



**សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ  
និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច**

**សារណាបញ្ចប់ការសិក្សា**

**អេមីអេ ម៉ូបាយល់ប៊ែនឃីង  
ABA Mobile Banking**

ការស្រាវជ្រាវពីថ្ងៃទី ០៣ ខែ មេសា ឆ្នាំ ២០២៣ ដល់ថ្ងៃទី ៣១ ខែ ឧសភា ឆ្នាំ ២០២៣  
ឈ្មោះស្ថាប័ន៖ **ធនាគារ អេមីអេ (Advanced Bank of Asia Ltd.)**

តាក់តែងឡើងដោយ  
និស្សិតឈ្មោះ៖ **លោក ថាយ វិថី**  
**កញ្ញា ឡេង វិយ៉ាណា**

ណែនាំដោយ  
សាស្ត្រាចារ្យជំនួយ **សុវ វេងនី**

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ **គ្រប់គ្រងធុរកិច្ច**  
ជំនាន់ទី ០៧

ឆ្នាំចូលសិក្សា **២០១៩**  
ឆ្នាំសរសេររបាយការណ៍ **២០២៣**

## **អារម្ភកថា**

យើងខ្ញុំជានិស្សិតនៅសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច បានធ្វើការចងក្រង សៀវភៅរបាយការណ៍ឡើង ក្នុងគោលបំណងអភិវឌ្ឍន៍នូវចំណេះដឹងដោយធ្វើការសិក្សាស្វែងយល់ឲ្យបានស៊ី ជម្រៅទាំងទ្រឹស្តី និងការអនុវត្តជាក់ស្តែង តាមស្ថាប័នការងារផ្សេងៗ ព្រមទាំងពង្រីកការយល់ដឹងឲ្យបាន ប្រសើរឡើង។ ក្រោយពីការសិក្សានៅសាកលវិទ្យាល័យអស់

រយៈពេល ៤ឆ្នាំកន្លងមកនេះ បានធ្វើឲ្យខ្ញុំទាំងពីរនាក់ ខិតខំធ្វើការស្រាវជ្រាវ និងសិក្សារៀនសូត្រអស់ពីកម្លាំង កាយចិត្ត ដើម្បីរៀបចំចងក្រងសៀវភៅនេះឡើង ក្រោមការដឹកនាំ និងជួយសម្របសម្រួលរបស់លោកសាស្ត្រាចារ្យ សូរ វង់នី។

ដោយសារប្រទេសយើងជាប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ ដូចនេះនាំឲ្យប្រទេសជាច្រើន មានការចាប់អារម្មណ៍ លើវិស័យបណ្តាក់ទុនផ្សេងៗ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដូចជា ផលិតផល សេវាកម្ម ឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម និង ជាពិសេសគឺ បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា -ល-។ ដោយយើងឃើញថា បច្ចុប្បន្ននេះបច្ចេកវិទ្យាមានការរីកចម្រើន យ៉ាងខ្លាំង ដែលជាហេតុនាំឲ្យរដ្ឋាភិបាលខិតខំស្វែងរកមធ្យោបាយ ដើម្បីទាក់ទាញដៃគូវិនិយោគឲ្យមកធ្វើ ប្រតិបត្តិការលើវិស័យធនាគារ ព្រោះវិស័យធនាគារគឺជាអ្នកដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការទូទាត់លំហូរសាច់ប្រាក់ ទាំងខាងក្នុង និងក្រៅប្រទេសយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព ហើយវាក៏ជាផ្នែកមួយក្នុងការជួយពង្រឹង និងអភិវឌ្ឍខ្សែន សេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេសយើងផងដែរ។ អាស្រ័យហេតុនេះហើយ ទើបយើងខ្ញុំលើកយកប្រធានបទមួយគឺការ សិក្សាពី **"អេប៊ីអេ ម៉ូបាល់ប៊ែយីង (ABA Mobile Banking)"**។ នៅក្នុងការស្រាវជ្រាវ និងចងក្រងសៀវភៅនេះ ឡើង វាពឹងផ្អែកទៅនឹងការសិក្សាស្រាវជ្រាវលើឯកសារដែលពាក់ព័ន្ធ ព្រមទាំងធ្វើកិច្ចសំភាសន៍ជាមួយបុគ្គលិក ដែលនៅធនាគារ និងប្រធានផ្នែកទីផ្សាររបស់ធនាគារផ្ទាល់ ដែលទាក់ទងពីផលិតផល និងសេវាកម្ម ហើយជា ចុងក្រោយ ពួកខ្ញុំក៏ធ្វើការបង្កើតជាសំណួរ ដើម្បីសាកសួរអតិថិជនរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ថាតើពួកគេមាន ចំណាប់អារម្មណ៍ និងយល់យ៉ាងណាចំពោះសេវាកម្មធនាគារនេះ។

ជាទីបញ្ចប់ យើងខ្ញុំសង្ឃឹមថារបាយការណ៍មួយនេះ នឹងជួយបួនៗជំនាន់ក្រោយ បង្កើននូវគំនិតថ្មីៗ និងធ្វើ ជាឯកសារជួយសម្រួលដល់ការស្រាវជ្រាវរបស់ពួកគេ។យើងខ្ញុំក៏សូមអធ្យាស្រ័យនូវបណ្តាក់ហុសឆ្លងដោយ អចេតនា នូវពាក្យពេចន៍ ឃ្លាប្រយោគ អក្ខរក្រមផ្សេងៗ ហើយយើងខ្ញុំរីករាយស្វាគមន៍ ទទួលនូវការរិះគន់ដើម្បី ស្ថាបនាពីសំណាក់លោកសាស្ត្រាចារ្យ និងមិត្តអ្នកអានទាំងអស់ ដើម្បីជួយកែលម្អសៀវភៅនេះឲ្យកាន់តែល្អ ប្រសើរ។

## **សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ**

យើងខ្ញុំជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ជំនាញគ្រប់គ្រងធុរៈ ជំនាន់ទី០៧ ឆ្នាំទី៤ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចដែលបានស្រាវជ្រាវ និងសរសារណាបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រលើប្រធានបទ “អប៊ីអេ ម៉ូបាល់បែឃីង (ABA Mobile Banking) “ ដើម្បីបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ - ២០២៣។

ជាដំបូងយើងខ្ញុំ សូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះ៖

លោកឪពុកអ្នកម្តាយរបស់យើងខ្ញុំ ដែលបានស្រលាញ់ ថ្នាក់ថ្នម និងផ្តល់ភាពកក់ក្តៅដល់យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់។ អរគុណសម្រាប់ព្រហ្មវិហារធម៌ និងធ្វើជាគំរូដ៏ល្អសម្រាប់កូនរាល់គ្នា។ អរគុណសម្រាប់ការជម្រុញលើកទឹកចិត្ត និងធ្វើជាកម្លាំងចិត្តដល់កូនរហូតឲ្យពួកយើងមានថ្ងៃនេះ។ អរគុណបំផុតសម្រាប់សេចក្តីស្រលាញ់ដែលឥតលក្ខខ័ណ្ឌ របស់លោកទាំងពីរចំពោះកូន ហើយដោយក្តីស្រលាញ់របស់លោក បានបង្រៀនកូនឲ្យក្លាយជាកូនល្អ សិស្សល្អ និងធ្វើជាគំរូដ៏ល្អសម្រាប់អ្នកដទៃដែលនៅជុំវិញ។

ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការ លោកសាកលវិទ្យាធិការរង ព្រឹទ្ធបុរស ព្រឹទ្ធបុរសរង សាស្ត្រាចារ្យ ព្រមទាំងបុគ្គលិកទាំងអស់នៃ សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច យើងខ្ញុំសូមអរគុណចំពោះការជួយសម្របសម្រួលផ្នែកសិក្សា និងការបង្កាត់បង្រៀនយើងខ្ញុំរយៈពេលកន្លងមកនេះ។ ជាពិសេស អរគុណសម្រាប់ការផ្តល់ឱកាសឲ្យយើងខ្ញុំបានបញ្ចេញសមត្ថភាព តាមរយៈ ការធ្វើការស្រាវជ្រាវ ក្រោមប្រធានបទខាងលើ។

លោកសាស្ត្រាចារ្យ សូវ ផងនី យើងខ្ញុំសូមអរគុណនូវទឹកចិត្តដ៏ថ្លៃថ្លា ចំពោះការយកចិត្តទុកដាក់ ព្រមទាំងការចំណាយពេលវេលាដ៏មានតម្លៃរបស់លោកគ្រូ មកបង្កាត់ បង្រៀន និងផ្តល់វិធីសាស្ត្រណែនាំល្អៗ ក្នុងអំឡុងពេលនៃដំណើរការសរសេររបាយការណ៍តាំងពីដើមរហូតដល់ចប់ អរគុណដែលធ្វើឲ្យយើងខ្ញុំទទួលបានជោគជ័យ និងសម្រេចបាននូវការចងក្រងសៀវភៅនេះឡើង។

ជាចុងក្រោយ យើងខ្ញុំទាំងពីរ សូមលើកហត្ថប្រណាម្យជូនពរដល់ឯកឧត្តម លោកជំទាវ លោក លោកស្រី ទាំងអស់ឲ្យជួបតែ សេចក្តីសុខ សេចក្តីចម្រើន មានសុខភាពល្អ សំណាងល្អ និងអាយុយឺនយូរ ត្រជាក់ត្រជុំនៅក្នុងក្រុមគ្រួសារ។

**មាតិកា**

បញ្ជីតារាង..... iii  
បញ្ជីរូបភាព..... iv

**សេចក្តីផ្តើម**

១. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ..... ១  
២. ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ..... ១  
៣. ដែនកំណត់ និងទំហំនៃការស្រាវជ្រាវ..... ២  
៤. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ..... ២  
៥. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ..... ៣  
៦. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ..... ៣  
៧. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ..... ៤

**ជំពូកទី១**

**រំលឹកទ្រឹស្តីម៉ូធានម៉ែឌែល**

១.១. និយមន័យ..... ៦  
១.២. គុណភាពនៃសេវាកម្ម និងម៉ូដែលនៃគុណភាពសេវាកម្ម..... ៦  
    ១.២.១. គុណភាពនៃសេវាកម្ម..... ៦  
    ១.២.២. ម៉ូដែលនៃគុណភាពសេវាកម្ម..... ៧  
        ១.២.២.១. សញ្ញាណម៉ូដែលនៃគុណភាពសេវាកម្ម..... ៧  
        ១.២.២.២. ភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន..... ១៤  
១.៣. សេចក្តីពេញចិត្តរបស់អតិថិជន..... ១៨  
    ១.៣.១. ការវាស់វែងពីសេចក្តីពេញចិត្តរបស់អតិថិជន..... ១៩  
១.៤. ទំនាក់ទំនងរវាងគុណភាពសេវាកម្ម និងសេចក្តីពេញចិត្តរបស់អតិថិជន..... ២០  
១.៥. សារៈសំខាន់នៃសេវាកម្មអតិថិជន..... ២១

**ជំពូកទី២**

**ផលិតផលនិងសេវាកម្មម៉ូធានម៉ែឌែលរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ**

២.១. ប្រវត្តិសង្ខេបរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ..... ២២  
    ២.១.១. ស្ថាប័នបង្កើតរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ..... ២៣

២.១.២. ចក្ខុវិស័យ.....	២៤
២.១.៣. បេសកកម្ម .....	២៤
២.១.៤. គុណតម្លៃរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ .....	២៤
២.២. ទីស្នាក់ការកណ្តាល ទីតាំង និងរចនាសម្ព័ន្ធរបស់ថ្នាក់ដឹកនាំធនាគារ អេប៊ីអេ .....	២៤
២.២.១. គណៈគ្រប់គ្រង និងក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសំខាន់ៗនៃធនាគារ អេប៊ីអេ.....	២៤
២.២.២. ទីតាំងរបស់ទីស្នាក់ការកណ្តាលរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ.....	២៥
២.២.៣. ទីតាំងសាខាធនាគារ.....	២៦
២.៣. ផលិតផល និងសេវាកម្មម៉ូបាលប៊ែងយីងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ .....	៣១
២.៣.១. គុណភាពនៃសេវាកម្ម .....	៣១
២.៣.១.១. លក្ខណៈខាងក្រៅ ដំណើរការ និងនីតិវិធី .....	៣១
២.៣.១.២. ឥរិយាបថផ្ទាល់ខ្លួននៅលើផ្នែកបម្រើអតិថិជន .....	៥២
២.៣.១.៣. ការវិនិច្ឆ័យប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈលើផ្នែកមួយនៃការបម្រើសេវាកម្ម .....	៥៣
២.៣.២. ម៉ូដែលនៃគុណភាពសេវាកម្ម .....	៥៣

**ជំពូកទី៣**

**ការស្តង់ដារយោងរបស់អតិថិជនចំពោះការប្រើប្រាស់សេវាកម្ម  
ម៉ូបាលប៊ែងយីងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ**

៣.១. ការវិភាគទៅលើការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនចំពោះការប្រើប្រាស់សេវាកម្ម ម៉ូបាលប៊ែងយីងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ .....	៥៨
៣.១.១. ការប្រមូលទិន្នន័យ .....	៥៨
៣.១.២. ការវិភាគ និងបកស្រាយក្រាហ្វិច.....	៥៨
៣.២. ការវិភាគចំណុចវិជ្ជមាន និងចំណុចអវិជ្ជមាន.....	៧១
៣.២.១. ចំណុចវិជ្ជមាន.....	៧២
៣.២.២. ចំណុចអវិជ្ជមាន .....	៧៣

**សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍**

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន .....	៧៤
២. ការផ្តល់អនុសាសន៍ .....	៧៤

**ឯកសារយោង**

**ឧបសម្ព័ន្ធ**

## បញ្ជីតារាង

តារាងទី១៖	ម៉ោងធ្វើការធម្មតា និងម៉ោងបន្ថែមពិសេសនៅតាមបណ្តាសាខា (ចន្ទ – អាទិត្យ៖ 8.00 ព្រឹក – 8.00 យប់) .....	២៨
តារាងទី២៖	ម៉ោងធ្វើការធម្មតា និងម៉ោងបន្ថែមពិសេសនៅតាមបណ្តាសាខា (ចន្ទ – សុក្រ៖ 8.00 ព្រឹក – 4.00 រសៀល) .....	២៩
តារាងទី៣៖	លក្ខណៈតម្លើងកម្មវិធី និងរបៀបបង្កើតគណនីហ៊ុយស៊ីស .....	៣៤
តារាងទី៤៖	លក្ខខណ្ឌក្នុងការប្រើសេវា E-Cash.....	៤៣
តារាងទី៥៖	ថ្លៃសេវាជាប្រាក់រៀលក្នុងការប្រើសេវា E-Cash .....	៤៤
តារាងទី៦៖	ថ្លៃសេវាជាប្រាក់ដុល្លារក្នុងការប្រើសេវា E-Cash.....	៤៥
តារាងទី៧៖	ការដាក់ប្រាក់ទៅក្នុងកាបូបអេឡិចត្រូនិកបាគង.....	៤៨
តារាងទី៨៖	ការដកប្រាក់ពីក្នុងកាបូបអេឡិចត្រូនិកបាគង .....	៤៩
តារាងទី៩៖	លក្ខខណ្ឌចម្បងៗដើម្បីទទួលបានកម្ចីប្រាក់បៀវត្ស.....	៥០

## បញ្ជីរូបភាព

រូបភាពទី១៖	លំហូរនៃការស្រាវជ្រាវ.....	៥
រូបភាពទី២៖	ម៉ូដែលនៃគុណភាពសេវាកម្ម .....	៨
រូបភាពទី៣៖	ការបង្ហាញពីដំណើរការនៃភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន .....	១៦
រូបភាពទី៤៖	ស្លាកសញ្ញារបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ .....	២៣
រូបភាពទី៥៖	ទីតាំងរបស់ទីស្នាក់ការកណ្តាលរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ .....	២៨
រូបភាពទី៦៖	ចំនួន និងអាយុរបស់អតិថិជន .....	៥៩
រូបភាពទី៧៖	ប្រភេទផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ .....	៦០
រូបភាពទី៨៖	រយៈពេលប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ .....	៦១
រូបភាពទី៩៖	តើមូលហេតុអ្វីនាំអោយមានការប្រើប្រាស់កម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាល់ប៊ែងយីង.....	៦២
រូបភាពទី១០៖	ការទទួលស្វាគមន៍របស់បុគ្គលិកបម្រើសេវាកម្ម .....	៦៣
រូបភាពទី១១៖	ការទទួលខុសត្រូវលើការងាររបស់បុគ្គលិកលើការបម្រើសេវាអតិថិជន .....	៦៤
រូបភាពទី១២៖	ឆន្ទៈក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហារបស់បុគ្គលិកទៅកាន់អតិថិជន.....	៦៥
រូបភាពទី១៣៖	សមត្ថភាព ចំណេះដឹងរបស់បុគ្គលិកទៅលើផលិតផល និងសេវាកម្មនីមួយៗរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ.....	៦៦
រូបភាពទី១៤៖	ការជឿជាក់ លើសមត្ថភាព និងចំណេះដឹងរបស់បុគ្គលិកនៅក្នុងធនាគារ អេប៊ីអេ.....	៦៧
រូបភាពទី១៥៖	ល្បឿនក្នុងការប្រតិបត្តិការកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាល់ ធៀបទៅនឹងធនាគារដទៃទៀត .....	៦៨
រូបភាពទី១៦៖	ប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុង កម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាល់ប៊ែងយីង .....	៦៩
រូបភាពទី១៧៖	បើមាន តើធនាគារគួរកែលម្អលើចំណុចណាខ្លះ? .....	៧០
រូបភាពទី១៨៖	ការពេញចិត្តជាមួយរបស់អតិថិជនទៅលើ ប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាល់ប៊ែងយីង .....	៧១

សេចក្តីផ្តើម



### សេចក្តីផ្តើម

#### ១. លំនាំបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ យើងសង្កេតឃើញថាបច្ចេកវិទ្យាមានការរីកចម្រើនជាបន្តបន្ទាប់គួរឲ្យកត់សម្គាល់ ទន្ទឹមនឹងនេះ វាក៏បានជះឥទ្ធិពលទៅលើគ្រប់វិស័យ រួមទាំងជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋទូទៅផងដែរ។ ជាក់ស្តែង ការរីកចម្រើននៃបច្ចេកវិទ្យាថ្មីនេះបានជួយសម្រួលយ៉ាងច្រើនដល់សេវាកម្ម និងដំណើរការរបស់ស្ថាប័ន ទាំងអស់។ ក្នុងនោះដែរ យើងក៏សង្កេតឃើញថា វិស័យធនាគារដែលជាមធ្យោបាយនៃការទូទាត់តាមរយៈសេវា អេឡិចត្រូនិចបានរីកលូតលាស់ និងមានការរីកចម្រើនជាបន្តបន្ទាប់ឥតឈប់ឈរ។

ដោយសារតែការរីកដុះដាលយ៉ាងខ្លាំងលើវិស័យមួយនេះហើយ ទើបបង្កឲ្យមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែងនៅ ក្នុងទីផ្សារកាន់តែច្រើនឡើងៗ ដែលជាកត្តាធ្វើឲ្យគ្រប់ធនាគារទាំងអស់ខិតខំបង្កើតនូវផលិតផល និងសេវាកម្ម ផ្សេងៗគ្នា ដើម្បីបំពេញសេចក្តីត្រូវការរបស់អតិថិជន។ លើសពីនេះទៅទៀត ធនាគារបានបណ្តុះបណ្តាលសមត្ថ ភាពបុគ្គលិក ដើម្បីបង្កើនគុណភាពលើការបម្រើសេវាកម្មជូនអតិថិជន ក៏ដូចជាសម្រួលក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហា ជូនអតិថិជនឲ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។

ការបម្រើសេវាកម្មជូនអតិថិជន ជាកត្តាមួយដែលជួយបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងអង្គការទាំងអស់នៃវិស័យ ធនាគារ ដែលអាចធ្វើឲ្យប្រតិបត្តិការនៅក្នុងអង្គការមានភាពរហ័ស ទាន់ចិត្ត និងធ្វើឲ្យអតិថិជនមានការជឿជាក់ ព្រមទាំងផ្តល់សេចក្តីទុកចិត្តទៅលើអង្គការនោះផងដែរ។ ហេតុនេះហើយ បានជាធនាគារនីមួយៗបង្កើតយុទ្ធ សាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងគុណភាពនៃការបម្រើសេវាកម្មអតិថិជនរបស់ខ្លួន តាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាលចំណេះ ដឹង សមត្ថភាព និងបទពិសោធន៍ក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាជូនអតិថិជនភ្លាមៗ។

តាមរយៈការពិពណ៌នាខាងលើបានបង្ហាញថា ការបម្រើសេវាកម្មឌីជីថលជូនអតិថិជនពិតជាមានសារៈ សំខាន់ និងផ្តល់សារៈប្រយោជន៍យ៉ាងខ្លាំងដល់វិស័យធនាគារ ព្រមទាំងជំរុញឲ្យសេដ្ឋកិច្ចក្នុងប្រទេសកាន់តែ មានភាពរីកចម្រើន។ ដូច្នេះហើយទើបក្រុមរបស់យើងខ្ញុំបានជ្រើសរើសយកប្រធានបទ **អេប៊ីអេ ម៉ូបាល់ប៊ែងយីង** របស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ដើម្បីយកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ។

#### ២. ចំណោទបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

ក្រុមយើងខ្ញុំ សម្រេចចិត្តធ្វើការស្រាវជ្រាវលើផ្នែកសេវាកម្ម និងផលិតផល ដែលផ្តោតសំខាន់ទៅលើការ បម្រើសេវាកម្មឌីជីថលជូនអតិថិជនរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ដោយសង្កេតឃើញពីសក្តានុពលនិងភាពលេចធ្លោ ផ្នែកសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីងក្នុងចំណោមស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុនានាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ លើសពីនេះទៅទៀត យើងក៏ចង់សិក្សាលើចំណុចមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- តើធនាគារ អេប៊ីអេ មានការអភិវឌ្ឍយ៉ាងណាខ្លះចំពោះសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីង?

- តើធនាគារ អេប៊ីអេ ទទួលបានប្រសិទ្ធភាពកម្រិតណា បន្ទាប់ពីធ្វើការអភិវឌ្ឍចំពោះសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែង យីង?
- តើភាពខុសគ្នារវាងទ្រឹស្តី និងការអនុវត្តជាក់ស្តែងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ មានអ្វីខ្លះ?
- តើធនាគារ អេប៊ីអេ មានយុទ្ធសាស្ត្រពង្រឹងសក្តានុពលនិងភាពលេចធ្លោផ្នែកសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីងទៅ ដល់អតិថិជនដែរ ឬទេ?
- តើការផ្តល់ជូនជាក់ស្តែងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ស្របតាមការរំពឹងទុករបស់អតិថិជនដែរ ឬទេ?

**៣. ដែនកំណត់ និងទំហំនៃការស្រាវជ្រាវ**

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ មានដែនកំណត់ និងទំហំដូចខាងក្រោម៖

- រយៈពេលនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ៖ ចាប់ពីថ្ងៃទី០៣ ខែមេសា ឆ្នាំ២០២៣ ដល់ថ្ងៃទី៣១ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣។
- ដោយសារតែរយៈពេលមានកំហិតទើបការស្រាវជ្រាវនេះធ្វើឡើងទៅលើការបម្រើផ្នែកសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែង យីងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ក្នុងចន្លោះឆ្នាំ ២០២១ និង ២០២២ តែប៉ុណ្ណោះ។

**៤. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ**

សារៈប្រយោជន៍ដែលទទួលបានពីការសិក្សានេះរួមមាន៖

**ក. ចំពោះក្រុមនិស្សិតស្រាវជ្រាវ៖**

- ទទួលបានបទពិសោធន៍ថ្មីមួយក្នុងការប្រើប្រាស់សេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីងរបស់ធនាគារ
- ទទួលបានចំណេះដឹងទាក់ទងនឹងផលិតផល និងសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីងរបស់ធនាគារ
- ទទួលបានការចែករំលែកចំណេះដឹងផ្សេងៗតាមរយៈប្រព័ន្ធខ្លីជីវិតរបស់ធនាគារ
- ស្វែងយល់ពីដំណើរការនិងប្រតិបត្តិការដែលមាននៅក្នុងកម្មវិធីអេប៊ីអេបាល់ប៊ែងយីង
- ទទួលបាននូវចំណេះដឹងផ្ទាល់ខ្លួនដែលផ្សារភ្ជាប់រវាងទ្រឹស្តី និងការអនុវត្ត
- ទទួលបានព័ត៌មានសំខាន់ៗសម្រាប់បកស្រាយនៅក្នុងនិក្ខេបបទ
- បន្សល់នូវឯកសារសម្រាប់និស្សិតជំនាន់ក្រោយ

**ខ. ចំពោះនិស្សិតជំនាន់ក្រោយ៖**

- ទទួលបានចំណេះដឹងទាក់ទងនឹងសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីង
- ទទួលបានឯកសារដើម្បីធ្វើការស្រាវជ្រាវទាក់ទងនឹងសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីង
- ទទួលបាននូវបទពិសោធន៍ក្នុងការសរសេរនិក្ខេបបទតាមរយៈឯកសារដែលបានបន្សល់ទុក។

**គ. ចំពោះអង្គភាព៖**

- ទទួលបាននូវអនុសាសន៍ និងមតិរបស់អតិថិជនចំពោះការប្រើប្រាស់សេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីង ដើម្បីជួយកែលម្អឲ្យមានភាពល្អប្រសើរនៅក្នុងអង្គការរបស់ខ្លួន
- ឆ្លុះបញ្ចាំងនូវចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនចំពោះការប្រើសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីងជូនអតិថិជន ដែលអង្គការមិនបានចាប់អារម្មណ៍ និងផ្ដោតទៅលើ
- អាចទទួលបាននូវគំនិតថ្មីៗក្នុងការកែលម្អ និងធ្វើការអភិវឌ្ឍដល់ការប្រើសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីងជូនអតិថិជនឲ្យកាន់តែប្រសើរឡើងជាលំដាប់
- អាចជួយពង្រឹងដល់ការប្រើសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីងជូនអតិថិជនឲ្យកាន់តែល្អប្រសើរ។

**៥. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ**

គោលបំណងសំខាន់ៗនៃការស្រាវជ្រាវរបស់ក្រុមយើងខ្ញុំមានដូចជា៖

- រំលឹកទ្រឹស្តីនៃគុណភាពសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីង
- សិក្សាពីស្ថានភាពជាក់ស្តែងរបស់ធនាគារ
- សិក្សាទៅលើប្រភេទ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីង
- សិក្សាពីដំណើរការនិងប្រតិបត្តិការដែលមាននៅក្នុងកម្មវិធីអេប៊ីអេបាល់ប៊ែងយីង
- ស្វែងយល់ពីសារៈសំខាន់នៃការប្រើប្រាស់សេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយីង
- ស្រាវជ្រាវអំពីប្រសិទ្ធភាពដែលទទួលបានជាក់ស្តែងពីការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្របច្ចុប្បន្នរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ
- សង្កេត និងវាយតម្លៃពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់ធនាគារ។

**៦. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ**

ខាងក្រោមនេះគឺជាវិធីសាស្ត្រដែលបានយកមកធ្វើការស្រាវជ្រាវនិងប្រមូលទិន្នន័យសម្រាប់សរសេររបាយការណ៍កម្មសិក្សាមួយនេះបានតាមប្រភពពីរគឺ៖

**៦.១. ទិន្នន័យបឋម្យ ( Primary Data )**

- បង្កើតជាកម្រងសំណួរ ដើម្បីទទួលបានព័ត៌មានពីអតិថិជនផ្ទាល់។

**៦.១. ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ ( Secondary Date )**

- ឯកសារយោងពីអង្គការ, ស្រាវជ្រាវឯកសារផ្សេងៗដែលជាប់ទាក់ទង និងប្រធានបទនៅបណ្ណាល័យ
- ស្រាវជ្រាវតាមរយៈអ៊ីនធឺណែត។

**៧. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ**

ក្នុងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ គឺយើងបានបែងចែកជា ០៦ ផ្នែកដូចខាងក្រោម៖

**សេចក្តីផ្តើម**

នៅក្នុងផ្នែកនេះ យើងខ្ញុំបង្ហាញពីមូលហេតុដែលជ្រើសរើសយកធនាគារ អេប៊ីអេ មកធ្វើជាប្រធានបទក្នុងការសរសេររបាយការណ៍កម្មសិក្សានេះ ដោយមានការកំណត់ពីប្រធានបទ គោលបំណងច្បាស់លាស់ ទំហំ ដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ និងការស្វែងរកទិន្នន័យ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ដើម្បីសម្រេចបាននូវសម្តីទូទលនេះឡើង យើងខ្ញុំបានធ្វើការស្វែងរកឯកសារ ការអង្កេត និងការអនុវត្តផ្ទាល់នៅក្នុងកម្មវិធីអេប៊ីអេបាល់ប៊ែងយើងផងដែរ។

**ជំពូកទី១ រំលឹកទ្រឹស្តីម៉ូបាល់ប៊ែងយើង**

នៅក្នុងជំពូកនេះ យើងខ្ញុំបានលើកយកទ្រឹស្តីជាច្រើនមកពណ៌នា ដើម្បីជាកម្លាំងជម្រុញដល់ការបម្រើសេវាកម្មឲ្យមានប្រសិទ្ធភាព ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន និងភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជនចំពោះស្ថាប័ន ព្រមទាំងឆ្លុះបញ្ចាំងពីការបម្រើសេវាកម្មរបស់ស្ថាប័នទៅកាន់អតិថិជនដែលល្អបំផុតនៅកម្ពុជា។ ការស្រាវជ្រាវទៅលើកម្រងឯកសាររបស់និស្សិតនៅសាកលវិទ្យាល័យល្បីៗមួយចំនួន គឺជាការឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីការអនុវត្ត នូវគោលការណ៍នៃសេវាកម្មនិងគុណភាពសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយើងក្នុងវិស័យធនាគារ ដើម្បីងាយស្រួលឈានទៅសម្រេចបាននូវការបំពេញចិត្តរបស់អតិថិជន និងភាពជោគជ័យរបស់អង្គការ។

**ជំពូកទី២ ផលិតផល និងសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយើងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ**

នៅក្នុងជំពូកនេះយើងពិពណ៌នាអំពីស្ថានភាពទូទៅរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ រួមមាន ចក្ខុវិស័យ ទស្សនៈវិស័យ បេសកកម្ម រចនាសម្ព័ន្ធនៃការគ្រប់គ្រង ទីតាំងនៃធនាគារ និងសាខានីមួយៗ ព្រមទាំងដំណើរការនៃការបម្រើសេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយើងជូនអតិថិជន។ ដូចគ្នានេះដែរ យើងក៏បង្ហាញពីវិធីសាស្ត្រនិងយុទ្ធសាស្ត្រដែលធនាគារបានយកមកធ្វើការអភិវឌ្ឍទៅលើគុណភាពសេវាកម្មឌីជីថលដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជនតាមរយៈផលិតផល និងសេវាកម្មដែលធនាគារផ្តល់ឲ្យអតិថិជន ដែលរួមបញ្ចូលទាំងគុណភាព ភាពជឿជាក់ និងការទទួលខុសត្រូវ។

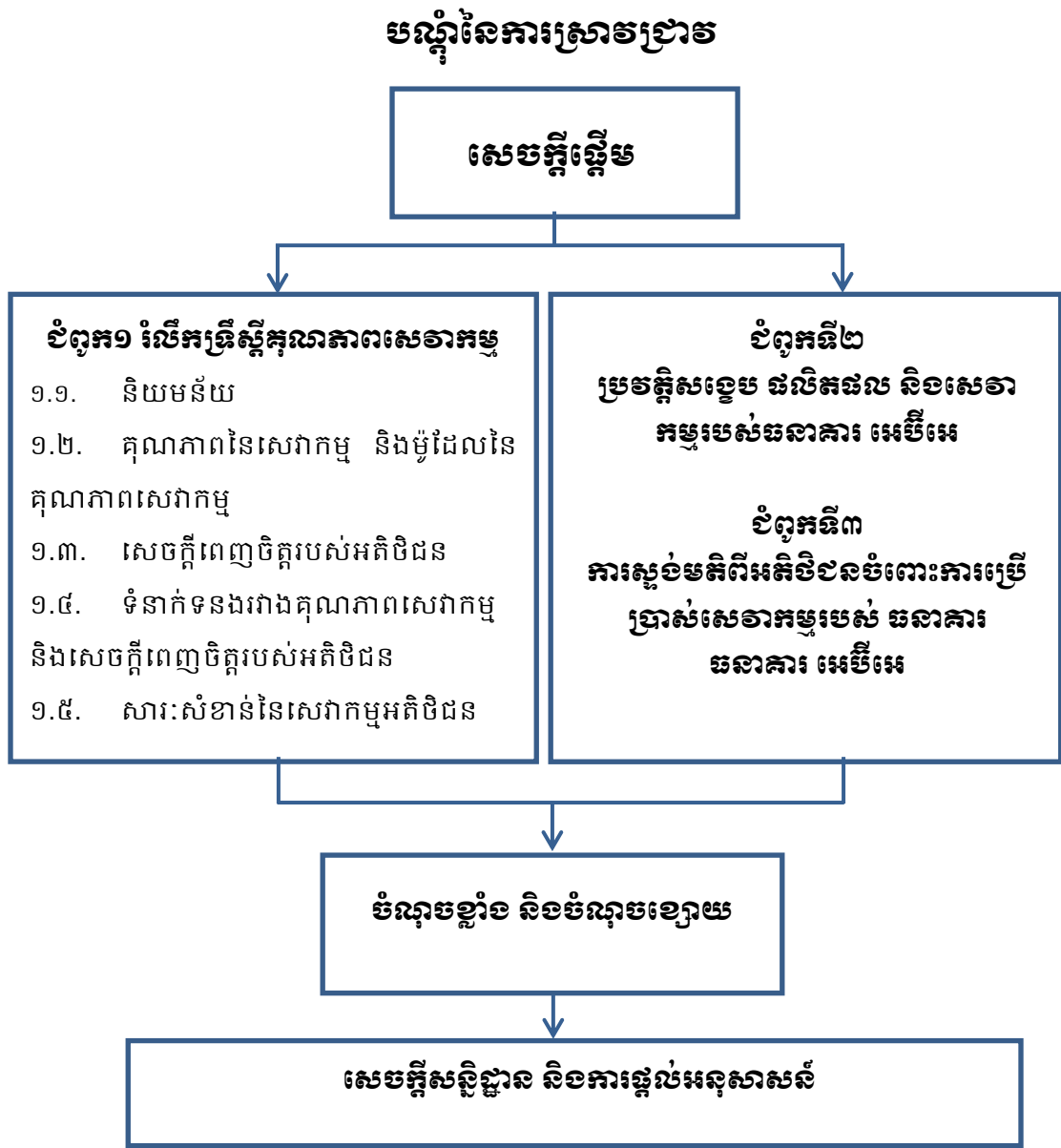
**ជំពូកទី៣ ការស្ទង់មតិ របស់អតិថិជនចំពោះការប្រើប្រាស់សេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយើងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ**

នៅក្នុងជំពូកនេះយើងខ្ញុំបង្ហាញពីការវិភាគលើកម្រិតនៃការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនចំពោះការបម្រើនិងការប្រើប្រាស់សេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយើងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ដោយបញ្ជាក់ពីការវិភាគ និងបកស្រាយជាមួយសក្តានុពល និងប្រសិទ្ធភាព នៃការបម្រើនិងការប្រើប្រាស់សេវាកម្មម៉ូបាល់ប៊ែងយើងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ទៅកាន់អតិថិជន កម្រិតនៃភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន និងស្វែងរកចំនុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ។

### សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

នៅក្នុងចំណុចនេះ គឺជាការសង្ខេបនូវការការបម្រើនិងការប្រើប្រាស់សេវាកម្មម៉ូបាល់បែងយីងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ស្វែងរកចំណុចវិជ្ជមាន និងអវិជ្ជមានដែលស្ថាប័នទទួលបានពីការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ រួមទាំងការកោត សរសើរនូវផលវិជ្ជមាន និងផ្តល់អនុសាសន៍ក្នុងការកែលំអចំណុចអវិជ្ជមាន ដើម្បីឲ្យការបម្រើសេវាកម្មម៉ូបាល់បែង យីងរបស់ស្ថាប័នមានភាពល្អប្រសើរ។

### រូបភាពទី១៖ លំហូរនៃការស្រាវជ្រាវ



**ជំពូកទី១**

**រំលឹកគ្រឹះស្នូល**

**គុណភាពសេវាកម្ម**

## ជំពូកទី១

### រំលឹកទ្រឹស្តីគុណភាពសេវាកម្ម

#### ១.១. និយមន័យ

នៅក្នុងវិស័យធនាគារ សេវាកម្មអតិថិជន គឺជាមធ្យោបាយមួយដ៏សំខាន់បំផុតក្នុងការរក្សាអតិថិជនរបស់ខ្លួន ឲ្យបានគង់វង្ស។ សេវាកម្មអតិថិជនរួមមាន ការឆ្លើយតបទៅអតិថិជនរាល់សំណួរនានានៅគ្រប់ស្ថានភាពឲ្យ បានទាន់ពេលវេលា និងសំដៅដល់ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអតិថិជនតាមរយៈការជួបមុខដោយផ្ទាល់ តាម ទូរស័ព្ទ ទូរសារ និងអ៊ីម៉ែល។

