែលមានការអត់ធ្មត់ និងមានការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ក្នុងការងាររបស់ខ្លួន។

តួនាទី និងភារៈកិច្ចរបស់ប្រតិបត្តិករផ្នែកលក់មានដូចជា៖

- ប្រតិបត្តិការតាមគោលការណ៍ដែលប្រធានផ្នែកលក់ ឬអ្នកគ្រប់គ្រងទូទៅដែលបានដាក់
- ជួយសម្រួលដល់ការងាររបស់ប្រធានផ្នែក
- យល់ដឹងក្នុងការធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនតាមរយៈការជួបដោយផ្ទាល់ ឬតាមរយៈសារអេឡិចត្រូនិច (E-mail)
- ចូលរួមបង្កើត ឬជួយផ្តល់យោបល់ក្នុងការរៀបចំដំណើរការប្រតិបត្តិការ និងគណនាតម្លៃកញ្ចប់សេវាកម្ម
- ធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយដៃគូសហការ និងចុះទៅពិនិត្យមើលស្ថានភាពដោយផ្ទាល់ដើម្បីសិក្សាពីស្ថានភាពទូទៅរបស់តំបន់ ជាការងាយស្រួលក្នុងការផ្តល់ព័ត៌មានទៅកាន់ភ្ញៀវ

២.៥.២.៣ ប្រធានផ្នែកប្រតិបត្តិការ (Operation Manager)

ប្រធានផ្នែកប្រតិបត្តិការ ជាបុគ្គលិកដែលមិនអាចខ្វះបាននៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ព្រោះគាត់ជាអ្នកដែលត្រួតពិនិត្យមើលទៅលើខ្សែទស្សនកិច្ចដើម្បីឲ្យមានសកម្មភាព និងជាបុគ្គលិកដែលធ្វើការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយនឹង អ្នកបើកបរ មគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ និងបណ្តាសេវាកម្មមួយចំនួនទៀតដូចជា សណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន និងសេវាកម្មផ្សេងៗទៀតដែលមាននៅក្នុងកញ្ចប់សេវាកម្ម។

តួនាទី និងភារៈកិច្ចរបស់ប្រធានផ្នែកប្រតិបត្តិការមានដូចជា៖

- ត្រួតពិនិត្យមើលទៅលើកញ្ចប់សេវាកម្ម ដើម្បីឲ្យដឹងច្បាស់ថាកញ្ចប់សេវាកម្មនោះបានបញ្ចូលទៅក្នុងទិន្នន័យរបស់ក្រុមហ៊ុនហើយរឺនៅ

- រៀបចំកំណត់ទុកមុននូវសេវាកម្មផ្សេងៗដូចជា រថយន្ត មគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ សណ្ឋាគារទៅតាមពេលកំណត់នៃកញ្ចប់សេវាកម្ម
- ធ្វើការដោះស្រាយការងារបន្ទាន់ផ្សេងៗ នៅពេលដែលពេលភ្ញៀវពុំទាន់មកដល់ ឬនៅពេលដែលកំពុងប្រើប្រាស់សេវាកម្ម
- ស្វែងយល់ឲ្យបានច្បាស់ពីបណ្តាសេវាកម្មផ្សេងៗដូចជា សេវាកម្មស្នាក់នៅ ដឹកជញ្ជូន ភោជនីយដ្ឋាន រមណីយដ្ឋាន និងតំបន់កម្សាន្តផ្សេងៗទៀតដែលសហការជាមួយក្រុមហ៊ុន

២.៥.២.៣.១ បុគ្គលិកផ្នែកប្រតិបត្តិការ (Operation executive)

ផ្នែកនេះ ជាផ្នែកដែលស្ថិតក្រោមការដឹកនាំរបស់ប្រធានផ្នែកប្រតិបត្តិការ។ បុគ្គលិកនៅក្នុងផ្នែកនេះ ជាមនុស្សដែលមានភាពរួសរាយរាក់ទាក់ ម៉ត់ចត់ក្នុងការងារ និងមានសមត្ថភាពក្នុងការធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយដៃគូសហការ។

តួនាទី និងភារៈកិច្ចរបស់បុគ្គលិកផ្នែកប្រតិបត្តិការមានដូចជា៖

- វាយបញ្ចូលនូវទិន្នន័យកំណត់បម្រុងរបស់ភ្ញៀវ ចូលទៅក្នុងទិន្នន័យរបស់ក្រុមហ៊ុន
- រៀបចំនូវ voucher សម្រាប់សណ្ឋាគារ ឬសេវាកម្មផ្សេងៗទៀតដែលសហការជាមួយក្រុមហ៊ុន
- ធ្វើការទំនាក់ទំនង និងកំណត់បម្រុងជាមួយសេវាកម្មផ្សេងៗដូចជា មគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ រថយន្ត និងសេវាកម្មដទៃទៀត
- ចុះទៅជួបភ្ញៀវដោយផ្ទាល់ក្នុងកំឡុងពេលដែលភ្ញៀវកំពុងប្រើប្រាស់នូវកញ្ចប់សេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីដឹងថាដំណើរកម្សាន្តរបស់ពួកគាត់មានលក្ខណៈយ៉ាងណា ឬមានបញ្ហាអ្វីខ្លះជាមួយសេវាកម្មដែលគាត់កំពុងប្រើប្រាស់

២.៥.២.៤ ប្រធានផ្នែកកំណត់បម្រុង (Reservation Manager)

ប្រធានផ្នែកកំណត់បម្រុង គឺជាអ្នកធ្វើការកំណត់បម្រុង និងធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងរាល់បណ្តាសេវាកម្មផ្សេងៗជាពិសេសជាមួយនឹងសេវាកម្មស្នាក់នៅ។

តួនាទី និងភារៈកិច្ចរបស់ប្រធានផ្នែកកំណត់បម្រុងមានដូចជា៖

- ទទួលរៀបចំកំណត់បម្រុងរបស់សណ្ឋាគារ ឬសំបុត្រយន្តហោះ រថយន្តក្រុង
- ធ្វើការសិក្សាទៅលើប្រភេទសណ្ឋាគារនីមួយៗ ថាគួរជ្រើសរើសយកសណ្ឋាគារណាខ្លះធ្វើជាដៃគូសហការជាមួយក្រុមហ៊ុន

- ធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយសណ្ឋាគារ ដើម្បីសិក្សាទៅលើតម្លៃបន្ទប់ និងស្ថានភាពទូទៅរបស់សណ្ឋាគារ
- គ្រប់គ្រងទៅលើដំណើរការរបស់បុគ្គលិកផ្នែកកក់បម្រុង ដើម្បីដឹងថាបុគ្គលិកបានប្រតិបត្តិទៅតាមលក្ខខណ្ឌ ឬក្នុងត្រាដែលក្រុមហ៊ុនព្រមព្រៀងជាមួយសណ្ឋាគារដែរឬទេ
- ត្រួតពិនិត្យមើលទៅលើរាល់ការកក់បម្រុងទាំងអស់ ដើម្បីដឹងថាការកក់នោះត្រឹមត្រូវតាមពេលវេលាដែរឬទេ
- ត្រួតពិនិត្យមើលថាការប្រតិបត្តិការងាររបស់ផ្នែកលក់ និងផ្នែកកក់បម្រុងមានលក្ខណៈត្រឹមត្រូវ និងស៊ីសង្វាក់គ្នាដែរឬទេ

២.៥.២.៤.១ មុន្តលិកផ្នែកកក់បម្រុង (Reservation executive)

ផ្នែកកក់បម្រុង ជាអ្នកធ្វើការកក់បម្រុងរាល់បណ្តាសេវាកម្មផ្សេងៗ និងធ្វើការទំនាក់ទំនងជាពិសេសជាមួយសណ្ឋាគារ។

ផ្នែកកក់បម្រុងមានតួនាទី និងភារៈកិច្ចដូចជា៖

- ប្រតិបត្តិតាមការងារដែលប្រធានផ្នែកកក់បម្រុងបានដាក់ឱ្យ
- ធ្វើការកក់បម្រុងទៅសណ្ឋាគារ កក់សំបុត្រ ឡានក្រុង យន្តហោះ
- ធ្វើការកែប្រែការលុបចោល និងធ្វើការបញ្ជាក់អំពីការកក់
- ធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយ សណ្ឋាគារ ដើម្បីចង់ដឹងពីតម្លៃនៅពេលដែលក្លាយជាដៃគូសហការ
- ធ្វើការចុះទៅសិក្សាអំពីសណ្ឋាគារជាដៃគូសហការដោយផ្ទាល់ ដើម្បីឱ្យដឹងច្បាស់ពីស្ថានភាពទូទៅរបស់សណ្ឋាគារ

២.៥.២.៥ ប្រធានផ្នែកគណនេយ្យ (Account director)

ប្រធានផ្នែកគណនេយ្យ គឺជាបុគ្គលិកដែលមានការទទួលខុសត្រូវទៅលើចំណូលចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន។

តួនាទី និងភារៈកិច្ចរបស់ប្រធានផ្នែកគណនេយ្យមានដូចជា៖

- រៀបចំទុកដាក់ជាមួយចំណូលចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន
- រៀបចំបញ្ជីចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ត្រួតពិនិត្យមើលទៅលើដំណើរការ ការងាររបស់បុគ្គលិក
- ទទួលខុសត្រូវចំពោះការបង់ពន្ធ

- រៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

២.៥.២.៥.១ គណនេយ្យករ (Accountant)

បុគ្គលិកផ្នែកនេះ គឺទាមទាមឲ្យមានការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ក្នុងការងាររបស់ខ្លួន ចេះអត់ធ្មត់នឹងការងារ និងមានភាពស្មោះត្រង់ជាមួយក្រុមហ៊ុន។

តួនាទី និងភារៈកិច្ចរបស់គណនេយ្យករមានដូចជា៖

- បូកសរុបចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន
- រៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុប្រធានផ្នែក
- រៀបចំចាត់ចែងជាមួយការបង់ពន្ធ និងប្រកាសពន្ធនៅដល់បុគ្គលិកទាំងអស់
- ធ្វើបញ្ជីចំណូល និងចំណាយ
- ធ្វើការកត់ត្រា និងបញ្ជូលទិន្នន័យចូលទៅក្នុងកុំព្យូទ័រ ដើម្បីរក្សាទុកជាឯកសាររបស់ក្រុមហ៊ុន
- ចេញជាវិក័យប័ត្រឲ្យក្រុមហ៊ុនដែលជាដៃគូសហការជាមួយក្រុមហ៊ុន

២.៥.២.៦ ផ្នែករដ្ឋបាល (Administration)

ផ្នែករដ្ឋបាល គឺជាផ្នែកដែលគ្រប់គ្រងទៅលើប្រព័ន្ធច្បាប់នៃក្រុមហ៊ុន។ ផ្នែកនេះទៀតសោត ក៏បានរួមបញ្ចូលជាមួយការជ្រើសរើសបុគ្គលិកផងដែរ។ ដោយក្នុងផ្នែកនេះត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយបុគ្គលិកចំនួនតែម្នាក់ប៉ុណ្ណោះ។

តួនាទី និងភារៈកិច្ចផ្នែករដ្ឋបាលមានដូចជា៖

- រៀបចំឯកសារសម្រាប់ការប្រជុំ
- រៀបចំច្បាប់សម្រាប់បុគ្គលិក
- ធ្វើការជ្រើសរើស និងសម្ភាសន៍បុគ្គលិក
- រៀបចំថ្ងៃសម្រាកឲ្យបុគ្គលិក

២.៦ ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស

នៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មនីមួយៗ អាចដំណើរការទៅបានទាល់តែមានបណ្តាធនធានជាច្រើនក្នុងប្រតិបត្តិការនោះ។ ក្នុងនោះធនធានមនុស្ស គឺជាធនធានមួយដែលមានសារៈសំខាន់បំផុតសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន ដែលជាហេតុធ្វើឲ្យដំណើរការអាជីវកម្មអាចដំណើរការទៅបានល្អ និងមានការរីកចម្រើន។ នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ បុគ្គលិក គឺជាអ្នកដែលធ្វើការដោយផ្ទាល់ជាមួយភ្ញៀវ និងជាអ្នកដែលនឹងអាចប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាគ្រប់បែបយ៉ាង ដែលអាចនឹងកើតមានឡើងនៅក្នុង

ក្រុមហ៊ុន។ ហេតុដូច្នេះហើយទើប បុគ្គលិកទាមទារឲ្យមានភាពវ័យឆ្លាត និងអាចបត់បែនគ្រប់ កាលៈទេសៈ ទៅតាមស្ថានភាពជាក់ស្តែង និងមានសមត្ថភាព ជំនាញក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហា ជាមួយអតិថិជន និងរាល់បណ្តាដៃគូសហការ។ ដូចនេះ ប្រសិនបើអ្នកគ្រប់គ្រងពុំមានយុទ្ធសាស្ត្រ ល្អប្រសើរក្នុងការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សដែលបម្រើការងារអាជីវកម្មនោះទេ ដំណើរការអាជីវកម្ម នោះក៏ពុំអាចទទួលបានជោគជ័យដែរ។

ការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សនៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម អាចដំណើរការទៅបានល្អ លុះ ត្រាតែអ្នកគ្រប់គ្រង យល់ដឹង ចេះអនុវត្តទៅតាមគោលការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុន និងមានយុទ្ធសាស្ត្រ ក្នុងការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សចាប់តាំងពីការជ្រើសរើសបុគ្គលិក បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក វាយ តម្លៃ ផ្តល់សំណង ធ្វើការលើកទឹកចិត្តទៅដល់បុគ្គលិក និងចូលរួមក្នុងការធ្វើទំនាក់ទំនងការងារ រវាងនាយក និងបុគ្គលិក ផ្នែកសុខភាព សុវត្ថិភាព និងភាពយុត្តិធម៌។²⁹

ដូចនេះដើម្បីធ្វើឲ្យការគ្រប់គ្រងធនធានមនុស្សអាចដំណើរការបានល្អ និងមានប្រសិទ្ធ ភាព ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូរ & ត្រាវែល បានយកចិត្តទុកដាក់បំផុតចំពោះបុគ្គលិកនៅក្នុង ដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។

២.៦.១ ការជ្រើសរើសបុគ្គលិក

គោលបំណងនៃការជ្រើសរើសបុគ្គលិក គឺដើម្បីធានាប្រមូលបេក្ខជន ដែលមានលក្ខណៈ សម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការស្ថិតនៅតួនាទីទំនេរ ក្នុងអាជីវកម្ម។³⁰

ការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិក គឺជាដំណើរការនៃការស្វែងរក និងទាក់ទាញធនធាន មនុស្សមួយក្រុមដែលនឹងក្លាយជាបេក្ខជន ប្រកបដោយគុណសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់កន្លែង ការងារទំនេរ ដែលសមស្របហើយអាចជ្រើសរើសបាន។³¹

ការប្រកាសជ្រើសរើសបុគ្គលិកឲ្យចូលមកបម្រើការនៅក្នុងទីភ្នាក់ងារ ជាចាំបាច់ត្រូវឆ្លង កាត់បីដំណាក់កាលជាមុនសិនដូចជា ដំណាក់កាលផ្សព្វផ្សាយជ្រើសរើសបុគ្គលិក ដំណាក់កាល ចម្រាញ់ និងដំណាក់កាលសម្ភាសន៍។

²⁹ ឡាយ គង់, គ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស (ភ្នំពេញ៖ ២០១៤)

³⁰ សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងសេវាកម្ម (៨០)

³¹ រោង ឈង, ការជ្រើសរើសនិយោជក (ភ្នំពេញ៖ ២០០២) មេរៀនទី៤។

➢ ដំណាក់កាលផ្សព្វផ្សាយដំណឹងជ្រើសរើសបុគ្គលិក៖

នៅក្នុងដំណាក់កាលនៃការផ្សព្វផ្សាយនេះ ក្រុមហ៊ុនបានរៀបចំការផ្សព្វផ្សាយដំណឹងជ្រើសរើសបុគ្គលិករបស់ខ្លួន ជូនទៅដល់សាធារណៈជន ជាពិសេសបេក្ខជនបេក្ខនារីដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ និងមានសមត្ថភាពមកដាក់ពាក្យចូលមកបម្រើការងារក្នុងផ្នែកនេះ។ ការផ្សព្វផ្សាយត្រូវបានប្រព្រឹត្តឡើងតាមរយៈពីរប្រភេទដែលមានដូចជា ការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់ និងការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈភ្នាក់ងារស្វែងរកបុគ្គលិក។

- ការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់៖ ការផ្សព្វផ្សាយនេះ គឺក្រុមហ៊ុនធ្វើការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈ ការដាក់ក្តារប្រកាសព័ត៌មាននៅខាងមុខការិយាល័យ និងតាមរយៈបណ្តាញសង្គមមួយចំនួន ដើម្បីធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ។
- ការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈទីភ្នាក់ងារស្វែងរកបុគ្គលិក៖ ការផ្សព្វផ្សាយនេះ គឺក្រុមហ៊ុនបានឲ្យភ្នាក់ងារស្វែងរកបុគ្គលិកជួយផ្សព្វផ្សាយ ហើយបេក្ខជនអាចទាក់ទងជាមួយក្រុមហ៊ុនបានតាមរយៈការផ្ញើនូវប្រវត្តិរូបតាមរយៈ សារអេឡិចត្រូនិច(e-mail) ឬបេក្ខជនអាចធ្វើតាមមកដាក់ប្រវត្តិរូបនៅក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់ គឺក្រុមហ៊ុនទទួលយកបានទាំងអស់។

➢ ដំណាក់កាលចម្រាញ់ (Shortlist)

ក្រោយពីបេក្ខជន បេក្ខនារីទទួលបានដំណឹងការងារ និងដាក់ពាក្យចូលធ្វើការមកកាន់ផ្នែករដ្ឋបាលរបស់ក្រុមហ៊ុន។ បន្ទាប់មកផ្នែកនេះនឹងធ្វើការចម្រាញ់ ដោយពិនិត្យមើលទៅលើប្រវត្តិរូបរបស់ពួកគេ។ បេក្ខជន និងបេក្ខនារីដែលឆ្លងផុតពីដំណាក់កាលនេះ នឹងឈានដល់ដំណាក់កាលសម្ភាសន៍។

➢ ដំណាក់កាលសម្ភាសន៍

បន្ទាប់ពីឆ្លងផុតដំណាក់កាលចម្រាញ់រួចមក បេក្ខជនត្រូវឆ្លងកាត់មួយដំណាក់កាលទៀត គឺការសម្ភាសន៍ដែលជាដំណាក់កាលចុងក្រោយ។

លក្ខខណ្ឌរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការជ្រើសរើសបុគ្គលិកពុំសូវមានភាពសុគ្រស្មាញទេ ប៉ុន្តែគឺទាមទារឲ្យបុគ្គលិកមាននូវ បរិញ្ញាបត្រផ្នែកទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច ឬបរិញ្ញាបត្រផ្សេងៗទៀតដែលអាចជាប់ពាក់ព័ន្ធក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន មានចំណេះដឹងផ្នែកភាសាអង់គ្លេស ឬភាសានៅក្នុងតំបន់អឺរ៉ុបដូចជា ភាសាបារាំង អេស្ប៉ាញ អាល្លឺម៉ង់ និងភាសានៅក្នុងតំបន់អាស៊ីដូចជា ចិន ជប៉ុន កូរ៉េ ថៃ វៀតណាម គឺគាត់មានអាទិភាពក្នុងការចូលបម្រើការក្នុងក្រុម-

ហ៊ុន។ ជាពិសេសបេក្ខជនត្រូវមាន ចំណេះដឹងផ្នែកកុំព្យូទ័រដូចជា ចេះប្រើប្រាស់កម្មវិធី Microsoft word, Microsoft excel ចេះប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណេត និងរបៀបសរសេរសារអេឡិចត្រូនិច(e-mail)។ ក្នុងនោះផងដែរវេក្ខជន គឺទាមទារឲ្យមានបុគ្គលិកលក្ខណៈសមរម្យ មានភាពស្មោះត្រង់ និងជាបុគ្គលិកដែលមានការទទួលខុសត្រូវក្នុងការងារ ហើយមានបទពិសោធន៍ការងារយ៉ាងតិចមួយឆ្នាំ និងអ្វីដែលជាអាទិភាពនោះគឺបេក្ខជនដែលមានបទពិសោធន៍ក្នុងក្រុមហ៊ុនទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឬមានបទពិសោធន៍ក្នុងផ្នែកទេសចរណ៍ និង បដិសណ្ឋារកិច្ច។ ចំពោះបេក្ខជនដែលពុំទាន់មានបទពិសោធន៍ក៏ក្រុមហ៊ុនអាចពិចារណាទទួលយកបានដែរ ដោយក្រុមហ៊ុនធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកទៅតាមជំនាញរបស់បេក្ខជន។

២.៦.២ ស្ថានភាពបុគ្គលិក

២.៦.២.១ ចំនួនបុគ្គលិក

ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល ជាក្រុមហ៊ុនទើបតែបង្កើតឡើងជាហេតុនាំឲ្យក្រុមហ៊ុនពុំទាន់ត្រូវការចំនួនបុគ្គលិកច្រើន គឺមានបុគ្គលិកត្រឹមតែប្រាំបួននាក់ប៉ុណ្ណោះ ដែលពួកគាត់ត្រូវបានបែងចែកការងារទៅតាមផ្នែកនីមួយៗ នៃរចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន។

២.៦.២.២ ឯកសណ្ឋានបុគ្គលិក

ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល ពុំបានផ្តល់នូវឯកសណ្ឋានទៅដល់បុគ្គលិកទេ។ បុគ្គលិកទាំងអស់ត្រូវរៀបចំខ្លួនឲ្យបានសមរម្យ និងសមស្របជាបុគ្គលិកដែលធ្វើការនៅក្នុងការិយាល័យ។

២.៦.២.៣ រយៈពេលបំពេញការងារក្នុងក្រុមហ៊ុន

ក្រុមហ៊ុនបានតម្រូវឲ្យបុគ្គលិកបំពេញការងារក្នុងការិយាល័យ៖

- ថ្ងៃច័ន្ទ ដល់ ថ្ងៃសុក្រ
ព្រឹកចូលម៉ោង ០៨:០០ ដល់ ១២:០០
ល្ងាចចូលម៉ោង ១៤:០០ ដល់ ១៨:០០
- ថ្ងៃសៅរ៍
ចូលម៉ោង ០៨:០០ ដល់ ១២:០០

២.៦.៣ វិធីសាស្ត្រក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក

ចំពោះវិធីសាស្ត្រក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ក្រុមហ៊ុនបានរៀបចំការបណ្តុះបណ្តាល ទៅលើបុគ្គលិកដែលទើបនឹងបានជាប់ជាបុគ្គលិកថ្មី និងបណ្តុះបណ្តាលបន្ថែមទៅលើបុគ្គលិក ដែលកំពុងបម្រើការស្រាប់។

❖ ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកថ្មី

សម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកថ្មី គឺក្រុមហ៊ុនបានបែងចែកការបណ្តុះបណ្តាលជាពីរ រួមមាន បុគ្គលិកថ្មីដែលមានបទពិសោធន៍ការងារ និងបុគ្គលិកថ្មីដែលពុំទាន់មានបទពិសោធន៍ការ ងារ។

- បុគ្គលិកមានបទពិសោធន៍

ដោយសារតែពួកគាត់ ជាបុគ្គលិកដែលមានបទពិសោធន៍ស្រាប់ ក្រុមហ៊ុនគ្រាន់តែធ្វើការ ណែនាំអំពីប្រព័ន្ធការងារ និងបញ្ហាដែលពាក់ព័ន្ធនឹង បទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុនតែ ប៉ុណ្ណោះ។

- បុគ្គលិកដែលមិនមានបទពិសោធន៍

ចំពោះបុគ្គលិកដែលមិនមានបទពិសោធន៍ ក្រុមហ៊ុនបានរៀបចំការបណ្តុះបណ្តាលពួក គាត់ឲ្យយល់ច្បាស់នូវបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុន ណែនាំឲ្យពួកគាត់ដឹងថាក្រុមហ៊ុនមានប៉ុន្មាន ផ្នែក ណែនាំឲ្យគាត់យល់ដឹងអំពីដំណើរការអាជីវកម្មដោយចាប់ផ្តើមពីណាទៅណា។ បន្ទាប់ពីឲ្យ គាត់ស្គាល់អំពីទិដ្ឋភាពទូទៅហើយ ក្រុមហ៊ុនធ្វើការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកដោយផ្តោតទៅលើ ជំនាញរបស់ពួកគាត់ ដែលត្រូវបានបណ្តុះបណ្តាលដោយប្រធានផ្នែកទៅតាមជំនាញនីមួយៗ។ ពួកគាត់នឹងបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក តាមរយៈការអនុវត្តផ្ទាល់ ដែលផ្សារភ្ជាប់ជាមួយទ្រឹស្តី ក្នុង ពេលជាមួយគ្នាដើម្បីកុំឲ្យខាតពេលវេលា និងងាយស្រួលមើលដឹងថាកម្រិតនៃការចាប់បាន កម្រិត នៃភាពបត់បែនរបស់ពួកគាត់ដើម្បីទទួលយកបទពិសោធន៍ថ្មីបានដល់កម្រិតណា។

❖ ការបណ្តុះបណ្តាលទៅលើបុគ្គលិកដែលកំពុងបម្រើការស្រាប់

ក្រៅពីបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកថ្មី ក្រុមហ៊ុនក៏បានបណ្តុះបណ្តាលបន្ថែមនូវធនធានមនុស្ស ដែលខ្លួនមានស្រាប់ពោលគឺបុគ្គលិកចាស់ ដូចជាការបណ្តុះបណ្តាលបន្ថែមទៅលើជំនាញ គ្រប់គ្រង ភាពជាអ្នកដឹកនាំ និងគំនិតច្នៃប្រឌិតថ្មីៗ ដើម្បីឲ្យពួកគាត់បង្កើនសមត្ថភាព ដែលថ្លៃណា មួយពួកគាត់នឹងមានសមត្ថភាពក្លាយជាអ្នកដឹកនាំក្នុងផ្នែកណាមួយ ឬជាបុគ្គលមួយដែលមាន

