



សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ
និង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

របាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់
ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វើលដ៍ អិចប្រេស

កម្មសិក្សាពីថ្ងៃទី១៦ ខែមីនា ឆ្នាំ២០២០ ដល់ថ្ងៃទី១៥ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២០

ឈ្មោះស្ថាប័ន៖ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វើលដ៍ អិចប្រេស (ការិយាល័យកណ្តាល)

តាក់តែងឡើងដោយ

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

និស្សិតឈ្មោះ៖ យុន ស៊ីវឡាង

លោក ប្រឡឹម សុមេធា

ឈិត ឆានី

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច

ឆ្នាំចូលសិក្សា

២០១៦

ជំនាន់ទី ៦

ឆ្នាំសរសេររបាយការណ៍

២០២០



សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ
និង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

របាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់
ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វើលដ៍ អិចប្រេស

កម្មសិក្សាពីថ្ងៃទី១៦ ខែមីនា ឆ្នាំ២០២០ ដល់ថ្ងៃទី១៥ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២០

ឈ្មោះស្ថាប័ន៖ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វើលដ៍ អិចប្រេស (ការិយាល័យកណ្តាល)

តាក់តែងឡើងដោយ

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

និស្សិតឈ្មោះ៖ យុន ស៊ីវឡាង

លោក ប្រឡឹម សុមេធា

ឈិត ឆានី

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច

ឆ្នាំចូលសិក្សា

២០១៦

ជំនាន់ទី ៦

ឆ្នាំសរសេររបាយការណ៍

២០២០

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

តាងនាមយើងខ្ញុំដែលជានិស្សិតឆ្នាំទី៤ ជំនាន់ទី៦ ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារ កិច្ចនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចដែលមានសមាជិកចំនួន២រូបគឺ៖

១. ឃុន ស៊ីវឡាង

២. ឈឹក ធានី

សូមគោរពប្រណិបត្តិដោយសេចក្តីកត់ត្រាតាមបំពោះ

មាតា បិតា និងអាណាព្យាបាលរបស់ក្រុមសិក្សាស្រាវជ្រាវនាខ្ញុំទាំងអស់គ្នាដែលលោកបានផ្តល់ កំណើត ចិញ្ចឹមបីបាច់ អប់រំទូន្មានប្រៀនប្រដៅ និងការឧបត្ថម្ភគ្រប់បែបយ៉ាង ទាំងផ្នែកស្មារតី សំភារៈ តាំងពី កុមារភាពរហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន ដោយរូបលោកទាំងអស់គ្នាបានផ្តល់ទាំងកម្លាំងកាយ និងកម្លាំងចិត្ត ស្មារតី តតាំងជំនះរាល់ឧបសគ្គ ដោយមិនគិតពីការឆ្លើយហាត់ដែលបានជួបប្រទះមិនថាតិច ឬច្រើនក្តី។

សូមសម្តែងនូវការដឹងគុណ និងគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុតចំពោះ៖

- លោក **ច្រឡឹង សុមេធា** ជាសាស្ត្រាចារ្យណែនាំសារណា ដែលលោកបានចំណាយពេល វេលាដ៏មានតម្លៃក្នុងការដឹកនាំរបាយការណ៍កម្មសិក្សារបស់យើងខ្ញុំ ដោយណែនាំបង្ហាញផ្លូវ ក្នុងការតែងរបាយការណ៍ ផ្តល់ឯកសារសំខាន់ៗ និងត្រួតពិនិត្យ ព្រមទាំងជួយណែនាំអោយ កែសម្រួលអត្ថបទក្នុងការសរសេររបាយការណ៍កម្មសិក្សារបស់យើងខ្ញុំទាំងមូល ។
- ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការ សាកលវិទ្យាធិការរង លោកសាស្ត្រាចារ្យ អ្នកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ ព្រមទាំងបុគ្គលិកមន្ត្រីរាជការគ្រប់ជាន់ថ្នាក់ទាំងអស់នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រនិង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចដែលបានផ្តល់ជំនួយនានា និងបានបង្ហាត់បង្រៀនយើងខ្ញុំដែលជានិស្សិត មហាវិទ្យាល័យទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចដោយខិតខំអស់ពីកម្លាំងកាយ និងកម្លាំងចិត្ត
- លោក **ហូ រណ្ណា** ដែលជានាយកគ្រប់គ្រងទូទៅនៃក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ដែលបានអនុញ្ញាតអោយយើងខ្ញុំដែលជានិស្សិតបានសិក្សាស្រាវជ្រាវ ដើម្បីជកស្រង់ព័ត៌មាន តាមរយៈការសម្ភាសន៍ដោយផ្ទាល់មាត់ ស្វែងយល់ពីការអនុវត្តជាក់ស្តែង ព្រមទាំងបានផ្តល់ នូវឯកសារមួយចំនួន ដែលទាក់ទងនឹងការសរសេររបាយការណ៍កម្មសិក្សាប្រកបដោយអត្ថ ប្រយោជន៍។
- បុគ្គលិកទាំងអស់នៃក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ដែលបានជួយពន្យល់ណែនាំ យើងខ្ញុំអោយចេះពីរបៀបនៃការប្រតិបត្តិការងារ បទពិសោធន៍ល្អៗ និងផ្តល់ព័ត៌មានសំខាន់ៗ សម្រាប់ការសរសេររបាយការណ៍កម្មសិក្សា។

អារម្ភកថា

នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះការអភិវឌ្ឍបានដំណើរការទៅមុខយ៉ាងឆាប់រហ័សជាមួយនឹងការរីកដុះដាលទៅលើគ្រប់វិស័យមិនថា វិស័យសេដ្ឋកិច្ច វិស័យទេសចរណ៍ វិស័យឧស្សាហកម្ម និងសំណង់ព្រមទាំងវិស័យហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដែលមានការអភិវឌ្ឍគួរអោយកត់សម្គាល់ផងដែរ។ ក្នុងនោះផងដែរដំណើរការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍នៅកម្ពុជា គឺពឹងផ្អែកយ៉ាងសំខាន់ទៅលើផ្នែកឯកជន ដែលរួមមានសហគ្រាសទេសចរណ៍ដែលផ្តល់សេវាដឹកជញ្ជូន សេវាស្នាក់នៅ សេវាម្ហូបអាហារនិងភេសជ្ជៈ ការទស្សនានិងការកម្សាន្ត មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងជាពិសេសសេវាកម្មរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច ដែលបង្កើតឡើងដោយកាត់ទេសចរណ៍ ដែលជាសមាសធាតុរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។ ផលិតផលយ៉ាងសំខាន់របស់កាត់ទេសចរណ៍ គឺការរៀបចំបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ចប្រកបដោយគុណភាព និងភាពទាក់ទាញ ជាពិសេសនៅពេលប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ទាំងអស់ ព្រោះការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច ជាកត្តាទាក់ទាញទេសចរក្នុងការប្រើប្រាស់ និងបង្កើនការជឿជាក់មកលើសេវាកម្មដែលបានផ្តល់ដោយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។ អាស្រ័យដោយការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មានសារៈសំខាន់ ហេតុដូច្នេះហើយបានជាក្រុមនិស្សិតផ្នែកគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ចនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច យើងខ្ញុំបានសម្រេចចិត្តលើកយកនូវប្រធានបទ “ ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ” មកធ្វើជាបាយការណ៍កម្មសិក្សា ដើម្បីជួយដល់ក្រុមយើងខ្ញុំដែលជាអ្នកស្រាវជ្រាវបានយល់កាន់តែច្បាស់ទៅលើសកម្មភាពប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍តាមរយៈទ្រឹស្តី និងការចុះកម្មសិក្សាដោយផ្ទាល់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍វីលដ៍អិចប្រេស។

ទន្ទឹមនឹងនេះដែរដោយការយល់ដឹងនៅមានភាពមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់នៅឡើយ ដោយមានកង្វះខាតមួយផ្នែកធំក្នុងការអនុវត្តជាក់ស្តែង ព្រោះក្នុងកំឡុងពេលសិក្សាយើងខ្ញុំពុំអាចមានឱកាសច្រើន ដើម្បីផ្សារភ្ជាប់រវាងទ្រឹស្តីនិងការអនុវត្ត កាលៈទេសៈមិនអំណោយផល ឯកសារព័ត៌មានដែលមានតិចតួច និងរយៈពេលមានកំណត់នៃការចុះស្រាវជ្រាវឯកសារ យើងខ្ញុំនៅមានចំណុចខ្វះខាត និងមាននូវកំហុសឆ្គងផងដែរ ដែលត្រូវទទួលការណែនាំបន្ថែមពីសាស្ត្រាចារ្យទៀត។ ដូច្នេះសូមសាស្ត្រាចារ្យ និងមិត្តអ្នកអានទាំងអស់អធ្យាស្រ័យ ហើយរីករាយក្នុងការជួយកែតម្រូវនូវចំណុចខ្វះខាត និងកំហុសឆ្គងរបស់ក្រុមយើងខ្ញុំផង។

ក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវរបស់យើងខ្ញុំសង្ឃឹមថា របាយការណ៍កម្មសិក្សាមួយនេះនឹងអាចជួយដល់ក្រុមនិស្សិតជំនាន់ក្រោយ ដែលចង់ចងក្រងជាឯកសារថ្មី ឬជាបាយការណ៍បន្តទៀតបាន។

មាតិកា

ទំព័រ

បញ្ជីអក្សរកាត់	v
បញ្ជីរូបភាព និងត្រាហ្វិក	vi
បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ	vii

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	១
២. ចំណោទបញ្ហានៃការដោះស្រាយ	២
៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ	២
៤. ទំហំ និងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ	៣
៥. វិធីសាស្ត្រនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ	៣
៦. សារសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ	៥
៧. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ	៦

ជំពូកទី១

វិធីសាស្ត្រដែលពាក់ព័ន្ធ

១.១ ទេសចរណ៍ និងសមាសភាពពាក់ព័ន្ធ	៧
១.១.១ សារហេតុនៃការធ្វើដំណើរ	៧
១.១.២ ប្រភេទ និងទ្រង់ទ្រាយទេសចរណ៍	៨
១.១.៣ តម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍	១១
១.១.៤ ផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍	១២
១.២ ប្រភេទ តួនាទី និងមុខងារទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	១៤
១.៣ ទម្រង់របស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (Form of Travel Agency)	១៥
១.៣.១ ការីទេសចរណ៍	១៥
១.៣.២ ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	១៧
១.៤ ដំណើរការអាជីវកម្មនៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍	១៩

១.៤.១ ខ្សែទស្សនកិច្ច (Package Tour).....	១៩
១.៤.២ ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច.....	១៩
១.៤.៣ ប្រភេទខ្សែទស្សនកិច្ច.....	២២
១.៤.៤ សមាសធាតុផ្សំនៃខ្សែទស្សនកិច្ច.....	២៣
១.៤.៥ បច្ចេកទេសបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ច.....	២៣
១.៥ ការប្រាស្រ័យទាក់ទង និងវិធានការជំរុញលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច	២៧
១.៥.១ លក្ខខណ្ឌតម្រូវសំរាប់ជំនួបទាក់ទង	២៧
១.៥.២ ការលក់.....	២៨
១.៥.៣ វិធីសាស្ត្រលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច ឬសេវាកម្មទេសចរណ៍	២៨
១.៥.៤ ការជំរុញ និងលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច.....	៣០
១.៥.៥ ការជំរុញ និងសេវាកម្មទេសចរណ៍	៣១
១.៥.៦ ការទូទាត់ និងគណនាតំលៃខ្សែទស្សនកិច្ច	៣១
១.៦ យុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងទីផ្សារ និងការផ្សព្វផ្សាយ.....	៣២
១.៦.១ ការផ្សព្វផ្សាយ និងលក់	៣៣
១.៦.២ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម	៣៣

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពប្រតិបត្តិការនៃការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់

ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ ភីលីប អិចប្រេស

២.១ ស្ថានភាពក្រុមហ៊ុន	៣៦
២.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន	៣៦
២.១.២ ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន	៣៦
២.១.៣ ឈ្មោះ និងស្លាកសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន	៣៧
២.២ ទស្សនវិស័យ គោលបំណង និងបេសកកម្ម	៣៨
២.៣ ផលិតផល និងសេវាកម្ម	៣៨
២.៤ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងការងារ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវ	៣៩
២.៤.១ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងការងារទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍.....	៣៩

២.៤.២ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវការងាររបស់ក្រុមហ៊ុន	៤០
២.៥ ស្ថានភាពទូទៅនៃខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស.....	៤៣
២.៥.១ ប្រភេទខ្សែទស្សនកិច្ច	៤៣
២.៥.២ អ្នកប្រើប្រាស់ខ្សែទស្សនកិច្ច	៤៤
២.៥.៣ និន្នាការនៃការអភិវឌ្ឍខ្សែទស្សនកិច្ច.....	៤៤
២.៦ ការរៀបចំ និងបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ច	៤៥
២.៦.១ បច្ចេកទេសបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស	៤៥
២.៦.២ ដំណាក់កាលនៃការបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ច	៥១
២.៦.៣ វិធីគណនាតម្លៃខ្សែទស្សនកិច្ច.....	៥៤
២.៧ ការរៀបចំ និងផ្តល់សេវាកម្មតាមដំណាក់កាល.....	៥៦
២.៧.១ សកម្មភាពសេវាកម្មមុនភ្ញៀវមកដល់	៥៦
២.៧.២ សកម្មភាពសេវាកម្មពេលភ្ញៀវមកដល់	៥៩
២.៧.៣ សកម្មភាពពេលភ្ញៀវចាកចេញ.....	៥៩
២.៨ ការកក់.....	៦០
២.៨.១ ការកក់តាមរយៈក្រុមហ៊ុនដៃគូ.....	៦០
២.៨.២ ការកក់តាមរយៈទូរស័ព្ទ.....	៦០
២.៨.៣ ការកក់តាមរយៈអ៊ីម៉ែល និងអ៊ិនធើណែត.....	៦១
២.៨.៤ ការកក់តាមរយៈទូរស័ព្ទ.....	៦២
២.៨.៥ ការកក់សណ្ឋាគារ	៦២
២.៨.៦ ការកក់សំបុត្រយន្តហោះ.....	៦៣
២.៨.៧ ការកក់សំបុត្រចូលទស្សនា.....	៦៤
២.៨.៨ ការកក់សំបុត្រកំណត់ទីតាំងទៅកាន់សៀមរាប	៦៤
២.៩ តម្លៃនៃការជួលមគ្គុទ្ទេសក៍.....	៦៥
២.១០ តម្លៃនៃការដឹកជញ្ជូន	៦៦
២.១០.១ ការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវគោក.....	៦៦
២.១០.២ ការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស.....	៦៨
២.១១ ការផ្សព្វផ្សាយ និងការលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច.....	៧០

២.១១.១ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយ.....	៧០
២.១១.២ ការរៀបចំបណ្តាញលក់.....	៧២
២.១២ ការធានាគុណភាព និងសុវត្ថិភាពអតិថិជន	៧២
២.១២.១ អតិថិជនប្រើប្រាស់សេវាកម្មលើកដំបូង	៧២
២.១២.២ អតិថិជនធ្លាប់ប្រើប្រាស់ផលិតផល	៧៣

ជំពូកទី៣

របកគំហើញនៃការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច

៣.១ របកគំហើញដែលបានសម្ភាសន៍ភ្ញៀវប្រើប្រាស់ខ្សែទស្សនកិច្ច	៧៤
៣.២ ការវិភាគ SWOT	៨០
៣.២.១ ភាពខ្លាំង	៨០
៣.២.២ ភាពខ្សោយ	៨១
៣.២.៣ ឱកាស	៨១
៣.២.៤ ការគម្រាមកំហែង	៨២

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន	៨៥
២. ការផ្តល់អនុសាសន៍	៨៦

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីអក្សរកាត់

W.E.T	:	World Express Tours & Travel.
SWOT	:	Strengths Weaknesses Opportunities Treats
CATA	:	Cambodia Association of Travel Agents
PATA	:	Pacific Asia Travel Association
AITA	:	International Air Transport Association

បញ្ជីរូបភាព និងក្រាហ្វិក

រូបភាពទី ១.១ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវ	៦
រូបភាពទី ១.២ ទ្រង់ទ្រាយទេសចរណ៍	៩
រូបភាពទី ១.៣ តួនាទីរបស់ការិយាល័យទេសចរណ៍នៅក្នុងទីផ្សារ	១៧
រូបភាពទី ១.៤ ធាតុផ្សំខ្សែទស្សនកិច្ច	២៣
រូបភាពទី ១.៥ ដំណាក់កាលនៃការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច	២៤
រូបភាពទី ១.៦ ផែនទីធ្វើដំណើរក្នុងខ្សែទស្សនកិច្ច	២៦
ក្រាហ្វិកទី៣.១ ភាគរយនៃអតិថិជនដែលប្រើប្រាស់ខ្សែទស្សនកិច្ច	៧៤
ក្រាហ្វិកទី៣.២ ភាគរយនៃអាយុអតិថិជន	៧៤
ក្រាហ្វិកទី៣.៣ ភាគរយនៃភ្ញៀវទេសចរណ៍ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស	៧៥
ក្រាហ្វិកទី៣.៤ ភាគរយនៃតំបន់ទេសចរណ៍ដែលភ្ញៀវទេសចរចង់ទៅលេងកំសាន្ត	៧៥
ក្រាហ្វិកទី៣.៥ ភាគរយនៃតំបន់ចំណាប់អារម្មណ៍របស់អតិថិជនចំពោះការលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច	៧៦
ក្រាហ្វិកទី៣.៦ ការពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវចំពោះការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុន	៧៦
ក្រាហ្វិកទី៣.៧ ការមិនពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវចំពោះការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុន	៧៧
ក្រាហ្វិកទី៣.៨ ភាគរយនៃការវាយតម្លៃលើការដោះស្រាយបញ្ហាជូនអតិថិជន	៧៧
ក្រាហ្វិកទី៣.៩ ភាគរយនៃការវាយតម្លៃលើចំណាប់អារម្មណ៍អតិថិជនចំពោះក្រុមហ៊ុន	៧៨
ក្រាហ្វិកទី៣.១០ ភាគរយនៃទស្សនៈរបស់អតិថិជនចំពោះតំលៃសេវាកម្មផ្សេងៗទៀតនឹងទីផ្សារ	៧៨
ក្រាហ្វិកទី៣.១១ ភាគរយនៃទស្សនៈរបស់អតិថិជនចំពោះគុណភាពសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន	៧៩
ក្រាហ្វិកទី៣.១២ ភាគរយនៃតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទៅលើការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច	៧៩

បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធ ក: កម្រងសំណួរ

ឧបសម្ព័ន្ធ ខ: ឯកសាររបស់ក្រុមហ៊ុន

ឧបសម្ព័ន្ធ គ: រូបភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន

ជំពូកទី១

រំលឹកទ្រឹស្តីដែលពាក់ព័ន្ធ

១.១ ទេសចរណ៍ និងសមាសភាពដែលពាក់ព័ន្ធ

ពាក្យថាទេសចរណ៍ (Tourism) កើតឡើងនៅក្នុងភាសាអង់គ្លេសនៅដើមសតវត្សទី១៩ ហើយបួសគល់នៃពាក្យនេះកើតចេញពីពាក្យ Tour មានន័យថាការធ្វើដំណើរកម្សាន្ត ។ និយមន័យទេសចរណ៍ត្រូវបានគេកំណត់ផ្សេងៗគ្នាជាច្រើន ហើយធ្វើតាមរយៈចរិកលក្ខណៈសេដ្ឋកិច្ចរបស់វាដូចខាងក្រោម ៖

- ទេសចរណ៍ គឺជាលទ្ធផលនៃការធ្វើចលនារបស់មនុស្សតាមខ្សែទស្សនកិច្ចផ្សេងៗ
- ទេសចរណ៍ គឺជាការធ្វើដំណើរទៅចំណុចដែលជាគោលដៅ និងស្នាក់នៅក្នុងតំបន់នោះ
- ទេសចរណ៍ គឺជាការធ្វើដំណើរកម្សាន្តមួយរយៈពេលរបស់អ្នកធ្វើដំណើរ ហើយវិលត្រឡប់ទៅកន្លែងរស់នៅរបស់គេវិញ
- ទេសចរណ៍ គឺជាការចាកចេញមួយរយៈពេលពីប្រទេស ឬតំបន់ដែលទេសចររស់នៅប្រចាំថ្ងៃ
- ទេសចរណ៍ គឺជាការធ្វើដំណើរមិនត្រូវរាប់បញ្ចូលសកម្មភាពការងារមួយដែលនាំមកនូវប្រាក់ចំណេញនោះទេ។¹

ចំពោះនិយមន័យទេសចរណ៍ដែលត្រូវបានចែងក្នុងច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាដែលបានអនុម័តដាក់អោយប្រើប្រាស់ជាផ្លូវការនៅថ្ងៃ១០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០០៩ ថាទេសចរណ៍សំដៅដល់សកម្មភាពទាំងឡាយរបស់បុគ្គលដែលធ្វើដំណើរទៅ និងស្នាក់នៅកន្លែងផ្សេងៗក្រៅពីបរិយាកាសប្រក្រតីរបស់គេសម្រាប់រយៈពេលមិនលើសពី១២០ថ្ងៃជាប់ៗគ្នា ដើម្បីសម្រាកលំហែកម្សាន្ត ធុរកិច្ច និងគោលបំណងទេសចរណ៍ស្របច្បាប់ផ្សេងទៀត។²

១.១.១ សារៈហេតុនៃការធ្វើដំណើរ

មូលហេតុនៃការធ្វើដំណើរ គឺជាចំណងរបស់ទេសចរដែលធ្វើអោយពួកគេចូលរួមក្នុងប្រភេទណាមួយនៃទេសចរណ៍ ហើយនឹងគោលដៅទាំងឡាយដែលគេចង់ទៅ។

យើងអាចចែកមូលហេតុទាំងនេះជា៥ក្រុមដូចតទៅ ៖

- **ការស្វែងយល់ពីវប្បធម៌** : ទេសចរតែងមានការងឿងឆ្ងល់ និងចង់យល់ពីប្រទេសផ្សេងៗនៅលើពិភពលោក។ គេតែងមានការចាប់អារម្មណ៍ទៅលើទំនៀមទម្លាប់ ភាសា សិល្បៈ និងចម្លាក់ផ្សេងៗគ្នា។

¹បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, សញ្ញាណ និងទ្រឹស្តីទេសចរណ៍, បោះពុម្ពលើកទី៣ (ភ្នំពេញ, ២០១២), ២៤

²ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា, ១០ មិថុនា ២០០៩

- ការស្វែងយល់ពីទំនាក់ទំនងមនុស្ស : ការសួរសុខទុក្ខបងប្អូនញាតិមិត្ត។
- ការស្វែងយល់ពីចិត្តសាស្ត្រ : ការចង់ដឹង ចង់យល់នូវអ្វីៗដែលប្លែកពីការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ។
- ការស្វែងយល់ពីកាយវិរុក្ខ : ការលំហែកម្សាន្ត ទេសចរណ៍កីឡា ការសម្រាកលំហែ ព្យាបាលជំងឺ។
- ការស្វែងយល់ពីមោទនភាព : ទេសចរណ៍ជំនួញ ទេសចរណ៍សមាជ ឬសន្តិសិទ្ធ។³

១.១.២ ប្រភេទ និងទ្រង់ទ្រាយទេសចរណ៍

១.១.២.១ ប្រភេទទេសចរណ៍

វិស័យទេសចរណ៍ត្រូវបានគេរាប់បញ្ចូលក្នុងវិស័យសំខាន់ៗនៃខ្សែនសេដ្ឋកិច្ច។ ទេសចរណ៍ត្រូវបានបែងចែកជាច្រើនប្រភេទដោយផ្អែកទៅលើទីកន្លែង និងសក្តានុពលនៃភាពទាក់ទាញ។ ប្រភេទទេសចរណ៍ទាំងនោះមាន ៖

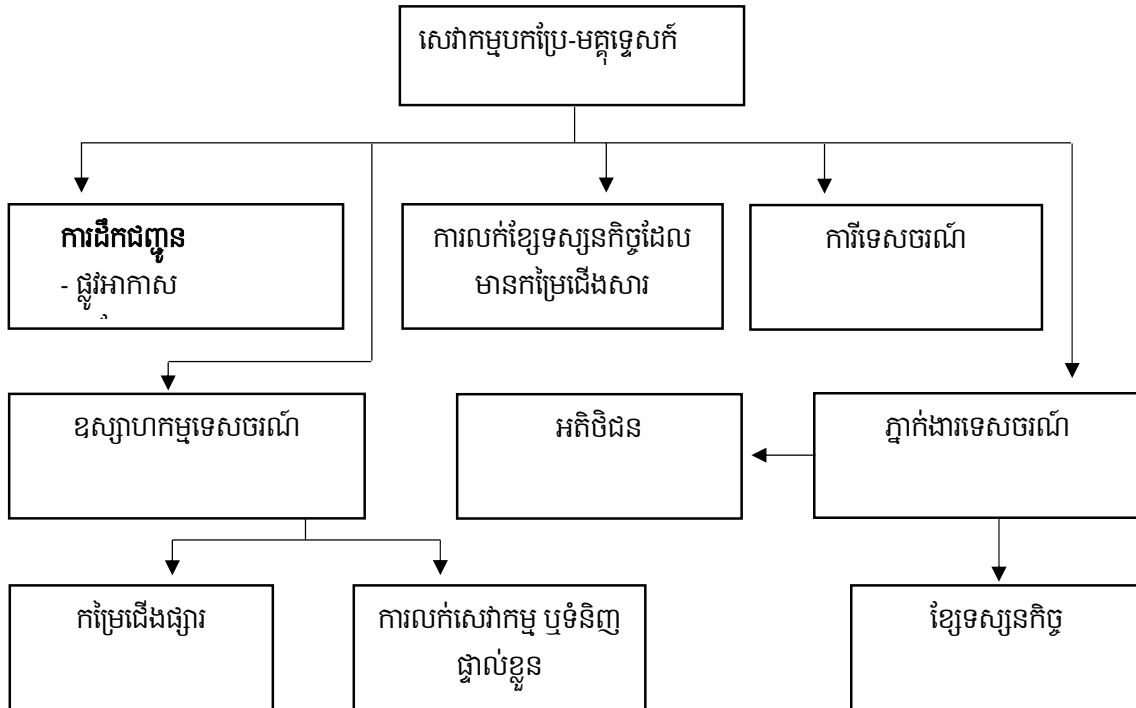
- ទេសចរណ៍ជំនួញ : ជាប្រភេទទេសចរណ៍ដែលភ្ញៀវធ្វើដំណើរកម្សាន្តទៅកាន់កន្លែងណាមួយក្រៅពីលំនៅដ្ឋានផ្ទាល់ខ្លួន ឬលំនៅដ្ឋានជាក់លាក់ ឬពុំប្រាកដសម្រាប់ស្នាក់នៅក្នុងប្រទេសដទៃដើម្បីធ្វើជំនួញ (គ្រប់ភ្ញៀវអោយតែមកក្នុងការងារដែលទាក់ទងទៅនឹងមុខរបរជំនួញ) ។
- ទេសចរណ៍សម្រាកលំហែ : ជាប្រភេទទេសចរណ៍ដែលភ្ញៀវធ្វើដំណើរលំហែកម្សាន្តជាក្រុមគ្រួសារនៅតាមតំបន់ដែលមានអាកាសធាតុបរិសុទ្ធ មានទឹកអាចមុជបានដូចជាសមុទ្រ បឹង ទន្លេ ទឹកធ្លាក់ ទឹកជ្រោះ។ល។
- ទេសចរណ៍ធ្វើដំណើរជុំ : ជាប្រភេទទេសចរណ៍ដែលក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍រៀបចំការធ្វើដំណើរកម្សាន្តច្រើនតំបន់នៅក្នុងប្រទេសតែមួយ។
- ទេសចរណ៍សុខុមាលភាព : ជាប្រភេទទេសចរណ៍ដែលភ្ញៀវធ្វើដំណើរមិនមែនក្នុងគោលបំណងកម្សាន្តសប្បាយនៅពេលវិស្សមកាលទេ ប៉ុន្តែដើម្បីទ្រទ្រង់និងបង្កើនសុខភាពរបស់គេដោយអំណោយផលពិសេសរបស់ធម្មជាតិ ឬវិទ្យាស្ថានភាពសុខភាព។
- ទេសចរណ៍កីឡា : ជាប្រភេទទេសចរណ៍ដែលភ្ញៀវធ្វើដំណើរ ដើម្បីស្វែងយល់ ចង់ឃើញ ចង់ដឹងក្នុងការចូលរួមហាត់កីឡា ឬចូលរួមប្រកួតប្រជែងគ្នា។
- ទេសចរណ៍តាមចំណង់ចំណូលចិត្ត : ទេសចរណ៍ប្រភេទនេះភ្ញៀវធ្វើដំណើរកម្សាន្តអាចជាពួកកីឡាករ ឬពួកស្រាវជ្រាវបុរាណវិទ្យា សិល្បៈ ភាសា ឬចម្លាក់ដែលមិនមែនយកមកធ្វើជាវិជ្ជាជីវៈពិតប្រាកដទេ គឺគ្រាន់តែចូលរួមកម្សាន្ត ឬថតរូបទុកជាឯកសារផ្ទាល់ខ្លួនប៉ុណ្ណោះ។⁴

³ ច្រឡឹង សុមេធា និងវ៉ាត់ វ៉ាន់រ៉េ: ទេសចរណ៍, បោះពុម្ពលើកទី៤ (ភ្នំពេញ: បណ្ណាគារអង្គរ, ២០១១), ២១

⁴ ច្រឡឹង សុមេធា និងវ៉ាត់ វ៉ាន់រ៉េ: ទេសចរណ៍, បោះពុម្ពលើកទី៤ (ភ្នំពេញ: បណ្ណាគារអង្គរ, ២០១១), ២៤-៣២

១.១.២.២ ទ្រង់ទ្រាយទេសចរណ៍

រូបភាពទី ១.២ ទ្រង់ទ្រាយទេសចរណ៍



ទ្រង់ទ្រាយទេសចរណ៍មានទំនាក់ទំនងគ្នាទៅនឹងការឆ្លងកាត់របស់ទេសចរពីព្រំប្រទល់របស់ខ្លួនទៅប្រទេសដទៃ។ ទេសចរតាមរយៈការបែងចែក និងការកំណត់ឆ្លងកាត់ព្រំប្រទល់ប្រទេសនេះ និងយោងតាមសេវាកម្មដែលបានបញ្ចូលជាសមាសភាពរួមគ្នា ឬទីកន្លែងដែលត្រូវផ្តល់សេវាកម្មនោះទេសចរត្រូវបានបែងចែកជា៥ ផ្សេងៗគ្នាគឺ៖

- ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក
- ទេសចរណ៍អន្តរជាតិ
- ទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង
- ទេសចរណ៍សង្គម
- ទេសចរណ៍ជាតិ។

+ ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក : ជាសកម្មភាពដែលភ្ជាប់ជាមួយការធ្វើដំណើរជាទេសចរណ៍ និងធ្វើសកម្មភាពទេសចរណ៍របស់ប្រជាពលរដ្ឋនៅលើទឹកដីនៃប្រទេសកំណើត (ប្រទេសដែលខ្លួនរស់នៅជាអចិន្ត្រៃយ៍) ឬអាចជា

សកម្មភាពនៃការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ និងធ្វើសកម្មភាពទេសចរណ៍របស់ជនបរទេស (អ្នកដែលមានកាតព្វកិច្ចបម្រើការងារនៅក្នុងប្រទេសមួយ) នៅក្នុងប្រទេសនោះ។

+ ទេសចរណ៍អន្តរជាតិ : ជាសកម្មភាពដែលចងក្លាប់ជាមួយនឹងការធ្វើដំណើរជាទេសចរណ៍ និងធ្វើសកម្មភាពទេសចរណ៍របស់ប្រជាពលរដ្ឋប្រទេសមួយទៅប្រទេសមួយទៀត។ ទេសចរណ៍ទាំងនេះត្រូវបានចាត់ទុកជាទេសចរណ៍អន្តរជាតិ ឬទេសចរណ៍បរទេស។ ទេសចរណ៍អន្តរជាតិត្រូវបែងចែកជាពីរ ៖

- ទេសចរណ៍បរទេស : ជាការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ និងធ្វើសកម្មភាពទេសចរណ៍របស់ទេសចរណ៍អន្តរជាតិ (ទេសចរណ៍បរទេស) ណាមួយក្នុងលក្ខណៈជាការមកដល់ ។ វាជាការមកដល់នៃទេសចរណ៍អន្តរជាតិបរទេស។
- ទេសចរណ៍ក្រៅប្រទេស : ជាការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ និងធ្វើសកម្មភាពទេសចរណ៍របស់ទេសចរណ៍បរទេស ឬប្រទេសផ្សេងក្នុងលក្ខណៈជាការចេញទៅក្រៅប្រទេស។ វាជាការធ្វើសកម្មភាពទេសចរណ៍ សម្រាកលំហែ និងកម្សាន្តនៅបរទេសជាទេសចរណ៍នៃជនជាតិប្រទេសមួយ។

+ ទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុង : ទេសចរណ៍ផ្ទៃក្នុងគឺជាចង្កោមសកម្មភាពការងារមាននៅផ្ទៃខាងក្នុងតំបន់មួយទីកន្លែងមួយ ឬប្រទេសមួយ។ សកម្មភាពទេសចរណ៍បែបនេះ ជាទូទៅគឺជាសកម្មភាពដែលបម្រើអោយទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍បរទេស។ វាជាប្រភេទទេសចរណ៍ដែលធ្វើឡើងនៅផ្ទៃខាងក្នុងតំបន់ទីកន្លែង ឬប្រទេសមួយជាក់លាក់។

+ ទេសចរណ៍សង្គម : ជាប្រភេទនៃទេសចរណ៍ដែលបង្កើតឡើងដោយរាជរដ្ឋាភិបាលសម្រាប់បង្កជាលទ្ធភាពដល់ស្រទាប់មហាជន សិស្ស និស្សិត យុវជន អ្នកចូលនិវត្តន៍ ជនពិការ និងប្រជាពលរដ្ឋរបស់ខ្លួនបានចូលរួមធ្វើដំណើរកម្សាន្ត លំហែជាទេសចរណ៍រដូវទេសចរណ៍តិច (Low Season) ។ ទេសចរណ៍សង្គមបានចូលរួមចំណែកយ៉ាងច្រើនដល់ការបន្ថយឧបសគ្គ “បញ្ហារដូវទេសចរណ៍” ។ បន្ថែមលើសនេះទៅទៀតក៏បានផ្តល់ជាកម្រៃដល់ក្រុមហ៊ុនឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍នូវទំហំទឹកប្រាក់ក្នុងរដូវគ្មានភ្ញៀវ (Low Season) និងធ្វើអោយរីកចម្រើននូវឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់មានដំណើរការជាប្រចាំទម្រង់រដូវទេសចរណ៍ធម្មតា (High Season) វិញ។

+ ទេសចរណ៍ជាតិ : ជាចង្កោមសកម្មភាពការងារដែលបម្រើអោយវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍ក្រៅប្រទេស។ ទេសចរណ៍ជាតិ គឺជាប្រភេទទេសចរណ៍ដែលតំណាងអោយសកម្មភាពទេសចរណ៍របស់ជនជាតិមួយ (ប្រទេសជាតិមួយ) មានន័យថាជនជាតិប្រទេសមួយអាចធ្វើសកម្មភាពទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក ឬក៏ទេសចរណ៍ក្រៅប្រទេស។⁵

⁵បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, សញ្ញាណ និងទ្រឹស្តីទេសចរណ៍, បោះពុម្ពលើកទី៣ (ភ្នំពេញ, ២០១២), ៧១-៨៤

១.១.៣ តម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍

១.១.៣.១ តម្រូវការទេសចរណ៍

- សិក្សាតម្រូវការទេសចរណ៍ជាចេតនា ឬបំណងរបស់ទេសចរ
- តម្រូវការ និងផលិតផលទេសចរណ៍ ដែលស្ថិតនៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងគ្នា
- សក្តានុពលនៃការជាប់របស់ទេសចរ
- បរិស្ថាន វប្បធម៌ សង្គម សេដ្ឋកិច្ចដែលមានឥទ្ធិពលដល់វិស័យទេសចរណ៍សិក្សាពីតម្រូវការទេសចរណ៍ គឺស្វែងយល់ពីភាពទោរទន់ទៅរកភាពទំនើបទាន់សម័យរបស់ទេសចរ
- សក្តានុពលនៃវិស្សមកាលរបស់ថ្ងៃឈប់សម្រាករបស់ទេសចរ
- អត្រាប្តូររូបិយប័ណ្ណ
- មធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន
- កន្លែងស្នាក់នៅ
- អាហារ និងភេសជ្ជៈ ព្រមទាំងសេវាបន្ទាប់បន្សំផ្សេងទៀត។^៦

១.១.៣.២ ការផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍

សេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារកំណត់បានតាមរយៈតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់។ តម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់មិនអាចត្រូវបានញែកចេញពីគ្នានោះទេ។ នៅក្នុងទិដ្ឋភាពទូទៅការផ្គត់ផ្គង់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍មានទំនាក់ទំនងទាំងស្រុងទៅនឹងការបម្រើនិងបំពេញអោយបាននូវសេចក្តីត្រូវការរបស់ទេសចរ(តម្រូវការលើទេសចរ)ដូចជា៖ តំបន់ទាក់ទាញទេសចរណ៍ (តំបន់ធម្មជាតិ ប្រវត្តិសាស្ត្រ បុរាណវិទ្យា វប្បធម៌។ល។) កន្លែងស្នាក់នៅ (សណ្ឋាគារ ផ្ទះ-សំណាក់ ម៉ូតែល បឹងកាឡ។ល។) ភោជនីយដ្ឋាន ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ព័ត៌មានទេសចរណ៍ មណ្ឌលកំសាន្ត ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ បណ្តាសមាសនៃស្ថាប័ន។ល។ ជាការពិតណាស់ការផ្គត់ផ្គង់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍បានប្រមូលនូវរាល់សមាសធាតុផ្សេងៗនិងសំខាន់ៗជាច្រើន ដើម្បីបង្កើននូវប្រសិទ្ធភាពគ្រប់គ្រងវា គេត្រូវតែបានបែងចែកជាប្រព័ន្ធច្បាស់លាស់ ។^៧

^៦ច្រឡឹង សុមេធា និងវ៉ាត់ វ៉ាន់រី៖, *ទេសចរណ៍*, បោះពុម្ពលើកទី៤ (ភ្នំពេញ៖ បណ្ណាគារអង្គរ, ២០១១), ៦-១២

^៧ច្រឡឹង សុមេធា និងវ៉ាត់ វ៉ាន់រី៖, *ទេសចរណ៍*, បោះពុម្ពលើកទី៤ (ភ្នំពេញ៖ បណ្ណាគារអង្គរ, ២០១១), ៣-៤

១.១.៤ ផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍

១.១.៤.១ ផលិតផលទេសចរណ៍

ផលិតផលទេសចរណ៍ គឺជាការប្រមូលផ្តុំនូវគ្រប់ការផ្គត់ផ្គង់ទាំងអស់ ដែលកើតមកពីការច្នៃប្រឌិតរបស់ធនធានមនុស្ស និងអំណោយផលពីធម្មជាតិនានា រួមផ្សំនឹងសេវាកម្មផ្សេងៗ ដែលអាចបំពេញអោយតម្រូវការទេសចរបាន។ ផលិតផលនេះហើយដែលជាការងាររបស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ក្នុងការច្នៃប្រឌិត ឬរៀបចំចាត់ចែងដើម្បីលក់ជូនអតិថិជន។^១ ផលិតផលទេសចរណ៍មានរយៈពេលកំណត់សម្រាប់បំរើសេវាកម្មដោយមានរយៈពេលមិនលើសពី២៤ម៉ោងជាចាំបាច់។ សេវាកម្មដែលចាំបាច់សម្រាប់ទេសចរ គឺការផ្តល់នូវសេវាកម្មស្នាក់នៅ ម្ហូបអាហារ និងសេវាកម្មដឹកជញ្ជូន។ ជារួមផលិតផលទេសចរណ៍ជាកញ្ចប់សេវាកម្ម ដែលអ្នកទេសចរចាំបាច់ក្នុងការប្រើប្រាស់ដូចជា៖