#### ១.២. គុណភាពនៃសេវាកម្ម និងម៉ូដែលនៃគុណភាពសេវាកម្ម

##### ១.២.១. គុណភាពនៃសេវាកម្ម

ដើម្បីឲ្យការផ្តល់ជូនរបស់ធនាគារមួយអាចផ្តល់ដល់អតិថិជនបាន លុះត្រាតែអតិថិជនមានតម្រូវការនៃការផ្តល់ សេវាកម្មមួយ។ សេវាកម្មទាំងនេះ ពីងផ្អែកលើប្រភេទនៃផលិតផល វាខុសគ្នាទៅតាមអង្គការនីមួយៗ។ សេវា កម្មត្រូវបានគេកំណត់និយមន័យនៅក្នុងបែបបទជាច្រើនយ៉ាងអាស្រ័យលើបរិបទដែលពាក្យនេះត្រូវបានប្រើ។ អ្នកប្រាជ្ញមួយរូបបានកំណត់អត្ថន័យនៃពាក្យ “សេវាកម្ម” នេះថាជា “អំពើ ឬការអនុវត្តអរូបីណាមួយដែលភាគី ម្ខាងផ្តល់ឲ្យភាគីម្ខាងទៀតដែលមិនមែនជាម្ចាស់នៃអ្វីទាំងអស់” ។ (Kotler & Keller, 2009, page.789)

ប៉ុន្តែជាមួយ សេវាកម្ម ក៏ត្រូវបានកំណត់និយមន័យថា ជាការផ្តល់ជូនដែលមានលក្ខណៈអរូបីរបស់ភាគីម្ខាង ទៅភាគីម្ខាងទៀតនៅក្នុងគោលបំណងផ្លាស់ប្តូរតម្លៃតបស្នងជាប្រាក់។

គុណភាព គឺជាផ្នែកមួយដែលអ្នកប្រើប្រាស់តែងគិតគូរដល់ការផ្តល់ជូនទាំងឡាយដែលសេវាកម្មកត់មាន ឡើង ។ (Solomon, 2009, page.413)

គុណភាព ក៏ត្រូវបានកំណត់ជាមួយថា ជាការសរុបនូវលក្ខណៈពិសេសនៃផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលឈរ លើសមត្ថភាពរបស់ខ្លួន ដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការដែលបានកំណត់។ លោក Kotler បានបង្ហាញឲ្យឃើញភស្តុ តាងថា គុណភាពមានការទាក់ទងនឹងគុណតម្លៃនៃការផ្តល់ជូន ដែលអាចមានការពេញចិត្ត ឬការមិនពេញចិត្ត កើតមានឡើងលើផ្នែកមួយនៃអ្នកប្រើប្រាស់។

([https://www.researchgate.net/publication/265069529\\_Kotler\\_on\\_Marketing\\_How\\_to\\_Create\\_Win\\_and\\_Dominate\\_Markets](https://www.researchgate.net/publication/265069529_Kotler_on_Marketing_How_to_Create_Win_and_Dominate_Markets) ,. 10.June.2023)

បើយោងតាមការសិក្សាក្នុងផ្នែកគ្រប់គ្រង និងផ្នែកទីផ្សារ បានឲ្យនិយមន័យលើពាក្យ “គុណភាពសេវាកម្ម” ថា ជាវិសាលភាពនៃការយល់ឃើញរបស់អតិថិជនចំពោះសេវាកម្មដែលពួកគាត់ទទួលបាន ហើយសេវាកម្ម

នោះមានលក្ខណៈស្របតាម ឬល្អប្រសើរជាងការរំពឹងទុករបស់ពួកគាត់។ ដូច្នេះគុណភាពសេវាកម្ម ត្រូវបាន ចាត់ទុកថាជាទង្វើដែលអតិថិជនទទួលបានការប្រើប្រាស់ពីអង្គការមួយដែលអាចមានភាពល្អ ឬខ្សោយ។

Parasuraman បានកំណត់គុណភាពសេវាកម្មថា ជាទស្សនៈរបស់អតិថិជនលើសេវាកម្ម និងការរំពឹងទុក រវាងគ្នា។ ពួកគេមានការខ្វែងគំនិតគ្នាថា ការរស់រវើកគុណភាពសេវាកម្មដែលមានភាពខុសគ្នារវាងទស្សនៈ និង ការរំពឹងទុក គឺជាវិធីដែលមានសុពលភាព និងអាចធ្វើឲ្យការគ្រប់គ្រងអាចកំណត់អត្តសញ្ញាតនៃគម្លាតទៅនឹងអ្វី ដែលពួកគេផ្តល់ជូនជាសេវាកម្ម។ (Parasuraman,1988 ,page 35)

គោលបំណងនៃការផ្តល់នូវគុណភាពសេវាកម្មនេះ គឺដើម្បីបំពេញសេចក្តីពេញចិត្តរបស់អតិថិជន។ ការរស់ រវើកគុណភាពសេវាកម្ម គឺជាវិធីល្អប្រសើរមួយដើម្បីកំណត់ថាតើសេវាកម្មមានភាពល្អ ឬអាក្រក់ ហើយអតិថិជន មានការពេញចិត្តជាមួយសេវាកម្មនោះដែរ ឬយ៉ាងណា។ អ្នកស្រាវជ្រាវមួយរូបបានបង្ហាញនៅក្នុងការសិក្សា របស់លោកថា មានសមាសភាព ៣ នៃគុណភាពសេវាកម្មដែលហៅថា ៣Ps នៃគុណភាពសេវាកម្ម។

ក្នុងការសិក្សានេះ គុណភាពសេវាកម្មត្រូវបានគេពិពណ៌នាឡើងតាមរយៈធាតុ ៣យ៉ាង៖

- លក្ខណៈខាងក្រៅ ដំណើរការ និងនីតិវិធី
- ភរិយាបទផ្ទាល់ខ្លួននៅលើផ្នែកនៃការប្រើអតិថិជន
- ការវិនិច្ឆ័យប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈលើផ្នែកមួយនៃការប្រើអតិថិជនដើម្បីទទួលបានគុណភាពនៃសេវាកម្មដ៏ល្អ

។ (Haywood,1988, page.19-29)

**១.២.២. ម៉ូដែលនៃគុណភាពសេវាកម្ម**

**១.២.២.១. សញ្ញាណម៉ូដែលនៃគុណភាពសេវាកម្ម**

វិធីមួយនៃការរស់ដែលមានអត្ថប្រយោជន៍បំផុតនៃគុណភាពសេវាកម្ម គឺជាវិធីដែលទាញចេញពីម៉ូដែល គុណភាពសេវាកម្ម។ ចំពោះការបង្កើតគំរូជាលើកដំបូងនេះ លោក Parasuraman បានកំណត់គុណលក្ខណៈ ចំនួន ៩៧ ដែលត្រូវបានរួមបញ្ចូលទៅក្នុងចំណុចទាំង១០ ដែលជាចំណុចមានឥទ្ធិពលលើគុណភាពសេវាកម្ម ហើយចំណុចទាំងនេះក៏ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដែលមានសារៈសំខាន់ក្នុងការសម្រេចនូវការរំពឹង ទុក និងការយល់ឃើញរបស់អតិថិជនលើសេវាកម្មដែលបានផ្តល់ជូន។ (Kumar,2009, page.214)

មាត្រដ្ឋាននៃម៉ូដែលគុណភាពសេវាកម្ម ដែលគេស្គាល់ថាជាម៉ូដែលគម្លាតរបស់លោក Parasuraman ត្រូវបានគេអះអាងថាជាវិធីមួយក្នុងចំណោមវិធីល្អបំផុត ដើម្បីវាស់វែងគុណភាពនៃសេវាកម្មដែលផ្តល់ជូន អតិថិជន។ ការវាយតម្លៃសេវាកម្មនេះ ត្រូវបានអះអាងដោយអ្នកនិព្វេមួយចំនួនថាមានលក្ខណៈសមស្រប និង អាចជឿទុកចិត្តបាន។ ពួកគេបានលើកឡើងថា នៅពេលដែលសេវាកម្មដែលបានផ្តល់ជូន មានភាពអន់ថយ ជាងសេវាកម្មដែលអតិថិជនបានរំពឹងទុក វាបង្ហាញឲ្យឃើញពីសេចក្តីពេញចិត្តលើគុណភាពសេវាកម្មតិច ហើយ



នៅពេលដែលសេវាកម្មដែលទទួលបាន មានភាពប្រសើរជាងសេវាកម្មដែលបានរំពឹងទុក វាបង្ហាញឲ្យឃើញជាក់ស្តែងពីសេចក្តីពេញចិត្តយ៉ាងលើសលប់នៃគុណភាពសេវាកម្ម។

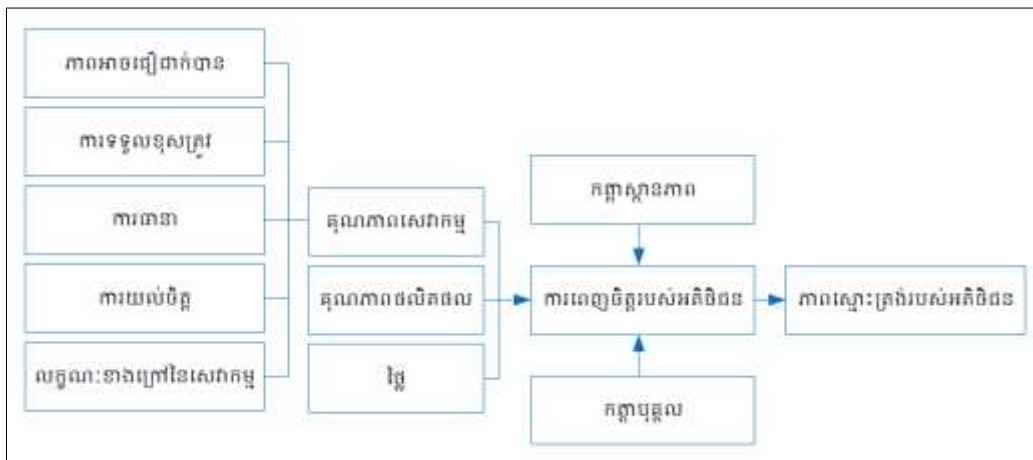
([https://www.researchgate.net/publication/225083802\\_servqual\\_a\\_multiple\\_item\\_scale\\_for\\_measuring\\_consumer\\_perceptions\\_of\\_service\\_quality](https://www.researchgate.net/publication/225083802_servqual_a_multiple_item_scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality) ,06.july.2023)

តាមរយៈទ្រឹស្តីលោក Jain បានឆ្លុះបញ្ចាំងឲ្យឃើញថា ទស្សនៈម៉ូដែលគុណភាពសេវាកម្ម មានលក្ខណៈល្អបំផុតសមនឹងការវាយតម្លៃនៃគុណភាពសេវាកម្មដែលទាញចេញពីទស្សនៈរបស់អតិថិជន។ បន្ទាប់មកលោក Wilson ក៏បាននិយាយដែរថា គុណភាពសេវាកម្ម គឺជាការវាយតម្លៃផ្តោតលើអ្វីដែលបានឆ្លុះបញ្ចាំងពីការយល់ឃើញរបស់អតិថិជន ដូចជា ការជឿទុកចិត្ត ការអះអាង ការទទួលខុសត្រូវ និងការយល់ចិត្ត ខណៈពេលដែលការពេញចិត្តអតិថិជនបានរួមបញ្ចូលគ្នាបន្ថែមទៀត ហើយវាត្រូវបានរងឥទ្ធិពលដោយការយល់ឃើញនៃគុណភាពសេវាកម្ម តម្លៃផលិតផល និងគុណភាព ទៅតាមកត្តាស្ថានភាព និងកត្តាផ្ទាល់ខ្លួន។ ខាងក្រោមនេះជាគំរូមួយដែលជាគំរូរបស់លោកWilson។

([https://www.researchgate.net/publication/335401392\\_The\\_Effect\\_of\\_Website\\_Design\\_Quality\\_and\\_Service\\_Quality\\_on\\_Repurchase\\_Intention\\_in\\_the\\_Ecommerce\\_Industry\\_A\\_CrossContinental\\_Analysis](https://www.researchgate.net/publication/335401392_The_Effect_of_Website_Design_Quality_and_Service_Quality_on_Repurchase_Intention_in_the_Ecommerce_Industry_A_CrossContinental_Analysis),.14.July.2023)

ទំនាក់ទំនងរវាងគុណភាពសេវាកម្ម និងការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនបានក្លាយជាចំណុចដែលមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ ជាមួយនឹងកម្រិតនៃការកើតឡើងការយល់ដឹងក្នុងចំណោមអតិថិជនរបស់ធនាគារ។ តាមលក្ខណៈប្រជាសាស្ត្រអ្នកគ្រប់គ្រងធនាគារគួរតែពិចារណានិងយល់ដឹងពីអតិថិជន។ (Sureshchander,2002, page.29-77)

**រូបភាពទី២៖ ម៉ូដែលនៃគុណភាពសេវាកម្ម**



ប្រភព៖ Customer perceptions of quality and customer satisfaction (Wilson et al.,2008, p.79)

**១. គុណភាពសេវាកម្ម**

នៅក្នុងការស្រាវជ្រាវជាបន្តបន្ទាប់របស់លោក Parasuraman Et Al នៅក្នុងឆ្នាំ ១៩៨៨ វិមាត្រនៃសេវាកម្មនេះ មានចំនួន ៥ប្រភេទដូចជា ភាពអាចជឿជាក់បាន ការទទួលខុសត្រូវ ការធានា ការយល់ចិត្ត និងភាពជាក់ស្តែង។ បន្ថែមពីនេះទៅទៀត ចំនុចទាំងនេះត្រូវបានវាយតម្លៃដោយប្រើទ្រង់ទ្រាយ ២១ធាតុ ជាមួយនឹងការជាក់ស្តែង និងការរំពឹងទុករបស់អតិថិជន។ ប៉ុន្តែ បច្ចុប្បន្នគេសិក្សាទៅលើគុណភាពសេវាកម្មទាំង ៥ ដូចខាងក្រោម៖

**ក. ភាពអាចជឿជាក់បាន (Reliability)**

ភាពអាចជឿជាក់បាន គឺជាសមត្ថភាពក្នុងការសន្យាលើសេវាកម្មដែលអាចទុកចិត្តបាន និងត្រឹមត្រូវ។ ជាទូទៅ ភាពអាចជឿជាក់បាន មានន័យថាក្រុមហ៊ុនបានផ្តល់នូវការសន្យាទៅលើការផ្តល់សេវាកម្ម ការដោះស្រាយបញ្ហា និងការកំណត់តម្លៃទៅឲ្យអតិថិជនដែលត្រូវការធ្វើអាជីវកម្មជាមួយ ដោយរក្សាសេចក្តីសន្យារបស់ពួកគេ។ ទំហំនៃសេវាកម្មទាំង ៥ គឺជាភាពអាចជឿជាក់ដែលត្រូវបានបង្ហាញពីសារៈសំខាន់នៃការយល់ឃើញពីគម្លាតគុណភាពសេវាកម្ម។

**ខ. ការទទួលខុសត្រូវ (Responsiveness)**

ឆន្ទៈដើម្បីជួយអតិថិជនក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មឆាប់រហ័ស។ វិមាត្រនេះសង្កត់ធ្ងន់លើការយកចិត្តទុកដាក់ និងការបំផុសគំនិតក្នុងការដោះស្រាយជាមួយនឹងការស្នើសុំ សំណួរ ពាក្យបណ្តឹង និងបញ្ហារបស់អតិថិជន។ ការទទួលខុសត្រូវ បានទាក់ទងនឹងអតិថិជនតាមប្រវែងនៃពេលវេលាដែលពួកគេត្រូវរង់ចាំទទួលបានឆ្លើយចំពោះសំណួរដែលបានចោទសួរ ឬទទួលបានការយកចិត្តទុកដាក់ទៅនឹងបញ្ហារបស់ពួកគេ។ ការឆ្លើយតប ក៏មានសញ្ញាណនៃភាពបត់បែន និងសមត្ថភាពក្នុងការផ្លាស់ប្តូរទៅតាមបំណងរបស់អតិថិជនដែលត្រូវការ។

**គ. ការធានា (Assurance)**

ការធានា គឺត្រូវបានកំណត់ដោយចំណេះដឹង ការគួរសម និងសមត្ថភាពរបស់អង្គការ និងបុគ្គលិក ដើម្បីជំរុញឲ្យមានការជឿទុកចិត្ត និងទំនុកចិត្តពីអតិថិជន។ វិមាត្រនេះ ជាមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ធានាលើសេវាកម្មដែលអតិថិជនយល់ថាមានហានិភ័យខ្ពស់ ឬសេវាកម្មដែលពួកគេមិនអាចវាយតម្លៃពីលទ្ធផល។

**ឃ. ការយល់ចិត្ត (Empathy)**

ការយកចិត្តទុកដាក់លើបុគ្គលម្នាក់ៗដែលអង្គការបានផ្តល់ឲ្យអតិថិជនរបស់ខ្លួន មានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការធ្វើឲ្យអតិថិជនរបស់ខ្លួនយល់ថាខ្លួនមានតម្លៃយ៉ាងខ្លាំងសម្រាប់អង្គការនោះ ហើយជាបុគ្គលដ៏ពិសេសថែមទៀតផង។ ម្យ៉ាងទៀត អង្គការដែលផ្តល់សេវាដល់ពួកគេយល់ច្បាស់រាល់តម្រូវការរបស់ពួកគេផងដែរ។

**ង. លក្ខណៈខាងក្រៅនៃសេវាកម្ម (Tangibles)**

វារួមមានទឹកនៃដង សំភារៈគ្រឿងបរិក្ខារ បុគ្គលិក និងការទំនាក់ទំនងជាដើម។ ចំណុចទាំងអស់នេះផ្តល់នូវរូបភាពខាងក្រៅនៃសេវាកម្មអតិថិជន ដើម្បីងាយស្រួលឲ្យអតិថិជនថ្មីធ្វើការសិក្សា និងវាយតម្លៃគុណភាពសេវាកម្មរបស់ធនាគារ។

(Zeithaml et al.,2006)

**២. គុណភាពផលិតផល**

គុណភាពផលិតផល មានន័យថាការរួមបញ្ចូលលក្ខណៈពិសេសដែលមានសមត្ថភាព ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងផ្តល់នូវការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន ដោយការបង្កើននូវផលិតផលដែលមានគុណភាព និងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ច្រើនដល់អតិថិជន។ គុណភាពផលិតផលពីងផ្នែកជាចម្បងលើកត្តាដ៏សំខាន់ៗដូចជា៖ ប្រភេទនៃវត្ថុធាតុដើមដែលបានប្រើប្រាស់សម្រាប់ការធ្វើផលិតផលមួយ ជំនាញ និងបទពិសោធន៍នៃកម្លាំងពលកម្មដែលចូលរួមនៅក្នុងដំណើរការផលិតកម្ម៖

- សមត្ថភាពនៃការផលិតដែលមានការទាក់ទងទៅនឹងអំណាចការផ្គត់ផ្គង់ ការដឹកជញ្ជូន -ល-។
- គុណភាពផលិតផលមានលក្ខណៈសំខាន់ពីរ គឺការវាស់វែង និងការសន្មត។លក្ខណៈនៃការវាស់វែងមានរួមបញ្ចូលលក្ខណៈមួយចំនួនដូចជា រូបរាង ទំហំ ពណ៌ កម្លាំង រូបរាងកាយ កំពស់ ទំងន់ កំរាស់ បរិមាណនៃផលិតផល។
- លក្ខណៈនៃការសន្មត ជាលក្ខណៈនៃការត្រួតពិនិត្យ និងគ្រប់គ្រង។
- ដោយផ្អែកលើការចាត់ថ្នាក់នេះ យើងអាចចែកផលិតផលទៅជាល្អ និងមិនល្អបាន។ ដូច្នេះ គុណភាពផលិតផលសំដៅទៅលើចំនួនសរុបនៃផលិតផលដែលល្អ។(<https://strategiesforparents.com/quality-good-quality-and-high-quality-whats-the-difference/> ,.14.July.2023)

ទិដ្ឋភាពដ៏សំខាន់ ៥ នៃគុណភាពផលិតផល ត្រូវបានបង្ហាញ និងកត់ត្រាដូចខាងក្រោម៖

- គុណភាពនៃការរចនា៖ ផលិតផលត្រូវតែមានការរចនាឡើងស្របតាមតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងស្តង់ដារដែលមានគុណភាពខ្ពស់។
- ភាពស្របគ្នានៃគុណភាព៖ ផលិតផលសំរេចត្រូវតែស្របទៅតាមការរចនាម៉ូដផលិតផល។
- ភាពអាចជឿជាក់បាន៖ ផលិតផលត្រូវតែអាចទុកចិត្តបាន។ ផលិតផលនឹងមិនឆាប់ខូច ឬមិនដំណើរការ។ ផលិតផលមិនត្រូវមានការជួសជុលញឹកញាប់ទេ។
- សុវត្ថិភាព៖ ផលិតផលសម្រេចត្រូវតែមានសុវត្ថិភាពសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ និងគ្រប់គ្រង។

- ការរក្សាទុកបានត្រឹមត្រូវ៖ ផលិតផលត្រូវបានវេចខ្ចប់ និងរក្សាទុកឲ្យបានត្រឹមត្រូវ។ គុណភាពរបស់វាត្រូវបានរក្សាទុករហូតដល់កាលបរិច្ឆេទផុតកំណត់។

- (<http://km.lapelpinmaker.com/news/what-is-product-quality/> ., 14.July.2023)

ក្រុមហ៊ុនត្រូវផ្តោតទៅលើគុណភាពផលិតផល ៣ គឺមុនពេល អំឡុងពេល និងក្រោយការផលិត៖

- មុនពេលផលិតកម្ម៖ ក្រុមហ៊ុនត្រូវរកឲ្យឃើញតម្រូវការរបស់អតិថិជន។ តម្រូវការទាំងនេះត្រូវតែរួមបញ្ចូលនៅក្នុងការចនាម៉ូដផលិតផល។ ដូច្នេះ ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែចនាផលិតផលរបស់ខ្លួនឲ្យស្របតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន។
- អំឡុងពេលផលិតកម្ម៖ ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែមានការគ្រប់គ្រងគុណភាពនៅគ្រប់ដំណាក់កាលនៃដំណើរការផលិតកម្ម រួមមានវត្ថុធាតុដើម រោងចក្រ ការជ្រើសរើសគ្រឿងចក្រ ការបណ្តុះបណ្តាលកម្មករ ផលិតផលសំរេច និងការវេចខ្ចប់។
- ក្រោយពេលផលិតកម្ម៖ ផលិតផលសម្រេចចាំបាច់ត្រូវតែស្របទៅតាមការចនាផលិតផលនៅគ្រប់ទិដ្ឋភាពទាំងអស់ជាពិសេស គឺគុណភាព។ ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែមានស្តង់ដារគុណភាពខ្ពស់សម្រាប់ផលិតផលរបស់ខ្លួន និងត្រួតពិនិត្យមើលថាផលិតផលនេះបានផលិតឡើងដូចស្តង់ដារគុណភាពដែរឬទេ?

(<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/quality-management/> .,14.July.2023)

សារៈសំខាន់នៃគុណភាពផលិតផលសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន និងអតិថិជនដូចខាងក្រោម៖

➢ សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន៖ គុណភាពផលិតផល មានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន។ ផលិតផលដែលមិនមានគុណភាព នឹងប៉ះពាល់ខ្លាំងដល់ទំនុកចិត្តអតិថិជន រូបភាព កេរ្តិ៍ឈ្មោះ និងការលក់របស់ក្រុមហ៊ុន។ វាក៏អាចប៉ះពាល់ដល់ស្ថេរភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ។ ដូច្នេះ វាមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការធ្វើឲ្យផលិតផលមានគុណភាពល្អប្រសើរជាងមុន។

(<https://smallbusiness.chron.com/quality-important-business-57470.html> ., 20.July.2023)

➢ សម្រាប់អតិថិជន៖ គុណភាពផលិតផល មានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់សម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់។ ពួកគេត្រៀមខ្លួនជាស្រេចក្នុងការចំណាយខ្ពស់ ដើម្បីបានមកវិញនូវផលិតផលដែលមានគុណភាពខ្ពស់។ ប្រសិនបើពួកគេមិនពេញចិត្តនឹងគុណភាពនៃផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អតិថិជននឹងបែរទៅប្រើប្រាស់ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែង។

(<https://insight-quality.com/why-product-quality-is-important/> .,23.July.2023)

**៣. ការកំណត់ថ្លៃ**

ថ្លៃ គឺជាចំនួនទឹកប្រាក់សរុបដែលគិតទៅលើផលិតផល ឬសេវាកម្មមួយ ដែលអតិថិជនទិញ ឬប្រើប្រាស់។ តែបើនិយាយឲ្យទូលាយជាងនេះ ថ្លៃ គឺជាការសរុបតម្លៃដែលអ្នកប្រើប្រាស់ដោះដូរ ដើម្បីទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីការប្រើប្រាស់ផលិតផល ឬសេវាកម្ម។

(<https://www.britannica.com/money/price-economics> .,01.Aug.2023)

**ក. ឥទ្ធិពលនៃការកំណត់ថ្លៃ**

ការកំណត់ថ្លៃផលិតផលដែលត្រូវដាក់លក់ បានផ្សារភ្ជាប់ជាមួយការជ្រើសរើសយុទ្ធសាស្ត្រម៉ាយ៉ែតជីងជាច្រើនដូចជា៖ ប្រាក់ចំណេញ ការជំរុញ និងការចែកចាយ។ ទន្ទឹមនឹងនោះ គេក៏បានដាក់បញ្ចូលនូវកត្តាដែលមានឥទ្ធិពល ៥យ៉ាងសំខាន់ៗដូចជា៖

➢ **ប្រតិយាតច្បាប់៖** ក្រុមហ៊ុនមិនអាចកំណត់ថ្លៃបានតាមចិត្តនោះទេ គឺត្រូវគោរពតាមការកំណត់របស់រដ្ឋដែលតម្រូវឲ្យក្រុមហ៊ុន ឬសហគ្រាសទទួលយកប្រតិយាតច្បាប់ និងបទបញ្ជាផ្សេងៗ។ ដើម្បីឲ្យរដ្ឋងាយស្រួលធ្វើការត្រួតពិនិត្យការវិវត្តនៃថ្លៃ និងអាចម្ចាស់ការលើប្រភេទផលិតផល ព្រមទាំងគោរពតាមបទបញ្ជានៃការប្រកួតប្រជែងដោយសេរី។ ជាទូទៅ បទអន្តរាគមន៍របស់រដ្ឋមានសណ្ឋានដូចជា កម្រិតនៃថ្លៃ កម្រិតល្បឿន ឬកំណត់ព្រំដែននៃប្រាក់ចំណេញ។

➢ **គោលបំណងរបស់សហគ្រាស៖** ទិសដៅរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬសហគ្រាសក្នុងការកំណត់ថ្លៃ គឺត្រូវផ្សារភ្ជាប់ថ្លៃទៅនឹងទំហំនៃការលក់ និងប្រភេទផលិតផល ហើយបរិមាណផលិតផលដែលលក់បានអាស្រ័យទៅលើថ្លៃដែលដាក់លក់ដែរ។ ឥទ្ធិពលថ្លៃទៅលើទំហំនៃការលក់អាចប្រែប្រួលពីផលិតផលមួយទៅផលិតផលមួយទៀតដោយសារផលធៀបរវាងការលក់នឹងថ្លៃ។

ជាធម្មតា នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនចង់បញ្ចូលផលិតផលថ្មីទៅក្នុងទីផ្សារ ឬបង្កើនការលក់ឲ្យបានច្រើន ក្រុមហ៊ុនតែងជ្រើសរើសយកតម្លៃទាបសមរម្យ ដែលថ្លៃនោះត្រូវមានទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងផលចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ប៉ុន្តែវាមិនមែនជារឿងងាយឡើយដើម្បីសម្រេចកិច្ចការនេះ ព្រោះផលិតផល ឬប្រាក់ចំណេញអាស្រ័យទៅលើថ្លៃ ហើយថ្លៃ វាក៏អាស្រ័យទៅលើបរិមាណដែលផលិតដែរ។

➢ **តម្រូវការ៖** ការគិតគូរអំពីតម្រូវការ គឺជាការចំណាត់ថ្លៃដើម្បីកំណត់ថ្លៃ ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែគិតទៅដល់ភាពយឺតនៃតម្រូវការ។ ឧទាហរណ៍៖

- ចំពោះទំនិញទាំងឡាយណាដែលពុំមានទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងភាពយឺតនៃតម្រូវការ នាំឲ្យទំនិញទាំងនោះមានការប្រែប្រួលតិចនៅពេលថ្លៃប្រែប្រួល។

- ចំពោះទំនិញទាំងឡាយណាដែលមានទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងភាពយឺតយ៉ាវនៃតម្រូវការនាំឲ្យទំនិញទាំងនោះមានការប្រែប្រួលខ្លាំងនៅពេលថ្លៃប្រែប្រួល។

➢ លក្ខណៈពិសេសនៃផលិតផល៖ ការកំណត់ថ្លៃត្រូវតែគិតឲ្យបានដិតដល់អំពីទីតាំងរបស់ផលិតផលលើបរិបទជីវិត ពីព្រោះផលិតផលមិនស្ថិតស្ថេរនៅដដែលទេ។ វដ្តរបស់ផលិតផលមានដំណាក់កាលដូចជា ការចាប់ផ្តើមរីកចម្រើន ភាពទុំជោរ និងការធ្លាក់ចុះ។ ហេតុនេះហើយ ផលិតផលដែលមានលក្ខណៈពិសេសជាងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងអាចមានតម្លៃខ្ពស់។

➢ ការប្រកួតប្រជែង៖ មុនពេលកំណត់ថ្លៃ ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែគិតអំពីតម្លៃផលិតផលដែលគួរប្រកួតប្រជែងបានអនុវត្ត។ ការអង្កេតតាមដានអំពីការប្រែប្រួលថ្លៃរបស់គូប្រកួតប្រជែងអាចអនុញ្ញាតឲ្យក្រុមហ៊ុនកំណត់យកថ្លៃមួយដែលប្រហាក់ប្រហែលនឹងថ្លៃរបស់គូប្រកួតប្រជែង។

(<https://www.smartcompany.com.au/business-advice/five-factors-to-consider-when-pricing-products-or-services/> ., 05.Aug.2023)

**ខ. យុទ្ធសាស្ត្រថ្លៃ**

ចំពោះការកំណត់ថ្លៃ គេអាចអនុវត្តតាមវិធីសាស្ត្រដូចខាងក្រោម៖

➢ ការកំណត់ថ្លៃដោយយោងទៅលើការចំណាយ៖ ត្រង់ចំណុចនេះគេកំណត់ថ្លៃ ដោយយោងទៅលើការបូកបញ្ចូលគ្នា ទាំងចំណូល និងចំណាយទាំងអស់របស់ក្រុមហ៊ុនដោយរួមជាមួយប្រាក់ចំណេញផងដែរ។

➢ ការកំណត់ថ្លៃដោយយោងទៅលើការប្រកួតប្រជែង៖ ថ្លៃប្រភេទនេះគេកំណត់ឡើងដោយពិចារណាទៅលើកម្រិតថ្លៃរបស់គូប្រកួតប្រជែង ថាតើត្រូវលក់ក្នុងតម្លៃប៉ុន្មាន ទាបជាង ខ្ពស់ជាង ឬស្មើដៃគូប្រកួតប្រជែង។

➢ ការកំណត់ថ្លៃដោយយោងទៅលើការប្រកួតប្រជែង៖ ជាទូទៅ ការកំណត់ថ្លៃប្រភេទនេះមានលក្ខណៈប្រែប្រួលទៅតាមតម្រូវការទីផ្សារ ពេលដែលតម្រូវការលើទីផ្សារកើនឡើងខ្ពស់ គេអាចកំណត់ថ្លៃបានខ្ពស់ ដើម្បីទប់ទល់ពេលតម្រូវការទីផ្សារធ្លាក់ចុះ។

**(Zeithaml et al.,2009, Service Marketing. Page.313)**

**៤. កត្តាស្ថានភាពដែលប៉ះពាល់ដល់ឥរិយាបថរបស់អតិថិជន**

កត្តាមួយចំនួនដែលជះឥទ្ធិពលដល់ឥរិយាបថរបស់អតិថិជនមាន៖

- ស្ថានភាពពេលវេលារបស់អតិថិជន (The Customer’s Time Situation)
- ហេតុផលសម្រាប់ទិញផលិតផលរបស់អតិថិជន (The Reasons for Customer’s Purchase)
- អារម្មណ៍របស់អតិថិជន (The Customer’s Mood)

ឥទ្ធិពលនៃស្ថានភាពក៏អាចផ្តល់ផលប៉ះពាល់ដល់ឥរិយាបថរបស់អតិថិជនផងដែរ ដោយរួមបញ្ចូលកត្តាខាងក្រៅដូចជា ទីតាំងរបស់អង្គការ ប្លង់ សម្លេងតន្ត្រី ភ្លើង និងភ្លឺន។ ដូច្នោះ អង្គការព្យាយាមប្រឹងប្រែងធ្វើយ៉ាងណាឲ្យកត្តាខាងក្រៅមានលក្ខណៈអំណោយផលបំផុតតាមដែលអាចធ្វើទៅបានដើម្បីតម្រូវចិត្តរបស់អតិថិជន។ ប៉ុន្តែ បើការព្យាយាមនេះមិនមានប្រសិទ្ធភាពទាំងស្រុងនោះ ពួកគេក៏អាចប្រើយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងទៀតដូចជា ការបញ្ចុះតម្លៃ។ ស្ថានភាពសង្គម ស្ថានភាពពេលវេលា និងអារម្មណ៍របស់អតិថិជនក៏ជាមូលហេតុដែលអាចប៉ះពាល់ដល់ឥរិយាបថក្នុងការទិញរបស់ពួកគេផងដែរ។

**៥. កត្តាផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អតិថិជន**

អារម្មណ៍របស់មនុស្សអាចពណ៌នាបានមួយផ្នែកអំពីបុគ្គលិកលក្ខណៈរបស់ពួកគេ។ ខាងក្រោមនេះ គឺជាបុគ្គលិកលក្ខណៈធំៗទាំង៥ ដែលត្រូវបានលើកយកមកធ្វើការពិភាក្សាដោយអ្នកប្រាជ្ញចិត្តវិទ្យាជាច្រើនរូប៖

1. ការបើកចំហ៖ ការបើកចិត្តទូលាយក្នុងការទទួលយកបទពិសោធន៍ថ្មី
2. ការយល់ព្រម៖ ភាពងាយស្រួលក្នុងការមានទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកដទៃ
3. សម្បជញ្ញ៖ ភាពខុស្យាបាច់ព្យាយាមរបស់អ្នក
4. ភាពរឹងមាំ៖ ភាពរូសរាយរាក់ទាក់ ឬភាពខ្មាសអៀនដែលអ្នកមាន
5. ភាពទន់ជ្រាយផ្នែកផ្លូវចិត្ត៖ ភាពងាយរងទទួលការប៉ះពាល់អវិជ្ជមានដល់ផ្លូវចិត្ត

ក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវផ្នែកទីផ្សារជឿជាក់ថា មនុស្សទិញផលិតផលដើម្បីបំពេញ និងបង្កើនអារម្មណ៍សប្បាយរីករាយរបស់ពួកគេ។ កត្តាភេទ មានផលប៉ះពាល់ដល់ប្រភេទផលិតផលដែលគេទិញ និងរបៀបដែលគេទិញផលិតផលនានាផងដែរ។ បុរស និងស្ត្រីដែលមានវ័យក្មេងចូលចិត្តដើរទិញទំនិញ ហើយលក្ខណៈដែលមនុស្សស្រីទិញទំនិញមានភាពខុសគ្នាពីបុរស។ មនុស្សគ្រប់គ្នាទិញទំនិញខុសៗគ្នាដោយផ្អែកលើអាយុ និងដំណាក់កាលជីវិតរបស់ពួកគេ។ ដើម្បីយល់ឲ្យបានច្បាស់ពីចំណង់ចំណូលចិត្ត ក៏ដូចជាដើម្បីផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងអតិថិជន អង្គការនីមួយៗចាប់ផ្តើមស្វែងយល់ពីរបៀបរស់នៅរបស់អតិថិជនរបស់ខ្លួន ថាតើពួកគេចូលចិត្តធ្វើអ្វី? ពួកគេចូលចិត្តចំណាយពេលវេលារបស់ពួកគេទៅលើអ្វី? អ្វីដែលពួកគេចាត់ទុកជាអាទិភាព និងមានតម្លៃសម្រាប់ពួកគេ។

**១.២.២.២. ភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន (Customer's Loyalty)**

ភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន ជាលទ្ធផលនៃការផ្តល់សេវាកម្មរបស់អង្គការចំពោះអតិថិជនរបស់ខ្លួនដែលវាមានឥទ្ធិពលដល់ ការបន្តប្រើប្រាស់សេវាកម្ម ការផ្លាស់ប្តូរគំនិតគាំទ្រ ការប្រើប្រាស់ពាក្យសម្តីស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន និងការផ្តល់ជាសម្លេងគាំទ្ររបស់អតិថិជន។ នៅពេលដែលមានជម្រើសនៃសេវាកម្ម

ប្រជាជនលទ្ធផលរបស់អតិថិជន រហូតដល់ការផ្លាស់ប្តូរមានកម្រិតទាប ការគ្រប់គ្រងនឹងបង្ហាញពីការអសមត្ថភាពអង្គការភាពដើម្បីបំពេញតាមសេចក្តីពេញចិត្តរបស់អតិថិជនរបស់ខ្លួនតាមរយៈយន្តការពីរគឺ៖ ច្រកចេញ និងសំលេង។ (<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09564239810238848/.06.Aug.2023>)

ការស្រាវជ្រាវដែលទាក់ទងទៅនឹងអាកប្បកិរិយារបស់អ្នកប្រើប្រាស់នៅក្នុងវិស័យសេវាកម្មទីផ្សារបានរីកចម្រើនជាលំដាប់ក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។ ភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជននៅក្នុងវិស័យធនាគារបានក្លាយជាគ្រឹះការងារដ៏ធំមួយចំពោះក្រុមការងារ ដោយសារតែមានការប្រកួតប្រជែងយ៉ាងខ្លាំងក្លា និងការរំពឹងខ្ពស់របស់អតិថិជន។ ភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជនត្រូវបានចាត់ទុកជាចំណងជើងសំខាន់ និងជាធន្នះមួយក្នុងការទទួលបានជោគជ័យក៏ដូចជាការបន្តដំណើរការទៅមុខរបស់អង្គការ។