សមត្ថភាពក្នុងការដឹកនាំ ដោយក្រុមហ៊ុនមិនចង់ឲ្យគាត់នៅត្រឹមតែជាបុគ្គលិកធម្មតាទេ គឺក្រុមហ៊ុន ចង់បណ្តុះសមត្ថភាពឲ្យគាត់ក្លាយជាអ្នកដឹកនាំមួយរូបក្នុងក្រុមហ៊ុនផងដែរ។

២.៦.៤ ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក

ការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក គឺមានគោលបំណងដើម្បីផ្តល់ជាកម្លាំងចិត្តទៅដល់បុគ្គលិក សម្រាប់ការខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់ខ្លួន និងលទ្ធផលការងារជាក់ស្តែងរបស់ពួកគេ។ ប្រសិនបើ បុគ្គលិកម្នាក់ ខិតខំយ៉ាងខ្លាំងសម្រាប់ផលិតភាពផលិតកម្មកើនឡើងនោះ គេនឹងទទួលបានរង្វាន់ តាមកម្រិតខ្ពស់ ជាងស្ថានភាពជាក់ស្តែងរបស់ពួកគេ គឺអាស្រ័យទៅលើការងាររបស់ពួកគេ ម្នាក់ៗ។ បើទោះបីជាក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល មានភាពមមាញញឹកនៅក្នុងអាជីវកម្ម របស់ខ្លួនយ៉ាងណាក៏ដោយ ក្រុមហ៊ុននៅតែបន្តយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះបុគ្គលិករបស់ខ្លួនដែរ ដោយបានរៀបចំនូវកម្មវិធីផ្សេងៗ ដើម្បីជាការលើកទឹកចិត្តទៅដល់បុគ្គលិក ក្រៅពីប្រាក់ឈ្នួល របស់ពួកគាត់ទទួលបាន។ ចំពោះការលើកទឹកចិត្តទៅដល់បុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល ត្រូវបានបែងចែកជាពីរផ្នែកគឺ ផ្នែកខាងស្មារតី និងផ្នែកធនធាន។

> ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកស្មារតីមានដូចជា៖

- ផ្តល់នូវការបណ្តុះបណ្តាលឲ្យពួកគាត់ ដោយបង្កើតវគ្គសិក្សាខ្លីៗក្នុងពេលរយៈ ពេលពីរសប្តាហ៍ ឬរយៈពេលខ្លីណាមួយ
- តម្លើងឋានៈរបស់ពួកគាត់
- ផ្តល់ជាប័ណ្ណសរសើរជូនទៅដល់បុគ្គលិកដែលបានបំពេញការងារបានល្អ
- រៀបចំពិធីដប់លៀងប្រចាំឆ្នាំ ដើម្បីថ្លែងអំណរគុណទៅដល់បុគ្គលិកដែលខិតខំ ប្រឹងប្រែងបំពេញការងាររបស់ខ្លួន

> ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកធនធានមានដូចជា៖

- តម្លើងប្រាក់បៀវត្សរ៍ ទៅដល់បុគ្គលិកឆ្នើម
- ផ្តល់នូវប្រាក់លើកទឹកចិត្ត
- ចំពោះបុគ្គលិកស្រី ដែលមានផ្ទៃពោះនឹងទទួលបាននូវប្រាក់ឧបត្ថម្ភពីម្ចាស់ ក្រុមហ៊ុន មុនពេលសម្រាលកូន និងទទួលបានច្បាប់ឈប់សម្រាក បីខែ ដោយនៅតែទទួលបានប្រាក់បៀវត្សរ៍
- ចូលរួមរំលែកទុក្ខទៅដល់បុគ្គលិកនៅពេលដែល គ្រួសារបុគ្គលិក ឬបុគ្គលិក ផ្ទាល់ ជួបនៅឧបទ្វេហេតុ គ្រោះថ្នាក់ការងារ ឬទទួលមរណៈភាព។

២.៧ ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ត្រេល ធ្វរ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល មានសកម្មភាពអាជីវកម្ម ដើម្បីបម្រើ ដល់អតិថិជនដូចជាការរៀបចំនូវខ្សែទស្សនកិច្ចដំណើរកម្សាន្តនៅក្នុង និងក្រៅប្រទេស។ ក្រុមហ៊ុន មិនត្រឹមតែមានបម្រើសេវាកម្មរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងមានបម្រើសេវាកម្ម ផ្សេងៗទៀតដូចជា កក់បន្ទប់សណ្ឋាគារ កក់សំបុត្ររថយន្តក្រុង សំបុត្រយន្តហោះ មគ្គុទេសក៍ ទេសចរណ៍ ជួលរថយន្ត ឬរៀបចំជាកញ្ចប់សេវាកម្មជូនអតិថិជនតែម្តង។

ជាក់ស្តែងនៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ក្រុមហ៊ុនបានអនុវត្តការបម្រើសេវាកម្មទេសចរណ៍ជា ច្រើន។ ការរៀបចំសកម្មភាពសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនកំពុងប្រតិបត្តិការរួមមានដូចជា៖

- ❖ ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច
 - ការរៀបចំដំណើរកម្សាន្តក្នុងប្រទេស
 - ការរៀបចំដំណើរកម្សាន្តក្រៅប្រទេស
- ❖ ការលក់ និងកក់សំបុត្រធ្វើដំណើរ
 - សំបុត្រយន្តហោះក្នុង និងក្រៅប្រទេស
 - សំបុត្ររថយន្តក្រុង
 - សំបុត្រកាណូត
- ❖ សេវាកម្មជួលមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍
- ❖ សេវាកម្មជួលរថយន្ត

២.៨ សកម្មភាពនៃការធ្វើទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន

ជាទូទៅរាល់សកម្មភាព នៃការធ្វើអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុននីមួយៗ គឺធ្វើការបង្កើតនូវ ផលិតផល ឬទំនិញ និងលក់ផលិតផលឲ្យមានប្រសិទ្ធភាព ដោយធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើ ទីផ្សារ ការកំណត់នូវគោលដៅទីផ្សារក្នុងការប្រតិបត្តិការងារជាមួយដៃគូប្រកួតប្រជែង ដែលជា យុទ្ធសាស្ត្រចម្បងរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីឲ្យមានដំណើរល្អនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។ បើទោះបីជាក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វរ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល ទើបតែចាប់ផ្តើមដំណើរការក្នុងរយៈពេលខ្លីយ៉ាងណាក៏ដោយ ក្រុម- ហ៊ុនបានចូលរួមយ៉ាងសកម្ម ក្នុងការផ្តល់នូវសេវាកម្មដ៏ល្អជូនទៅដល់ទេសចរ ដែលកំពុងមានការ កើនឡើងជាលំដាប់។

កំណើនទេសចរ បានជម្រុញឲ្យក្រុមហ៊ុនខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបង្កើតនូវអ្វីដែលថ្មី និងអាចធ្វើឲ្យទេសចរមានទំនុកចិត្តក្នុងការជ្រើសរើសយកសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលនេះជាគន្លឹះក្នុងការបម្រើសេវាកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារ។

សកម្មភាព និងគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុន គឺការផ្តល់នូវសេវាកម្មមួយដ៏ល្អជូនទៅដល់អតិថិជន ដោយផ្តល់ឲ្យពួកគាត់នូវការធ្វើដំណើរកម្សាន្តមួយដែលមិនអាចបំភ្លេចបាន ជាពិសេសការចូលរួមចំណែកក្នុង ចលនាទីក្រុងស្អាត រមណីយដ្ឋានស្អាត និងសេវាកម្មល្អរបស់ក្រសួងទេសចរណ៍។

២.៤.១ ការសិក្សាទៅលើទីផ្សារ

ការសិក្សាទីផ្សារ គឺជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់ក្នុងការចាប់ផ្តើមនូវដំណើរការអាជីវកម្មថ្មីមួយ។ ជាការពិតណាស់ ក្រុមហ៊ុន ក្រុមហ៊ុន ក្រុមហ៊ុន ក្រុមហ៊ុន & ត្រាវែល ក៏បានចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនដោយបានធ្វើផែនការ និង សិក្សាយ៉ាងច្បាស់ទៅលើទីផ្សារផងដែរ។ នៅក្នុងដំណាក់កាលដំបូង នៃដំណើរការអាជីវកម្ម ការប្រមូលព័ត៌មាន ជាផ្នែកមួយដែលមិនអាចខ្វះបានដើម្បីធ្វើការសិក្សាមុននឹងចាប់ផ្តើមដំណើរការ។ ជាពិសេស ការសិក្សាទៅលើប្រព័ន្ធការងារជាក់ស្តែងនៅលើទីតាំងណាមួយ ប្រភេទអាជីវកម្មដែលចង់ធ្វើ និងតម្រូវការរបស់អតិថិជននៅលើទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន និងអនាគត។ បន្ទាប់ពីធ្វើការអង្កេត និងស្វែងរកនូវព័ត៌មានដែលចង់បានរួចហើយ គឺការរៀបចំជាចំណុចដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ ព្រោះការបែងចែកទៅតាមប្រភេទការងារ និងផលិតផល។

ការសិក្សាទៅលើទីផ្សារ គឺជាការយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងផ្អែកលើមូលដ្ឋាននៃការសិក្សាទីផ្សារដូចជា៖

- សិក្សាអំពីតម្រូវការរបស់អតិថិជន នូវការចង់បាន ចង់ឃើញអ្វីដែលប្លែកៗ និងតម្រូវការចាំបាច់របស់ពួកគេ
- សិក្សាពីដំណើរការនៃការរៀបចំនៅក្នុងកញ្ចប់សេវាកម្ម ស្ថានភាពធ្វើដំណើរ មធ្យោបាយដែល ត្រូវប្រើប្រាស់ ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ និងឧបសគ្គដែលអាចនឹងកើតមានឡើង
- សិក្សាអំពីមូលដ្ឋាននៃសេវាកម្ម ដែលទេសចរចាំបាច់ត្រូវប្រើប្រាស់ដូចជា ការស្នាក់នៅ ម្ហូបអាហារ ភេសជ្ជៈ ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន សេវាកម្មមគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មកម្សាន្តផ្សេងៗទៀត ដោយការសិក្សានេះ គឺចាំបាច់យកចិត្តទុកដាក់ទៅលើប្រភេទ និងកម្រិតនៃសេវាកម្ម។

- សិក្សាអំពីភាពទាក់ទាញរបស់រមណីយដ្ឋាន ឬតំបន់កម្សាន្តនីមួយៗដូចជា រមណីយដ្ឋានធម្មជាតិ រមណីយដ្ឋានកែច្នៃ រមណីយដ្ឋានប្រវត្តិសាស្ត្រ និងតំបន់ដែលមានលក្ខណៈពិសេសផ្សេងៗទៀត
- ការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីតម្លៃ និងគុណភាពនៃសេវាកម្មទាំងឡាយដែលបានជ្រើសរើសសម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ទៅដល់អតិថិជន

ការបង្កើតនូវផលិតផល និងសេវាកម្ម គឺត្រូវបានធ្វើឡើងតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន ព្រមទាំងការសិក្សាដែលបានរៀបរាប់ខាងលើ។ ការសិក្សានេះជួយដល់ដំណើរការអាជីវកម្ម ឬអ្នកគ្រប់គ្រងបានយល់ច្បាស់ពីទីផ្សារ និងប្រភេទផលិតផលសេវាកម្មដែលចង់ចាប់ផ្តើមដំណើរការ និងសមស្របទៅនឹងតម្រូវការរបស់អតិថិជន។

២.៨.២ ទីផ្សារគោលដៅរបស់ក្រុមហ៊ុន

ទីផ្សារគោលដៅ គឺជាចំណុចយ៉ាងសំខាន់ក្នុងសកម្មភាពអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ចំពោះក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្នូ អង្គរ ធ្នូ & ត្រាវែល បានកំណត់គោលដៅ និងតម្រង់ទិសទៅរកទីផ្សារអន្តរជាតិ ដែលគោលដៅចម្បងរបស់ក្រុមហ៊ុននោះគឺ ទេសចរដែលមកពីតំបន់អឺរ៉ុប និងតំបន់អាមេរិកខាងជើង ដូចជា ប្រទេស អាមេរិក កាណាដា និងប៉េកាំង ដូចជា អូស្ត្រាលី និងគោលដៅ បន្ទាប់បន្សំ គឺទេសចរដែលស្ថិតនៅប្រទេសជិតខាង ដូចជា ថៃ ឡាវ វៀតណាម ចិន កូរ៉េ ជប៉ុន។

ចំពោះការផ្តល់សេវាកម្មទៅដល់ទេសចរ គឺក្រុមហ៊ុនមិនប្រកាន់នូវកម្រិតជីវភាពរបស់ភ្ញៀវទេ មានន័យថាក្រុមហ៊ុនអាចរៀបចំកញ្ចប់សេវាកម្មបែបទេសចរសាក់កាដូ បែបទេសចរកម្រិតមធ្យម និងទេសចរដែលមានកម្រិតជីវភាពខ្ពស់ គឺក្រុមហ៊ុនរៀបចំបានទាំងអស់។