- ចង្កោមសេវាកម្មអាទិភាព : ការស្នាក់នៅ ហូបចុក និងធ្វើដំណើរ
- ខ្សែទស្សនកិច្ចដែលមានទិសដៅ លំហែកម្សាន្ត សិក្សាស្វែងយល់ ព្យាបាល
- ទំនិញប្រើប្រាស់ : វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ផែនទី និងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍

កញ្ចប់សេវាកម្មជាសេវាកម្មរួមដែលមានខ្សែទស្សនកិច្ច ដំណើរខ្សែទស្សនកិច្ច រយៈពេលនៃការផ្តល់កម្មវិធីដំណើរ ធាតុផ្សំ និងគុណភាពសេវាកម្មដូចជា៖ ការស្នាក់នៅ ការដឹកជញ្ជូន ការហូបចុក ការទស្សនាកម្សាន្ត។ល។ សម្រាប់បម្រើដល់សេចក្តីត្រូវការទេសចរ ហើយធ្វើដំណើរលក់ក្នុងទីផ្សារទេសចរណ៍ ។

+ ធាតុផ្សំនៃផលិតផលទេសចរណ៍ : ផលិតផលទេសចរណ៍ត្រូវបែងចែកជា២សមាសធាតុគឺ រូបិយ និងអរូបិយ ។

- សមាសធាតុរូបិយនៃទេសចរណ៍រួមមាន៖ ធនធានធម្មជាតិ វប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដែលអាចត្រូវបានវាស់វែង វាយតម្លៃ និងប្រៀបធៀបតាមលក្ខខណ្ឌច្បាស់លាស់
- សមាសធាតុអរូបិយនៃទេសចរណ៍ជាការបង្រួបបង្រួមនៃបរិយាកាសតំបន់ទេសចរណ៍ អារម្មណ៍នៃការស្វាគមន៍ និងមិត្តភាពរវាងម្ចាស់ស្រុកនិងភ្ញៀវទេសចរ ។^២

១.១.៤.២ សេវាកម្មទេសចរណ៍

សេវាកម្មទេសចរណ៍ ជាចង្កោមនៃសកម្មភាពការងារដែលបម្រើដល់វិស័យទេសចរណ៍ និងភ្ញៀវទេសចរតាមសេចក្តីត្រូវការក្នុងខណៈពេលដែលពួកគេបានធ្វើដំណើរមកដល់តំបន់ទេសចរណ៍ ដោយសមស្របទៅនឹង

^១ ច្រឡឹង សុមេធា និងវ៉ាត់ វ៉ាន់រ៉េ៖, ទេសចរណ៍, បោះពុម្ពលើកទី៤ (ភ្នំពេញ៖ បណ្ណាគារអង្គរ, ២០១១), ១១

^២ បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ទេសចរណ៍៖ ទ្រឹស្តី និងទស្សនៈជាមូលដ្ឋាន, បោះពុម្ពលើកទី១ (ភ្នំពេញ, ២០០២), ១៨៤-១៨៦

គោលដៅធ្វើដំណើរ។ សេវាកម្មទេសចរណ៍ជាលទ្ធផលនៃសកម្មភាពការងាររបស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ ដែលធ្វើឡើងដើម្បីបំពេញនូវរាល់តម្រូវការរបស់ភ្ញៀវ ។

សេវាកម្មជាទំនិញពិសេសមួយដែលអតិថិជនពុំអាចកមើញជាមុន។ សេវាកម្មនេះកើតឡើងក្នុងដំណើរការទទួល ឬប្រើប្រាស់ វានឹងមិនអាចកើតឡើងដោយឯងៗនោះទេ។ លក្ខណៈពិសេសមួយទៀតអ្នកប្រើប្រាស់ចាំបាច់ត្រូវទទួលក្នុងតំបន់ ឬទីកន្លែងដែលគេផ្តល់អោយ។ ម្យ៉ាងទៀតរូបភាពនៃការនាំចេញសេវាកម្មទេសចរណ៍ពុំមានលក្ខណៈជាការនាំចេញដូចជាទំនិញនោះទេពោលគឺការនាំចេញទៅតាមការមកដល់របស់ភ្ញៀវ ។

ឧទាហរណ៍ ៖ ប្រទេសកម្ពុជាបាននាំចេញសេវាកម្មទេសចរណ៍មានន័យថាប្រទេសកម្ពុជាបានទទួលបម្រើសេវាកម្មទេសចរណ៍ដល់ភ្ញៀវទេសចរដែលបានមកទស្សនា។ ការនាំចេញនូវសេវាកម្មទេសចរណ៍តាមរយៈនៃការបម្រើនេះដូចជាការនាំនូវសេវាកម្មទេសចរណ៍ចូលប្រទេសរបស់ខ្លួនក្រោយពីការវិលត្រឡប់ការដើរកម្សាន្តវិញ។¹⁰

+ រចនាសម្ព័ន្ធសេវាកម្មទេសចរណ៍

រចនាសម្ព័ន្ធសេវាកម្មទេសចរណ៍ : គឺជាសេវាកម្មដែលទាមទារជាចាំបាច់នូវរាល់ការកក់ទុកជាមុននូវការរៀបចំឯកសារ បដិសណ្ឋារកិច្ច ការដឹកជញ្ជូន ការស្នាក់នៅ ម្ហូបអាហារ ទីភ្នាក់ងារ លំហែកម្សាន្ត ។ល។ ដែលត្រូវបានរៀបរាប់ដូចខាងក្រោម៖

- ការរៀបចំឯកសារ : ឯកសារសំខាន់ដែលត្រូវរៀបចំមានលិខិតឆ្លងដែន ទិដ្ឋាការ លិខិតធានារ៉ាប់រង និងឯកសារពាក់ព័ន្ធនានា ។
- បដិសណ្ឋារកិច្ច : នៅក្នុងនេះគេបែងចែកជាពីរផ្នែក គឺការជូនដំណើរភ្ញៀវ និងការទទួលភាក់ទាក់ពីភ្ញៀវម្ចាស់ស្រុក។
- ការដឹកជញ្ជូន : នៅក្នុងការងារដឹកជញ្ជូននេះផ្អែកជាច្រើនទៀតដូចជា Transfer ដឹកជញ្ជូនទៅកាន់ទិសដៅ ដឹកជញ្ជូនក្នុងដំណើរការរបស់Package Tour ដឹកជញ្ជូនទំនិញរបស់ភ្ញៀវ និងដឹកជញ្ជូនទៅដល់ប្រទេសដើម។
- ការស្នាក់នៅ : ជាការផ្តល់នូវភាពកក់ក្តៅរបស់ភ្ញៀវដូចជាសណ្ឋាគារ និងផ្ទះសំណាក់ជាដើម ។
- ម្ហូបអាហារ : រួមមានសេវាដែលផ្តល់អោយនៅនឹងទីកន្លែងស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវ តាមអាហារដ្ឋាន ការតាំងពិព័រណ៍ម្ហូបជាតិ ។ល។
- ទីភ្នាក់ងារ : ខ្សែទស្សនកិច្ច និងផលិតផលទេសចរណ៍ផ្សេងៗ
- លំហែកម្សាន្ត : រួមមានមហោស្រព ល្បែងកម្សាន្ត កីឡា និងកាស៊ីណូ ។

¹⁰បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ទេសចរណ៍: ទ្រឹស្តី និងទស្សនៈជាមូលដ្ឋាន, បោះពុម្ពលើកទី១ (ភ្នំពេញ, ២០០២), ១៩១-១៩២

- ផ្សេងៗ : ក្រសួងទេសចរណ៍ មន្ទីរទេសចរណ៍ អាជ្ញាធរ មណ្ឌលព័ត៌មាន សុខាភិបាល មគ្គុទ្ទេសក៍ ធានារ៉ាប់រង ការបកប្រែភាសា និងបោកអ៊ុតជាដើម ។¹¹

១.២ ប្រភេទ តួនាទី និងមុខងារទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ជាអ្នកដែលដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ដោយរៀបចំ និងចាត់ចែងអោយមានដំណើរការកម្សាន្តដោយការិយាល័យទេសចរណ៍ និងធានានូវការធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងមូលដ្ឋានសេវាកម្មនានា ដើម្បីបង្កលក្ខណៈងាយស្រួល និងបំពេញអោយបានគ្រប់គ្រាន់ ចំពោះសេចក្តីត្រូវការរបស់អ្នកធ្វើដំណើរ និងទេសចរ។ ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍អាចជាក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ ឬបុគ្គលតែម្នាក់ ដែលបំពេញតួនាទីរបស់ខ្លួនជាអ្នកផលិត ជាអ្នកលក់ផលិតផលទេសចរណ៍ដែលបង្កើត និងលក់កម្មវិធីដំណើរទេសចរណ៍រៀបចំចាត់ចែងការងារប្រជុំសន្និបាត និងរៀបចំពិធីតាំងពិព័រណ៍ផ្តល់សេវាកម្មផ្សេងៗ ដែលចាំបាច់សម្រាប់ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍ ។

សេវាកម្មសំខាន់ៗដែលផ្តល់ដោយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍រួមមាន៖

- រៀបចំមូលដ្ឋានសម្ភារៈ និងមធ្យោបាយធ្វើដំណើរតាមយន្តហោះ នាវា កប៉ាល់ រថភ្លើង រថយន្តក្រុង រៀបចំចាត់ចែងរថយន្ត និងបម្រើសេវាកម្មពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត ។
- រៀបចំកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត ឬខ្សែទស្សនកិច្ចផ្ទាល់ខ្លួន ដំណើរកម្សាន្តអមនឹងដំណើរកម្សាន្តជាក្រុម សម្រាប់ដំណើរកម្សាន្តទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក និងទេសចរណ៍បរទេស ។
- រៀបចំចាត់ចែងផ្តល់ទីកន្លែងស្នាក់នៅតាមបណ្តាមូលដ្ឋានសេវាកម្មស្នាក់ដូចជា៖ សណ្ឋាគារ ផ្ទះ-សំណាក់ ការបោះជំរំ រមណីយដ្ឋាន ។ល។
- ប្រើប្រាស់ចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ជំនាញក្នុងការរៀបចំកាលវិភាគចេញដំណើរ តម្លៃសំបុត្រយន្តហោះ និងអត្រាតម្លៃបន្ទប់សេវាកម្មស្នាក់នៅ
- ដោះស្រាយ និងផ្តល់ជំនួយដល់ភ្ញៀវលើការបរិយាយលំអិតពីការធ្វើដំណើរ និងគោលការណ៍ក្នុងការនាំយកកញ្ចប់ទំនិញ ប្រភេទទំនិញដែលអនុញ្ញាតទៅជាមួយ
- ដោះស្រាយ និងផ្តល់ជំនួយដល់ភ្ញៀវអំពីការងារធានារ៉ាប់រងភាសាមូលប្បទានប័ត្រធ្វើដំណើរយាន-ដ្ឋាន ការប្តូររូបិយប័ណ្ណបរទេស តម្រូវលើសំណុំឯកសារចាំបាច់សម្រាប់ការធ្វើដំណើរ (លិខិតឆ្លងដែន និងទិដ្ឋាការ) និងការត្រួតពិនិត្យសុខភាព ។ល។

¹¹បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ការគ្រប់គ្រងសេវាកម្ម, បោះពុម្ពលើកទី១ (ភ្នំពេញ, ២០១២), ២៧-២៨

ក្នុងនាមជាអ្នករៀបចំទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដើរតួនាទីជាអ្នករៀបចំចាត់ចែង បង្កើតដំណើរកម្សាន្ត និងខ្សែទស្សនកិច្ចផ្ទាល់ខ្លួនសម្រាប់អតិថិជន (ភ្ញៀវនិងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍) ដោយធ្វើការជ្រើសរើសនូវមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ ទីកន្លែងស្នាក់នៅ (សណ្ឋាគារ ផ្ទះសំណាក់ ផ្ទះជួល ។ល។) ការកម្សាន្តលំហែអាវម្មណ៍ មគ្គុទ្ទេសក៍ និងធ្វើផែនការអនុវត្ត (កម្មវិធី) ដំណើរកម្សាន្ត និងខ្សែទស្សនកិច្ចដោយយោងលើការវិភាគ និងរយៈពេលកំណត់។ ការបំពេញការងារជាអ្នករៀបចំទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មិនត្រឹមតែទទួលបានកម្រៃជើងសារពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាប៉ុណ្ណោះទេ គឺថែមទាំងអាចរកប្រាក់ចំណេញបានទៀតផង។ បន្ថែមលើនេះទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ បំពេញមុខងារដ៏សែនសុគតស្មាញដោយបង្កើតសេវាកម្មបំពេញសំណុំបែបបទដែលទាក់ទងនឹងការធ្វើដំណើរជាច្រើនទៀតដូចជា៖ លិខិត-ឆ្លងដែន ទិដ្ឋាការ ការសុំអនុញ្ញាតយកគ្រឿងស្រវឹង ការដោះស្រាយបញ្ជីជាមួយទីភ្នាក់ងារគយ រូបិយប័ណ្ណបរទេស មូលប្បទានប័ត្រទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មសំខាន់ៗនានាផ្សេងៗទៀត ។¹²

១.៣ ទម្រង់របស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (Forms of Travel Agency)

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ត្រូវបានបែងចែកជាទម្រង់សំខាន់ៗពីរដាច់ដោយឡែកពីគ្នាគឺ ៖ ការិយាល័យទេសចរណ៍ (Tour Operator) និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (Travel Agency) ¹³។

១.៣.១ ការិយាល័យទេសចរណ៍

ការិយាល័យទេសចរណ៍ ជាទម្រង់ដ៏សំខាន់មួយនៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដែលអាចធ្វើអាជីវកម្មទេសចរណ៍បានជានីតិបុគ្គល ឬបុគ្គលិកដែលរៀបចំ និងលក់ខ្សែទស្សនកិច្ចព្រមទាំងប្រមូលផ្តុំសេវាកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀតសម្រាប់លក់ដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោលតាមរយៈភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឬភាគីផ្សេងទៀតក្នុងកិច្ចសន្យា ។¹⁴ មានន័យថាសកម្មភាពការងារចម្បងរបស់ការិយាល័យទេសចរណ៍គឺរៀបចំបង្កើត ជំរុញទីផ្សារ លក់ខ្សែទស្សនកិច្ចព្រមទាំងលក់សេវាផ្សេងៗទៀត ដោយមានអាជ្ញាប័ណ្ណអនុញ្ញាតពីក្រសួងទេសចរណ៍។ ដើម្បីសម្រេចកិច្ចការដ៏ចម្បងនេះការិយាល័យទេសចរណ៍មានភារកិច្ច ៖

- រៀបចំផែនការ និងធ្វើសហប្រតិបត្តិការជាមួយសហគ្រាសទេសចរណ៍ ដែលផ្តល់សេវាកម្មស្នាក់នៅ (សណ្ឋាគារ ផ្ទះសំណាក់ ផ្ទះជួល ។ល។) អាហារ និងភេសជ្ជៈ អាជនីយដ្ឋាន អាហារដ្ឋាន ហាងកាហ្វេ។ល។ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន និងជួលរថយន្ត មគ្គុទ្ទេសក៍បកប្រែ និងព័ត៌មានស្ថាប័នអង្គភាពដែលគ្រប់គ្រងកម្មវត្ថុទាក់ទាញទេសចរណ៍។ល។ ដើម្បីរក្សា និងបង្កើនគុណភាពផលិតផលផ្ទាល់ខ្លួន ។

¹²បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងទីម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ, ២០០៤), ៧៦

¹³បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងទីម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ, ២០០៤), ៥៩

¹⁴ព្រះរាជក្រឹត្យស្តីពីច្បាប់ទេសចរណ៍, ១០ មិថុនា ២០០៩, ឧបសម្ព័ន្ធទំព័រទី៣០

- ធ្វើការប្រមូលគ្រប់ព័ត៌មានដែលថ្មីអោយមានជាប្រចាំ ពិសេសព័ត៌មានដែលទាក់ទងទៅនឹងការបង្កើត ខ្សែទស្សនកិច្ច ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មីៗ ព្រមទាំងបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក មគ្គុទ្ទេសក៍ ទេសចរណ៍ និងគ្រប់គ្រងពួកគេ។¹⁵

សកម្មភាពផលិត ឬរៀបចំបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ចជាការងារដ៏លំបាក ហើយច្រើនសន្លឹកសន្លាប់ព្រោះដើម្បី ធ្វើការងារនេះបានការិយាល័យទេសចរណ៍ត្រូវតែមាន ៖

១. រកដៃគូផ្គត់ផ្គង់ផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ក្នុង និងក្រៅប្រទេស
២. ជ្រើសរើសសណ្ឋាគារ និងខ្សែដំណើរកម្សាន្ត
៣. ពិភាក្សា និងចរចាជាមួយក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍
៤. រៀបចំការងារសម្រាប់តាំងពិព័រណ៍
៥. កំណត់ចំនួន និងបរិមាណដែលត្រូវកក់ជាមុននូវបន្ទប់ស្នាក់នៅ
៦. បោះពុម្ពទស្សនាវដ្តីសម្រាប់ផ្សាយ និងផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម
៧. សិក្សា និងស្វែងយល់អំពីធនធានទេសចរណ៍ដែលត្រូវការដើម្បីបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ច
៨. ជ្រើសរើសដៃគូទំនាក់ទំនងអាជីវកម្ម ឬបណ្តាញលក់។¹⁶

សរុបសេចក្តីទៅការិយាល័យទេសចរណ៍ជាប្រភេទមួយនៃក្រុមហ៊ុនឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ឬអាជីវករដែល បង្ហាញខ្លួនជាក្រុមហ៊ុនលក់ដុំនូវបរិមាណ និងលក្ខណៈពិសេសៗនៃផលិតផលទេសចរណ៍ និងជានិច្ចកាលគេ លក់ខ្សែទស្សនកិច្ចដែលបានរៀបចំផលិតឡើងរួចហើយ និងលក់សេវាកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងៗអោយភ្នាក់ងារ- ទេសចរណ៍សម្រាប់លក់បន្ត ។

ក្នុងកិច្ចការប្រចាំថ្ងៃការិយាល័យទេសចរណ៍ត្រូវមានលក្ខណៈសម្បត្តិបំពេញឱ្យបាននូវមុខងារមួយចំនួន ៖

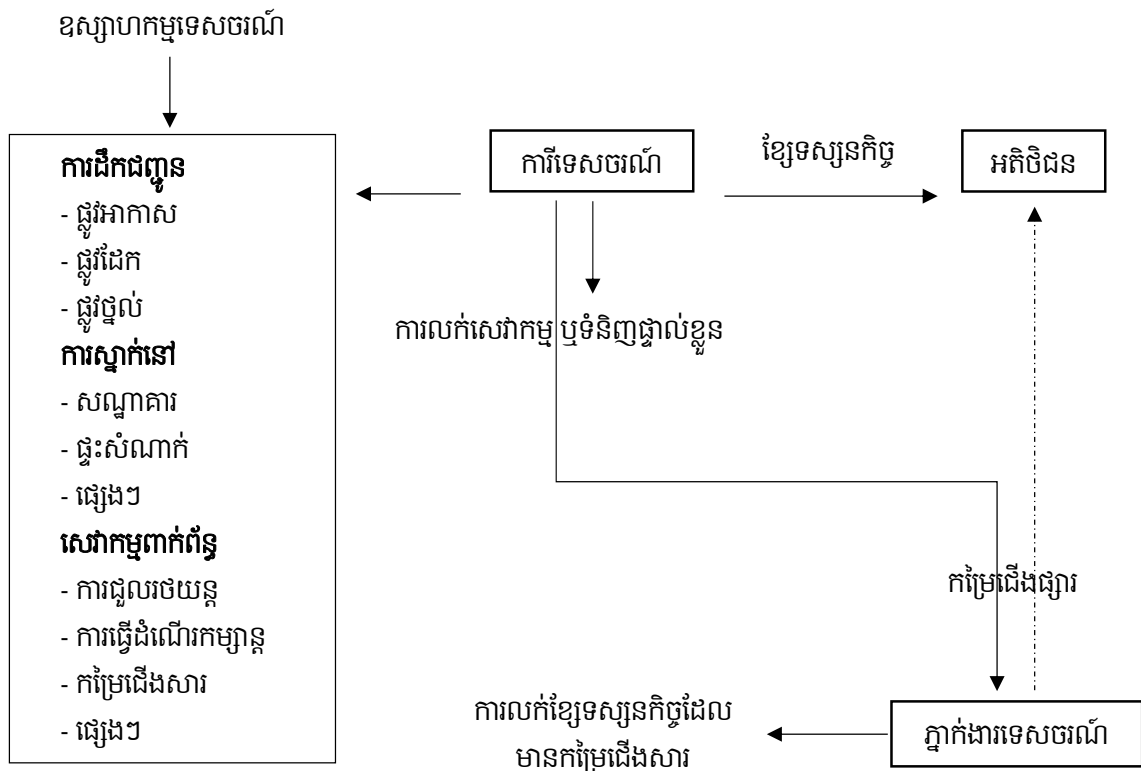
- សិក្សាពីសក្តានុពល និងភាពរីកដុះដាលនៃទីផ្សារទេសចរណ៍ប្រភេទណាមួយ
- កំណត់តម្រូវការ និងការចាប់អារម្មណ៍របស់អតិថិជនទៅលើផលិតផល និងសេវាកម្ម
- កំណត់តម្រូវការទេសចរទៅលើខ្សែទស្សនកិច្ច និងកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត
- វាយតម្លៃសក្តានុពលកម្មវត្ថុទាក់ទាញទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់គ្រោងធ្វើសកម្មភាព
- វាយតម្លៃស្ថានភាពហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទេសចរណ៍ក្នុងតំបន់ធ្វើសកម្មភាព
- ទំនាក់ទំនង និងធ្វើកិច្ចសន្យាសហប្រតិបត្តិការជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មទេសចរណ៍

¹⁵បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងទឹម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ, ២០០៤), ៦៧

¹⁶បណ្ឌិត សួន វ៉ានី និងឡេ សុផាតិ, ផែនការអាជីវកម្ម និងគំរោងប្រតិបត្តិការ (ភ្នំពេញ, ២០០៣), ២៧១-២៧២

- ទំនាក់ទំនង និងបង្កើតកិច្ចទំនាក់ទំនងសាធារណៈល្អជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍
- ធ្វើកិច្ចប្រតិបត្តិការជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រងកម្មវត្ថុទាក់ទាញទេសចរណ៍
- រៀបចំកម្មវិធីទទួលបដិសណ្ឋារកិច្ច និងបម្រើភ្ញៀវ
- រៀបចំគម្រោងសម្រាប់បង្កើត ប្រតិបត្តិលក់ និងកំណត់ថ្លៃលក់ដុំ
- កំណត់ប្រាក់ចំណាយក្នុងការបង្កើត ឬផលិតខ្សែទស្សនកិច្ច
- រកវិធានការជំរុញការលក់ផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ដទៃ
- ស្វែងរក និងសហប្រតិបត្តិការជាមួយដៃគូលក់ក្នុង និងក្រៅស្រុក។¹⁷

រូបភាពទី ១.៣ តួនាទីរបស់ការីទេសចរណ៍នៅក្នុងទីផ្សារ¹⁸



១.៣.២ តួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (Travel Agent) : ជាផ្នែកមួយនៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍សំដៅដល់នីតិបុគ្គល ឬ រូបវន្តបុគ្គលមានសញ្ជាតិខ្មែរដែលធ្វើអាជីវកម្មជាអ្នកជួយលក់សេវាកម្មទេសចរណ៍ដូចជា សំបុត្រ មធ្យោបាយធ្វើ

¹⁷បណ្ឌិត សួន វ៉ានី និងឡេ សុផាតិ, ផែនការអាជីវកម្ម និងគំរោងប្រតិបត្តិការ (ភ្នំពេញ, ២០០៣), ១៧៥-១៧៦

¹⁸បណ្ឌិត សួន វ៉ានី និងឡេ សុផាតិ, ផែនការអាជីវកម្ម និងគំរោងប្រតិបត្តិការ (ភ្នំពេញ, ២០០៣), ២៨១

ដំណើរ សេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងទៀត រាប់បញ្ចូលទាំងខ្សែទស្សនកិច្ចដែលបង្កើតឡើងដោយការីទេសចរណ៍។¹⁹ មានន័យថាធ្វើការងារជាអ្នកជំរុញអោយខ្សែទស្សនកិច្ចដែលបង្កើតឡើងដោយការីកើតច្រើនដោយការីទេសចរណ៍ទៅកាន់ទីផ្សារ និងលក់។

តួនាទីចម្បងរបស់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មាន៖

- បង្កើតការិយាល័យសម្រាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយការីទេសចរណ៍ និងអតិថិជន
- ផ្សព្វផ្សាយ និងផ្តល់ព័ត៌មានអំពីខ្សែទស្សនកិច្ចដល់ទេសចរ អតិថិជន និងភាគីដទៃ
- ណែនាំ និងលក់ផលិតផលដល់ទេសចរ អតិថិជន និងភាគីដទៃទៀត។²⁰

ប្រភេទផ្សេងៗនៃការីទេសចរណ៍ : បទពិសោធន៍ប្រទេសមួយចំនួនលើពិភពលោកបង្ហាញថាភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មានប្រភេទច្រើនផ្សេងៗគ្នា។ ឧទាហរណ៍ ៖ នៅប្រទេសជប៉ុនភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មានចរិតលក្ខណៈ៣ប្លែកពីគ្នា :

(១). ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដែលមានទ្រង់ទ្រាយធំ (General Agents) : ជាប្រភេទមួយនៃភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដែលត្រូវបានក្រសួងធម្មនាគមន៍អនុញ្ញាតអោយធ្វើអាជីវកម្មទេសចរណ៍ ដែលមានលទ្ធភាពរៀបចំចាត់ចែងការធ្វើដំណើរទៅបរទេសនៃជនជាតិជប៉ុន និងដំណើរការមកដល់នៃជនបរទេស ។

(២). ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ធម្មតា (Tour Agents) : ជាភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដែលអនុញ្ញាតអោយចាត់ចែងកម្មវិធីដំណើរទេសចរណ៍ខ្សែទស្សនកិច្ចសម្រាប់តែក្នុងផ្ទៃប្រទេសជប៉ុន ។

(៣). ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ទ្រង់ទ្រាយតូច (Sub Agents) : ជាភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដែលធ្វើសកម្មភាពជាអ្នកលក់សេវាកម្ម ដែលបង្កើតឡើងដោយភ្នាក់ងារទាំងពីរខាងលើគឺ ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដែលមានទ្រង់ទ្រាយធំ និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ធម្មតា ។²¹

ដើម្បីធានាបានជោគជ័យក្នុងវិស័យការងារភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ត្រូវបំពេញមុខងារមួយចំនួនដូចជា ៖

- វាយតម្លៃ និងកំណត់អំពីប្រភេទផលិតផលដែលមានតម្រូវការខ្ពស់នៅលើទីផ្សារ
- កំណត់ជ្រើសរើសការីទេសចរណ៍ណាដែលបានបង្កើតផលិតផលបានល្អ
- កំណត់ និងជ្រើសរើសនូវទំនាក់ទំនង និងរៀបចំកិច្ចព្រមព្រៀង
- ជំរុញផលិតផលទៅកាន់ទីផ្សារ (រកច្រកចែកចាយបន្ត និងធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ)

¹⁹ព្រះរាជក្រឹត្យស្តីពីច្បាប់ទេសចរណ៍, ១០ មិថុនា ២០០៩, ឧបសម្ព័ន្ធទំព័រទី៣២

²⁰ច្បាប់ស្តីពីការគ្រប់គ្រងវិស័យទេសចរណ៍នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា, ១១ មិថុនា ២០០៩

²¹បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុផហាក់ និងទឹម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ, ២០០៤), ៦៧

- ទេពកោសល្យក្នុងការលក់ និងត្រៀមជឿកិច្ចសន្យាទិញ-លក់។²²

១.៤ ដំណើរការអាជីវកម្មនៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

១.៤.១ ខ្សែទស្សនកិច្ច (Tour)

ខ្សែទស្សនកិច្ច គឺជាសេវាកម្មសរុប (កញ្ចប់សេវាកម្ម) រៀបចំឡើងដោយការិយាល័យទេសចរណ៍រួមបញ្ចូលនូវសេវាកម្មយ៉ាងតិចពីរក្នុងចំណោមសេវាកម្មដែលចាំបាច់ដូចជា៖ សេវាកម្មស្នាក់នៅ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន សេវាកម្មម្ហូបអាហារនិងភេសជ្ជៈ ការធ្វើទស្សនកិច្ច សេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍ និងសេវាកម្មផ្សេងទៀតដែលពាក់ព័ន្ធដោយមានថ្លៃលក់មួយជាក់លាក់ និងស្ថិតក្នុងថេរវេលាប្រតិបត្តិជាក់លាក់។²³

ដើម្បីបំពេញអោយនូវសេចក្តីត្រូវការស្របតាមគោលបំណងនៃការធ្វើដំណើរជាទេសចរណ៍ ឬគោលបំណងនៃការធ្វើដំណើរដទៃទៀតខ្សែទស្សនកិច្ចត្រូវបានបែងចែកជាច្រើនប្រភេទដូចជា ៖

- ខ្សែទស្សនកិច្ចដែលមានចរិកលក្ខណៈជា Tour Inclusive
- ខ្សែទស្សនកិច្ចដែលមានចរិកលក្ខណៈជា Tour Package
- ខ្សែទស្សនកិច្ចដែលមានចរិកលក្ខណៈជា Tour Package Holiday
- ខ្សែទស្សនកិច្ចដែលមានចរិកលក្ខណៈជា Tour Package Travel ។²⁴

១.៤.២ ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច

- ការរៀបចំកម្មវិធីខ្សែទស្សនកិច្ច (Itineraries) មានលក្ខណៈផ្សេងៗគ្នា គឺអាស្រ័យនឹងការរៀបចំរបស់ក្រុមហ៊ុន និងជាពិសេសប្រភេទខ្សែទស្សនកិច្ចដែលគេលក់ទៅអោយភ្ញៀវ។ កិច្ចការនេះមានសារៈសំខាន់ណាស់ព្រោះរាល់សេវាកម្មដែលគេនឹងត្រូវអោយទេសចរនេះត្រូវដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងកម្មវិធីខ្សែទស្សនកិច្ច (Itineraries) រួមមានដូចជាការដឹកជញ្ជូនជាមួយការបញ្ជាក់ពីពេលវេលាច្បាស់លាស់ព្រមទាំងការទទួលទាន និងកម្មវិធីទស្សនកិច្ចផ្សេងៗ។ ម្យ៉ាងទៀតការិយាល័យទេសចរណ៍ត្រូវចេះពន្យល់ប្រាប់ដល់ភ្ញៀវនូវកម្មវិធីទាំងនោះ ដើម្បីអោយគាត់មានទំនុកចិត្តមកលើក្រុមហ៊ុន និងអោយពួកគាត់មានអារម្មណ៍ថា ពួកគាត់ត្រូវបានទទួលការយកចិត្តទុកដាក់ពីក្រុមហ៊ុនយ៉ាងល្អ ។

- ទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកផ្តល់សេវាកម្ម : គឺជាការពិចារណាសំខាន់ក្នុងការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច ដែលយើងយ៉ាងល្អជាមួយនឹងបណ្តាក្រុមហ៊ុន ឬសហគ្រាសឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងៗដែលផ្តល់នូវសេវាកម្មដល់ក្រុមហ៊ុន

²²បណ្ឌិត ឈុន ពហុ, អនុបណ្ឌិត ជា ស៊ីថា, ហុង វណ្ណៈ, សាំង ចន្ទ, សេចក្តីផ្តើមទេសចរណ៍ (ភ្នំពេញ, ២០១៣), ១៩២

²³ច្បាប់ស្តីពីទេសចរណ៍នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា, ១០ មិថុនា ២០០៩

²⁴បណ្ឌិត សួន វ៉ានី និងឡេ សុជាតិ, ផែនការអាជីវកម្ម និងគំរោងប្រតិបត្តិការ (ភ្នំពេញ, ២០០៣), ១៧៦

ដូចជា៖ ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន ការស្នាក់នៅ អាហារដ្ឋាន និងសេវាកម្មដទៃទៀត ព្រោះថាការិយាល័យទេសចរណ៍មាន តួនាទីរៀបចំ ច្របាច់បញ្ចូលគ្នានូវរាល់ផលិតផលដែលក្រុមហ៊ុនបានទិញមក ហើយបង្កើតជាផលិតផលមួយថ្មី ដើម្បីលក់អោយអតិថិជន ។

- ការរៀបចំគម្រោង និងការកំណត់តម្លៃខ្សែទស្សនកិច្ច : ការិយាល័យទេសចរណ៍ត្រូវរៀបចំផែនការអោយបាន ច្បាស់លាស់ដោយសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើទីកន្លែង (Destination) និងពេលវេលាដែលទាក់ទិននឹងរដូវកាលទេសចរណ៍ អោយបានច្បាស់លាស់។ ចំណុចនេះទាមទារអោយមានអ្នកជំនាញច្បាស់លាស់ដែលត្រូវធ្វើការសិក្សាយ៉ាងល្អិត ល្អន់ទៅលើការវិភាគទីផ្សារដោយធ្វើការសិក្សាពីចំណែកទីផ្សារ និងសិក្សាពីដៃគូប្រកួតប្រជែង ក្រោយមកទើបធ្វើ ការកំណត់តម្លៃ។ ការកំណត់តម្លៃខ្សែទស្សនកិច្ចនោះត្រូវមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែងជាមួយនឹងផលិតផលដៃគូ តែ ត្រូវមានគុណភាពជាពិសេសចំពោះសេវាកម្មដែលបម្រើ ហើយមានតម្លៃសមរម្យដែលភ្ញៀវអាចទទួលយកបាន ដោយពេញចិត្ត ។

- ការលក់សំបុត្រ (Ticketing) : ការលក់សំបុត្រត្រូវធ្វើយ៉ាងណាអោយមានការសំបូរបែបដោយមានទាំង សំបុត្រយន្តហោះ សំបុត្រថ្មីភ្លើង សំបុត្រឡាន និងសំបុត្រនាវា។ ជាងនេះទៅទៀត ក្រុមហ៊ុនត្រូវបង្កើតអោយ មានការកក់សំបុត្រដោយប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ ដើម្បីជួយសម្រួលដល់អតិថិជនដែលនៅឆ្ងាយ។ ក្នុងនោះដែរក្រុមហ៊ុន ត្រូវរៀបចំនូវការកក់សំបុត្រតាមមរណីយដ្ឋាន ឬការកក់នូវសេវាកម្មផ្សេងៗចំពោះក្រុមហ៊ុន ដែលកក់សេវាកម្ម នោះអោយទៅតែ ។

- ការបង្កើតគណនី (Settlement of Account) : ការបង្កើតគណនីត្រូវបានរាប់បញ្ចូលគ្នាជាមួយការកក់សំបុត្រ និងការកក់សណ្ឋាគារដែលត្រូវបានធ្វើឡើងសម្រាប់អតិថិជន។ គណនេយ្យដើរតួនាទីជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់ ហើយវាជាការកិច្ចដ៏ចម្បងមួយដែលការិយាល័យទេសចរណ៍ត្រូវតែអនុវត្ត។ ដើម្បីដោះស្រាយ និងធ្វើកិច្ចការនេះអោយ បានល្អទាមទារអោយអ្នកទាំងនោះមានការយល់ដឹងអោយបានច្រើនអំពីរូបិយប័ណ្ណអន្តរជាតិនៃប្រទេសនីមួយៗ។

- ការផ្តល់អោយរូបិយប័ណ្ណបរទេស (Provision of Foreign Currencies) : ក្រុមហ៊ុនត្រូវមានអត្រាប្តូរ ប្រាក់ដែលមានកម្រិតស្តង់ដារចំពោះរូបិយប័ណ្ណបរទេស និងជាងនេះទៅទៀតគេត្រូវធ្វើអោយមានការប្តូរប្រាក់ រូបិយប័ណ្ណរបស់ក្រុមហ៊ុនអោយទៅជារ៉ក័យប័ត្រទឹកប្រាក់សម្រាប់ធ្វើដំណើរ (Traveler's Cheques) ព្រោះ ដើម្បីផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់ទេសចរនៅក្នុងការចាយវាយ។

- ការធានារ៉ាប់រង : ក្រុមហ៊ុនត្រូវរៀបចំអោយមានធានារ៉ាប់រងចំពោះភ្ញៀវដូចជាការធានារ៉ាប់រងទៅលើអាយុ ជីវិត ទៅលើការបាត់បង់ឥតរ៉ាន់ ទៅលើសុវត្ថិភាពជាដើម។

ជាទូទៅការបង្កើតអោយមាននៅក្នុងទីផ្សារទេសចរណ៍ការវិនិយោគនាំមកនូវការងាយស្រួលយ៉ាងច្រើន ដល់ទេសចរ និងការប្រតិបត្តិការងារទេសចរណ៍ព្រោះវាអាចធ្វើអោយ ៖

- o ការទិញសេវាកម្មមានតម្លៃទាបជាងតម្លៃធម្មតាដូចជា៖ តម្លៃនៃបន្ទប់សណ្ឋាគារ តម្លៃនៃសំបុត្រយន្ត ហោះ ថ្លៃសេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍។
- o ជួយសម្រួលដល់ការងារអភិវឌ្ឍន៍វិស័យទេសចរណ៍ ជាពិសេសទៅលើផលិតផលទេសចរណ៍ព្រោះ ថាធនធានទេសចរណ៍ដែលមានដូចជា ធនធានវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ធនធានធម្មជាតិ មិនអាច ឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវបានទេ។ បើសិនវាគ្មានផ្តល់អោយជាការព្យាបាលសេវាកម្មដូចជា ការ ដឹកជញ្ជូន ការស្នាក់នៅ ការហូបចុក និងសេវាកម្មផ្សេងៗទៀត។ ដូច្នេះការវិនិយោគជាអ្នកដែល ប្រមូលទុកនូវសេវាជាច្រើន និងបណ្តាធនធានដែលមានដទៃទៀតសម្រាប់ឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវ- ការរបស់អតិថិជន ។
- o ជួយអោយទេសចរជាតិនិងអន្តរជាតិបានយល់ដឹង និងស្គាល់អំពីធនធានទេសចរណ៍និងផលិតផល សេវាកម្មទេសចរណ៍ដែលមានក្នុងប្រទេស ឬតំបន់ដែលគេធ្វើសកម្មភាពតាមរយៈការផ្សព្វផ្សាយ ដែលការធ្វើឡើងនៅបណ្តាប្រទេសផ្សេងៗ ។
- o នាំអោយវិស័យទេសចរណ៍មានការរីកចម្រើន តាមរយៈការទាញយកភ្ញៀវទេសចរពីបណ្តាប្រភេទ ទេសចរផ្សេងៗដោយមានការសហការជាមួយភ្នាក់ងារទេសចរណ៍នៅបរទេស ។
- o ទាញប្រាក់ចំណូលបានច្រើនពីបណ្តាបរទេស និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុកតាមរយៈការទស្សនានិង ប្រើប្រាស់សេវាកម្ម និងបំពេញនូវតម្រូវការ (សេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន សេវាកម្មស្នាក់-នៅ អាហារនិងភេសជ្ជៈ) ។
- o វិស័យទេសចរណ៍មានការរីកចម្រើន តាមរយៈការទាញយកនូវបច្ចេកទេស និងបច្ចេកវិទ្យាទំនើបពី បណ្តាការី និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍បរទេសដទៃដែលជាដៃគូច្នៃប្រឌិតនិងប្រើប្រាស់ និងជំរុញការរីក ចម្រើន ។
- o ជួយថែរក្សានូវសម្បត្តិ វប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ ធម្មជាតិ ឬធនធានដែលទាក់ទងទៅនឹងវិស័យ ទេសចរណ៍អោយគង់វង្ស និងយូរអង្វែងតាមរយៈបទពិសោធន៍ផ្សេងៗដែលការីប្រភាក់ងារទេសចរណ៍ នៅបរទេសបានជួបកន្លងមក ។