**(Oliver.,1997, Reichheld.,1993, Parvatiya.,1995)**

អ្នកប្រើប្រាស់បានបង្ហាញពីកម្រិតនៃភាពស្មោះត្រង់ចំពោះផលិតផល ឬសកម្មភាពសេវាកម្មនានារបស់អង្គការក្នុងការប្រើប្រាស់ និងចំណាយបន្ថែមទៀតមកលើអង្គការ។ ដូច្នេះ អតិថិជនមិនត្រឹមតែបង្កើនតម្លៃនៃអាជីវកម្មនោះទេ ប៉ុន្តែក៏អនុញ្ញាតឲ្យអាជីវកម្មរក្សាការចំណាយទាបជាងអ្នកដែលបានផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងការទាក់ទាញអតិថិជនថ្មី។ លើសពីនេះទៅទៀត ភាពស្មោះត្រង់ជាជាងការពេញចិត្តបានក្លាយជាគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្រលេខមួយក្នុងការប្រកួតប្រជែងនាពេលបច្ចុប្បន្នក្នុងបរិយាកាសអាជីវកម្មមួយនេះ។ វិធីមួយក្នុងចំណោមវិធីដើម្បីបង្កើនទំនុកចិត្តដល់អតិថិជនក្នុងវិស័យធនាគារ គឺដោយផ្តោតលើការផ្តល់សេវាដ៏ល្អ និងការបំពេញតម្រូវការអតិថិជន។ **(Oliver.,1993)**

ធនាគារនីមួយៗចាំបាច់ត្រូវមានការយល់ដឹងឲ្យបានច្បាស់នូវឥរិយាបថរបស់អតិថិជនរបស់ពួកគេដើម្បីអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារសម្រាប់ការទំនាក់ទំនង និងរក្សាអតិថិជនឲ្យបានប្រសើរឡើង។ ហេតុដូច្នេះមានការស្រាវជ្រាវជាច្រើនបានផ្តោតទៅលើការកំណត់អត្តសញ្ញាណនៃវិធីសាស្ត្រដ៏មានប្រសិទ្ធភាពដើម្បីរក្សានូវភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជនរួមមាន កម្មវិធីឡាយ៉ាស់ដី ដូចជាការសន្សំពិន្ទុជាដើម។ កម្មវិធីឡាយ៉ាស់ដី មានដូចជាការផ្តល់រង្វាន់ដល់អតិថិជនសម្រាប់ការប្រើប្រាស់សេវាកម្មណាមួយរបស់អង្គការ។

នៅក្នុងអំឡុងប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជនក្នុងវិស័យធនាគារ ត្រូវបានបង្កើនការយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការស្រាវជ្រាវនៅទូទាំងពិភពលោក។

**(កូរ៉េអលហ្ស & Machas.,2004; Beerli, Martin & Quintana.,2004)**

គេអាចសិក្សាលើភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជនតាមរយៈម៉ូដែលឡាយ៉ាស់ដីទាំង ៤ រួមមានដូចជា៖

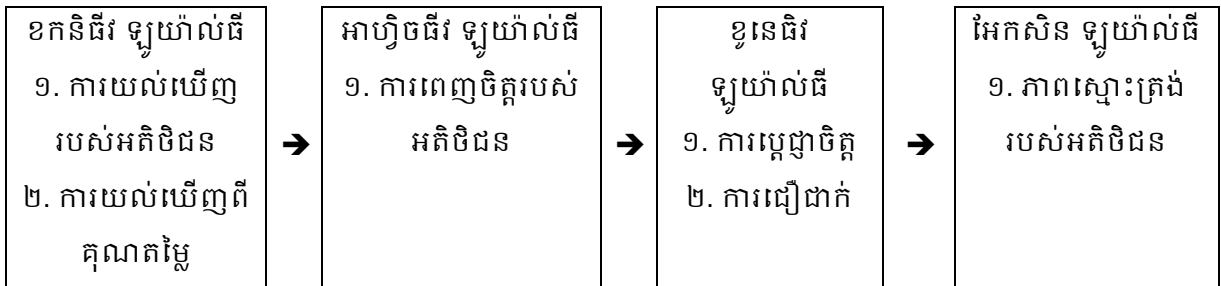
- ខកនិធីវិ ឡាយ៉ាស់ដី (Cognitive Loyalty)
- អាហ្វិចទិវិ ឡាយ៉ាស់ដី (Affective Loyalty)



- ខ្លួនឆិវ ឡូយ៉ាល់ធី (Conative Loyalty)
- អែកសិន ឡូយ៉ាល់ធី (Action Loyalty)

(<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911000399> ,.05.Aug.2023)

**រូបភាពទី ៣៖ ការបង្ហាញពីដំណើរការនៃភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន**



**ប្រភព៖ Four Stages of Loyalty Model**

**១. ខកនិធីវ ឡូយ៉ាល់ធី (Cognitive Loyalty)**

ខកនិធីវ ឡូយ៉ាល់ធី ជាព័ត៌មានដែលផ្អែកទៅលើថា តើអ្នកប្រើប្រាស់សិក្សាពីតម្លៃ ផលប្រយោជន៍ និងគុណភាពនៅក្នុងអំឡុងពេលធ្វើការសម្រេចចិត្តទិញផលិតផលដែរឬទេ។ អ្នកប្រើប្រាស់អាចផ្លាស់ប្តូរទៅកាន់ហាងផ្សេងទៀត ដែលអាចផ្តល់ឲ្យពួកគេនូវអត្ថប្រយោជន៍ និងដំណើរការប្រសើរជាងមុន។ ចំពោះការសិក្សានេះ ថ្លៃ និងប្រាក់ចំណេញ ត្រូវបានចាត់ទុកជាគុណតម្លៃមួយ ចំណែកគុណភាព គឺត្រូវពឹងផ្អែកលើគុណភាពនៃសេវាកម្មដែលបានផ្តល់ឲ្យអតិថិជន។

អាហ្វិចធីវ ឡូយ៉ាល់ធី មានការពាក់ព័ន្ធនឹងការពេញចិត្ត និងបទពិសោធន៍នៃការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន។

បញ្ហានៃការពេញចិត្ត និងមិនពេញចិត្តរបស់អតិថិជន មានឥទ្ធិពលដោយផ្ទាល់ទៅលើអាកប្បកិរិយា និងការផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយារបស់ពួកគេ។ នៅក្នុងដំណាក់កាលនេះ តម្លៃ និងគុណភាពគឺជាកត្តាកំណត់ទៅលើភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន។ ខកនិធីវ ឡូយ៉ាល់ធី មានលក្ខណៈខ្សោយជាងគេបង្អស់ដោយសារវាផ្តោតទៅលើថ្លៃ និងអត្ថប្រយោជន៍ដែលផ្តល់ជូនអតិថិជន ដោយមិនបានផ្តោតទៅលើគុណសម្បត្តិរបស់ផលិតផលផ្ទាល់នោះទេ។ ហេតុនេះហើយ បានជាអតិថិជនអាចនឹងផ្លាស់ប្តូរនៅពេលដែលពួកគេទទួលបានការផ្តល់ជូនផ្សេង មានលក្ខណៈពិសេសជាមួយនឹងអត្ថប្រយោជន៍ខ្ពស់ជាងនៃផលិតផលសេវាកម្មដទៃទៀត។ ខកនិធីវ ឡូយ៉ាល់ធី រងឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងពីការវាយតម្លៃរបស់អតិថិជនជាពិសេសទាក់ទងទៅនឹងថ្លៃ។

(Kalyanaram.,1994 & Sivakumar.,1997)

**២. អាហ្វិចទីវ ឡូយ៉ាល់ទី (Affective Loyalty)**

អាហ្វិចទីវ ឡូយ៉ាល់ទី គឺជាភាពស្មោះត្រង់ដែលទាក់ទងទៅនឹងអាកប្បកិរិយាដែលនាំទៅកាន់ការប្រើប្រាស់ផលិតផល ឬសេវាណាមួយជាក់លាក់ ហើយអាកប្បកិរិយានោះ គឺជាផ្នែកមួយនៃ ឧកនិធីវ (ឧ. ការរំពឹងទុក) ទៅនឹងការប៉ះពាល់ឬជាអាមូណ៍ដែលអាចត្រូវបានទស្សន៍ទាយបាន តាមរយៈការអនុវត្តលើការវាយតម្លៃ។ **(Oliver.,1993; Phillip & Baumgatner.,2002 ; Westbrook & Oliver.,1991)**

ការអះអាងមួយបានជំរុញទៅកាន់សេចក្តីពេញចិត្តដែលមានផលប៉ះពាល់ដល់អាហ្វិចទីវឡូយ៉ាល់ទី។ **(Bitner.,1990)**

អូលីវើ បានកំណត់ការពេញចិត្តថាជា ការឆ្លើយតបរបស់អតិថិជន ហើយកម្រិតនៃការឆ្លើយតបនេះអាចជាផលវិជ្ជមាន ឬអវិជ្ជមាន។ អាហ្វិចទីវ ឡូយ៉ាល់ទី អាចនឹងមានការធ្លាក់ចុះ ដែលកត្តាចម្បងបណ្តាលមកពីការកើនឡើងនៃការទាក់ទាញរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែង និងការពេញចិត្តខ្លាំងរបស់អតិថិជនទៅលើម៉ាកផលិតផលដែលមានការប្រកួតប្រជែង។

**៣. ខូនេធីវ ឡូយ៉ាល់ទី (Conative Loyalty)**

ខូនេធីវ ឡូយ៉ាល់ទី គឺជាភាពស្មោះត្រង់មួយដែលទាក់ទងទៅនឹងការប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការទិញ។ កត្តាដែលនាំឲ្យអតិថិជនមាន ខូនេធីវ ឡូយ៉ាល់ទី នោះគឺពាក្យពេចន៍ដែលអង្គការប្រើប្រាស់ជាមួយនឹងអតិថិជនរបស់ខ្លួន ហើយឥទ្ធិពលនៃពាក្យពេចន៍នេះមិនត្រឹមតែអាចធ្វើឲ្យអតិថិជននោះត្រឡប់មកវិញម្តងទៀតប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែពួកគេថែមទាំងអាចជំរុញឲ្យសាច់ញាតិ មិត្តភក្តិ និងមិត្តរួមការងាររបស់គេឲ្យមកទិញ ឬប្រើប្រាស់សេវានៅហាងឬធនាគារនោះថែមទៀតផង។

**(<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911000399> ,. 05.Aug.2023)**

នៅក្នុងដំណាក់កាលខូនេធីវនេះ អតិថិជនមិនត្រឹមតែប្តេជ្ញាចិត្តទិញផលិតផល ឬប្រើប្រាស់សេវាតែប៉ុណ្ណោះ ប៉ុន្តែពួកគេក៏មានការជឿទុកចិត្តទៅលើហាង ឬធនាគារនោះផងដែរ។

**៤. អែកសិន ឡូយ៉ាល់ទី (Action Loyalty)**

អែកសិន ឡូយ៉ាល់ទី គឺនិយាយអំពីភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន ដែលកំណត់ដោយកត្តា ៥យ៉ាងដូចខាងក្រោម៖

- **ការយល់ចិត្ត** គឺជាសមត្ថភាពក្នុងការចែករំលែក ការយល់ដឹង និងយល់ពីអារម្មណ៍ ឬទស្សនៈរបស់អ្នកដទៃនៅក្នុងពេលទំនាក់ទំនង។ លោក Sin បានចាត់ទុកការយល់ចិត្តថាជារបៀបមួយក្នុងការបង្កើតប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងមុខជំនួញ ដែលអាចធ្វើឲ្យភាគីទាំងសងខាងមើលឃើញពីទស្សនៈរបស់ដៃគូ ដូចជាយល់ពីបំណងប្រាថ្នា និងគោលដៅរបស់អ្នកដទៃ។

- **ការប្តេជ្ញាចិត្ត** គឺជាទំនោរទប់ទល់នឹងការផ្លាស់ប្តូរចំណង់ចំណូលចិត្ត។ លោក Beatty បានឲ្យនិយមន័យ ការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ថា ជាទំនោរផ្លូវចិត្តដែលភ្ជាប់ទៅនឹងសេវាកម្មដែលរីកចម្រើន។ អតិថិជនអាច កំណត់ថាអាកប្បកិរិយានៃការទិញរបស់ពួកគេ គឺបានមកពីភាពស្មោះត្រង់ ព្រោះការប្តេជ្ញាចិត្តបានក្លាយជាលក្ខណៈមួយដែលមានឥទ្ធិពលនៅក្នុងការសម្រេចចិត្ត។
- **ការជឿទុកចិត្ត** គឺជាកម្រិតនៃទំនុកចិត្តទៅលើភាពជឿជាក់ និងភាពស្មោះត្រង់របស់ដៃគូប្រតិបត្តិការ។ ការ ជឿទុកចិត្ត គឺជាការជឿជាក់ថាពាក្យសម្តី ឬពាក្យសន្យារបស់ដៃគូអាចទុកចិត្តបាន ហើយភាគីម្ខាងទៀតនឹងបំពេញ កាតព្វកិច្ចរបស់ខ្លួននៅក្នុងទំនាក់ទំនង។ ការជឿទុកចិត្ត គឺជាគ្រឹះដ៏សំខាន់នៅក្នុងធ្វើទំនាក់ទំនង ព្រោះការ ប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលត្រូវបានសម្គាល់ដោយការជឿទុកចិត្ត ពិតមានតម្លៃខ្លាំងណាស់ ហើយភាគីទាំងឡាយ ប្រាថ្នានឹងប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះទំនាក់ទំនងបែបនេះ។
- **ការយល់អំពីគុណតម្លៃ** គឺតំណាងឲ្យការយល់ដឹងរបស់អតិថិជនចំពោះគុណភាពរបស់សេវាកម្មឬផលិត ផលដែលអ្នកផ្គត់ផ្គង់ផ្តល់ឲ្យ ហើយការពេញចិត្ត បានឆ្លុះបញ្ចាំងពីអារម្មណ៍របស់អតិថិជនដែលបានយល់ដឹងពី គុណតម្លៃ។ តាមរយៈការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបស់អ្នកប្រាជ្ញជាច្រើន បានគាំទ្រគំនិតទូទៅមួយថា ការយល់ដឹងពី គុណតម្លៃបានរួមចំណែកដល់ការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់អតិថិជន។
- **ការដោះស្រាយជម្លោះ** នៅក្នុងទំនាក់ទំនងអន្តរបុគ្គល ការប៉ះទង្គិចនឹងកើតមានឡើងនៅពេលគោលដៅ សេ ចក្តីត្រូវការ ឬបំណងប្រាថ្នារបស់ភាគីទាំងសងខាងផ្ទុយគ្នា។ ប៉ុន្តែពួកគេក៏មានវិធីសាស្ត្រខុសៗគ្នាក្នុងការដោះ ស្រាយជម្លោះ ដើម្បីសម្រេចគោលដៅរបស់ពួកខ្លួនផងដែរ។ លោក Dwyer បានកំណត់ការគ្រប់គ្រងជម្លោះថា ជាសមត្ថភាពរបស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ទាំងឡាយ ក្នុងការបញ្ចៀសរាល់ជម្លោះដែលអាចកើតមានឡើង ឬដោះស្រាយ ជម្លោះមុនពេលដែលវារីកជាបញ្ហាធំ និងជាសមត្ថភាពក្នុងការពិភាក្សារកដំណោះស្រាយដោយបើកចំហរនៅ ពេលបញ្ហាកើតឡើង។ ហើយការដោះស្រាយជម្លោះតម្រូវឲ្យមានការសហការពីដៃគូទាំងពីរភាគី។ បន្ទាប់ពីដោះ ស្រាយជម្លោះបានសម្រេច វាក៏នាំមកនូវទំនាក់ទំនងល្អប្រសើរជាងមុន និងបង្កើនភាពស្មោះត្រង់ចំពោះគូភាគី ទាំងពីរឲ្យកាន់តែរឹងមាំ។

(Oliver.,1999)

**១.៣. សេចក្តីពេញចិត្តរបស់អតិថិជន**

ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន សំដៅទៅលើទំហំដែលអតិថិជនមានពេញចិត្តជាមួយនឹងការប្រើប្រាស់ ផលិតផល និងសេវាកម្មដែលផ្តល់ដោយអង្គការណាមួយ។ កម្រិតនៃការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនអាចវាស់វែង បានតាមរយៈ ការអង្កេត និងការចោទជាសំណួរ។ កាលណាការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនមានកម្រិតខ្ពស់ នោះវា

នឹងផ្តល់សារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ចំពោះអង្គការ ព្រោះអតិថិជនមានភាពស្មោះត្រង់ក្នុងការប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មដែលជម្រុញឲ្យពួកគេត្រលប់មកប្រើប្រាស់ម្តងហើយម្តងទៀត។

ម្យ៉ាងវិញទៀត សេចក្តីពេញចិត្តរបស់អតិថិជនមិនអាចកំណត់ដោយយុទ្ធសាស្ត្ររយៈពេលខ្លីបានទេ តែអង្គការត្រូវប្រើយុទ្ធសាស្ត្ររយៈពេលវែង។ លើសពីនេះ វាទទួលបានការពេញនិយមក្នុងការយកមកវិភាគឲ្យស៊ីជម្រៅជាមួយនឹងគុណសម្បត្តិរបស់វាទាក់ទងនឹងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន។ ហើយ វាក៏ជួយសម្រួលដល់ការសម្រេចចិត្តក្នុងការផលិតផលិតផលនិងសេវាកម្មដើម្បីបម្រើជូនអតិថិជន។(Schnaars.,1991)

ការទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជន អាចធ្វើឲ្យអតិថិជនមានការពេញចិត្តកាន់តែខ្លាំងឡើង។ អង្គការគួរតែដឹងអំពីក្តីរំពឹងរបស់អតិថិជន និងអនុវត្តយ៉ាងណាឲ្យឆ្លើយតបទៅនឹងសេចក្តីរំពឹងទុករបស់ពួកគេ ដើម្បីបំពេញចិត្តរបស់អតិថិជនរបស់ខ្លួន។

ហេតុដូច្នេះ ការស្ទង់មតិ និងការសួរមតិយោបល់ពីអតិថិជន គួរយកមកអនុវត្តឲ្យបានញឹកញាប់។ ម្យ៉ាងទៀត វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការបង្កើនអតិថិជនថ្មី និងរក្សាអតិថិជនរបស់ខ្លួនដែលមានស្រាប់។

**១.៣.១. ការវាស់វែងពីសេចក្តីពេញចិត្តរបស់អតិថិជន**

ការវាស់វែងពីសេចក្តីពេញចិត្តរបស់អតិថិជន គឺជាការបន្ថែមថ្មីមួយដ៏សំខាន់សម្រាប់អង្គការដើម្បីឲ្យកាន់តែមានលក្ខណៈស្តង់ដារ ISO 2000 ក្នុងគោលបំណងស្វែងរកការពេញចិត្ត និងបំពេញតម្រូវការឲ្យស្របតាមការរំពឹងទុករបស់អតិថិជន។

លក្ខណៈសម្បត្តិនៃការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនមានដូចខាងក្រោម៖

- **គុណភាពផលិតផល៖** ក្នុងគោលបំណងដើម្បីចាប់យកការយកចិត្តទុកដាក់ និងស្វែងរកការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនទៅលើគុណភាពនៃផលិតផលដែលជាតម្រូវការចាំបាច់។ គុណភាពនៃ ផលិតផល បានកំណត់ស្ថានភាពនៃក្រុមហ៊ុន ដែលវាចាំបាច់ត្រូវមានការពេញចិត្តពីអតិថិជន។
- **ការវេចខ្ចប់ផលិតផល៖** ការវេចខ្ចប់ផលិតផលចាំបាច់ត្រូវមានគុណភាព និងគួរឲ្យទាក់ទាញ។ ការវេចខ្ចប់ត្រូវបង្ហាញកាលបរិច្ឆេទនៃការផលិត និងផុតកំណត់ ដើម្បីធានាថាផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនមានគុណភាពល្អ។
- **ការរក្សាការប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះអតិថិជន៖** ដើម្បីរក្សាបាននូវទំនាក់ទំនងល្អជាមួយក្រុមហ៊ុនដែលជាដៃគូ ក្រុមហ៊ុនទាំងអស់ត្រូវមានការប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះអតិថិជន និងធ្វើឲ្យអតិថិជនរបស់ខ្លួនមានទំនុកចិត្តចំពោះការចែកចាយផលិតផលទាន់ពេលវេលា។
- **តម្លៃ៖** ថ្លៃត្រូវកំណត់ឲ្យបានច្បាស់លាស់ គ្រប់ផលិតផលទាំងអស់ត្រូវមានតម្លៃសមរម្យ និងកំណត់ថ្លៃទៅតាមកម្រិតជីវភាពរបស់អតិថិជន។ តម្លៃត្រូវកំណត់ឲ្យបានសមស្របទៅតាមគុណភាពនៃផលិតផលផងដែរ។

➢ **ការទទួលខុសត្រូវ និងមានសមត្ថភាពក្នុងការដោះស្រាយពាក្យបណ្តឹង៖** បុគ្គលិកត្រូវមានសមត្ថភាព និងជំនាញវិជ្ជាជីវៈច្បាស់លាស់ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាដែលកើតមានឡើងក្នុងអំឡុងពេលនៃការបម្រើសេវាកម្ម។ ពួកគេត្រូវមានការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ ព្រមទាំងមានសមត្ថភាពក្នុងការដោះស្រាយរាល់ការភ័រា និងពាក្យបណ្តឹងរបស់អតិថិជន។

➢ **ទំនាក់ទំនង ភាពដែលអាចធ្វើបាន និងអាកប្បកិរិយា៖** ទំនាក់ទំនងនៅក្នុងអង្គភាពជាកត្តាមួយដ៏សំខាន់។ ទំនាក់ទំនងរវាងបុគ្គលិក និងបុគ្គលិក បុគ្គលិកជាមួយនឹងអតិថិជន អតិថិជនជាមួយនឹងអង្គភាព។ នៅពេលដែលយើងបានធ្វើការវាស់វែង និងកំណត់ប៉ារ៉ាម៉ែត្រនៃការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន ទើបយើងអាចចាប់ផ្តើមដោះស្រាយបញ្ហាដែលទាក់ទងនឹងការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនបាន។

- វិធានការក្នុងការវាស់វែងការពេញចិត្តត្រូវបានបែងចែកជា ៤ដែលមានដូចខាងក្រោម៖
- ការពេញចិត្តទូទៅ៖ កម្រិតដែលអតិថិជនមានអារម្មណ៍សប្បាយរីករាយក្នុងផ្តល់អនុសាសន៍ធនាគារទៅកាន់មិត្តភក្តិ ក្រុមគ្រួសារ ឬសាច់ញាតិ
- ការជឿទុកចិត្តពីអតិថិជន៖ កម្រិតការជឿទុកចិត្តរបស់អតិថិជនទៅលើបុគ្គលិកនៅសាខា តើពួកគេបំពេញការងារល្អដែរ ឬទេ
- ភាពអាចទុកចិត្តបាន៖ ការស្នើសុំរបស់អតិថិជន គឺជាគុណភាពនៃភាពគួរឱ្យទុកចិត្ត ឬដំណើរការល្អ។
- វិជ្ជាជីវៈ៖ បុគ្គលិកត្រូវមានចំណេះដឹងក្នុងការដោះស្រាយជាមួយនឹងសំណួររបស់អតិថិជន។

ជាក់ស្តែងការធ្វើទំនាក់ទំនង ឬ ភាពដែលអាចទុកចិត្តបាន ជាការលំបាកក្នុងការដោះស្រាយជាមួយនឹងអតិថិជន នៅពេលអតិថិជនមកដល់ដោយមិនបានត្រៀមទុក។ ការលំបាកមួយដែលយើងត្រូវយល់ពីតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងការពិគររបស់អតិថិជន គឺអាចឱ្យអតិថិជនអាចនឹងផ្លាស់ប្តូរសេវា និងការផ្តល់ជូនដោយគ្មានលក្ខខណ្ឌ។

**១.៤ ទំនាក់ទំនងរវាងគុណភាពសេវាកម្ម និងសេចក្តីពេញចិត្តរបស់អតិថិជន**

ដោយសារតែការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន ត្រូវបានវិភាគដោយផ្អែកលើបទពិសោធន៍របស់អតិថិជនលើសេវាកម្មជាក់លាក់ណាមួយ វាបង្ហាញឱ្យយើងឃើញថាគុណភាពសេវា គឺកត្តាកំណត់ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន ពីព្រោះតែគុណភាពសេវាកម្មបានមកពីលទ្ធផលនៃសេវាដែលបានពីអ្នកផ្តល់សេវាកម្មនៅក្នុងអង្គភាព។

**(Cronin & Taylor.,1992)**

អ្នកនិពន្ធមួយផ្សេងទៀតបានថ្លែងនៅក្នុងទ្រឹស្តីរបស់គាត់ថា“និយមន័យនៃការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន ទាក់ទងនឹងការប្រតិបត្តិការជាក់លាក់មួយ”។

**(Lewis.,1993, p.4-12)**

ចំពោះទំនាក់ទំនងរវាងការបំពេញចិត្តរបស់អតិថិជន និងគុណភាពសេវាកម្ម លោក Oliver បានស្នើជាលើកដំបូងថា គុណភាពសេវាកម្មត្រូវបានជឿថាមានទំនាក់ទំនងនឹងការបំពេញចិត្តរបស់អតិថិជន។ ក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវមួយចំនួនបានរកឃើញថាការគាំទ្រទិដ្ឋភាពនៃការដាក់ស្តែងនូវចំណុចដែលបានរៀបរាប់ខាងលើនេះ បានបង្ហាញថាការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនជាលទ្ធផលនៃគុណភាពសេវាកម្ម។

**(Anderson & Sullivan.,1993 ; Fornell.,1996 ; Spreng & Mackie.,1996)**

ទាក់ទងនឹងការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន និងគុណភាពសេវាកម្ម អ្នកស្រាវជ្រាវជាច្រើនបានឲ្យអត្ថន័យ និងធ្វើការវាស់វែងការពេញចិត្ត និងគុណភាពសេវាកម្មយ៉ាងច្បាស់លាស់។ ការពេញចិត្ត និងគុណភាពសេវាកម្មជា រឿងមួយធម្មតា ប៉ុន្តែទៅទៀតការពេញចិត្ត គឺជាគំនិតទូលំទូលាយដែលគុណភាពសេវាកម្មផ្តោតជាក់លាក់ទៅលើទំហំនៃសេវាកម្ម។ បើទោះបីជាចំណុចខាងលើត្រូវបានបញ្ជាក់ថាមានកត្តាផ្សេងទៀតដូចជា តម្លៃ និងគុណភាពរបស់ផលិតផលអាចប៉ះពាល់ទៅដល់ការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន មួយវិញទៀតគុណភាពសេវាកម្ម គឺជាសមាសភាគនៃការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនមួយ។

**(Wilson.,2008, p.78 & Zeithaml.,2006, p.106-107)**

លោក Wilson ក៏បាននិយាយដែលថា គុណភាពសេវាកម្ម គឺជាការវាយតម្លៃផ្តោតលើអ្វីដែលបានឆ្លុះបញ្ចាំងពីការយល់ឃើញរបស់អតិថិជនដូចជា ជឿទុកចិត្ត អះអាង ការទទួលខុសត្រូវ ការយល់ចិត្ត និងភាពជាក់ស្តែង ខណៈពេលដែលការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនបានរួមបញ្ចូលគ្នាបន្ថែមទៀត ហើយវាត្រូវបានរងឥទ្ធិពលដោយការយល់ឃើញនៃគុណភាពសេវាកម្ម តម្លៃផលិតផល និងគុណភាពទៅតាមកត្តាស្ថានភាព និងកត្តាផ្ទាល់ខ្លួន។ ទំនាក់ទំនងរវាងគុណភាពសេវាកម្ម និងការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនត្រូវបានក្លាយជាមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ជាមួយនឹងកម្រិតនៃការកើនឡើងនូវការយល់ដឹងក្នុងចំណោមអតិថិជនរបស់ធនាគារ។ តាមលក្ខណៈប្រជាសាស្ត្រ អ្នកគ្រប់គ្រងធនាគារត្រូវបានពិចារណានិងយល់ដឹងពីអតិថិជនរបស់អតិថិជន។

**(Sureshchander.,2002)**

**១.៥. សារៈសំខាន់នៃសេវាកម្មអតិថិជន**

សេវាកម្មអតិថិជន គឺជាផ្នែកមួយសំខាន់បំផុតនៃ Marketing Mix ក្នុងការផលិតផលិតផល និងសេវាកម្ម។ សេវាកម្មអតិថិជនដែលមានគុណភាពខ្ពស់ អាចជួយបង្កើតទំនុកចិត្តដល់អតិថិជន។ អតិថិជននាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ មិនត្រឹមតែចាប់អារម្មណ៍ទៅលើផលិតផលដែលពួកគេកំពុងត្រូវបានផ្តល់ជូនតែប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែពួកគេក៏ចាប់អារម្មណ៍លើកត្តាផ្សេងទៀតដែលជាប់ពាក់ព័ន្ធ ដូចជាសេវាកម្មដែលពួកគេទទួលបានពីការស្វាគមន៍របស់បុគ្គលិក នៅពេលពួកគេចូលទៅក្នុងអង្គការណាមួយការទូទាត់ប្រាក់សំណងនៅពេលដែលមានការខូចខាតពីឆ្នាំឆ្លងលើផលិតផលឬសេវាកម្មណាមួយជាដើម។

# ជំពូកទី២

ផលិតផល និងសេវាកម្ម

ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធប្រតិបត្តិ

ប្រព័ន្ធប្រតិបត្តិ

## ជំពូកទី២

### ផលិតផលនិងសេវាកម្មម៉ូឌុលវិបិទយើងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ

#### ២.១. ប្រវត្តិសង្ខេបរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ

ធនាគារ ABA ជាគ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុឯកជនឈានមុខមួយរបស់កម្ពុជា។ ដោយត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ 1996 មានឈ្មោះថា ធនាគារ វឌ្ឍនៈអាស៊ី ចំកាត់ បច្ចុប្បន្នយើងបានក្លាយជាធនាគារពាណិជ្ជធំបំផុតនៅកម្ពុជាគិតលើទ្រព្យសកម្ម, ប្រាក់បញ្ញើ, កម្ចីដុល និងប្រាក់ចំណេញ ផ្អែកលើរបាយការណ៍ត្រួតពិនិត្យប្រចាំឆ្នាំ 2021 របស់ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា។



ឆ្លងកាត់រយៈពេល 27 ឆ្នាំ ក្នុងវិស័យធនាគារ ABA បានពង្រឹងជំហររបស់ខ្លួនយ៉ាងរឹងមាំក្នុងទីផ្សារ ដើម្បីបម្រើសេវាជូនដល់បណ្តាអតិថិជនជាច្រើនដូចជា សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម, អាជីវកម្មខ្នាតតូច និងរូបវន្តបុគ្គល។ ជាមួយបណ្តាញសាខាចំនួន 85, ម៉ាស៊ីនស្វ័យសេវាជាង 1300+ នៅទូទាំងប្រទេស, សេវាធនាគារអនឡាញ និងកម្មវិធីធនាគារតាមទូរស័ព្ទដ៏ទំនើប បានធ្វើឲ្យធនាគារ ABA អាចបម្រើអតិថិជនបានកាន់តែច្រើនឡើងៗ ជាមួយសេវាហិរញ្ញវត្ថុដ៏ទំនើបសម្រាប់បែបនេះ គ្រប់ពេលវេលា និងគ្រប់ទីកន្លែង។

ធនាគារ ABA គឺជាបុត្រសម្ពន្ធរបស់ ធនាគារជាតិកាណាដា ([www.nbc.ca](http://www.nbc.ca)) ដែលជាគ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុមួយ មានទ្រព្យសកម្មជាង 314.4 ប៊ីលានដុល្លារអាមេរិក គិតត្រឹមថ្ងៃទី31 ខែ មករា ឆ្នាំ2023 និងមានបណ្តាញធនាគារឆ្លើយឆ្លងដ៏ធំនៅទូទាំងពិភពលោក។ ក្នុងនាមជាភាគហ៊ុនិកមួយរបស់ធនាគារ ABA តាំងពីឆ្នាំ 2014 មក ធនាគារជាតិកាណាដាបានក្លាយជាគ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុអាមេរិកខាងជើងទីមួយ ដែលឈានជើងចូលវិស័យធនាគារនៅកម្ពុជា។

ឆ្នាំ 2017 ធនាគារ ABA ទទួលបានចំណាត់ថ្នាក់ឥណទានរយៈពេលខ្លី និងរយៈពេលវែងកម្រិត 'B' ពីភ្នាក់ងារវាយតម្លៃឥណទាន Standard & Poor's (S&P) Global Ratings។ កម្រិតឥណទានត្រូវបានដំឡើងដល់ 'B+' ជាមួយទស្សនវិស័យ "ស្ថិរភាព" ក្នុងឆ្នាំ 2020 ហើយបាន បញ្ជាក់សាជាថ្មី ក្នុងឆ្នាំ 2021 ។

នៅធនាគារ ABA យើងខ្ញុំប្តេជ្ញាបម្រើសេវាដ៏ល្អឥតខ្ចោះជូនអតិថិជន ជាមួយផលិតផលហិរញ្ញវត្ថុជាច្រើនប្រកបដោយ លក្ខណៈលេចធ្លោនៅក្នុងទីផ្សារហិរញ្ញវត្ថុរបស់កម្ពុជា។ គ្រឹះស្ថានបោះពុម្ពផ្សាយផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដ៏ល្បីល្បាញបំផុតរបស់ពិភពលោក បានទទួលស្គាល់កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់ធនាគារ ABA ដែលបាននាំយកមកនូវអ្វីដែលល្អបំផុតដល់អតិថិជនរបស់ខ្លួន៖



- នៅឆ្នាំ 2014, 2016, 2019, 2021 និង 2022 ទស្សនាវដ្តី The Banker បានប្រសិទ្ធិនាមធនាគារ ABA ថាជាធនាគារឆ្នើមប្រចាំឆ្នាំរបស់កម្ពុជា។ ពានរង្វាន់នេះបានទទួលស្គាល់ពីភាពរឹងមាំផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ, ការបន្តនាំមកនូវផលិតផលនវានុវត្ត, និងខត្តមានុវត្តន៍ក្នុងធុរកិច្ច។
- ទស្សនាវដ្តី Euromoney បានប្រសិទ្ធិនាមធនាគារ ABA ថាជាធនាគារឆ្នើមនៅកម្ពុជា សម្រាប់ឆ្នាំ 2014 – 2022 ចំពោះការផ្តល់សេវាកម្មប្រកបដោយគុណភាព, នវានុវត្តន៍ និងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងធ្វើឲ្យសេវាធនាគារនៅកម្ពុជាឈានឡើងមួយកម្រិតទៀត។
- ទស្សនាវដ្តី Global Finance ប្រសិទ្ធិនាម ABA ថាជាធនាគារដែលលេចធ្លោជាងគេនៅក្នុងទីផ្សារ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាប្រចាំឆ្នាំ 2015 - 2023។ ពានរង្វាន់នេះទទួលស្គាល់ការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ក្រុមការងារនៃធនាគារ ABA ក្នុងការផ្តល់ជូនអតិថិជនរបស់ខ្លួននូវផលិតផលស្របតាមតម្រូវការ និងដំណោះស្រាយហិរញ្ញវត្ថុនវានុវត្ត។
- ទស្សនាវដ្តី Asiamoney ប្រសិទ្ធិនាម ABA ថាជា ធនាគារក្នុងស្រុកឆ្នើមបំផុតនៅកម្ពុជា និងធនាគារឌីជីថលឆ្នើមជាងគេនៅកម្ពុជាពីឆ្នាំ 2019 ដល់ 2022។ កិត្តិនាមដ៏កំពូលនេះ បានបញ្ជាក់ជំហររបស់ ABA ជាធនាគារឈានមុខគេក្នុងវិស័យធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុក្នុងប្រទេស។

**២.១.១. ស្ថាភាពសញ្ញារបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ**

ធនាគារ ABA គឺជាបុត្រសម្ព័ន្ធរបស់ ធនាគារជាតិកាណាដា ([www.nbc.ca](http://www.nbc.ca)) ដែលជាគ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុមួយ មានទ្រព្យសកម្មជាង 314.4 ប៊ីលានដុល្លារអាមេរិក គិតត្រឹមថ្ងៃទី31 ខែ មករា ឆ្នាំ2023 និងមានបណ្តាញធនាគារឆ្លើយឆ្លងដ៏ធំនៅទូទាំងពិភពលោក។ ក្នុងនាមជាភាគហ៊ុនិកមួយរបស់ធនាគារ ABA តាំងពីឆ្នាំ 2014 មក ធនាគារជាតិកាណាដាបានក្លាយជាគ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុអាមេរិកខាងជើងទីមួយ ដែលឈានជើងចូលវិស័យធនាគារនៅកម្ពុជា។

**រូបភាពទី៤៖ ស្ថាភាពសញ្ញារបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ**



**២.១.២. ចក្ខុវិស័យ**

ចក្ខុវិស័យរបស់ធនាគារ គឺដើម្បីក្លាយជាធនាគារលំដាប់លេខមួយប្រចាំប្រទេស លើផ្នែកផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មធនាគារគួរជាទីទុកចិត្ត ងាយស្រួលប្រើប្រាស់ ប្រកបដោយបច្ចេកវិទ្យាទំនើបបំផុត និងងាយស្រួលក្នុងការទទួលបាន។ យើងមានបំណងក្លាយជាធនាគារមួយដែលប្រជាជនកម្ពុជាជឿទុកចិត្តក្នុងការ បំពេញតម្រូវការសេវាធនាគារផ្ទាល់ខ្លួន និងសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់ពួកគាត់ផងដែរ។