ក្រុមហ៊ុនក៏បានសហការ និងទំនាក់ទំនងជាមួយបណ្តាក្រុមហ៊ុន និងទីភ្នាក់ងារដទៃទៀតដូចជា សណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន និងសេវាកម្មជាច្រើនផ្សេងទៀត ដើម្បីធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ និងស្វែងរកទីផ្សារឲ្យមានការកើនឡើងថែមទៀត។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ក្រុមហ៊ុនក៏មានបុគ្គលិកចំណានៗមានកម្រិតភាសាបរទេសខ្ពស់ និងជំនាញក្នុងការប្រតិបត្តិការការងារក្នុងក្រុមហ៊ុនផងដែរ។

២.៨.៣ យុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការប្រកួតប្រជែងនៅលើទីផ្សារ

យោងតាមរបាយការណ៍ស្តីពីរបស់ក្រសួងទេសចរណ៍ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា (ខែមករា ឆ្នាំ២០១៧) បានបង្ហាញពីចំនួននៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍សរុបមាន ៥៣៣ក្រុមហ៊ុន ដែលធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្នូ អង្គរ ធ្នូ & ត្រាវែល មានការប្រកួតប្រជែងទីផ្សារយ៉ាងសកម្មផងដែរ។

ការប្រកួតប្រជែងមានន័យថា ជាការប្រជែងគ្នាដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ និងមានគោលបំណងទាក់ទាញយកផលប្រយោជន៍ពីគោលដៅតែមួយ។ ក្នុងការត្រៀមខ្លួនប្រកួតប្រជែងនៅលើទីផ្សារ ក្រុមហ៊ុនគួរតែប្រើប្រាស់ឲ្យបានច្បាស់ និងទាមទារឲ្យអ្នកគ្រប់គ្រងគិតឲ្យបានច្បាស់លាស់ថា អ្នកទិញផលិតផលរបស់ខ្លួនមានការចង់បាន និងអ្វីដែលជាតម្រូវការចាំបាច់ មានការជួបប្រទះការលំបាកអ្វីខ្លះក្នុងការស្វែងរកទិញ ឬផលិតផលអ្វីដែលចង់បាន។ នៅក្នុងទីផ្សារសេរី មានក្រុមហ៊ុនជាច្រើនបានប្រលូកខ្លួនចូលធ្វើអាជីវកម្ម ក្នុងគោលដៅតែមួយ គឺដើម្បីស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ។

ដូចនេះក្រុមហ៊ុននីមួយៗ ត្រូវតែត្រៀមខ្លួន ក្នុងការរៀបចំផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ខ្លួន រួចជាស្រេច ដើម្បីធ្វើការប្រកួតប្រជែង ជាមួយដៃគូដទៃទៀតនៅលើទីផ្សារ។ ជាក់ស្តែងក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូរ & ត្រាវែល ក៏បានត្រៀមខ្លួនរួចជាស្រេចដើម្បីដណ្តើមយកទីផ្សារទេសចរណ៍ជាមួយក្រុមហ៊ុនទាំងឡាយណាដែលមានផលិតផល និងសេវាកម្មផ្តោតទៅលើទេសចរអន្តរជាតិ។

សម្រាប់យុទ្ធសាស្ត្រប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុន គឺក្រុមហ៊ុនពុំបានផ្តល់ជាព័ត៌មានលំអិតទេ ព្រោះវាជាការសម្ងាត់ ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនក៏បានប្រាប់ពីចំណុចសំខាន់នៃយុទ្ធសាស្ត្រមួយចំនួនដូចជាការផ្តល់បទពិសោធន៍មួយដែលមិនអាចបំភ្លេចបានទៅដល់អតិថិជន ការរៀបចំជាខ្សែទស្សនកិច្ចដែលមានលក្ខណៈប្លែកខុសពីគេនៅក្នុងតម្លៃមួយសមរម្យ និងធ្វើការផ្តល់នូវកម្រិតសេវាកម្មឲ្យបានល្អ គឺមានន័យថាក្រុមហ៊ុនធ្វើការទំនាក់ទំនង និងផ្តល់ព័ត៌មានទៅដល់អតិថិជនបានរហ័ស និងមានរយៈពេលខ្លីបំផុតតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ដោយមិនឲ្យអតិថិជនមានការរង់ចាំយូរឡើយ។ ដូច្នេះហើយ ទើបទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ទាមទារឲ្យមានអ្នកជំនាញទាក់ទងខ្លាំង និងមានសមត្ថភាពក្នុងការ ប្រើប្រាស់ អ៊ីនធឺណែត និងកុំព្យូទ័រ ដើម្បីធានាបាននូវការគាំទ្រពីអតិថិជន និងដៃគូសហការ ដោយទទួលបានប្រសិទ្ធភាពក្នុងទីផ្សារ។

២.៩ ដំណើរប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន

ក្នុងដំណើរប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូរ & ត្រាវែល ត្រូវតែបង្កើតឡើងនូវផលិតផលសេវាកម្មថ្មីៗសម្រាប់ធ្វើការលក់ផលិតផលនោះឲ្យដាច់ ដើម្បីជាប្រយោជន៍ទៅដល់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនឲ្យមានលក្ខណៈយូរអង្វែង។ ដំណើរការទាំងនោះអាចដំណើរទៅបានលុះត្រាតែ ក្រុមហ៊ុនធ្វើសកម្មភាពប្រតិបត្តិការគោលការណ៍មួយចំនួនរួមមាន ការធ្វើប្រតិបត្តិការទីផ្សារដោយកំណត់ឲ្យបានច្បាស់នូវគោលដៅអាជីវកម្ម គិតគូរពីការប្រកួតប្រជែងដើម្បីទទួលបានជោគជ័យដោយអាស្រ័យទៅលើផែនការទីផ្សារ និងផែនការសកម្មភាពយ៉ាងច្បាស់លាស់។

មិនតែប៉ុណ្ណោះការជម្រុញ និងការលក់ផលិតផល គឺរឹតតែសំខាន់ទៅទៀត ប្រសិនបើមាន យុទ្ធសាស្ត្រល្អ ផលិតផលដែលបានបង្កើត នឹងជម្រុញការលក់នៅលើទីផ្សារដោយទទួលបានការ គាំទ្រពីអតិថិជន។ តែបើប្រើវិធីសាស្ត្រមិនសមស្របតាមលក្ខណៈបច្ចេកទេស និងភាពវ័យឆ្លាតនៃ ការជម្រុញការលក់នោះទេ ជាហេតុដែលធ្វើឲ្យផលិតផលនោះនឹងមិនអាចទទួលបានការស្នើទិញ ដោយអតិថិជនឡើយ។ ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូរ & ត្រាវែល បានកំណត់នូវសកម្មភាពរបស់ ខ្លួនយ៉ាងច្បាស់លាស់ សម្រាប់ធ្វើជាគោលដៅអាជីវកម្ម។ ជាពិសេស ក្រុមហ៊ុនក៏បានបង្កើតនូវ ផលិតផលសេវាកម្មថ្មីៗជាច្រើនសម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ ក្នុងប្រតិបត្តិការការងាររបស់ខ្លួន ដើម្បីធ្វើយ៉ាងណា ណាបំពេញតាមសេចក្តីត្រូវការរបស់អតិថិជន។ ផលិតផលសេវាកម្ម ដែលមាននៅក្នុងដំណើរ ប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន មានដូចជា ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច ការកក់ និងការលក់សំបុត្រយន្ត ហោះ ដំណើរនៃការកក់សណ្ឋាគារ និងគោជនីយដ្ឋាន។

២.៩.១ ការរៀបចំ និងដំណើរការខ្សែទស្សនកិច្ច

ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូរ & ត្រាវែល បានរៀបចំកញ្ចប់សេវាកម្ម និងខ្សែទស្សនកិច្ច ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់នៅក្នុងទីផ្សារប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់ និងទំនុកចិត្ត ដោយសារតែក្រុមហ៊ុនចេះ រៀបចំ សេវាកម្ម និងផលិតផលដែលមានគុណភាព ចំទិសដៅ មានការស្រាវជ្រាវ និងកំណត់ តំបន់រមណីយដ្ឋានទាក់ទាញធម្មជាតិ តំបន់រមណីយដ្ឋានកែច្នៃជាពិសេសតំបន់វប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងតំបន់ដែលមានភាពទាក់ទាញ ដែលប្រកបទៅដោយសេវាកម្មប្រណិតសម្រាប់បម្រើដល់ អតិថិជន។

នៅក្នុងការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូរ & ត្រាវែល បានធ្វើ ឡើងដោយ៖

- ការរៀបចំទុកជាស្រេចនូវប្រភេទកញ្ចប់ទស្សនកិច្ចផ្សេងៗ សម្រាប់លក់នៅពេល ដែលមានតម្រូវការអតិថិជន ឬសម្រាប់អតិថិជនដែលមានបំណងចង់ធ្វើដំណើរ ទៅកាន់គោលដៅដែលក្រុមហ៊ុនបានរៀបចំទុក
- ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចទៅតាមការស្នើសុំ ឬការចង់បានរបស់អតិថិជនដោយ រៀបចំទៅតាមលទ្ធភាព ដែលអាចធ្វើទៅបានសមស្របតាមតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវ។

រាល់ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច គឺក្រុមហ៊ុនធ្វើឡើងដោយផ្អែកទៅតាមគោលដៅ និងទីតាំង ភូមិសាស្ត្រដែលស្ថិតនៅក្នុងតំបន់ដែលមានភាពទាក់ទាញទេសចរណ៍។ ចំពោះការរៀបចំខ្សែ ទស្សនកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុន គឺមានការរៀបចំជាកញ្ចប់សេវាកម្ម ក្រុមហ៊ុនក៏មានកិច្ចសហការជាមួយ

បណ្ណាសេវាកម្មផ្សេងៗ ដែលជាដៃគូសហការរបស់ខ្លួនដូចជា សណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន មគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍ និងបណ្ណាក្រុមហ៊ុនដែលបម្រើសេវាកម្មដទៃផ្សេងទៀត។

សកម្មភាពដំណើរការកម្សាន្ត ត្រូវបានដំណើរការដោយធ្វើការកំណត់នូវគោលដៅជាចម្បងមួយដែលក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល បានអនុវត្តន៍។ ប្រភេទខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានកំណត់តែមួយប្រភេទប៉ុណ្ណោះ គឺខ្សែទស្សនកិច្ចសម្រាប់ទេសចរណ៍បរទេស (Inbound Tour) សម្រាប់នាំទេសចរអន្តរជាតិឲ្យមកទស្សនាប្រទេសកម្ពុជា ក្រុមហ៊ុនក៏បានកំណត់គោលដៅរបស់ខ្លួនដូចជានាំភ្ញៀវ ដែលផ្តល់ដោយដៃគូនៅក្រៅប្រទេសមួយចំនួន និងជាពិសេសភ្ញៀវដែលធ្វើដំណើរមកពីសហរដ្ឋ អាមេរិក និងបណ្តាប្រទេសមួយចំនួននៅប៉ែកអឺរ៉ុបផងដែរ។

សរុបជារួមមក ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល បានកំណត់នូវប្រភេទខ្សែទស្សនកិច្ចមួយប្រភេទ ដោយផ្ដោតតែទេសចរអន្តរជាតិប៉ុណ្ណោះ ព្រោះទេសចរណ៍បរទេសភាគច្រើនស្គាល់ និងជាពិសេសមានក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ដែលជាដៃគូសហការ ភាគច្រើនជាក្រុមហ៊ុនបរទេសដែលស្ថិតនៅក្នុងបណ្តាប្រទេសនានាក្នុងពិភពលោក។

២.៩.១.១ លក្ខខណ្ឌសម្រាប់ការកក់ខ្សែទស្សនកិច្ច

លក្ខខណ្ឌសម្រាប់ធ្វើការកក់ខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល បានរៀបចំឡើងនូវគោលការណ៍សំខាន់ៗ សម្រាប់អតិថិជនឲ្យគោរពតាមដូចខាងក្រោម៖

២.៩.១.១.១ ដំណើរការនៃការកក់

ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល ទទួលបានការកក់ពីអតិថិជន ឬដៃគូសហការរបស់ខ្លួនដោយប្រើប្រាស់ការទំនាក់ទំនងតាមរយៈ អ៊ីម៉ែល និងទូរស័ព្ទជាដើម។ បន្ទាប់ពីធ្វើការឆ្លើយតបរួចរាល់ ក្រុមហ៊ុននឹងទទួលបានការកក់ពីអតិថិជនផ្ទាល់ ដោយទាមទារឲ្យអតិថិជនធ្វើការកក់បម្រុងចំនួនហាសិបភាគរយនៃថ្លៃសរុប។ ជាទូទៅក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់ អ៊ីម៉ែល ឬប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេតក្នុងការកក់ និងលក់។

២.៩.១.១.២ ការលុបចោល

ការលុបចោលការកក់ត្រូវបានធ្វើឡើងនូវពេលដែលភ្ញៀវមានបញ្ហាមួយចំនួន ដែលធ្វើឲ្យពួកគាត់មិនអាចធ្វើដំណើរបាន។ ចំពោះក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល ការលុបចោលការកក់ ត្រូវគោរពតាមលក្ខខណ្ឌដែលមាននៅក្នុងក្រុមហ៊ុនដោយកំណត់ពីរយៈពេលនៃការធ្វើការលុបចោល និងការដាក់ពិន័យផ្សេងៗ។