- o លើកតម្លៃប្រទេសជាតិ និងតំបន់ដែលគេធ្វើសកម្មភាពតាមរយៈការបញ្ចូលនៅក្នុងការផ្តល់សេវា ព័ត៌មាននៅពេលជូនភ្ញៀវទៅកន្លែងណាមួយដោយមានការពន្យល់លើកហេតុផលផ្សេងៗ ដើម្បីអោយ គេយល់អំពីតម្លៃនៃអ្វីដែលគេកំពុងទស្សនានាពេលបច្ចុប្បន្ន និងពេលអនាគត ។²⁵

១.៤.៣ ប្រភេទខ្សែទស្សនកិច្ច

នៅក្នុងសកម្មភាពទេសចរណ៍ដំណើរការធ្វើទេសចរត្រូវបានបែងចែកជាពីរកម្មវិធីផ្សេងគ្នាដោយយោងទៅតាមសកម្មភាពជាក់ស្តែងទី១កម្មវិធីទេសចរសកម្ម និងទី២កម្មវិធីទេសចរអសកម្ម ។

+ កម្មវិធីទេសចរសកម្ម (Active Program of Tourism)

នៅក្នុងកម្មវិធីនេះគេច្រើនផ្ដោតអារម្មណ៍ទៅលើដំណើរកម្សាន្តដោយរួមជាមួយនឹងសកម្មភាពចូលរួមដូចជា៖ កីឡាទៀងកំ កីឡាជិះស៊ី សកម្មភាពនេះទាមទារអោយអ្នកចូលរួមមានកម្លាំងកាយមាំមួន ។

- Adventure Tour : ការធ្វើដំណើរទស្សនាស្វែងយល់ពីទីកន្លែងប្លែកៗអស្ចារ្យ ភ្នំភ្លើង កោះ ទឹក-
ធ្លាក់ ជ្រលងភ្នំជ្រៅ ឡើងភ្នំ ។ល។
- Extreme Tour : មានដូចជាជិះស្ពឺលើទឹកកក ហែលទឹកនៅក្នុងទន្លេ ឬសមុទ្រដែលមានចរន្ត
ទឹកខ្លាំង និងដំណើរឡើងភ្នំទឹកកក ។
- Disaster Tour : ទស្សនាកន្លែងបន្ទុះភ្នំភ្លើង រញ្ជួយផែនដី ទឹកជំនន់ ។ល។
- Nature Tour : ដំណើរកម្សាន្តក្នុងព្រៃព្រឹក្សា បរិបាក ឆ្នេរសាទជាដើម ។
- Riding Tour : ដំណើរកម្សាន្តដោយប្រើប្រាស់សត្វពាហនៈធ្វើរទេះបោកបោកធ្វើដំណើរដូចជា
ជិះដំរី សេះ លា អ្នក ។ល។

+ កម្មវិធីទេសចរណ៍អសកម្ម (Inactive Program of Tourism)

ជាទិដ្ឋភាពទេសចរណ៍ដែលធ្វើដំណើរដោយពុំសំដៅលើការប្រើប្រាស់កម្លាំងកាយនោះទេ ព្រោះវាជាដំណើរកម្សាន្តដែលមានភាពស្ងប់ស្ងាត់។ សកម្មភាពទេសចរណ៍បែបនេះសំដៅលើការធ្វើដំណើរកម្សាន្តដើម្បីសម្រាកលំហែកាយ ស្វែងយល់ពីធនធានវប្បធម៌ ឬធនធានធម្មជាតិ សម្រាកលំហែតាមតំបន់ធម្មជាតិប្រណិតៗ (ឆ្នេរសមុទ្រ តំបន់ឧទ្យានជាតិ) និងសម្រាកព្យាបាលនៅមណ្ឌលសុខភាព។ គោលដៅសំខាន់នៃដំណើរទេសចរនៅក្នុងសកម្មភាពនេះយើងអាចកំណត់ដំណើរទស្សនកិច្ចបានដូចតទៅ ៖

- Pleasure Tour : រៀបចំឡើងសម្រាប់សម្រាកសប្បាយ និងកម្សាន្ត ហើយកំពុង
ពេញនិយមនៅទីផ្សារទេសចរណ៍ ។

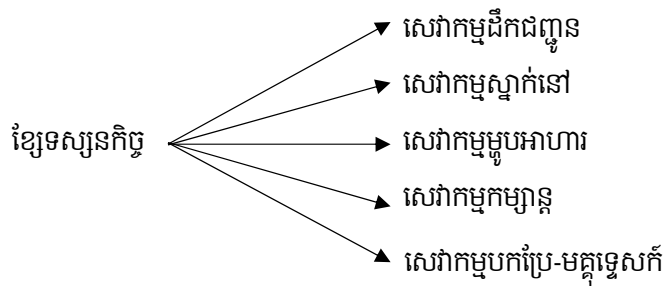
²⁵បណ្ឌិត សួន រ៉ានី និងទេព សុជាតិ, *ផែនការអាជីវកម្ម និងគំរោងប្រតិបត្តិការ* (ភ្នំពេញ, ២០០៣), ២៧៨-២៨០

- Health and Fitness Tour : គឺជាទិដ្ឋភាពដំណើរកម្សាន្តរួមជាមួយនឹងការសម្រាកព្យាបាលជំងឺ តាមរយៈការសម្រាកលំហែតាមឧទ្យានប្រណិតៗ តំបន់ធម្មជាតិល្អៗ នៅតាមឆ្នេរសមុទ្រដែលអាច ធ្វើអោយអ្នកចូលរួមទទួលបានអារម្មណ៍ល្អ និងធូរស្បើយពីជំងឺ ។
- Farm or Rural Tour : ដំណើរកម្សាន្តទៅតាមតំបន់កសិដ្ឋាន ដំណាំកសិកម្ម ។
- Holiday Tour : ដំណើរកម្សាន្តនៅថ្ងៃឈប់សម្រាក ។ល។²⁶

១.៤.៤ សមាសធាតុផ្សំនៃខ្សែទស្សនកិច្ច

- សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន : ការផ្ទេរ និងដឹកជញ្ជូនសម្រាប់ការទស្សនាទៅកាន់តំបន់ទេសចរណ៍
- សេវាកម្មស្នាក់នៅ : បន្ទប់សណ្ឋាគារ ផ្ទះសំណាក់ ឬបឹងកាឡូ (បន្ទប់ត្រែមួយ ឬត្រែពីរ ។ល។)
- សេវាកម្មម្ហូបអាហារ : ភោជនីយដ្ឋាន អាហារដ្ឋាន ឬសណ្ឋាគារ (អាហារធម្មតា ឬជម្រើស និង មួយពេល ពីរពេល ឬបីពេល)
- ការទស្សនា : ទីតាំងធម្មជាតិ ទីតាំងវប្បធម៌ ឬប្រវត្តិសាស្ត្រ សារមន្ទីរ សារមន្ទីរប្រវត្តិសាស្ត្រ ព្រះរាជវាំង វត្តភ្នំ ។ល។
- សេវាកម្មបកប្រែ-មគ្គុទ្ទេសក៍ : ភាសាបរទេសតាមការចង់បានដូចជា៖ អង់គ្លេស បារាំង ជប៉ុន អ៊ីតាលី រុស្ស៊ី អេស្ប៉ាញ ។ល។²⁷

រូបភាពទី ១.៤ ធាតុផ្សំខ្សែទស្សនកិច្ច²⁸



១.៤.៥ បច្ចេកទេសបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ច

ការងារចម្បងសម្រាប់ការរៀបចំ និងបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ច (កម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តទេសចរណ៍) គឺជាការ ចងក្រងច្បាស់លាស់នូវឯកសារចាំបាច់ដែលទទួលបានពីលទ្ធផលនៃការសិក្សា និងវាយតម្លៃការដែលមាន

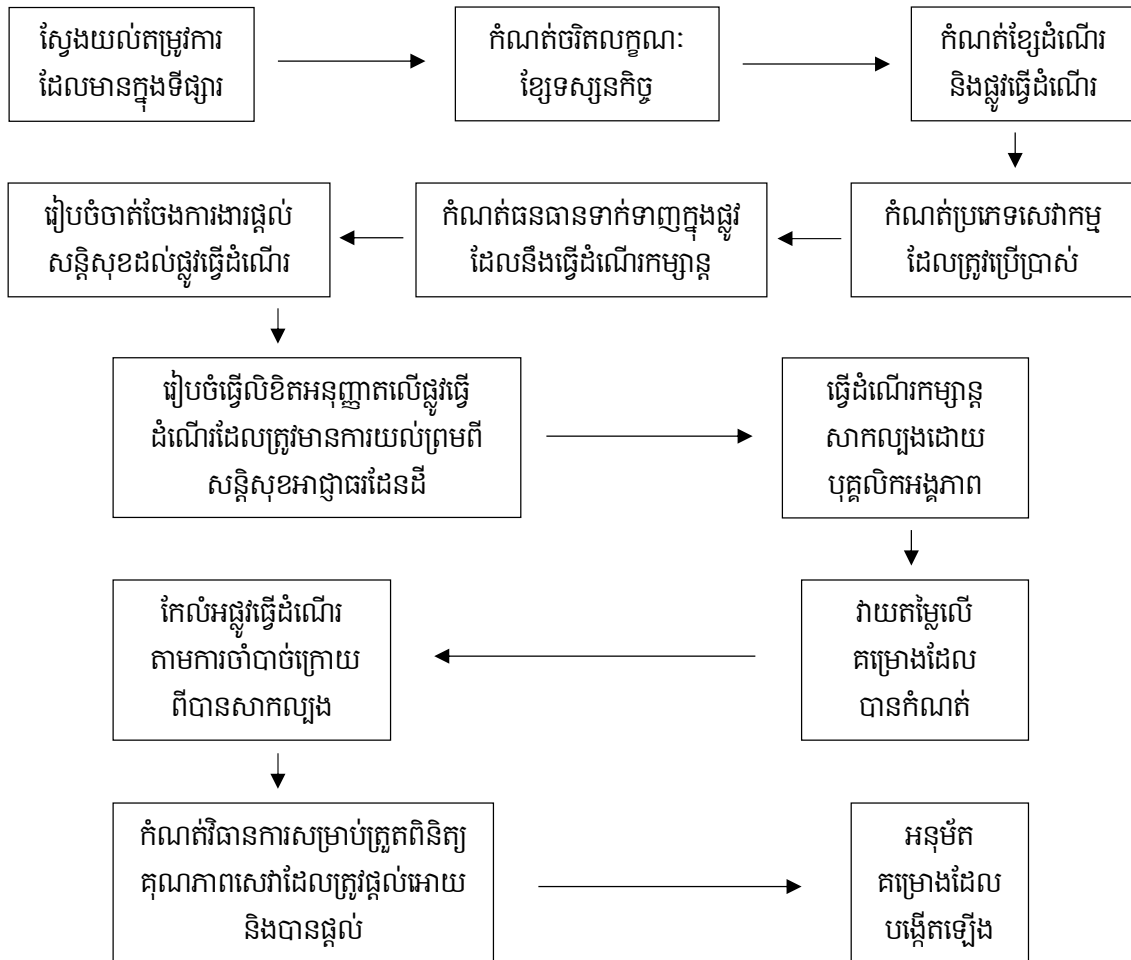
²⁶បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, យ៉ែន ច័ន្ទសុផី, ទឹម សុផា និងជិន វិចិត្រា, *ទេសចរណ៍: ទ្រឹស្តី និងទស្សនៈជាមូលដ្ឋាន*, បោះពុម្ពលើកទី១ (ភ្នំពេញ, ២០០២), ២១១-២១៤

²⁷បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុផាហាក់ និងទឹម សុផា, *ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត* (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

²⁸បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុផាហាក់ និងទឹម សុផា, *ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត* (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

នៅលើទីផ្សារទេសចរណ៍ ការព្រមព្រៀងគ្នារវាងអ្នកស្នើ ឬអ្នកទិញជាមួយនឹងអ្នករៀបចំបង្កើត ឬអ្នកលក់។ ការបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ច គឺជាការរៀបចំគម្រោង (Project) ដែលគម្រោងនេះត្រូវបានគេធ្វើតាមលំដាប់លំដោយដូចមានបង្ហាញខាងក្រោម ៖

រូបភាពទី ១.៥ ដំណាក់កាលនៃការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច²⁹



ក.កំណត់នូវចរិតលក្ខណៈខ្សែទស្សនកិច្ច

- កំណត់ខ្សែទស្សនកិច្ច
- កំណត់ផ្លូវធ្វើដំណើរ
- កំណត់ប្រភេទសេវាកម្មដែលត្រូវប្រើប្រាស់ក្នុងខ្សែទស្សនកិច្ច

²⁹បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងមីម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

- ជ្រើសរើសប្រភេទសេវាកម្មដែលត្រូវប្រើប្រាស់ក្នុងខ្សែទស្សនកិច្ច

ខ. រៀបចំកម្មវិធីសម្រាប់ដំណើរការបម្រើសេវាកម្មក្នុងខ្សែទស្សនកិច្ច

- ការរៀបចំកម្មវិធីបម្រើសេវាកម្ម
- រៀបចំកំណត់ថ្លៃលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច
- បង្ហាញ និងអត្ថាធិប្បាយអំពីភាពទាក់ទាញពិសេសក្នុងខ្សែទស្សនកិច្ច

ការគ្រប់គ្រងខ្សែទស្សនកិច្ចត្រូវធ្វើឡើងក្នុងទិសដៅមួយគឺបំពេញមុខងារអោយបានប្រសើរ និងមានប្រយោជន៍សម្រាប់អ្នកទទួលប្រើប្រាស់សេវាទាំងនេះ និងអ្នកផលិត ឬអ្នកលក់ដែរ។ ព្រមជាមួយគ្នានេះសម្រាប់រាល់ប្រភេទសេវាកម្មដែលបានកំណត់ និងតម្រូវការប្រើប្រាស់ខ្សែទស្សនកិច្ចត្រូវមានកំរិតគុណភាពស្តង់ដាតាមការកំណត់ប្រភេទនីមួយៗអោយច្បាស់លាស់។ ឯកសារប្រភេទនេះអាចត្រូវបានធ្វើឡើងតាមបែបបទដូចមានបង្ហាញដូចខាងក្រោម៖

- កំណត់អំពីដំណើរការ ទ្រង់ទ្រាយ និងវិធីសាស្ត្រដែលត្រូវបម្រើភ្ញៀវ
- បង្ហាញអំពីចរិតលក្ខណៈនៃដំណើរបម្រើសេវាកម្ម
- តម្រូវអោយមានការប្រើប្រាស់សម្ភារៈបច្ចេកទេស និងបរិក្ខារចាំបាច់អោយបានសមស្រប
- កំណត់ចំនួនបុគ្គលិកដែលត្រូវបម្រើការងារ (កំរិតវប្បធម៌ និងបទពិសោធន៍)
- ព្រមព្រៀងជាមួយក្រុមហ៊ុនដែលពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីទទួលបានជាប្រចាំនូវទំនិញ និងសេវាចាំបាច់
- ចរចា និងព្រមព្រៀងជាមួយក្រុមហ៊ុន មណ្ឌលកម្សាន្ត និងមណ្ឌលយុវជនទេសចរណ៍
- ចរចា និងព្រមព្រៀងជាមួយនឹងអង្គការដែលពាក់ព័ន្ធ អាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន ផ្ទៃលសន្តិសុខ។ល។

គ. រៀបចំចាត់ចែងធ្វើឯកសារបច្ចេក (ផែនទី) សម្រាប់ចាត់ចែងក្នុងអង្គភាព

លទ្ធភាពមួយដែលសំខាន់ក្នុងការរៀបចំគម្រោងខ្សែទស្សនកិច្ច គឺជាការរៀបចំឯកសារបច្ចេកទេសសម្រាប់ការអនុវត្តខ្សែទស្សនកិច្ច (ផែនទីបច្ចេកទេសសម្រាប់ណែនាំ និងវិធានការផ្សេងៗដែលគ្រោងក្នុងការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច)។

រូបភាពទី ១.៦ ផែនទីធ្វើដំណើរក្នុងខ្សែទស្សនកិច្ច^{៣០}

១. ការបង្ហាញពីផ្លូវសម្រាប់ធ្វើដំណើរ៖ ប្រភេទ រយៈចម្ងាយ (គីឡូម៉ែត្រ ម៉ែត្រ) រយៈពេលធ្វើដំណើរ (ម៉ោង នាទី) ចំនួនក្រុម (មួយ ពីរ ឬច្រើន) ចំនួនអ្នកទេសចរក្នុងក្រុម (នាក់) ចំនួនអ្នកទេសចរសរុបក្នុងខ្សែទស្សនកិច្ច (នាក់) ចំនួនថ្ងៃដែលបម្រើភ្ញៀវ (មួយយប់ពីរថ្ងៃ ពីរយប់បីថ្ងៃ ។ល។) ការចាប់ផ្តើមផ្តល់សេវាសម្រាប់ក្រុមទី១ (ម៉ោង នាទី ថ្ងៃ ខែ និងឆ្នាំ) ការចាប់ផ្តើមផ្តល់សេវាសម្រាប់ក្រុមចុងក្រោយ (ម៉ោង នាទី ថ្ងៃ ខែ និងឆ្នាំ) តម្លៃខ្សែទស្សនកិច្ចប្រភេទនេះ។

២. កម្មវិធីបម្រើសេវាដល់ទេសចរ និងការធ្វើដំណើរតាមផ្លូវ៖

- ភូមិ ឃុំ ខេត្ត ចម្ងាយរវាងតំបន់នីមួយៗ (គីឡូម៉ែត្រ ម៉ែត្រ)
- មធ្យោបាយដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់ការធ្វើដំណើរ
- ឈ្មោះក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ និងលក្ខខណ្ឌស្នាក់នៅ
- គម្រោងសេវាកម្ម ឈ្មោះខ្សែទស្សនកិច្ច រមណីយដ្ឋាន មណ្ឌល និងតំបន់ដែលត្រូវបង្ហាញ។

កិច្ចការអនុវត្តក្នុងចំណុចនេះរួមមាន៖

- រៀបចំផែនទីដំណើរកម្សាន្តក្នុងខ្សែទស្សនកិច្ច
- រៀបចំផែនទីបែងចែកប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនកិច្ច (ជៀសវាងការជាន់គ្នា)
- ចាត់ចែងអ្នកជូនដំណើរ និងមគ្គុទ្ទេសក៍សម្រាប់ដំណើរការ

ឃ. កំណត់វិធានការសម្រាប់ត្រួតពិនិត្យគុណភាពសេវាកម្មក្នុងខ្សែទស្សនកិច្ច

កិច្ចការដែលត្រូវអនុវត្តរួមមាន៖

- រៀបចំវិធានការត្រួតពិនិត្យការបម្រើសេវាកម្មផ្នែកដោយឡែកៗ
- រៀបចំការត្រួតពិនិត្យការបម្រើសេវាកម្មក្នុងខ្សែទស្សនកិច្ច
- ចាត់វិធានការវាយតម្លៃអំពីជំហរខ្សែទស្សនកិច្ចក្នុងអារម្មណ៍អ្នកប្រើប្រាស់
- ការចាត់វិធានការត្រួតពិនិត្យអំពីស្តង់ដារ និងគុណភាពផលិតផលត្រូវធ្វើឡើងជាឯកសាររួមមួយដែលបង្ហាញពីទ្រង់ទ្រាយវិធានការ និងការរៀបចំត្រួតពិនិត្យលើរាល់ដំណើរការបម្រើសេវាកម្មដូចដែលមានចែងក្នុងកម្មវិធីខ្សែទស្សនកិច្ច (អោយស្របទៅតាមគំរោងដែលបានរៀបចំឡើង) ។ គំរោងគុណភាពសេវាកម្មទាំងនេះរួមមាន៖

- o កំណត់ពេលវេលា (រយៈពេល) សម្រាប់ដំណើរការសេវាកម្ម

^{៣០}បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងទឹម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

- o កំណត់វិធានការសម្រាប់កែសម្រួល និងកែតម្រូវទ្រង់ទ្រាយខ្សែទស្សនកិច្ច
- o រៀបចំគោលការណ៍សម្រាប់ការវាយតម្លៃ ការត្រួតពិនិត្យ និងការវិភាគជំហានចុងក្រោយលើការរៀបចំចាត់ចែងខ្សែទស្សនកិច្ច។

ជាទូទៅគុណភាពនៃប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនកិច្ច អាចទទួលបានដោយសារក្រុមការងារ ដែលទទួលភារកិច្ចបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ចបានយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើការកំណត់អោយបានច្បាស់លាស់ និងយ៉ាងជាក់លាក់នូវ៖

- ចរិតលក្ខណៈខ្សែទស្សនកិច្ចដែលត្រូវបង្កើតអោយមានភាពប្រសើរ មានសន្តិសុខ ធានាបាននូវសុខភាព និងអាយុជីវិតភ្ញៀវទេសចរ ហើយចូលរួមចំណែកក្នុងការថែរក្សាបរិស្ថាន
- ដំណើរការប្រព្រឹត្តទៅនៃការបម្រើសេវាកម្មគឺសមស្របទៅនឹងគម្រោង និងចាត់ចែងវិធានការសម្រាប់ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃលើលទ្ធផលនៃប្រតិបត្តិការបម្រើសេវាកម្ម ។

ង. វាយតម្លៃលើគម្រោង និងធ្វើការកែលម្អក្នុងករណីចាំបាច់

- ធ្វើការសាកល្បងប្រើប្រាស់គម្រោងដែលបានរៀបចំឡើង
- វាយតម្លៃគម្រោងដែលបានបង្កើតឡើង
- ធ្វើការកែលម្អប្រសិនបើមានភាពចាំបាច់

ច. លើកយកគម្រោងនេះមកសុំសេចក្តីសម្រេចពីថ្នាក់ដឹកនាំ និងក្រុមបច្ចេកទេសអង្គភាព

- បង្ហាញថ្នាក់ដឹកនាំអំពីផលប្រយោជន៍របស់គម្រោង
- បង្ហាញអំពីភាពទាក់ទាញនៃគម្រោងចំពោះទេសចរ និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍
- ណែនាំអ្នកដឹកនាំអោយយល់ពីគម្រោងដែលបានបង្កើតឡើង។³¹

១.៥ ការប្រាស្រ័យទាក់ទង និងវិធានការជំរុញលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច

១.៥.១ លក្ខខណ្ឌតម្រូវសម្រាប់ជំនួបទំនាក់ទំនង

ដើម្បីធ្វើការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអតិថិជន និងជំរុញការលក់គេមានវិធីសាស្ត្រជាច្រើន និងអាចប្រើបាននូវមធ្យោបាយដូចខាងក្រោម ៖

- ការប្រាស្រ័យទាក់ទងដោយប្រយោល : ការទំនាក់ទំនងដែលធ្វើឡើងតាមរយៈបុគ្គលទីពីរ ឬឈ្នួញកណ្តាលតាមរយៈទូរស័ព្ទ ទូរសារ និងការដោះដូរព័ត៌មានតាមរយៈតេឡេក្រាម ។ល។
- ការប្រាស្រ័យទាក់ទងដោយផ្ទាល់ : ការទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងការជួបប្រាស្រ័យទាក់ទងដោយផ្ទាល់។ ការទំនាក់ទំនងដោយផ្ទាល់មានសារប្រយោជន៍យ៉ាងច្រើន ពីព្រោះថាវាអាចបំពេញការយល់ដឹង និងស៊ីជម្រៅបាន

³¹បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុផហាក់ និងទីម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរការម្យ៉ាង (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

អំពីដៃគូ និងចរិតរបស់គេ ។ នៅក្នុងករណីនេះ អ្នកស្រាវជ្រាវបានណែនាំអោយប្រើប្រាស់ការប្រាស្រ័យទាក់ទង ពីរប្រភេទ (១) ការនិយាយ និងភាសា និង (២) សីលធម៌នៃការនិយាយ និងសំលេង ។³²

១.៥.២ ការលក់

- អ្នករៀបចំមានន័យថាជាបុគ្គលដែលរៀបចំដំណើរកម្សាន្តជាប្រចាំ និងលក់ ឬផ្តល់ជូនគេ ដើម្បីលក់ ទោះជាដោយផ្ទាល់ ឬតាមរយៈការលក់ក៏ដោយ ។
- អ្នកលក់ គឺជាបុគ្គលដែលលក់ ឬប្រគល់ជូន ដើម្បីលក់នូវដំណើរកម្សាន្តដែលដាក់រួមគ្នាដោយអ្នករៀបចំ
- ទីតាំង និងរូបមន្តនៃសម្បទានការលក់ងាយស្រួលមានផ្លូវអាចចូលទៅដល់ អាចមើលឃើញនូវផ្លាកសញ្ញា ល្អ មានដាក់តាំងតុបតែងផ្ទៃក្នុងនិងផ្នែកខាងក្រៅដែលជាភាពទាក់ទាញដល់ទេសចរ និងការដាក់តាំងនូវ សៀវភៅផ្សព្វផ្សាយរបស់សេវាកម្មនីមួយៗ ។
- ប្រព័ន្ធព័ត៌មាន និងដំណើរការលក់នៃការកក់ និងលក់សំបុត្រ : ត្រូវរៀបចំឡើងតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលមានលក្ខណៈរហ័សជាទីបំផុតក្នុងការទំនាក់ទំនងគ្នា ជាពិសេសនៅលើតម្លៃដែលត្រូវកក់ជាមុន។
- សេវាកម្មបុគ្គល : សមាសភាពបុគ្គលដែលត្រូវមានចំណេះវិជ្ជា និងការយល់ដឹងអំពីទិសដៅនៃអ្នក ទេសចរដូចជា ៖ ភាពគួរសម ភាពយកចិត្តទុកដាក់ និងត្រូវមានជំនាញល្អក្នុងការលក់សេវាកម្ម ។³³

១.៥.៣ វិធីសាស្ត្រលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច ឬសេវាកម្មទេសចរណ៍

+ **វិធីសាស្ត្រលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច** : ជាវិធីសាស្ត្រដែលទាមទារអោយមានការបង្ហាញពីគោលដៅទេសចរណ៍ថ្មីៗ ដំណើរការរៀបចំមានប្រសិទ្ធភាពត្រូវមានដំណាក់កាលដែលបានបែងចែកខាងក្រោម ៖

ក. ដំណាក់កាលទី១ : ស្រាវជ្រាវ និងធ្វើគម្រោង

- សិក្សាពីកត្តាសេដ្ឋកិច្ច ដែលធ្វើអោយមានការជះឥទ្ធិពលក្នុងការបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ចនៅពេលអនាគត
- ធ្វើការបញ្ជាក់អំពីទីកន្លែងប្រហាក់ប្រហែលដែលគួរទៅធ្វើសម្រាប់ជ្រើសរើសដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងការរៀបចំ
- ធ្វើការប្រៀបធៀបទីតាំងកម្សាន្តនីមួយៗដែលបានជ្រើសរើសរួច
- ធ្វើការសម្រេចចិត្តទៅលើចំនួនអ្នកទេសចរនៅក្នុងដំណើរកម្សាន្តនីមួយៗ ក្នុងកំឡុងពេលនៃការស្នាក់នៅ និងថ្ងៃដែលត្រូវចាកចេញ ។

³²បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងទឹម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

³³បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងទឹម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

ខ. ដំណាក់កាលទី២ : ធ្វើការចរចា

ត្រូវធ្វើការចរចាទៅគ្រប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្ម ជាពិសេសជាមួយអ្នកបោះពុម្ពដោយរាប់បញ្ចូលនូវថ្លៃដែលត្រូវកំណត់សម្រាប់ការបោះពុម្ពសំបុត្រនានា (Vouchers) ជាដើម ។

គ. ដំណាក់កាលទី៣ : រដ្ឋបាល

អ្វីដែលសំខាន់សម្រាប់ដំណាក់កាលនេះ គឺការហ្វឹកហាត់បុគ្គលិកនៅក្នុងផ្នែកកក់ ធ្វើការប៉ាន់ស្មាននូវកូនសៀវភៅផ្គត់ផ្គង់ផ្សព្វផ្សាយដែលគួរតែបោះពុម្ពប៉ុន្មាន? សម្រាប់ការចែកចាយ និងផ្សព្វផ្សាយដល់ទេសចរធ្វើការកំណត់នូវអត្រាប្តូរប្រាក់ធ្វើការប៉ាន់ស្មានតម្លៃលក់ដោយយោងទៅលើអតិផរណាដែលមានក្នុងប្រទេស និងធ្វើការបញ្ជាក់អោយបានច្បាស់ពីអ្នកបោះពុម្ពដោយមានភស្តុតាងត្រឹមត្រូវក្នុងការបោះពុម្ពនូវឯកសារផ្សេងៗ ដែលចាំបាច់សម្រាប់ប្រើប្រាស់ ។

ឃ. ដំណាក់កាលទី៤ : ការធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ

- ចែកចាយនូវសៀវភៅផ្គត់ផ្គង់ផ្សព្វផ្សាយទៅក្នុងទីផ្សារនៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍ទៅតាមភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ផ្សេងៗដែលបានរៀបចំរួច ។
- ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈជាលើកដំបូងតាមរយៈទូរទស្សន៍ វីឡូ និងពាណិជ្ជកម្មនៅតាមសារព័ត៌មានដទៃទៀត ។
- ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយលក់ជាលើកដំបូងតាមរយៈភ្នាក់ងារដោយរួមបញ្ចូលជាមួយនឹងក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍តាមកាណូតដែលរៀបចំរួច ។

ង. ដំណាក់កាលទី៥ : ការមកដល់របស់អ្នកទេសចរ

ធ្វើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអោយបានខ្លាំងទៅដល់សាធារណៈជន និងគ្រប់មជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្ម។ ធ្វើការជ្រើសរើស និងហ្វឹកហាត់អ្នកតំណាងនៅក្នុងតំបន់កម្សាន្តនានា និងផ្តល់ជូនសេវាកម្មផ្សេងៗទៀតសម្រាប់អ្នកទេសចរដូចជា៖ ដំណើរកម្សាន្ត និងការជួលថយន្តជាដើម ។ នៅពេលដែលអង្គភាពមួយធ្វើការកំណត់យុទ្ធសាស្ត្របានត្រឹមត្រូវ និងមានប្រសិទ្ធភាព ហើយនាំអោយមានភាពងាយស្រួល និងកាន់តែប្រកបទៅដោយប្រសិទ្ធភាពថែមទៀតនៅក្នុងដំណើរការរៀបចំ Package Tour ។ ផ្ទុយទៅវិញបើការរៀបចំដំណើរទៅដោយខ្វះការរៀបចំនូវផែនការជាមុន អាចជាហេតុនាំអោយមានភាពមិនប្រក្រតីណាមួយ និងកើតមានឡើងជាមិនខាន ។

+ សេវាកម្មទេសចរណ៍ : ជានិច្ចកាលសេវាកម្មទាក់ទងនឹងភ្ញៀវទាមទារនូវការចូលរួមយ៉ាងសកម្មភាពរបស់ភ្ញៀវ ។ តាមការពិតកម្រិតនៃការចូលរួមរបស់ភ្ញៀវអាចមានឥទ្ធិពលចំពោះការយល់ដឹងដោយអារម្មណ៍ទាក់ទងនឹងគុណភាពសេវាកម្ម ដែលផ្តល់នូវការចងចាំគួរអោយពេញចិត្ត ឬធ្វើអោយមិនពេញចិត្ត ។ ដូច្នេះសេវាកម្មត្រូវ

តែគ្រប់គ្រងធ្វើការវាស់វែង និងធ្វើអោយប្រសើរឡើងបន្ត ។ ដើម្បីសម្រេចគោលដៅទាំងនេះ ដំណើរការធ្វើអោយបានជោគជ័យត្រូវតែអាស្រ័យលើគោលការណ៍ខាងក្រោម ៖

- ផ្ដោតលើការយកចិត្តទុកដាក់ទៅតាមអតិថិជន : យល់ដឹងរៀបចំទុកដាក់ជាមុន និងគោរពតាមការចង់បាន និងបំណងប្រាថ្នារបស់ភ្ញៀវ
- ការចូលរួមរបស់អ្នកវិនិយោគ
- ការធ្វើអោយគុណភាពប្រសើរឡើង
- ធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ ដើម្បីប្រមូលព័ត៌មានពីអតិថិជនដែលមានស្រាប់ និងអតិថិជនមានសក្តានុពល
- ក្រុមហ៊ុនស្ថាប័នជាប្រចាំពីក្រុមនីមួយៗនៃទីផ្សារគោលដៅរបស់ពួកគេ ដើម្បីយល់ដឹងអោយកាន់តែច្បាស់ពីការផ្លាស់ប្តូរតម្រូវការ និងបំណងប្រាថ្នារបស់ចំណែកទីផ្សារដែលពួកគេសង្ឃឹមថានឹងបម្រើ
- អ្នកគ្រប់គ្រងអាចសិក្សាពីការរំពឹងទុក និងជាបទពិសោធន៍របស់អតិថិជនដោយធ្វើការទំនាក់ទំនងជាប្រចាំជាមួយអតិថិជន និងធ្វើតាមការសំណូមពរពីបុគ្គលិកជួរមុខដោយក្តីរីករាយ ដែលពួកគេជាអ្នកទំនាក់ទំនងរវាងអតិថិជនជារៀងរាល់ថ្ងៃ
- គ្រប់ពេលដែលអតិថិជនមិនដឹងអ្វីដែលគេចង់បានកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងធ្វើនៅក្នុងការបង្ហាញណែនាំពីការចង់បានរបស់អតិថិជនដែលមិនដឹង
- លំហូរទំនាក់ទំនងពីអតិថិជនទៅអ្នកគ្រប់គ្រងគឺទំនាក់ទំនងនឹងកើតឡើងតាមព័ត៌មានដែលបញ្ជូនទៅអោយ បើកម្រិតនៃការិយាល័យធិបតេយ្យមានកម្រិតតិចតួច
- ជាងនេះទៀតការយល់ដឹងពីតម្រូវការ និងការរំពឹងទុករបស់អតិថិជន អ្នកគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ត្រូវតែជួលមនុស្សអោយបានត្រឹមត្រូវ និងបង្កាត់បង្រៀនពួកគេអោយបានល្អ ។³⁴

១.៥.៤ ការជំរុញ និងលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច

- o ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើការអភិវឌ្ឍវិស័យធម្មនាគមន៍យ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាពដែលផ្សារភ្ជាប់ជាមួយនឹងទីផ្សារគោលដៅសំខាន់ៗនៅបរទេស។ បញ្ហាពិសេសគឺសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើការសម្រួលច្រកចេញចូល និងបង្កអោយជម្រើសនៃការធ្វើដំណើរកាន់តែច្រើនថែមទៀត។ អាកាសចរណ៍កម្ពុជាចូលចិត្តលើកតម្កើងព្រមជាមួយការបង្កើនគុណភាព និងសុវត្ថិភាពហោះហើរ ។
- o បង្កើតការទាក់ទាញផ្នែកវប្បធម៌ និងផ្នែកដទៃទៀតដែលកម្ពុជាអាចផ្តល់បាន។ ទេសចរណ៍ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិក្នុងរយៈពេលខ្លី និងមធ្យមនឹងត្រូវគ្រោងនៅទីផ្សារគោលដៅសំខាន់ៗនៃប្រទេសជប៉ុន អូស្ត្រាលី

³⁴បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងមីម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរការម្យ៉ាង (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

បារាំង និងសហរដ្ឋអាមេរិក។ ជាមួយនេះបង្កើតការតាំងពិព័រណ៍ដែលមានការចូលរួមពីជនជាតិ ក្រុម-
ហ៊ុនបរទេស និងអង្គការនានាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាអោយបានញឹកញាប់

- o បង្កើតមធ្យោបាយព័ត៌មានដែលច្បាស់លាស់សម្រាប់ទីផ្សារគោលដៅនៃទស្សនកិច្ចនៅបរទេស។ ការត្រៀម
លក្ខណៈក្នុងការផ្តល់ព័ត៌មានអោយបានកាន់តែច្រើន និងប្រសើរថែមទៀតអំពីកន្លែងទាក់ទាញទេសចរ
របស់កម្ពុជា និងជំរុញអោយមានទេសចរណ៍កាន់តែច្រើនឡើងចូលមកក្នុងប្រទេសយើង ដើម្បីទស្សនា
ស្វែងយល់ និងបង្កើននូវពេលស្នាក់នៅរបស់ពួកគេ ហើយផ្តល់ព័ត៌មានកាន់តែច្រើនឡើងក្នុងប្រទេស
និងលើកទឹកចិត្តដល់ទេសចរក្នុងស្រុកផងដែរ
- o បង្កើនការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធទូរទស្សន៍ វីឡូ កាសែត ទស្សនាវដ្តី សៀវភៅផ្គត់ និង Vocher ជាដើម
- o មានយុទ្ធសាស្ត្រដោយទំនាក់ទំនងជាមួយអង្គការ ស្ថាប័ន ក្រសួង និងទីភ្នាក់ងារដែលធ្លាប់មានទំនាក់
ទំនងជាមួយ និងមិនដែលមានទំនាក់ទំនងសោះ
- o ពង្រឹងបុគ្គលិកចំពោះមុខអោយមានសមត្ថភាព ដើម្បីជំរុញការលក់ខ្សែទស្សនកិច្ចដល់ទេសចរ
- o បង្កើតកម្មវិធីប្លែកៗដល់ភ្ញៀវដែលមកចុះឈ្មោះ ឬទិញនូវខ្សែទស្សនកិច្ចដោយមានការផ្តល់ជូនដំណឹង និង
ការបញ្ចុះតម្លៃជាដើម ។³⁵

១.៥.៥ ការជំរុញ និងសេវាកម្មទេសចរណ៍

- ព័ត៌មានទាក់ទងនឹងការធ្វើដំណើរ
- លទ្ធភាព និងរបៀបនៃការកក់ទិញ
- លក្ខណៈពិសេស និងមធ្យោបាយប្រើប្រាស់ក្នុងការដឹកជញ្ជូន
- ប្រភេទសេវាកម្ម និងទីតាំងស្នើផ្គត់ផ្គង់ការស្នាក់នៅ
- ប្រភេទអាហារ និងភេសជ្ជៈព្រមទាំងលក្ខណៈទាក់ទាញ
- ភាពទាក់ទាញសម្រាប់ធ្វើសកម្មភាព និងការរស់នៅបានតាមតំបន់ទេសចរណ៍
- តម្រូវការលើការទិញទំនិញ ការថតរូប និងការរក្សានូវចំណាប់អារម្មណ៍។³⁶

១.៥.៦ ការទូទាត់ និងគណនាតម្លៃខ្សែទស្សនកិច្ច

តម្លៃខ្សែទស្សនកិច្ច : ត្រូវបានរាប់បញ្ចូលនូវផ្នែកចំណាយផ្សេងៗ (កញ្ចប់សេវាកម្ម)

- តម្លៃមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ

³⁵បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងទឹម សុផា ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

³⁶បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងទឹម សុផា ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

- តម្លៃលើម្ហូបអាហារ
- តម្លៃលើមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនទស្សនកិច្ច ឬដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំបន់ទេសចរណ៍
- តម្លៃលើកម្មវិធីទស្សនកិច្ច និងមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍
- តម្លៃទិដ្ឋាការ និងតម្លៃការធានារ៉ាប់រង

តម្លៃលក់ខ្សែទស្សនកិច្ចមានលើសពីតម្លៃដើមមានន័យថា តម្លៃផលិត ឬកតម្លៃពន្ធ ឬកតម្លៃប្រាក់ចំណេញ។ ចំណាយទាំងអស់ខាងលើត្រូវបានបំបែកជាពីរផ្នែក (១) ចំណាយជាប្រចាំ និង (២) ចំណាយតាមតម្រូវការ ។

១. ចំណាយជាប្រចាំមាន :

- ចំណាយលើការដឹកជញ្ជូន
- តម្លៃសេវាកម្មធានារ៉ាប់រង
- ការរៀបចំឯកសារដែលចាំបាច់ (ករណីទេសចរណ៍ក្រៅប្រទេស)

២. ចំណាយតាមតម្រូវការមាន :

- ការបង់សេវាផ្សេងៗតាមទីកន្លែង ឬផ្លូវធ្វើដំណើរ
- ថ្លៃសំបុត្រចូលទស្សនារមណីយដ្ឋាននានា ។ល។³⁷

១.៦ យុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងទីផ្សារ និងការផ្សព្វផ្សាយ

គោលបំណងដ៏ចម្បងនៃម៉ាឃីតជីគីកំណត់លទ្ធភាពដ៏ចម្បង ដើម្បីគ្រោងផែនការសកម្មភាពយ៉ាងល្អ សម្រាប់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។ ភារកិច្ចចម្បងនៃផែនការសកម្មភាពគឺការកាត់បន្ថយអោយបានដល់កម្រិតអប្បបរមានូវរាល់ឧបសគ្គដែលអាចរាំងស្ទះសកម្មភាពក្រុមហ៊ុន និងកំណត់ធនធានទាំងឡាយដែលត្រូវជ្រើសរើស សម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍ទិសដៅការងារ។ គេមិនអាចសម្រេចបាននូវភារកិច្ចចម្បងនោះឡើយ ប្រសិនបើពុំមានការ រៀបចំផែនការច្បាស់លាស់សម្រាប់ការងារ។ ជាការពិតសកម្មភាពការងាររបស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍នៅក្នុងទីផ្សារ ប្រាកដជាជួបនឹងឧបសគ្គ និងការលំបាកច្រើន បើសិនជានៅផ្ទៃខាងក្នុងក្រុមហ៊ុនពុំមានការឯកភាព មូលមតិ និងយល់ស្របគ្នា។ ជាមួយគ្នានេះដែរក្រុមហ៊ុនក៏ជួបនឹងការលំបាកខ្លាំងក្នុងការកំណត់ទិសដៅសកម្មភាពពិត ប្រាកដណាមួយដែលមិនធ្វើអោយប៉ះពាល់ ឬខូចខាតដល់ទិសដៅការងារផ្សេងៗដែលក្រុមហ៊ុនបានត្រៀម ឬ បម្រុងធ្វើនេះដែរ។ នៅទីបំផុតក្រុមហ៊ុនអាចនឹងបាត់បង់លទ្ធភាពត្រួតពិនិត្យ និងលទ្ធភាពគ្រប់គ្រងសកម្មភាព ការងារប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងជាពិសេសបាត់បង់លទ្ធភាពរៀបចំដំណើរការប្រើប្រាស់ផែនការសកម្មភាព

³⁷បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងទឹម សុផា, ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរការកម្សាន្ត (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

ដែលគ្រោងឡើងចេញជាផ្លូវការ និងទទួលបានលទ្ធផលល្អ ។³⁸

១.៦.១ ការផ្សព្វផ្សាយ និងការលក់

ជាទូទៅគ្រាន់តែបង្កើតផលិតផលនោះមិនគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីនឹងលក់ដាច់ផលិតផលដែលបង្កើតឡើងនេះ ផលិតករត្រូវតែធ្វើការប្រកាសផ្សាយលក់។ អ្នកប្រើប្រាស់ទាំងឡាយត្រូវបានធ្វើអោយដឹងអំពីផលិតផលនឹងមាន ឬកំពុងមានហើយ តើផលិតផលទាំងនេះអាចប្រើប្រាស់យ៉ាងណាបើប្រៀបធៀបជាមួយនឹងផលិតផលភាគីប្រជែង? ថ្លៃប៉ុន្មាន? តើអ្នកទិញអាចជ្រើសរើសផលិតផលទាំងនោះនៅទីណា និងពេលណា ?