**២.១.៣. បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន**

បេសកកម្មរបស់យើង គឺដើម្បីជួយដល់ប្រទេសកម្ពុជា ធុរៈជនកម្ពុជា និងប្រជាជនកម្ពុជានៅក្នុងការ កសាងអនាគតកាន់តែទូលំទូលាយ និងត្រចះត្រចង់ តាមរយៈការផ្តល់សេវាធនាគារប្រកបដោយជំនាញវិជ្ជាជីវៈខ្ពស់ និងបច្ចេកវិទ្យាទំនើបបំផុតក្នុងផ្នែកធនាគារសម្រាប់អ្នកទាំងអស់គ្នា។ ក្នុងនាមជាធនាគារ 'ក្នុងស្រុក' ពិតប្រាកដមួយ យើងចាត់ទុកខ្លួនឯងថាជាដៃគូដ៏ល្អមួយសម្រាប់សហគមន៍កម្ពុជា ក៏ដូចជាអាជីវកម្ម និងឯកត្តជនផងដែរ។ យើងនៅទីនេះ ដើម្បីផ្តល់សេវាកម្មជូនប្រទេសកម្ពុជា។

**២.១.៤. គុណតម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុន**

គុណតម្លៃរបស់យើងបានបង្កើតជាគ្រឹះដ៏សំខាន់សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់យើង។ យើងជឿជាក់លើ សារសំខាន់នៃ៖

- សុច្ឆរិតភាព និងសេចក្តីគោរព៖ នៅធនាគារ ABA យើងចាត់ទុកចំណុចនេះជាការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់របស់ធនាគារដែលត្រូវបម្រើសេវាជូនរាល់អតិថិជនប្រកបដោយភាពសុច្ឆរិត និងសេចក្តីគោរព។
- ទំនុកចិត្ត និងភាពជាដៃគូ៖ នៅធនាគារ ABA យើងនៅទីនេះដើម្បីជួយសម្រួល និងជាជំនួយការរបស់លោកអ្នក។ យើងខិតខំធ្វើឲ្យខ្លួនក្លាយជាដៃគូដ៏ល្អដែលអតិថិជនរបស់យើងអាចជឿទុកចិត្ត។
- គុណភាពនៃសេវាកម្ម៖ នៅធនាគារ ABA យើងខិតខំស្វែងរកដំណោះស្រាយដើម្បីឆ្លើយតបចំពោះរាល់តម្រូវការសេវាធនាគារទាំងអស់។ យើងមានបំណងផ្តល់សេវាកម្មធនាគារប្រកបដោយទំនុកចិត្ត និងមានបច្ចេកវិទ្យាទំនើបបំផុតសម្រាប់អតិថិជនទាំងអស់របស់យើង ពោលគឺក្នុងតួនាទីជាជំនួយការគ្រប់គ្រងគណនីផ្ទាល់ខ្លួន ឬគណនីអាជីវកម្មរបស់លោកអ្នក។
- ការចូលរួមចំណែក៖ នៅធនាគារ ABA យើងមានបំណងចូលរួមចំណែកធ្វើឲ្យកាន់តែប្រសើរសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា។ យើងចង់ដើរតួនាទីដែលផ្តល់សារប្រយោជន៍សម្រាប់ការរស់នៅរបស់អតិថិជនយើងក៏ដូចជាសម្រាប់អនាគតរបស់ប្រទេសទាំងមូលផងដែរ។

- និរន្តរភាព និងការរីកចម្រើន៖ នៅធនាគារ ABA យើងតែងតែគិតគូរអំពីអនាគតរបស់ធនាគារយើង និងប្រជាជនកម្ពុជា ព្រមទាំងប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។ យើងសូមបង្ហាញនូវការប្តេជ្ញាចិត្តដ៏មោះមុតដូចគ្នាចំពោះបុគ្គលិករបស់យើងក៏ដូចជាអតិថិជនរបស់យើងផងដែរ។ នេះគឺជាវិធីសាស្ត្រមួយដែលអាចឲ្យយើងធានាបាននូវការរីកចម្រើនប្រកបដោយនិរន្តរភាពរបស់ធនាគារ។
- ក្រមសីលធម៌ និងសុជីវធម៌៖ នៅធនាគារ ABA យើងមានការយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះការទទួលខុសត្រូវផ្នែកសង្គមរបស់យើង។ យើងនឹងអនុវត្តស្តង់ដារក្រមសីលធម៌ខ្ពស់ និងមានសុជីវធម៌រវាងគ្នានឹងគ្នា ព្រមទាំងអ្វីគ្រប់យ៉ាងដែលយើងកំពុងអនុវត្តពេលគឺទាំងនៅក្នុង និងក្រៅធនាគារ។ ទាំងនេះគឺជាគោលការណ៍ដែលបង្កើតឡើងជាមូលដ្ឋានគ្រឹះសម្រាប់ការទំនាក់ទំនងប្រចាំថ្ងៃ ពេលគឺជាមួយអតិថិជន និងសហគមន៍ដែលយើងកំពុងផ្តល់សេវា ក៏ដូចជា ជាមួយបុគ្គលិករបស់យើងផងដែរ។

**២.២. ទិស្វាភ័ក្ត្រអន្តរាគ្មានរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ**

**២.២.១. បេសាសម្ព័ន្ធអតិថិជនអិចស៊ីតធុរកិច្ចរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ**

ក. គណៈគ្រប់គ្រង និងក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសំខាន់ៗនៃធនាគារ អេប៊ីអេ  
(ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ គណៈគ្រប់គ្រង និងក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសំខាន់ៗនៃធនាគារ អេប៊ីអេ ទំព័រទី ៧៨)

**២.២.២. ទីតាំងរបស់ទិស្វាភ័ក្ត្រអន្តរាគ្មានរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ**

អាសយដ្ឋាន៖ ផ្ទះលេខ ១៤១, ១៤៦, ១៤៨, ១៤៨ ABCD, មហាវិថី ព្រះសីហនុ, សង្កាត់ បឹងកេងកង ១, ខណ្ឌ បឹងកេងកង, រាជធានីភ្នំពេញ។

រូបភាពទី៥៖ ទីតាំងរបស់ទិស្វាភ័ក្ត្រអន្តរាគ្មានរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ



**២.២.៣. ទីតាំងសាខាធនាគារ**

ដើម្បីផ្តល់ភាពងាយស្រួល និងម៉ោងធ្វើការដែលមានលក្ខណៈបត់បែន យើងខ្ញុំនៅធនាគារ ABA មានបម្រើសេវាជូនលោកអ្នក ទាំងក្នុងម៉ោងធ្វើការធម្មតា និងម៉ោងបន្ថែមពិសេសនៅតាមបណ្តាសាខាមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

**តារាងទី១៖ ម៉ោងធ្វើការធម្មតា និងម៉ោងបន្ថែមពិសេសនៅតាមបណ្តាសាខា (ចន្ទ – អាទិត្យ៖ 8.00 ព្រឹក – 8.00 យប់)**

សាខាផ្សារទំនើបអ៊ីអន (សែនសុខ)	សាខាសៀមរាប
សាខាបុរីកីឡា	សាខាក្រុងព្រះសីហនុ
សាខាម៉ៅសេទុង	សាខាស្ទឹងមានជ័យ
សាខាសេវាអតិថិជននៃការិយាល័យកណ្តាល	សាខាទឹកថ្លា
សាខាសម្តេចមុនីវ័ត	សាខាទួលគោក
សាខាសន្ទរម៉ុក	សាខាចោមចៅ 2
សាខាច្បារអំពៅ	សាខាចោមចៅ
សាខាវិមានឯករាជ្យ	សាខាប៉ោយប៉ែត
សាខាជ្រោយចង្វា	សាខាផ្សារធំថ្មី
សាខាតាខ្មៅ	សាខាបាត់ដំបង
សាខាផ្សារទំនើបអ៊ីអន (មានជ័យ)	សាខាអូរឃ្លាត
សាខាស្ថាតចាស់	សាខាចំការដូង
សាខាផ្សារដើមថ្កូវ	

\*សម្រាប់ថ្ងៃអាទិត្យ គ្រប់សាខាដែលបើក 12/7 លើកលែងតែសាខា AEON Mall 2 (សែនសុខ) នឹងបើកពីម៉ោង 10.00 ព្រឹក ដល់ 8.00 យប់។

**តារាងទី២៖ ម៉ោងធ្វើការធម្មតា និងម៉ោងបន្ថែមពិសេសនៅតាមបណ្តាសាខា (ចន្ទ – សុក្រ៖ 8.00 ព្រឹក – 4.00 រសៀល)**

សាខាសង់ត្រាល់	សាខាឫស្សីកែវ
សាខាមណ្ឌលគីរី	សាខាសែនសុខ
សាខាប៉ៃលិន	សាខាសម្តេចសុធារស
សាខាមិត្តភាព	សាខាសំរោងក្រោម
សាខាក្រុងសៀមរាប (អង្គរ)	សាខាព្រះវិហារ

សាខាសៀមរាប ផ្សារលើ	សាខាទួលគោក 2
សាខាបន្ទាយមានជ័យ	សាខាមេមត់
សាខាភ្នំពេញ	សាខាស្រុកបាទី
សាខាព្រៃវែង	សាខាស្រុកចំការលើ
សាខាពោធិ៍សាត់	សាខាស្រុកជើងព្រៃ
សាខាកំពង់ឆ្នាំង	សាខាស្រុកឈូក
សាខាកំពង់ស្ពឺ	សាខាស្រុកឧត្តុង្គ
សាខាកំពង់ធំ	សាខាស្រុកពារាំង
សាខាកំពត	សាខាស្រុកពាមរ
សាខាកោះកុង	សាខាស្រុកព្រះនេត្រព្រះ
សាខាក្រចេះ	សាខាស្រុកព្រៃឈរ
សាខាស្ទឹងត្រែង	សាខាស្រុកព្រៃនប់
សាខាស្វាយរៀង	សាខាស្រុកស្អាង
សាខាតាកែវ	សាខាស្រុកសំរោងទង
សាខាត្បូងឃ្មុំ	សាខាស្រុកស្នួល
សាខាបាវិត	សាខាស្រុកស្សន្ទនិតម
សាខាស្រុកថ្មគោល	សាខាស្រុកស្នោង
សាខាស្រុកត្រាំកក់	សាខាស្រុកមង្គលបុរី
សាខាស្រុកស្វាយជ្រំ	សាខាស្រុកមោងឫស្សី
សាខាស្រុកអង្គស្នួល	សាខាស្រុកមុខកំពូល
សាខាស្រុកបាកាន	សាខាស្រុកកំពង់ត្រឡាច
សាខាស្រុកបារាយណ៍	សាខាស្រុកកណ្តាលស្ទឹង
សាខាចោមចៅ 3	សាខាស្រុកកោះធំ
សាខាឧត្តរមានជ័យ	សាខាស្រុកកៀនស្វាយ
សាខាកែប	

## ២.៣. ផលិតផល និងសេវាកម្មម៉ូឌុលប៊ែនប៊ីនរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ

### ២.៣.១. គុណភាពនៃសេវាកម្ម

#### ២.៣.១.១. លក្ខណៈខាងក្រៅ ជំនើរការ និងនីតិវិធី

##### ១. អេប៊ីអេម៉ូឌុលប៊ែនប៊ីន

##### ក. ភាពទំនើប និងសុវត្ថិភាពខ្ពស់

- Android និង iOS៖ សមត្ថភាពកាន់តែល្អឥតខ្ចោះទាំងនៅលើឧបករណ៍ Android និង iOS។
- សុវត្ថិភាពខ្ពស់៖ ទទួលបានការការពារ និងរីករាយសេវាធនាគារដោយគ្មានហានិភ័យ។
- ជោនឡូតដោយឥតគិតថ្លៃ៖ ទាញយកដោយឥតគិតថ្លៃហើយប្រែក្លាយទូរស័ព្ទដៃទៅជាធនាគារ។
- ប្រើសេវាធនាគារបាន 24/7៖ ចូលប្រើប្រាស់ទឹកប្រាក់បានគ្រប់ពេលវេលា។



##### ខ. មុខងារថ្មីៗ

- គណនីហ៊ុយស៊ីន៖ បើកគណនី ABA ដំបូងរបស់អ្នកភ្លាមៗតាមរយៈ ABA Mobile ត្រឹមតែពីរបីនាទី។ មិនចាំបាច់បំពេញឯកសារ មិនចាំបាច់អញ្ជើញមកសាខា និងមិនពិបាករង់ចាំ។
- គណនីលេខពិសេស៖ ធ្វើឱ្យលេខគណនីអ្នកមើលទៅពិសេស! ក្លាយជាម្ចាស់គណនី ដែលមានលេខដូចគ្នានឹងលេខទូរស័ព្ទ ផ្លាកលេខឡាន ឬលេខណាមួយដែលជាលេខសំណាងរបស់អ្នក។

- រីករាយទូទាត់ដោយមិនប្រើសាច់ប្រាក់៖ ដោយធ្វើការជ្រើសរើស Visa ឬ Mastercard អ្នកអាចបើកកាត និងម្ចាស់បានដោយសុវត្ថិភាពនិងឥតគិតថ្លៃហើយរីករាយជាមួយការទូទាត់អនឡាញដោយគ្មានហានិភ័យ។
- ផ្ញើប្រាក់ទៅក្រៅប្រទេស៖ គ្រាន់តែបើកកម្មវិធី ABA Mobile ក្នុងទូរស័ព្ទដៃនោះអ្នកអាចផ្ទេរប្រាក់ទៅក្រៅប្រទេស ដោយមិនចាំបាច់អញ្ជើញមកកាន់សាខាធនាគារ ABA ឡើយ។
- បើកគណនីបញ្ជើ៖ អនាគតទឹកប្រាក់របស់អ្នកចាប់ផ្តើមឥឡូវនេះ នៅលើប៊ូតុងទូរស័ព្ទ ដោយអ្នកអាចបើកគណនីមានកាលកំណត់, គណនីបត់បែន និងគណនីសន្សំនៅក្នុងទូរស័ព្ទរបស់អ្នកផ្ទាល់។

**គ. មុខងារស្តង់ដារ**

- ឆែកទឹកប្រាក់៖ គ្រាន់តែប្រើម្រាមដៃ អ្នកនឹងអាចពិនិត្យមើលទឹកប្រាក់របស់អ្នកបាន។
- ទូទាត់វិក្កយបត្រ៖ ទូទាត់វិក្កយបត្រ របស់អ្នកដោយមិនគិតកម្រៃសេវា។
- ផ្ញើប្រាក់ទៅអ្នកណាម្នាក់៖ ផ្ញើប្រាក់ទៅកាន់គណនី ABA ណាមួយបានយ៉ាងងាយស្រួល។
- ទទួលសារជូនដំណឹងភ្លាមៗ៖ ទទួលបានការជូនដំណឹងជានិច្ចអំពីទឹកប្រាក់របស់អ្នក។
- ដកប្រាក់ដោយមិនប្រើកាត៖ ផ្ញើប្រាក់ទៅខេត្ត រួមទាំងផ្ញើទៅអ្នកដែលមិនមានគណនីធនាគារ។
- បញ្ចូលលុយទូរស័ព្ទ៖ បញ្ចូលលុយបានគ្រប់ពេលដោយប្រើប្រាស់មិនចាំបាច់ប្រើលេខកូដ។
- បង្កើតគំរូ៖ ចំណេញពេលវេលាសម្រាប់ប្រតិបត្តិការដែលអ្នកធ្វើញឹកញាប់។
- ការពារទឹកប្រាក់របស់អ្នក៖ បើកមុខងារស្ថានភាពក្រយោវដៃ ឬ Face ID ដើម្បីសុវត្ថិភាពកាន់តែខ្ពស់។

**ឃ. ហេតុអ្វីត្រូវបើកគណនីហ្វីស ABA?**

- ត្រួតពិនិត្យសមតុល្យគណនី ប្រតិបត្តិការ និងការទិញនានាគ្រាន់តែចុចពីរបីប៉ក់តែប៉ុណ្ណោះ
- ទទួល និងផ្ទេរប្រាក់បានភ្លាមៗនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា
- បង់វិក្កយបត្រនានា ដូចជាទឹកភ្លើង និងសំរាម បង់សងកម្ចីល់នៅដ្ឋាន និងបញ្ចូលលុយទូរស័ព្ទ ជាដើម
- ទូទាត់ដោយមិនប្រើសាច់ប្រាក់ដោយស្ថានភាព QR នៅតាមហាង ភោជនីយដ្ឋានដែលអ្នកពេញចិត្ត និងតាមអនឡាញ
- ធ្វើការដកប្រាក់មិនបាច់ប្រើកាតដោយផ្ញើប្រាក់ទៅឲ្យនរណាម្នាក់ ត្រូវបានការពារសុវត្ថិភាពគ្រប់ពេលវេលាដែលអ្នកចូលប្រើ និងរីករាយជាមួយសេវាធនាគារគ្មានហានិភ័យ។

**ង. មុខងារបន្ថែម**

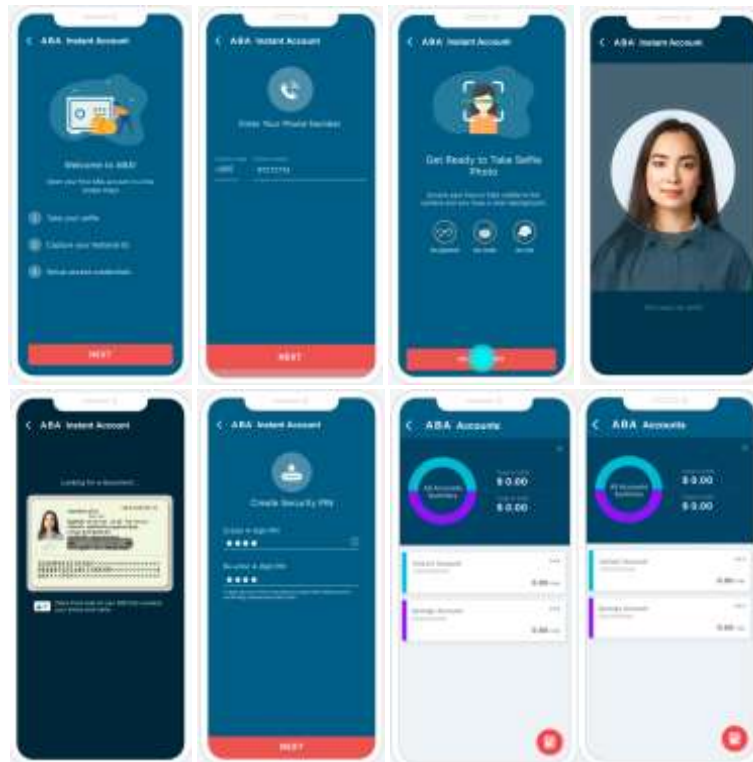
- បង្កើតគំរូមានប្រយោជន៍ដោយបន្ថែមប្រតិបត្តិការដែលអ្នកពេញចិត្តចូលក្នុងបញ្ជីគំរូ
- ស្វែងរកសាខាធនាគារ ABA ទូ ATM ឬស្វ័យសេវាធនាគារផ្សេងៗដែលនៅជិតអ្នកបំផុត
- ស្វែងរកទឹកប្រាក់ដែលអ្នកអាចស្កែនកូដ QR ដើម្បីទូទាត់ជាមួយ ABA PAY បានដោយងាយស្រួល

- ទទួលបានការជូនដំណឹងភ្លាមៗបន្ទាប់ពីធ្វើប្រតិបត្តិការនីមួយៗ។

**ច. វិធីតម្លើងកម្មវិធី និងរបៀបបង្កើតគណនីរហ័ស៖**

1. ដោនឡូតកម្មវិធី ABA Mobile
2. ចុចប៊ូតុង បើកគណនីរហ័ស រួចទទួលយកលក្ខខណ្ឌនានា
3. បញ្ចូលលេខទូរស័ព្ទរបស់អ្នកនិងលេខកូដបញ្ជាក់(OTP) ដែលទទួលបានតាមសារ SMS
4. ថតរូបមុខខ្លួនឯង (selfie) និងថតរូបអត្តសញ្ញាណប័ណ្ណសញ្ជាតិខ្មែររបស់អ្នក
5. ពិនិត្យព័ត៌មានលម្អិតផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក និងចុច បញ្ជាក់
6. បង្កើតលេខសម្ងាត់ 4 ខ្ទង់
7. ចុច ចាប់ផ្តើមប្រើសេវាធនាគារ។

**របៀបតម្លើងកម្មវិធី និងរបៀបបង្កើតគណនីរហ័ស**





**តារាងទី៣៖ លក្ខណៈតម្លឹងកម្មវិធី និងរបៀបបង្កើតគណនីហ្វីស**

<p><b>លក្ខខណ្ឌចូលរួម</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ មានសញ្ជាតិខ្មែរ</li> <li>▪ អាយុយ៉ាងតិច ១៥ឆ្នាំ នៅថ្ងៃបើកគណនីហ្វីស</li> <li>▪ មានឯកសារអត្តសញ្ញាណច្បាប់ដើម និងមានសុពលភាព៖ អត្តសញ្ញាណប័ណ្ណសញ្ជាតិខ្មែរប៉ុណ្ណោះ (បច្ចុប្បន្ន មិនទាន់ទទួលលិខិតឆ្លងដែន)</li> <li>▪ អតិថិជនថ្មី មិនទាន់មានគណនី ABA</li> <li>▪ សម្រាប់ការបើកតាម ABA Mobile ប៉ុណ្ណោះ</li> <li>▪ សម្រាប់ម្ចាស់គណនីឯកត្តជនប៉ុណ្ណោះ</li> </ul>		
<p><b>តម្រូវការ</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ មានលេខទូរស័ព្ទនៅកម្ពុជា ដែលមិនធ្លាប់បានចុះឈ្មោះប្រើ ABA Mobile ពីមុនមក</li> <li>▪ មានទូរស័ព្ទស្អាតហ្វូន ជាមួយការម៉ោងមានគុណភាព អាចថតរូបឯកសារអត្តសញ្ញាណ និងមុខម្ចាស់គណនីបានច្បាស់ត្រឹមត្រូវ</li> <li>▪ អាចបើកដំណើរការគណនីហ្វីស ក្នុងរយៈពេលកំណត់</li> <li>▪</li> </ul>		
<p><b>បណ្តាញបើកគណនី</b></p>	<p>ABA Mobile ប៉ុណ្ណោះ (មិនអាចបើកនៅតាមបញ្ជី)</p>		
<p><b>បណ្តាញចូលប្រើប្រាស់</b></p>	<p>ABA Mobile, ម៉ាស៊ីនដាក់ប្រាក់, ATM, និងបញ្ជី (ពេលត្រូវបានដំឡើងទៅជាគណនីស្តង់ដារ)</p>		
<p><b>ទឹកប្រាក់អប្បបរមា តម្កល់ពេលបើក</b></p>	<p>USD 0.00 ឬ KHR 0.00</p>		
<p><b>ទឹកប្រាក់អប្បបរមាត្រូវមានក្នុងគណនី</b></p>	<p>USD 0.00 ឬ KHR 0.00</p>		
<p><b>រូបិយប័ណ្ណ</b></p>	<p>USD ឬ KHR</p>		
<p><b>អត្រាការប្រាក់</b></p>	<p>មិនមានអត្រាការប្រាក់</p>		
<p><b>ការដាក់/ដកប្រាក់</b></p>	<p><b>ដាក់ប្រាក់<sup>1</sup></b></p>	<p><b>ដកប្រាក់<sup>2</sup></b></p>	
<p><b>កម្រិតកំណត់</b></p>	<p>កម្រិតអតិបរមាក្នុងមួយ ប្រតិបត្តិការ</p>	<p>ឥតកំណត់</p>	<p>USD 10,000 ឬ KHR 40,000,000</p>
	<p>កម្រិតអតិបរមាប្រចាំថ្ងៃ</p>	<p>ឥតកំណត់</p>	<p>USD 10,000 ឬ KHR 40,000,000</p>
	<p>កម្រិតអតិបរមាប្រចាំខែ (ខែនៃប្រតិទិន)</p>	<p>ឥតកំណត់</p>	<p>USD 50,000 ឬ KHR 200,000,000</p>

ឧបករណ៍ប្រើប្រាស់	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ABA Mobile</li> <li>▪ កាត<sup>3</sup></li> </ul>	
ចំនួនគណនី	2 គណនី ក្នុងរូបិយប័ណ្ណ 2 ផ្សេងគ្នា (ដុល្លារ និង រៀល)	
កម្រិតកំណត់សម្រាប់កាត	ក្នុងប្រទេស <sup>4</sup>	ក្រៅប្រទេស <sup>5</sup>
កម្រិតកំណត់មួយប្រតិបត្តិការ	USD 10,000 ឬសមមូល	USD 200
កម្រិតកំណត់ប្រចាំថ្ងៃ	USD 10,000 ឬសមមូល	USD 200
កម្រិតកំណត់ប្រចាំខែ	USD 50,000 ឬសមមូល	N/A
ចំនួនគណនីអនុញ្ញាត	2 គណនីប៉ុណ្ណោះ: (USD និង KHR) មិនរាប់បញ្ចូលគណនីកាលកំណត់ <sup>6</sup>	
ឆាប់បិទគណនី	គិតថ្លៃ USD 20 ឬ KHR 80,000 សម្រាប់ការបិទគណនី ក្នុងរយៈពេលណាមួយ អំឡុង 3 ខែដំបូង គិតចាប់ពីថ្ងៃបើក។	
ការបិទគណនី	សាខា ABA (អតិថិជន ត្រូវដក ឬប្រើប្រាស់ទឹកប្រាក់ក្នុងគណនីឲ្យសល់សូន្យមុនពេលបិទគណនី)	
ថ្លៃសេវា	សេវាថែទាំគណនីប្រចាំខែ	ឥតគិតថ្លៃ
	កម្មវិធីធនាគារតាមទូរស័ព្ទ	ឥតគិតថ្លៃ
	សៀវភៅធនាគារ <sup>7</sup>	មិនមានផ្តល់ជូន
	ថ្លៃសេវាគណនីមិនដំណើរការ <sup>8</sup>	USD 10 ឬ KHR 40,000 មួយឆ្នាំ
	លិខិតបញ្ជាក់សមតុល្យគណនី	មិនមានផ្តល់ជូន
សេវាកម្មដែលមាន	ប្រតិបត្តិការតាមបញ្ជូរ (ពេលត្រូវបានដំឡើងទៅជាគណនីស្តង់ដារ)	ដាក់ប្រាក់ តាមម៉ាស៊ីនដាក់ប្រាក់
	ស្នើកាត (ផ្លាស្ទិចកាត ឬ កាតនិម្មិត)	ផ្ទេរប្រាក់ទៅមក រវាងគណនី ABA
	ផ្ទេរប្រាក់ទៅមក រវាងកាបូបឌីជីថល របស់ក្រុមហ៊ុនផ្តល់សេវាទូទាត់ (PSP)	ទូទាត់តាម QR ក្នុងនាមជាអ្នកទិញ ឬអ្នកលក់ <sup>9</sup>
	ការទូទាត់វិក្កយបត្រ	សេវា E-Cash10
	បើកគណនីកាលកំណត់	

សេវាកម្មដែលបានហាមឃាត់ <sup>11</sup>	ការទទួលប្រាក់ពីក្រៅប្រទេស	ការផ្ទេរប្រាក់ទៅក្រៅប្រទេស
	ការផ្ទេរប្រាក់ ពីកាតទៅកាត	
បំលែងទៅជាគណនីស្តង់ដារ ដើម្បីប្រើប្រាស់សេវាកម្មពេញលេញ	អាចធ្វើបាននៅគ្រប់សាខារបស់ធនាគារ ABA គណនីហ្វីសនឹងអាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ពេញលេញភ្លាមៗបន្ទាប់ពីបំលែងរួច 12	

\*និងលក្ខខណ្ឌទាំងអស់អាចនឹងត្រូវកែប្រែតាមឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់ធនាគារ ABA ដោយមិនជម្រាបដំណឹងជាមុនឡើយ។

- អតិថិជន អាចដាក់ប្រាក់ តាមម៉ាស៊ីនដាក់ប្រាក់ និងបញ្ជូន ABA។
- អតិថិជន ត្រូវប្រើសេវា E-Cash សម្រាប់ដកប្រាក់ ឬធ្វើការទូទាត់តាមកម្មវិធីទូរស័ព្ទ។
- អាចអញ្ជើញទៅយកកាតនៅបញ្ជូនសាខា ឬតាមរយៈម៉ាស៊ីនបើកកាត។
- ក្នុងប្រទេស សំដៅលើការប្រើប្រាស់កាតដើម្បីធ្វើប្រតិបត្តិការនៅតាមហាង ឬកន្លែងលក់ដូរដែលស្ថិតក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។
- ក្រៅប្រទេស សំដៅដល់ការប្រើប្រាស់កាតដើម្បីធ្វើប្រតិបត្តិការនៅតាមហាង ឬកន្លែងលក់ដូរដែលស្ថិតនៅក្រៅប្រទេសកម្ពុជា។
- គណនី ២ ក្នុងរូបិយប័ណ្ណ 2 ផ្សេងគ្នា។
- មិនមានផ្តល់សៀវភៅធនាគារជូនទេ។ អតិថិជនត្រូវ ដំឡើងគណនីហ្វីសទៅជាគណនីស្តង់ដារសិន ទើបអាចទទួលបានសៀវភៅធនាគារ។
- ប្រព័ន្ធ នឹងទូទាត់ទឹកប្រាក់ USD ១០.០០ ឬ KHR ៤០,០០០ ដោយស្វ័យប្រវត្តិប្រសិនបើ គណនីមិនត្រូវបានប្រើប្រាស់ធ្វើប្រតិបត្តិការក្នុងរយៈពេលចាប់ពី ១២ខែឡើងទៅ។
- អតិថិជន អាចប្រើគណនី ដើម្បីបើកដំណើរការកម្មវិធី ABA Merchant សម្រាប់ទទួលបានការទូទាត់ក្នុងនាមជាអ្នកលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មផ្សេងៗ។
- សេវា E-cash គិតថ្លៃសេវា។ សូមអាន ខ និងលក្ខខណ្ឌសេវា E-Cash។
- អតិថិជន អាចប្រើប្រាស់សេវាកម្មពេញលេញ ក្រោយពីអតិថិជនបានដំឡើងគណនីហ្វីសទៅជាគណនីស្តង់ដារនៅសាខា។
- ABA Mobile នឹងអាចប្រើប្រាស់ពេញលេញ។ ការប្រើប្រាស់នៅតាមបញ្ជូននឹងត្រូវបានអនុញ្ញាតិនៅថ្ងៃបន្ទាប់។

➢ តើកូដ QR គឺជាអ្វី?

QR គឺជាអក្សរកាត់នៃពាក្យ Quick Response ដែលមានន័យថា ឆ្លើយតបរហ័ស (ហេតុដូច្នោះ ទូរស័ព្ទអាចចាប់កូដនេះបានយ៉ាងលឿនបំផុត) ។ កូដនេះ គេប្រើដើម្បីបញ្ជូនព័ត៌មានចូលក្នុងទូរស័ព្ទរបស់លោកអ្នក។ នៅពេលវាចូលដល់ក្នុងទូរស័ព្ទរបស់លោកអ្នកហើយ វាអាចនឹងបញ្ជូនលើវិបសាយ, បង្ហាញអក្សរ, ឬបង្ហាញព័ត៌មានលំអិតអំពីអ្វីដែលលោកអ្នកបានទិញហើយគ្រោងនឹងបង់ប្រាក់ជាដើម។



យើងប្រើប្រាស់ កូដ QR ដើម្បីឲ្យលោកអ្នកធ្វើការទូទាត់ពីទូរស័ព្ទរបស់លោកអ្នកផ្ទាល់នៅតាមហាង ឬកន្លែងលក់ដូរដែលជាដៃគូរបស់ ABA PAY ។ មធ្យោបាយនេះ មានភាពងាយស្រួល, សុវត្ថិភាព, និងលឿនជាងការចាយក្រដាសប្រាក់ ឬប្រើកាត! លើសពីនេះទៀត ការរក្សាព័ត៌មានពីការទូទាត់របស់លោកអ្នកទុកក្នុងទូរស័ព្ទ វាមានសុវត្ថិភាពជាងការយកក្រដាសប្រាក់ និងកាតតាមខ្លួនទៅគ្រប់ទីកន្លែង

➢ របៀបទូទាត់ជាមួយ ABA Mobile

- ជ្រើសរើស “ABA PAY” ពីក្នុងកម្មវិធី ABA Mobile សម្រាប់ការទូទាត់នៅហាង។
- សម្រាប់ការទូទាត់អនឡាញ សូមចូលទៅកាន់ទំព័រ Checkout របស់វិបសាយ ឬ App ដៃគូ។
- ស្វែនកូដ QR នៅលើអេក្រង់ម៉ាស៊ីន POS ឬ កូដ QR ដែលម្ចាស់ហាងបានត្រឹមចេញ។
- សម្រាប់ការទូទាត់អនឡាញ ជ្រើសរើស “ABA PAY” ជាវិធីទូទាត់លើទំព័រ Checkout។
- ជ្រើសរើសគណនី ឬកាត ដែលចង់ប្រើ រួចបញ្ជាក់ការទូទាត់។
- អ្នកនឹងទទួលបានការជូនដំណឹងភ្លាមៗ បន្ទាប់ពីធ្វើការទូទាត់ហើយ។

➢ តើលោកអ្នកអាចទូទាត់ដោយប្រើ ABA PAY បាននៅកន្លែងណាខ្លះ?



យើងកំពុងបង្កើតបញ្ជីហាងដែលលោកអ្នកអាចស្វែនកូដ QR ដើម្បីបង់ប្រាក់ជាមួយ ABA Mobile បាន។ យើងបានកំណត់កន្លែងហាងទាំងនោះនៅក្នុង កន្លែងទូទាត់តាម ABA PAY ហើយពេលនេះលោកអ្នកអាចទូទាត់ប្រាក់ជាមួយ ABA PAY នៅតាម ហាងជាង 200 កន្លែង (កំពុងបន្តកើនឡើង) នៅទូទាំងប្រទេស! បន្ថែមពីលើនេះទៀត ហាងមួយចំនួន

ផ្តល់ការបញ្ជូនតម្លៃដ៏សាកសមសម្រាប់លោកអ្នកផងដែរ។ ដើម្បីដឹងពីបញ្ជី  
ទាន់បច្ចុប្បន្នភាពបំផុត សូមចុចលើ កន្លែងទូទាត់តាម ABA PAY នៅ  
ក្នុងម៉ឺនុយ ខាងឆ្វេងនៃកម្មវិធី ABA Mobile របស់អ្នក។

➢ **ការទូទាត់តាម ABA QR**

ABA QR ទទួលប្រាក់ទូទាត់ និងប្រាក់ផ្ទេរពីអ្នកប្រើ ABA Mobile ក៏ដូចជាអតិថិជនធនាគារផ្សេងដែល  
ដំណើរការជាមួយ KHQR។

ដើម្បីទទួលប្រាក់ គ្រាន់តែបង្ហាញ ABA QR របស់អ្នក, ធ្វើជាលើងតាមកម្មវិធីលេងសារ ឬព្រីនបិទនៅកន្លែង  
ងាយស្រួលស្តែង ប្រសិនបើអ្នកទទួលប្រាក់ផ្ទេរញឹកញាប់។

➢ **អត្ថប្រយោជន៍សំខាន់ៗ**

- លឿន៖ មិនចាំបាច់បញ្ចូលលេខអ្នកទទួល
- ស្រួល៖ គ្រាន់តែស្តែងកូដ QR ឬចុចលើដើម្បីផ្ទេរ
- សុវត្ថិភាព៖ មិនចាំបាច់ប្រាប់លេខគណនី ABA ទៅអ្នកដទៃ ឬអ្នកផ្ញើ។

➢ **របៀបភ្ជាប់គណនីទទួល សម្រាប់ ABA QR?**

- ដើម្បីប្រើប្រាស់មុខងារ ABA QR ក្នុងការទទួលប្រាក់អ្នកគួរភ្ជាប់គណនីទទួលដូចខាងក្រោម៖
- បើកកម្មវិធី ABA Mobile ហើយចុចសញ្ញាពណ៌ក្រហម (ប៊ូតុង ABA QR) នៅជ្រុងស្តាំខាងលើ នៃអេក្រង់
  - ចុច បើកឥឡូវ ហើយជ្រើសរើសគណនីដើម្បីភ្ជាប់
  - បញ្ចូលលេខសម្ងាត់ 4ខ្ទង់ ដើម្បីបញ្ជាក់ ពេលនោះ ABA QR របស់អ្នកនឹងត្រូវបង្កើតរួចរាល់។
    1. មាននៅលើ ABA Mobile ដែលអាចដេតចុងក្រោយ។ សូមប្រាកដថា អ្នកបានដេតកម្មវិធីរបស់អ្នកនៅលើ app store។
    2. អ្នកអាចផ្លូវ ឬបិទគណនីទទួលបានគ្រប់ពេល។

**របៀបទទួលប្រាក់ដោយប្រើ ABA QR**

➢ **តាម QR**

ពេលនៅជិតអ្នកផ្ញើ សូមបើក ABA Mobile របស់អ្នក ហើយចុចប៊ូតុង ABA QR ឲ្យកូដបង្ហាញលើអេក្រង់  
ដើម្បីអ្នកផ្ញើ អាចស្តែងបង់ប្រាក់តាម ABA Mobile របស់អ្នកបាន។

➢ **តាមលើងផ្ទេរប្រាក់**

ប្រសិនបើអ្នកចង់ទទួលបានប្រាក់ពីអ្នកផ្ញើ ដែលមិននៅជិតអ្នក អ្នកអាចផ្ញើ ABA QR ជាលីង ដោយចុចលើសញ្ញា ផ្ញើកូដខាងក្រោម ABA QR របស់អ្នក។ ជ្រើសរើសបណ្តាញផ្ញើសារ ឬឆាត ណាមួយដែលអ្នកចង់ប្រើ ហើយផ្ញើកូដជាលីង។ អ្នកផ្ញើ ត្រូវចុចលើលីង ឲ្យ ABA Mobile របស់គេបើកដោយស្វ័យប្រវត្តិ ហើយធ្វើការផ្ទេរ។

**របៀបផ្ញើប្រាក់តាម ABA QR**

**➢ តាម QR**

ស្ថានភាព ABA QR របស់អ្នកទទួលជាមួយ ABA Mobile របស់អ្នក ដាក់ចំនួនត្រូវផ្ញើ ហើយបញ្ចូលលេខសម្ងាត់ 4ខ្ទង់ ABA Mobile របស់អ្នក ដើម្បីបញ្ជាក់ជាការស្រេច។



**➢ តាមលីងផ្ទេរប្រាក់**

ចុចលើលីង ABA QR របស់អ្នកទទួល ដែលគេផ្ញើមកតាមឆាត ឬ messenger ឬ អ៊ីមែល ពេលនោះ ABA Mobile របស់អ្នក នឹងបើកដោយស្វ័យប្រវត្តិ។ ដាក់ចំនួនផ្ទេរ និងបញ្ចូលលេខសម្ងាត់ 4ខ្ទង់របស់ ABA Mobile ជាការស្រេច។



**➢ ទូទាត់វិក្កយបត្រ**

ជាមួយនឹងកម្មវិធី ABA Mobile លោកអ្នកនឹងអាចប្រើប្រាស់សេវាទូទាត់វិក្កយបត្របានយ៉ាងទូលំទូលាយ។ សេវាកម្មនេះត្រូវបាននាំមកជូនលោកអ្នកដោយឥតគិតថ្លៃ និងផ្តល់ឲ្យអ្នកនូវភាពរហ័សទាន់ចិត្ត និងវិធីសាស្ត្រដ៏ងាយស្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់សម្រាប់ការបង់វិក្កយបត្ររបស់អ្នក។

នៅលើទំព័រនេះ លោកអ្នកនឹងរកឃើញការរៀបរាប់ជាជំហានៗពីរបៀបក្នុងការបង់វិក្កយបត្រតាមរយៈកម្មវិធីទូរស័ព្ទដៃ និងថាតើអ្នកផ្តល់សេវាកម្មណាខ្លះដែលអ្នកអាចប្រើប្រាស់បានជាមួយនៅក្នុងកម្មវិធីនេះផងដែរ។

**➢ តើធ្វើដូចម្តេចដើម្បីបានប្រើប្រាស់សេវាកម្មនេះ?**

អតិថិជនធនាគារ ABA អាចទាញយកកម្មវិធីចល័តបានយ៉ាងងាយស្រួល និងប្រើប្រាស់កម្មវិធីនេះដោយឥតគិតថ្លៃ។ សូមប្រើប្រាស់លីងខាងក្រោមដើម្បីទាញយកកម្មវិធីនេះពី AppStore នៅក្នុងទូរស័ព្ទស្នាមប្រដាប់របស់អ្នក៖



ប្រសិនបើអ្នកមិនទាន់ក្លាយជាអតិថិជននៅឡើយទេ អ្នកអាចអញ្ជើញទៅកាន់សាខាធនាគារ ABA ណាមួយដែលនៅជិតផ្ទះរបស់អ្នកបំផុតដើម្បីជួបជាមួយប្រធានផ្នែកទំនាក់ទំនងរបស់យើង ហើយបង្កើតគណនីរបស់អ្នកមួយ។ លោកអ្នកអាចហៅទូរស័ព្ទមកកាន់យើងតាមរយៈលេខ 023 225 333 បានផងដែរ។

**➢ ជំហានងាយៗ ដើម្បីប្រើសេវានេះ**

នេះជាជំហានងាយៗទាំង 3 ដើម្បីទូទាត់វិក្កយបត្រតាមរយៈកម្មវិធីទូរស័ព្ទ ABA៖

1. ចុះឈ្មោះចូលទៅក្នុងកម្មវិធីហើយជ្រើសយក "ការទូទាត់"
2. ជ្រើសរើសប្រភេទវិក្កយបត្រដែលត្រូវបង់ និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវារបស់អ្នក
3. ទូទាត់វិក្កយបត្ររបស់អ្នក!