នៅក្នុងការលុបចោលនៃការកក់នូវខ្សែទស្សនកិច្ច ក្រុមហ៊ុនបានកំណត់លក្ខខណ្ឌដូចជា៖

- មុនពេល ២១ថ្ងៃ នៃដំណើរកម្សាន្ត ប្រសិនអតិថិជនចង់ធ្វើការលុបចោលការកក់របស់ខ្លួននោះ ក្រុមហ៊ុននឹងធ្វើការទូទាត់សងទៅអតិថិជនវិញទាំងអស់
- ប្រសិនបើអតិថិជនចង់ធ្វើការលុបចោលការកក់ ក្រោយរយៈពេល ២១ថ្ងៃ នៃដំណើរកម្សាន្តក្រុមហ៊ុននឹងធ្វើការទូទាត់យកប្រាក់ដែលអតិថិជនបានកក់

២.៩.១.១.៣ លក្ខខណ្ឌនៃការបង់ប្រាក់

រាល់ការបង់ប្រាក់ចំពោះក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្នូ អង្គរ ធ្នូ & ត្រាវែល តម្រូវឲ្យអតិថិជនធ្វើការបង់ប្រាក់តាមរយៈធនាគារ នៅពេលដែលចាប់ផ្តើមទិញសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ចំពោះការបង់ប្រាក់ ក្រុមហ៊ុនតម្រូវឲ្យអតិថិជនបង់ប្រាក់មុនពេល ២១ថ្ងៃ នៃដំណើរកម្សាន្ត។

២.៩.២ ដំណើរការនៃការកក់ និងលក់សំបុត្រយន្តហោះ

ជាទូទៅ ការទិញសំបុត្ររបស់ភ្ញៀវត្រូវបានធ្វើឡើង តាមរយៈរូបភាពជាច្រើនយ៉ាងដែលក្នុងនោះមានការកក់ និងការទិញតាមរយៈ ទូរស័ព្ទ អ៊ីម៉ែល និងតាមរយៈការមកដល់ក្រុមហ៊ុនដោយផ្ទាល់។ ចំពោះការកក់ និងការទិញនេះ បើទោះបីជាធ្វើឡើងតាមរូបភាពណាក៏ដោយ ក៏ព័ត៌មានត្រូវតែទាមទារពីភ្ញៀវដើម្បីក្រុមហ៊ុនអាចយកទៅកក់ ឬចេញជាសំបុត្របាន ដោយមានលក្ខខណ្ឌដូចជា៖

- គោលដៅដែលភ្ញៀវត្រូវធ្វើដំណើរ
- កាលបរិច្ឆេទនៃការធ្វើដំណើរ
- ប្រភេទក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ដែលភ្ញៀវស្នើរសុំ
- នាម និងគោត្តនាម របស់អ្នកធ្វើដំណើរ ដែលមានលក្ខណៈត្រឹមត្រូវទៅតាមអក្សរឡាតាំងដែលមាននៅក្នុងលិខិតឆ្លងដែនរបស់អ្នកធ្វើដំណើរ
- អាស័យដ្ឋាន ឬលេខទូរស័ព្ទរបស់ភ្ញៀវដែលអាចទាក់ទងបាន
- ព័ត៌មានផ្សេងៗ ពាក់ព័ន្ធនឹងការស្នើរសុំរបស់ភ្ញៀវទៅលើសេវាកម្មផ្សេងៗ ទាំងមុនពេល និងពេលហោះហើរដូចជា ប្រភេទអាហារ ការស្នើសុំឲ្យជួយនាំផ្លូវក្នុងករណីដែលការធ្វើដំណើរលើកទីមួយ ការស្នើសុំកៅអីរុញ ក្នុងករណីភ្ញៀវពិការ ឬចាស់ជរា។

បន្ទាប់ពីទទួលបានព័ត៌មានខាងលើ ហើយទើបក្រុមហ៊ុនអាចធ្វើការកក់ និងចេញសំបុត្របាន។

នៅក្នុងការចេញសំបុត្រយន្តហោះ វាមានផលវិបាកនៅត្រង់ការដែលត្រូវរង់ចាំរយៈពេលយូរ និងនៅក្នុងករណីខ្លះដែលជាផលវិបាកផងដែរដូចជា នៅរៀងរាល់ថ្ងៃចុងសប្តាហ៍ (ថ្ងៃសៅរ៍ និងថ្ងៃអាទិត្យ) បណ្តាក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ត្រូវឈប់សម្រាក ដូច្នេះទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ពុំអាចចេញសំបុត្រពីក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍បានឡើយ។ នៅក្នុងករណីដែលក្រុមហ៊ុនមានស្តុកសំបុត្រទុកនៅក្នុងក្រុមហ៊ុននោះពិតជានឹងផ្តល់ភាពងាយស្រួល ព្រោះក្រុមហ៊ុនគ្រាន់តែបំពេញចំណុចចាប់ផ្តើមគោលដៅធ្វើដំណើរទៅកាន់ និងកាលបរិច្ឆេទម៉ោងធ្វើដំណើរបន្ទាប់មកក៏អាចផ្តល់ទៅឲ្យភ្ញៀវបានក្នុងរយៈពេលដ៏ខ្លីមួយ។

២.៩.២.១ ការផ្លាស់ប្តូរពេលវេលា

ការផ្លាស់ប្តូរពេលវេលានេះ អាចកើតឡើងដោយសារភ្ញៀវមានបញ្ហាផ្សេងៗ ចាំបាច់កើតមានឡើង ការផ្លាស់ប្តូរសំបុត្រ វាអាស្រ័យប្រភេទនៃសំបុត្រដែលភ្ញៀវទិញ ព្រោះសំបុត្រនីមួយៗមានលក្ខខណ្ឌខុសៗគ្នាគឺ៖

- ប្រសិនបើភ្ញៀវទិញសំបុត្រនៅរដូវ (High Season) សំបុត្រមានតម្លៃថ្លៃ ដូចនេះការផ្លាស់ប្តូរ អាចធ្វើដំណើរមករដូវភ្ញៀវច្រើន ឬរដូវភ្ញៀវតិចក៏បាន។
- ចំពោះសំបុត្រដែលមានតម្លៃកាន់តែថោក គឺមានលក្ខខណ្ឌច្រើនសម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរនានា។

២.៩.២.២ ការលុបចោល

លក្ខខណ្ឌនៃការលុបចោលមានសារៈសំខាន់ណាស់ ចំពោះក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ទាំងឡាយដោយការលុបចោលត្រូវធ្វើតាមលក្ខខណ្ឌខុសៗគ្នា។ ក្រុមហ៊ុនត្រូវធ្វើការរៀបចំការកក់ក្នុងរយៈពេល ៤៨ម៉ោង(២ថ្ងៃ) មុនចេញដំណើរ។ ការកក់នឹងត្រូវបានធ្វើឡើងដើម្បីផ្តល់នូវទំនុកចិត្តដល់អ្នកធ្វើដំណើរ និងតម្រូវឲ្យបង់ថ្លៃសេវាកម្មចំនួន ៣០% នៃថ្លៃសំបុត្រ។

សម្រាប់លក្ខខណ្ឌនៃគោលការណ៍ខាងលើ ការលុបចោលនូវការកក់ និងខកខានក្នុងការហោះហើរមានដូចជា៖

- ការផ្លាស់ប្តូរការហោះហើរក្នុងរយៈពេល ៤៨ម៉ោង នៃពេលចេញដំណើរ
- ការខកខានការធ្វើដំណើរដែលត្រូវមកដល់អាកាសយានដ្ឋានតាមពេលវេលាកំណត់
- ភាពមិនត្រឹមត្រូវនៃឯកសារ ដែលមិនអនុញ្ញាតឲ្យធ្វើដំណើរឡើយ

២.៩.២.៣ ការដាក់ពិន័យ

ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ទាំងអស់នឹងធ្វើការដាក់ពិន័យ ជាទឹកប្រាក់ចំពោះអ្នកធ្វើដំណើរ ទាំងឡាយណាដែលធ្វើការលុបចោលការហោះហើរ ឬសម្រេចចិត្តលុបចោលការកក់មិនទាន់ ពេលវេលាដែលក្រុមហ៊ុនកំណត់ដូចជា៖

- ក្នុងកំឡុងពេល ៧ថ្ងៃ ប្រសិនបើអ្នកធ្វើដំណើរចង់ធ្វើការលុបចោលការកក់របស់ ខ្លួននោះក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ នឹងមិនធ្វើការដាក់ពិន័យជាទឹកប្រាក់ចំពោះអតិថិ ជនទេ
- បើអ្នកធ្វើដំណើរចង់ធ្វើការលុបចោលការកក់ដើងហោះហើរមុនពេល ៣ថ្ងៃនៃការ ហោះហើរនោះក្រុមហ៊ុននឹងធ្វើការធ្វើការដាក់ពិន័យជាទឹកប្រាក់ចំនួនហាសិបភាគ រយនៃតម្លៃសំបុត្រ
- ចំពោះករណី ដែលភ្ញៀវចង់ធ្វើការលុបចោលការកក់នៅថ្ងៃដែលបានកំណត់ចេញ ដំណើរ ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ នឹងធ្វើការដាក់ពិន័យជាទឹកប្រាក់មួយភាគរយ នៃតម្លៃសំបុត្រ។

២.៩.៣ ដំណើរនៃការកក់បន្ទប់សណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋាន

ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល ក៏មានផ្គត់ផ្គង់នូវសេវាកម្មកក់បន្ទប់សណ្ឋាគារ ដែលមានទំនាក់ទំនងយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយក្រុមហ៊ុន និងបណ្តាសណ្ឋាគារដែលជាដៃគូ នៅក្នុង តំបន់សៀមរាបអង្គរ និងតំបន់ផ្សេងៗទៀតដែលជាតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍។ ជាពិសេស ក្រុមហ៊ុនក៏មានសេវាកម្មកក់ម្ហូបអាហារនៅតាមភោជនីយដ្ឋាននានាផងដែរ។

២.៩.៣.១ ការកក់បម្រុងបន្ទប់សណ្ឋាគារ

រាល់កញ្ចប់សេវាកម្មទាំងឡាយ ដែលបុគ្គលិកផ្នែកលក់បានលក់ទៅឲ្យភ្ញៀវរួចរាល់ជា ស្ថាពរ និងទៅតាមការបញ្ជាទិញរបស់ភ្ញៀវ បុគ្គលិកផ្នែកលក់ក៏បញ្ជូនបន្តទៅ ឲ្យបុគ្គលិកផ្នែក ទទួលការកក់បម្រុងមើលការខុសត្រូវបន្ត។ ដំណើរនៃការកក់បន្ទប់សណ្ឋាគារត្រូវបានប្រតិបត្តិការ ដោយផ្នែកកក់បម្រុង ហើយព័ត៌មានសំខាន់ៗដែលមាននៅក្នុងការធ្វើការកក់បម្រុងមានដូចជា៖

- ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំ និងរយៈពេលដែលត្រូវស្នាក់នៅ
- ឈ្មោះ និងចំនួនភ្ញៀវស្នាក់នៅ
- ឈ្មោះសណ្ឋាគារ និងអាស័យដ្ឋាន
- ប្រភេទបន្ទប់ និងតម្លៃ

- ម្ហូបអាហារ

ដំណើរការសំខាន់ៗ ក្នុងការកក់បម្រុងបន្ទប់មានដូចជា៖

1. ពិនិត្យទៅលើរាល់ការបញ្ជាទិញនូវខ្សែទស្សនកិច្ចទាំងនោះ
2. ត្រូវដាក់លេខកូដសម្គាល់ ឬលេខរៀង លំដាប់លំដោយទាំងនោះក៏ដូចជាកត់សម្គាល់នូវ ឈ្មោះបុគ្គលិកផ្នែកលក់នៅលើនោះ ដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរកពេលមានបញ្ហា
3. ចាប់ផ្តើមពិនិត្យទៅលើ កាលបរិច្ឆេទនៃដំណើរការនៃកញ្ចប់សេវាកម្ម
4. ចាប់ផ្តើមកក់នូវបន្ទប់ស្នាក់នៅ តាមសណ្ឋាគារដែលភ្ញៀវជ្រើសរើស និងចំនួនយប់ទៅតាមកាលបរិច្ឆេទនោះ ចៀសវាងការកក់ខុសថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំ នៃការចុះឈ្មោះស្នាក់នៅ និងការចាកចេញពីសណ្ឋាគារ
5. បន្ទាប់មកចាប់ផ្តើមកក់ទៅលើសេវាកម្មដែលរួមមានសម្រាប់បម្រើឱ្យភ្ញៀវ ដូចជាកំណត់នូវប្រភេទឡាន ទៅតាមចំនួនភ្ញៀវ និងមត្តទេសក៍ទេសចរណ៍
6. ពិនិត្យឱ្យបានច្បាស់ទៅលើកាលបរិច្ឆេទការធ្វើដំណើរ និងរាល់សេវាកម្មឱ្យត្រូវតាមកាលវិភាគនៃសកម្មភាពប្រចាំថ្ងៃ
7. ធ្វើការបញ្ជូនបន្តទៅផ្នែក ប្រតិបត្តិការទទួលខុសត្រូវ