ការផ្សព្វផ្សាយ គឺជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៃសមាសធាតុម៉ាយ៉ែតជីងដែលក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ និងអង្គការ ទេសចរណ៍ធំៗបានប្រើប្រាស់សម្រាប់ជំនួយដល់ការបង្កើតការលក់ផលិតផល។ ការជំរុញផ្សព្វផ្សាយរួមមាន ធាតុសំខាន់ៗ៣គឺ ៖

- ទំនាក់ទំនងសាធារណៈ
- ការជំរុញលក់ផលិតផល
- ការលក់ដោយផ្ទាល់ (ភ្នាក់ងារលក់)។³⁹

១.៦.២ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ជាទ្រង់ទ្រាយមួយដែលបានត្រូវគេអនុវត្តសម្រាប់ទទួលបាននូវគោលដៅច្រើន ដូចជាបង្កើតកិត្តិស័ព្ទផលិតផល និងការផ្លាស់ប្តូរអារម្មណ៍របស់អតិថិជនទៅលើផលិតផល ។

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ជាការធ្វើយ៉ាងណាអោយផលិតផលដែលគេបង្កើតឡើងបាន ត្រូវអតិថិជនស្គាល់ និងជ្រួលជ្រាបដល់អារម្មណ៍តាមរយៈការមើលឃើញដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោលតាមរយៈការស្តាប់ឮ តាម ការអាន ឬតាមការនិយាយតាមគ្នា ។

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ជាមធ្យោបាយចំណាយមួយដែលធ្វើឡើងតាមរយៈទំព័រសារព័ត៌មាន (ទស្សនា រង្គី កាសែត វីទេអូ ទូរទស្សន៍ ប្រេសណីយ៍ កុំព្យូទ័រ ។ល។) អំពីផលិតផលដែលបានរៀបចំឡើង ។

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មជាការវិភាគ និងស្វែងយល់នូវរង្វង់បញ្ជូនព័ត៌មានដែលមាននិន្នាការទៅមុខ និង ត្រឡប់វិញនៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនស្វែងរកព័ត៌មានអំពីចំណុចនៃការលក់។ ព័ត៌មានបញ្ជូនទាំងនោះអាចធ្វើអោយ ក្រុមហ៊ុនទទួលបានជោគជ័យ ឬធ្វើអោយបរាជ័យអាស្រ័យដោយយុទ្ធវិធីនៃការអនុវត្តរបស់ក្រុមហ៊ុន ។

³⁸បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជាវ សុងហាក់ និងទីម សុផា, *ការប្រតិបត្តិវិទ្យាទស្សនកិច្ច និងដំណើរការកម្សាន្ត* (ភ្នំពេញ, ២០០៤)

³⁹សួន វ៉ានី, ជា ចំរើន, សាំង ចន្ទ, គឹម ប៊ុនណារ៉ា និងហុង វណ្ណៈ, *ម៉ាយ៉ែតជីងទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច ភាគ១* (ភ្នំពេញ៖ បណ្ណាគារអង្គរ, ២០០៧), ៩៩

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មជាការបង្ហាញ និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ទំនិញសេវាកម្មដោយមិនប្រើមនុស្សផ្ទាល់ តែត្រូវចំណាយលុយចំពោះអ្នករ៉ាប់រងការងារនោះ។

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មត្រូវចាប់ផ្តើមដោយកំណត់ និងពណ៌នាអំពីផលិតផលសម្រាប់អតិថិជនគោលដៅ។ វាមានសារៈសំខាន់ក្នុងការកំណត់នូវកម្មវត្ថុជាក់លាក់មួយព្រមទាំងការសម្រេចចិត្តចំពោះការចំណាយនៅក្នុងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនេះផង។ ជំហានបន្តទៀតគឺការជ្រើសរើសយុទ្ធសាស្ត្របង្កើតការផ្សាយដែលមានការបង្ហាញអំពីកម្មវត្ថុត្រូវបំពេញ។ ប្រព័ន្ធនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងកាលបរិច្ឆេទនៃកម្មវិធីនេះត្រូវបានគេប្រើប្រាស់សម្រាប់ជំនួយក្នុងការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រ ហើយនៅទីបញ្ចប់គេចាំបាច់វាយតម្លៃទៅលើប្រសិទ្ធភាពរបស់វា។ ជាទូទៅមហាជនតែងតែប្រកាន់ថាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មផ្តល់នូវវិភាគទានវិជ្ជមានជាច្រើនដល់សង្គម ។

យោងតាមការពិចារណាវិភាគទាននៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មមាន ៖

- o ជួយអោយកើតមានការបង្កើតឡើងថ្មីនូវផលិតផល
- o ផ្តល់ព័ត៌មានដល់ទីផ្សារក្នុងទំហំ និងមានលក្ខណៈបែកខ្ញែកតាមតំបន់ផ្សេងៗ
- o ជួយដល់ផ្នែកលក់ផ្ទាល់តាមរយៈការផ្តល់ព័ត៌មានអោយបណ្តាអតិថិជនជាមុន
- o ធ្វើអោយមានការរៀបចំផលិតផលរិតតែប្រសើរ និងមានគុណភាពខ្ពស់
- o ធ្វើអោយថ្លៃលក់ផលិតផលរិតតែថោកដោយសារការប្រកួតប្រជែង
- o បន្ថែមតម្លៃ " អត្ថប្រយោជន៍ " អោយផលិតផល
- o ជួយបង្កើតសារប្រយោជន៍នៃពេលវេលា និងកម្មសិទ្ធិ
- o ធ្វើអោយមធ្យោបាយទំនាក់ទំនង និងការផ្តល់ព័ត៌មានឯករាជ្យពីរដ្ឋាភិបាល
- o លើកស្ទួយការវិវត្តរបស់សង្គមដោយសារវាជាអ្នកសម្រួលពេលវេលា និងផ្តល់នូវព័ត៌មានដែលមានតម្លៃ ។

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មត្រូវបានបែងចែកជា ៦ ប្រភេទ ៖

១. ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មផលិតផល : ជាការផ្សាយផលិតផលណាមួយដោយបញ្ជាក់ពីម៉ាក និងគុណភាព។ ភាគច្រើនវាត្រូវបានគេប្រើប្រាស់នៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម រដ្ឋាភិបាល ស្ថាប័នមិនមែនរដ្ឋាភិបាល។ ទាំងនេះធ្វើឡើងសម្រាប់ជំរុញអ្នកប្រើប្រាស់តាមរយៈលក្ខណៈពិសេសអត្ថប្រយោជន៍ និងគុណសម្បត្តិរបស់ផលិតផល។

២. ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់ស្ថាប័ន : ជាការផ្សាយអំពីស្ថាប័ន (មុខមាត់រួម) ក្នុងគោលដៅកសាងកិត្តិស័ព្ទរបស់ក្រុមហ៊ុន។ វាជាការផ្សាយដែលធ្វើឡើងសម្រាប់បង្ហាញនូវកិត្យានុភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬគំនិតអ្វីមួយ ឬអ្វី

មួយដែលមានលក្ខណៈសាធារណៈ។ ការយោសាសនាអាចមាន “ក្រុមហ៊ុនរបស់យើងល្អ ឬទីកន្លែងរបស់ក្រុមហ៊ុនយើងល្អសម្រាប់អាជីវកម្ម ការផ្សាយនេះបញ្ជាក់អំពីឈ្មោះ និងបញ្ជាក់អំពីផ្លាកសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន” ។

៣. ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអំពីតម្រូវការជាបឋម : ជាការព្យាយាមជំរុញសេចក្តីត្រូវការទាំងមូលនៃផលិតផលប្រភេទណាមួយនោះដោយមិនបញ្ជាក់អំពីឈ្មោះផលិតករ ឬម៉ាកទំនិញ ។

៤. ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលមានលក្ខណៈមុនគេបង្អស់ : ការផ្សាយដើម្បីប្រាប់អតិថិជនអំពីផលិតផលមួយ និងប្រាប់ថាផលិតផលនោះជាអ្វី? វាមានប្រយោជន៍អ្វីខ្លះ? គេត្រូវប្រើវាយ៉ាងដូចម្តេច? នៅពេលណាដែលគេអាចទិញបាន? និងនៅទីណា?

៥. ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មបែបប្រកួតប្រជែង : ធ្វើឡើងសម្រាប់កំណត់ផ្លាកសញ្ញា និងលក្ខណៈពិសេសរបស់ផលិតផលណាមួយ។ វាជាការផ្សាយអោយអតិថិជនទិញផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនដោយសារតែផលិតផលនេះមានលក្ខណៈពិសេសដែលគួរប្រជែងអាជីវកម្មមិនអាចមាន ។

៦. ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មបែបរំលឹក និងជំរុញលក់ជាថ្មី : ត្រូវបានធ្វើឡើងដើម្បីអោយអតិថិជនដឹងថាផលិតផលប្រភេទណាមួយនោះមានលក់នៅលើទីផ្សារនៅឡើយ។ គេផ្សាយដើម្បីអោយអតិថិជនធ្វើការគាំទ្រជាបន្តទៀតចំពោះផលិតផលប្រភេទនេះ។ ជាមួយគ្នានេះដែរគេផ្សាយដើម្បីប្រាប់ទៅអ្នកប្រើប្រាស់ផលិតផលប្រភេទនេះដឹងថាពួកគាត់បានជ្រើសរើសផលិតផលដ៏ល្អមួយ និងដើម្បីបញ្ជាក់ការពេញចិត្តរបស់អ្នកទិញចំពោះផលិតផលនេះ ។⁴⁰

⁴⁰សួន វ៉ានី, ជា ចំរើន, សាំង ចន្ទ, គឹម ប៊ុនណារ៉ា និងហុង វណ្ណៈ, *ម៉ាយីតជីវទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច ភាគ១* (ភ្នំពេញ៖ បណ្ណាគារអង្គរ, ២០០៧), ១០០-១០៣

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពប្រតិបត្តិការនៃការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស

២.១ ស្ថានភាពក្រុមហ៊ុន

២.១.១ ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុន

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ជាក្រុមហ៊ុនឯកកម្មសិទ្ធិដែលមានសកម្មភាពការងារ គឺស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រង និងត្រួតពិនិត្យរបស់ម្ចាស់ក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់។ ក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិចប្រេស ជាប្រភេទក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្មដែលស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រសួងទេសចរណ៍ ហើយក្រុមហ៊ុនមួយនេះមានម្ចាស់ ឬប្រធានជាជនជាតិខ្មែរ និងបានចាប់ផ្តើមដំណើរការសកម្មភាពសេវាកម្មរបស់ខ្លួនជាផ្លូវការចាប់ពីថ្ងៃទី ១៤ ខែកក្កដា ឆ្នាំ១៩៩៩ ក្រោមការអនុញ្ញាតរបស់ក្រសួងទេសចរណ៍ដែលមានអាជ្ញាប័ណ្ណលេខ៨៦/៩៩កទច បើតាមការបញ្ជាក់របស់លោក ហូ វណ្ណី ដែលបានប្រឡូកក្នុងអាជីពជាមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងទទួលបានការទទួលស្គាល់ជាអន្តរជាតិតាមរយៈលទ្ធផលការងារជាច្រើន។ ក្រៅពីនេះក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិចប្រេស ក៏បានចូលជាសមាជិកក្នុងស្ថាប័នសមាគមន៍ និងអង្គការទេសចរណ៍ដែលហៅកាត់ថា CATA PATA និង AITA ផងដែរ ។

តាមការបញ្ជាក់របស់ម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងការរីកដុះដាលនៃទីផ្សារទេសចរណ៍នៅកម្ពុជាក្រុមហ៊ុនក៏បានបង្កើតនូវសាខាដូចដែលបានរៀបរាប់ខាងក្រោម ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់ទេសចរនៅតាមតំបន់នោះ។ ដោយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានសាខាច្រើនដូចនេះយើងខ្ញុំសូមជ្រើសរើសយកតែការិយាល័យកណ្តាលមកសិក្សាតែប៉ុណ្ណោះ ។

២.១.២ ទីតាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន

ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានការិយាល័យកណ្តាលស្ថិតនៅ ផ្ទះលេខ៣៤EO ផ្លូវ Jawahari Nehru (២១៥) សង្កាត់មិត្តភាព ខណ្ឌ៧មករា រាជធានីភ្នំពេញ។ លេខទូរស័ព្ទទំនាក់ទំនងគឺ៖

☎ ទូរស័ព្ទលេខ (៨៥៥) ១២ ២២២ ៧៥៩ / ១១ ៨៤៦ ៨៤០

☎ ទូរសារលេខ (៨៥៥) ២៣ ៨៨៤ ៧៨៧ / ២៣ ៨៨៤ ៥៧៤

✉ E-mail : worldexpress@online.com.kh

: wet-inbound@online.com.kh

: worldexpress.kh@gmail.com

សាខាទី២របស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានទីតាំងស្ថិតនៅផ្ទះលេខ៣៤៩E0 ផ្លូវ២១៧ សង្កាត់អូរឫស្សី២ ខណ្ឌ៧មករា រាជធានីភ្នំពេញ ។ លេខទូរស័ព្ទទំនាក់ទំនងគឺ៖

- ✚ ទូរស័ព្ទលេខ (៨៥៥) ១២ ៥៨៨ ៦៧៧ / ១២ ៧៧២ ២២៤
- ✚ ទូរសារលេខ (៨៥៥) ២៣ ៨៨២ ៣៥៩ / ២៣ ៩៩៥ ៩១៩
- ✚ E-mail : wetairport@online.com.kh

: Wet-bm@online.com.kh

សាខាទី៣របស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានទីតាំងស្ថិតនៅផ្ទះលេខ១១ មណ្ឌល១ ក្រុម ៦ ជាប់ខាងជើងផ្សារចាស់ ខេត្តសៀមរាប ប្រទេសកម្ពុជា ។ លេខទូរស័ព្ទទំនាក់ទំនងគឺ៖

- ✚ ទូរស័ព្ទលេខ (៨៥៥) ១២ ៧៥៥ ៥៩០ / ១២ ៣៨០ ៤៩៣
- ✚ ទូរសារលេខ (៨៥៥) ៦៣ ៩៦៣ ៦០០ / ៦៣ ៩៦៥ ១២១
- ✚ E-mail : wetrep@camintel.com

: hovandy@mobitel.com.kh

: worldexpress.kh@gmail.com

២.១.៣ ឈ្មោះ និងស្លាកសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន



ក្រុមហ៊ុនមានឈ្មោះថា “ វីលដ៍ អិចប្រេស ” ដែលមានស្លាកសញ្ញាដូចដែលបានបង្ហាញខាងលើ ដែលមានរូបផែនដីមួយ និងមានអក្សរ World Express Tours & Travel នៅពីលើចំណូលមានអក្សរ W.E.T ហើយនៅខាងក្រោម គឺមានឆ្នាំដែលបានដំណើរការរបស់ក្រុមហ៊ុន។ នៅខាងស្តាំមានឈ្មោះក្រុមហ៊ុនជាភាសាខ្មែរថាក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស និងខាងក្រោមមានឈ្មោះជាភាសាអង់គ្លេសថា World Express Tours & Travel ខាងក្រោមបន្ទាប់ គឺជាឈ្មោះរបស់ក្រុមហ៊ុនជាភាសាចិន។ ពាក្យថា វីលដ៍ អិចប្រេស មានន័យថាគឺជាសេវាកម្មដែលផ្តល់ជូនទេសចរយ៉ាងលឿនជុំវិញពិភពលោក។

២.២ ទស្សនវិស័យ គោលបំណង និងបេសកកម្ម

ជាការពិគណនាអំពីការប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនកិច្ច ទស្សនវិស័យ និងគោលបំណងជាធាតុមួយដ៏សំខាន់ ដែលក្រុមហ៊ុនត្រូវអនុវត្ត និងធ្វើការកំណត់អោយបានច្បាស់លាស់នូវទស្សនវិស័យរបស់ខ្លួនពីព្រោះទស្សនវិស័យ គឺជាត្រីវិស័យមួយក្នុងការចង្អុលទិសដៅ ដើម្បីអោយក្រុមហ៊ុនប្រតិបត្តិការ និងអនុវត្តតាមគោលបំណងដែលបានគ្រោងទុក។ ទស្សនវិស័យរបស់ក្រុមហ៊ុនអាចជាលទ្ធផលមួយនៃការស្វែងយល់នូវសេចក្តីត្រូវការរបស់ អតិថិជន និងលទ្ធភាពផ្ទាល់ខ្លួនផង ហើយក៏ត្រូវរៀបចំបញ្ចូលផងដែរនូវលក្ខខណ្ឌក្នុងការធ្វើសកម្មភាពក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន និងនាពេលអនាគត។ ចំណែកទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស វិញមានទស្សនវិស័យគោលបំណងនិងបេសកកម្មរបស់ខ្លួនច្បាស់លាស់ដែរ ដោយក្រុមហ៊ុនបានដាក់ចេញនូវគោលបំណងនិងទស្សនវិស័យមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- ស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ : ប្រាក់ចំណេញជាគោលបំណងចម្បងមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ជួយពង្រីកសេវាកម្មទេសចរណ៍
- ចូលរួមចំណែកក្នុងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ
- ចូលរួមចំណែកក្នុងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច
- ជួយពង្រីក និងអភិវឌ្ឍនូវសម្បត្តិវប្បធម៌ ប្រពៃណី និងកេរ្តិ៍ដ៏ណែលរបស់ជាតិ ។

ជាក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានទស្សនវិស័យ គោលបំណង និងបេសកកម្មរបស់ខ្លួនយ៉ាងជាក់លាក់ ដោយមានឆន្ទៈពង្រីកនូវវិសាលភាពក្រុមហ៊ុនផ្តល់អាជីពដល់ប្រជាពលរដ្ឋពេញលេញ អោយប្រជាជនមានការងារធ្វើតាមរយៈវិស័យទេសចរណ៍នេះតែម្តង ។

២.៣ ផលិតផល និងសេវាកម្ម

ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានរៀបចំនូវសេវាកម្មជាច្រើនដូចជា៖

- o លក់សំបុត្រយន្តហោះទូទាំងពិភពលោក
- o ដំណើរកម្សាន្តជុំវិញពិភពលោក និងក្នុងស្រុក
- o កក់បន្ទប់សណ្ឋាគារក្នុង និងក្រៅប្រទេស
- o រៀបចំបំពេញបែបបទ សុំវីសាទៅក្រៅប្រទេស
- o ពន្យារពេលវីសាខ្មែរសម្រាប់ជនបរទេស
- o ទទួលស្នើសុំលិខិតឆ្លងដែនខ្មែរ
- o មានរថយន្តជួលគ្រប់ប្រភេទ

- o ទទួលរៀបចំជួលយន្តហោះ / អេឡិកត្រូនិច
- o ទទួលរៀបចំការប្រជុំតូច ធំ
- o ផ្តល់ព័ត៌មាន និងប្រឹក្សាអំពីទេសចរណ៍។

ចំពោះការរៀបចំដំណើរកម្សាន្ត ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស បានរៀបចំកញ្ចប់ដំណើរកម្សាន្ត ជាច្រើនប្រភេទដូចជា ៖

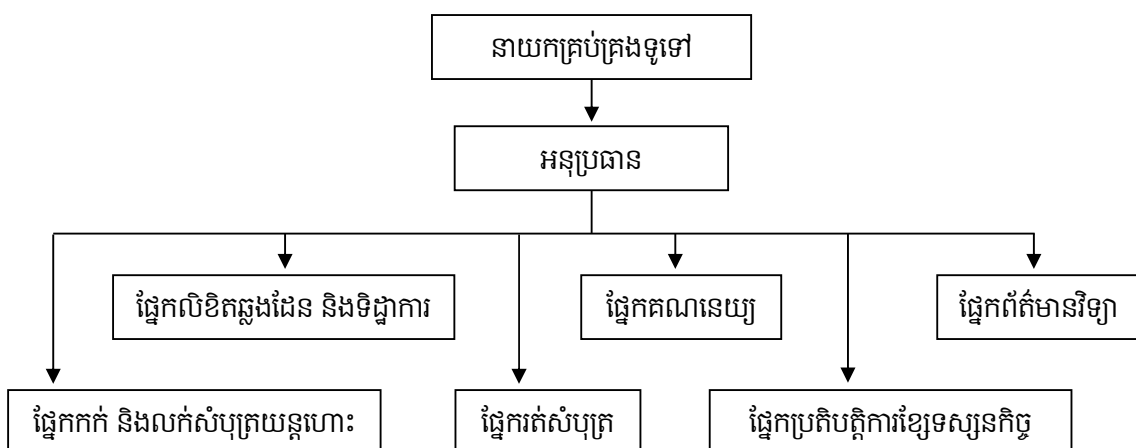
- ដំណើរកម្សាន្តជាលក្ខណៈគ្រួសារតូច និងធំ
- ដំណើរកម្សាន្តជាលក្ខណៈពាណិជ្ជកម្ម និងវិនិយោគ
- ដំណើរកម្សាន្តបែបកម្មសិក្សាថ្នាក់បឋម មធ្យម និងឧត្តមសិក្សា
- ដំណើរកម្សាន្តជាលក្ខណៈបែបត្រួតពិនិត្យសុខភាព
- ដំណើរកម្សាន្តបែបក្រេបទឹកឃ្មុំ
- ដំណើរកម្សាន្តក្រៅប្រទេសតាមកប៉ាល់ធំៗ
- ដំណើរកម្សាន្តជាលក្ខណៈបែបសហគមន៍ (ហូមស្ត)។ល។

២.៤ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងការងារ គុណតម្លៃ និងការទទួលខុសត្រូវ

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស បានរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធការងារបុគ្គលិក និងបែងចែកការងារ ដោយឡែកដូចខាងក្រោម៖

២.៤.១ រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍

រូបភាពទី២.១ រចនាសម្ព័ន្ធការងាររបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស



២.៤.២ តួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវការងាររបស់ក្រុមហ៊ុន

រាល់ផ្នែកនីមួយៗនៃចរាចរណ៍សម្ព័ន្ធការងារខាងលើមានមុខងារ និងភារកិច្ចទទួលខុសត្រូវរៀងៗខ្លួនទៅតាម កម្រិតលំដាប់ថ្នាក់នៃការគ្រប់គ្រង ។ តួនាទី និងភារកិច្ចត្រូវបានកំណត់ដូចតទៅ៖

២.៤.២.១ នាយកគ្រប់គ្រងទូទៅ

តួនាទី និងភារកិច្ចទទួលខុសត្រូវរបស់នាយកគ្រប់គ្រងទូទៅរួមមាន៖

- កំណត់នូវគោលនយោបាយរបស់ក្រុមហ៊ុនខ្លួនដើម្បីតម្រង់ទិសដៅដំណើរការអាជីវកម្ម
- រៀបចំបង្កើតនូវផែនការសម្រាប់អនុវត្តសកម្មភាពការងាររយៈពេលវែង មធ្យម និងខ្លី ដើម្បីអោយដំណើរ ការអាជីវកម្មមានទិសដៅច្បាស់លាស់
- ដឹកនាំបុគ្គលិកទាំងអស់អោយធ្វើការ
- បែងចែក កំណត់ពីមុខងារ និងភារកិច្ចរបស់បុគ្គលិកអោយប្រតិបត្តិការងារ
- បណ្តុះបណ្តាលពីបច្ចេកទេស ឬគោលការណ៍ថ្មីៗ
- ជំរុញលើកទឹកចិត្តអោយបុគ្គលិកខំប្រឹងធ្វើការយ៉ាងសកម្ម
- ត្រួតពិនិត្យសកម្មភាពការងារជាប្រចាំនូវអ្វីដែលបុគ្គលិកបានធ្វើព្រមទាំងសកម្មភាពការងារទូទៅ
- ធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយបណ្តាស្ថាប័នសមាគមន៍ និងអង្គការទេសចរណ៍ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងសកម្មភាព អាជីវកម្មរបស់ខ្លួនដូចជា៖ ក្រសួងទេសចរណ៍ សមាគមន៍ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (CATA PATA AITA) និងអង្គការទេសចរណ៍ជាច្រើនទៀតដើម្បីសម្រួលដល់ការងារ
- ធ្វើទំនាក់ទំនងចរចា និងចុះកិច្ចសន្យាជាមួយបណ្តាឧស្សាហកម្មនានាដើម្បីធ្វើជាដៃគូអាជីវកម្មដូចជា៖ ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន សេវាកម្មស្នាក់នៅ សេវាផ្គត់ផ្គង់អាហារ ហាងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ មគ្គុទ្ទេសក៍ ទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មផ្សេងៗទៀត
- គាត់ជាតំណាងអោយបុគ្គលិក និងក្រុមហ៊ុននៅពេលមានកិច្ចប្រជុំជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ ឬការប្រជុំ ផ្សេងៗទៀត
- ដោះស្រាយនូវបញ្ហាផ្សេងៗដែលកើតមានចំពោះការលក់ផលិតផលរវាងបុគ្គលិកនិងភ្ញៀវ ឬបុគ្គលិកនិង បុគ្គលិកព្រមទាំងបញ្ហាផ្សេងៗទៀត
- ជាអ្នកសម្រេចចិត្តចំពោះកិច្ចការសំខាន់ៗ និងបញ្ហាប្រចុយប្រចានដទៃទៀត
- រៀបចំ និងត្រួតពិនិត្យចំពោះប្រព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលទាក់ទងនឹងចំណូលចំណាយប្រចាំខែ ប្រចាំឆ្នាំ និងការផ្តល់ប្រាក់បៀវត្សជូនបុគ្គលិកប្រតិបត្តិ។

២.៤.២.២ អនុប្រធាន

តួនាទី និងភារកិច្ចទទួលខុសត្រូវសំខាន់ៗដែលអនុប្រធានត្រូវធ្វើ ៖

- ជាប្រធានស្តីទីនៅពេលណាប្រធានក្រុមហ៊ុនមិននៅ
- ត្រូវត្រួតពិនិត្យសកម្មភាពការងារទូទៅអោយមានដំណើរការល្អ
- ដឹកនាំបុគ្គលិកប្រតិបត្តិការការងារដោយផ្ទាល់ព្រមទាំងចូលរួមក្នុងកិច្ចការទាំងនោះផងដែរដូចជា៖ ការទទួលការកក់ ការទទួលភ្ញៀវ។ល។
- ចេញសំបុត្រយន្តហោះដែលភ្ញៀវបានទិញ
- ត្រួតពិនិត្យមើលអ៊ីម៉ែលជាប្រចាំ ដើម្បីមើលពីសារថ្មីៗដែលអតិថិជនចង់បាន ដើម្បីឆ្លើយតបតាមសំណើទាំងនោះ
- ត្រូវពិនិត្យមើលបញ្ជីចំណូលចំណាយជាប្រចាំថ្ងៃ ប្រចាំខែ និងប្រចាំឆ្នាំ
- ដោះស្រាយរាល់បញ្ហាទាំងឡាយដែលបានកើតមានឡើងក្នុងក្រុមហ៊ុន
- ធ្វើការសម្រេចចិត្តចំពោះកិច្ចការចាំបាច់មួយចំនួនដែលពាក់ព័ន្ធ
- ធ្វើរបាយការណ៍បូកសរុបការងារ ដើម្បីរាយការណ៍ជូនប្រធានក្រុមហ៊ុន ។

២.៤ ២.៣ ផ្នែកប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនកិច្ច

តួនាទី និងភារកិច្ចទទួលខុសត្រូវសំខាន់ៗដែលផ្នែករៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចត្រូវធ្វើរួមមាន ៖

- ស្វែងយល់អោយបានច្បាស់ពីបណ្តាសេវាកម្មផ្សេងៗដូចជា៖ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន សេវាកម្មស្នាក់នៅ អាហារ និងភេសជ្ជៈ និងសេវាកម្មទៀត ព្រមទាំងត្រូវដឹងពីកន្លែងទស្សនាកម្សាន្តផងដែរ
- ធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយបណ្តាសេវាកម្មទាំងនោះ និងចរចាពីកិច្ចព្រមព្រៀងផ្សេងៗ
- ជ្រើសរើសរាល់សេវាកម្មទាំងអស់ ដើម្បីយកមករៀបចំអោយបានជាខ្សែទស្សនកិច្ចមួយដែលល្អក្នុងតម្លៃសមរម្យ
- ពិភាក្សាជាមួយក្រុមហ៊ុនអំពីកម្មវិធីដែលនឹងត្រូវបង្កើតឡើង
- ជំរុញផលិតផលដែលបានបង្កើតឡើងនោះអោយភ្ញៀវបានដឹងតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗ
- ធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយភ្ញៀវដែលមកទិញកញ្ចប់សេវាកម្មធ្វើដំណើរ
- ដើរតួនាទីជា Tour Leader ពេលដែលដំណើរកម្សាន្តចាប់ផ្តើម
- ទំនាក់ទំនងជាមួយដៃគូផ្តល់ភ្ញៀវនៅបរទេស

- ◻ ជួយការងារលក់សំបុត្រយន្តហោះ សំបុត្រកាណូត ឡាន ជួលបន្ទប់សណ្ឋាគារ និងសំបុត្រទស្សនាផ្សេងៗ ទៀតតាមតែសេចក្តីត្រូវការរបស់ភ្ញៀវ។

២.៤.២.៤ ផ្នែកកក់សំបុត្រយន្តហោះ

ផ្នែកលក់ និងកក់សំបុត្រមានតួនាទី និងភារកិច្ចទទួលខុសត្រូវដូចតទៅ៖

- ទទួលខុសត្រូវចំពោះការកក់សំបុត្រអោយភ្ញៀវតាមតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវដែលចង់បាន
- ទទួលទូរស័ព្ទ អ៊ីម៉ែល ដែលភ្ញៀវបានស្នើដើម្បីកក់សំបុត្រធ្វើដំណើរ
- ជ្រើសរើសជើងហោះហើរដែលល្អ ដើម្បីផ្តល់តាមការស្នើសុំរបស់ភ្ញៀវ
- ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ABACUS ដើម្បីត្រួតពិនិត្យការលក់ និងបញ្ចូលការកក់សម្រាប់ភ្ញៀវ
- គណនាតម្លៃការហោះហើរជូនភ្ញៀវអោយបានត្រឹមត្រូវ
- ត្រូវពិនិត្យជាប្រចាំបញ្ជីឈ្មោះអ្នកលក់ ហើយនឹងបញ្ជីដែលមិនទាន់ចេញសំបុត្រក្រែងដល់ពេលកំណត់ ដែលក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ត្រូវលុបចោល
- បញ្ជាក់ភ្ញៀវនូវសំបុត្រដែលបានកក់ហើយអំពីការចេញសំបុត្រធ្វើដំណើរ
- ឆ្លើយតបទៅនឹងភ្ញៀវវិញនូវអ្វីដែលភ្ញៀវចង់បានតាមរយៈទូរស័ព្ទ អ៊ីម៉ែល ឬទូរសារ
- បញ្ជូនសំបុត្រដែលបានឃើញអោយដល់អតិថិជននៅតាមផ្ទះ តាមក្រុមហ៊ុន ឬតាមអង្គការនានា
- ធ្វើរបាយការណ៍បូកសរុបការងារ ដើម្បីរាយការណ៍ជូនប្រធានក្រុមហ៊ុន។

២.៤.២.៥ គណនេយ្យ

តួនាទី និងភារកិច្ចទទួលខុសត្រូវសំខាន់ៗក្នុងផ្នែកគណនេយ្យមាន៖

- ✧ ចេញវិក័យប័ត្រ ឬបង្កាន់ដៃនៅពេលដែលភ្ញៀវបានទិញសេវាកម្មណាមួយ
- ✧ រៀបចំបញ្ជីចំណូលចំណាយជាប្រចាំថ្ងៃ
- ✧ ទទួលប្រាក់ដែលភ្ញៀវបានបង់ចំពោះតម្លៃសេវាកម្មដែលបានចេញវិក័យប័ត្រហើយ
- ✧ ជូនដំណឹងសំខាន់ៗដល់ប្រធាន និងអនុប្រធានអោយបានជ្រាប
- ✧ ជួយបញ្ជូនឯកសារដែលផ្នែកផ្សេងៗត្រូវការផ្តល់ដំណឹងទៅបណ្តាក្រុមហ៊ុន ឬអង្គការនានា។

២.៤.២.៦ ផ្នែកទិដ្ឋភាព និងលិខិតឆ្លងដែន

តួនាទី និងភារកិច្ចដែលទទួលខុសត្រូវសំខាន់ៗនៃផ្នែកនេះរួមមាន៖

- ការទទួលធ្វើលិខិតឆ្លងដែនជូនភ្ញៀវ

- ទទួលយកលិខិតឆ្លងដែនពីភ្ញៀវក្នុងការធ្វើទិដ្ឋាការ ឬពន្យារទិដ្ឋាការនៅគ្រប់ស្ថានទូត ពេលដែលមានតម្រូវការពីភ្ញៀវ
- នាំយកលិខិតឆ្លងដែនដែលបានទទួលពីភ្ញៀវទៅបណ្តាស្ថានទូតតាមតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវ
- ទំនាក់ទំនងនៅខាងក្រៅក្រុមហ៊ុនដូចជា៖ នៅតាមក្រុមហ៊ុន អង្គការ និងស្ថាប័នរដ្ឋ ឬឯកជនជាដើម។

២.៤.២.៧ ផ្នែករត់សំបុត្រ

តួនាទី និងភារកិច្ចសំខាន់ៗដែលត្រូវទទួលខុសត្រូវនោះគឺ៖

- ✦ ត្រូវយកសំបុត្រដែលភ្ញៀវបានកក់ទៅជូនភ្ញៀវដល់កន្លែងស្នាក់នៅបើមានការស្នើសុំពីភ្ញៀវ
- ✦ ទទួលយកលិខិតឆ្លងដែនទៅធ្វើ ឬទៅយកពីការិយាល័យលិខិតឆ្លងដែននៅពេលដែលបានធ្វើរួចរាល់
- ✦ ពេលទំនេរអាចយកទិដ្ឋាការទៅដាក់នៅស្ថានទូត
- ✦ រត់ការសំបុត្រទៅអោយភ្ញៀវនូវពេលមានសំបុត្រពីក្រៅប្រទេស
- ✦ យកទំនិញទៅជូនភ្ញៀវនូវពេលដែលភ្ញៀវបានទិញ។

២.៤.២.៨ ផ្នែកព័ត៌មានវិទ្យា

តួនាទី និងភារកិច្ចសំខាន់ៗដែលត្រូវទទួលខុសត្រូវនោះគឺ៖

- * Updateនូវកម្មវិធីថ្មីៗអោយក្រុមហ៊ុន
- * រៀបចំ និងបង្ហាញនូវផលិតផលថ្មីៗរបស់ក្រុមហ៊ុនអោយអតិថិជនបានឃើញ
- * គ្រប់គ្រងនូវវេបសាយរបស់ក្រុមហ៊ុន
- * មើលថែកុំព្យូទ័រ និងជួសជុលប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិចនៅពេលមានបញ្ហា ឬខូច
- * គ្រប់គ្រងនូវកម្មវិធីរបស់ក្រុមហ៊ុន និងស្តុកទុកកម្មវិធីសំខាន់ៗរបស់ក្រុមហ៊ុននៅក្នុងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត។

២.៥ ស្ថានភាពទូទៅនៃខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វើលដ៍ អិចប្រេស

២.៥.១ ប្រភេទខ្សែទស្សនកិច្ច

ដូចដែលយើងបានដឹងហើយថា ខ្សែទស្សនកិច្ច គឺជាកម្មវិធីសកម្មនៃទេសចរណ៍ ឬជាកម្មវិធីអសកម្មនៃទេសចរណ៍។ រីឯក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វើលដ៍ អិចប្រេស មានប្រភេទខ្សែទស្សនកិច្ច៣ប្រភេទធំៗ៖