**២. ការទូទាត់លើសេវាកម្ម**

នេះគឺជាសេវាកម្មដែលបច្ចុប្បន្ននេះត្រូវបានផ្តល់ដោយកម្មវិធីទូរស័ព្ទដៃ។



**បញ្ចូលលុយទូរស័ព្ទ**

នេះគឺជាសេវាកម្មដែលបច្ចុប្បន្ននេះត្រូវបានផ្តល់ដោយកម្មវិធីទូរស័ព្ទដៃ។



**ទូទាត់វិក្កយបត្រអគ្គិសនី**



**ទូទាត់វិក្កយបត្រទឹក**



**ទូទាត់វិក្កយបត្រថ្លៃសំរាម**

ប្រើកម្មវិធី ABA Mobile ដើម្បីបង់ថ្លៃសំរាមរបស់អ្នក។ ឥឡូវ សេវានេះមាន

មាននៅសៀមរាបផងដែរ។



បង់ថ្លៃអ៊ីនធឺណិត និងទូរទស្សន៍



បង់ថ្លៃសាលា



បង់ថ្លៃសេវាសាធារណៈ



បង់រំលស់ផ្ទះរបស់អ្នក



បង់បុព្វលាភរ៉ាប់រងរបស់អ្នក

ការពារអនាគតរបស់អ្នក ឬមនុស្សជាទីស្រឡាញ់របស់អ្នក ដោយបង់បុព្វ



លាភរ៉ាប់រង ត្រឹមតែចុចពីរបីឃ្លីក។ ក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងនឹងបន្តកើនឡើង  
ជាបន្តបន្ទាប់ទៀត!



**ទូទាត់ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ**

ងាយស្រួលបង់ប្រាក់កម្ចី និងសេវាហិរញ្ញវត្ថុជូនធនាគារ និងគ្រឹះស្ថានហិរញ្ញ  
វត្ថុដទៃ។



**បង់លុយថ្លៃសំបុត្រធ្វើដំណើររបស់អ្នក**

ឥឡូវនេះអ្នកអាចបង់លុយថ្លៃសំបុត្រធ្វើដំណើរបានគ្រប់ពេលវេលា គ្រប់ទី  
កន្លែងតាម ABA Mobile។

**បង់ថ្លៃសមាជិកភាព និងថ្លៃភ្ជាប់សេវាប្រចាំ**



ជៀសវាងបញ្ហាខកខាន មិនបានបង់ថ្លៃសមាជិកភាព និងថ្លៃភ្ជាប់សេវាប្រចាំ  
ទាន់ពេលវេលា សូមប្រើ ABA Mobile ដើម្បីទូទាត់ ដោយចំណាយពេល  
តែប៉ុន្មានវិនាទីប៉ុណ្ណោះ។

**សង្គ្រោះជីវិតអ្នកដែលកំពុងត្រូវការជំនួយ**



ជាមួយ ABA Mobile តិចក្តី ច្រើនក្តី អ្នកអាចបរិច្ចាគបានយ៉ាងងាយស្រួល  
ដើម្បីជួយអ្នកដែលកំពុងខ្វះខាត ឬត្រូវការជំនួយរបស់អ្នក។

**ទូទាត់ល្បឿន មិនប៉ះពាល់ពេលវេលាអាជីវកម្មរបស់អ្នក**



ទូទាត់ល្បឿន ស្រួល សុវត្ថិភាព ជូនដៃគូផ្គត់ផ្គង់ តាម ABA Mobile។

**៣. សេវា E-Cash**

កម្មវិធី ABA Mobile ក៏នាំមកជូនលោកអ្នកនូវសេវា E-Cash ផងដែរ។ ជាវិធីងាយស្រួលហើយមានសុវត្ថិភាពក្នុងការផ្ញើប្រាក់ទៅកាន់មិត្តភក្តិគ្រួសារ ឬក៏ ខ្លួនឯងផ្ទាល់តាមរយៈទូរស័ព្ទ។ ចំណុចពិសេសនោះ គឺថា អ្នកមិនចាំបាច់មានកាតធនាគារដើម្បីធ្វើការដកប្រាក់នោះឡើយ។

**ក. លក្ខខណ្ឌ**

តារាងទី៤៖ លក្ខខណ្ឌក្នុងការប្រើសេវា E-Cash

លក្ខខណ្ឌតម្រូវ	អតិថិជនដែលប្រើកម្មវិធី ABA Mobile
គណនីដែលប្រើបាន	គណនីចរន្ត ឬ គណនីសន្សំណាមួយ (លើកលែងគណនីបញ្ជើកំណត់)
រូបិយប័ណ្ណ	ប្រាក់ដុល្លារ ឬ ប្រាក់រៀល
ចំនួនទឹកប្រាក់តិចបំផុតក្នុងមួយប្រតិបត្តិការ	100 ដុល្លារ ឬ 50,000 រៀល
ចំនួនទឹកប្រាក់ច្រើនបំផុតក្នុងមួយប្រតិបត្តិការ	1,000 ដុល្លារ ឬ 2,000,000 រៀល
លក្ខខណ្ឌនៃការគិតថ្លៃសេវា	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ថ្លៃសេវាមិនអាចប្រគល់ត្រលប់មកវិញបានទេ (ប្រសិនបើអតិថិជន <i>មិនបាន</i> ដកប្រាក់ពីម៉ាស៊ីន ATM ក្នុងរយៈពេល 24 ម៉ោង)</li> <li>▪ ចំនួនទឹកប្រាក់តាម E-Cash (ចំនួនប្រាក់ដើម) ប្រគល់ត្រលប់ទៅវិញ ប្រសិនបើអតិថិជនមិនដក</li> </ul>

	ប្រាក់ពីម៉ាស៊ីន ATM ក្នុងរយៈពេល 24 ម៉ោង
សុពលភាពលេខកូដ E-Cash	24 ម៉ោង
ចំនួនទឹកប្រាក់កំណត់សំរាប់ប្រតិបត្តិការ (ក្នុងមួយថ្ងៃ)	3,000 ដុល្លារ ឬ 12,000,000 រៀល

\* លក្ខខណ្ឌទាំងអស់ត្រូវអនុវត្តតាមឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់ធនាគារ ABA ដោយមិនចាំបាច់ជូនដំណឹងជាមុន។

**ខ. ថ្លៃសេវាជាប្រាក់រៀល**

**តារាងទី៥៖ ថ្លៃសេវាជាប្រាក់រៀលក្នុងការប្រើសេវា E-Cash**

ចំនួនសាច់ប្រាក់ជាប្រាក់រៀល	ថ្លៃសេវា
50,000 – 400,000	400
450,000 – 500,000	500
550,000 – 600,000	600
650,000 – 700,000	700
750,000 – 800,000	800
850,000 – 900,000	900
950,000 – 1,000,000	1,000
1,050,000 – 1,100,000	1,100
1,150,000 – 1,200,000	1,200
1,250,000 – 1,300,000	1,300
1,350,000 – 1,400,000	1,400

1,450,000 – 1,500,000	1,500
1,550,000 – 1,600,000	1,600
1,650,000 – 1,700,000	1,700
1,750,000 – 1,800,000	1,800
1,850,000 – 1,900,000	1,900

\* ដកបានតែក្រដាស 50,000 រៀល ប៉ុណ្ណោះច្រើនបំផុត 2,000,000 រៀល ក្នុងមួយប្រតិបត្តិការ

**គ. ថ្លៃសេវាជាប្រាក់ដុល្លារ**

តារាងទី៦៖ ថ្លៃសេវាជាប្រាក់ដុល្លារក្នុងការប្រើសេវា E-Cash

ចំនួនសាច់ប្រាក់គិតជាដុល្លារ	សេវា
100	0.10
200	0.20
300	0.30
400	0.40
500	0.50
600	0.60
700	0.70
800	0.80
900	0.90
1,000	1.00

\* ដកបានតែក្រដាស 100 ដុល្លារប៉ុណ្ណោះ។

**ឃ. របៀបប្រើសេវា E-Cash និងរបៀបដកសាច់ប្រាក់**

ដើម្បីដកសាច់ប្រាក់តាមរយៈសេវាកម្ម E-Cash អ្នកទទួលត្រូវតែអនុវត្តន៍ដូចខាងក្រោម៖

- ទៅកាន់ ATM ណាមួយរបស់ធនាគារ ABA ដែលនៅជិតអ្នក
- ចុចប៊ូតុង “Accept” ឬ “Enter” ដើម្បីដំណើរការ ATM
- ជ្រើសរើសភាសា
- ចុចប៊ូតុង អ៊ីខេស ដែលមាននៅលើអក្រុង
- ជ្រើសរើសប្រភេទរូបិយបណ្ណ (ដុល្លារ ឬរៀល)
- វាយបញ្ចូលចំនួនទឹកប្រាក់ដូចគ្នានឹងទឹកប្រាក់ដែលបានធ្វើ
- វាយបញ្ចូលលេខសម្ងាត់ទាំង 6ខ្ទង់ របស់ E-Cash។

**៤. ផ្ទេរពី ABA ទៅ បាគង**

ធនាគារ ABA គឺជាសមាជិកនៃប្រព័ន្ធទូទាត់តាមទូរស័ព្ទចល័តបាគងដែលផ្តួចផ្តើមដោយធនាគារជាតិ នៃកម្ពុជា។ ស្ថិតក្រោមសមាជិកភាពនេះអតិថិជនរបស់ធនាគារ ABA អាចធ្វើ និងទទួលប្រាក់រវាងកម្មវិធីទូរស័ព្ទ ដៃ ABA និងកម្មវិធីទូរស័ព្ទដៃបាគង ផ្ទេរប្រាក់ទៅកាន់ធនាគារក្នុងស្រុក (សមាជិកបាគង) ព្រមទាំងអាចប្រើកូដ QR ដើម្បីទទួល និងទូទាត់ប្រាក់សម្រាប់ផលិតផល និងសេវាកម្មផ្សេងៗ។

**ក. របៀបធ្វើប្រាក់ទៅធនាគារក្នុងស្រុកតាមរយៈបាគងនៅក្នុងកម្មវិធីទូរស័ព្ទដៃ ABA**

- បើកកម្មវិធី ABA Mobile ហើយចុចលើប៊ូតុង ផ្ទេរប្រាក់
- ជ្រើសយក ផ្ទេរប្រាក់ ទៅ ធនាគារក្នុងស្រុក - បាគង
- ចុចយកគណនី ABA ដើម្បីធ្វើការផ្ទេរប្រាក់ចេញ
- ជ្រើសយកធនាគារអ្នកទទួលប្រាក់ និង បញ្ចូលលេខគណនីរបស់អ្នកទទួល
- ជ្រើសរើសយកប្រាក់រៀល ឬដុល្លារអាមេរិកជារូបិយប័ណ្ណនៃការផ្ទេរប្រាក់
- បញ្ចូលចំនួនទឹកប្រាក់ ហើយបញ្ជាក់ពីប្រតិបត្តិការជាមួយលេខសម្ងាត់នៃគណនី ABA របស់អ្នក។

**ខ. បញ្ជីសមាជិកបាគង**

**ព័ត៌មានបន្ថែម**

- អតិថិជន ABA អាចធ្វើប្រាក់ទៅធនាគារផ្សេងៗទៀត (សមាជិកបាគង) រហូតដល់ 200,000,000 រៀល / 50,000 ដុល្លារអាមេរិក ក្នុងមួយប្រតិបត្តិការ និងក្នុងមួយថ្ងៃ។
- អតិថិជន ABA អាចទទួលបានប្រាក់ពីធនាគារផ្សេងៗទៀត (សមាជិកបាគង) រហូតដល់ 200,000,000 រៀល / 50,000 ដុល្លារអាមេរិក ក្នុងមួយប្រតិបត្តិការ និងក្នុងមួយថ្ងៃ។
- ការផ្ទេរប្រាក់ចូលទាំងអស់ពីធនាគារផ្សេងៗទៀត (សមាជិកបាគង) មិនគិតថ្លៃសេវាទេ។

**គ. របៀបធ្វើប្រាក់ទៅកាបូបអេឡិកត្រូនិកបាគងតាមរយៈកម្មវិធីទូរស័ព្ទដៃ ABA៖**

- បើកកម្មវិធី ABA Mobile ហើយចុចលើប៊ូតុង ផ្ទេរប្រាក់
- ជ្រើសយក ផ្ទេរប្រាក់ ទៅ គណនីបាគង
- ចុចយកគណនី ABA ដើម្បីធ្វើការផ្ទេរប្រាក់ចេញ
- បញ្ចូលលេខគណនីបាគងរបស់អ្នកទទួល
- ជ្រើសរើសយកប្រាក់រៀល ឬដុល្លារអាមេរិកជាប្រភេទប័ណ្ណនៃការផ្ទេរប្រាក់
- បញ្ចូលចំនួនទឹកប្រាក់ ហើយបញ្ជាក់ពីប្រតិបត្តិការជាមួយលេខសម្ងាត់នៃគណនី ABA របស់អ្នក។

**ឃ. ថ្លៃសេវាធ្វើប្រាក់ទៅកាបូបអេឡិកត្រូនិកបាគងតាមរយៈកម្មវិធីទូរស័ព្ទដៃ ABA**

តារាងទី៦៖ ថ្លៃសេវាធ្វើប្រាក់ទៅកាបូបអេឡិកត្រូនិកបាគងតាមរយៈកម្មវិធីទូរស័ព្ទដៃ ABA

ប្រភេទប័ណ្ណ	ចំនួន	ថ្លៃសេវា
ប្រាក់រៀល	4,000 - 200,000	មិនគិតថ្លៃ
	200,100 - 2,000,000	2,000
	2,000,100 - 4,000,000	4,000
ប្រាក់ដុល្លារ	1 - 50	មិនគិតថ្លៃ
	50.01 - 500	0.5

	500.01 - 1,000	1.00
<b>រូបិយប័ណ្ណ</b>	<b>កំណត់/ថ្ងៃ</b>	<b>កំណត់/ខែ</b>
ប្រាក់រៀល	10,000,000	80,000,000
ប្រាក់ដុល្លារ	2,500	20,000

**ង. របៀបទទួលប្រាក់ពីកាបូបអេឡិចត្រូនិកបាតងទៅគណនី ABA:**

- បើកកម្មវិធី បាតង ហើយចុចលើប៊ូតុង ដាក់ប្រាក់
- ជ្រើសយក ធនាគារខ្សែ៖ អាស៊ី ចំកាត់ (ABA Bank)
- បញ្ចូលលេខគណនី ABA របស់អ្នកបញ្ចូលចំនួនទឹកប្រាក់ដែលអ្នកចង់ផ្ទេរ
- បញ្ជាក់ពីប្រតិបត្តិការជាមួយលេខសម្ងាត់នៃគណនីបាតងរបស់អ្នក។

**ឆ. និយ័តន៍ និងជកប្រាក់**

អ្នកប្រើប្រាស់កម្មវិធីបាតងអាចចូលទៅកាន់ សេវាអតិថិជនប្រចាំការិយាល័យកណ្តាល របស់ធនាគារ ABA ដែលស្ថិតនៅតាមបណ្តោយមហាវិថីព្រះសីហនុក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ដើម្បីដាក់ប្រាក់ ឬដកប្រាក់ ពីកាបូបអេឡិចត្រូនិកបាតងរបស់អ្នកដោយគិតថ្លៃសេវាដូចខាងក្រោម៖

**តារាងទី៧៖ ការដាក់ប្រាក់ទៅក្នុងកាបូបអេឡិចត្រូនិកបាតង**

រូបិយប័ណ្ណ	ចំនួនប្រាក់ដាក់ក្នុងមួយលើក	ថ្លៃសេវា
រៀល	0 – 1,996,000	2,000
	2,000,000 – 5,996,000	4,000
	6,000,000 – 10,000,000	6,000
ដុល្លារ	0 - 499	0.50

	500 - 1,499	1.00
	1,500 - 2,500	1.50

**តារាងទី៨៖ ការដកប្រាក់ពីក្នុងកាបូបអេឡិចត្រូនិកបាតង**

រូបិយប័ណ្ណ	ចំនួនប្រាក់ដកក្នុងមួយលើក	ថ្លៃសេវា
រៀល	0 - 2,000,000	2,000
ដុល្លារ	0 - 500	0.50

**៦. កម្ចីប្រាក់បៀវត្ស**

ធនាគារ ABA សូមណែនាំ កម្ចីប្រាក់បៀវត្ស នៅក្នុងកម្មវិធី ABA Mobile សម្រាប់អ្នកដែលមានគណនីប្រាក់ខែ១ ជាមួយធនាគារ ABA ដើម្បីទទួលបានការប្រើសាច់ប្រាក់បន្ទាន់ពីលើប្រាក់ខែរបស់ពួកគេ។ ប្រាក់កម្ចីត្រូវបានផ្តល់ជូនភ្លាមៗ ដែលមានរយៈពេលសងរហូតដល់ 12 ខែក្នុងអត្រាការប្រាក់សមរម្យ ដោយមិនគិតថ្លៃសេវាសិក្សាសំណុំលិខិត និងទ្រព្យតម្កល់។

ក្រុមហ៊ុនដែលកំពុងប្រើសេវាបើកប្រាក់បៀវត្ស ABA រួចហើយ គួរតែទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីមុខងារថ្មីនេះ ដោយចុះហត្ថលេខាលើអនុស្សរណៈនៃការយោគយល់គ្នាលើ កម្ចីប្រាក់បៀវត្សជាមួយធនាគារ ABA។ សូមទូរស័ព្ទទៅលេខ 1 800 203 203 ឬអ៊ីមែល [info@ababank.com](mailto:info@ababank.com) សម្រាប់ការណាត់ជួប។

**ក. អត្ថប្រយោជន៍សំខាន់ៗ**

- ទទួលបានសាច់ប្រាក់បន្ទាន់ពីធនាគារ ABA ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានវិនាទី
- រីករាយជាមួយប្រាក់កម្ចី ភ្លាមៗ ដោយគ្មានទ្រព្យតម្កល់ និងថ្លៃសេវាសិក្សាសំណុំលិខិត
- ខ្ចីបានរហូតដល់ 50% នៃប្រាក់បៀវត្សប្រចាំខែ២ ជាមួយរយៈពេលសងពី 1 ទៅ 12 ខែ
- ទទួលបានប្រាក់កម្ចីជា រូបិយប័ណ្ណដុល្លារ ឬ រៀលជាមធ្យមនៃប្រាក់ខែសុទ្ធពីរខែចុងក្រោយ (អប្បបរមា 100 ដុល្លារ) ផ្អែកលើរូបិយប័ណ្ណគណនីប្រាក់ខែ។



## ខ. របៀបទទួលបានកម្ចីប្រាក់បៀវត្ស

ដើម្បីទទួលបានកម្ចីប្រាក់បៀវត្ស:

- បើកកម្មវិធី ABA ហើយចុចលើប៊ូតុង កម្ចី លើអេក្រង់ដើម
- ជ្រើសរើស កម្ចីលើប្រាក់បៀវត្ស ហើយ យល់ព្រមតាមខ និងលក្ខខណ្ឌ
- កំណត់ទឹកប្រាក់4 និងរយៈពេលសងកម្ចី5 ដោយរំកិលប៊ូតុង
- ចុច យកកម្ចី ហើយបញ្ជាក់ជាមួយលេខសម្ងាត់ ABA 4 ខ្ទង់។ បន្ទាប់ពីកម្ចីត្រូវបានចេញដោយជោគជ័យ អ្នកអាចដោនទ្រូតកិច្ចព្រមព្រៀងកម្ចី ហើយរក្សាទុកវានៅលើស្ថាប័នរបស់អ្នកសម្រាប់ជាឯកសារយោងនាពេលអនាគត។
- 4 អ្នកអាចខ្ចីរហូតដល់ 50% នៃប្រាក់ខែសុទ្ធពីខែចុងក្រោយរបស់អ្នក (អប្បបរមា 100 ដុល្លារអាមេរិក) 5 ពី 1 ទៅ 12 ខែ។

### តារាងទី៩៖លក្ខខណ្ឌចម្បងៗដើម្បីទទួលបានកម្ចីប្រាក់បៀវត្ស

លក្ខខណ្ឌទទួលបានកម្ចី	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ អាយុចាប់ពី 18 ឆ្នាំឡើងទៅ</li> <li>▪ ទទួលបានប្រាក់ខែតាម ABA ចាប់ពីបីខែជាប់ គ្នាឡើងទៅ។</li> <li>▪ គ្មានកាតព្វកិច្ចហិរញ្ញវត្ថុដែលរង់ចាំការទូទាត់ តាមការបញ្ជាក់ពីនិយោជក។</li> <li>▪ រក្សាគណនីផ្ទាល់ខ្លួនយ៉ាងហោចណាស់មួយ (សន្សំ, ចរន្ត) ដើម្បីទទួលបានប្រាក់ខែ។</li> <li>▪ ជាអ្នកប្រើកម្មវិធី ABA Mobile មានដំណើរការធម្មតា។</li> <li>▪ កំណត់ត្រារបាយការណ៍ឥណទានស្អាត។</li> </ul>
រូបិយប័ណ្ណ	ដុល្លារអាមេរិក ឬរៀល (អាស្រ័យលើរូបិយប័ណ្ណប្រាក់ខែរបស់អ្នកខ្ចី)
រយៈពេលកម្ចី	ពី 1 ដល់ 12 ខែ
ទ្រព្យតម្កល់	មិនចាំបាច់
រយៈពេលសងកម្ចី	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ បង់រំលោះប្រចាំខែនៃប្រាក់ដើម និងការប្រាក់ (EMI);</li> <li>▪ ការទូទាត់សងវិញធ្វើឡើងតាមកុំព្យូទ័រ ហើយគណនាចាប់ពីខែដែល</li> </ul>

	ប្រាក់កម្ចីត្រូវបានផ្តល់ជូន។
ថ្ងៃសងកម្ចី	រៀងរាល់ថ្ងៃទី 5 នៃខែនីមួយៗ
អត្រាការប្រាក់	14.4% ក្នុងមួយឆ្នាំ
ថ្លៃសិក្សាសំណុំលិខិត	គ្មាន
ប្រាក់ពិន័យលើការបង់មុនថ្ងៃកំណត់	
កម្រៃសន្យា	
ប្រាក់ពិន័យលើការបង់យឺត	3% មួយឆ្នាំលើទឹកប្រាក់ត្រូវបង់ (បន្ថែមជាមួយ ការប្រាក់កម្ចីប្រាក់បៀវត្ស)
ចំនួនកម្ចី	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ អប្បបរមា 100 អាមេរិក ឬ</li> <li>▪ រហូតដល់ 50% នៃប្រាក់ខែពីរខែចុងក្រោយ</li> </ul>
ការផ្តល់ប្រាក់កម្ចី	ផ្តល់ជូនដោយស្វ័យប្រវត្តិទៅក្នុងគណនីផ្ទាល់ខ្លួនដែលប្រើសម្រាប់បើកប្រាក់ខែ
លក្ខខណ្ឌផ្សេងទៀត	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ប្រាក់កម្ចីអាចខ្ចីបានឡើងវិញ ប្រសិនបើលក្ខខណ្ឌនៃចំនួនប្រាក់កម្ចីត្រូវបានបំពេញ។</li> <li>▪ ប្រាក់កម្ចីថ្មីនឹងត្រូវផ្តល់ជូនដោយស្វ័យប្រវត្តិ ដោយឡែកពីគ្នាជាមួយលក្ខខណ្ឌនៃការទូទាត់សងដាច់ដោយឡែក។</li> <li>▪ អ្នកខ្ចី ត្រូវតែបំពេញការងារជូននិយោជកដែលបានចុះហត្ថលេខាលើអនុស្សរណៈនៃការយោគយល់គ្នា<sup>7</sup> ជាមួយ ABA ។</li> </ul>
ពាក្យស្នើសុំកម្ចី	ABA Mobile
ការទូទាត់សងកម្ចី	
ការសងផ្តាច់មុនកំណត់	
លក្ខខណ្ឌទូទាត់សងកម្ចី	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ការបង្កកដោយស្វ័យប្រវត្តិនៃចំនួនសងកម្ចី (ដូចបានកំណត់ដោយរយៈពេលសងកម្ចី) នៅពេលដែលប្រាក់បៀវត្សត្រូវបានបញ្ចូលទៅក្នុងគណនី។</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>ការកាត់ដោយស្វ័យប្រវត្តិពីគណនីប្រាក់ខែនៅថ្ងៃទូទាត់សងកម្ចី។</li> </ul>
កាលវិភាគសងកម្ចី	អាចដោនទ្បូតបានពី ABA Mobile
សេវាវាយការណ៍ឥណទាន	0.5 ដុល្លារ ក្នុងមួយសំណើ ដោយត្រូវបានគិតប្រាក់ជាមុន
ការបង់ផ្តាច់កម្ចីបន្ទាន់ <sup>១</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>នៅពេលដែល MOU រវាងនិយោជក និង ABA ត្រូវបានលុបចោល។</li> <li>នៅពេលអ្នកខ្ចីលាវែងពីកន្លែងការងារបច្ចុប្បន្ន។</li> <li>នៅពេលអ្នកខ្ចីបំពានលក្ខខណ្ឌនៃកិច្ចព្រមព្រៀងកម្ចី។</li> <li>នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនឈប់បើកប្រាក់បៀវត្សតាមធនាគារ ABA ។</li> </ul>

- លទ្ធផលការិយាល័យឥណទានកម្ពុជា (CBC) មិនត្រូវបង្ហាញពីប្រវត្តិនៃការសងប្រាក់វិញមិនល្អ ក្រៅពីកម្រិតទទួលបានដែលកំណត់ដោយ ABA ។
- និយោជក សំដៅលើនីតិបុគ្គល/រូបវន្តបុគ្គលដែលប្រើសេវាបើកប្រាក់បៀវត្ស ABA និងចុះហត្ថលេខាលើអនុស្សរណៈនៃការយោគយល់គ្នាជាមួយធនាគារ ABA ដើម្បីផ្តល់កម្ចីប្រាក់បៀវត្សដល់បុគ្គលិករបស់ខ្លួន។
- ការបង់ផ្តាច់កម្ចីបន្ទាន់សំដៅលើតម្រូវការដែលធ្វើឡើងដោយ ABA លើអ្នកខ្ចីដើម្បីទូទាត់ប្រាក់កម្ចីភ្លាមៗដោយហេតុផលដែលបានកំណត់។

**គ. លក្ខខណ្ឌទទួលបាន**

អ្នកប្រើប្រាស់ ABA Mobile ទាំងអស់ មានអាយុចាប់ពី 18 ឆ្នាំឡើងទៅ កំពុងបម្រើការងារនៅក្រុមហ៊ុន ដែលប្រើសេវាបើកប្រាក់ខែ ABA9 ហើយបានចុះហត្ថលេខាលើអនុស្សរណៈនៃការយោគយល់គ្នាជាមួយធនាគារ ABA លើកម្ចីប្រាក់បៀវត្ស។

**សំខាន់៖** ប្រសិនបើអ្នកខ្ចីបានឈប់ពីការងារ កម្ចីនឹងត្រូវបង់ផ្តាច់បន្ទាន់ដោយស្វ័យប្រវត្តិ។ កម្ចីបង់ផ្តាច់បន្ទាន់មានន័យថា អ្នកខ្ចីតម្រូវឲ្យបង់ផ្តាច់ទឹកប្រាក់កម្ចីដែលនៅសល់។

**២.៣.១.២. ឥរិយាបថផ្ទាល់ខ្លួននៅលើផ្លែកបម្រើអតិថិជន**

ក្នុងនាមជាគ្រឹះស្ថានដែលបន្តវិវឌ្ឍន៍ឈានមុខគេផ្នែកសេវាធនាគារតាមទូរស័ព្ទ ABA មានមោទនភាពសូមណែនាំជូនលោកអ្នកនូវមុខងារថ្មីមួយគឺ ABA PAY ដែលជាមធ្យោបាយទូទាត់មិនប្រើសាច់ប្រាក់ដ៏ទំនើប,

មានសុវត្ថិភាព, និងឆាប់រហ័ស ដោយប្រើកូដ QR។ ជាមួយ ABA PAY លោកអ្នកអាចទូទាត់ផ្ទាល់តាម ទូរស័ព្ទដៃ ដោយមិនចាំបាច់ប្រើក្រដាសប្រាក់នៅតាមហាង, ភោជនីយដ្ឋាន ឬ តាមអនឡាញបាន!