២.៩.៣.២ ដំណើរការនៃការកក់ភោជនីយដ្ឋាន

ចំពោះការកក់ម្ហូបអាហារនៅតាមភោជនីយដ្ឋានសម្រាប់អតិថិជន និងភ្ញៀវជាតូនាទីមួយដ៏សំខាន់ ដែលដំណើរការដោយផ្នែកប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ក្នុងដំណើរការនៃការកក់ម្ហូបអាហារសម្រាប់ភ្ញៀវ មានលក្ខណៈប្រហាក់ប្រហែលនឹងដំណើរការកក់បន្ទប់សណ្ឋាគារដែរ។ មុនពេលដែលភ្ញៀវមកដល់បុគ្គលិកផ្នែកប្រតិបត្តិការបានធ្វើ voucher មួយច្បាប់ផ្ញើទៅភោជនីយដ្ឋាន ឬសណ្ឋាគារ និងមួយច្បាប់ទៀតរក្សាទុកនៅក្រុមហ៊ុន ដែលនៅលើ voucher នីមួយៗមានព័ត៌មានលំអិតដូចជា៖

- ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំ ដែលភ្ញៀវទៅភោជនីយដ្ឋាន
- ឈ្មោះ និងចំនួនភ្ញៀវ
- ឈ្មោះភោជនីយដ្ឋាន និងអាស័យដ្ឋាន
- ប្រភេទមុខម្ហូប និងតម្លៃ
- ឈ្មោះផ្នែកប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន

២.៩.៤ ទំហំនៃការលក់សេវាកម្ម

ការកំណត់ទំហំនៃការលក់ផលិតផលទេសចរណ៍ របស់ក្រុមហ៊ុន គឺធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីស្វែងយល់ឲ្យបានច្បាស់អំពីសមត្ថភាពដែលខ្លួនមាននៅក្នុងទីផ្សារអាជីវកម្ម និងបង្កឲ្យក្រុមហ៊ុនមានលទ្ធភាពធ្វើផែនការនៅពេលក្រោយ ព្រមទាំងភាពងាយស្រួល ក្នុងការរកយុទ្ធសាស្ត្រនៅពេលដែលទំហំនៃការលក់មានភាពចុះខ្សោយ។

២.៩.៥ ដៃគូអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន

ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូរ & ត្រាវែល អាចដំណើរការទៅបានដោយសារមានដៃគូ សហការ និងក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្ម ក្នុងនិងក្រៅប្រទេសជាច្រើន។ ដៃគូអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូរ & ត្រាវែលមានដូចជា៖

- សណ្ឋាគារលំដាប់ស្តង់ដារខ្ពស់ និងមធ្យម (Community Residence Siem Reap, MotherHome Boutique, MotherHome Inn, Ombra Angkor Hotel, Chateau d'Angkor La Residence, Hotel Somadevi Angkor Resort & Boutique, Raffles Grand Hotel d'Angkor, Cardamom Hotel, Diamond Palace Resort & Sky Bar, Raffles Hotel Le Royal,....)
- ភោជនីយដ្ឋាន (Tonle Chatokmok Restaurant, Koluen II Restaurant, Café Indochine, Por Cuisine,....)
- ផ្នែកលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍
- មគ្គុទេសក៍ទេសចរណ៍
- ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍
- ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក
- ក្រុមហ៊ុនរថយន្តទេសចរណ៍
- បណ្តាក្រុមហ៊ុនដែលផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មធ្វើដំណើរ និងកន្លែងសេវាកម្មកម្សាន្តផ្សេងៗ

២.១០ ការជម្រុញការលក់របស់ក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វូ អង្គរ ធ្វូរ & ត្រាវែល

សកម្មភាពចម្បងរបស់ក្រុមហ៊ុន បន្ទាប់មកគឺការគ្រប់គ្រងទៅលើផលិតផល និងធ្វើយ៉ាងណាជម្រុញការលក់ផលិតផលទាំងនោះឲ្យបានជោគជ័យទៅលើទីផ្សារ។ ការជម្រុញការលក់ គឺមានតួនាទីសំខាន់ណាស់សម្រាប់ សកម្មភាពអាជីវកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដើម្បីលក់

ផលិតផលនៅលើទីផ្សារ និងបង្កើនកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ខ្លួន។ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ តម្រូវឲ្យមានច្រកចែកចាយឲ្យបានច្រើន និងរៀបចំនូវយុទ្ធសាស្ត្រ សម្រាប់ជម្រុញការលក់ឲ្យបានច្បាស់លាស់ ដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មានអំពីផលិតផល និងទាក់ទាញអតិថិជនឲ្យកាន់តែច្រើន។

២.១០.១ ការរៀបចំប្រកបចកចាយផលិតផល

ការរៀបចំបណ្តាញចែកចាយលក់ផលិតផល ជាកិច្ចការចាំបាច់របស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ សម្រាប់ធ្វើសកម្មភាពនៅក្នុងទីផ្សារ។ ក្រុមហ៊ុន គ្រួសារ ធុរ អង្គរ ធុរ & ត្រាវែល បានយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើយុទ្ធសាស្ត្រសំខាន់ ក្នុងការដណ្តើមយកទីផ្សារ ជាពិសេសធ្វើយ៉ាងណាឲ្យអតិថិជនបានស្វែងយល់ពីគុណភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ជាក់ស្តែង ក្រុមហ៊ុនបានកំណត់យកបណ្តាញលក់ផលិតផលនៅក្នុងទីផ្សារដូចជា៖

- ការបែងចែកផលិតផល តាមរយៈការចុះកិច្ចព្រមព្រៀងដោយក្រុមហ៊ុនដែលបានធ្វើសហប្រតិបត្តិការ និងចុះកិច្ចព្រមព្រៀងជាមួយក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍នានា នៅក្រៅប្រទេសដោយការលក់ដុំ។
- ការបែងចែកផលិតផលតាមរយៈ ការលក់ទៅឲ្យអតិថិជនដោយផ្ទាល់ ដោយធ្វើការទំនាក់ទំនងតាមរយៈអ៊ីម៉ែល ទូរស័ព្ទដែលអតិថិជនបានកក់ តាមការទំនាក់ទំនងជាមួយបុគ្គលិកដែលមានបទពិសោធន៍ ដោយស្នើសុំនូវរាល់ប្រភេទសេវាកម្មដែលក្រុមហ៊ុនរៀបចំ។

២.១០.២ យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងជម្រុញការលក់

យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រមួយដ៏មានសារៈសំខាន់ផងដែរ សម្រាប់អាជីវកម្មនីមួយៗ ពីព្រោះការផ្សព្វផ្សាយជាមធ្យោបាយមួយដែលទាក់ទាញ និងធ្វើឲ្យផលិតផលរបស់សហគ្រាស ឬអាជីវកម្មត្រូវបានស្គាល់ពីសំណាក់អតិថិជន។ យ៉ាងណាមិញ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ គ្រួសារ ធុរ អង្គរ ធុរ & ត្រាវែល ក៏បានប្រើប្រាស់នូវយុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយនេះផងដែរ ដើម្បីឲ្យអតិថិជនស្គាល់ និងជ្រាបច្បាស់អំពីផលិតផល និងសេវាកម្មដ៏ល្អដែលសមស្របទៅតាមទិសដៅ និងចក្ខុវិស័យរបស់ក្រុមហ៊ុន។

- ❖ **ការផ្សព្វផ្សាយ៖** គឺសំដៅចំពោះតែអតិថិជន អន្តរជាតិប៉ុណ្ណោះ ដោយបានប្រើប្រាស់មធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយដូចជា៖
 - ការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈគេហទំព័រ របស់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីផ្សព្វផ្សាយអំពីប្រភេទសេវាកម្ម និងតម្លៃរបស់ប្រភេទកញ្ចប់សេវាកម្មនីមួយៗ។

- ការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈ បណ្តាញសង្គមមួយចំនួនដូចជា ហ្វេសប៊ុក (Facebook) ធ្វីតទើ (Twitter) និង google plus។
- ❖ ការជម្រុញការលក់៖ ចំពោះយុទ្ធសាស្ត្រជម្រុញការលក់ ក្រុមហ៊ុនបានរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រមួយចំនួនដូចជា៖
 - ការជម្រុញការលក់តាមរយៈការចូលរួមតាំងពិពណ៌នាជាតិ និងអន្តរជាតិ គឺជាការចូលរួមតាំងពិពណ៌នាជាតិ និងអន្តរជាតិ របស់ក្រុមហ៊ុន គ្រួសារ អង្គការ ធុរ & គ្រាវែល ដោយបានរៀបចំផលិតផលដែលមាន ដើម្បីធ្វើការទំនាក់ទំនងក្នុងការលក់ផលិតផល ដែលធ្វើឲ្យមានដៃគូសហការកាន់តែច្រើនឡើង។
 - ការជម្រុញការលក់តាមរយៈបុគ្គលិក គឺក្រុមហ៊ុនមានបុគ្គលិកដែលមានចំណេះដឹងច្បាស់លាស់ក្នុងទំនាក់ទំនង និងផ្តល់ព័ត៌មានដែលអតិថិជនត្រូវការបានទាន់ពេលវេលាតាមរយៈ ការឆ្លើយតបសារ និងទូរស័ព្ទជាពិសេសបុគ្គលិកមានការចូលរួមធ្វើសកម្មភាពជាក្រុមបានល្អ។
 - ការជម្រុញការលក់តាមរយៈការលើកទឹកចិត្តទៅដល់អតិថិជន គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រមួយដែលក្រុមហ៊ុនធ្វើឡើងនៅរដូវកាលខ្សត់ភ្លៀវ (Low Season) និងលើកទឹកចិត្តចំពោះអតិថិជនដែលជាអតិថិជនចាស់របស់ក្រុមហ៊ុន ដោយធ្វើការបញ្ចុះតម្លៃ និងផ្តល់នូវការដួសសេវាមួយចំនួនផងដែរ។

- ក្រុមហ៊ុនពុំទាន់បានចូលជាសមាជិកសមាគមន៍ទេសចរណ៍អន្តរជាតិដូចជា CATA PATA IATA ធ្វើក្រុមហ៊ុនមានផលលំបាកក្នុងការប្រកួតប្រជែងជាមួយដៃគូ ដែលបានចូលជាសមាជិក CATA PATA IATA រួចមកហើយ
- ការកក់ និងការលក់សំបុត្រយន្តហោះ ក្រុមហ៊ុនពុំទាន់មានសិទ្ធក្នុងការបញ្ចូលលេខកូតសំបុត្រយន្តហោះដោយផ្ទាល់ដោយសារក្រុមហ៊ុនពុំទាន់ចូលជាសមាជិក IATA
- ក្រុមហ៊ុនពុំមានផ្តល់ជាឯកសណ្ឋានទៅដល់បុគ្គលិក ជាហេតុនាំឲ្យអតិថិជនពិបាកក្នុងការសម្គាល់ថាជាបុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុន
- ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុនពុំសូវធំទូលាយ
- ក្រុមហ៊ុនពុំមានការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច សម្រាប់អតិថិជនក្នុងស្រុកដោយសារក្រុមហ៊ុនផ្តោតតែអតិថិជនអន្តរជាតិ
- កង្វះខាតនៃផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ដែលធ្វើឲ្យដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនអាចមានការយឺតយ៉ាវ

៣.៣ ឱកាស (Opportunity)

- កំណើននៃទេសចរ ពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ ជម្រុញឲ្យប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍អាចបង្កើនប្រាក់ចំណូលបានច្រើន
- ការកើនឡើងនៃធនធានមនុស្ស ជាឱកាសធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនអាចស្រូបយកកម្លាំងពលកម្មដើម្បីពង្រឹងអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន
- ក្រុមហ៊ុនបានបង្កើនដៃគូសហការទាំងក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក ដែលជាកត្តាមួយជម្រុញក្រុមហ៊ុនមានដំណើរការល្អ
- ការយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើវិស័យទេសចរណ៍ ពីសំណាក់រាជរដ្ឋាភិបាល ជាកត្តាមួយដែលជម្រុញឲ្យក្រុមហ៊ុនមានឱកាសក្នុងការស្វែងរកទីផ្សាររបស់ខ្លួន
- ការជួលរលំនៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មួយចំនួនដោយសារតែគ្មានមូលដ្ឋានច្បាស់លាស់ ដែលជាឱកាសសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការបង្កើនទីផ្សាររបស់ខ្លួន

៣.៤ ការគំរាមកំហែង (Threat)

- បញ្ហាអសន្តិសុខនៅលើពិភពលោកដូចជា សង្គ្រាម និងអំពើចោរកម្ម ធ្វើឲ្យថយចុះនៃកំណើនទេសចរពិភពលោក

- បញ្ហាអស្ថេរភាពនយោបាយក្នុងប្រទេស ធ្វើអោយធ្លាក់ចុះ នៃការមកដល់របស់ ទេសចរ
- ដោយសារតែក្រុមហ៊ុនទើបតែដំណើរការ ជាហេតុធ្វើឲ្យមានដៃគូប្រកួតប្រជែង ច្រើន
- ការកើនឡើងថ្លៃនៃទំនិញផ្សេងៗ ធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនត្រូវចំណាយច្រើនលើទំនិញទាំង នោះ
- វិបត្តិសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោក ធ្វើឲ្យទេសចរពុំសូវចង់ធ្វើដំណើរ
- កំណើននៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ថ្មីៗ ដែលជាដៃគូប្រកួតប្រជែងខ្លាំងជាមួយក្រុមហ៊ុន
- ការកើនឡើងនៃកម្ដៅផែនដី និងជំងឺកាចសាហាវ ធ្វើឲ្យទេសចរពុំសូវធ្វើដំណើរពី តំបន់អចិន្ត្រៃយ៍របស់ខ្លួន