+ ខ្សែទស្សនកិច្ចក្នុងស្រុក (Domestic Tour) : សម្រាប់ដំណើរកម្សាន្តក្នុងស្រុកក្រុមហ៊ុនបានកំណត់យ៉ាងសំខាន់ ចំពោះតែប្រជាជនដែលរស់នៅរាជធានីភ្នំពេញដោយធ្វើដំណើរទៅកាន់ខេត្តមួយចំនួនដែលមានតំបន់ទាក់ទាញទេសចរណ៍ខ្លាំងតែប៉ុណ្ណោះ ។

+ ខ្សែទស្សនកិច្ចក្រៅប្រទេស (Outbound Tour) : សម្រាប់ដំណើរកម្សាន្តក្រៅប្រទេសក្រុមហ៊ុនបាននាំភ្ញៀវទៅកាន់ប្រទេសគោលដៅសំខាន់ៗមួយចំនួនដូចជា៖ ប្រទេសថៃ វៀតណាម សិង្ហបុរី ម៉ាឡេស៊ី ហុងកុង ជប៉ុន និងបណ្តាប្រទេសផ្សេងទៀត ។

+ ខ្សែទស្សនកិច្ចទេសចរណ៍ (Inbound Tour) : សម្រាប់នាំភ្ញៀវពីបរទេសអោយមកទស្សនានៅប្រទេសកម្ពុជាដោយបានកំណត់គោលដៅរបស់ខ្លួនដូចជានាំភ្ញៀវដែលផ្តល់ដោយក្រុមហ៊ុនដែក្ខ និងភ្ញៀវដែលធ្វើដំណើរពីបណ្តាប្រទេសមួយចំនួនក្នុងទ្វីបអឺរ៉ុប និងអាមេរិកផងដែរ ។

២.៥.២ អ្នកប្រើប្រាស់ខ្សែទស្សនកិច្ច

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានអ្នកប្រើប្រាស់ខ្សែទស្សនកិច្ចពីរករណីគឺអ្នកប្រើប្រាស់ដោយផ្ទាល់ និងអ្នកប្រើប្រាស់ដោយប្រយោល៖

- អ្នកប្រើប្រាស់ខ្សែទស្សនកិច្ចដោយផ្ទាល់ : គឺតាមរយៈភ្ញៀវស្គាល់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មកទំនាក់ទំនងនៅនឹងកន្លែង និងតាមរយៈសៀវភៅផ្សព្វផ្សាយ កាសែត សៀវភៅផ្គត់ និងBusiness Card Exchangeជាដើម ។

- អ្នកប្រើប្រាស់ខ្សែទស្សនកិច្ចដោយប្រយោល : គឺតាមរយៈទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ផ្សេងៗ ដែលយើងមានទំនាក់ទំនងជាមួយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍នោះ ដែលបានបញ្ជូនភ្ញៀវមកតាមរយៈវេបសាយ និងតាមរយៈភ្ញៀវធ្លាប់ប្រើប្រាស់នូវសេវាកម្ម និងផ្សព្វផ្សាយបន្តទៅកាន់ភ្ញៀវដទៃ ។

២.៥.៣ និន្នាការនៃការអភិវឌ្ឍខ្សែទស្សនកិច្ច

ជាធម្មតាសង្គមមនុស្សសព្វថ្ងៃតែងតែមានការអភិវឌ្ឍទៅលើវិស័យទេសចរណ៍ក្នុងផ្នែកខ្សែទស្សនកិច្ចឥតឈប់ឈរដោយគ្រាន់តែការអភិវឌ្ឍនោះមានរយៈពេលខ្លាំង ឬខ្សោយ។ ក៏ប៉ុន្តែទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេសក៏មានការអភិវឌ្ឍខ្លាំងគួរសមដែរ ទៅលើវិស័យទេសចរណ៍ខាងខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។ ដោយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស បានត្រៀមលក្ខណៈផ្គត់ផ្គង់លើសេវាកម្មខ្សែទស្សនកិច្ចអោយបានល្អដល់ភ្ញៀវដូចជាផ្នែកខាងក្រោម៖

- ផ្នែកសណ្ឋាគារ : យើងត្រូវរៀបចំសណ្ឋាគារទៅជាកម្រិតស្តង់ដាររបស់ភ្ញៀវ និងជាពិសេសតាមតម្រូវការដែលភ្ញៀវចង់បាន ។
- ភោជនីយដ្ឋាន : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍សិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីតម្រូវការភ្ញៀវ អំពីជាតិសាសន៍ ដើម្បីអោយយើងងាយស្រួលរៀបចំកុំអោយមានការខុសឆ្គង ។

- ការដឹកជញ្ជូន : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ប្រើប្រាស់រថយន្តដែលមានលក្ខណៈស្អាត ជាសុខភាពល្អ មានម៉ាស៊ីនត្រជាក់ស្រួល និងមានការត្រួតពិនិត្យរថយន្តនៅមុនពេលរៀបចំចេញដំណើរអាទិភ័យ ជាពិសេសទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មានបង់ធានារ៉ាប់រងទៅលើរថយន្ត និងអ្នកដំណើរទៀតផង។
- ទូរគមនាគមន៍ : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានបម្រើប្រព័ន្ធទូរស័ព្ទលើតុ ទូរសារ ទូរស័ព្ទដៃ អ៊ីម៉ែល និងប្រព័ន្ធវេបសាយជាដើមដើម្បីងាយស្រួលទំនាក់ទំនងគ្នា។
- ការសិក្សាតំបន់ទេសចរណ៍ : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍តែងតែមានការសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើតំបន់រមណីយដ្ឋានថាមានសន្តិសុខ សុវត្ថិភាព ស្ថេរភាពនៅក្នុងតំបន់ដែលរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចនោះដែរឬទេ ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ទៅតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន
- តម្រូវការនៃធនធានមនុស្ស : ដោយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍បានរៀបចំបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិក ឬមគ្គុទ្ទេសក៍អោយបានស្គាល់តំបន់ទេសចរណ៍នោះអោយបានកាន់តែច្បាស់ ។

២.៦ ការរៀបចំបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ច

២.៦.១ បច្ចេកទេសបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍វីលដ៍ អិចប្រេស

២.៦.១.១ ការកំណត់បរិយាកាសនៃខ្សែទស្សនកិច្ច

តាមរយៈការទាមទារ ឬការស្នើទិញរបស់អតិថិជន (ទេសចរ) អាចបង្កើត និងរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច (Package Tour) ពិសេសៗសម្រាប់ពួកគេ។ ឯគុណភាពនិងកម្រិតសេវាកម្មអាចមានលក្ខណៈប្លែកពីគ្នាទៅតាមការចង់បាន និងតម្រូវការរបស់ទេសចរ។ ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានតួនាទីរៀបចំទៅតាមតម្រូវការរបស់ទេសចរដោយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍រៀបចំបែបលក្ខណៈគ្រួសារ អង្គការ ស្ថាប័នផ្សេងៗ និងជាក្រុម ដែលត្រូវចង់អោយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស រៀបចំ ហើយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានលក់ខ្សែទស្សនកិច្ចក្នុង និងក្រៅប្រទេសដូចជា៖ ប្រទេសអាមេរិក កាណាដា អង់គ្លេស ម៉ុងហ្គោលី រុស្ស៊ី អូស្ត្រាលី អ៊ីរ៉ង់ ជប៉ុន កូរ៉េ ចិន ឡាវ ម៉ាឡេស៊ី សិង្ហបុរី ថៃ វៀតណាមជាដើម។ រីឯក្នុងប្រទេសមានដូចជា៖ ខេត្តមណ្ឌលគិរី រតនគិរី សៀមរាប បាត់ដំបង ព្រះសីហនុ កំពត កោះកុង ។ល។

២.៦.១.២ ការកំណត់ប្រភេទសេវាកម្មដែលត្រូវបម្រើ

នៅក្នុងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ដែលបានកំណត់ប្រភេទសេវាកម្មត្រូវប្រើក្នុងការរៀបចំនិងបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ចគឺក្រុមហ៊ុនធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីអ្វីដែលទាក់ទងគ្នាទៅនឹងប្រភេទសេវាកម្មដែលទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ត្រូវបម្រើនោះគឺ ៖

- សណ្ឋាគារ (Hotel) : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានរៀបចំការកក់បន្ទប់សណ្ឋាគារពីថ្នាក់ ផ្កាយ១រហូតដល់ថ្នាក់ផ្កាយ៥ទៅតាមតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរ និងជាពិសេសសម្រាប់រៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច។
- ភោជនីយដ្ឋាន (Restaurant) : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានរៀបចំការកក់ភោជនីយដ្ឋាន សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរតាមតម្រូវការដូចជា៖ បែបធម្មតា បែបសមរម្យ និងបែបទំនើបជាដើម។
- ការដឹកជញ្ជូន (Transport) : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានរៀបចំរថយន្តសម្រាប់ទេសចរ ជួលពី៤កៅអីរហូតដល់៤៥កៅអី និងភ្ញៀវទេសចរដែលបានទិញកញ្ចប់ធូររបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេសជាដើម។

២.៦.១.៣ ការរៀបចំកម្មវិធីទស្សនកិច្ច (Itinerary)

ការរៀបចំ Itinerary គឺជាការមួយដែលត្រូវធ្វើដើម្បីអោយមគ្គុទ្ទេសក៍ និងអ្នកនាំភ្ញៀវមានភាពស្រួលក្នុង ការជូនទេសចរដើរកម្សាន្ត។ Itinerary មានបញ្ជាក់ពីកម្មវិធីប្រចាំថ្ងៃ ប្រចាំម៉ោង និងទីកន្លែងដែលត្រូវធ្វើដំណើរ កម្សាន្ត។ ឯទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានរៀបចំកម្មវិធីខ្សែទស្សនកិច្ចជាច្រើនដូចជា៖ ខេត្ត មណ្ឌលគីរី រតនគិរី សៀមរាប កោះកុង ក្រុងព្រះសីហនុ ព្រះវិហារ និងខេត្តកំពតជាដើម។ ដូចនេះសូមលើកជា ឧទាហរណ៍បញ្ជាក់ដូចខាងក្រោម៖

ដំណើរកម្សាន្តទៅកាន់ភាគឦសាន៣ថ្ងៃ២យប់ (រតនគិរី-មណ្ឌលគីរី)



ថ្ងៃទី ១: ភ្នំពេញ - ក្រចេះ - រតនគិរី (៥០៤ គីឡូម៉ែត្រ) - ទីក្រុងបានលុង - បឹងកន្សែង អាហារពេល
05:30 ជួបជុំគ្នានៅការិយាល័យក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ឬកន្លែងដែលបានកំណត់ណាមួយដើម្បី ធ្វើដំណើរទៅកាន់ខេត្តរតនគិរី
08:00 ស្រស់ស្រួបអាហារពេលព្រឹកនៅភោជនីយដ្ឋានព្រះវិហារ (មុខកំពូល) និងបន្តដំណើរទៅកាន់ខេត្តរតនគិរី
12:00 ទទួលទានអាហារថ្ងៃត្រង់នៅភោជនីយដ្ឋានក្នុងតំបន់កាំពី (ក្រចេះ)
17:30 ទៅដល់ខេត្តរតនគិរី បំពេញបែបបទស្នាក់នៅសណ្ឋាគារក្នុងក្រុងបានលុង។ ទស្សនាលំហែនៅបឹងកន្សែង មុនទទួលទានអាហារពេលល្ងាច
18:00 ពិសារអាហារពេលល្ងាចនៅភោជនីយដ្ឋានប៉ារ៉ាឌីស

20:00 សម្រាកនៅក្នុងសណ្ឋាគារ។

ថ្ងៃទី២ : រតនគីរី - មណ្ឌលគីរី (១៨៨ គីឡូម៉ែត្រ) - បឹងយក្សឡោម - ភ្នំដោះក្រមុំ - សមុទ្រឈើ អាហារពេល

07:00 ស្រស់ស្រូបអាហារពេលព្រឹកនៅសណ្ឋាគារ និងបំពេញបែបបទចាកចេញពីសណ្ឋាគារ ដើម្បីទៅកម្សាន្តនៅទីកន្លែងកាចាញ ដែលមានចំការកៅស៊ូតាមដងផ្លូវ រួចបន្តដំណើរទៅទស្សនាកន្លែងនិងសកម្មភាពជីកត្បូង (ប្រសិនបើមានសកម្មភាពជីកត្បូង) បន្តទស្សនាបឹងយក្សឡោម ដែលជាបឹងធម្មជាតិកើតឡើងពីបន្ទុះភ្នំភ្លើង

12:00 ទទួលទានអាហារថ្ងៃត្រង់ភោជនីយដ្ឋានក្នុងតំបន់យក្សឡោម

14:00 ធ្វើដំណើរទៅកាន់ខេត្តមណ្ឌលគីរី

17:00 ទៅដល់ខេត្តមណ្ឌលគីរី ទស្សនាភ្នំដោះក្រមុំ និងសមុទ្រឈើ ដ៏ធំល្វឹងល្វើយខៀវស្រងាត់។ បំពេញបែបបទស្នាក់នៅសណ្ឋាគារក្នុងក្រុងសែនមនោរម្យ

18:30 ពិសារអាហារពេលល្ងាចនៅភោជនីយដ្ឋានអូរមីស

20:00 សម្រាកនៅសណ្ឋាគារក្នុងក្រុងសែនមនោរម្យ។

ថ្ងៃទី៣ : មណ្ឌលគីរី - ភ្នំពេញ (៣៦៥ គីឡូម៉ែត្រ) - សមុទ្រឈើភ្នំបាយនៅ - ចំការដំណាំផ្សេងៗ អាហារពេល

07:00 ស្រស់ស្រូបអាហារពេលព្រឹកនៅសណ្ឋាគារធ្វើដំណើរទៅសួរនាទីក្រដោះប៊ូស្រា ដែលជាតំបន់ទឹកធ្លាក់ដ៏ស្រស់ស្អាត។ បន្តទស្សនាសមុទ្រឈើភ្នំបាយនៅ និងចំការកាហ្វេ

11:30 ទទួលទានអាហារថ្ងៃត្រង់ភោជនីយដ្ឋានចំការកាហ្វេ និងបន្តទស្សនាអណ្តូងស្នេហ៍ (ប្រសិនបើមានពេលវេលាគ្រប់គ្រាន់)

13:30 បន្តដំណើរត្រឡប់មកភ្នំពេញវិញ

21:00 មកដល់ភ្នំពេញដោយសុវត្ថិភាព និងពេញដោយការចងចាំមិនអាចបំភ្លេចបាន។

*****ចប់ដំណើរកម្សាន្តប្រកបដោយក្តីរីករាយ*****

០០០០០០០០០០០០

តម្លៃគិតជាប្រាក់ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយនាក់		
សណ្ឋាគារ	តម្លៃមនុស្សធំ	តម្លៃកូនក្មេងចាប់ពី២ឆ្នាំ ដល់១១ឆ្នាំ
3**	185 ដុល្លារ	139ដុល្លារ
តម្លៃរួមបញ្ចូល		តម្លៃមិនរួមបញ្ចូល
- សេវាកម្មស្នាក់នៅសណ្ឋាគារបន្ទប់១សម្រាប់មនុស្ស២នាក់ - សេវាជីកជញ្ជូនរថយន្តមួយចប់ដំណើរកម្សាន្ត		- ការញ៉ាំអាហារបន្ថែមក្រៅកម្មវិធីកំណត់ - ការស្នើសុំកម្មវិធីក្រៅអ្វីដែលបានបង្ហាញ

- រថយន្តមានធានារ៉ាប់រង - សំបុត្រចូលទស្សនាតាមកម្មវិធី - អ្នកសម្របសម្រួលជំនាញរាយការណ៍ទាក់ទងក្រុមហ៊ុន - មគ្គុទ្ទេសក៍ក្នុងតំបន់ - អាហារព្រឹក៣ពេល អាហារថ្ងៃត្រង់៣ពេល អាហារល្ងាច២ពេល - ទឹកមួយថ្ងៃ២ដប កូកាកូឡាមួយថ្ងៃ១កំប៉ុង	- ថ្លៃសណ្ឋានចិត្តទៅលើអ្នកបើកបរ និងមគ្គុទ្ទេសក៍ក្នុងតំបន់ - គេងបន្ទប់មួយម្នាក់ឯង (ត្រូវបង់បន្ថែម ៤០ដុល្លារ)
កំណត់សម្គាល់	
- តម្លៃដែលផ្តល់ជូនខាងលើ គឺចាប់ពីចំនួនមនុស្ស១៥នាក់ឡើងទៅ - ក្រុមហ៊ុនយើងខ្ញុំសូមរក្សាសិទ្ធិក្នុងការផ្លាស់ប្តូរកម្មវិធី និងតម្លៃក្នុងករណីចាំបាច់	
សូមទំនាក់ទំនងផ្នែកលក់ 011 861 133 / 095 846 840 / 069 846 840	tour4@worldexpresstour.com info@worldexpresstour.com

ដំណើរកម្សាន្តទៅកាន់ដែនសមុទ្រកម្ពុជាជាថ្ងៃ២យប់ (ខេត្តកំពត-ក្រុងកែប)



- ថ្ងៃទី ១: ភ្នំពេញ - កំពត - ឧទ្យានជងព្រែក - ត្រពាំងសង្កែ (១៥៥ គីឡូម៉ែត្រ) អាហារពេល**
- 06:00 ជួបជុំគ្នានៅការិយាល័យក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ឬកន្លែងដែលបានកំណត់ណាមួយដើម្បីធ្វើដំណើរទៅកាន់ខេត្តកំពត
- 08:00 ស្រស់ស្រូបអាហារពេលព្រឹកនៅភោជនីយដ្ឋានក្នុងតំបន់ និងបន្តដំណើរទៅកាន់ខេត្តកំពត
- 10:30 រីករាយកម្សាន្តនៅមណីយដ្ឋានឧទ្យានជងព្រែក (ការជិះទូក ខ្សែរ៉ឺម៉ក និងការកម្សាន្តផ្សេងៗ ចំណាយផ្ទាល់ខ្លួន)
- 12:00 ទទួលទានអាហារថ្ងៃត្រង់នៅមណីយដ្ឋានឧទ្យានជងព្រែក
- 14:00 ធ្វើដំណើរទៅទស្សនាសហគមន៍នេសាទត្រពាំងសង្កែ ជាទីប្រជុំទៅដោយដើមកោងកាង (ការជិះទូក និងដាំដើមកោងកាង ចំណាយផ្ទាល់ខ្លួន)
- 17:00 ពិសារអាហារពេលល្ងាចនៅភោជនីយដ្ឋានក្នុងតំបន់

20:00 បំពេញបែបបទស្នាក់នៅសណ្ឋាគារក្នុងក្រុងកំពត។

ថ្ងៃទី២ : ឧទ្យានជាតិមុនីវង្សបូកគោ (៤០ គីឡូម៉ែត្រ)

អាហារ៣ពេល

០:៧០០ ស្រស់ស្រូបអាហារពេលព្រឹកនៅសណ្ឋាគារ

០៨:០០ ធ្វើដំណើរទៅទស្សនាឧទ្យានជាតិមុនីវង្សបូកគោ និងរីករាយទស្សនាកម្សាន្ត តំបន់ទាក់ទាញជាច្រើន
ដូចជា៖ រូបសំណាក់លោកយាយម៉ៅ សណ្ឋាគារបូកគោ (កាស៊ីណូចាស់) វត្តសំពៅប្រាំជាដើម

12:០០ ទទួលបានអាហារថ្ងៃត្រង់នៅភោជនីយដ្ឋានទឹកធ្លាក់ពពកវិល និងសម្រាកលំហែនៅទីនោះ

14:០០ បន្តទស្សនាបឹងលើភ្នំ ដែលជាបឹងធម្មជាតិ និងមានត្រីជាច្រើន វាលស្រែប្រាំរយ ក្លោងទ្វារឋានសួគ៌ និង
កន្លែងផ្សេងទៀត

16:០០ ធ្វើដំណើរទៅក្រុងកំពតវិញ

17:30 រីករាយក្នុងការជិះទូកកម្សាន្តតាមដងព្រែកកំពតនាពេលព្រលប់ គយគន់ទេសភាពតាមដងព្រែក ស្រូបយក
ខ្យល់អាកាសធម្មជាតិជាមួយតន្ត្រី ។ ជាពិសេសជាងនេះលោកអ្នកអាចនឹងមានឱកាសឃើញពន្លឺ
អំពិលអំពេកនាពេលរាត្រីផងដែរ

19:០០ ពិសារអាហារពេលល្ងាចនៅភោជនីយដ្ឋានក្នុងតំបន់

20:០០ សម្រាកនៅក្នុងសណ្ឋាគារក្រុងកំពត។

ថ្ងៃទី៣ : កំពត-កសិដ្ឋាន La Plantation- ក្រុងកែប- ភ្នំកំពង់ត្រាច-ភ្នំពេញ (១៨៣ គីឡូម៉ែត្រ)

អាហារ២ពេល

០៧:០០ ស្រស់ស្រូបអាហារពេលព្រឹកនៅសណ្ឋាគារ

០៨:០០ ធ្វើដំណើរទៅទស្សនាកសិដ្ឋាន La Plantation ដែលមានចំការ និងផលិតផលផ្សេងៗដែលទទួលបាន
ពីកសិដ្ឋាន។ លោកអ្នកក៏អាចស្វែងយល់ពីដំណើរការដាំដុះ និងការផលិតម្រេចនៅទីនោះផងដែរ

11:០០ បន្តដំណើរទៅក្រុងកែប

12:០០ ទទួលបានអាហារថ្ងៃត្រង់នៅភោជនីយដ្ឋានក្នុងតំបន់ក្រុងកែប

13:០០ ធ្វើដំណើរត្រឡប់មកកាន់ភ្នំពេញវិញ និងឈានចូលទស្សនារមណីយដ្ឋានភ្នំកំពង់ត្រាច ដែលជាទីសក្ការៈ
រួមជាមួយរូងភ្នំជាទីទាក់ទាញ

15:០០ បន្តដំណើរត្រឡប់មកកាន់ក្រុងភ្នំពេញ

19:០០ មកដល់ភ្នំពេញដោយសុវត្ថិភាព ជាមួយការចងចាំដែលមិនអាចបំភ្លេចបាន។

*****ចប់ដំណើរកម្សាន្តប្រកបដោយក្ដីរីករាយ*****



តម្លៃគិតជាប្រាក់ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយនាក់		
សណ្ឋាគារ	តម្លៃមនុស្សធំ	តម្លៃកូនក្មេងចាប់ពី២ឆ្នាំ ដល់១១ឆ្នាំ
3***	175 ដុល្លារ	132ដុល្លារ

តម្លៃរួមបញ្ចូល	តម្លៃមិនរួមបញ្ចូល
- សេវាកម្មស្នាក់នៅសណ្ឋាគារបន្ទប់១សម្រាប់មនុស្ស២នាក់ - សេវាជឹកជញ្ជូនរថយន្តមួយចប់ដំណើរកម្សាន្ត - រថយន្តមានធានារ៉ាប់រង - សំបុត្រចូលទស្សនាតាមកម្មវិធី - អ្នកសម្របសម្រួលដ៏ស្រាវជ្រាវទាក់ទងពីក្រុមហ៊ុន - អាហារព្រឹក៣ពេល អាហារថ្ងៃត្រង់៣ពេល អាហារល្ងាច២ពេល - ទឹកមួយថ្ងៃ២ដប	- ការញ៉ាំងអាហារបន្ថែមក្រៅកម្មវិធីកំណត់ - ការស្នើសុំកម្មវិធីក្រៅអ្វីដែលបានបង្ហាញ - ថ្លៃសណ្ឋានចិត្តទៅលើអ្នកបើកបរ និងមគ្គុទ្ទេសក៍ក្នុងតំបន់ - គេងបន្ទប់មួយម្នាក់ឯង (ត្រូវបង់បន្ថែម ៤០ ដុល្លារ)
កំណត់សម្គាល់	
- តម្លៃដែលផ្តល់ជូនខាងលើ គឺចាប់ពីចំនួនមនុស្ស១៥នាក់ឡើងទៅ - ក្រុមហ៊ុនយើងខ្ញុំសូមរក្សាសិទ្ធិក្នុងការផ្លាស់ប្តូរកម្មវិធី និងតម្លៃក្នុងករណីចាំបាច់	
សូមទំនាក់ទំនងផ្នែកលក់ 011 861 133 / 095 846 840 / 069 846 840	tour4@worldexpresstour.com info@worldexpresstour.com

២.៦.១.៤ វិធានការកំណត់ថ្លៃខ្សែទស្សនកិច្ច

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានវិធានការកំណត់ថ្លៃខ្សែទស្សនកិច្ច គឺតម្លៃនៃខ្សែទស្សនកិច្ច (កញ្ចប់សេវាកម្ម) ត្រូវបានរាប់បញ្ចូលនូវផ្នែកចំណាយផ្សេងៗ៖

- តម្លៃមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ (ការជឹកជញ្ជូន - ផ្ទេរ - Transfer)
- តម្លៃលើម្ហូបអាហារ (មួយពេល ពីរពេល ឬបីពេល)
- តម្លៃលើសេវាកម្មស្នាក់នៅ
- តម្លៃទិដ្ឋាការ និងតម្លៃការធានារ៉ាប់រង

សរុបសេចក្តីតម្លៃលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច (កញ្ចប់សេវាកម្ម) មានលើសពីតម្លៃដើមមានន័យថា (តម្លៃផលិត + តម្លៃពន្ធ + តម្លៃប្រាក់ចំណេញ)។

២.៦.២ ជំនាញការងារនៃការបង្កើតខ្សែទស្សនកិច្ច

❖ ការរៀបចំថ្លៃដំបូងមុនពេលប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនកិច្ច

ដើម្បីរៀបចំ និងចាត់ចែងខ្សែទស្សនកិច្ចអោយមានប្រសិទ្ធភាព និងធានាបានគុណភាពអ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវ មានការយល់ដឹងទៅលើបច្ចេកទេសមួយចំនួន ៖

- ការត្រៀមលក្ខណៈបម្រើខ្សែទស្សនកិច្ចជាមុន
- រៀបចំគ្រឿងបរិក្ខារ តម្រូវការប្រើប្រាស់ និងសំលៀកបំពាក់អោយបានសមរម្យ
- ចូលទៅការិយាល័យរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដើម្បីទទួលសំបុត្រស្នាមនិងការណែនាំចុងក្រោយ ក្រោយ ពីបានរៀបចំខ្លួនជាស្រេច។ ការងារមួយចំនួនដែលចាំបាច់ដូចជា៖
 - ការទទួល និងត្រូវជួបមនុស្សថ្មីដែលជាអតិថិជន
 - អ្នកដឹកនាំត្រូវចាំអោយច្បាស់ថាសម្រាប់អតិថិជនជាបទពិសោធន៍ថ្មី
 - ប្រុងប្រយ័ត្នខ្ពស់ព្រោះចំណាប់អារម្មណ៍ដំបូងរបស់អតិថិជនមានតែម្តង
 - ធ្វើអោយប្រសើរឡើងនូវសមត្ថភាព ឥរិយាបថ អត្តចរិត លក្ខណៈរូបរាងខាងក្រៅ
 - អាកប្បកិរិយាត្រូវរៀបចំអោយល្អ ព្រោះវាអាចមានឥទ្ធិពលមិនល្អទៅលើខ្សែទស្សនកិច្ច

❖ កិច្ចការនៅថ្ងៃបន្ទាប់

កិច្ចការនៅថ្ងៃបន្ទាប់ជាកិច្ចការដែលមានការទាក់ទង និងការជូនដំណើរភ្ញៀវ (ក្នុងករណីធ្វើសកម្មភាពទេស- ចរណ៍ក្រៅប្រទេស) និងជាកិច្ចការដែលធ្វើឡើងដើម្បីទទួល ឬធ្វើបដិសណ្ឋារកិច្ចភ្ញៀវ (ក្នុងករណីភ្ញៀវបរទេស)។ ជំហាននៃការធ្វើការងារនេះមាន៖

- ត្រូវទៅដល់កន្លែងចេញដំណើរ ឬមកដល់ (អាកាសយានដ្ឋាន ស្ថានីយរថភ្លើង និងរថយន្តក្រុង ឬកន្លែង ទទួលភ្ញៀវក្នុងសណ្ឋាគារយ៉ាងហោចណាស់១ម៉ោងមុនពេលចេញដំណើរ ឬមុនពេលភ្ញៀវមកដល់) ។
- ត្រូវដឹងពីទីតាំងនៃបន្ទប់សម្រាក ហាងលក់ទំនិញមិនគិតពន្ធក្នុងតំបន់បម្រុងធ្វើខ្សែទស្សនកិច្ច និង កន្លែងមូលដ្ឋានសេវាកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងៗទៀត
- ធ្វើការត្រួតពិនិត្យពីផ្លាកសញ្ញា និងតុពិសេសនៅកន្លែងទទួលភ្ញៀវដោយជូតសំអាត និងរៀបចំអោយ ត្រឹមត្រូវដើម្បីទទួលភ្ញៀវ
- រៀបចំកូនរទេះតូចៗសម្រាប់ដឹកទំនិញនៅក្បែរតុ ដើម្បីជួយដឹកត្រង់អ្នកគ្រប់គ្រងខ្សែទស្សនកិច្ច និងត្រង់ របស់ភ្ញៀវ (អនុវត្តសម្រាប់សកម្មភាពទេសចរណ៍ក្រៅប្រទេស និងទេសចរណ៍បរទេស)។ បន្ថែមលើនេះ បុគ្គលិកត្រូវ ៖

- មានបញ្ជីរាយនាមសមាជិក (ក្រុមភ្ញៀវ)
- រក្សានូវសញ្ញាត័រ៉ាន់ ដើម្បីការពារករណីដែលភ្ញៀវមានការបាត់បង់ត័រ៉ាន់
- ត្រួតពិនិត្យប័ណ្ណសមាជិកដើម្បីកំណត់ពីវត្តមាន និងអវត្តមានភ្ញៀវ។

❖ **នីតិវិធីការងារនៅសណ្ឋាគារ**

បុគ្គលិកត្រូវចាត់ចែងអោយភ្ញៀវចូលស្នាក់នៅក្នុងសណ្ឋាគារតាមប្រភេទខុសៗគ្នា និងស្របតាមបញ្ជីទិញ ដែលភ្ញៀវបានកក់ទិញទុកជាមុន។ ការបារម្ភចំបងបំផុតជាមួយការគ្រប់គ្រងការងារនៅសណ្ឋាគារមានដូចលើកយកមកសិក្សាខាងក្រោម ៖

+ ពេលចុះឈ្មោះចូលស្នាក់នៅ : សម្រាប់ក្រុមទេសចរសណ្ឋាគារបានរៀបចំ និងប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធកក់ជាមុន។ ដូច្នេះគេតែងតែរង់ចាំការធានាអះអាងតាមទូរស័ព្ទម្តងទៀត (Reconfirmation) ដោយមិនលើសពី២៤ ម៉ោងមុនពេលដែលក្រុមទេសចរមកដល់សណ្ឋាគារ ។ ការងារចុះឈ្មោះភ្ញៀវចូលស្នាក់នៅមាន ៖

- នៅពេលថយទៅដល់សណ្ឋាគារអ្នកដឹកនាំត្រូវរៀបរាប់ចាកចេញពីក្រុមទេសចរនិងថយទៅក្នុងសណ្ឋាគារតែម្តង
- ចូលទៅក្នុងបន្ទប់ភ្ញៀវប្រគល់វិក័យប័ត្រ ហើយប្រាប់អោយក្រុមរបស់សណ្ឋាគារជញ្ជូនត័រ៉ាន់របស់ភ្ញៀវចេញពីថយទៅនៅពេលកំពុងចុះឈ្មោះរបស់ភ្ញៀវស្នាក់នៅ
- ក្រោយពីទទួលបាននូវតារាងបញ្ជីបន្ទប់សម្រាប់ការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវហើយ អ្នកត្រូវកត់ត្រាសមាជិកម្នាក់ៗនូវសារក្នុងស្រាមសំបុត្រដោយឡែកៗជាមួយឈ្មោះ និងលេខបន្ទប់ដែលសរសេរនៅពីក្រៅ
- រៀបចំ និងប្រាប់ដល់បុគ្គលិកប្រតិបត្តិ ដើម្បីដាក់ទូរស័ព្ទដាស់អោយភ្ញាក់នៅពេលព្រលឹម២ម៉ោងមុនពេលម៉ោងចាកចេញ ។

+ ការត្រឡប់ទៅថយទ្ត : ប្រគល់នូវពេលវេលាមួយចំនួនតាមការចាំបាច់ ដើម្បីអោយភ្ញៀវរៀបចំត័រ៉ាន់រួចរាល់ និងប្រកាសព័ត៌មានអោយបានច្បាស់លាស់ថាគេត័រ៉ាន់គួររក្សាទុកខាងក្រៅឬខាងក្នុងបន្ទប់ និងប្រកាសនូវពេលវេលានិងទីកន្លែងដែលប្រជុំដើម្បីចេញដំណើរ។ សកម្មភាពមួយចំនួនត្រូវអនុវត្ត ៖

- ផ្តល់ការណែនាំអំពីពេលវេលាទទួលទានអាហារ (ម៉ោងទទួលក្នុងបន្ទប់ និងក្រៅបន្ទប់) រំលឹកឡើងវិញនូវតារាងផ្លូវដំណើរម្តងទៀតនៅថ្ងៃបន្ទាប់ (ពេលវេលាចេញដំណើរ អាហាររៀបចំ រយៈពេលស្នាក់នៅ និងតម្រូវការប្រើប្រាស់សំលៀកបំពាក់ពិសេសៗ)

- ហៅឈ្មោះសមាជិកម្តងម្នាក់ៗ ហើយហុចសោរនៅច្រកដើរ និងណែនាំដល់សមាជិកទាំងអស់អោយរង់ចាំនៅក្នុងបន្ទប់ទទួលភ្ញៀវ បើសិនជាមានបញ្ហាជាមួយបន្ទប់របស់ពួកគេ និងចុងក្រោយជូនពរពួកគេអោយរីករាយជាមួយដំណើរកម្សាន្តដែលបានគ្រោងទុក ។

+ ការងារនៅក្នុងសណ្ឋាគារ : គឺត្រួតពិនិត្យរឿងបំប្លែង និងឥរិយាបថភ្ញៀវជាមួយអ្នកទទួលខុសត្រូវសណ្ឋាគារជាពិសេសត្រូវអនុវត្តការងារដូចជា ៖

- ពិនិត្យមើលការចែកចាយឥវ៉ាន់អោយបានរហ័ស និងត្រឹមត្រូវ
- យកចិត្តទុកដាក់ទៅលើការស្វាគមន៍របស់អ្នកជញ្ជូនឥវ៉ាន់
- ថែរក្សានូវរឿងបំប្លែងអោយបានត្រឹមត្រូវ និងធានាការរៀបចំអាហារពេលល្ងាចរួចរាល់
- អ្នកត្រូវនៅក្បែរកន្លែងទទួលភ្ញៀវជាប្រចាំក្រែងក្រុមទេសចរត្រូវការការណ៍ចាំបាច់។

❖ ការចាកចេញ

- បន្ទាប់ពីទទួលបានអាហារពេលព្រឹករួចអ្នកដឹកនាំត្រូវបំពេញនូវទម្រង់បែបបទចាកចេញមួយជាមួយអ្នកគិតលុយ និងបង្ហាញនូវប័ណ្ណបញ្ជាទិញ
- បើសិនពិនិត្យឃើញថាមានការយកថ្លៃពីសមាជិកណាម្នាក់បន្ថែម ចូរអ្នករកមើលតើអ្នកណាដែលត្រូវគេយកថ្លៃបន្ថែម? ហើយនិយាយដោយផ្ទាល់ជាមួយអ្នកនោះ
- រាប់ចំនួនសមាជិកទាំងអស់នៅពេលដែលគេមកដល់បន្ទប់ភ្ញៀវ និងរាប់ចំនួនកាបូបរបស់សមាជិកជាមួយមេក្រុមទទួលបន្ទុកម្តងទៀត
- បើសិនជាសមាជិកក្រុមណាម្នាក់បាត់ខ្លួនចូរពិនិត្យមើលនៅក្នុងភោជនីយដ្ឋាន ឬសណ្ឋាគារ និងនៅបន្ទប់ ហើយរាយការណ៍បន្ទាន់ទៅសមត្ថកិច្ចដែលពាក់ព័ន្ធ
- ពិនិត្យអោយបានច្បាស់ថាសោរទាំងអស់ត្រូវផ្តល់ទៅអោយអ្នកទទួលភ្ញៀវមុនពេលចេញចាប់ផ្តើមចេញដំណើរ ។

❖ ការយកថ្លៃបន្ថែម

ថ្លៃបន្ថែមដែលអាចត្រូវបានទាមទារពីភ្ញៀវទេសចរមានថ្លៃទូរស័ព្ទ អ្នកបម្រើបោកអ៊ុត សេវាកម្មតាមបន្ទប់ និងសេវាកម្មដទៃទៀតដែលអាចប្រើប្រាស់ និងមិនរាប់បញ្ចូលក្នុងកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ច។ ការយកថ្លៃបន្ថែមសម្រាប់គណនីរបស់ភ្ញៀវម្នាក់ៗត្រូវបង្ហាញ និងភ្ជាប់ជាមួយរឿងបំប្លែងខ្សែទស្សនកិច្ច ហើយកិច្ចការនេះត្រូវការយកចិត្តទុកដាក់អោយបានល្អិតល្អន់ជាទីបំផុត។ នៅកន្លែងជួបប្រជុំអ្នកដឹកនាំត្រូវផ្តល់ព័ត៌មាន ហើយពិនិត្យលើថ្លៃទូរស័ព្ទដែលបានហៅចេញពីបន្ទប់ស្នាក់នៅសណ្ឋាគារ ដោយប្រៀបធៀបជាមួយថ្លៃទូរស័ព្ទដែលហៅចេញ

ពីកន្លែងទទួលភ្ញៀវ។ ដើម្បីជៀសវាងបញ្ហានេះអ្នកដឹកនាំក្រុមត្រូវចារ (ធ្វើចំណារ) លើខ្នងវិក័យប័ត្រ និងប័ណ្ណបញ្ជាទិញ (Voucher) ដោយកំណត់សម្គាល់ថា “រាល់ការយកថ្លៃសេវាបន្ថែមត្រូវបានទូទាត់ហើយ” និងបោះត្រានៅលើក្រដាសចំណាយថ្លៃសេវាបន្ថែមជាមួយវិក័យប័ត្រហើយដាក់វាក្នុងរបាយការណ៍ប្រចាំថ្ងៃ ។

២.៦.៣ វិធីគណនាតម្លៃខ្សែទស្សនកិច្ច

វិធីគណនាតម្លៃខ្សែទស្សនកិច្ច រកនគីរី និងមណ្ឌលគីរី ៣ថ្ងៃ២យប់

	តម្លៃជាក្រុម (Package Price)	មនុស្សពេញវ័យ តម្លៃម្នាក់ៗ (១៦នាក់) (Unit Price)	កូនក្មេង
- រថយន្ត	៥២០ ដុល្លារ		
- មគ្គុទ្ទេសក៍	៩០ ដុល្លារ		
- សំបុត្រចូលទស្សនា	១៤.៥០ ដុល្លារ	០.៨០ ដុល្លារ	
- កញ្ចប់អាហារនៅប្រឹសា	៨ ដុល្លារ		
- Tip អ្នកបើកបរ	១៥ ដុល្លារ		
- កាតទូរស័ព្ទ Leader	៥ ដុល្លារ		
- ការផ្សព្វផ្សាយ		២ ដុល្លារ	
- ម្ហូប + កាបូប		៣ ដុល្លារ	
- ទឹកពិសារ	៣ ដុល្លារ (TG&TL)	១.៥០ ដុល្លារ	
- អាហារពេលព្រឹក	៦ ដុល្លារ (TG&TL)	៣ ដុល្លារ	
- អាហារថ្ងៃត្រង់	៣៦ ដុល្លារ (TG&TL)	១៨ ដុល្លារ	
- អាហារពេលល្ងាច	២៤ ដុល្លារ (TG&TL)	១២ ដុល្លារ	
- បន្ទប់ស្នាក់នៅ	៩៥ ដុល្លារ (TG&TL)	៤៧.៥ ដុល្លារ	
- ថ្លៃសរុប	៨១៦.៥ ដុល្លារ	៨៧.៨ ដុល្លារ	
- ថ្លៃដើមក្នុងមួយនាក់	៥១.០៣ ដុល្លារ (816.5\$/16ន)	៨៧.៨ ដុល្លារ	
- ថ្លៃដើមសរុបក្នុងមួយនាក់		១៣៨.៨៣ ដុល្លារ (51.03\$+87.8\$)	
- តម្លៃប្រាក់ចំណេញ២៥ភាគរយ		៤៦.២៥ ដុល្លារ (185\$*25%)	
ថ្លៃសរុបត្រូវលក់ក្នុងមួយនាក់		១៨៥ ដុល្លារ	១៣៩ ដុល្លារ