មុខងារថ្មីនេះ បង្កើតឡើងដើម្បីផ្តល់ភាពងាយស្រួល ដោយលោកអ្នកមិនចាំបាច់ពិបាកគិតពីរឿង បញ្ចូលទឹកប្រាក់ក្នុងគណនីញឹកញាប់ឡើយ។ គ្រប់ប្រតិបត្តិការជាមួយ ABA PAY ទឹកប្រាក់នឹងត្រូវកាត់ចេញ ផ្ទាល់ពីគណនី ឬកាត ABA របស់លោកអ្នកតែម្តង។

**២.៣.១.៣. ការវិនិច្ឆ័យប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈលើផ្នែកមួយនៃការបម្រើសេវាកម្ម**

វិស័យធនាគារ ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាវិស័យដែលលក់នូវសេវាកម្ម ដូច្នេះហើយគ្រប់ធនាគារទាំងអស់ តែងតែរកនូវវិធី ដើម្បីពង្រឹងគុណភាពសេវាកម្មរបស់ខ្លួន។ ជារៀងរាល់ឆ្នាំ ផ្នែកធនធានមនុស្សតែងតែរៀបចំឲ្យ មានការបណ្តុះបណ្តាលលើផ្នែកនានាពីគ្រូជំនាញៗ សម្រាប់បុគ្គលិកគ្រប់ជាន់ថ្នាក់ ដែលជាកត្តាជម្រុញឲ្យពួក គេក្លាយជាបុគ្គលិកដែលមានសុជីវធម៌ សីលធម៌ និងការវិនិច្ឆ័យប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈ។ លើសពីនេះទៀត ជារៀ ងរាល់ឆ្នាំធនាគារ អេប៊ីអេ ក៏មានការវាយតម្លៃបុគ្គលិក ដើម្បីធានាឲ្យបានថាពួកអនុវត្តការងារស្របតាមស្តង់ដារ នៃគុណភាព និងសកម្មភាពនៃការបម្រើអតិថិជនផងដែរ។ ការវាយតម្លៃនេះ បានរួមចំណែកក្នុងការកែលម្អនូវ ចំណុចខ្វះខាតរបស់បុគ្គលិក នៅពេលបំពេញការងារប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគេ។ តួយ៉ាង ធនាគារ អេប៊ីអេ ក៏បានរៀប ចំកម្រងសំនួរមួយចំនួនសម្រាប់ចែកជូនអតិថិជន ដើម្បីធ្វើការវាយតម្លៃសកម្មភាពការងាររបស់បុគ្គលិកម្នាក់ៗ នៅក្នុងធនាគារ ក្នុងគោលបំណងកែប្រែនូវចំណុចខ្វះខាតដែលកើតមានឡើង និងពង្រឹងចំណុចខ្លាំងដែលមាន ស្រាប់ ដើម្បីផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មដល់អតិថិជនឲ្យកាន់តែល្អប្រសើរឡើងផងដែរ។

**២.៣.២. ម៉ូដែលនៃគុណភាពសេវាកម្ម**

**ក. គុណភាពសេវាកម្ម**

គ្រប់សេវាកម្មទាំងអស់ ត្រូវបានវាយតម្លៃតាមរយៈអតិថិជនដែលជាអ្នកទទួលនូវអ្វីដែលធនាគារបានផ្ត ល់ឲ្យពួកគេ ដូច្នេះសេវាកម្មដែលមានគុណភាព គឺជាសេវាកម្មដែលបានផ្តល់ឲ្យអតិថិជននូវភាពដែលអាចជឿ ជាក់បាន ការទទួលខុសត្រូវ ការធានា និងការយល់ចិត្ត

- **ភាពអាចជឿជាក់បាន:** ធនាគារ អេប៊ីអេ តែងតែគិតគូរធ្វើយ៉ាងណា ដើម្បីអាចផ្តល់ភាពជឿជាក់ឲ្យអតិថិជន ទៅលើផលិតផល និងសេវាកម្មតាមរយៈបុគ្គលិកប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈ។ ពួកគេបានពង្រឹងសមត្ថភាពខ្លួនឲ្យ ក្លាយជាដៃគូដ៏ល្អ ដែលផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនដល់អតិថិជនរបស់គេ។ ទន្ទឹមនឹងនោះ រាល់សេវាកម្ម និងអត្រាការប្រាក់ទាំងអស់នៅក្នុងធនាគារ អេប៊ីអេ សុទ្ធតែធ្វើឡើងដោយបើកចំហរ និងមានតម្លាភាពដែល ធ្វើឲ្យអតិថិជនបានជឿជាក់មុន មុនពេលសម្រេចចិត្តប្រើប្រាស់។

- **ការទទួលខុសត្រូវ៖** បុគ្គលិករបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលឲ្យមានការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ចំពោះតួនាទី និងធ្វើប្រតិបត្តិការងារឲ្យបានលឿន និងឆាប់រហ័ស។ បុគ្គលិកទាំងអស់មិនត្រឹមតែគិតអំពីការផ្តល់សេវាកម្មប៉ុណ្ណោះទេ តែពួកគេក៏ផ្តល់ការយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ក្នុងការស្តាប់ និងជួយដោះស្រាយរាល់បញ្ហារបស់អតិថិជន។ ទន្ទឹមនឹងនោះ ពួកគេក៏បានជួយជាយោបល់ និងគំនិតល្អៗដែលជាប្រយោជន៍ដល់អតិថិជនក្នុងការប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារដោយភាពឆ្លាតវៃផងដែរ។ ធនាគារ អេប៊ីអេ បានចាត់ទុកពេលវេលាថាជារឿងសំខាន់ ដូច្នេះហើយរាល់ប្រតិបត្តិទាំងអស់សុទ្ធតែត្រូវបានកំណត់ពេលវេលាក្នុងការដំណើរការ ដូចជាការដក/ដាក់ប្រាក់របស់អតិថិជន ធនាគារបានកំណត់រយៈពេលឲ្យបុគ្គលិកធ្វើប្រតិបត្តិការមិនឲ្យលើសពី ៥នាទី និងប្រតិបត្តិការបើកគណនីមិនលើសពី ១៥នាទី។
- **ការធានា៖** ដូចបានដឹងស្រាប់ហើយថា ធនាគារ អេប៊ីអេ គឺមានវិសាលភាពធំបែបនេះ បានធ្វើឲ្យអតិថិជនអស់បារម្ភណាពីហានិភ័យ ឬសេវាកម្មរបស់ធនាគារ ព្រោះគ្រប់ទាំងប្រតិបត្តិការផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ គឺស្ថិតនៅក្រោមការធានា និងគោរពតាមច្បាប់របស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។
- **ការយល់ចិត្ត៖** ដើម្បីឲ្យធនាគារ អេប៊ីអេ អាចក្លាយខ្លួនជាដៃគូហិរញ្ញវត្ថុរបស់អតិថិជន ធនាគារបានផ្តោតសំខាន់ទៅលើតម្រូវការរបស់អតិថិជន ដោយឲ្យបុគ្គលិកទាំងអស់សិក្សា ស្វែងយល់ពីតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងលើកតម្លៃអតិថិជនដោយការផ្តល់សេវាកម្មដែលរួសរាយរាក់ទាក់ប្រកបដោយក្រមសីលធម៌ និងស្តង់ដារនៃការបម្រើសេវាកម្ម។ កត្តាទាំងអស់នេះហើយដែលធ្វើឲ្យអតិថិជនមានអារម្មណ៍កក់ក្តៅ និងយល់ថាខ្លួនមានតម្លៃ។
- **លក្ខណៈខាងក្រៅនៃសេវាកម្ម៖** បើយើងនិយាយពីទីតាំងរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ គ្រប់សាខាទាំងអស់ យើងសង្កេតឃើញថា ទីតាំងទាំងអស់ស្ថិតក្នុងតំបន់ពាណិជ្ជកម្ម ទីប្រជុំជន ហើយសំណង់អាគារក៏មានភាពរឹងមាំជាមួយនឹងទីធ្លាចំណែកធំទូលាយ ។ ចំណែកផ្នែកខាងក្នុងវិញ ត្រូវបានរចនាឲ្យមានជាសុខភាព ជាមួយនឹងគ្រឿងបរិក្ខារល្អៗដូចជា តុ ទូ កៅអី ម៉ាស៊ីនត្រជាក់។ ទាំងអស់នេះរាក់ទាក់ចំណុចមួយដែលធ្វើឲ្យអតិថិជនទាំងអស់មានទំនុកចិត្តលើធនាគារ ព្រោះពួកគេបានដឹង និងជ្រាបថា ធនាគារមិនត្រឹមតែផ្តោតលើការបំរើសេវាកម្មប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែធនាគារក៏បានគិតដល់សុខុមាលភាពរបស់ពួកគេផងដែរ ។

**ខ. គុណភាពផលិតផល**

ធនាគារ អេប៊ីអេ តែងតែគិតអំពីការផ្តល់ជូនអត្ថប្រយោជន៍ និងជួយសម្រួលការប្រើប្រាស់ហិរញ្ញវត្ថុរបស់អតិថិជនឲ្យអស់ពីលទ្ធភាព ព្រោះថាធនាគារ អេប៊ីអេ បានបង្កើតផលិតផលជាច្រើនប្រភេទ ដើម្បីឲ្យអតិថិជនអាចធ្វើការជ្រើសរើស ថាតើផលិតផលមួយណាដែលត្រូវតាមតម្រូវការ ហើយមានអត្ថប្រយោជន៍ច្រើនដល់ពួកគេ។

ហេតុនេះហើយ បានជាគ្រប់ផលិតផលទាំងអស់របស់ធនាគារ អេប៊ីអេ មានលក្ខណៈសម្បត្តិ និងមានលក្ខណៈ ពិសេសផ្សេងៗ និងខុសៗពីគ្នា ទៅតាមជម្រើស និងប្រភេទអតិថិជន។

**គ. ការកំណត់ថ្លៃ**

រាល់ការកំណត់ថ្លៃនៅធនាគារ អេប៊ីអេ គឺត្រូវធ្វើឡើងដោយជ្រើសរើសយុទ្ធសាស្ត្រថ្លៃមួយ ដែលផ្តល់អត្រាការ ប្រាក់សមរម្យ និងសមស្របទៅតាមលក្ខខណ្ឌទីផ្សារហិរញ្ញវត្ថុ។ ដូច្នេះហើយទើបធនាគារ ហ្វីលីព អាចទាក់ ទាញអតិថិជនឲ្យមកប្រើប្រាស់សេវារបស់ខ្លួនបាន ដោយឈរលើភាពជាដៃគូ ទំនុកចិត្ត និងអត្ថប្រយោជន៍ ដែលធនាគារបានផ្តល់ជូនសម្រាប់អតិថិជន។ ដោយសារមូលហេតុទាំងអស់នេះ វាបានធ្វើឲ្យធនាគារ អេប៊ីអេ បន្សល់ទុកនូវកេរ្តិ៍ឈ្មោះដ៏ល្អសម្រាប់អតិថិជន ដែលធ្លាប់បានទទួលសេវាកម្មកន្លងមក។

**ឃ. កត្តាដែលប៉ះពាល់ដល់ឥរិយាបថរបស់អតិថិជន**

ជាធម្មតា មនុស្សម្នាក់ៗតែងតែមានចំណង់ចំណូលចិត្ត និងការគិតខុសៗគ្នាទៅតាមប្រភេទមនុស្ស រយៈ ប្រវែងវាយកាលដែលគេកំពុងរស់នៅ។ ដូចគ្នានឹងអតិថិជនដែលជ្រើសរើសប្រើប្រាស់សេវាកម្មនៅធនាគារ អេប៊ីអេ ដោយសារតែមានកត្តាមួយចំនួនដែលមានអត្ថប្រយោជន៍ និងសមស្របទៅនឹងតម្រូវការរបស់ពួកគេជាង ធនាគារដទៃ ទើបធ្វើឲ្យពួកគេសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសប្រើសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ម្យ៉ាងវិញទៀត គ្រប់អតិថិ ជនទាំងអស់សុទ្ធតែមានការគិតគូរយ៉ាងល្អិតល្អន់ និងស៊ើបសួរពីតំរូវការអំពីស្ថាប័នមួយណា ដែលពួកគេគិតគូរតែ ជ្រើសយក និងអាចឲ្យគាត់ទុកចិត្តក្នុងពេលប្រើប្រាស់ ដោយផ្អែកលើកត្តា ៣ចំណុចដូចខាងក្រោម ៖

- ស្ថានភាពពេលវេលារបស់អតិថិជន៖ អតិថិជនរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ មានចំរុះប្រភេទដូចជា មន្ត្រីរាជការ បុគ្គលិកក្រុមហ៊ុន សិស្ស និស្សិត និងអ្នកប្រកបអាជីវកម្ម។ ដូច្នេះនាំឲ្យ ពេលវេលាទំនេររបស់ពួកគាត់ខុសៗគ្នា តែភ្ញៀវខ្លះក៏មានពេលទំនេរដូចគ្នា ដែលធ្វើឲ្យការមកធនាគារមានការរង់ចាំយូរ ព្រោះមានអតិថិជនជាច្រើនមក ធ្វើប្រតិបត្តិការ ជាហេតុធ្វើឲ្យអតិថិជនមួយចំនួនមានការមិនសប្បាយចិត្ត។ ដោយកត្តាទាំងនេះហើយ បានជា ធនាគារ អេប៊ីអេ គិតគូរព្យាយាមរកវិធីដើម្បីកាត់បន្ថយពេលវេលា ក្នុងការធ្វើប្រតិបត្តិការ ដើម្បីសម្រួលអតិថិ ជនក្នុងការរង់ចាំ ហើយក៏បានទទួលការរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនាផងដែរ។ លើសពីនេះទៀត ធនាគារ អេប៊ីអេ ក៏ បានគិតអំពីអត្ថប្រយោជន៍ផ្សេងទៀត ដូចជាការបង្កើតផលិតផល និងបែងចែកប្រភេទរបស់វាតម្រូវតាមប្រភេទ អតិថិជន ដើម្បីសម្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់របស់ពួកគេ និងងាយស្រួលធ្វើប្រតិបត្តិការ។
- ហេតុផលរបស់អតិថិជន៖ ហេតុផលរបស់អតិថិជនអាចជាកត្តាមួយដែលជះឥទ្ធិពលដល់ការសម្រេចចិត្ត របស់ពួកគេក្នុងការធ្វើកិច្ចការអ្វីមួយ ដូច្នេះតាមរយៈបទពិសោធន៍កន្លងមក ធនាគារ អេប៊ីអេ បានសង្កេត ឃើញថា អតិថិជនរបស់ខ្លួនមានរបចិញ្ចឹមជីវិតផ្សេងៗគ្នា រីឯតម្រូវការក៏ផ្សេងពីគ្នាដែរ ទើបធនាគារខិតខំប្រឹង ប្រែងបង្កើតនៅផលិតផលឲ្យស្របតាមតម្រូវការ និងប្រភេទរបស់អតិថិជន។ ឧទាហរណ៍ អតិថិជនជាអ្នក

ប្រកបអាជីវកម្ម គាត់អាចប្រើប្រាស់គណនីចរន្តដែលមានភាពងាយស្រួលក្នុងការដំណើរការចរន្តទឹកប្រាក់ របស់គាត់ហើយមួយវិញទៀត បើគាត់ចង់ពង្រីកមុខរបរបន្ថែម គាត់អាចប្រើប្រាស់សេវាកម្មម្ចីផងដែរ។ ទាំង អស់នេះហើយ បានជាធនាគារ អេប៊ីអេ បានទទួលការរីកចម្រើន និងមានអតិថិជនជាច្រើនប្រើប្រាស់សេវាកម្ម ដោយសារតែពួកគេពេញចិត្តនឹងផលិតផល សេវាកម្ម និងភាពរួសរាយរាក់ទាក់របស់បុគ្គលិកធនាគារ។

- អារម្មណ៍របស់អតិថិជន៖ អារម្មណ៍របស់អតិថិជន គឺជាកត្តាសំខាន់មួយដែលគ្រប់ស្ថាប័នទាំងអស់ផ្តោតចំណាប់អារម្មណ៍ទៅសិក្សាស្វែងយល់ឲ្យបានច្បាស់ ព្រោះអារម្មណ៍របស់អតិថិជនមានឥទ្ធិពលខ្លាំងណាស់ ទៅលើសកម្មភាពរបស់ពួកគេ។ ដូច្នេះហើយ ទើបធនាគារ អេប៊ីអេ ដែលផ្តោតទៅលើការបម្រើសេវាកម្ម ដែលមានភាពរួសរាយរាក់ទាក់ មានស្នាមញញឹម ព្រមទាំងធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនដោយប្រើពាក្យ សំដីទន់ភ្លន់ យកចិត្តទុកដាក់ និងព្យាយាមជួយដោះស្រាយបញ្ហារបស់អតិថិជនឲ្យបានឆាប់រហ័ស។ ដោយ ការខិតខំប្រឹងប្រែងទាំងនេះ បានធ្វើឲ្យអតិថិជនមានអារម្មណ៍ថាកាក់ក្តៅ និងពេញចិត្តមកប្រើប្រាស់សេវាកម្ម ជាមួយធនាគារ អេប៊ីអេ។

**ង. កត្តាផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អតិថិជន**

កត្តាផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អតិថិជនពុំសូវជាបញ្ហាចោទសម្រាប់ធនាគារ អេប៊ីអេ នោះទេ ព្រោះធនាគារ អេប៊ីអេ មានអតិថិជនគ្រប់ស្រទាប់វណ្ណៈ និងគ្រប់វ័យបានមកប្រើប្រាស់សេវាកម្មរបស់ធនាគារ។ តែទោះបីយ៉ាងណាក៏ការយល់ឃើញរបស់អតិថិជនអាចមានផលប៉ះពាល់ដល់ការសម្រេចចិត្តរបស់ពួកគេក្នុងការប្រើប្រាស់សេវាកម្មរបស់ធនាគារផងដែរ។

**ច. ភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជន**

ភាពស្មោះត្រង់ តែងតែទទួលបានអ្វីដែលល្អត្រលប់មកវិញ។ ដូចគ្នាអញ្ចឹងដែរធនាគារ អេប៊ីអេ តែងតែ មានអ្វីដែលពិសេសជូនចំពោះអតិថិជនដែលបានផ្តល់ការជឿទុកចិត្ត និងជ្រើសរើសធនាគារធ្វើជាដៃគូរហូរញូរ ត្ត។ ដើម្បីតបស្នងនូវការទុកចិត្ត និងបន្តការប្រើប្រាស់សេវាកម្ម ធនាគារ អេប៊ីអេ ក៏បានផ្តល់ត្រលប់ទៅវិញដូចជា ការបញ្ចុះតម្លៃលើសេវាផ្ទេរប្រាក់ទៅក្រៅប្រទេស តម្លើងអត្រាការប្រាក់សម្រាប់គណនីសន្សំ ផ្តល់ជូន VIP ATM card ដែលអាចដកបាន៣,០០០ដុល្លារក្នុងមួយថ្ងៃ និងប្រមូលសិនផ្សេងៗជាច្រើនទៀតដែលមានជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ដើម្បីដឹងថាគាត់មានភាពស្មោះត្រង់កម្រិតណា គេសិក្សាទៅលើ ៤ចំណុចដែលនិយាយអំពី ការយល់ឃើញ (Cognitive Loyalty) ការពេញចិត្ត(Affective Loyalty) ការជឿជាក់(Conative Loyalty) និងភាពស្មោះត្រង់ របស់អតិថិជន(Action Loyalty) ៖

- Cognitive Loyalty : ធនាគារ អេប៊ីអេ បានខិតខំផ្តល់សេវាកម្មដែលល្អ និងហ៊ុនទាន់ចិត្តដល់អតិថិជន ហើយគ្រប់ទាំងព័ត៌មានទាំងអស់របស់អតិថិជនត្រូវបានរក្សាជាការសម្ងាត់ ដើម្បីបង្កើនការជឿទុកចិត្តរបស់ពួកគេក្នុងការបន្តជ្រើសរើសធនាគារ ហ្វីលីព ធ្វើជាដៃគូហិរញ្ញវត្ថុ របស់ខ្លួន។
- Affective Loyalty : ទន្ទឹមនឹងការផ្តល់ជូនខាងលើ ធនាគារ អេប៊ីអេ ក៏បានបង្កើនភាពពេញចិត្តដល់អតិថិជន ដោយការទទួលស្វាគមន៍ដោយភាពកក់ក្តៅ និងផ្តល់ផលប្រយោជន៍ជាច្រើន។
- Conative Loyalty : ការសន្យា និងការជឿជាក់ គឺជាកត្តាសំខាន់ដែលធនាគារ អេប៊ីអេ ចាត់ទុកថាជាចំណុចដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់។ ពួកគេខិតខំព្យាយាមក្នុងការសម្រេចឲ្យបានទៅតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន ឬលក្ខខណ្ឌនានាដែលមានចែងក្នុងកិច្ចសន្យានៃការប្រើប្រាស់សេវាកម្មរបស់អតិថិជន។ ចំណុចទាំងអស់នេះបានធ្វើឲ្យអតិថិជនមានការជឿជាក់កាន់តែខ្លាំងចំពោះធនាគារ អេប៊ីអេ ហើយបន្តគាំទ្រ និងប្រើប្រាស់សេវាកម្មរបស់ធនាគារ ព្រមទាំងណែនាំកូនចៅ និងមិត្តភក្តិឲ្យមកប្រើប្រាស់កាន់តែច្រើនជាងមុនថែមទៀត។
- Action Loyalty: តាមរយៈចំណុចទាំងអស់នេះខាងលើ បានធ្វើឲ្យធនាគារ អេប៊ីអេ ទទួលបានភាពស្មោះត្រង់ពីអតិថិជនរបស់ខ្លួន ដែលជាកម្លាំងចលករសំខាន់ក្នុងការជម្រុញឲ្យធនាគារមានការរីកចម្រើនកាន់តែខ្លាំង។



# ជំពូកទី៣

ការស្តង់ដារនៃរបស់អតិថិជន

ចំពោះការប្រើសេវាកម្ម

របស់ធនាគារ អេសប៊ីអេស

### **ជំពូកទី៣**

## **ការស្ទង់មតិរបស់អតិថិជនចំពោះការបម្រើសេវាកម្មរបស់ ធនាគារ អេប៊ីអេ**

តាមរយៈការសិក្សាបានឲ្យដឹងថា ធនាគារបានព្យាយាមយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការពង្រីកវិសាលភាពនៃប្រតិបត្តិការ ក៏ដូចជាផលិតផលរបស់ខ្លួន ដោយនាំយកមកនូវផលិតផលថ្មីៗ ព្រមទាំងផ្តល់

សារៈសំខាន់ដល់អតិថិជនតាមរយៈការបម្រើសេវាកម្មអតិថិជនដ៏ល្អផងដែរ។ ប៉ុន្តែការសិក្សានេះពុំទាន់បានដឹងអំពីការយល់ឃើញរបស់អតិថិជន ចំពោះការប្រើប្រាស់សេវាកម្មរបស់ធនាគារ ធនាគារ អេប៊ីអេនៅឡើយទេ។ ហេតុនេះហើយ តម្រូវឲ្យមានការស្ទង់មតិអតិថិជនរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ដើម្បីជាស្ថានភាពក្នុងការវិភាគទៅលើទំនោររបស់ពួកគេ ចំពោះការបម្រើសេវាកម្មអតិថិជន របស់ធនាគារ។

### **៣.១. ការវិភាគទៅលើការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនចំពោះការបម្រើសេវាកម្មអតិថិជន របស់ធនាគារ អេប៊ីអេ**

ការបម្រើសេវាកម្មអតិថិជន ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងចំពោះការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនចំពោះស្ថាប័នទាំងអស់។ ជាក់ស្តែង នៅក្នុងការអនុវត្តផ្ទាល់យើងតែងឃើញមានកត្តា ២យ៉ាងកើតមានឡើងនោះគឺ ការពេញចិត្ត និងការមិនពេញចិត្ត។ ដូច្នេះហើយចំណុចខាងក្រោមនេះ គឺជាការពិនិត្យ និងវិភាគពីលទ្ធផលជាក់ស្តែងដែលបានពីឯកសារយោងរបស់ធនាគារ និងកម្រងសំណួរ។

#### **៣.១.១. ការប្រមូលទិន្នន័យ**

##### **កម្រងសំណួរ**

កម្រងសំណួរត្រូវបានធ្វើឡើង ដោយការសាកសួរទៅកាន់អតិថិជនផ្ទាល់ ហើយវាផ្តោតទៅលើផលិតផល សេវាកម្ម និងការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនចំពោះការបម្រើសេវាកម្មអតិថិជនរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ។

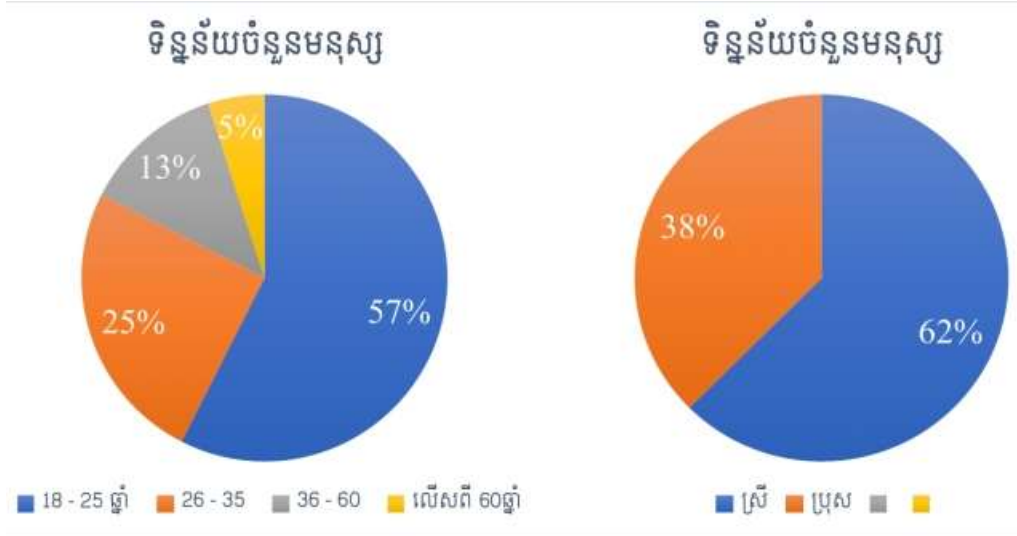
#### **៣.១.២. ការវិភាគ និងបកស្រាយប្រាកដ**

នៅក្នុងផ្នែកនេះ យើងនឹងធ្វើការវិភាគបកស្រាយនូវកម្រិតនៃការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនទៅលើការបម្រើសេវាកម្មរបស់បុគ្គលិកធនាគារ អេប៊ីអេ តាមរយៈការស្ទង់មតិដោយផ្ទាល់ពីអតិថិជន។

##### **១. តារាង អាយុ និងភេទរបស់អតិថិជនដែលយកមកធ្វើជាកំរិតក្នុងការស្រាវជ្រាវ**

ក្រុមយើងខ្ញុំបានធ្វើការសាកសួរទៅកាន់អតិថិជនដោយផ្ទាល់ចំនួន ៤០នាក់អំពីការបម្រើសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ។ ក្នុងចំណោមអតិថិជនទាំង ២០នាក់ ក្នុងនោះមានអតិថិជនភេទស្រីចំនួន ២៥នាក់ និងភេទប្រុសចំនួន ១៥នាក់ ។

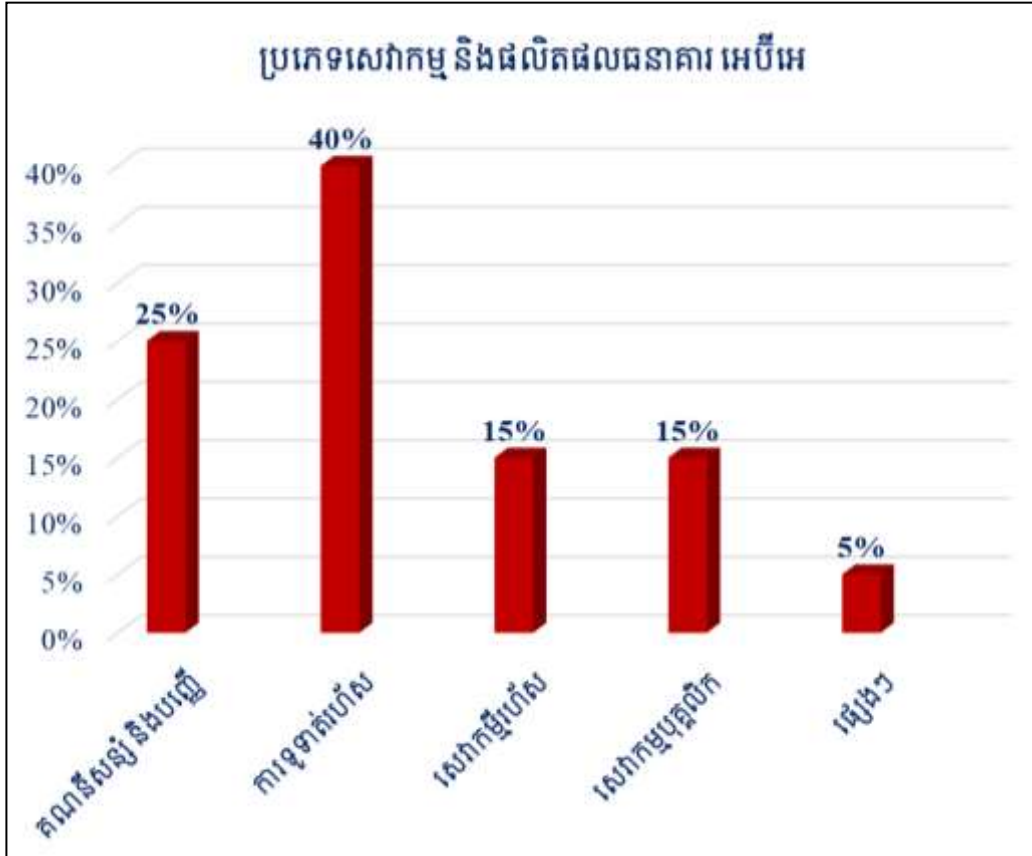
ខាងក្រោមនេះ ជាតារាងបង្ហាញពីព័ត៌មានខ្លះរបស់អតិថិជនទាំង ៤០នាក់៖  
រូបភាពទី៦៖ ចំនួន និងអាយុរបស់អតិថិជន



តាមក្រាបផ្លិតខាងលើបង្ហាញថា អតិថិជនដែលបានមកប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មនៅធនាគារអេប៊ីអេ ភាគច្រើនជា ស្រ្តីដែលមានចំនួន ៦២% និងបុរស ៣៨%។ ទន្ទឹមនឹងនោះ អតិថិជនដែលមានអាយុចន្លោះពី ១៨ ដល់ ២៥ឆ្នាំមានចំនួនច្រើនជាងគេគឺ ៥៧% រីឯអតិថិជនដែលមានអាយុចន្លោះពី ២៦ ដល់ ៣៥ឆ្នាំគឺ ២៥% ចន្លោះពី៣៦ ដល់ ៦០ឆ្នាំមានចំនួន១៣%ហើយអតិថិជនដែលមានអាយុលើសពី ៦០ឆ្នាំមានចំនួនតិចជាងគេគឺ ៥%។ អាស្រ័យតាមទិន្នន័យខាងលើ យើងសន្និដ្ឋានបានថា អតិថិជនដែលមកប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេភាគច្រើនជាស្រ្តី ដែលពួកគាត់មានអាយុចន្លោះពី ១៨ ដល់ ២៥ឆ្នាំ។

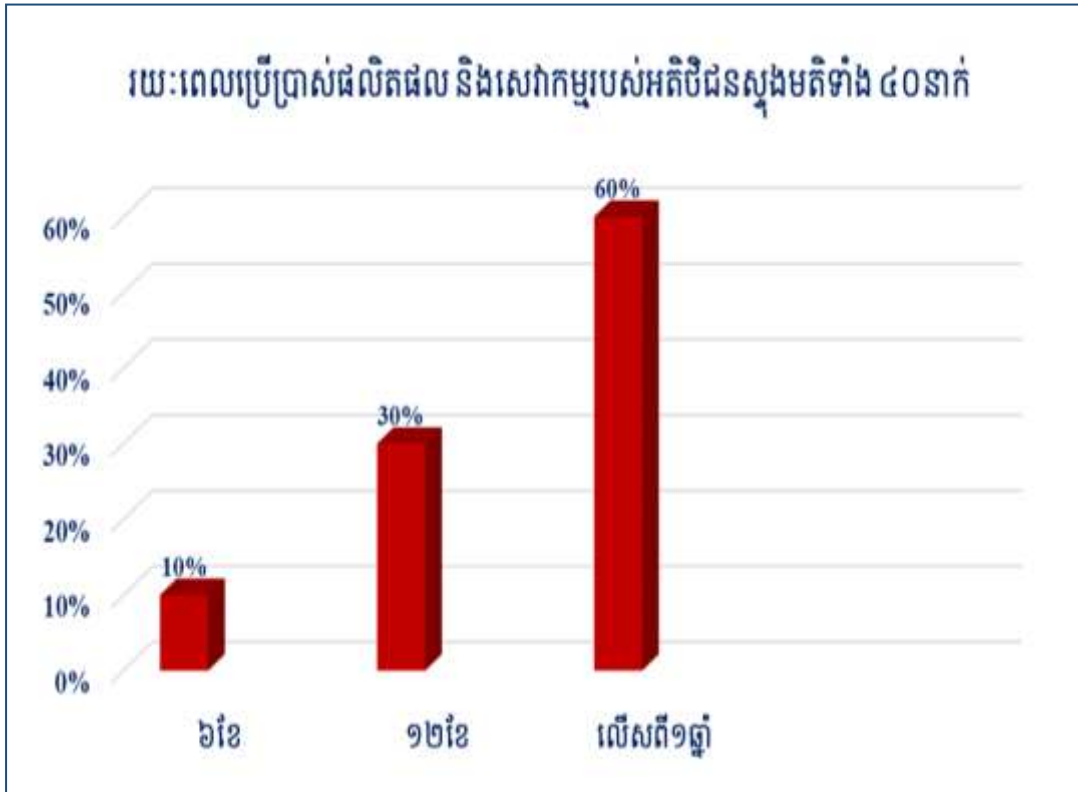
## ២. ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ

### រូបភាពទី៧៖ ប្រភេទផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ



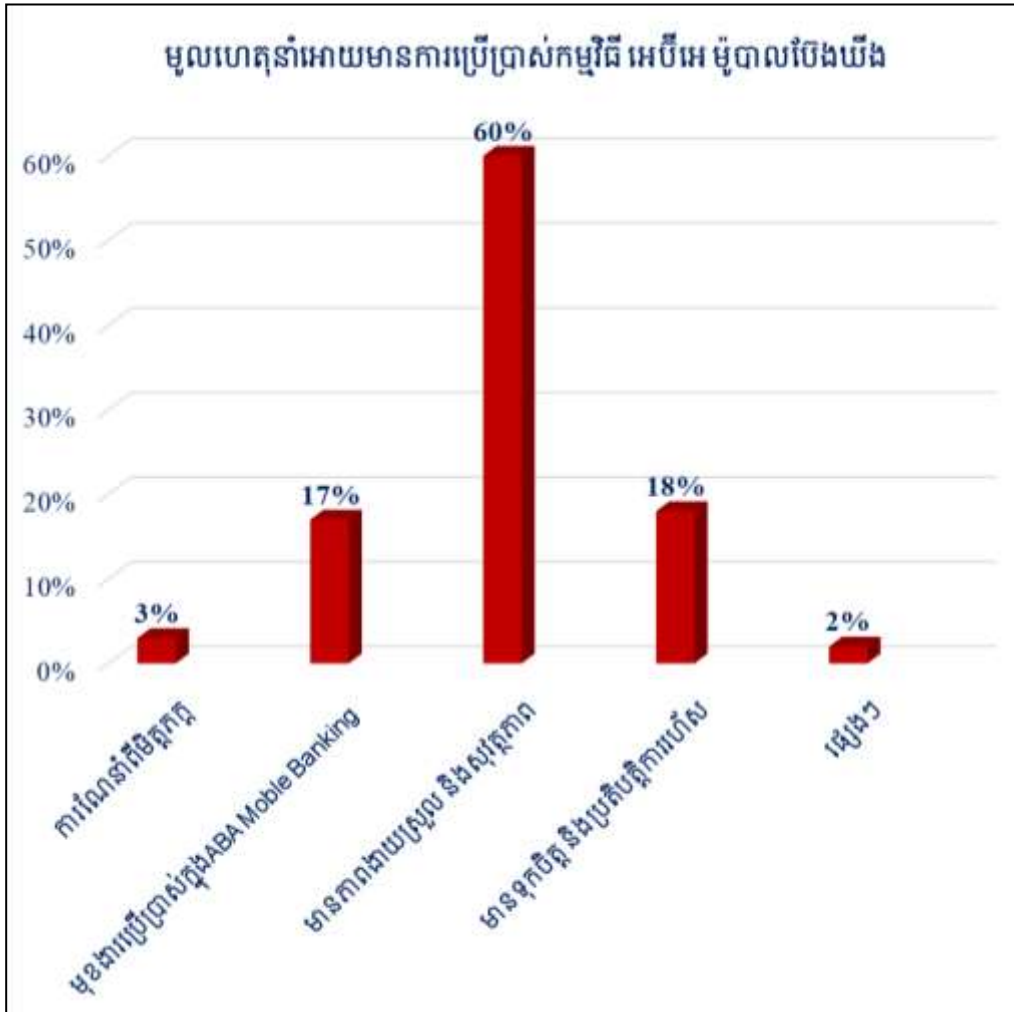
ទិន្នន័យខាងលើនេះ គឺជាការស្ទង់មតិអតិថិជនរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេចំពោះការប្រើប្រាស់ប្រភេទផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ។ តាមរយៈក្រាបខាងលើបានបង្ហាញថា ៤០% នៃអតិថិជនទាំងអស់ប្រើប្រាស់គណនីសន្សំនិងបញ្ញើ; ៤០% ទៀតប្រើប្រាស់សេវាកម្មទូទាត់ហ្វីស ហើយ២០% ប្រើប្រាស់សេវាកម្មហ្វីហ្វីស និង ១៥% សម្រាប់សេវាកម្មបុគ្គលិក និងមាន ៥%សេវាកម្មផ្សេងៗទៀត។ លទ្ធផលនេះ ឆ្លុះបញ្ចាំងឲ្យឃើញថាអតិថិជនភាគច្រើនរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេប្រើប្រាស់គណនីបញ្ញើ សន្សំ និងការទូទាត់ហ្វីស ដែលអាចបញ្ជាក់ថាអតិថិជនពួកគេច្រើនជាអ្នកលក់ដូរ បុគ្គលិក និង សិស្សនិស្សិត។

**រូបភាពទី៨៖ រយៈពេលប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ**



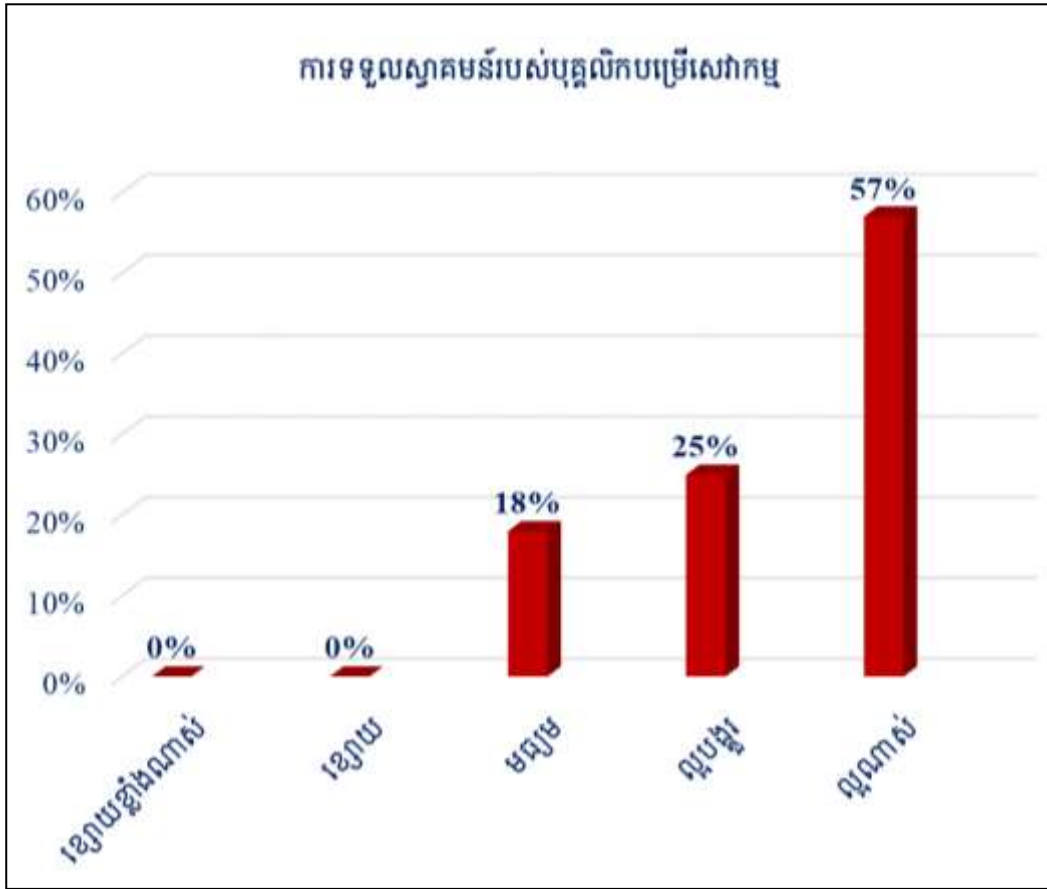
ក្រាបខាងលើ បង្ហាញពីរយៈពេលដែលអតិថិជនប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ។ តាមរយៈទិន្នន័យខាងលើ បានបង្ហាញថាបច្ចុប្បន្នមាន អតិថិជន ២០% ប្រើប្រាស់ផលិតផល ឬសេវាកម្មរយៈពេល ៦ខែ ហើយ ៣០% ទៀតនៃអតិថិជនប្រើក្នុងអំឡុងពេល ១២ខែ នឹង៦០% ប្រើប្រាស់ផលិតផល ឬសេវាកម្មលើសពី ១ឆ្នាំ។ ដូចនេះ យើងសន្និដ្ឋានបានថា អតិថិជនរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេភាគច្រើនជាអតិថិជនចាស់ ដែលប្រើប្រាស់ផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ធនាគារយូរមកហើយ (លើសពី ១ឆ្នាំ) ហើយយើងក៏ឃើញមានអតិថិជនថ្មីៗមួយចំនួនមកប្រើប្រាស់សេវាកម្មធនាគារនេះផងដែរ។