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

យោងតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវផ្នែកទ្រឹស្តី ការសាកសួរព័ត៌មាន និងអនុវត្តផ្ទាល់នៅក្នុង ក្រុមហ៊ុន គ្រួសារ ធុ អង្គរ ធុរ & ត្រាវែល ទៅលើដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន ក្រុមយើងខ្ញុំ សង្កេតឃើញថា ក្រុមហ៊ុនជាអង្គភាពមួយដែលបានគ្រប់គ្រងដំណើរប្រតិបត្តិការបានល្អ ដោយ អាចឆ្លុះបញ្ចាំងបានតាមរយៈភាពជោគជ័យ និងសមិទ្ធផលរបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលទទួលបានកន្លង មក។

ជាក់ស្តែង ការគ្រប់គ្រងដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនបានល្អ ដោយសារតែមានការ រៀបចំចាត់ចែងគោលការណ៍ និងយុទ្ធសាស្ត្របានល្អ ពីសំណាក់អ្នកគ្រប់គ្រងនៅក្នុងក្រុមហ៊ុន ដែលអាចទទួលយក និងជឿជាក់បាន។ ជាងនេះទៅទៀត ការបង្កើតវិធីសាស្ត្រដែលមានភាព សមស្របទៅនឹងស្ថានភាពជាក់ស្តែង និងអ្វីដែលក្រុមហ៊ុនបានជួបប្រទះ ដើម្បីសម្រេចនូវ ជោគជ័យក្នុងការទាក់ទាញអតិថិជន ជាពិសេសការបង្កើនការលក់សេវាកម្មនានា។ ដោយឡែក ដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន ប្រព្រឹត្តទៅតាមរយៈការរៀបចំបុគ្គលិកឲ្យអនុវត្តនូវយុទ្ធសាស្ត្រ ក្រោមការដឹកនាំទៅតាមរចនាសម្ព័ន្ធដឹកនាំរបស់ក្រុមហ៊ុន ដោយបុគ្គលិកទាំងអស់បានបំពេញ ការងាររបស់ខ្លួនទៅតាមតួនាទី និងជំនាញ ប្រកបដោយសមត្ថភាព និងការយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់។ ក្រុមហ៊ុនក៏បានរៀបចំសេវាកម្ម និងផលិតផលជាច្រើន ដោយមានភាពទាក់ទាញ និងមានគុណ ភាពខ្ពស់ ដើម្បីកុំឲ្យអតិថិជនមានការខកបំណងក្នុងការជ្រើសរើសយកផលិតផលសេវាកម្មរបស់ ខ្លួន មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះក្រុមហ៊ុនក៏បានបង្កើតនូវកម្មវិធីពិសេសៗជាច្រើន ថែមទាំងមានការលើក ទឹកចិត្តទៅដល់អតិថិជនដែលតែងតែជ្រើសរើសយកសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។ លើសពីនេះទៅ ទៀត ក្រុមហ៊ុនក៏បានរួមចំណែកអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចជាតិ ដោយរួមចំណែកទាក់ទាញទេសចរអន្តរ ជាតិ មកធ្វើដំណើរកម្សាន្តនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ជាពិសេសខេត្តសៀមរាប តាមរយៈការ ខិតខំប្រឹងប្រែងបំពេញសេវាកម្ម និងអភិវឌ្ឍខ្លួនឲ្យបានល្អប្រសើរ។ ម៉្យាងវិញទៀត ក្រុមហ៊ុនក៏ជា ផ្នែកមួយ ដែលបានចូលរួមចំណែកកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រនៅកម្ពុជាដែរ តាមរយៈការស្រូបយក កម្លាំងពលកម្ម ដែលជាធនធានមនុស្សមានសមត្ថភាពមកបំពេញការងារ។

ទន្ទឹមនឹងគុណសម្បត្តិនេះផងដែរ ក្រុមហ៊ុនក៏បានជួបប្រទះនូវបញ្ហាមួយចំនួនដែលកំពុង កើតមានកន្លងមកផងដែរ។ បើទោះបីជាក្រុមហ៊ុន បានបង្កើតនូវយុទ្ធសាស្ត្រថ្មីក៏ក្រុមហ៊ុននៅតែ មានបញ្ហាតូចៗមួយចំនួនទៀត ក្នុងការប្រតិបត្តិការការងារដែលអាចនឹងកើតមានឡើង។ បញ្ហា ចម្បងរបស់ក្រុមហ៊ុននោះគឺ ក្រុមហ៊ុនទើបតែចាប់ផ្តើមដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ដែលធ្វើឲ្យ

មានលក្ខណៈផ្សេងៗគ្នា ដោយសារតែក្រុមហ៊ុនត្រូវប្រឈមមុខជាមួយដៃគូប្រកួតប្រជែងធំៗ ជាច្រើននៅក្នុងប្រទេសដែលមានប្រភេទអាជីវកម្មដូចគ្នាជាហេតុធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនពិបាកប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារ និងទាក់ទាញអតិថិជន។

សរុបសេចក្តីមក យើងខ្ញុំអាចសន្និដ្ឋានបានថា ភាពជោគជ័យរបស់ក្រុមហ៊ុន បានបង្ហាញថា ការគ្រប់គ្រងដំណើរប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនបានល្អ រួមជាមួយនឹងការចូលរួមចំណែកក្នុងការបម្រើសេវាកម្មក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដែលជាវិស័យអាទិភាពមួយដែរ ក្នុងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចជាតិឲ្យមានការលូតលាស់។ ជាពិសេសក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធួ អង្គរ ធួរ & ត្រាវែល ជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់បំផុតចំពោះអតិថិជន ក្នុងការផ្តល់នូវសេវាកម្មមួយដែលធ្វើឲ្យអតិថិជនមិនអាចបំភ្លេចបាន។

ការផ្តល់អនុសាសន៍

យោងតាមការសន្និដ្ឋានខាងលើ ស្តែងឲ្យឃើញថា នៅក្នុងខណៈពេលដែលក្រុមហ៊ុន ត្រេល ធ្វ អង្គរ ធ្វរ & ត្រាវែល កំពុងមានសកម្មភាពអាជីវកម្មមួយប្រសើរ ប្រកបដោយភាព ជោគជ័យ ក្រុមហ៊ុនក៏នៅតែមានចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនតូច ដែលគួរតែមានការបន្ថែម និងកែ លម្អដូចជា:

- ក្រុមហ៊ុនគួរបន្ថែមផលិតផលសេវាកម្មថ្មីៗ ដែលលក្ខណៈខុសប្លែកពីផលិតផល សេវាកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារផ្សេងៗទៀត ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងវិវត្តន៍ទៅនឹងតម្រូវការ ឥតឈប់ឈររបស់អតិថិជន។
- ក្រុមហ៊ុនគួរបង្កើនការផ្សព្វផ្សាយឲ្យមានភាពទូលំទូលាយ ដើម្បីឲ្យអតិថិជនងាយ ស្រួលស្គាល់អំពីផលិតផលសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ក្រុមហ៊ុនគួររៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ច សម្រាប់ទេសចរក្នុងប្រទេស(ខ្សែទស្សនកិច្ច ក្នុងប្រទេស និងខ្សែទស្សនកិច្ចទៅក្រៅប្រទេស) ដើម្បីជម្រុញឲ្យទេសចរក្នុង ប្រទេសមានការកើនឡើង និងប្រាក់ចំណេញសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន
- ក្រុមហ៊ុនគួរបន្ថែមដៃគូសហការជាច្រើនទៀត ទាំងដៃគូសហការក្នុងប្រទេស និង ក្រៅប្រទេស
- ក្រុមហ៊ុនគួរស្វែងរកទីផ្សារបន្ថែមទៀត ដើម្បីជម្រុញឲ្យការលក់ផលិតផលសេវា កម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនមានសន្ទុះកាន់តែខ្លាំង
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែពង្រឹងនូវផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីជួយសម្រួលក្នុងដំណើរប្រតិបត្តិការ អាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនឲ្យកាន់តែងាយស្រួល ចំណេញពេលវេលា និងសន្សំសំចៃ ថវិការបស់ក្រុមហ៊ុន
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែផ្តល់ជាឯកសណ្ឋានទៅដល់បុគ្គលិក ដើម្បីឲ្យអតិថិជនងាយស្រួល ក្នុងការសម្គាល់ថាជាបុគ្គលិកក្រុមហ៊ុន
- ក្រុមហ៊ុនគួរតែរៀបចំការលក់ និងកក់សំបុត្រយន្តហោះតាមប្រព័ន្ធ ABACUS ដែលធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនងាយស្រួលធ្វើការកក់ និងលក់សំបុត្រយន្តហោះដោយផ្ទាល់ តាមរយៈប្រព័ន្ធនេះ

- ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែចូលជាសមាជិកសហគមន៍ទេសចរណ៍អន្តរជាតិ IATA ដើម្បីបង្កើននូវទំនុកចិត្ត និងផ្តល់ភាពងាយស្រួលទៅលើការបង្កើតទំនាក់ទំនង ឬការប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន

ឯកសារយោង

ឯកសារយោង

១. របាយការណ៍ស្ថិតិឆ្នាំ២០១៦ របស់ក្រសួងទេសចរណ៍
២. របាយការណ៍ស្ថិតិឆ្នាំ២០១៧ របស់ក្រសួងទេសចរណ៍
៣. ជុំ វាសនា, គ្រប់គ្រងភាពជោគជ័យ (ភ្នំពេញ: ២០០៥)
៤. ញឹក សុគន្ធ និង ស៊ី សាមុត, សញ្ញាណទូទៅនៃអាជីវកម្ម (Third Edition)
៥. បណ្ឌិត ឈុន ពហុ, ហុង វណ្ណៈ, អនុបណ្ឌិត ជា ស៊ីថា, សាំង ចន្ទ, សេចក្តីផ្តើមទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ: ២០១៤)
៦. ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ថ្ងៃទី១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០០៩
៧. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ស៊ុត តារា, យិន ច័ន្ទសុដី, ទេសចរណ៍ បច្ចេកទេស និងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម
៨. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការរៀបចំ និងគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការ (ភ្នំពេញ: ២០១៦)
៩. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងសាជីវកម្មទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ: ២០១៤)
១០. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ: ២០១២)
១១. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជីវ សុងហាក់ និងទឹម សុធា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត(ភ្នំពេញ: ២០០៤)
១២. ច្រឡឹង សុមេធា, យ៉ែម ច័ន្ទវិទូ, វ៉ាត វ៉ាន់រីៈ, ស៊ូ គឹមព្រីទ្វា, ការគ្រប់គ្រងការរៀបចំ ការធ្វើដំណើរ(Travel Operation Management)
១៣. ឡាយ គង់, គ្រប់គ្រងធនធានមនុស្ស (ភ្នំពេញ: ២០១៤)
១៤. សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងសេវាកម្ម
១៥. រោង ឈង, ការជ្រើសរើសនិយោជក (ភ្នំពេញ: ២០០២)
១៦. ថ្លាង ចាន់ណាក់, សៀម ប៊ុនស័ក្ត, នាង ច័ន្ទណាដែន, តៃ សុម៉ាលី, កុយ កុល "ដំណើរការប្រតិបត្តិការរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អុហ្វ អ៊ុនឌុនយណា" (សារណាបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ, សាកលវិទ្យាល័យ វៀលប្រាយ, ២០០៨)
១៧. សែម ចន្ទរស្មី, សៀន សុវណ្ណា (សារណាបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រទេសចរណ៍ឆ្នាំ ២០១៥)
១៨. Aryear Gregory, Travel agency dealer in dream (1985)
១៩. <https://www.wttc.org>
២០. <https://sokankeng.wordpress.com/2013/12/03 /ការគ្រប់គ្រង-management>
២១. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/operation>
២២. https://en.wikipedia.org/wiki/Package_tour

ଅଧ୍ୟାୟ

ଅଧ୍ୟାୟ ୧

7 DAYS

THE ANCIENT & MODERN EXPERIENCE

Connecting the experience of your trip from the ancient city of Angkor to the modern and commercial city. Get new taste by enjoying the temple tour and get into the classy life in the capital city.



Highlight

- Banteay Kdei & Pre Rup + Sunset
- Angkor Thom Complex + Ta Prohm temple
- Beng Mealea temple + Boat trip on Tonle Sap
- Sunrise & visit Angkor Wat + Countryside tour
- City tour
- Cyclo tour
- Royal Palace & National Museum + Wat Phnom
- Killing Fields + Toul Sleng



10 DAYS

THE ANCIENT CAPITAL & GULF

Extend your stay at another destination of beach site in Cambodia located in the gulf of Thailand. Get new experience in another new place.