វិធីគណនាតម្លៃខ្សែទស្សនកិច្ច ខេត្តកែប និងកំពត ៣ថ្ងៃ២យប់

	តម្លៃជាក្រុម (Package Price)	មនុស្សពេញវ័យ តម្លៃម្នាក់ៗ (១៦នាក់) (Unit Price)	កូនក្មេង
- រថយន្ត	៤០០ ដុល្លារ		
- មគ្គុទ្ទេសក៍	៩០ ដុល្លារ		
- Tip អ្នកបើកបរ	១៥ ដុល្លារ		
- កាតទូរស័ព្ទ Leader	៥ ដុល្លារ		
- ការផ្សព្វផ្សាយ		២ ដុល្លារ	
- ម្ហូប + កាបូប		៣ ដុល្លារ	
- ទឹកពិសារ	៣ ដុល្លារ (TG&TL)	១.៥០ ដុល្លារ	
- អាហារពេលព្រឹក	៦ ដុល្លារ(TG&TL)	៣ ដុល្លារ	
- អាហារថ្ងៃត្រង់	៣៨ ដុល្លារ (TG&TL)	១៩ ដុល្លារ	
- ពេលល្ងាច	៣២ ដុល្លារ (TG&TL)	១៦ ដុល្លារ	
- បន្ទប់ស្នាក់នៅ	៩០ ដុល្លារ (TG&TL)	៤៥ ដុល្លារ	
- ថ្លៃសរុប	៦៧៩ ដុល្លារ	៨៩.៥ ដុល្លារ	
- ថ្លៃដើមក្នុងមួយនាក់	៤២.៤៤ ដុល្លារ (679\$/16ន)	៨៩.៥ ដុល្លារ	
- ថ្លៃដើមសរុបក្នុងមួយនាក់		១៣១.៩៤ ដុល្លារ	
	(42.44\$+89.5\$)		
- តម្លៃប្រាក់ចំណេញ២៥ភាគរយ		៤៣.៧៥ ដុល្លារ (175\$*25%)	
ថ្លៃសរុបត្រូវលក់ក្នុងមួយនាក់		១៧៥ ដុល្លារ	១៣២ ដុល្លារ

២.៧ ការរៀបចំ និងការផ្តល់សេវាកម្មតាមដំណាក់កាល

២.៧.១ សកម្មភាពសេវាកម្មមុនភ្ញៀវមកដល់

ជាការពិគណៈសម្រេចពេលភ្ញៀវមកដល់ ក្រុមហ៊ុនបានរៀបចំនូវសេវាកម្មមួយចំនួនដោយពឹងផ្អែកទៅលើផ្នែក រៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចជាអ្នករៀបចំនិងប្រតិបត្តិការរៀបចំផលិតផលបានយ៉ាងស្អាតជំនាញដោយក្នុងនោះរួមមាន៖

+ ទទួលការកក់ពីភ្ញៀវដោយមធ្យោបាយច្រើនយ៉ាងដូចជា៖ អ៊ីម៉ែល អ៊ិនធើណែត ទូរសារ និងតាមរយៈក្រុមហ៊ុន ទេសចរណ៍ដែលជាដៃគូនៅក្រៅប្រទេស និងតាមរយៈទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដទៃទៀត ឬតាមរយៈភ្ញៀវផ្ទាល់។

+ ផ្នែករៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចមានតួនាទីសាកសួរព័ត៌មានលំអិតនូវ៖

- ឈ្មោះ អាស័យដ្ឋាន លេខទូរស័ព្ទ អ៊ីម៉ែល ទូរសាររបស់ភ្ញៀវ និងក្រុមហ៊ុនជាដៃគូនៅក្រៅប្រទេស
- លេខកូដក្រុម
- ចំនួនភ្ញៀវដែលកក់
- កក់សណ្ឋាគារ
- កក់ភោជនីយដ្ឋាន
- កក់សំបុត្រយន្តហោះ
- ការជួលមគ្គុទ្ទេសក៍
- មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ
- កក់សំបុត្រចូលទស្សនាផ្សេងៗ
- ថ្ងៃ ខែ និងពេលវេលាចាប់ផ្តើមកម្មវិធី និងការបញ្ចប់កម្មវិធី
- ធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍គ្រប់ភាសាដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវ និង តាមភាសាដែលភ្ញៀវស្នើសុំ។ លើសពីនេះទៅទៀតអាចដោះស្រាយបញ្ហា និងយល់ពីស្ថានភាពរបស់ ប្រទេស និងចេះណែនាំដល់ភ្ញៀវទៀតផង
- ធ្វើការរៀបចំតារាងកម្មវិធីជាមួយនឹងសំណុំលិខិតផ្សេងៗ និងធ្វើការវាយតម្លៃវិក័យប័ត្រដោយម៉ាស៊ីន ទៀតផង
- ធ្វើការកក់សណ្ឋាគារជាមុនទាំងនៅក្នុងពេញ និងធ្វើការកក់បន្តទៅសាខាខេត្ត ដើម្បីអោយគេរៀបចំការកក់ ទុកនៅសណ្ឋាគារ។ ក្នុងការរៀបចំដំណើរកម្សាន្តផ្នែករៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចជាអ្នករៀបចំត្រូវតែពិចារណា និងគិតទុកជាមុនថា តើដំណើរកម្សាន្តបែបណាដែលត្រូវរៀបចំ? សម្រាប់ភ្ញៀវប្រភេទណា? ហើយទាមទារ ការប្រុងប្រយ័ត្នជាមុនចំពោះក្រុមភ្ញៀវដោយយើងត្រូវគិតថាភ្ញៀវដែលមកទស្សនាជាសញ្ជាតិអ្វី?

- ធ្វើការកាត់ត្រានូវជើងហោះហើរក្នុងស្រុកដូចជា៖ ខេត្តសៀមរាប ខេត្តបាត់ដំបង និងខេត្តរតនគិរី ជួនកាលក៏មានការកាត់ជើងហោះហើរអន្តរជាតិខ្លះដែរ ដែលទាំងនេះតែងតែមានច្រើនការចាកចេញពីក្រុងភ្នំពេញ និងសៀមរាប ។
- ចំពោះការកាត់នូវសំបុត្រយន្តហោះហើរ ផ្នែករៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចត្រូវបានធ្វើការកាត់សម្គាល់តាមប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ
- ធ្វើការសាកសួរភ្ញៀវអំពីគោលដៅដែលត្រូវធ្វើដំណើរ និងធ្វើការបញ្ជាក់អោយបានច្បាស់លាស់នូវពេលវេលាក្នុងការធ្វើដំណើរដោយយោងទៅលើកម្មវិធីហោះហើរដែលក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍បានកំណត់ ។
- ធ្វើការឆែកមើលនូវកម្មវិធីហោះហើរ និងកាត់ទុកជាមុនតាមរយៈកុំព្យូទ័រដោយបញ្ចូលទិន្នន័យនានាដែលទទួលបានពីភ្ញៀវដូចជា៖
 - នាម និងគោត្តនាមនៃអតិថិជន
 - លេខទូរស័ព្ទទំនាក់ទំនងរបស់ក្រុមហ៊ុន
 - កាលបរិច្ឆេទនៃការហោះហើរ
 - ទីតាំងចេញដំណើរ និងកន្លែងទៅដល់
 - ជើងហោះហើរ
 - ប្រភេទហោះហើរកម្រិតថ្នាក់នៃកន្លែងអង្គុយ
 - ឈ្មោះទីភ្នាក់ងារ
 - កាលបរិច្ឆេទដែលត្រូវយកសំបុត្រ (ជាទូទៅភ្នាក់ងារទេសចរណ៍រមែងតែកំណត់ថ្ងៃយកអោយបានមុនមួយអាទិត្យនៃការហោះហើរ) ពីក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ និងព័ត៌មានផ្សេងៗដែលជាតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវ ។

រហូតមកដល់ថ្ងៃកំណត់ដែលត្រូវកាត់សំបុត្រទីភ្នាក់ងារក៏បញ្ជូនបុគ្គលិកអោយទៅយក នៅពេលសំបុត្រយកបានហើយក្រុមហ៊ុនត្រូវវាយលេខកូដសំបុត្រយន្តហោះចូលទៅក្នុងកម្មវិធីកុំព្យូទ័រ ដើម្បីបញ្ជាក់ថាទីភ្នាក់ងារបានទទួលសំបុត្រពីក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍រួចរាល់ហើយ។

រៀបចំវិក័យប័ត្រសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ដែលក្នុងនោះមានបញ្ជាក់នូវ ៖

- ឈ្មោះ និងអាស័យដ្ឋានរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលបញ្ជូន និងទទួលទេសចរ
- លេខកូដក្រុមទេសចរ
- ឈ្មោះអាកាសចរណ៍

- ឈ្មោះអ្នកកក់
- ឈ្មោះអ្នកConfirmed
- ឈ្មោះអ្នកចំណាយ ឬក្រុមហ៊ុន
- ចំនួនភ្ញៀវ
- ឈ្មោះអ្នកចេញ (Issue Voucher)

ការរៀបចំ Voucher សម្រាប់សណ្ឋាគារ

នៅក្នុងទម្រង់បែបបទនៃ Voucher គេត្រូវបំពេញព័ត៌មានដូចខាងក្រោម ៖

- ឈ្មោះសណ្ឋាគារ
- ឈ្មោះអ្នកកក់
- ឈ្មោះអ្នក Confirmed
- ឈ្មោះអ្នកចំណាយ ឬក្រុមហ៊ុន
- ឈ្មោះលេខកូដ
- កាលបរិច្ឆេទចេញដំណើរ និងទៅដល់
- ចំនួនទេសចរ
- ប្រភេទបន្ទប់
- ឈ្មោះអ្នកចេញ (Issue Voucher)

ការរៀបចំ Voucher សម្រាប់ភោជនីយដ្ឋាន

នៅក្នុងទម្រង់បែបបទនៃ Voucher គេត្រូវបំពេញ ព័ត៌មានដូចខាងក្រោម ៖

- ឈ្មោះ និងអាស័យដ្ឋានរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលបញ្ជូន និងទទួលទេសចរ
- ឈ្មោះភោជនីយដ្ឋាន
- ប្រភេទអាហារ (Full or half Board)
- ឈ្មោះលេខកូដ
- កាលបរិច្ឆេទនៃការចេញ និងទៅដល់
- ឈ្មោះអ្នកចេញ (Issue Voucher)

បន្ទាប់ពីរៀបចំ Voucher ហើយត្រូវរៀបចំអោយបានត្រឹមត្រូវទុកដាក់ឯកសារដើម្បីប្រគល់អោយមគ្គុទ្ទេសក៍ប្រើប្រាស់ក្នុងការទូទាត់ទឹកប្រាក់ជាមួយក្រុមហ៊ុនដែលជាដៃគូផ្គត់ផ្គង់ ដែលបានផ្តល់សេវាអោយទៅតាមកិច្ចសន្យាដែលបានព្រមព្រៀងទុកជាមុន។

២.៧.២ សកម្មភាពសេវាកម្មពេលភ្ញៀវមកដល់

ចំពោះសកម្មភាពនេះក្រុមហ៊ុនត្រូវត្រួតពិនិត្យឡើងវិញនូវរាល់សេវាកម្មដែលបានរៀបចំទុករួច និងអោយមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ផ្តល់នូវតួអនុស្សាវរីយ៍ដល់ភ្ញៀវចំពោះការស្វាគមន៍ ។

យើងត្រូវបញ្ជាក់ឡើងវិញម្តងទៀតអោយមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងអ្នកបើកបរអោយទៅទទួលភ្ញៀវនៅអាកាសយានដ្ឋានមុនមួយម៉ោងដោយជៀសវាងការមកយឺតយ៉ាវ និងអោយបង្កើនសេវាភ្ញៀវទៅអ្នកបើកបរលើកនៅពេលភ្ញៀវចុះពីព្រលានយន្តហោះជៀសវាងមានការរង្វេងគ្នា ។

មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ត្រូវមានទំនាក់ទំនងជាមួយផ្នែករៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចឡើងវិញ ដើម្បីបញ្ជាក់អំពីកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តដែលមាននៅក្នុងកញ្ចប់។ ចំពោះការចំណាយផ្សេងៗមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ បានទទួលនូវវិក័យបត្រពីក្រុមហ៊ុនផងដែរ នៅក្នុងករណីបែបនេះមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ត្រូវត្រួតពិនិត្យអោយបានម៉ត់ចត់មុននឹងទទួលយកវិក័យបត្រពីក្រុមហ៊ុនថា តើវិក័យបត្រទាំងអស់នោះមានគ្រប់ចំនួនហើយឬនៅ?

ចំណែកកម្មវិធីដែលរៀបចំឡើងដោយក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍នោះ ជានិច្ចកាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ត្រូវរក្សាទុកអោយនៅជាប់នឹងខ្លួនព្រោះថាជួនកាលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ខ្លះមានការភាន់ច្រឡំ និងពុំច្បាស់លាស់នោះទេ។ មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ត្រូវតែអានសួរទៅកាន់ផ្នែករៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចឡើងវិញ ពីចំណុចណាដែលយើងពុំទាន់បានយល់នោះ ។

២.៧.៣ សកម្មភាពសេវាកម្មពេលភ្ញៀវចាកចេញ

- ផ្នែករៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចត្រូវផ្តល់សំបុត្រយន្តហោះអោយទៅភ្ញៀវទៅកាន់ទិសដៅ ដែលគាត់ត្រូវត្រឡប់ទៅវិញ។
- មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងអ្នកបើកបរត្រូវជូនភ្ញៀវទៅកាន់អាកាសយានដ្ឋានមុនរយៈពេល២ម៉ោង មុននឹងយន្តហោះចេញដំណើរ ។
- មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ត្រូវប្រើពាក្យជំរាបលា និងធ្វើការជូនពរភ្ញៀវអោយមានសេចក្តីសុខក្នុងការធ្វើដំណើរ។
- មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ត្រូវធ្វើការថ្លែងអំណរគុណចំពោះភ្ញៀវ ដែលបានមកធ្វើទស្សនកិច្ចនៅក្នុងប្រទេសរបស់ខ្លួន ។

២.៨ ការកក

២.៨.១ ការកកតាមរយៈក្រុមហ៊ុនដៃគូ

ការកកតាមរយៈក្រុមហ៊ុនដៃគូ គឺយើងប្រើតាមរយៈអ៊ុនធើណែត អ៊ីម៉ែល ទូរស័ព្ទ និងទូរសារជាដើម។ ចំពោះប្រព័ន្ធទាំងអស់នេះគេចូលចិត្តកកតាមប្រព័ន្ធអ៊ីម៉ែលដោយធ្វើជាកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តមកជាមួយតែម្តងដោយក្នុងកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តនោះរួមមាន ៖

- ឈ្មោះរបស់ភ្ញៀវ
- លេខកូដរបស់ក្រុម
- ចំនួនភ្ញៀវដែលមក
- មកពីក្រុមហ៊ុនណា
- ថ្ងៃ ខែ ដែលភ្ញៀវមក និងថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំ ដែលត្រូវត្រឡប់ទៅវិញ
- ជើងហោះហើរ និងម៉ោងមកដល់
- ឈ្មោះសណ្ឋាគារ
- ចំនួនបន្ទប់
- ឈ្មោះភោជនីយដ្ឋាន
- ប្រភេទនៃអាហារ (១ពេល ២ពេល ឬ ៣ពេល)
- ការស្នើសុំពិសេសណាមួយ
- អាស័យដ្ឋានក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ធ្វើការទាក់ទងទៅវិញ
- ប្រភេទនៃកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត (គោលដៅដែលត្រូវទៅ)
- ប្រភេទនៃថយន្តដឹកជញ្ជូន
- សេវាកម្មបន្ថែមរបស់ភ្ញៀវទៀតផង ។

២.៨.២ ការកកតាមរយៈទូរស័ព្ទ

ការកកតាមរយៈទូរស័ព្ទនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ គឺមិនសូវមានការទទួលការកកតាមរយៈទូរស័ព្ទនោះទេ។ ចំណែកការកកនេះផ្នែករៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចជាអ្នករៀបចំធ្វើការសាកសួរ និងទទួលរាល់ព័ត៌មានពីភ្ញៀវដែលពាក់ព័ន្ធដូចជា៖

- ឈ្មោះរបស់ភ្ញៀវ
- ចំនួនភ្ញៀវដែលមក

- ភ្ញៀវមកពីប្រទេសណា
- ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំដែលភ្ញៀវមក និងថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំដែលត្រូវត្រឡប់ទៅវិញ
- ជើងហោះហើរ និងម៉ោងមកដល់
- ឈ្មោះសណ្ឋាគារ
- ចំនួនបន្ទប់
- ឈ្មោះភោជនីយដ្ឋាន
- ប្រភេទអាហារ (១ពេល ២ពេល ឬ ៣ពេល)
- អាស័យដ្ឋាន និងឈ្មោះអ្នកដែលធ្វើការទំនាក់ទំនង
- ប្រភេទនៃកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត (គោលដៅដែលត្រូវទៅ)
- ប្រភេទនៃរថយន្តដឹកជញ្ជូន
- ការស្នើសុំពិសេសណាមួយ
- ការបង់ប្រាក់ ។

២.៨.៣ ការកក់តាមរយៈអ៊ីម៉ែល និងអ៊ិនធើណែត

ការកក់តាមរយៈអ៊ីម៉ែល និងអ៊ិនធើណែត និងទូរសារដែលបានធ្វើចូលមកហើយ គឺក្នុងគោលបំណងការកក់បម្រុង គឺទាមទារអោយឆ្លើយតបចំពោះការកក់ទុកដោយឆ្លើយតបវិញក្នុងថ្ងៃតែមួយ។ ចំពោះការកក់នេះក្រុមហ៊ុនបានប្រើប្រាស់ច្រើនបំផុត ដើម្បីទទួលនូវការកក់នេះផ្នែករៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចត្រូវមើលព័ត៌មាន ដែលភ្ញៀវបានផ្ញើមករួមមាន៖

- ឈ្មោះរបស់ភ្ញៀវ
- លេខកូដក្រុម
- ចំនួនភ្ញៀវដែលមក
- ឈ្មោះក្រុមហ៊ុន
- ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំដែលភ្ញៀវមក និងថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំដែលត្រូវត្រឡប់ទៅវិញ
- ជើងហោះហើរ និងម៉ោងមកដល់
- ឈ្មោះសណ្ឋាគារ
- ចំនួនបន្ទប់
- ឈ្មោះភោជនីយដ្ឋាន

- ប្រភេទអាហារ (១ពេល ២ពេល ឬ៣ពេល)
- ការស្នើសុំពិសេសណាមួយ
- អាស័យដ្ឋានក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ធ្វើការទំនាក់ទំនងទៅវិញ
- ប្រភេទនៃកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត (គោលដៅដែលត្រូវទៅ)
- ប្រភេទរថយន្តដឹកជញ្ជូន
- សេវាកម្មបន្ថែមដែលជាតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទៀតផង។

២.៨.៤ ការកក់ភោជនីយដ្ឋាន

ចំពោះភោជនីយដ្ឋានអាចធ្វើការកក់ទុកមុនរយៈពេលមួយខែ និងអាចរយៈពេលបីថ្ងៃមុន ការកក់នេះ ទាមទារអោយយើងពិនិត្យមើលដូចជា៖

- ឈ្មោះភោជនីយដ្ឋានដែលត្រូវជ្រើសរើស
- ស្តង់ដារភោជនីយដ្ឋានដែលត្រូវជ្រើសរើស
- ប្រភេទភោជនីយដ្ឋាន
- ប្រភេទអាហារយោងទៅតាមប្រភេទភ្ញៀវ
- របៀបលើកប្រភេទអាហារណាមុន ឬអាហារណាក្រោយ
- ចំនួនដងនៃការញ៉ាំអាហារ ១ពេល ២ពេល ឬ ៣ពេល ។

២.៨.៥ ការកក់សណ្ឋាគារ

ការកក់សណ្ឋាគារ គឺជាការកក់ទុកជាមុននូវប្រភេទសណ្ឋាគារដែលភ្ញៀវបានជ្រើសរើស ដើម្បីធ្វើការ ស្នាក់នៅកំឡុងពេលនៃការធ្វើដំណើរកម្សាន្តរបស់ភ្ញៀវ ។ ការកក់សណ្ឋាគារទាមទារអោយមានដូចជា ៖

- ឈ្មោះភ្ញៀវ
- ប្រភេទបន្ទប់ ឬគ្រែដែលភ្ញៀវចង់បាន
- ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំដែលភ្ញៀវមកដល់ និងត្រឡប់ទៅវិញ
- ចំនួនភ្ញៀវសរុបរបស់ខ្សែទស្សនកិច្ចលើកនេះ
- សេវាកម្មបន្ថែមដែលជាតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវ

មានករណីខ្លះចំពោះសណ្ឋាគារដែលភ្ញៀវបានកក់ និងជ្រើសរើសហើយពុំមានបន្ទប់ទំនេរក្រុមហ៊ុនត្រូវ ផ្តល់ព័ត៌មានទៅអោយភ្ញៀវវិញអោយបានឆាប់រហ័ស ហើយអាចណែនាំពួកគេនូវប្រភេទសណ្ឋាគារផ្សេងៗទៀត ដែលមានសេវាកម្ម និងលក្ខណៈប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងសណ្ឋាគារដែលគាត់បានជ្រើសរើសពីមុន។

ចំពោះការកកសំបុត្រយន្តហោះដែលមានលក្ខណៈជាក្រុម ក្រុមហ៊ុនអាចធ្វើការកកសំបុត្រយន្តហោះពេលបីខែទៅកន្លះឆ្នាំទៅតាមប្រភេទកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចដែលបានកកហើយ។ រីឯក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ត្រូវផ្តល់ព័ត៌មានមកកាន់សណ្ឋាគារវិញរយៈពេលមុនមួយខែ ឬលើសពីនេះ ព្រោះសណ្ឋាគារមានភាពងាយស្រួលនៅក្នុងការរៀបចំបន្ទប់អោយយើង ។

២.៨.៦ ការកកសំបុត្រយន្តហោះ

ចំពោះការកកសំបុត្រយន្តហោះក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ ផ៊ីលដ៍ អិចប្រេស ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ ABACUS នៅក្នុងដំណើរការនៃការកកសំបុត្រយន្តហោះ ព្រោះថាប្រព័ន្ធនេះវាមានលក្ខណៈងាយស្រួល និងឆាប់រហ័សក្នុងការរៀបចំសំបុត្រសម្រាប់ភ្ញៀវ។ ការកកសំបុត្រនីមួយៗ គឺអាស្រ័យលើភ្ញៀវទេសចរណ៍អ្នកកំណត់ថា តើតម្លៃដោយខ្លួនគាត់ផ្ទាល់ ឬក៏ក្រុមហ៊ុនជាអ្នករៀបចំអោយ។

ចំពោះការកកសំបុត្រយន្តហោះ គឺទាមទារអោយអ្នកមានសមត្ថភាពខ្ពស់ ដើម្បីអោយដំណើរការនៃការកកសំបុត្រមានប្រសិទ្ធភាពយើងត្រូវសួរព័ត៌មានពីភ្ញៀវដូចជា ៖

- គោលដៅក្នុងការធ្វើដំណើរ
- ពេលវេលានៃការរៀបចំការធ្វើដំណើរ
- ប្រភេទអាកាសចរណ៍
- ប្រភេទសេវាកម្មលើយន្តហោះ
- ប្រភេទនៃការកំណត់ថ្នាក់នីមួយៗ
- ប្រាប់ពីលក្ខខណ្ឌនៃការប្រែប្រួលទៅតាមរដូវកាល
- គោលការណ៍ផ្សេងៗទៀតដែលក្រុមហ៊ុនទាមទារ។

មូលហេតុដែលយើងត្រូវធ្វើការសួរសំណួរទាំងនេះទៅកាន់ភ្ញៀវ ព្រោះវាធ្វើអោយមានភាពងាយស្រួលក្នុងការរៀបចំទៅតាមការសម្រេចចិត្តរបស់ភ្ញៀវដែលជ្រើសរើសប្រភេទនៃការហោះហើរ និងពេលវេលាច្បាស់លាស់ដូចនេះយើងចាំបាច់ត្រូវការនូវព័ត៌មានមួយចំនួនដូចជា៖

- ឈ្មោះភ្ញៀវ
- ចំនួនភ្ញៀវ
- កាលបរិច្ឆេទនៃការធ្វើដំណើរ
- លេខទូរស័ព្ទ និងអាស័យដ្ឋានសម្រាប់ធ្វើការទំនាក់ទំនង។

ចំពោះក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធកក់តាមទូរស័ព្ទគេអាចប្រើប្រាស់ភាសាបច្ចេកទេសជាអក្សរឡាតាំងដូចតទៅ៖

A = Alfa	B = Bravo	C = Charlie
D = Delta	E = Echo	F = Foxtrot
G = Golf	H = Hotel	I = India
J = Juliett	K = Kilo	L = Lima
M = Mike	N = November	O = Oscar
P = Papa	Q = Quebec	R = Romeo
S = Sierra	T = Tango	U = Uniform
V = Victor	W = Whiskey	X = X-ray
Y = Yankee	Z = Zulu	

២.៨.៧ ការកក់សំបុត្រចូលទស្សនា

ចំពោះការកក់សំបុត្រចូលទស្សនាកម្សាន្ត គឺក្រុមហ៊ុនធ្វើការកក់ទៅតាមចំនួនភ្ញៀវទេសចរដែលទទួលបានព័ត៌មានពីក្រុមហ៊ុនដៃគូនៅក្រៅប្រទេសមុនរយៈពេល១ឆ្នាំ កន្លះឆ្នាំ ឬបីខែក៏បានដែរ។ នៅក្នុងប្រទេសយើងប្រសិនបើមិនបានធ្វើការកក់សំបុត្រចូលទស្សនាកម្សាន្តមុនក៏បានដែរ ព្រោះពុំទាន់មានតំបន់ទេសចរណ៍ណាមួយទទួលបានចំនួនភ្ញៀវដ៏ច្រើនលើសលុបទេ។ នៅបណ្តាប្រទេសនានាដែលវិស័យទេសចរណ៍គេមានការរីកចម្រើនក្នុងការកក់សំបុត្រចូលទស្សនាកម្សាន្តគឺត្រូវធ្វើអោយបានមុន ព្រោះប្រទេសគេសំបូរទេសចរច្រើនដែលអាចធ្វើអោយតំបន់មណ្ឌលដ្ឋាននីមួយៗមានការកកស្ទះ។ ប៉ុន្តែនៅប្រទេសកម្ពុជាយើងវិញប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ធ្វើការកក់សំបុត្រចូលទស្សនាកម្សាន្តបានមុននឹងមានការបញ្ចុះតម្លៃពិសេសជាងយើងទៅទិញសំបុត្រចូលទស្សនាភ្លាមៗ។ ម្យ៉ាងវិញទៀតការកក់សំបុត្រទស្សនាកម្សាន្តបានមុននឹងបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការចាត់ចែងនូវខ្សែទស្សនកិច្ចអោយបានរួចរាល់មុនពេលភ្ញៀវមកដល់ ។

២.៨.៨ ការកក់សំបុត្រតាមដាន

ចំពោះការដឹកជញ្ជូនទេសចរតាមកប៉ាល់ គឺក្រុមហ៊ុនតែងតែធ្វើឡើងតាមតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវ។ អ្នកទេសចរមួយចំនួនគេចូលចិត្តធ្វើដំណើរកម្សាន្តតាមផ្លូវទឹក ព្រោះពួកគេចង់ទស្សនាធម្មជាតិតាមទន្លេហើយអាចឃើញពីជីវភាពប្រជាជនរស់នៅតាមបណ្តោយទន្លេពីការប្រកបមុខរបរផ្សេងៗរបស់ប្រជាជន។

ក្រុមហ៊ុនដែលដឹកជញ្ជូនទេសចរតាមផ្លូវទឹកទៅកាន់ខេត្តសៀមរាបមានដូចជា៖

- ក្រុមហ៊ុន វ៉ាបូរ
- ក្រុមហ៊ុន អង្គរអិចប្រេស
- ក្រុមហ៊ុន ខេមរា
- ក្រុមហ៊ុន ស៊ិនលី
- ក្រុមហ៊ុន ចាន់ណា
- ក្រុមហ៊ុន រ៉ូយ៉ាល់

តម្លៃសំបុត្រសម្រាប់លក់អោយអតិថិជនមាន

អតិថិជនខ្មែរ តម្លៃ២៥ដុល្លារ

អតិថិជនបរទេស តម្លៃ២៥ដុល្លារ ។

២.៩ តម្លៃនៃការជួលមគ្គុទ្ទេសក៍

ការជួលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ជាការចាំបាច់មួយផងដែរ នៅក្នុងចំណោមសេវាកម្មទាំងអស់ភ្ញៀវដែលបានធ្វើដំណើរកម្សាន្តតាមរយៈក្រុមហ៊ុន គឺតែងតែទាមទារមគ្គុទ្ទេសក៍ក្នុងការជួយពន្យល់ណែនាំអំពីតំបន់ទេសចរណ៍ដែលភ្ញៀវទៅកម្សាន្ត។ តម្លៃនៃការជួលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍មួយមានតម្លៃទៅតាមភាសាដោយសារតែក្រុមហ៊ុនពុំទាន់មានមគ្គុទ្ទេសក៍ប្រចាំក្រុមហ៊ុននៅឡើយទេ ហើយម្យ៉ាងវិញទៀតមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ភាគច្រើនគេចូលចិត្តធ្វើការលក្ខណៈឯករាជ្យ ដោយមិនមានការចុះកុងត្រាជាមួយក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ណាមួយនោះទេ ប្រសិនបើទេសចរត្រូវការមគ្គុទ្ទេសក៍នោះ គឺតម្លៃខុសគ្នាទៅតាមភាសា។

Guide in PNH	Full Day	Half Day	Transfer apthtl (vv)	PNH-Province In Cambodia
English	\$20	\$10	\$8	\$45
French	\$20	\$10	\$10	\$48
Japanese	\$20	\$10	\$8	\$45
Chinese	\$20	\$10	\$8	\$45
Thai	\$20	\$10	\$8	\$45
Korea	\$100	\$100	\$100	\$150

Italian	\$50	\$30	\$27	\$80
Spanish	\$45	\$25	\$15	\$50
German	\$40	\$30	\$15	\$55
Russian	\$40	\$30	\$15	\$50
Guide in SR	Full Day	Half Day	Transfer apthtl(vv)	SR-Province In Cambodia
English	\$20	\$10	\$8	\$45
French	\$20	\$10	\$10	\$48
Japanese	\$25	\$10	\$8	\$45
Chinese	\$20	\$10	\$8	\$45
Thai	\$20	\$10	\$8	\$45
Korea	\$100	\$100	\$100	\$180
Italian	\$50	\$30	\$20	\$105
Spanish	\$50	\$25	\$15	\$105
German	\$40	\$30	\$15	\$90
Russian	\$40	\$20	\$10	\$90

២.១០ តម្លៃនៃការដឹកជញ្ជូន

២.១០.១ ការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវគោក

ក្រុមហ៊ុនមានការសហការដឹកជញ្ជូនភ្ញៀវទេសចរណ៍តាមផ្លូវគោកជាមួយក្រុមហ៊ុនដៃគូមួយដែលមានកិច្ចសន្យាជាមួយគ្នាយ៉ាងត្រឹមត្រូវ ។

តម្លៃនៃការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវគោក

ល.រ	ចំនួនថ្ងៃ	គោលដៅ	ស្ថាវិច ២០០៨	១៥ កៅអី	២៥ កៅអី	៣៥ កៅអី	៤៥ កៅអី
1	1ថ្ងៃ	ព្រលានយន្តហោះ / ចំណតរថយន្ត / ចំណតទូក	\$ 30	\$ 15	\$ 25	\$ 30	\$ 35
2	1/2ថ្ងៃ	ដំណើរកម្សាន្តកន្លះថ្ងៃក្នុងភ្នំពេញ	\$ 40	\$ 20	\$ 30	\$ 40	\$ 45

3	1ថ	ដំណើរកម្សាន្តពេញមួយថ្ងៃក្នុងភ្នំពេញ	\$ 65	\$ 40	\$ 50	\$ 60	\$ 70
4	2ថ	ដំណើរកម្សាន្តក្នុងទីក្រុងភ្នំពេញ+វាលពិឃាតជើងឯក	\$ 30	\$ 80	\$ 100	\$ 120	\$ 140
5	1ថ	ភ្នំពេញ-បាទី / កៀនស្វាយ / កោះដាច់	\$ 70	\$ 50	\$ 70	\$ 80	\$ 90
6	1ថ	ភ្នំពេញ-ឧដុង្គ / អូរស្រីស្រី / កោះធំ / ភ្នំតាម៉ៅ	\$ 80	\$ 60	\$ 80	\$ 90	\$ 100
7	1ថ	ភ្នំពេញ-ភ្នំដា / អង្គតាសោម	\$ 110	\$ 70	\$ 110	\$ 120	\$ 140
8	1ថ	ភ្នំពេញ-ស្វាយរៀង (ទម្លាក់ចុះ)	\$ 120	\$ 90	\$ 120	\$ 140	\$ 160
9	2ថ	ភ្នំពេញ-ស្វាយរៀង-ភ្នំពេញ	\$ 180	\$ 130	\$ 170	\$ 190	\$ 230
10	1ថ	ភ្នំពេញ-កំពត-ភ្នំពេញ	\$ 150	\$ 100	\$ 150	\$ 170	\$ 200
11	2ថ	ភ្នំពេញ-កំពត-ភ្នំពេញ	\$ 210	\$ 140	\$ 200	\$ 220	\$ 260
12	1ថ	ភ្នំពេញ-កំពង់ចាម (ទម្លាក់ចុះ)	\$ 110	\$ 90	\$ 110	\$ 30	\$ 150
13	2ថ	ភ្នំពេញ-កំពង់ចាម-ភ្នំពេញ	\$ 70	\$ 130	\$ 160	\$ 190	\$ 220
14	1ថ	ភ្នំពេញ-កំពង់ធំ-ភ្នំពេញ	\$ 150	\$ 100	\$ 150	\$ 170	\$ 200
15	2ថ	ភ្នំពេញ-កំពង់ធំ-ភ្នំពេញ	\$ 210	\$ 140	\$ 200	\$ 230	\$ 260
16	1ថ	ភ្នំពេញ-កំពង់ស្ពឺ-ភ្នំពេញ	\$ 80	\$ 60	\$ 80	\$ 90	\$ 100
17	1ថ	ភ្នំពេញ-កោះកុង (ទម្លាក់ចុះ)	\$ 220	\$ 160	\$ 220	\$ 280	\$ 320
18	2ថ	ភ្នំពេញ-កោះកុង-ភ្នំពេញ	\$ 280	\$ 190	\$ 270	\$ 340	\$ 370
19	1ថ	ភ្នំពេញ-ក្រចេះ (ទម្លាក់ចុះ)	\$ 200	\$ 140	\$ 200	\$ 250	\$ 300
20	2ថ	ភ្នំពេញ-ក្រចេះ-ភ្នំពេញ	\$ 260	\$ 200	\$ 280	\$ 340	\$ 390
21	1ថ	ភ្នំពេញ-តាកែវ (ទម្លាក់ចុះ)	\$ 120	\$ 80	\$ 100	\$ 120	\$ 140
22	2ថ	ភ្នំពេញ-តាកែវ-ភ្នំពេញ	\$ 180	\$ 120	\$ 150	\$ 170	\$ 210
23	1ថ	ភ្នំពេញ-ព្រៃវែង (ទម្លាក់ចុះ)	\$ 100	\$ 80	\$ 100	\$ 120	\$ 140
24	1ថ	ភ្នំពេញ-ព្រះសីហនុ-ភ្នំពេញ	\$ 170	\$ 120	\$ 170	\$ 220	\$ 260
25	2ថ	ភ្នំពេញ-ព្រះសីហនុ-ភ្នំពេញ	\$ 220	\$ 150	\$ 220	\$ 280	\$ 310
26	3ថ	ភ្នំពេញ-ព្រះសីហនុ-ភ្នំពេញ	\$ 280	\$ 190	\$ 270	\$ 340	\$ 370
27	1ថ	ភ្នំពេញ-សែនមនោរម្យ (មណ្ឌលគីរី) (ទម្លាក់ចុះ)	\$ 280	\$ 190	\$ 280	\$ 350	\$ 410
28	2ថ	ភ្នំពេញ-សែនមនោរម្យ (មណ្ឌលគីរី)-ភ្នំពេញ	\$ 340	\$ 230	\$ 400	\$ 500	\$ 600
29	1ថ	ភ្នំពេញ-ខេត្តរតនគិរី (ទម្លាក់ចុះ)	\$ 400	\$ 260	\$ 400	\$ 490	\$ 570
30	2ថ	ភ្នំពេញ-ខេត្តរតនគិរី-ភ្នំពេញ	\$ 460	\$ 300	\$ 450	\$ 550	\$ 640

31	1ថ	ភ្នំពេញ-ស្ទឹងត្រែង (ទម្លាក់ចុះ)	\$ 350	\$ 230	\$ 350	\$ 440	\$ 500
32	2ថ	ភ្នំពេញ-ស្ទឹងត្រែង-ភ្នំពេញ	\$ 410	\$ 270	\$ 400	\$ 500	\$ 570
33	1ថ	ភ្នំពេញ-សៀមរាប (ទម្លាក់ចុះ)	\$ 220	\$ 150	\$ 220	\$ 270	\$ 300
34	2ថ	ភ្នំពេញ-សៀមរាប-ភ្នំពេញ	\$ 280	\$ 190	\$ 270	\$ 330	\$ 370
35	3ថ	ភ្នំពេញ-សៀមរាប-ភ្នំពេញ	\$ 340	\$ 230	\$ 320	\$ 390	\$ 430

២.១០.២ ការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស

ការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាសខាងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស តែងតែមានការរៀបចំដោយខ្លួនឯង ដោយក្រុមហ៊ុនបានចូលជាសមាជិក IATA ដូច្នេះក្រុមហ៊ុនមានសិទ្ធិកក់ និងចេញជូនភ្ញៀវទៅតាមតម្រូវការទាំងក្នុងប្រទេស និងក្រៅប្រទេស។ ក្រុមហ៊ុនតែងតែធ្វើការកក់សំបុត្រហោះហើរតាមរយៈដៃគូអាកាសចរណ៍ដូចជា៖

- Asiana Airlines
- Emirates Airline
- Qatar Airways
- China Airlines
- Eva Airways
- Cathy Dragon
- Korean Air
- China Southern Airlines
- Cambodia Angkor Air
- Lanmei Airlines
- Bayon Airlines
- Bassaka Air
- Cambodia Airway
- JC Cambodia International Airlines ។