**រូបភាពទី៩៖ តើមូលហេតុអ្វីនាំអោយមានការប្រើប្រាស់កម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែងយីង**



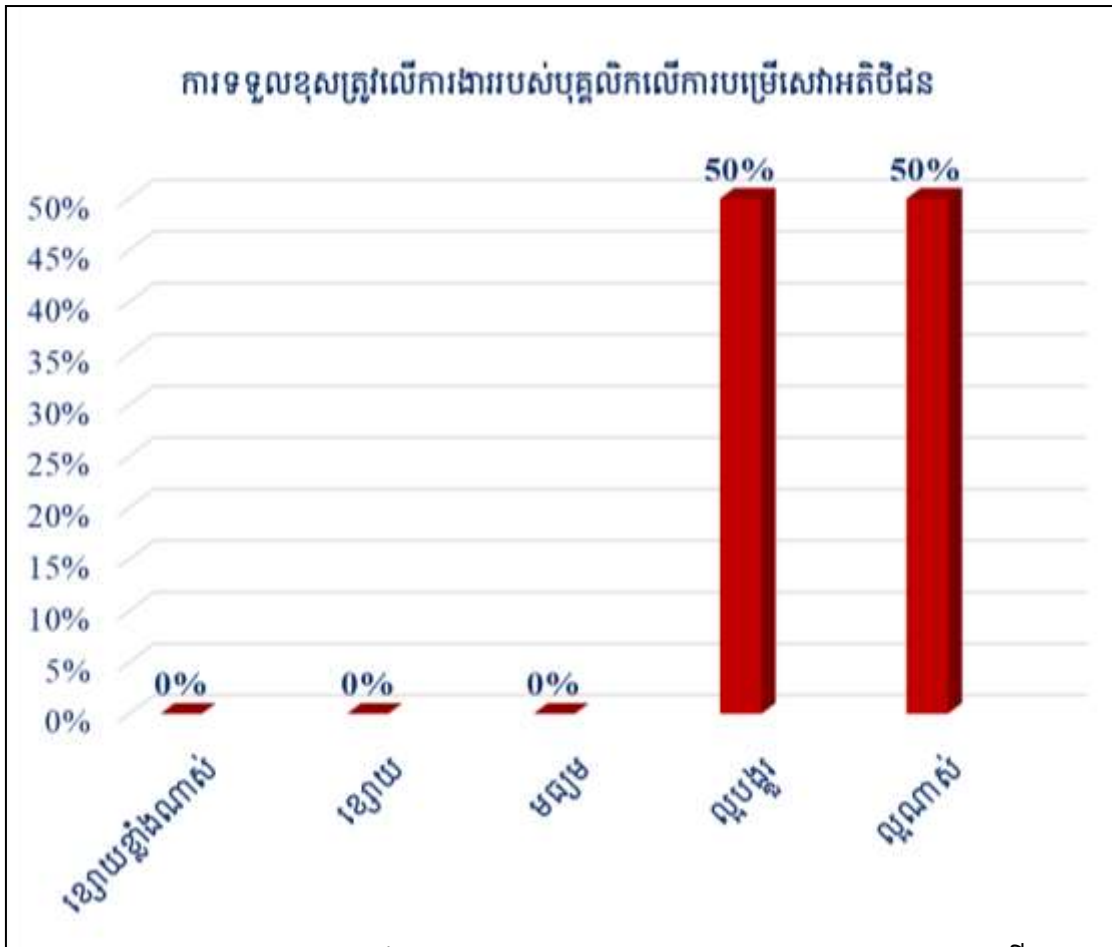
ការស្ទង់មតិខាងលើនេះ ទាក់ទងទៅនឹងមូលហេតុនៃការជ្រើសរើសប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ដែលបានបង្ហាញថា ៣% នៃអតិថិជនគំរូបានទទួលការណែនាំពីមិត្តភក្តិ ហើយ ១៧% បានដោយសារការពេញចិត្តជាមួយមុខងារដែលមាននៅក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែងយីងផ្តល់ឲ្យ ហើយ ៦០% ទៀតមានការពេញចិត្ត និងជឿជាក់ទៅលើកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែងយីង ដោយសារភាពងាយស្រួល និងសុវត្ថិភាព ៦ ១៨% ទទួលបានមកពីការទុកចិត្ត និងប្រសិទ្ធភាពនៃប្រតិបត្តិការរបស់ពីសំណាក់អតិថិជន និង ២%ទៀតទទួលបានមកពីមូលហេតុផ្សេងៗគ្នា។ តាមរយៈទិន្នន័យនេះបង្ហាញថា មូលហេតុដែលអតិថិជនជ្រើសរើសប្រើប្រាស់សេវាកម្ម និងផលិតផលរបស់ធនាគារ ដោយសារបានការពេញចិត្ត និងជឿជាក់ទៅលើកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែងយីង ដែលមានភាពងាយស្រួល និងសុវត្ថិភាព។

**រូបភាពទី១០៖ ការទទួលស្វាគមន៍របស់បុគ្គលិកបម្រើសេវាកម្ម**



រូបភាពខាងលើ បង្ហាញពីការស្ទង់មតិអតិថិជន ចំពោះការទទួលស្វាគមន៍របស់បុគ្គលិកបម្រើសេវាកម្មរបស់របស់ធនាគារ អេប៊ីអេដែលប្រាប់ឲ្យយើងដឹងថា ១៨% នៃអតិថិជនគំរូ យល់ថាបុគ្គលិកធ្វើការស្វាគមន៍នៅកម្រិតមធ្យម កំឡុងពេលដែល អតិថិជន ២៥%ទៀងយល់ថាពួកគេធ្វើការស្វាគមន៍បានល្អបង្គំ ហើយ៥៧%យល់ថាពួកគេធ្វើការស្វាគមន៍បានល្អណាស់។ ជារួមមកវិញ បុគ្គលិកបម្រើសេវាកម្មអតិថិជននៅធនាគារ អេប៊ីអេ មានភាពរួសរាយរាក់ទាក់ ព្រមទាំងផ្តល់ភាពកក់ក្តៅដល់អតិថិជនបានល្អណាស់ដែលធ្វើឲ្យអតិថិជនជាច្រើនពេញចិត្តយ៉ាងខ្លាំង។

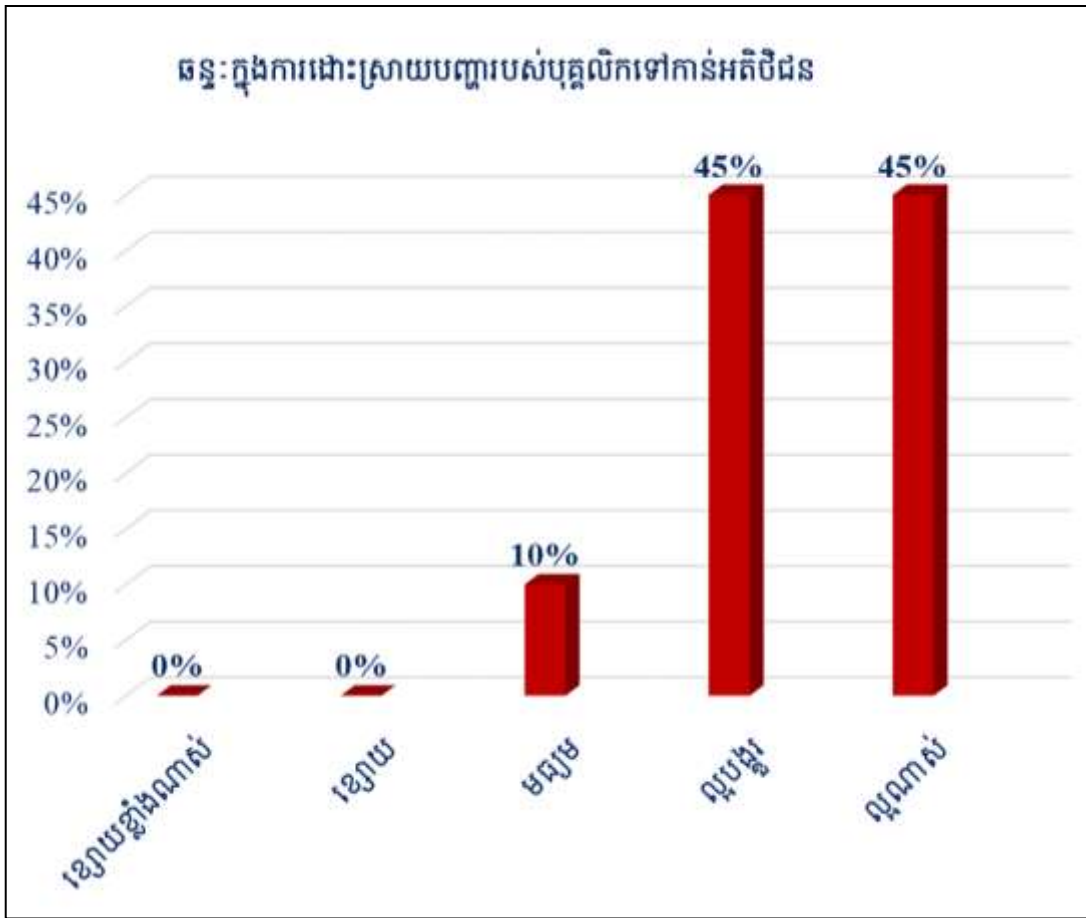
**រូបភាពទី១១៖ ការទទួលខុសត្រូវលើការងាររបស់បុគ្គលិកលើការបម្រើសេវាអតិថិជន**



ក្រាបខាងលើនេះ បង្ហាញពីកម្រិតនៃការទទួលខុសត្រូវលើការងាររបស់បុគ្គលិកធនាគារ អេប៊ីអេ ចំពោះការបម្រើសេវាអតិថិជន ដែលបានបង្ហាញថា ៥០% នៃអតិថិជនយល់ថាបុគ្គលិកមានទំនួលខុសត្រូវលើការងារល្អបង្អួច ចំណែក ៥០% ទៀតយល់ថា ពួកគេមានទំនួលខុសត្រូវល្អណាស់។ សរុបជារួមមក បុគ្គលិកផ្នែកបម្រើអតិថិជនរបស់ ធនាគារ អេប៊ីអេ មានភាពម៉ត់ចត់ អត់ធ្មត់ និងខិតខំប្រឹងប្រែងធ្វើការងារបានយ៉ាងល្អ ដែលធ្វើឱ្យអតិថិជនមានការគាប់ចិត្តជាខ្លាំង។

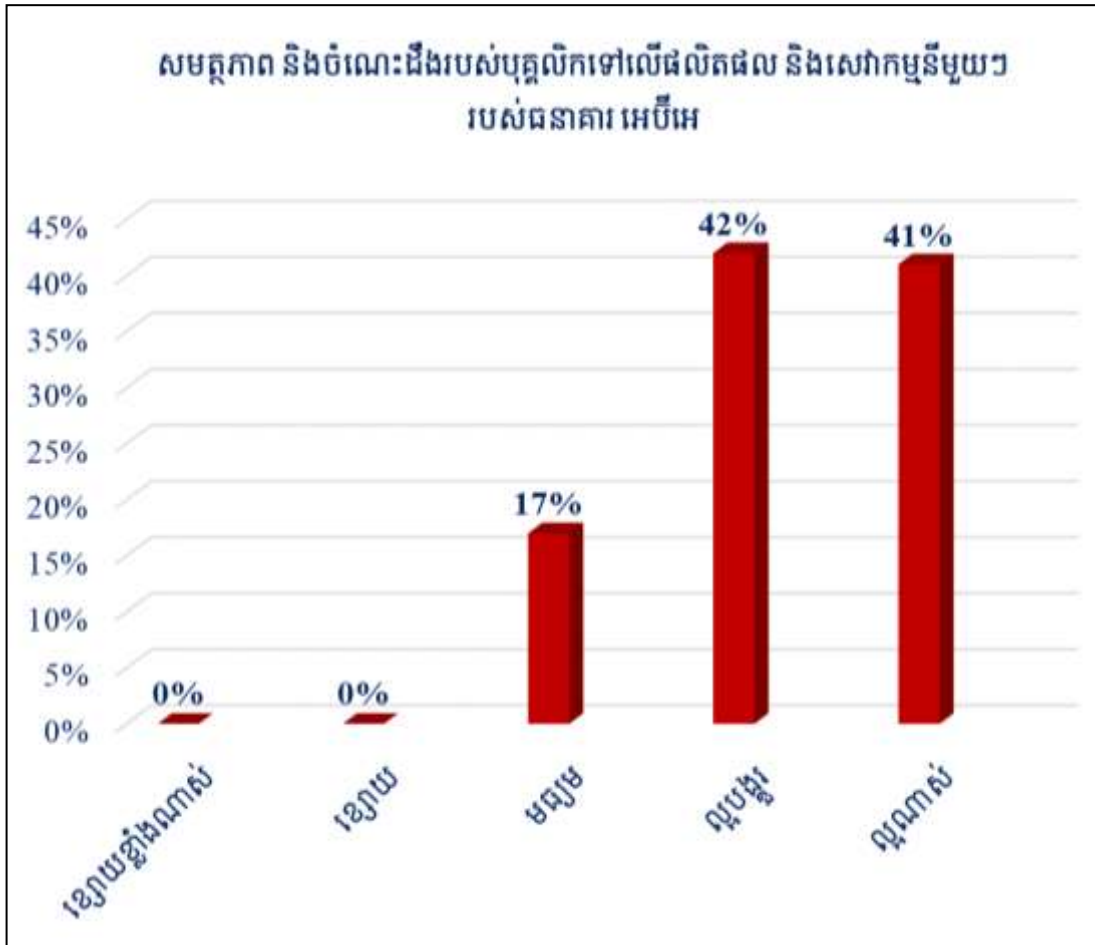


**រូបភាពទី១២៖ ឆន្ទៈក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហារបស់បុគ្គលិកទៅកាន់អតិថិជន**



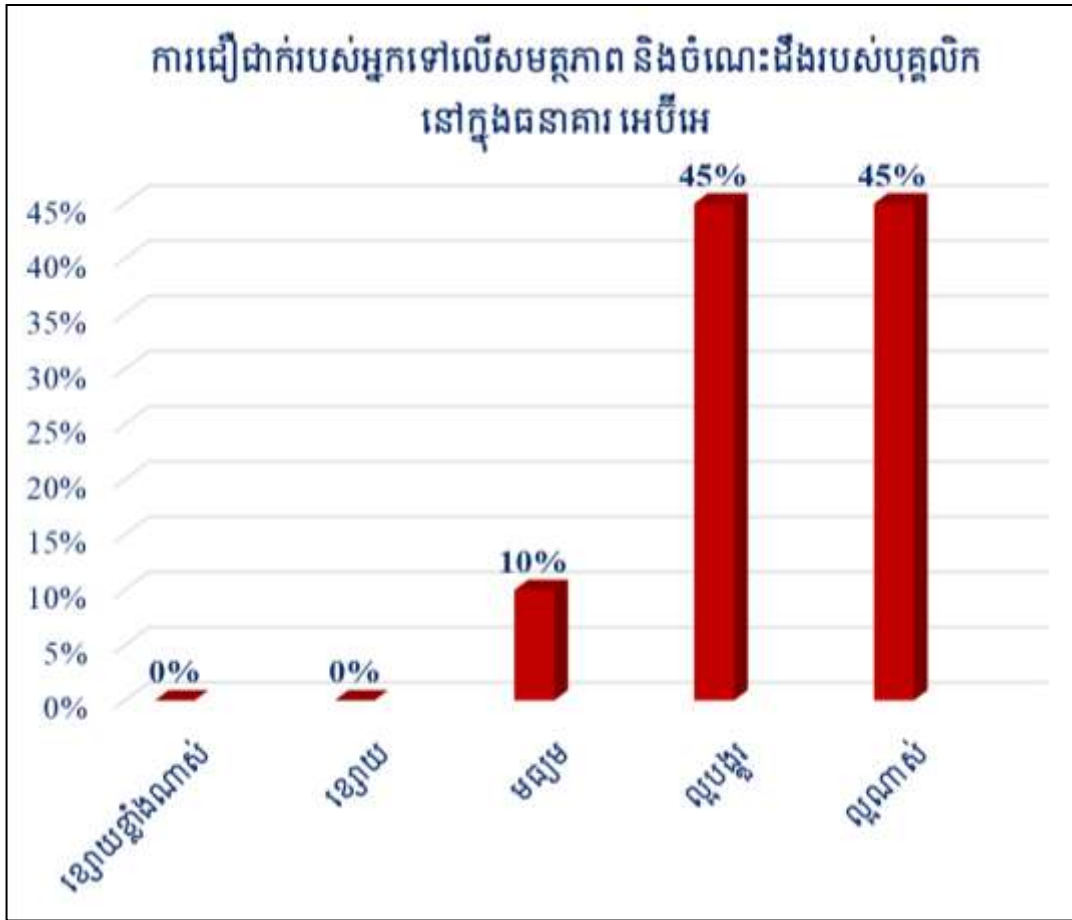
ទិន្នន័យខាងលើ បង្ហាញពីការវាយតម្លៃរបស់អតិថិជនចំពោះឆន្ទៈក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហារបស់បុគ្គលិក បម្រើសេវាអតិថិជន។ អតិថិជនមួយចំនួនតូច (១០%) យល់ថាឆន្ទៈក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហារបស់បុគ្គលិក បម្រើសេវាអតិថិជនស្ថិតក្នុងកម្រិតមធ្យម ហើយអតិថិជនមួយចំនួនធំ (៤៥%) យល់ថាពួកគេស្ថិតក្នុងកម្រិតល្អ បង្អួច អតិថិជនមួយចំនួនទៀត (៤៥%) យល់ថាបុគ្គលិកធ្វើការបានល្អណាស់។ ទាំងនេះសបង្ហាញថា បុគ្គលិក បម្រើសេវាអតិថិជនរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ យកចិត្តទុកដាក់ខ្លាំងណាស់ក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហារបស់អតិថិជន ដើម្បីផ្តល់នូវទំនុកចិត្តដល់អតិថិជនចំពោះសេវាកម្មរបស់ធនាគារពួកគេ។

**រូបភាពទី១៣៖ សមត្ថភាព និងចំណេះដឹងរបស់បុគ្គលិកទៅលើផលិតផល និងសេវាកម្មនីមួយៗរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ប៊ីអេ**



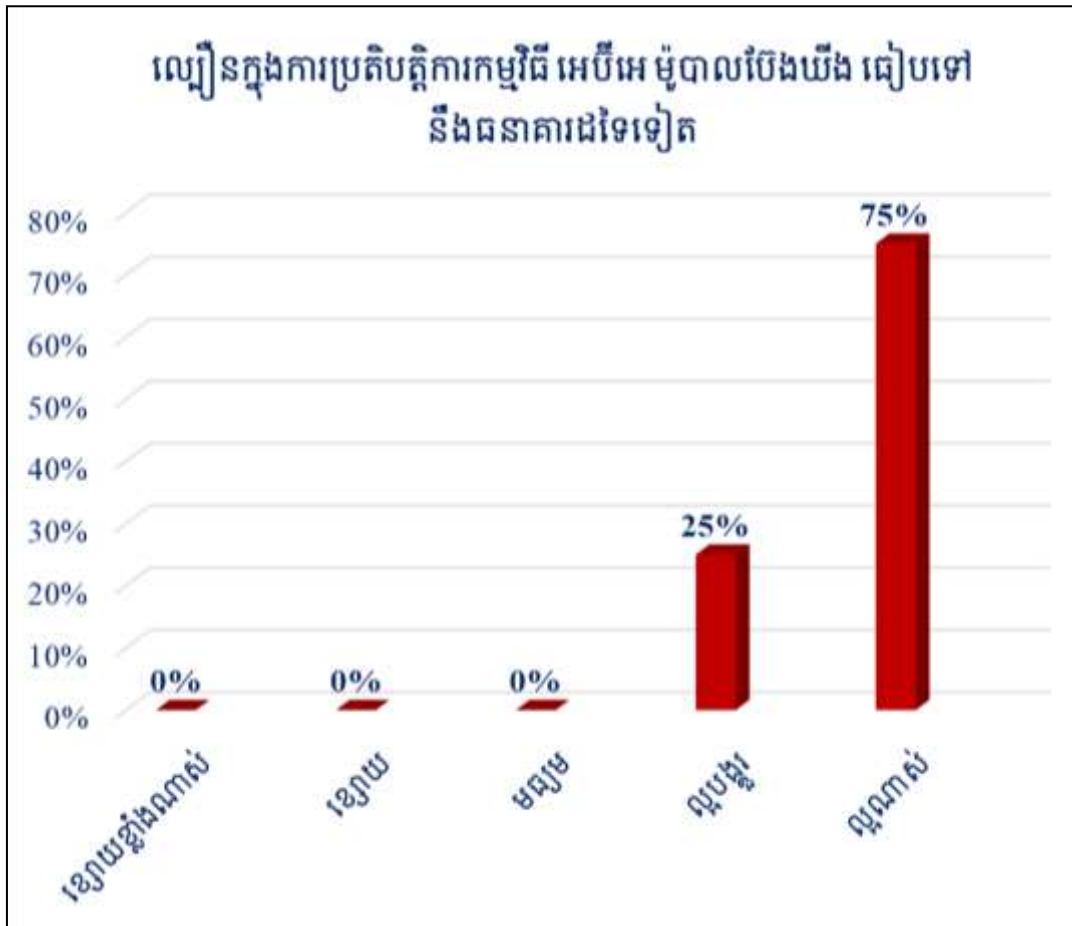
ទិន្នន័យខាងលើ គឺជាការស្ទង់មតិអតិថិជនចំពោះ សមត្ថភាព និងចំណេះដឹងរបស់បុគ្គលិកទៅលើផលិតផល និងសេវាកម្មនីមួយៗរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ដែលបង្ហាញថា ១៧% នៃអតិថិជនគំរូយល់ថា បុគ្គលិកទាំងអស់មានចំណេះដឹង និងសមត្ថភាពស្ថិតក្នុងកម្រិតមធ្យម ដោយឡែក ៤២% ទៀតយល់ថាចំណេះដឹង និងសមត្ថភាពរបស់ពួកគេស្ថិតក្នុងកម្រិតល្អបង្គួរ ហើយ៤១%ទៀតនៃអតិថិជនយល់ថាបុគ្គលិកទាំងអស់មានចំណេះដឹងច្បាស់លាស់ល្អណាស់។ តាមរយៈទិន្នន័យខាងលើបញ្ជាក់ឲ្យឃើញថា បុគ្គលិកនៃធនាគារ អេប៊ីអេ មានចំណេះចំនាញ និងសមត្ថភាពក្នុងការណែនាំប្រាប់ទៅកាន់អតិថិជនអំពី ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ខ្លួនបានល្អបង្គួរ ដែលអាចជួយឲ្យអតិថិជនរបស់ពួកគេយល់ច្បាស់ និងប្រើប្រាស់ដោយភាពល្អសរសើរ។

**រូបភាពទី១៤៖ ការជឿជាក់របស់អ្នកទៅលើសមត្ថភាព និងចំណេះដឹងរបស់បុគ្គលិកនៅក្នុងធនាគារ អេប៊ីអេ**



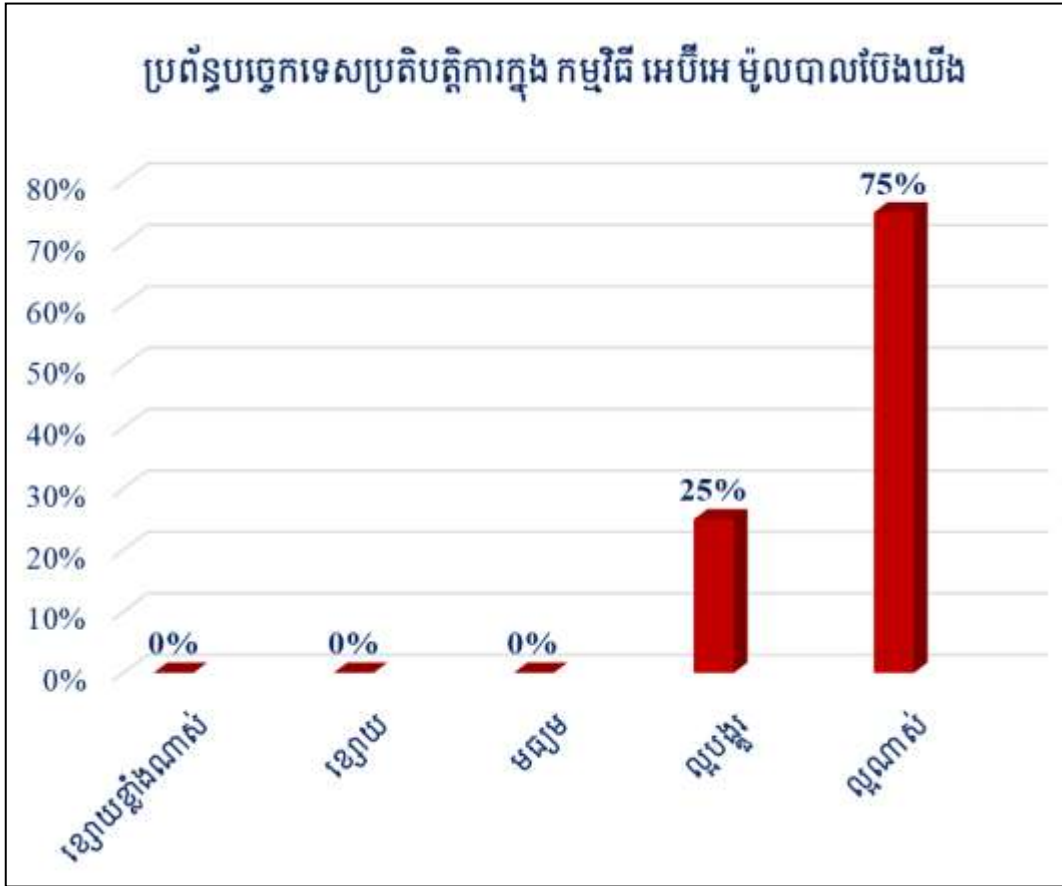
ក្រាបខាងលើនេះ គឺជាការស្ទង់មតិអតិថិជន អំពីការជឿជាក់របស់ពួកគាត់ទៅលើសមត្ថភាព និងចំណេះដឹងរបស់បុគ្គលិកនៅក្នុងធនាគារ អេប៊ីអេ ហើយលទ្ធផលបានបង្ហាញថា មានអតិថិជនមួយចំនួនតូចប៉ុណ្ណោះ (១០%) ដែលមានជំនឿលើសមត្ថភាព និងចំណេះដឹងរបស់បុគ្គលិកត្រឹមកម្រិតមធ្យម ដោយឡែក អតិថិជនពីរក្រុមធំ (៤៥% ក្នុងមួយក្រុម) ដែលផ្តល់ការជឿជាក់ទៅលើចំណេះដឹង និងសមត្ថភាពរបស់បុគ្គលិកនៃធនាគារ អេប៊ីអេ នៅក្នុងកម្រិតល្អបង្គំ និងល្អណាស់។ ទិន្នន័យខាងលើនេះបានបង្ហាញឲ្យយើងដឹងថាបុគ្គលិកម្នាក់ៗនៅក្នុងធនាគារ អេប៊ីអេមានចំណេះដឹងនិងសមត្ថភាពខ្ពស់ដែលគួរជាទីទុកចិត្តរបស់អតិថិជន។

**រូបភាពទី១៥៖ ល្បឿនក្នុងការប្រតិបត្តិការកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែងយីង ធៀបទៅនឹងធនាគារដទៃទៀត**



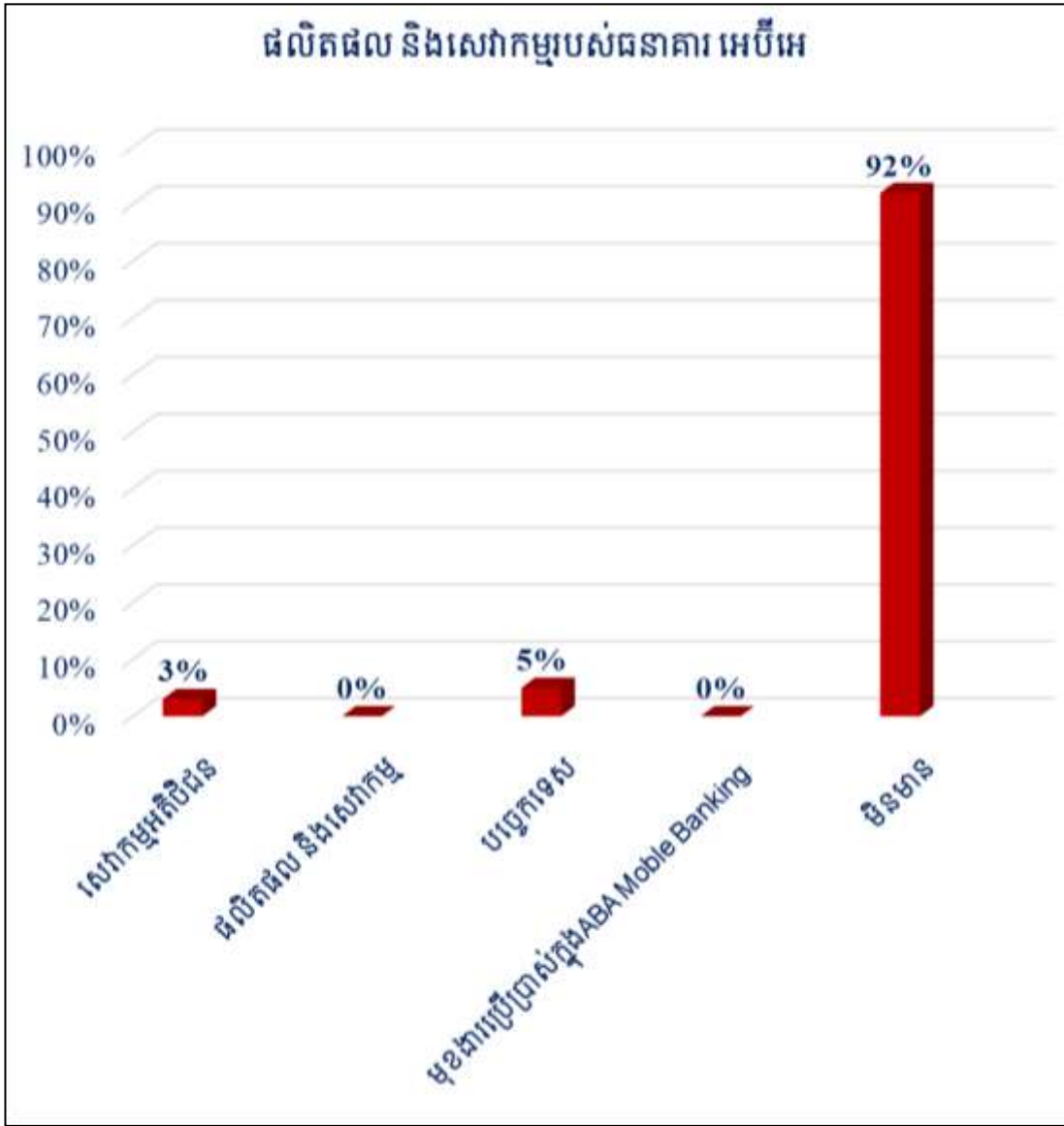
ក្រាបខាងលើបង្ហាញពី ល្បឿនក្នុងការប្រតិបត្តិការកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែងយីង ធៀបទៅនឹងធនាគារដទៃទៀត ដែលអតិថិជនប្រមាណ ២៥% យល់ថាវាស្ថិតនៅក្នុងកម្រិតល្អបង្គួរ រីឯ ៧៥%ទៀតមានការយល់ថាល្បឿននៃប្រតិបត្តិការរបស់ធនាគារស្ថិតក្នុងកម្រិតល្អណាស់ ។

**រូបភាពទី១៦៖ ប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុង កម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាលបែងយឹង**



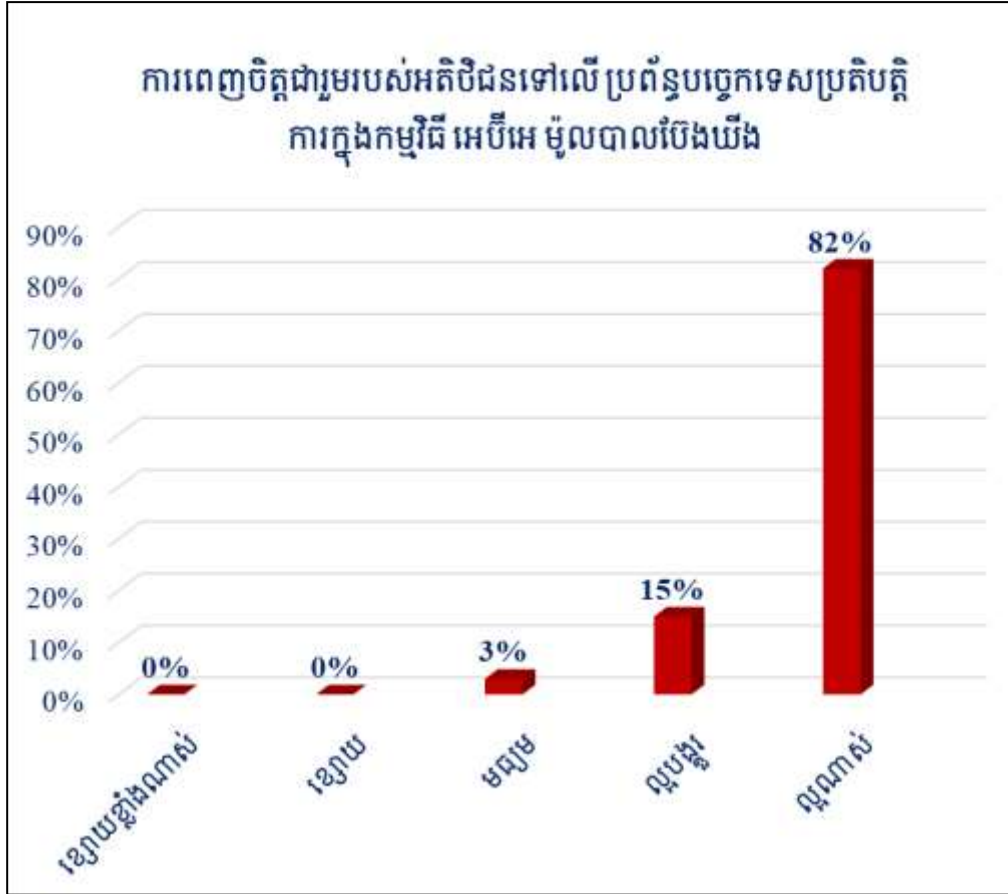
ក្រាបខាងលើបង្ហាញពី ប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាលបែងយឹង ដែលអតិថិជនប្រមាណ ២៥%យល់ថាប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុង កម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាលបែងយឹង ប្រើប្រាស់បានល្អ ចំណែកអតិថិជនប្រមាណ ៧៥% ក៏ពេញចិត្តនឹងប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុង កម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាលបែងយឹង ប្រើប្រាស់បានល្អជាងខ្លាំង។ ដូច្នេះចំណុចនេះ គឺជាកម្រិតខ្លាំងក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាលបែងយឹង។

**រូបភាពទី១៧៖ បើមាន តើធនាគារគួរកែលម្អលើចំណុចណាខ្លះ?**



ក្រាបខាងលើនេះ នឹងបង្ហាញពីចំណុចមួយចំនួនដែលអតិថិជនយល់ថាគួរកែតម្រូវ។ អតិថិជន ៣%យល់ថាធនាគារគួរពង្រឹងផ្នែកបម្រើអតិថិជនបន្ថែមទៀត ៥%ទៀតគិតថាគួរពង្រឹងផ្នែកបច្ចេកទេស តែអតិថិជន ៩២%យល់ថាមិនមានចំណុចណាមួយដែលធនាគារ អេប៊ីអេ ខ្វះចន្លោះនោះឡើយ។

**រូបភាពទី១៨៖ ការពេញចិត្តជាមួយរបស់អតិថិជនទៅលើ ប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាលប៊ែងយីង**



ទិន្នន័យខាងលើបង្ហាញពី ការពេញចិត្តជាមួយរបស់អតិថិជនទៅលើ សេវាកម្មបម្រើអតិថិជននៅក្នុងប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុង កម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាលប៊ែងយីង ដែលអតិថិជនប្រមាណ ៣% ពេញចិត្តក្នុងកម្រិតមធ្យម ឬកម្រិតដែលអាចទទួលយកបាន រីឯ ១៥%ទៀតពេញចិត្តជាមួយកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាលប៊ែងយីង ធនាគារ ចំណែកអតិថិជនមួយចំនួនធំប្រមាណ ៨២% ពេញចិត្តខ្លាំងណាស់ចំពោះកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាលប៊ែងយីងនេះ។

**៣.២. ការវិភាគចំណុចវិជ្ជមាន (ខ្លាំង) និងចំណុចអវិជ្ជមាន(ខ្សោយ)**

បន្ទាប់ពីបានសិក្សាលើផ្នែកសំខាន់ៗជាច្រើនរបស់កម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាលប៊ែងយីងរួចមក យើងឃើញថា ធនាគារបានប្រតិបត្តិយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ខ្លួន ស្របតាមម៉ូដែលគុណភាពសេវាកម្មដែលយើងបានសិក្សានៅក្នុងជំពូកទី១ ទាំងស្រុង។ តែទោះបីជាយ៉ាងណា យើងក៏សង្កេតឃើញពីចំណុចវិជ្ជមាន អវិជ្ជមានមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

**៣.២.១. ចំណុចវិជ្ជមាន (ភាពខ្លាំង)**

តាមរយៈការសិក្សា និងការវិភាគទៅលើការស្ទង់មតិអតិថិជន បានឲ្យដឹងថាធនាគារ អេប៊ីអេសមានចំណុចវិជ្ជមាន(ភាពខ្លាំង)មួយចំនួនដូចជា៖