Highlight

- Banteay Kdei & Pre Rup + Sunset
- Angkor Thom Complex + Ta Prohm temple
- Beng Mealea temple + Boat trip on Tonle Sap
- Sunrise & visit Angkor Wat + Countryside tour
- City tour
- Cyclo tour
- Royal Palace & National Museum + Wat Phnom
- Killing Fields + Toul Sleng
- Enjoy the beach



CONTACT US

Need consultation regarding to your package or book us, please feel free to contact us.

Phone: +855 96 8 722 804

+855 16 856 856

+855 89 260 854

Email: cambodia@trailtoangkortours.com

Website: www.trailtoangkortours.com

Address: Mondul I, Svay Dangkm, Siem Reap, Cambodia

TRAILTO ANGOR

Tours And Travel



cambodia@trailtoangkortours.com



www.trailtoangkortours.com

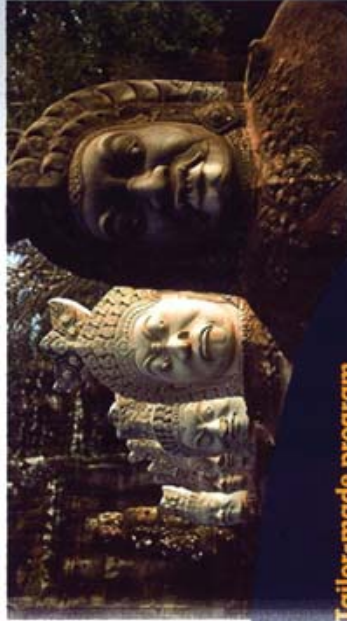
4 DAYS

ANGKOR HIGHLIGHT

Known as the city of custom and culture, Angkor city brings you to the beautiful temples located in different places of the city. View the greatness of Khmer architecture during the golden era of Angkor from 9th to 14th centuries.

Highlight:

- Banteay Kdei temple & Pre Rup + Sunset
- Angkor Thom Complex + Ta Prohm temple
- Sunrise + visit Angkor Wat & Boat trip on Tonle Sap
- City tour



Tailor-made program

Having your own plan?
We do care about you so we built up an experienced team to plan with you to create an amazing trip for you based on your requirement.

5 DAYS

UNIQUE EXPERIENCE

An amazing unique experience brings you to be in an exciting trip which is more than you could imagine. What does make it called unique experience? It is the combination of visiting the temples in Angkor area and experiencing the life of Khmer local people on the floating village and in the countryside.



Highlight:

- Banteay Kdei & Pre Rup + Sunset
- Angkor Thom Complex + Ta Prohm temple
- Beng Mealea temple + Boat trip on Tonle Sap
- Sunrise & visit Angkor Wat + Countryside tour
- City tour



5 DAYS

ANGKOR & REMOTE TEMPLES



There are not only beautiful temples in Angkor area but also some temples located out of town that people rarely go and reach there. Those places were the former of capital city and their architectures are as fantastic as the ones at Angkor. You are highly recommended to explore there.



Highlight:

- Banteay Kdei & Pre Rup + Sunset
- Angkor Thom Complex + Ta Prohm temple
- Kulen Mountain + Banteay Srei temple
- Beng Mealea + Koh Ker temple
- Sunrise + visit Angkor Wat

ឧបសម្ព័ន្ធទី២

From: cambodia@trailtoangkortours.com
To: "Operation Manager"
Cc: charlekhun@gmail.com; sales@chateau-angkor.com
Subject: RE: Ms. Linda Moser x 2 (07-08/Apr/2017)
Date: Monday, April 3, 2017 11:11:39 AM

Dear Mr. Vorak,

Many thanks for your email and confirmation which is noted.

Have a nice working day!

Best regards,
Steven

From: Operation Manager [mailto:om@chateau-angkor.com]
Sent: Monday, April 3, 2017 11:06 AM
To: cambodia@trailtoangkortours.com
Cc: charlekhun@gmail.com; sales@chateau-angkor.com
Subject: RE: Ms. Linda Moser x 2 (07-08/Apr/2017)

Dear Steven,

Greeting from Château d'Angkor La Résidence!

Thank you for your e-mail below.

As agreement by the phone call last moment, I am pleased to confirm the booking accordingly.

Client's name: Ms. Linda Moser & Mr. Gerald Dewey
Room type: 1 Bedroom Suite + ABF
No. of night: 1 night
Check in/out: 07-08/Apr/2017
Rate: 40.00/night **for this booking only.**

Anymore suggestion, please let me know.

Best regards,

Vorak



Yann Souvorak - Operations Manager
Château d'Angkor La Résidence,
Oum Chhay Street, Village 2, Svay Dang Kum,
Siem Reap, Kingdom of Cambodia.
Tel: (855) 63 96 60 60 ; Fax: (855) 63 96 70 70
Mobile: (855)77 88 11 88; (855)16 66 77 44
Sype ID: levelv
Website: www.chateau-angkor.com
E-mail: om@chateau-angkor.com

From: cambodia@trailtoangkortours.com [<mailto:cambodia@trailtoangkortours.com>]
Sent: Monday, April 03, 2017 10:04 AM
To: om@chateau-angkor.com
Cc: charlechhun@gmail.com
Subject: Ms. Linda Moser x 2 (07-08/Apr/2017)

Dear Mr. Vireak

Warm greeting from TRAILTOAngkortours & Travel, Siem Reap, Cambodia!

It was really my pleasure to talk with you on the phone and further to your conversation with Mr. Chhun, please kindly confirm this booking under rate \$40/room/night for 1 Bedroom Suite for the clients below accordingly.

Client's name:	Ms. Linda Moser & Mr. Gerald Dewey
Room type:	1 Bedroom Suite + ABF
No. of night:	1 night
Check in/out:	07-08/Apr/2017

Arrive by: PG 903 @09:10

Departure by: K6 104 @10:35

Remark: The payment will be settled by TRAILTOAngkortours & Travel (B&B only) and other clients' expenses during their stay will be on their own arrangement.

Looking forward to receiving your confirmation soon.

Best regards,
Steven

Steven Lor (Mr.)
Sales Manager

TRAILTOAngkortours & Travel

H/P: 855 89 260 854
855 10 375 400

E-mail: cambodia@trailtoangkortours.com
Website: www.trailtoangkortours.com

Address: *Taphul Road, Svay Dangkum, Siem Reap, Cambodia*

The Inbound Tour Company You Trust

ឧបសម្ព័ន្ធនិក

From: cambodia@trailtoangkortours.com
To: om@chateau-angkor.com
Cc: charlechhun@gmail.com
Subject: Ms. Linda Moser x 2 (07-08/Apr/2017)
Date: Monday, April 3, 2017 10:03:35 AM

Dear Mr. Vireak

Warm greeting from TRAILTOAngkortours & Travel, Siem Reap, Cambodia!

It was really my pleasure to talk with you on the phone and further to your conversation with Mr. Chhun, please kindly confirm this booking under rate \$40/room/night for 1 Bedroom Suite for the clients below accordingly.

Client's name: Ms. Linda Moser & Mr. Gerald Dewey
Room type: 1 Bedroom Suite + ABF
No. of night: 1 night
Check in/out: 07-08/Apr/2017

Arrive by: PG 903 @09:10

Departure by: K6 104 @10:35

Remark: The payment will be settled by TRAILTOAngkortours & Travel (B&B only) and other clients' expenses during their stay will be on their own arrangement.

Looking forward to receiving your confirmation soon.

Best regards,
Steven

Steven Lor (Mr.)
Sales Manager

TRAILTOAngkortours & Travel

H/P: 855 89 260 854
855 10 375 400

E-mail: cambodia@trailtoangkortours.com
Website: www.trailtoangkortours.com

Address: *Taphul Road, Svay Dangcum, Siem Reap, Cambodia*

The Inbound Tour Company You Trust

ଅଧ୍ୟାୟ ୧

CONFIRMED BOOKING

Client's names	No. of clients	Room type
Ms. Linda Moser & Mr. Gerald Dewey	2	1 Double

Date	From	To	Flight	Intinerary	Hotel
07 Apr 2017	BKK 08:00	REP 09:10	PG 903	<p>Siem Reap – Arrival Upon arrival, pick up and transfer directly to visit the South gate of Angkor Thom, then continue to visit Baphoun, Phimeanakas, Royal Palace, Bayon temple, Elephant terrace and Leaper King terrace. After that, visit Ta Prohm temple which is surrounded by the jungle.</p> <p>In the afternoon, visit the wonderful of Angkor Wat temple to view the architecture and bas relief. After being tired from you tour, relax yourselves by receiving 1 hour foot or Khmer traditional massage. Then, enjoy dinner with Apsara dance show at local restaurant. (D) Overnight in Siem Reap.</p>	Château d'Angkor La Résidence (1 bedroom Suite) OK
08 Apr	REP 10:35	PNH 11:30	K6 104 (2 seats) OK	<p>Siem Reap – Phnom Penh After breakfast, you will be transferred to the airport for flight to Phnom Penh capital city. Upon arrival, you will be pick up and transfer to visit Wat Phnom.</p> <p>In the afternoon, visit Royal Palace, The Silver Pagoda, and then visit National Museum, and Psar Tmey (Central Market). Overnight in Phnom Penh. (B)</p>	Diamond Palace Resort & Sky Bar (Superior) OK
09 Apr	PNH 08:15	BKK 09:25	PG 928	<p>Phnom Penh – Departure Transfer to the airport for departure</p>	

				flight. (B) (End of services)	
--	--	--	--	----------------------------------	--

Inclusion	Exclusion
<ul style="list-style-type: none"> • Accommodation & breakfast • Round trip airport transfers and transportation in air-conditioned vehicle • English speaking guide • Entrance fees • 1 hour foot or Khmer traditional massage (complimentary) • 1 dinner with Apsara dance show at local restaurant (complimentary) • Domestic flight: REP-PNH • Bottles of mineral water during tours 	<ul style="list-style-type: none"> • Visa fee • International flight bookings • Other meals arrangement not mentioned in the program • Tipping • Client's other expenses

ଅଧ୍ୟାୟ ୧

កម្រងសំណួរ

១. តើក្រុមហ៊ុនរបស់លោកបង្កើតនៅឆ្នាំណា? ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំ?
២. តើក្រុមហ៊ុនរបស់លោកមានទម្រង់សហគ្រាសប្រភេទអ្វី?
៣. តើក្រុមហ៊ុនមានទីតាំងនៅឯណា?
៤. តើក្រុមហ៊ុនមានចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្មយ៉ាងដូចម្តេច?
៥. តើក្រុមហ៊ុនមានបុគ្គលិកប៉ុន្មាននាក់?
៦. តើការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធការងាររបស់ក្រុមហ៊ុនមានលក្ខណៈយ៉ាងដូចម្តេច?
៧. តើនៅក្នុងរចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុនបានបែងចែកការងារ និងទំនួលខុសត្រូវដូចម្តេចខ្លះ?
៨. តើការជ្រើសរើសបុគ្គលិក ប្រព្រឹត្តទៅតាមរយៈអ្វី?
៩. តើក្រុមហ៊ុនមានលក្ខខណ្ឌអ្វីខ្លះ ក្នុងការជ្រើសរើសបុគ្គលិក?
១០. តើក្រុមហ៊ុនមានការបង្កើតការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកដែរឬទេ?
១១. តើវិធីសាស្ត្រក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកនោះមានលក្ខណៈយ៉ាងដូចម្តេច?
១២. តើក្រុមហ៊ុនមានយុទ្ធសាស្ត្រដូចម្តេច ក្នុងការលើកទឹកចិត្តបុគ្គលិក?
១៣. តើដំណើរការប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនមានលក្ខណៈយ៉ាងដូចម្តេច?
១៤. តើក្រុមហ៊ុនមានបម្រើសេវាកម្មអ្វីខ្លះទៅដល់អតិថិជន?
១៥. ក្នុងចំណោមសេវាកម្មទាំងអស់ តើសេវាកម្មមួយណាដែលមានសារៈសំខាន់ចំពោះក្រុមហ៊ុន?
១៦. តើក្រុមហ៊ុនមានដៃគូសហការដែររឺទេ? ជាមួយក្រុមហ៊ុនណាខ្លះ?
១៧. តើគោលដៅទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុនជានរណា?
១៨. តើក្រុមហ៊ុនមានយុទ្ធសាស្ត្រយ៉ាងណាក្នុងការទាក់ទាញ និងប្រកួតប្រជែងនៅលើទីផ្សារ?
១៩. តើក្រុមហ៊ុនមានវិធីសាស្ត្របែបណាក្នុងការគ្រប់គ្រងទីផ្សាររបស់ខ្លួន?

- ២០. តើវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយរបស់ក្រុមហ៊ុនមានលក្ខណៈយ៉ាងដូចម្តេចខ្លះ?
- ២១. តើក្រុមហ៊ុនមានគោលការណ៍លើកទឹកចិត្តទៅដល់អតិថិជនដែរឬទេ? តើអិចស៊ុយស៊ីវភាពណាដែលត្រូវលើកទឹកចិត្ត?
- ២២. តើនៅក្នុងប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនបានជួបប្រទះនូវបញ្ហាអ្វីខ្លះ? តើក្រុមហ៊ុនមានវិធានការយ៉ាងណាខ្លះដើម្បីដោះស្រាយនូវបញ្ហាខាងលើ?