តម្លៃនៃការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស

ប្រទេស COUNTRIES	ទៅកាន់ទីក្រុង CITES/TOWNS	តម្លៃមធ្យមចាប់ពី	
		មួយទៅ(OW)	មួយទៅ(OW)
ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា CAMBODIA	PHNOM PENH – SIEM REAP	\$ 50.00	\$ 100.00
		\$ 45.00	\$ 90.00
		\$ 40.00	\$ 80.00
	SIEM REAP – PHNOM PENH	\$ 50.00	\$ 100.00
		\$ 40.00	\$ 80.00
		\$ 45.00	\$ 90.00
	SIEM REAP – SIHANOUKVILLE	\$ 50.00	\$ 100.00
		\$ 45.00	\$ 90.00
	SIHANOUKVILLE – SIEM REAP	\$ 45.00	\$ 90.00
		\$ 52.00	\$ 104.00
ប្រទេសថៃ THAILAND	BANGKOK SUVARNABHUMI	\$ 50.00	\$ 100.00
		\$ 55.00	\$ 110.00
		\$ 137.00	\$ 194.00
		\$ 164.00	\$ 174.00
	BANGKOK DONMUEANG	\$ 174.00	\$ 182.00
		\$ 182.00	
ហុងកុង HONG KONG	HONG KONG	\$ 55.00	\$ 110.00
		20KG = 18\$	20KG = 36\$
		NA	\$ 268.00
	SINGAPORE	\$ 137.00	\$ 182.00
		\$ 168.00	\$ 213.00
		\$ 206.00	\$ 295.00
		\$ 60.00	\$ 133.00

សិង្ហបុរី SINGAPORE	KUALA LUMPUR	20KG = 16\$	20KG = 32\$
		\$ 75.00	\$ 175.00
		\$ 58.00	\$ 87.00
		\$ 46.00	\$ 66.00
		20KG = 18\$	20KG = 36\$
ម៉ាឡេស៊ី MALAYSIA	HO CHI MINH	\$ 77.00	\$ 128.00
		5\$ / KG	10\$ / KG
		\$ 126.00	\$ 228.00
		\$ 88.00	\$ 148.00
	HANNOI	\$ 120.00	\$ 212.00
វៀតណាម VIETNAM	YANGON	NA	\$ 317.00
		\$ 250.00	\$ 346.00
		\$ 343.00	\$ 428.00
ឡាវ LAO	VIENTIANE	\$ 216.00	\$ 242.00

២.១១ ការផ្សព្វផ្សាយ និងការលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច

២.១១.១ យុទ្ធសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយ

២.១១.១.១ ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេសមានការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ គឺប្រើប្រាស់នៅក្នុងរយៈពេលខ្លី ដើម្បីជំរុញអោយអតិថិជនទិញទំនិញ ឬសេវាកម្មភ្លាមៗដោយមានបន្ថែមនូវដ្ឋានលើកទឹកចិត្តផ្សេងៗ។ ដោយធ្វើការផ្សព្វផ្សាយមានលក្ខណៈជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេសមាន២យ៉ាងនោះគឺ៖

១. ការផ្សព្វផ្សាយនៅក្នុងប្រទេស : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេសមានយុទ្ធសាស្ត្រជំរុញផ្សព្វផ្សាយលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច និងសេវាកម្មរបស់ខ្លួនតាមរយៈមធ្យោបាយមួយចំនួនដូចជា៖ ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលក្នុងនោះបានផ្សាយតាមទូរទស្សន៍ PNN CNC CTN ការផ្សាយតាមអ៊ីម៉ែល ទៅកាន់អតិថិជនគោលដៅមួយ

ចំនួនដែលអាចធ្វើបានដូចជា៖ សកម្មភាពសង្គម បណ្តាអង្គការនានា ឬបណ្តាទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ធំៗមួយ ចំនួន និងបោះពុម្ពផ្សាយព្រមទាំងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ និងផែនទីផងដែរ។

២. ការផ្សព្វផ្សាយនៅក្រៅប្រទេស : ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅក្រៅប្រទេសទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ពុំទាន់មានសកម្មភាពគួរអោយកត់សំគាល់ណាមួយទេគឺមានតែមធ្យោបាយមួយគត់គឺការផ្សព្វផ្សាយ តាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត តាមSkype តាមអ៊ីម៉ែល និងតាមរយៈភ្ញៀវចាស់ៗដែលគាត់ធ្លាប់ទិញកញ្ចប់ធុរអោយ ពួកគាត់ជាអ្នកផ្សព្វផ្សាយអោយ និងតាមរយៈដៃគូជាអ្នកបញ្ជូនអោយជាដើម។

២.១១.១.២ ការទំនាក់ទំនង

ការទំនាក់ទំនងគឺជាឧទាហរណ៍របស់អ្នកលក់ ហើយផលិតផលរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មួយនឹង មិនទៅដល់អតិថិជនទេ បើគ្មានការផ្សព្វផ្សាយ ឬការទំនាក់ទំនង។ រាល់ការទំនាក់ទំនងធ្វើយ៉ាងណាអោយ អតិថិជន និងអ្នកទទួលព័ត៌មានមួយចំនួនដឹង និងទទួលបាននូវព័ត៌មានរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។ រីឯ ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស វិញកំពុងយកចិត្តទុកដាក់អំពីបញ្ហានេះផងដែរ ហើយទីភ្នាក់ងារ ទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេសមានទំនាក់ទំនងល្អ ជាពិសេសផ្នែកទីផ្សារ ព្រោះជាអ្នកនាំព័ត៌មានរបស់ទីភ្នាក់ងារ ទេសចរណ៍អោយដល់អតិថិជន។ ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានការផ្សព្វផ្សាយខ្លះៗតាមរយៈ ទូរទស្សន៍ សៀវភៅផ្គត់ កាសែត និងផែនទី។ល។

២.១១.១.៣ ការបែងចែកលក់តាមត្រួតពិនិត្យ

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានរៀបចំការបែងចែកលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច និងសេវាកម្មតាម រយៈ២ដំណាក់កាលនោះគឺ៖

ក. ទីភ្នាក់ងារនៅក្រៅប្រទេស : គឺទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មានការបែងចែកដោយបានរៀបចំនូវកញ្ចប់ខ្សែទស្សន -កិច្ចកម្មវិធីប្លែកៗ ដើម្បីធ្វើអោយអតិថិជនមានការចាប់អារម្មណ៍ និងរៀបចំតម្លៃពិសេស ចំពោះទីភ្នាក់ងារក្រៅ ប្រទេសដោយទុកកម្រៃជើងសារអោយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដៃគូថែមទៀត។

ខ. ទីភ្នាក់ងារក្នុងស្រុក : គឺទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មានការបែងចែក និងរៀបចំនូវតម្លៃកញ្ចប់សេវាកម្មទៅ អោយទីភ្នាក់ងារក្នុងស្រុកដែលធ្លាប់បញ្ជូនមក និងមិនធ្លាប់បញ្ជូនផងដែរ ដោយមានរៀបចំទុកកម្រៃជើងសារអោយ ផងដែរ ហើយក្នុងនោះខាងផ្នែកសណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន និងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដឹកជញ្ជូនជាដើម ដែលជា ដៃគូរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេសផងដែរ។

២.១១.២ ការរៀបចំបណ្តាញលក់

ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេសក្នុងការរៀបចំបណ្តាញលក់នេះទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍បានបែងចែកជាប្រភេទផ្សេងៗគ្នា ដែលក្នុងនោះអ្នកប្រតិបត្តិសកម្មភាពនេះ គឺជាអ្នកចាប់អារម្មណ៍ខ្ពស់បំផុត។ អ្នកផ្សព្វផ្សាយ និងអ្នកលក់ ជាអ្នកបំពេញការងារចម្បងដោយត្រូវបើកត្រួសត្រាយគោលបំណងរបស់គេ គឺរកច្រកលក់ចេញ ឬរកឈ្មួញ (អ្នកជំនួយការលក់) អោយបានសម្រាប់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍របស់យើង។

២.១២ ការវិនិច្ឆ័យគុណភាព និងសុវត្ថិភាពអតិថិជន

២.១២.១ អតិថិជនប្រើប្រាស់សេវាកម្មជំនួញ

- + ការបែងចែកការងារប្រតិបត្តិ : នៅទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានការបែងចែកការងារទៅតាមផ្នែកដែលសំខាន់ដើម្បីរៀបចំការងារអោយមានភាពងាយស្រួល និងអនុវត្តជាមួយភ្លៀវជាដើមដូចជា៖
 - ផ្នែកអ្នកទទួលភ្ញៀវ : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានអ្នកទទួលភ្ញៀវដែលជាអ្នកប្រាប់នូវព័ត៌មាន ដែលទាក់ទងទៅនឹងការងារប្រតិបត្តិផ្ទាល់ភ្ញៀវ និងអ្នកទទួលទូរស័ព្ទ និងឆ្លើយតបសារផ្សេងៗ ។
 - ផ្នែកអ្នករៀបចំផ្លូវ : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានតួនាទីរៀបចំផ្លូវកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តផ្សេងៗទាំងក្នុងស្រុក និងក្រៅប្រទេស ។
 - ផ្នែកទីផ្សារ : មានតួនាទីដើរទំនាក់ទំនងភ្ញៀវ និងទំនាក់ទំនងតាមទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ អង្គការ និងស្ថាប័នផ្សេងៗ ។
 - មគ្គុទ្ទេសក៍ : មានតួនាទីជាអ្នកសិក្សា រៀបចំជូនភ្ញៀវទៅតាមកន្លែងដែលបានកំណត់ និងទិញ ។
- + ការត្រួតពិនិត្យពេលប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច : នៅទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ការត្រួតពិនិត្យពេលប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ចនោះយ៉ាងណាអោយនូវកម្មវត្ថុ (ទិសដៅ) ទាំងអស់នោះពិតជាត្រូវបានអនុវត្តប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ ហើយក្នុងកំឡុងពេលដំណើរការនៃខ្សែទស្សនកិច្ច ត្រូវបានលើកយកមកធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវនិងបែងចែកអោយមានភាពងាយស្រួល និងមានការព្រមព្រៀងទុកជាមុនដើម្បីធ្វើការដោះស្រាយ។ ប៉ុន្តែបុគ្គលិកក៏ត្រូវដឹងនូវការរៀបចំ និងត្រៀមលក្ខណៈក្នុងការប្រឈមនឹងហេតុការណ៍មួយចំនួនដែលអាចនឹងកើតឡើងដោយយថាហេតុ។
- + ការយកចិត្តទុកដាក់ និងការលើកទឹកចិត្តអតិថិជន : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានការយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះអតិថិជន នៅពេលដែលអតិថិជនមកដល់មានការទទួលស្វាគមន៍ពីបុគ្គលិករបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ និងពេលធ្វើដំណើរផ្សេងៗទៅកាន់រមណីយដ្ឋាន។ រីឯការលើកទឹកចិត្តវិញ

ខាងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានកាដូជូនដល់គាត់ផងដែរដូចជា៖ មួក កាតាប កន្សែងជាដើម។

២.១២.២ អតិថិជនធ្លាប់ប្រើប្រាស់ផលិតផល

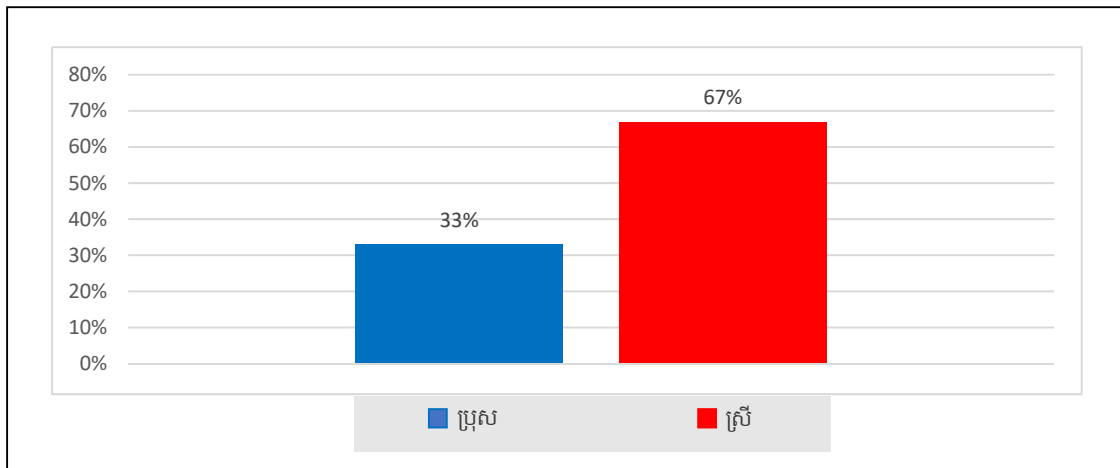
- + ការត្រៀមលក្ខណៈមុនពេលប្រតិបត្តិការ : ជាធម្មតាទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស តែងតែត្រៀមលក្ខណៈជាមុន មុនពេលមានការប្រតិបត្តិនោះ គឺអោយអ្នកនាំភ្ញៀវដែលត្រូវមានតួនាទីជាអ្នកដឹកនាំភ្ញៀវទៅតាមមរណីយដ្ឋានផ្សេងៗ និងទៅក្រៅប្រទេសមានតួនាទីទូរស័ព្ទទៅភ្ញៀវបញ្ជាក់ពីពេលវេលា ទិសដៅជួបជុំគ្នា និងធាតុអាកាសនៅតំបន់និងប្រទេសដែលយើងត្រូវទៅ។ ទូរស័ព្ទបញ្ជាក់ទៅសណ្ឋាគារ រោងជម្រក និងអ្នកដឹកជញ្ជូនជាដើម។
- + ការត្រួតពិនិត្យពេលប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ចំពោះការត្រួតពិនិត្យពេលប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ចនោះ គឺទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ត្រូវមានការរៀបចំខ្ពស់ទាំងការហូបចុក ការស្នាក់នៅ ការដឹកជញ្ជូន ទាំងអ្នកនាំភ្ញៀវ និងមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ផងដែរ។ ហើយការទូរស័ព្ទបញ្ជាក់ឡើងវិញជាការងារចាំបាច់ និងមិនអាចខកខានបាន នៅមុនពេលប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ចអាចប្រព្រឹត្តទៅបានយ៉ាងរលូន។ ការប្រើប្រាស់ទូរស័ព្ទជាការធ្វើអោយយើងចំណេញពេលវេលា ប្រាក់ ថាមពល និងការជៀសវាងការងារខុសឆ្គងផ្សេងៗក្នុងការប្រតិបត្តិមុនពេលខ្សែទស្សនកិច្ចចាប់ផ្តើម។
- + ការយកចិត្តទុកដាក់ និងលើកទឹកចិត្តអតិថិជន : ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានការយកចិត្តទុកដាក់នឹងអតិថិជន ពីព្រោះពេលមកដល់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ និងបានទិញនូវកញ្ចប់សេវាកម្មពីទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ និងធ្វើដំណើរតាមទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍យើងដោយយកចិត្តទុកដាក់ ជាពិសេសមិនថាចាស់ ឬក្មេងឡើយ។

ជំពូកទី៣

របកគំហើញនៃការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច

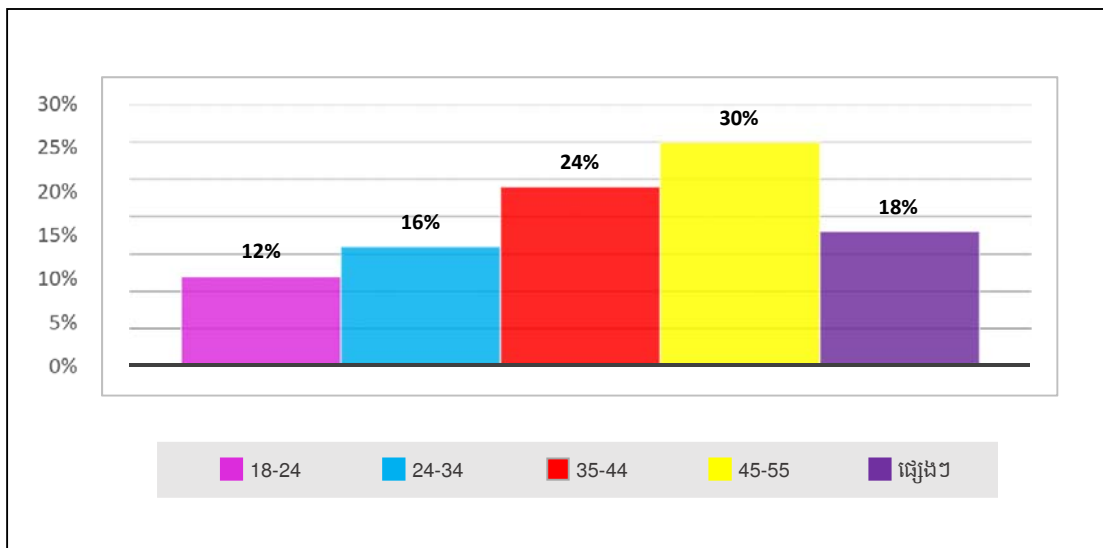
៣.១ របកគំហើញដែលបានសម្ភាសន៍ភ្ញៀវប្រើប្រាស់ខ្សែទស្សនកិច្ច

ក្រាហ្វិចទី៣.១: ភាគរយនៃភេទអតិថិជនដែលប្រើប្រាស់ខ្សែទស្សនកិច្ច



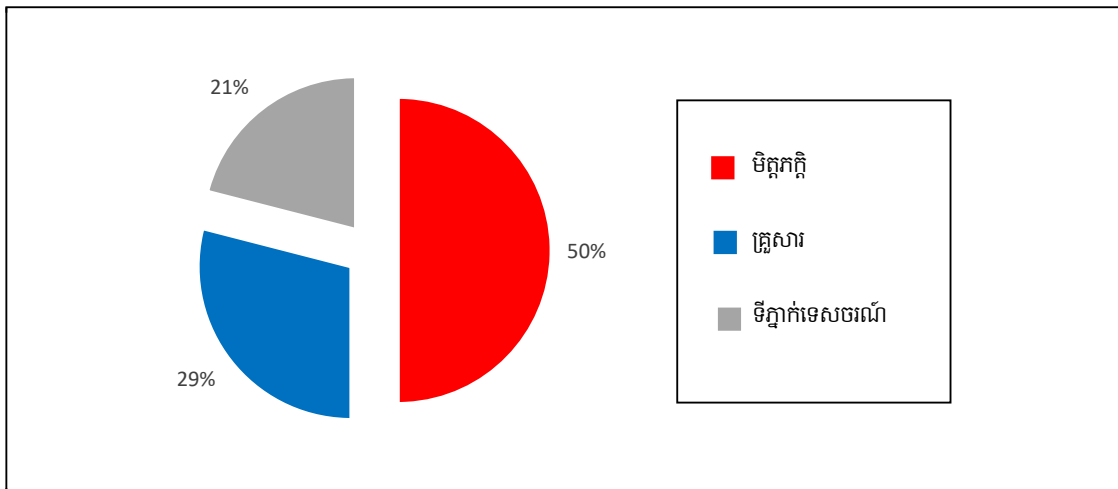
តាមការបំណែកស្រាយខាងលើបានអោយឃើញថា ក្នុងចំណោមភ្ញៀវ៥០នាក់មានភ្ញៀវបុរសមានចំនួន ១៦នាក់ ស្មើ៣៣% និងភ្ញៀវនារីមានចំនួន៣៤នាក់ស្មើនឹង៦៧%។

ក្រាហ្វិចទី៣.២: ភាគរយនៃអាយុអតិថិជន



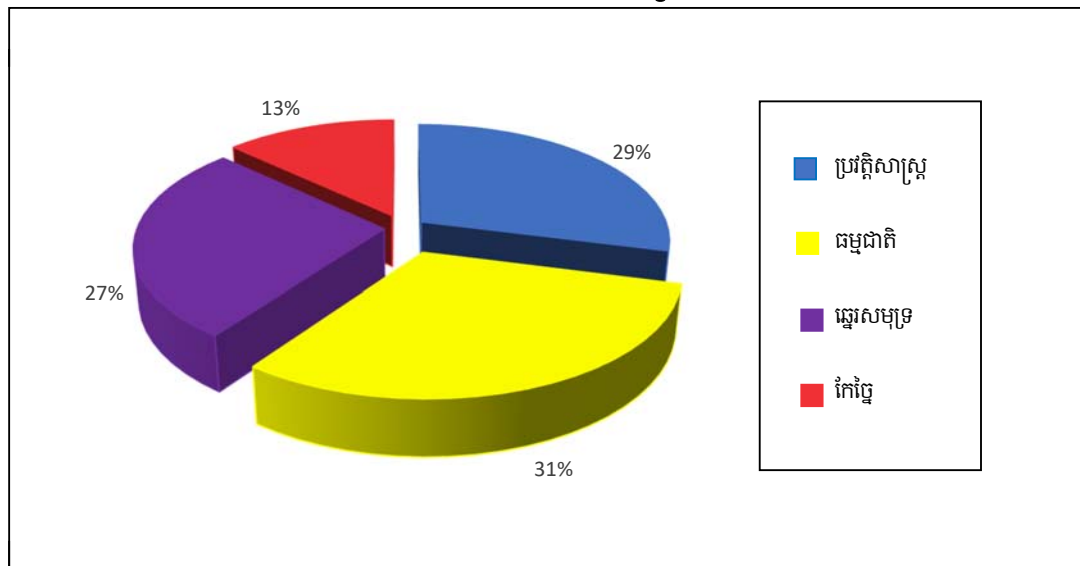
តាមការបំណកស្រាយខាងលើបានបង្ហាញអោយឃើញថាចំនួនភ្ញៀវដែលមានអាយុចន្លោះ៣៥-៤៤ឆ្នាំ មានចំនួន២៤% ក្រោមអាយុចន្លោះ៤៥-៥៥ឆ្នាំមានចំនួន៣០% និងក្រុមអាយុដែលលើសពី៥៥ឆ្នាំមានចំនួន ១៨%។

ក្រាហ្វិចទី៣.៣: ភាគរយនៃភ្ញៀវទេសចរណ៍ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស



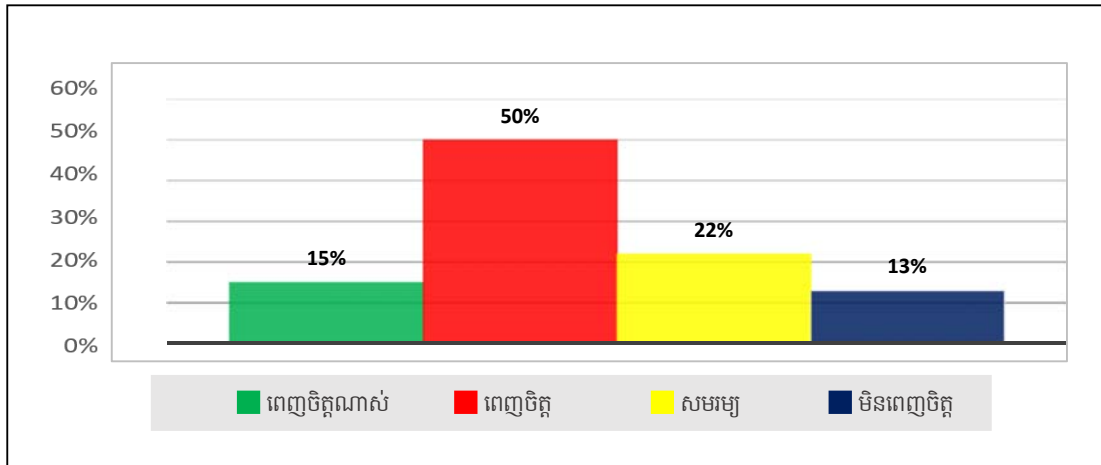
ភ្ញៀវទេសចរណ៍ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានតាមរយៈមិត្តភក្តិមាន៥០% ហើយភ្ញៀវ ទេសចរណ៍ក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិចប្រេស តាមរយៈត្រួសារមាន២៩% និងភ្ញៀវទេសចរណ៍ក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិច ប្រេស តាមរយៈទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មាន២១%។

ក្រាហ្វិចទី៣.៤: ភាគរយនៃតំបន់ទេសចរណ៍ដែលភ្ញៀវទេសចរចង់ទៅលេងកម្សាន្ត



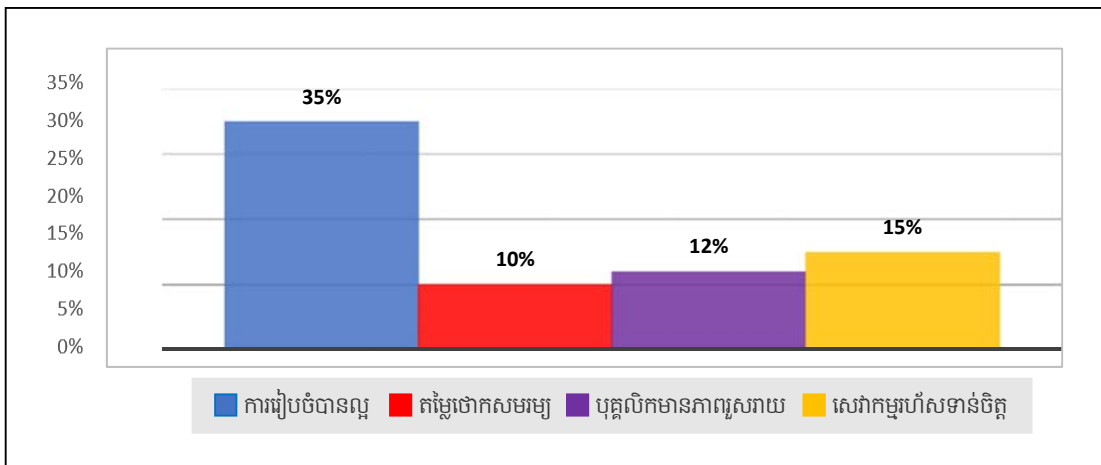
តំបន់ទេសចរណ៍ដែលភ្ញៀវទេសចរចង់ទៅលេងកម្សាន្តបែបប្រវត្តិសាស្ត្រមាន២៩% ហើយតំបន់ទេសចរណ៍ដែលភ្ញៀវទេសចរចង់ទៅលេងកម្សាន្តបែបធម្មជាតិមាន៣១% រីឯតំបន់ទេសចរណ៍ដែលភ្ញៀវទេសចរចង់ទៅលេងកម្សាន្តបែបឆ្នេរសមុទ្រមាន២៧% និងតំបន់ទេសចរណ៍ដែលភ្ញៀវទេសចរចង់ទៅលេងកម្សាន្តបែបកែច្នៃមាន១៣%។

ក្រាហ្វិចទី៣.៥: ភាគរយនៃតំបន់ចំណាប់អារម្មណ៍របស់អតិថិជនចំពោះការលក់ខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុន



ភ្ញៀវពេញចិត្តធ្វើដំណើរទិញខ្សែទស្សនកិច្ចពីក្រុមហ៊ុន រំលង អិចប្រេស មាន៥០% និងភ្ញៀវពេញចិត្តណាស់មាន ១៥% ភ្ញៀវថាសមរម្យមាន២២% និងភ្ញៀវមិនពេញចិត្តមាន១៣%។

ក្រាហ្វិចទី៣.៦: ការពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវចំពោះការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចក្រុមហ៊ុន រំលង អិចប្រេស ដោយសារ



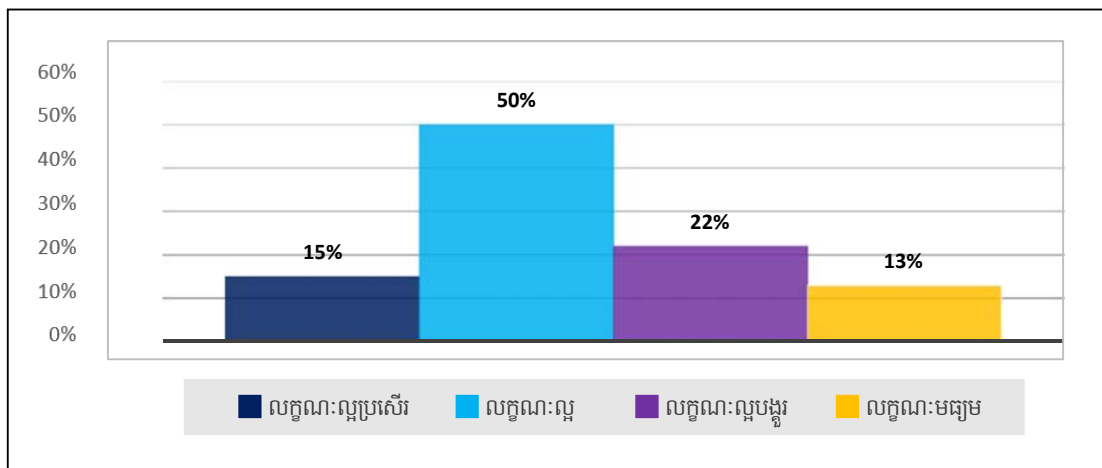
ចំណាប់អារម្មណ៍អតិថិជនចំពោះការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិចប្រេស ការរៀបចំបានល្អមាន៣៥% តម្លៃថ្នាក់សមរម្យមាន១០% ដោយសារបុគ្គលិកមានភាពរួសរាយមាន១២% និងសេវាកម្មរហ័សទាន់ចិត្តមាន១៥%។

ក្រាហ្វិចទី៣.៧: ការមិនពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវចំពោះការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិចប្រេស ដោយសារ

មូលហេតុនៃការមិនពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវ	ភាគរយ
ការពន្យល់របស់មគ្គុទ្ទេសក៍មិនសូវបានល្អ	១០
ក្រុមហ៊ុនមិនបានរៀបចំកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តថ្មីៗ	១៨

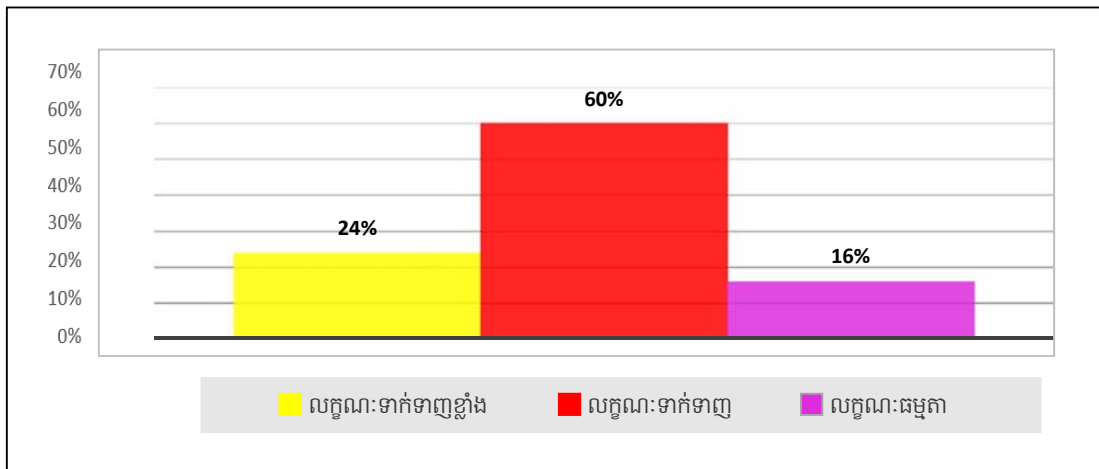
តាមរយៈក្រាហ្វិចទី៣.៦ខាងលើបានបង្ហាញថាភ្ញៀវទេសចរមានការពេញចិត្តរហូតដល់ទៅ ៧២% ហើយការមិនពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវមាន២៨% ចំពោះការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិចប្រេស ទៅលើការពន្យល់របស់មគ្គុទ្ទេសក៍មិនសូវបានល្អមាន១០% និងអ្នកខ្លះទៀតមិនពេញចិត្តយល់ថាក្រុមហ៊ុនមិនបានរៀបចំកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្តថ្មីៗមាន១៨%។

ក្រាហ្វិចទី៣.៨: ភាគរយនៃការវាយតម្លៃលើការដោះស្រាយបញ្ហាជូនអតិថិជន



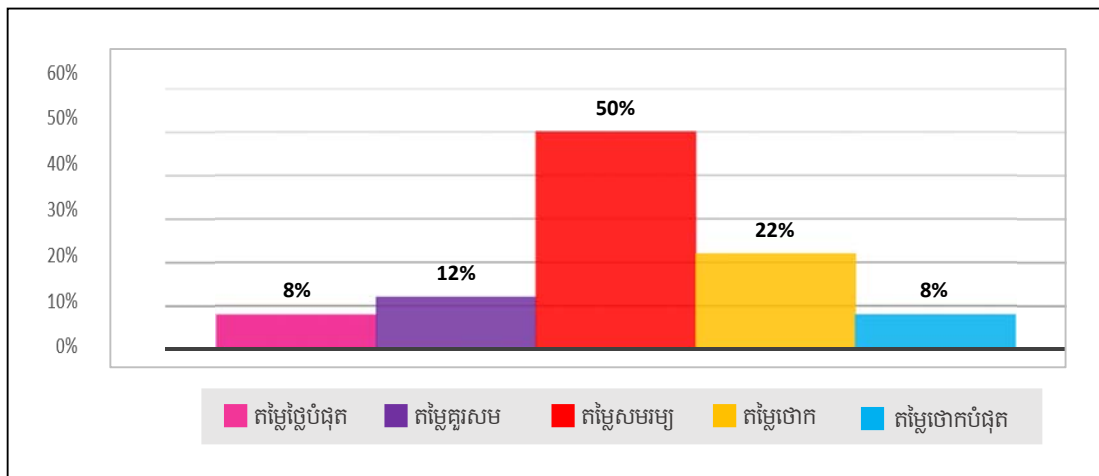
តាមរយៈការវិភាគខាងលើមានលទ្ធផលដូចបង្ហាញខាងលើនេះឃើញថាមានប្រមាណជា៥០%នៃចំនួនអតិថិជនទាំងអស់យល់ថា ការយកចិត្តទុកដាក់លើការដោះស្រាយបញ្ហាជូនអតិថិជនមានលក្ខណៈល្អ ចំណែកដទៃទៀតមាន១៥%ផ្សេងទៀតយល់ថាមានលក្ខណៈល្អប្រសើរ ហើយ២២%ទៀត គិតថាមានលក្ខណៈល្អបង្អួច អាចទទួលយកបាន និង១៣%នៃភ្ញៀវទាំងអស់យល់ថាមានលក្ខណៈមធ្យម។

ក្រាហ្វិចទី៣.៩: ភាគរយនៃការវាយតម្លៃលើចំណាប់អារម្មណ៍អតិថិជនចំពោះក្រុមហ៊ុន



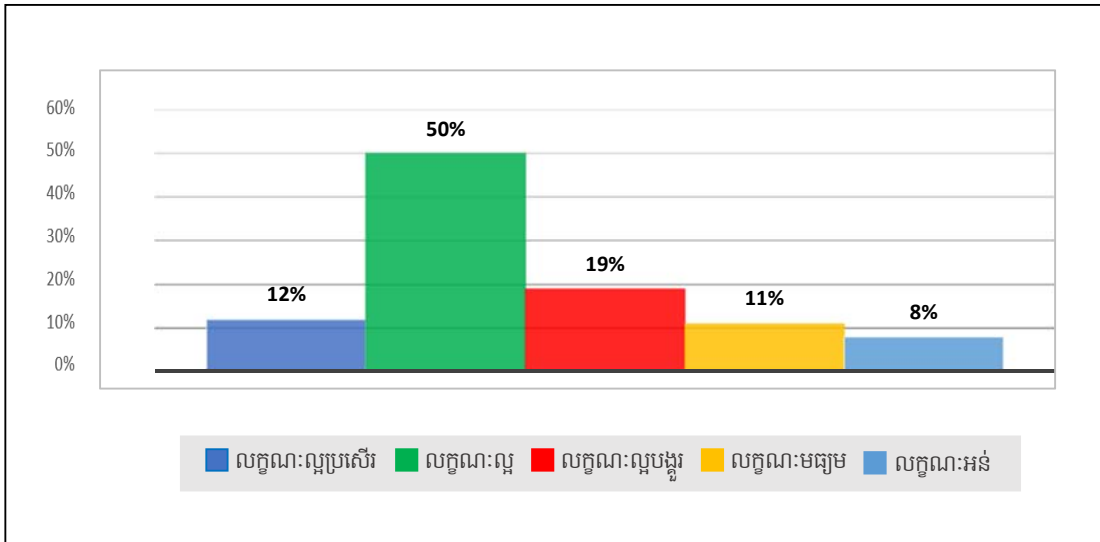
តាមរយៈការវិភាគខាងលើមានលទ្ធផលដូចបង្ហាញខាងលើនេះឃើញថាមានប្រមាណជា៦០%យល់ថា ទិដ្ឋភាពក្នុងក្រុមហ៊ុនមានលក្ខណៈទាក់ទាញ ហើយមានចំនួន២៤%ផ្សេងទៀតមានភាពស្រស់ស្អាត និងលក្ខណៈ ទាក់ទាញខ្លាំង រីឯអតិថិជន១៦%ដទៃទៀតយល់ថាក្រុមហ៊ុនមានលក្ខណៈធម្មតា។

ក្រាហ្វិចទី៣.១០: ភាគរយនៃទស្សនៈរបស់អតិថិជនចំពោះតម្លៃសេវាកម្មធៀបនឹងទីផ្សារ



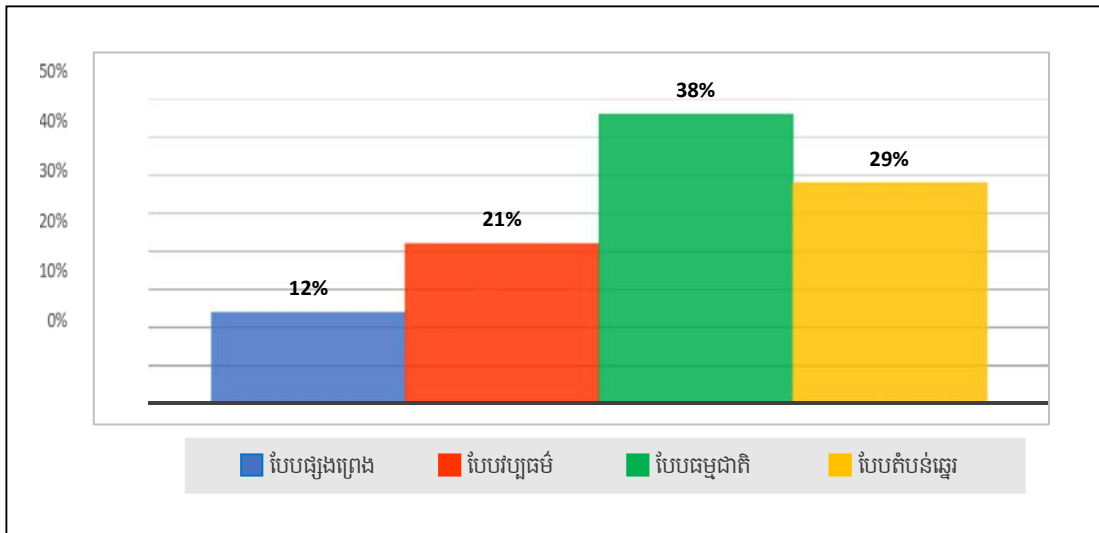
តាមទស្សនៈខ្លះៗអំពីអតិថិជនដែលបានប្រើប្រាស់សេវាកម្មផ្សេងៗរបស់ក្រុមហ៊ុនដោយបានបញ្ចេញនូវ មតិយោបល់មួយចំនួនដែលក្នុងនោះមាន៥០% ដែលយល់ថាតម្លៃសេវារបស់ក្រុមហ៊ុនមានតម្លៃសមរម្យអាច ទទួលយកបាន។ ចំណែកអតិថិជន៨%ទៀតយល់ឃើញថា តម្លៃសេវារបស់ក្រុមហ៊ុនមានតម្លៃថ្លៃបំផុតបើ ប្រៀបធៀបទៅនឹងក្រុមហ៊ុនដទៃទៀត ហើយ១២%យល់ថាមានតម្លៃគួរសម។ រីឯអតិថិជន២២%យល់ថាមាន តម្លៃថោក និង៨%ទៀតគិតថាតម្លៃសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនមានតម្លៃថោកបំផុត។