- តាមការសម្រង់មតិអតិថិជន ទាក់ទងទៅនឹងមូលហេតុនៃការជ្រើសរើសប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេស ដែលបានបង្ហាញថា ៩៥% នៃអតិថិជនគំរូបានទទួល មុខងារដែលមាននៅក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេស ម៉ូបាលប៊ែងយើងផ្តល់ឲ្យ, ការពេញចិត្ត និងជឿជាក់ទៅលើកម្មវិធី អេប៊ីអេស ម៉ូបាលប៊ែងយើ ដោយសារភាពងាយស្រួល និងសុវត្ថិភាព នឹងទទួលបានមកពីការទុកចិត្ត និងប្រសិទ្ធភាពនៃប្រតិបត្តិការរបស់សំណាក់អតិថិជន។
- តាមការស្ទង់មតិអតិថិជន ចំពោះការទទួលស្វាគមន៍របស់បុគ្គលិកបម្រើសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេសដែលប្រាប់ឲ្យយើងដឹងថា ២៥% នៃអតិថិជនគំរូ យល់ថាបុគ្គលិកធ្វើការ ស្វាគមន៍បានល្អបង្អួរ ហើយ៥៧% យល់ថាពួកគេធ្វើការស្វាគមន៍បានល្អណាស់។ ជាមួយគ្នានេះ បុគ្គលិកបម្រើសេវាកម្មអតិថិជននៅធនាគារ អេប៊ីអេស មានភាពស្របគ្នាទាក់ទង ព្រមទាំងផ្តល់ភាពកក់ក្តៅដល់អតិថិជនបានល្អណាស់ដែលធ្វើឲ្យអតិថិជនជាច្រើនពេញចិត្តយ៉ាងខ្លាំង។
- តាមរយៈការសម្រង់មតិអតិថិជនបង្ហាញឲ្យយើងដឹងថា ល្បឿនក្នុងការប្រតិបត្តិការកម្មវិធី អេប៊ីអេស ម៉ូបាលប៊ែងយើង ធៀបទៅនឹងធនាគារដទៃទៀត គឺទទួលបានពីអតិថិជន ៧៥%ដែលពួកគាត់យល់ថាល្បឿននៃប្រតិបត្តិការរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេស ធៀបទៅនឹងធនាគារដទៃទៀត ស្ថិតក្នុងកម្រិតល្អណាស់ ។
- យោងតាមការវិភាគលើទិន្នន័យសាកសួរអតិថិជនបានបង្ហាញថា ប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេស ម៉ូបាលប៊ែងយើង ដែលទទួលបានការពេញចិត្តពីអតិថិជនប្រមាណ ២៥%យល់ថាទីប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុង កម្មវិធី អេប៊ីអេស ម៉ូបាលប៊ែងយើង ប្រើប្រាស់បានល្អបង្អួរ ចំណែកអតិថិជនប្រមាណ ៧៥% ពេញចិត្តល្អជាងខ្លាំងក្នុងប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការនេះ។
- តាមលទ្ធផលទទួលបានពីស្ទង់មតិខាងលើនេះនឹងអតិថិជន៩២%យល់ថាមិនមានចំណុចណាមួយដែលធនាគារ អេប៊ីអេស ខ្វះចន្លោះ ឬ កែលម្អនោះឡើយ។
- តាមការស្ទង់មតិខាងលើបង្ហាញពី ការពេញចិត្តជាមួយរបស់អតិថិជនទៅលើសេវាកម្មបម្រើអតិថិជននៅក្នុងប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុង កម្មវិធី អេប៊ីអេស ម៉ូបាលប៊ែងយើងដែលអតិថិជនចំនួន ៨២% ពេញចិត្តខ្លាំងណាស់ចំពោះកម្មវិធី អេប៊ីអេស ម៉ូបាលប៊ែងយើងនេះ។



**៣.២.២. ចំណុចអវិជ្ជមាន**

តាមរយៈទិន្នន័យដែលបានមកពីការស្ទង់មតិអតិថិជន ក្រៅពីចំណុចល្អៗ ក្នុងនោះក៏មានចំណុចមួយចំនួន តូចដែលត្រូវមានការកែលំអរឡើងវិញដូចជា៖

- តាមលទ្ធផលនៃការវិភាគទិន្នន័យបានបង្ហាញអោយឃើញថា បុគ្គលិកផ្នែកបម្រើសេវាកម្មមួយចំនួនពាក់ព័ន្ធ ទៅនឹងសេវាកម្ម អេប៊ីអេម៉ូបាល ពុំសូវមានឆន្ទៈក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាជូនអតិថិជន ឬមានភាពយឺតយ៉ាវ ក្នុងការឆ្លើយតបទៅកាន់អតិថិជន។
- តាមរយៈការអង្កេតជាក់ស្តែងកម្មវិធី អេប៊ីអេម៉ូបាល តែងតែធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពលើកម្មវិធីដោយមិនបានជូន ដំណឹងជាមុន ដែលធ្វើអោយមានផលប៉ះពាល់និងការមិនពេញចិត្តពីសំណាក់អតិថិជន និងអ្នកប្រើប្រាស់។

**សេចក្តីសន្និដ្ឋាន**  
**និងការផ្តល់អនុសាសន៍**

## សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

### ១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្រោយពីបានសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងស្រង់យកទិន្នន័យតាមរយៈការសាកសួរ ការវិភាគលើការបម្រើសេវា កម្មអតិថិជន របស់ធនាគារ អេប៊ីអេ រួចមក យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ធនាគារបានអនុវត្តតាមម៉ូដែលគុណ ភាពសេវាកម្មស្ទើរតែទាំងស្រុង ដោយធនាគារអេប៊ីអេ បានផ្តោតទៅលើគុណភាពសេវាកម្ម ដែលជាប់ពាក់ព័ន្ធ នឹងសេចក្តីទុកចិត្តរបស់អតិថិជន ការទទួលខុសត្រូវរបស់បុគ្គលិកនៃធនាគារ ការស្វែងយល់ពីអតិថិជន និង គុណភាពផលិតផលនិមួយៗរបស់ខ្លួន ដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជនទាំងអស់។ ទន្ទឹមនឹងនេះធនាគារ អេប៊ីអេ ក៏បានបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការរក្សាអតិថិជនរបស់ខ្លួនក៏ដូចជាទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីឲ្យងាកមកប្រើ ប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារឲ្យកាន់តែច្រើនថែមទៀត។

ការអនុវត្តលើគោលដំហែរទាំងអស់នេះបានធ្វើឲ្យការបម្រើសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ទទួលបានការ ពេញចិត្តពីអតិថិជនយ៉ាងខ្លាំងពីអតិថិជនដែលបានចូលមកប្រើប្រាស់សេវាកម្មរបស់ធនាគារ។ បើទោះបីជា ធនាគារ អេប៊ីអេ ពុំបានដើរតាមទ្រឹស្តីដែលបានលើកឡើងទាំងស្រុងក៏ដោយ ប៉ុន្តែខាងធនាគារមានចំណុចខ្លះ ខាតតែមួយចំនួនតូចប៉ុណ្ណោះដែលក្នុងនោះកត្តាសំខាន់បំផុតគឺប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុង កម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែងយើងមានភាពអាក់អន់ជាញឹកញាប់ដែលវាបណ្តាលមកពីខាងធនាគារព្យាយាមដំឡើងមុខងារ ថ្មីៗបន្ថែមក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេម៉ូបាលប៊ែងយើង។

យ៉ាងមិញ បើទោះបីជាធនាគារមានចំណុចខ្លះខាតមួយចំនួនក៏ពិតមែន តែបញ្ហាទាំងអស់នោះមិនបាន ជាបញ្ហាចោតក្នុងការរីកចម្រើនរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ឡើយ។ ផ្ទុយទៅវិញធនាគារ អេប៊ីអេ នៅតែមានការរីក ចម្រើនពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ ព្រមទាំងទទួលបានការគាំទ្រពីប្រជាជនកម្ពុជា និងបរទេសថែមទៀត។

### ២. ការផ្តល់អនុសាសន៍

តាមរយៈការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងការសាកសួរយោបល់របស់អតិថិជនអំពីធនាគារធ្វើឲ្យយើងបាន ដឹងថាមានអតិថិជនជាច្រើនពេញចិត្តនឹងផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ខ្លាំងណាស់ ប៉ុន្តែទន្ទឹម នឹងនេះក៏មានចំណុចមួយចំនួនតូចដែលមានការស្នើសុំពីភ្ញៀវក្នុងការកែលម្អបន្ថែមផងដែរដូចជា៖

- ធនាគារ គួរតែពង្រឹងទៅលើកម្រិតនៃការទទួលខុសត្រូវរបស់បុគ្គលិក និងគោលនយោបាយចំពោះបុគ្គលិក ឲ្យបានតឹងរឹងរាល់សកម្មភាពក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាជូនអតិថិជនឲ្យបានល្អ សមស្របទៅនឹងតម្រូវការ របស់អតិថិជន។ ការអនុវត្តនេះអាចធ្វើបានតាមរយៈការសង្កេត វាយតម្លៃឲ្យបានម៉ត់ចត់ និងការកំណត់វិន័យ ផ្សេងៗ ដើម្បីឲ្យបុគ្គលិកបំពេញតួនាទីរបស់ខ្លួនបានត្រឹមត្រូវ ។

- ការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពលើកម្មវិធីគឺក្នុងគោលបំណងបំពេញតម្រូវការនិងសេចក្តីពេញចិត្តពីអតិថិជន ក្នុងនោះមានអ្នកប្រើប្រាស់ជាច្រើនតែងតែជួបប្រទះនិងបញ្ហាផ្សេងៗ រាល់ពេលធនាគារកំពុងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពលើប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការកម្មវិធី ដូចនេះធនាគារគួរតែពង្រឹងបន្ថែមលើប្រព័ន្ធជូនដំណឹងដើម្បីទប់ស្កាត់នូវរាល់បញ្ហាដែលកើតមានតាមរយៈការជូនដំណឹងជាមុនយ៉ាងតិច ០២ ថ្ងៃ ដល់អ្នកប្រើប្រាស់ អោយមានការប្រុងប្រយ័ត្ននិងផ្អាកនូវរាល់សកម្មភាពទាំងអស់ កំឡុងពេលកម្មវិធីកំពុងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព រហូតដល់មានការជូនដំណឹងជាថ្មីនៅពេលដែលការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពនេះត្រូវបានបញ្ចប់។

**ඛනිතයාගේ**

## **ឯកសារយោង**

### **ឯកសារយោងជាភាសាខ្មែរ**

1. ស៊ុវ វង់នី, បោះពុម្ព៖ ២០១១, “យុទ្ធសាស្ត្រម៉ាយីធីង” ភ្នំពេញ
2. សុខ មុន្នីរតនា និងហួត បូរមី, បោះពុម្ព៖ ២០១៥, ការបម្រើសេវាកម្មអតិថិជនរបស់ធនាគារកាណាឌីយ៉ា ក .អ សាខាហ្សាលដឺហ្គោល, ភ្នំពេញ
3. ឡាច ម៉ាថា និង ឡាច ម៉ារ, បោះពុម្ព៖ ២០១៨, ការបម្រើសេវាកម្មអតិថិជនរបស់ធនាគារ ហ្វីលីព ភីអិល ស៊ី សាខាម៉ៅសេទុង
4. ឯកសាររបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ, ២០២១ - ២០២២, ផលិតផល និងសេវាកម្ម
5. របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ ២០២២ របស់ធនាគារ អេប៊ីអេ។

### **ឯកសារយោងជាភាសាបរទេស**

6. Jenniefer M. George and Gareth R.Jones, 2012, Understanding and Managing Organizational Behavior, 16<sup>th</sup> Edition, Person Education: Pretice Hall and One Lake street Publishing
7. Jenet Manyi Agbor and Jessica Erilksson, 2001, The relationship between Customer Satisfaction and Service Quality: A study of three service sectors in Umea
8. Prakash Dhaka, 202, Customer Satisfaction Research of Nepal SBI Bank Ltd
9. Parasuraman, Berry and Zeithaml, “Perceived Service Quality as a Customer-Based Performance Measure: An Empirical Examination of Organizational Barriers Using an Extended Service Quality Model

### **ឯកសារជម្រុះចេញពីគេហទំព័រ**

10. <https://www.ababank.com/km/about-us/> ,. 10.June.2023
11. [https://www.researchgate.net/publication/265069529\\_Kotler\\_on\\_Marketing\\_How\\_to\\_Create\\_Win\\_and\\_Dominate\\_Markets](https://www.researchgate.net/publication/265069529_Kotler_on_Marketing_How_to_Create_Win_and_Dominate_Markets) 10.June.2023
12. ([https://www.researchgate.net/publication/335401392\\_The\\_Effect\\_of\\_Website\\_Design\\_Quality\\_and\\_Service\\_Quality\\_on\\_Repurchase\\_Intention\\_in\\_the\\_Ecommerce\\_Industry\\_A\\_Cross-Continental\\_Analysis](https://www.researchgate.net/publication/335401392_The_Effect_of_Website_Design_Quality_and_Service_Quality_on_Repurchase_Intention_in_the_Ecommerce_Industry_A_Cross-Continental_Analysis) ., 14.July.2023
13. <https://www.britannica.com/money/price-economics>., 10.Aug.2023
14. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431911000399> ,.10.Aug.2023

**ଅଧ୍ୟାୟ**

**បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ**

ឧបសម្ព័ន្ធទី១៖ រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ ..... ៧៧

ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ គណៈគ្រប់គ្រង និងក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសំខាន់ៗនៃធនាគារ អេប៊ីអេ ..... ៧៨

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣៖ របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ ២០២២ ..... ៨៤

ឧបសម្ព័ន្ធទី៤៖ កម្រងសំណួរ..... ៨៥

ឧបសម្ព័ន្ធទី៥៖ ធនាគារ អេប៊ីអេ..... ៨៨

ឧបសម្ព័ន្ធទី៦៖ រូបភាពទីតាំងធនាគារ អេប៊ីអេ..... ៨៩

ឧបសម្ព័ន្ធទី៧៖ ផលិតផល និងសេវាកម្ម ដែលមានក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេម៉ូលបាលប៊ែកយីង ..... ៩០

ឧបសម្ព័ន្ធទី៨៖ មុខងារថ្មីៗដែលមានក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេម៉ូលបាលប៊ែកយីង..... ៩១

ឧបសម្ព័ន្ធទី៩៖ មុខងារស្តង់ដារដែលមានក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេម៉ូលបាលប៊ែកយីង ..... ៩៣

ឧបសម្ព័ន្ធទី១០៖អត្រាការប្រាក់ប្រចាំឆ្នាំសំរាប់គណនីបញ្ជើសន្សំ ..... ៩៤

ឧបសម្ព័ន្ធទី១១៖អត្រាការប្រាក់ប្រចាំឆ្នាំសំរាប់គណនីបញ្ជើសន្សំមានកាលកំណត់ ..... ៩៥

ឧបសម្ព័ន្ធទី១២៖ការផ្ទេរប្រាក់ ..... ៩៦

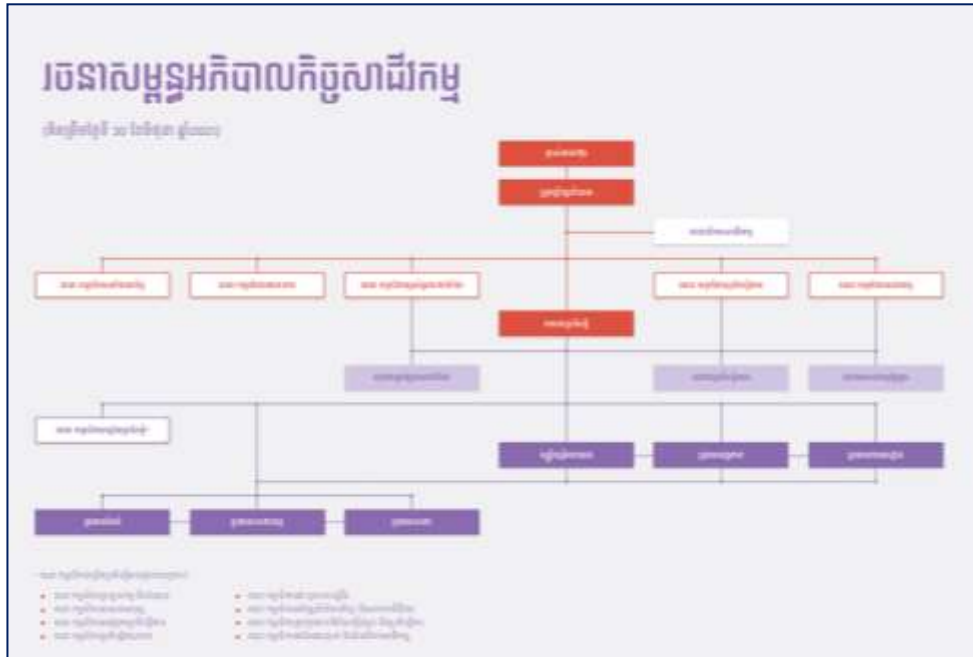
ឧបសម្ព័ន្ធទី១៣៖ទម្រង់ដកប្រាក់តាម E-Cash ..... ៩៧

ឧបសម្ព័ន្ធទី១៤៖សៀវភៅធនាគារ និងកាត ATM..... ៩៨



# ឧបសម្ព័ន្ធ

## ឧបសម្ព័ន្ធទី១ រចនាសម្ព័ន្ធរបស់បណ្ឌិត អេប៊ីអេ



**ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ គណៈគ្រប់គ្រង និងក្រុមប្រឹក្សាភិបាលសំខាន់ៗនៃធនាគារ អេមីអេ**



**លោក Askhat Azhikhanov**

នាយកប្រតិបត្តិ



**លោក Zhiger Atchabarov**

នាយកប្រតិបត្តិការ



**លោក Babu Ram Gyawali**

នាយកហិរញ្ញវត្ថុ



**លោក Galymzhan Temirov**

នាយកព័ត៌មានវិទ្យា



**លោក Bibhu Pandey**

នាយកផលិតផល



**លោក Sanzhar Abdullayev**

នាយកកាត និងសេវាទូទាត់អេឡិកត្រូនិក



**លោក Zokhir Rasulov**

នាយកសេវាធានារ៉ាប់រង



**Chantal Quinn**

នាយិកាប្រឹក្សាសេដ្ឋកិច្ច



**លោក Igor Zimarev**

នាយកទីផ្សារ កិច្ចការ CSR



**លោក Torsten Kleine Buening**

នាយកហានិភ័យ និងទីប្រឹក្សាប្រតិបត្តិការ



**លោកស្រី ឡុង ស៊ិនលីតា**

នាយិកាគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់



**លោក ណេត វិចិត្រ**

នាយកសេវាធនាគារអន្តរក្រុម



**លោកស្រី ហៀង ថ្នូលីនដា**

នាយិកាផ្នែកទីផ្សារធាតុ



**លោក ហ៊ឹង ស្នួលវេន**

នាយកនីតិកម្ម



**លោកស្រី លី វិទ្យា**

នាយិកាធនធានមនុស្ស



**លោក ស៊ីម លីដា**

នាយកគណនេយ្យនិងកម្មវិធីគ្រប់គ្រងធុរកិច្ច



**លោក ស៊ី ថ័ន្ទវិទ្ធី**

នាយកឥណទានអឺរ៉ុបកម្ពុជា



**លោក ណង ស៊ីណាក់**

នាយកត្រួតពិនិត្យឥណទាន



**លោកស្រី ស៊ី ស៊ី រសណីយ**

នាយិកាទំនាក់ទំនងគ្រួសារ



**លោក ស៊ី ស៊ី រសណីយ**

នាយករដ្ឋបាល

### ឧបសម្ព័ន្ធទី៣ របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ ២០២២



The image shows the cover of the ABA Bank 2022 Annual Report. The top half features a dark blue background with the year '2022' in large white and blue numbers. The text 'របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ' (Annual Report) is written in white Khmer script. The ABA Bank logo is in the top right corner. The bottom half is a white section with a blue patterned border on the right. It contains the following information:

- 121 អំពីធនាគារ ABA**
- 8,0** ចំណូលសរុប (Total Revenue)
- 7,4** ចំណូលមុនពន្ធ (Pre-tax Income)
- 262** លាភសរុប (Total Profit)
- 7.778** ភាគហ៊ុន (Shares)
- 85** សហគ្រាស (Branches)

Additional text on the left side of the white section includes 'STANDARD & POORS' and 'ស្ថិតិសេដ្ឋកិច្ចសហប្រជាជាតិ' (World Economic Indicators).

### ឧបសម្ព័ន្ធទី៤ កម្រងសំណួរ

#### កម្រងសំណួរស្រាវជ្រាវ

ស្តីអំពី "អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែងយីង ABA Mobile Banking"

យើងខ្ញុំទាំងពីរ ជានិស្សិតនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ជំនាញគ្រប់គ្រងធុរកិច្ចឆ្នាំទី៤ ជំនាន់ទី៧។ យើងខ្ញុំកំពុងធ្វើសារណាបញ្ចប់ការសិក្សា ក្រោមប្រធានបទ "អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែងយីង ABA Mobile Banking"។ អាស្រ័យហេតុនេះ យើងខ្ញុំសូមសំណូមពរដល់អតិថិជនទាំងអស់ដែលកំពុងប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ ធនាគារ អេប៊ីអេ មេត្តាចំណាយពេលវេលាក្នុងការឆ្លើយសំណួរ និងផ្តល់ព័ត៌មានមួយចំនួនដល់យើងខ្ញុំតាមរយៈកម្រងសំណួរដែលមានដូចខាងក្រោមដោយក្តីអនុគ្រោះ។

#### I. ព័ត៌មានផ្ទាល់ខ្លួន

- 1. ភេទ ៖  ស្រី  ប្រុស
- 2. អាយុ ៖  18ឆ្នាំ ដល់ 25ឆ្នាំ  26ឆ្នាំ ដល់ 35ឆ្នាំ  
 36ឆ្នាំ ដល់ 60ឆ្នាំ  លើសពី 60ឆ្នាំ
- 3. មុខរបរ៖.....
- 4. អាស័យដ្ឋាន៖ .....

#### II. ផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ

- 1. ប្រភេទផលិតផល និងសេវាកម្មដែលអ្នកប្រើប្រាស់នៅធនាគារ អេប៊ីអេ
  - គណនីសន្សំនិងបញ្ញើ
  - សេវាមក្នុងទូទាត់ហ្វីស
  - សេវាកម្មអ៊ីហ្វីស
  - សេវាកម្មបុគ្គលិក
  - ផ្សេងៗ.....
- 2. រយៈពេលដែលអ្នកប្រើប្រាស់ផលិតផល និងសេវាកម្មខាងលើ
  - 6ខែ
  - 12ខែ



លើសពី 1ឆ្នាំ

3. តើមូលហេតុអ្វីបានជាអ្នក ជ្រើសរើសប្រើប្រាស់កម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែងយីង?

- ការណែនាំពីមិត្តភក្តិ ឬសាច់ញាតិ
- មានមុខងារប្រើប្រាស់ដែលមាននៅក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែងយីងផ្តល់ឲ្យ
- មានភាពងាយស្រួល និងសុវត្ថិភាព
- ការទុកចិត្ត និងប្រសិទ្ធភាពនៃប្រតិបត្តិការរហ័ស
- ផ្សេងៗ.....

សូមធ្វើការវាយតម្លៃដោយប្រើមាត្រដ្ឋានដូចខាងក្រោម៖

1 = ខ្សោយខ្លាំងណាស់

2 = ខ្សោយ

3 = មធ្យម

4 = ល្អបង្អួច

5 = ល្អណាស់

	1	2	3	4	5
1. ការទទួលស្វាគមន៍របស់បុគ្គលិកបំរើសេវាកម្ម	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ការទទួលខុសត្រូវលើការងាររបស់បុគ្គលិកលើ ការបំរើសេវាអតិថិជន	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ឆន្ទៈក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហារបស់បុគ្គលិកទៅ កាន់អតិថិជន	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. សមត្ថភាព និងចំណេះដឹងរបស់បុគ្គលិកទៅលើ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ផលិតផល និងសេវាកម្មនីមួយៗរបស់ធនាគារ អេប៊ីអេ

5. ការជឿជាក់របស់អ្នកទៅលើសមត្ថភាព និងចំណេះ

ដឹងរបស់បុគ្គលិកនៅក្នុងធនាគារ

6. ល្បឿនក្នុងការប្រតិបត្តិការកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូបាលប៊ែល

យឹង ធៀបទៅនឹងធនាគារដទៃទៀត

7. ប្រព័ន្ធបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុង កម្មវិធី អេប៊ីអេ

ម៉ូលបាលប៊ែលយឹង

8. តើអ្នកយល់ថា ធនាគារគួរមានការកែលម្អលើចំណុចណាមួយដែរឬទេ?

មាន  មិនមាន

9. បើមាន តើធនាគារ គួរកែលម្អលើចំណុចណាខ្លះ?

ផ្នែកបំរើអតិថិជន

ផ្នែកផលិតផល និងសេវាកម្ម

បច្ចេកទេសក្នុង ABA Mobile Banking

មុខងារប្រើប្រាស់ក្នុង ABA Mobile Banking

មិនមាន

សូមបញ្ជាក់៖ .....

10. ការពេញចិត្តជារួមរបស់អតិថិជនទៅលើ ប្រព័ន្ធ

បច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេ ម៉ូលបាលប៊ែលយឹង

### ឧបសម្ព័ន្ធទី៥ ធនាគារ អេប៊ីអេ



ធនាគារ ABA គឺជាគ្រឹះស្ថាន ហិរញ្ញវត្ថុឯកជនឈានមុខគេ ដែលមានការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយ ស្ថិរភាពរយៈពេល ២៧ឆ្នាំ និង មានឯកទេសពិសេសនៅក្នុង ទីផ្សារ។

**១៩៩៦**

ធនាគារ វៀនណាម កម្ពុជា ក្រុមហ៊ុន

**២៧**

ឆ្នាំនៃការអភិវឌ្ឍ និងកំណើន

**១**

ABA ជាធនាគារចោលវិជ្ជាជីវៈបំផុតនៅ កម្ពុជា ផ្អែកលើទិន្នន័យប្រាក់បញ្ញើ កម្មវិធី និងប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ

**ឧបសម្ព័ន្ធទី៦ រូបភាពទីតាំងធនាគារ អេប៊ីអេ**



# ឧបសម្ព័ន្ធទី៧ ផលិតផល និងសេវាកម្ម ដែលមានក្នុងកម្មវិធី អេស៊ីអេស៊ីលប្រាក់ប្រើប្រាស់

## ផលិតផល និងសេវាកម្ម

ធនាគារ ABA ផ្តល់ជូនផលិតផលផ្សេងៗទៀតដល់អតិថិជនរបស់យើង ដើម្បីជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិត និងជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិត។ ផលិតផល និងសេវាកម្មទាំងនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិតរបស់អ្នក។

គណនីផ្សេងៗ					
	បញ្ជីសន្សំ	បញ្ជីសន្សំ	បញ្ជីសន្សំ	បញ្ជីសន្សំ	បញ្ជីសន្សំ
បំណង	ប្រតិបត្តិការ និងសន្សំ	ប្រតិបត្តិការ	ប្រតិបត្តិការ	សន្សំ	សន្សំ
ប្រើប្រាស់	រៀន	រៀន	រៀន	រៀន	រៀន
កាតសម្រាប់ទូទាត់	✓	✓	✓	ក្មេង	ក្មេង
កាតសម្រាប់ទូទាត់	✓	✓	✓	✓	ក្មេង
ទឹកប្រាក់ប្រចាំខែ	ក្មេង	400.000 រៀល 100 ដុល្លារ	2.000.000 រៀល 500 ដុល្លារ	400.000 រៀល 100 ដុល្លារ	1.000.000 រៀល
ទឹកប្រាក់ប្រចាំខែ	ក្មេង	400.000 រៀល 100 ដុល្លារ	2.000.000 រៀល 500 ដុល្លារ	ក្មេង	1.000.000 រៀល
អត្រាការប្រាក់ (ប្រើប្រាស់)	អត្រាជំរឿន 0.50% (រៀន) អត្រាជំរឿន 0.50% (ដុល្លារ)	ក្មេង	អត្រាជំរឿន 0.50% (រៀន) អត្រាជំរឿន 0.50% (ដុល្លារ)	អត្រាជំរឿន 0.50% (រៀន) អត្រាជំរឿន 0.50% (ដុល្លារ)	0.75% (រៀន)
ការទូទាត់ប្រាក់	ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធសេវាសេវា	ក្មេង	ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធសេវាសេវា	ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធសេវាសេវា	ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធសេវាសេវា

## សេវាគណនី

### សេវាផ្តល់ជូនដល់អតិថិជន

ធនាគារ ABA ផ្តល់ជូនសេវាផ្តល់ជូនដល់អតិថិជនរបស់យើង ដើម្បីជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិត និងជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិត។ ផលិតផល និងសេវាកម្មទាំងនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិតរបស់អ្នក។

### សេវាផ្តល់ជូនដល់អតិថិជន

ធនាគារ ABA ផ្តល់ជូនសេវាផ្តល់ជូនដល់អតិថិជនរបស់យើង ដើម្បីជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិត និងជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិត។ ផលិតផល និងសេវាកម្មទាំងនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិតរបស់អ្នក។

### សេវាផ្តល់ជូនដល់អតិថិជន

ធនាគារ ABA ផ្តល់ជូនសេវាផ្តល់ជូនដល់អតិថិជនរបស់យើង ដើម្បីជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិត និងជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិត។ ផលិតផល និងសេវាកម្មទាំងនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីជួយឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងជីវិតរបស់អ្នក។

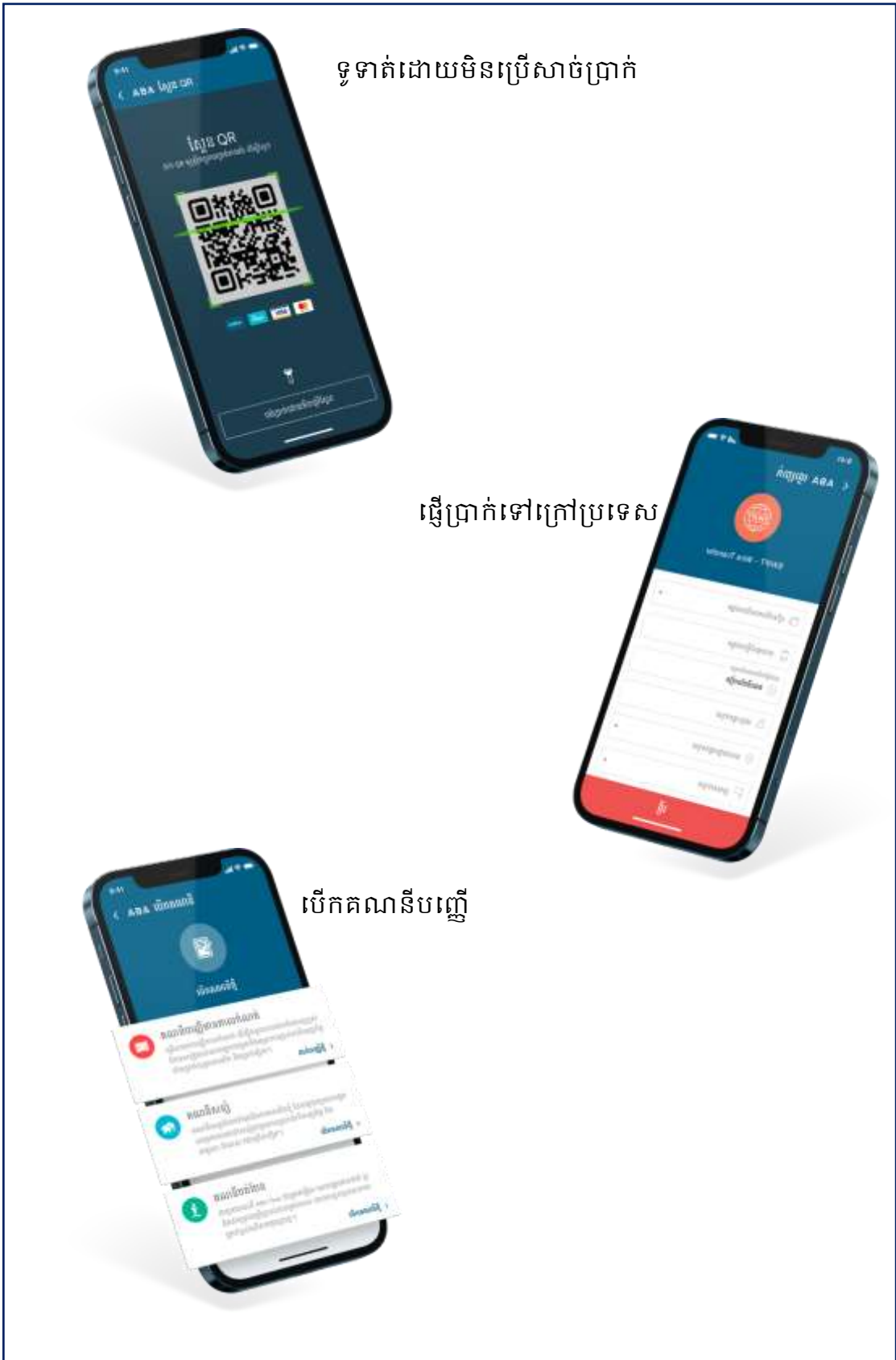
### ឧបសម្ព័ន្ធទី៨ មុខងារថ្មីៗដែលមានក្នុងកម្មវិធី អេប៊ីអេម្លូលបានប្រើកម្រិត

គណនីហ័ស



គណនីលេខពិសេស





## ឧបសម្ព័ន្ធទី៩ មុខងារស្តង់ដារដែលមានក្នុងកម្មវិធី អេមីអេម៉ូលបានប្រើកម្រិត

<p><b>ឆែកទឹកប្រាក់</b></p>	<p><b>ទូទាត់វិក្កយបត្រ</b></p>
<p>គ្រាន់តែប្រើម្រាមដៃ អ្នកនឹងអាច ពិនិត្យមិនទឹកប្រាក់របស់អ្នកបាន</p>	<p>ទូទាត់វិក្កយបត្រ របស់អ្នក ដោយមិនគិតព្រមសេវា</p>
<p><b>ធ្វើប្រាក់ទៅអ្នកណាម្នាក់</b></p>	<p><b>ទទួលសារជូនដំណឹងភ្លាមៗ</b></p>
<p>ធ្វើប្រាក់ទៅកាន់គណនី ABA ណាមួយបានយ៉ាងងាយស្រួល</p>	<p>ទទួលបានការជូនដំណឹងជាភ្លាមៗ អំពីទឹកប្រាក់របស់អ្នក</p>
<p><b>ជកប្រាក់ដោយមិនប្រើកាត</b></p>	<p><b>បញ្ចូលលុយទូរស័ព្ទ</b></p>
<p>ធ្វើប្រាក់ទៅខេត្ត រួមទាំងធ្វើទៅអ្នក ដែលមិនមានគណនីធនាគារ</p>	<p>បញ្ចូលលុយបានគ្រប់ពេលដោយប្រើ ឬមិនចាំបាច់ប្រើលេខកូដ</p>
<p><b>បង្កើតគំរូ</b></p>	<p><b>ការពារទឹកប្រាក់របស់អ្នក</b></p>
<p>ចំណេញពេលវេលាសម្រាប់ ប្រតិបត្តិការដែលអ្នកធ្វើញឹកញាប់</p>	<p>បើកមុខងារស្វែងរកយោងដៃ ឬ Face ID ដើម្បីសុវត្ថិភាពកាន់តែខ្ពស់</p>



**ឧបសម្ព័ន្ធទី១០ អត្រាការប្រាក់ប្រចាំឆ្នាំសំរាប់គណនីបញ្ញើសន្សំ**

<b>អត្រាការប្រាក់ (ក្នុងមួយឆ្នាំ)<sup>1</sup> សម្រាប់ប្រាក់ដុល្លារ</b>		
សមតុល្យប្រចាំថ្ងៃ	ក្រុមហ៊ុន	ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល
USD ≤ 1,000	0.10%	0.15%
USD ≤ 10,000	0.15%	
USD ≤ 25,000	0.20%	
USD ≤ 50,000	0.25%	
USD ≤ 100,000	0.35%	0.25%
USD ≤ 500,000	0.50%	
USD > 500,000	0.75%	
<b>អត្រាការប្រាក់ (ក្នុងមួយឆ្នាំ) សម្រាប់ប្រាក់រៀល</b>		
សមតុល្យប្រចាំថ្ងៃ	ក្រុមហ៊ុន	ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល
KHR ≤ 20,000,000	1.00%	
KHR ≤ 100,000,000	1.25%	1.25%
KHR > 100,000,000	1.50%	

**ឧបសម្ព័ន្ធទី១១ អត្រាការប្រាក់ប្រចាំឆ្នាំសំរាប់គណនីបញ្ញើសន្សំមានកាលកំណត់**



**អត្រាការប្រាក់(ក្នុងមួយឆ្នាំ)¹ សម្រាប់ការទូទាត់ចុងគ្រាជាប្រាក់រៀល**

រយៈពេល (ខ)	ក្រុមហ៊ុន	ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ	ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល
1	3.00% 2.25%	0.50%	3.00% 2.25%
3	4.75% 4.00%	0.75%	4.75% 4.00%
6	6.25% 5.50%	1.50%	6.25% 5.50%
12	7.50% 7.25%	2.50%	7.50% 7.25%
24	7.75% 7.40%	N/A	7.75% 7.40%
36	8.00% 7.77%	N/A	8.00% 7.77%
48	8.50% -	N/A	8.50% -
60	9.00% -	N/A	9.00% -

**អត្រាការប្រាក់(ក្នុងមួយឆ្នាំ)¹ សម្រាប់ការទូទាត់ចុងគ្រាជាប្រាក់ដុល្លារ**

រយៈពេល (ខ)	ក្រុមហ៊ុន	ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ	ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល
1	1.75% 0.75%	តាមការស្នើសុំ	1.75% 0.50%
3	2.50% 1.50%	តាមការស្នើសុំ	2.50% 1.25%
6	4.00% 3.25%	តាមការស្នើសុំ	4.00% 2.50%
12	5.50% 4.75%	តាមការស្នើសុំ	5.50% 3.25%
24	5.75% 4.50%	តាមការស្នើសុំ	5.75% 3.25%
36	6.00% 4.50%	តាមការស្នើសុំ	6.00% 3.45%

### ឧបសម្ព័ន្ធទី១២ ការផ្ទេរប្រាក់



### ឧបសម្ព័ន្ធទី១៣ ទម្រង់ជាការប្រើប្រាស់ E-Cash



**ឧបសម្ព័ន្ធទី១៤ សៀវភៅធនាគារ និងកាត ATM**