ក្រាហ្វិចទី៣.១១: ភាគរយនៃទស្សនៈរបស់អតិថិជនចំពោះគុណភាពសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន



តាមរយៈការវិភាគខាងលើមានលទ្ធផលដូចបង្ហាញខាងលើនេះឃើញថាមានប្រមាណជា៥០%នៃចំនួនអតិថិជនទាំងអស់យល់ថាសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនមានលក្ខណៈល្អ ចំណែកឯភ្ញៀវចំនួន១២%ផ្សេងទៀតយល់ថាមានលក្ខណៈល្អប្រសើរ ហើយ១៩%ទៀតគិតថាមានលក្ខណៈល្អបង្អួចអាចទទួលយកបាន រីឯ១១%នៃភ្ញៀវទាំងអស់យល់ថាមានលក្ខណៈមធ្យម និង៨%ផ្សេងទៀតគិតថាសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនមានលក្ខណៈអន់។

ក្រាហ្វិចទី៣.១២: ភាគរយនៃតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទៅលើការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ច



តាមការសិក្សាខាងលើបានបង្ហាញអោយឃើញថា ប្រភេទខ្សែទស្សនកិច្ចដែលភ្ញៀវមានតម្រូវការខ្ពស់បែបធម្មជាតិមាន៣៨% តំបន់ឆ្នេរមាន២៩% បែបវប្បធម៌មាន២១% និងបែបផ្សេងៗមាន១២%។

៣.២ ការវិភាគ SWOT

តាមរយៈការស្រាវជ្រាវ និងចុះធ្វើកម្មសិក្សាដោយផ្ទាល់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស កន្លងមកបានបង្ហាញអោយឃើញថា “ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស” គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់សម្រាប់វិស័យមួយនេះ ដូច្នេះដើម្បីអោយការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបស់យើងខ្ញុំមានលក្ខណៈកាន់តែប្រសើរទៅទៀតនោះ ពួកយើងខ្ញុំទាំងពីរបានធ្វើការវិភាគនៃភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយ ឱកាស និងការគ្រោះកំហែងរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ដូចជា ៖

៣.២.១ ភាពខ្លាំង

កម្លាំង ឬភាពខ្លាំងគឺជាការពិពណ៌នាអំពីផ្នែកទាំងអស់នៃកិច្ចដំណើរការអាជីវកម្មដែលអាចធ្វើវិភាគទានយ៉ាងសមរម្យទៅលើភាពជោគជ័យនៃការងារ។ ឧទា. កម្លាំងអាចកើតមានឡើងដោយសារមានបុគ្គលដែលបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលការទាក់ទាញនៃទំនិញ និងជាសេវាកម្មមានតម្លៃសមរម្យអាចប្រកួតប្រជែងបានមានបរិយាកាសសង្គមល្អ។ ចំណែកភាពខ្លាំងរបស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានដូចខាងក្រោម៖

- ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស គឺជាទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍មួយដែលមានវ័យចំណាស់ក្នុងទីផ្សារ
- មានដៃគូសហការជាច្រើនទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេស
- ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍បានចូលជាសមាជិករបស់សមាគមន៍ និងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍កម្ពុជា CATA PATA និង IATA
- ក្រុមហ៊ុនមានសាខានៅតាមបណ្តាខេត្តដែលធ្វើអោយមានភាពងាយស្រួលដល់ទេសចរ និងអតិថិជន
- បុគ្គលិករបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងអស់សុទ្ធតែមានជំនាញច្បាស់លាស់រៀងៗខ្លួន និងធ្វើការហ័សទាន់ចិត្តអាចបំពេញតាមតម្រូវការភ្ញៀវ ហើយថែមទាំងអាចជួយការងារគ្នាបាននៅពេលមមាញឹកការងារ
- ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស មានអតិថិជនជាច្រើន ដែលអតិថិជនទាំងនោះជាអតិថិជនស្មោះត្រង់
- ផលិតផលមានគុណភាពល្អ ហើយតម្លៃសមរម្យ និងមានលក្ខណៈស្តង់ដា
- អតិថិជនរបស់ វីលដ៍ អិចប្រេស តែងតែត្រូវបានលើកទឹកចិត្ត
- ផ្តល់នូវទំនុកចិត្តដល់ភ្ញៀវដែលបានប្រើសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ព្រោះក្រុមហ៊ុនមានទំនួលខុសត្រូវខ្ពស់ទៅលើសេវាកម្មរបស់ខ្លួន
- ក្រុមហ៊ុនបានសិក្សាទៅលើតម្រូវការរបស់អតិថិជនជាមុន មុននឹងបង្កើតជាកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចលក់ចេញ ដោយជៀសវាងការលក់មិនបាន

- ក្រុមហ៊ុនមានកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយដៃគូដូចជា៖ សណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន និងក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនជាដើម។

៣.២.២ ភាពខ្សោយ

ភាពខ្សោយគឺជាផ្នែកមួយដែលតំណាងអោយទិដ្ឋភាពការងារ ដែលអាចធ្វើអោយមានការអន់ថយនូវគុណភាពផលិតផល ឬធ្វើអោយប៉ះពាល់ដល់កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការស្វែងរកទីផ្សារ។ ភាពទន់ខ្សោយអាចមើលឃើញពីទស្សនៈរបស់អតិថិជន។ ឧទា. ភោជនីយដ្ឋានមួយបិទទ្វារដោយមូលហេតុមួយចំនួនដូចជា មិនទាន់ស្របតាមតម្រូវការ មិនទាន់ស្របតាមទំនោរទេសចរណ៍ ការផ្គត់ផ្គង់អគ្គិសនី និងទឹកមិនល្អ ខ្វះខាតប្រព័ន្ធទូរគមនាគមន៍ ខ្វះខាតការសំអាតនៅតាមទីធ្លា ជាពិសេសបញ្ហាអភិបាលកិច្ចមិនមានសុវត្ថិភាពល្អ។ ដោយឡែកចំពោះទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ទោះបីជាមាននូវភាពខ្លាំងយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស នៅមានចំណុចខ្សោយមួយចំនួនផងដែរ ហើយចំណុចខ្សោយទាំងនោះរួមមាន៖

- ការិយាល័យរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ចង្អៀតពេកពិបាកក្នុងការធ្វើការងារ
- បណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកពុំទាន់ស្របតាមលក្ខណៈអន្តរជាតិ
- ទោះបីជាក្រុមហ៊ុនមានដៃគូច្រើននៅក្នុងពិភពលោកក៏ដោយ ក៏ប៉ុន្តែពុំសូវមានដៃគូនៅក្នុងប្រទេសតំបន់អឺរ៉ុប និងសហរដ្ឋអាមេរិក
- បុគ្គលិកពុំទាន់មានតួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវធ្វើការច្បាស់លាស់នៅឡើយ ដោយសារការបែងចែកការងារនៅមិនទាន់មានរបៀបរៀបរយទៅតាមផ្នែកនៃការងារ និងការគ្រប់គ្រងច្បាស់លាស់នៅឡើយ
- បច្ចេកវិទ្យាដែលប្រើប្រាស់មានការអាក់អន់ធ្វើអោយការងារយឺតយ៉ាវ
- សំពាធដែលកើតឡើងចំពោះក្រុមហ៊ុនពីបណ្តាទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដទៃទៀត ដែលជាដៃគូប្រជែងដែលមានឥទ្ធិពលខ្លាំង និងដែលបានចូលជាសមាជិក CATA PATA និង IATA
- ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចក្នុងស្រុកមានលក្ខណៈដដែលៗ។

៣.២.៣ ឱកាស

កាលានុវត្តន៍ភាព ឬឱកាស គឺជាផ្នែកមួយដែលអាចទទួលបានបន្ទាប់ពីមានការវិភាគទីផ្សារ និងផលិតផលព្រោះវាជាទិដ្ឋភាពដែលបញ្ជាក់អំពីកាលានុវត្តន៍ភាពអាចដឹកនាំទៅរកវិក្រិតកម្ម និងការអាចបើកចំហនូវភាពប្លែកៗនៃបណ្តាកាលានុវត្តន៍ភាពថ្មីៗ ការប៉ះពាល់ផ្លាស់ប្តូរនយោបាយថ្មីៗនៅក្នុងប្រទេស ឬនៅក្នុងទីផ្សារសំខាន់ៗ និន្នាការសេដ្ឋកិច្ចសង្គម ឱកាសដែលបើកចំហដោយបច្ចេកវិទ្យាថ្មី សេចក្តីសម្រេចថ្មីទៅលើបរិស្ថាន

និងបរិយាកាសធុរៈកិច្ច (ល្អប្រសើរ) សម្រាប់ការវិនិយោគ។ ចំពោះឱកាសរបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស រួមមាន៖

- គោលនយោបាយអភិវឌ្ឍន៍ទេសចរណ៍របស់រដ្ឋាភិបាល ដែលធ្វើអោយមានការកើនឡើងនូវភ្ញៀវក្នុងស្រុក
- ធនធានមនុស្សកំពុងរីកចម្រើនកើនឡើងពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ ដែលជាឱកាសស្របយកកម្លាំងពលកម្មសម្រាប់សកម្មភាពការងាររបស់ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស
- ការដួលរលំនៃទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ថ្មីៗ គឺជាឱកាសសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីបង្កើនភ្ញៀវ
- ការរីកចម្រើននូវបណ្តាវិស័យសេវាកម្ម និងសម្បទាទេសចរណ៍ជាច្រើននាពេលបច្ចុប្បន្ន
- មានភ្ញៀវច្រើននៅពេលបុណ្យជាតិម្តងៗ (ឧ. បុណ្យចូលឆ្នាំខ្មែរ បុណ្យអុំទូក បុណ្យចូលឆ្នាំសាកល និងបុណ្យច្រត់ព្រះនង្គ័ល។ល។)
- តាមរយៈសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី និងរាជរដ្ឋាភិបាលមានទំនាក់ទំនងល្អជាមួយបណ្តាប្រទេសជាច្រើនលើពិភពលោក ហើយមានទំនាក់ទំនងយ៉ាងទូលំទូលាយរបស់ប្រទេសកម្ពុជាបានធ្វើអោយមានកំណើនឡើងនៃភ្ញៀវទេសចរណ៍ជាប់
- ច្បាប់ទេសចរណ៍នៅប្រទេសកម្ពុជាមានការគ្រប់គ្រងបានល្អដូចជា៖ សេវាកម្មស្នាក់នៅ មេណាយដ្ឋាន និងបណ្តាសម្បទាមួយចំនួនផ្សេងទៀត
- ការបែងចែកប្រភេទមេណាយដ្ឋានតាមចំណាត់ថ្នាក់
- ក្រុមហ៊ុនបានចូលជាសមាជិករបស់សមាគមន៍ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ និងមានភាពងាយស្រួលសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន ដោយសមាគមន៍ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍បានជួយផ្សព្វផ្សាយអំពីសេវាកម្មក្រុមហ៊ុនបានយ៉ាងទូលំទូលាយទៀតផង
- ដោយសារប្រទេសកម្ពុជាមានសន្តិសុខ ស្ថេរភាពនយោបាយ ព្រមទាំងការពារសុវត្ថិភាពដល់ទេសចរផងនោះ បានធ្វើអោយទេសចរមានចំនួនកើនឡើងពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ
- ការចូលរួមពីសំណាក់រាជរដ្ឋាភិបាលលើការផ្សព្វផ្សាយអំពីធនធានទេសចរណ៍កម្ពុជាបានធ្វើអោយមានការចាប់អារម្មណ៍យ៉ាងខ្លាំងពីសំណាក់ទេសចរនៅលើពិភពលោក។

៣.២.៤ ការគ្រោងអំបោង

គឺជានិន្នាការព្រឹត្តិការណ៍ ឬកត្តាណាមួយដែលអាចប៉ះពាល់ដល់វិស័យសកម្មភាពទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍នាពេលអនាគតក្នុងមធ្យោបាយអវិជ្ជមាន។ ការគំរាមកំហែងនេះអាចមានដូចជា៖ អាកប្បកិរិយាសង្គមអវិជ្ជមាន ជំងឺរាលដាល រដ្ឋាភិបាលដឹកនាំដោយអាកាសអន់ថយ កំណើនបំពុលបរិយាកាស កង្វះខាតលើការផ្គត់ផ្គង់

ផលិតផលផ្សេងៗ បាត់បង់បុគ្គលិកគន្លឹះ មានការផ្លាស់ប្តូរក្នុងអត្រាបរិយាប័ណ្ណបរទេស មានការប្រកួតប្រជែងថ្មីៗ ឬការផ្គត់ផ្គង់ទឹកមិនគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់អនាគត។ យ៉ាងណាមិញចំពោះទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស ការគំរាមកំហែងរួមមាន៖

- ការផ្ទុះចេញនូវជំងឺដ៏កាចសាហាវកូវីត១៩ ដែលនាំអោយទេសចរមួយចំនួនធំមិនហ៊ានធ្វើដំណើរកម្សាន្ត
- ការរីកចម្រើនជឿនលឿននូវប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត ធ្វើអោយភ្ញៀវមួយចំនួនធ្វើការកក់សេវាកម្មផ្សេងៗដោយខ្លួនឯង
- ការរីកដុះដាលនូវទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ច្រើន ធ្វើអោយមានការប្រកួតប្រជែងដណ្តើមយកអតិថិជននៅលើអាជីវកម្ម
- ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ដែលគ្មានអាជ្ញាប័ណ្ណត្រឹមត្រូវនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជានាពេលបច្ចុប្បន្នបានបង្កើតឡើងយ៉ាងច្រើនដែលបង្កអោយមានការប្រកួតប្រជែង និងការគំរាមកំហែងយ៉ាងខ្លាំងសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន
- ក្រុមហ៊ុនត្រូវប្រឈមមុខជាមួយនឹងការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ដោយសារតែមានក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ជាច្រើននៅក្នុងប្រទេស និងក្រៅប្រទេសដែលបានដំណើរការមុន និងកំពុងដំណើរការជាច្រើនថ្មីៗទៀតនាពេលបច្ចុប្បន្ន
- ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចនៅតាមទីភ្នាក់ងារដទៃទៀតមានតម្លៃថោកជាង
- ទេសចរភាគច្រើនមកធ្វើដំណើរកម្សាន្តនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជារបស់យើង មកជាលក្ខណៈឯកជន គឺមិនមែនមកតាមរយៈទីភ្នាក់ងារក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍
- តំបន់ទេសចរណ៍ភាគច្រើនមានលក្ខណៈខូចខាត
- ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍មួយចំនួនកំពុងតែបង្កើត និងលក់ខ្សែទស្សនកិច្ចដោយផ្ទាល់
- ការផ្តល់អោយជនបរទេសមានឱកាសក្នុងការពង្រីកនូវទីផ្សារ អាជីវកម្មទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍របស់ពួកគេជាហេតុនាំអោយក្រុមហ៊ុនមានការពិបាកក្នុងការប្រកួតប្រជែង ជាពិសេសក្រុមហ៊ុនដែលមានដើមទុនច្រើននោះដូចជាក្រុមហ៊ុនធំៗមួយចំនួនដែលកំពុងព្យាយាមដណ្តើមទីផ្សារពីក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិចប្រេស
- ស្ថេរភាពទីផ្សារមានការឡើងចុះ ជាពិសេសតម្លៃទំនិញមានការកើនឡើង តែប្រាក់ចំណូលប្រជាជនបែរជាទាប (ប្រទេសកម្ពុជា) ជាហេតុនាំអោយប្រជាពលរដ្ឋកាត់បន្ថយការចំណាយ និងការដើរកម្សាន្តផ្សេងៗ ហើយចំណុចនេះនាំអោយក្រុមហ៊ុនបានបាត់បង់ទីផ្សារអស់មួយផ្នែកទៀតផង
- ប្រទេសយើងជាប្រទេសដែលអភិវឌ្ឍន៍នូវមានកម្រិតហើយក៏មិនទាន់មាន ការរីកចម្រើនលើគ្រប់វិស័យ ហើយជាពិសេសវិស័យហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធមិនទាន់មានលក្ខណៈស្រួលបូលនៅឡើយ វាជាហេតុនាំអោយ

ក្រុមហ៊ុនមិនអាចនាំភ្ញៀវជាតិក៏ដូចជាអន្តរជាតិដែលចង់ទស្សនានូវតំបន់មួយចំនួននោះបានតាមអ្វីដែល
ពួកគាត់ចង់បាន វាជាហេតុនាំអោយមានផលលំបាកនៅក្នុងការធ្វើដំណើរជាហេតុនាំអោយក្រុមហ៊ុន
ពិបាកនាំភ្ញៀវទាំងនោះទៅផង ។

ការវិភាគស្ថានភាព (SWOT) បង្ហាញពីភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមកំហែងរបស់ទីភ្នាក់
ទេសចរណ៍ វីលដ៍ អ៊ិចប្រេស អាចផ្តល់នូវទិន្នន័យល្អមួយសម្រាប់ដំណើរការនៃការរៀបចំផែនការការងាររបស់
ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។ ភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមកំហែង ជាមធ្យោបាយផ្សេងៗសម្រាប់
បង្កើនផលិតកម្មដែលមានតម្រូវការខ្លាំងនៅក្នុងទីផ្សារទេសចរណ៍នៅប្រទេសកម្ពុជានាពេលបច្ចុប្បន្ន។

ឯកសារយោង

ឯកសារស្រាវជ្រាវពីសៀវភៅ

០១. ច្បាប់ស្តីពីការគ្រប់គ្រងវិស័យទេសចរណ៍នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា, ១១ មិថុនា ២០០៩
០២. ព្រះរាជក្រឹត្យស្តីពីច្បាប់ទេសចរណ៍, ១០ មិថុនា ២០០៩
០៣. ច្រឡឹង សុមេធា. ២០០៣. *ការគ្រប់គ្រងការរៀបចំការធ្វើដំណើរ*. ភ្នំពេញ៖ បណ្ណាគារអង្គរ
០៤. ច្រឡឹង សុមេធា និងវ៉ាត់ វ៉ាន់រ៉េ. ២០១១. *ទេសចរណ៍*. ភ្នំពេញ៖ បណ្ណាគារអង្គរ
០៥. បណ្ឌិត ឈុន ពហុ, អនុបណ្ឌិត ជា ស៊ីថា, ហុង វណ្ណៈ និងសាំង ចន្ទ. ២០១៣. *សេចក្តីផ្តើមទេសចរណ៍*
០៦. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី. ២០១២. *សញ្ញាណ និងទ្រឹស្តីទេសចរណ៍*. ភ្នំពេញ
០៧. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី. ២០០២. *ទេសចរណ៍ : ទ្រឹស្តី និងទស្សនៈជាមូលដ្ឋាន*. ភ្នំពេញ
០៨. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី. ២០១២. *ការគ្រប់គ្រងសេវាកម្ម*. ភ្នំពេញ
០៩. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី និងឡេ សុជាតិ. ២០០៣. *ផែនការអាជីវកម្ម និងគំរោងប្រតិបត្តិការ*. ភ្នំពេញ
១០. សួន វ៉ានី, ជា ចំរើន, សាំង ចន្ទ, គឹម ប៊ុនណារ៉ា និងហុង វណ្ណៈ. ២០០៧. *ម៉ាយីកជីងទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច ភាគ១*. ភ្នំពេញ
១១. បណ្ឌិត សួន វ៉ានី, ជារ សុងហាក់ និងទឹម សុធា. ២០០៤. *ការប្រតិបត្តិខ្សែទស្សនកិច្ច និងដំណើរកម្សាន្ត*
១២. ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស “កម្មវិធីខ្សែទស្សនកិច្ច (Itineraries)”
១៣. ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស “តម្លៃនៃការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស”
១៤. ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស “តម្លៃនៃការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវគោក”
១៥. ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស “តម្លៃសណ្ឋាគារ និងភោជនីយដ្ឋាន”
១៦. ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស “តម្លៃជួលមគ្គុទ្ទេសក៍”
១៧. ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ វីលដ៍ អិចប្រេស “Hotel Voucher”

ឯកសារស្រាវជ្រាវពីគេហទំព័រ

០១. <http://worldexpresstour.com/> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១៣ មិថុនា ២០២០)

០២. <http://worldexpresstour.com/index.php/contact-us/> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១៤ មិថុនា ២០២០)

០៣. https://web.facebook.com/worldexpresstours/?_rdc=1&_rdr (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១៤ មិថុនា ២០២០)

០៤. https://en.wikipedia.org/wiki/NATO_phonetic_alphabet (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២០ មិថុនា ២០២០)

ឧបសម្ព័ន្ធ ក

ក្រមសំណួរស្រាវជ្រាវ

១. តើក្រុមហ៊ុនរបស់លោកបង្កើតឡើងនៅពេលណា? ថ្ងៃទី.....ខែ.....ឆ្នាំ.....
២. តើក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍នេះមានសាខាដែរឬទេ? បើមាននៅទីណាខ្លះ?
៣. តើក្រុមហ៊ុននេះមានទម្រង់ជាក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មប្រភេទណា?
៤. បុគ្គលិកដែលបម្រើនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនមានប៉ុន្មាននាក់ និងមានសមាជិកគ្រួសារប៉ុន្មាននាក់? ប្រុស.....នាក់ ស្រី.....
៥. តើការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធការងារនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនយ៉ាងដូចម្តេច?
៦. ផ្នែកនីមួយៗនៃរចនាសម្ព័ន្ធមានតួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវអ្វីខ្លះ?
៧. តើក្រុមហ៊ុនមានបម្រើសេវាកម្មអ្វីខ្លះ?
៨. ក្នុងចំណោមសេវាកម្មដែលក្រុមហ៊ុនបានបំពេញអតិថិជន តើសេវាកម្មណាមួយជាសេវាកម្មចម្បងរបស់ក្រុមហ៊ុន? ហើយជាទូទៅត្រូវប្រើប្រាស់មធ្យោបាយអ្វីក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន?
៩. តើក្រុមហ៊ុនមានកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចប៉ុន្មានប្រភេទ? ក្រុមហ៊ុនរៀបចំដោយខ្លួនឯង ឬទិញពីគេយកលក់ ដើម្បីបាន Commission ?
១០. កញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចប្រភេទខាងលើ តើកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចប្រភេទមួយណាដែលអតិថិជនជាច្រើនជាងគេ ឬចម្បងជាងគេ? ហើយទិន្នន័យនៃការលក់កញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចប្រភេទខាងលើមានប៉ុន្មានភាគរយតាមប្រភេទនីមួយៗ?
១១. តើជាទូទៅក្រុមហ៊ុនតែងតែមានបង្កើតកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចដែលមានទិសដៅថ្មីៗដែរឬទេ? បើមានរយៈពេលប៉ុន្មានបង្កើតកញ្ចប់ខ្សែទស្សនកិច្ចមានទិសដៅថ្មីៗម្តង?
១២. អតិថិជនប្រភេទណាខ្លះដែលតែងតែមកជាសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន?
១៣. តើក្រុមហ៊ុនមានយុទ្ធសាស្ត្រអ្វីខ្លះដើម្បីរក្សាអតិថិជនចាស់ៗ និងអតិថិជនថ្មីៗ?
១៤. តើរយៈពេលប៉ុន្មាន ដែលក្រុមហ៊ុនទូទាត់ប្រាក់ទៅក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់?
១៥. ក្រុមហ៊ុននេះមានវិធីសាស្ត្រក្នុងការកំណត់តម្លៃខ្សែទស្សនកិច្ចយ៉ាងដូចម្តេច?
១៦. តើក្រុមហ៊ុនមានវិធីសាស្ត្រយ៉ាងណានៅក្នុងការជំរុញលក់ខ្សែទស្សនកិច្ច?
១៧. តើក្រុមហ៊ុនមានវិធានការយ៉ាងដូចម្តេចក្នុងការគ្រប់គ្រងគុណភាពខ្សែទស្សនកិច្ចអោយបានល្អប្រសើរ?
១៨. តើក្រុមហ៊ុននេះមានយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងដូចម្តេចនៅក្នុងប្រទេស និងក្រៅប្រទេស?

កម្រងសំណួរស្រាវជ្រាវ

ក្រុមសិក្សាស្រាវជ្រាវទាំងអស់គ្នា គឺជានិស្សិតទេសចរណ៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច ឆ្នាំទី៤ ជំនាន់ទី៦ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។ ពេលនេះយើងខ្ញុំទាំងអស់គ្នាបាន និងកំពុងសិក្សាស្រាវជ្រាវស្តីអំពី “ការរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុនវីលដ៍ អិចប្រេស” ។ អាស្រ័យហេតុនេះសូមលោកអ្នកមេត្តាចំណាយពេលវេលាដ៏មានតំលៃ ដើម្បីជួយផ្តល់ចម្លើយត្រឹមត្រូវនូវសំណួរទាំងឡាយដូចខាងក្រោមដោយក្តីអនុគ្រោះ ៖

សំគាល់ ៖

សូមលោកអ្នកគូសសញ្ញា ☒ នៅក្នុងប្រអប់ ☐ នូវចម្លើយដែលលោកអ្នកយល់ស្រប។

ភេទ : ☐ ប្រុស ☐ ស្រី

អាយុ : ☐ ១៨-២៤ ☐ ២៥-៣៤ ☐ ៣៥-៤៤ ☐ ៤៥-៥៥ ☐ ផ្សេងៗ.....

1. តើភ្ញៀវទេសចរណ៍ក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិចប្រេស តាមរយៈអ្វី?

☐ មិត្តភក្តិ ☐ គ្រួសារ ☐ ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ☐ ផ្សេងៗ.....

2. តើតំបន់ទេសចរណ៍ប្រភេទណាដែលភ្ញៀវទេសចរចង់ទៅលេងកម្សាន្ត?

☐ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ☐ ធម្មជាតិ ☐ ឆ្នេរសមុទ្រ ☐ កែវថ្ម ☐ ផ្សេងៗ.....

3. តើលោកអ្នកពេញចិត្តទិញខ្សែទស្សនកិច្ចពីក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិចប្រេស ដែរឬទេ?

☐ ពេញចិត្តណាស់ ☐ ពេញចិត្ត ☐ សមរម្យ ឬអាចទទួលយកបាន ☐ មិនពេញចិត្ត

4. ហេតុអ្វីបានជាភ្ញៀវពេញចិត្តទិញខ្សែទស្សនកិច្ចពីក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិចប្រេស ដោយសារ៖

.....
.....

5. ហេតុអ្វីបានជាភ្ញៀវមិនពេញចិត្តទិញខ្សែទស្សនកិច្ចពីក្រុមហ៊ុន វីលដ៍ អិចប្រេស ដោយសារ៖

.....
.....

6. ការវាយតម្លៃលើការដោះស្រាយបញ្ហាជូនអតិថិជន?

☐ លក្ខណៈល្អប្រសើរ ☐ លក្ខណៈល្អ ☐ លក្ខណៈល្អបង្អួច ☐ លក្ខណៈមធ្យម
☐ ផ្សេងៗ.....

7. តើលោកអ្នកយល់យ៉ាងណាចំពោះទិដ្ឋភាពក្នុងក្រុមហ៊ុន?

☐ លក្ខណៈទាក់ទាញ ☐ លក្ខណៈទាក់ទាញខ្លាំង ☐ លក្ខណៈធម្មតា ☐ ផ្សេងៗ.....

8. តើលោកអ្នកយល់យ៉ាងណាចំពោះតម្លៃសេវាកម្ម?

☐ តម្លៃថ្លៃ ☐ តម្លៃគួរសម ☐ តម្លៃសមរម្យ ☐ តម្លៃថោក
☐ ផ្សេងៗ.....

9. តើលោកអ្នកយល់យ៉ាងណាចំពោះគុណភាពសេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន?

☐ លក្ខណៈល្អប្រសើរ ☐ លក្ខណៈល្អ ☐ លក្ខណៈល្អបង្អួច ☐ លក្ខណៈមធ្យម
☐ លក្ខណៈអន់ ☐ ផ្សេងៗ.....

10. តើលោកអ្នកចង់អោយក្រុមហ៊ុនរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចប្រភេទអ្វីខ្លះបន្ថែមទៀត?

.....

.....

.....

សូមអរគុណ!

ឧបសម្ព័ន្ធ ខ



ទេសចរណ៍ ទើលដ៍ អិចប្រេស
WORLD EXPRESS TOURS & TRAVEL
 吉利旅游分公司

WET 2020



តារាងអហារសម្រាប់ដំណើរទំនាក់ទំនង មណ្ឌលគីរី-រតនគិរី ៣ថ្ងៃ២យប់

ពេល	ថ្ងៃទី១	ថ្ងៃទី២	ថ្ងៃទី៣
ព្រឹក	អាជនីយដ្ឋានព្រះវិហារ គុយទាយ បាយសាច់មាន់ សាច់ជ្រូកមីស៊ុប 017 526 800 3\$ x 16 pax Confirmed	អាហារពេលព្រឹក អាជនីយដ្ឋានមណ្ឌលគីរី 012 796889 រតនា 3\$ Food & Drink x 16 pax Confirmed	អាហារពេលព្រឹកនៅ សណ្ឋាគារយក្សឡោម Mr. Heng 015 974 975 16 pax
ថ្ងៃ	អាជនីយដ្ឋានចម្ការពេជ្រ (ស្នួល) 072 555 5185 097 699 6593 បង កង់ 6\$ x 16 pax - ម្ហូបគ្រឿងសាច់គោ - ពងទាចៀនត្រីប្រម៉ា - ឆាជូរអែមឆ្អឹងជំនីជ្រូក - ឆាក្តៅសាច់មាន់ - ឆាបន្លែប្រេងខ្យង - ត្រីរស់បំពង ទឹកត្រីស្វាយ+ - ទឹកតែ យកភេសជ្ជៈចូលបាន Confirmed	អាជនីយដ្ឋានចំការកាហ្វេ 68 9999 4 088 699 777 098 16 pax (40\$ X 2 Table) - មាន់ដុតត្រយ៉ង់ចេក - ឆាខ្ចីសាច់មាន់ 25000R - ត្រីចំហ៊ុយមីស្ល 40000R - ឆាបន្លែគ្រប់មុខ 15000R - ស្វាយជ្រក់ត្រី 35000R - ឆ្អឹងជំនីបំពងកាពី - បាយ 10000R X 3 Free driver Confirmed	អាជនីយដ្ឋានក្នុងតំបន់ (កាំពី) ស្រីផល 4128 711 097 7\$ x 16 Pax - ឆាម្នាស់សាច់គោ - ត្រីក្អែកចំហុយ អំពិលទុំ + - មាន់ដុតទឹកឃ្មុំ - ឆាគ្រឿងខ្យង - ម្ហូបគ្រឿងពោះគោ - ញ៉ាំស្តៅសាច់មាន់ - បាយ - ទឹក FOC T L + Driver Confirmed

ល្ងាច	<u>កោដនីយដ្ឋានអូរមីស</u> 097 884 5559 Ms. Sophal 5.5\$/Pax x 16 pax 1. បុកសណ្តែកគូរត្រីឆ្អើរ 2. ឆ្កែស្តែកប្រេងខ្យង 3. ម្ហូបឃ្លានត្រី(ត្រីចៀន) 4. ឆ្កែស្តែកជំងឺជ្រូក 5. ក្លាសចំគោ 6. បាយស 7. ទឹក (មិនបាច់យកទឹកចូល) Free for guide, driver, TL Confirmed	<u>កោដនីយដ្ឋានប៉ារ៉ាឌីស</u> 097 77 52 779 Ms. Sokhim 6.5\$/Pax x 16 pax 1. ឆ្កែស្តែក 2. ញាំត្រឡប់ចេក 3. ឆ្កែស្តែកគ្រប់មុខត្រី 4. តាំងហាយចៀន + ទឹកត្រីស្វាយ 5. តុងយ៉ាសាច់មាន់ 6. បាយស 7. ទឹក Free of charge for Tour leader 2Driver 1persons Confirmed	គ្មានអាហារ Guide Mondolkiri 30 Nov – 1Dec Mr. Chamrong 088 236 4567 Guide Rattanakiti 1 Dec 2019 Mr. Dimon 098 783 868



ទេសចរណ៍ ទើលដ៏ អិចប្រេស
WORLD EXPRESS TOURS & TRAVEL
吉利旅游分公司



តារាងអាហារសម្រាប់កម្មវិធីដំណើរទេសចរណ៍ទៅកាន់ខេត្តកំពតកន្លែង២យប់

ពេល	ថ្ងៃទី១	ថ្ងៃទី២	ថ្ងៃទី៣
ព្រឹក	អាជនីយដ្ឋានក្នុងតំបន់ គុយទាយ បាយសាច់មាន់ សាច់ជ្រូក មីស៊ុប	សណ្ឋាគារឌីយ៉ាម៉ង់ អាហារបែបប៊ូហ្វេ	សណ្ឋាគារឌីយ៉ាម៉ង់ អាហារបែបប៊ូហ្វេ
ថ្ងៃ	សហគមន៍ត្រពាំងសង្កែ 096 243 0808 017 306 502 - មីកនាម្រេចខ្ចី - ក្តាមឆាមីស្នូ - បង្ការស្រស់ - ឆាស្តែត្យឿ - ស្បែកជ្រូកក្រីស្តង់ - បាយ Free only Driver 6\$ Confirmed	ឋានសួគ៌បូកគោ (ទឹកធ្លាក់ពពកវិល) Ms. Kimsor 097 5616180 - ញាំមីស្នូជាមួយសាច់ជ្រូក - សម្លម្ហូបគ្រឿងឆ្អឹងជំនីជ្រូក - ឆាគ្រោសាច់មាន់ម្រះព្រៅ - ត្រីដុត ទឹកត្រីស្វាយខ្ចី + - ឆាខាត់ណាប្រេងខ្យង - បាយស - ផ្លែឈើ 8\$/pax Confirmed	អាជនីយដ្ឋានម្លប់ភ្លោកជ្រោយដូង បង សានី 436 870 070 - ក្តាមឆាមីស្នូ - បង្ការអាំង - មីកនាម្រេចខ្ចី - ត្រីស្តង់ចៀនជូរអែម - មាន់ដុត - បាយស - ម្នាស់ ឌីឡូក 295000រៀល ខ្ទះ 1 Confirmed 1Set
ល្ងាច	សណ្ឋាគារឌីយ៉ាម៉ង់ Mr. Chamnan 089 295 556 - ឆាបន្លែគ្រប់មុខ - ឆ្អឹងជំនីឆាជូរអែម - ត្រីឆ្អឹងចំហុយទឹកស៊ីអ៊ីវ - ក្តាមឆាមីស្នូ - សម្លម្ហូបកោងកកាងទា - បាយស - ផ្លែឈើស្រស់ - ទឹក និងទឹកក្រូច	អាជនីយដ្ឋានហេងរស្មី Ms. Khim 088 674 74 91 - មាន់ដុត - ត្រីស្តង់ចំហុយ - មីកនាម្រេចខ្ចី - តុំយ៉ាំគ្រឿងសមុទ្រ - ឆាបន្លែគ្រប់មុខប្រេងខ្យង - ផ្លែឈើ & ទឹក FOC 2TL 1 Driver Confirmed 7\$ /pax	គ្មានអាហារ

	Confirmed 9\$ FOC 2 TL + 1 Driver		
--	--------------------------------------	--	--



SINCE 1999

សេវាកម្មទេសចរណ៍ដ៏ទៃទៅទៀត

ទេសចរណ៍ ទើលដ៏ អិចប្រេស

WORLD EXPRESS TOURS & TRAVEL

吉利旅游分公司

WET
2020



ប្រទេស COUNTRIES	ទៅកាន់ទីក្រុង CITES/TOWNS	តម្លៃមធ្យមចាប់ពី	
		មួយទៅ(OW)	មួយទៅ(OW)
ចិន CHINA	GUANGZHOU (CAN)	\$ 87.00	\$ 159.00
		\$ 150.00	\$ 252.00
		\$ 117.00	\$ 205.00
		10/kg	20/kg
	BEIJING (PEK)	\$ 420.00	\$ 650.00
	SHANGHAI (SHA)	\$ 410.00	\$ 690.00
	KUNMING (KMG)	\$ 280.00	\$ 499.00
	NANNING (NNG)	\$ 280.00	\$ 451.00
	XIAMEN (XMN)	\$ 215.00	\$ 329.00
តៃវ៉ាន់ TAIWAN	TAIPEI	\$ 370.00	\$ 485.00
		\$ 345.00	\$ 396.00
កូរ៉េ KOREA	SEOUL INCHEON	\$ 420.00	\$ 558.00
		\$ 396.00	\$ 548.00
ជប៉ុន JAPAN	TOKYO NARITA	NA	\$ 572.00
ភីលីពីន-PHILIPPINES	MANILA	NA	\$ 528.00
កាតា-QATAR	DOHA HAMAD INTL	\$ 1080.00	\$ 1650.00

អារ៉ាប់-UNITED ARAB EMIRATES	UNITED ARAB	\$ 725.00	\$ 745.00
ឥណ្ឌា INDIA	DELHI (DEL) CHENNAI (MAA) MUMBAI (BOM)	\$ 576.00	\$ 798.00
អូស្ត្រាលី AUSTRALIA	SYDNEY (SYD)	\$ 671.00	\$ 1,035.00
	MELBOURNE (MEL)	\$ 606.00	\$ 845.00
	BRISBANE (BNE)	\$ 870.00	\$ 957.00
នូវីលហ្សេឡង់ NEW ZERLAND	ACKLAND	\$ 1020.00	\$ 1350.00
		\$ 482.00	\$ 930
អាល្លឺម៉ង់ GERMANY		\$ 650.00	\$ 945.00
		\$ 575.00	\$ 925.00
		\$ 1,020.00	\$ 1,330.00
		\$ 899.00	\$ 1,079.00
		\$ 589.00	\$ 719.00
បារាំង FRANCE	PARIS (CDG/PAR)	\$ 629.00	\$ 909.00
		\$ 639.00	\$ 839.00
		\$ 462.00	\$ 1,289.00
		NA	\$ 989.00
		\$ 625.00	\$ 719.00
ចក្រភពអង់គ្លេស ENGLAND	LONDON (LHR/LON)	\$ 479.00	\$ 1,397.00
		\$ 659.00	\$ 970.00
		\$ 760.00	\$ 1,255.00
		\$ 657.00	\$ 1,048.00
	LOS ANGELS (LAX)	\$ 860.00	\$ 1,176.00

	SEATTLE (SEA)	\$ 900.00	\$ 1,355.00
សហរដ្ឋអាមេរិក USA	SAN FRANCISCO (SFO)	\$ 825.00	\$ 940.00
		\$ 915.00	\$ 1,120.00
		\$ 766.00	\$ 1,126.00
		\$ 568.00	\$ 795.00
	HOUSTON (IAH/HOU)	\$ 999.00	\$ 1,396.00
		\$ 955.00	\$ 1,399.00
		\$ 860.00	\$ 1,255.00
	BOSTON (BOS)	\$ 1,265.00	\$ 1,310.00
		\$ 895.00	\$ 1,320.00
		\$ 827.00	\$ 1,210.00
	NEW YORK (JFK, NY)	\$ 1,137.00	\$ 1,325.00
		\$ 1,035.00	\$ 1,550.00
		\$ 1,065.00	\$ 1,130.00
		\$ 845.00	\$ 1,246.00
		\$ 827.00	\$ 1,025.00
	DALLAS FT WORTH (DFW)	\$ 1,055.00	\$ 1,590.00
		\$ 890.00	\$ 1,325.00
		\$ 828.00	\$ 1,242.00
កាណាដា CANADA	VANCOUVER	\$ 862.00	\$ 1,195.00
		\$ 1,170.00	\$ 1,240.00
		\$ 1,138.00	\$ 1,230.00
	TORONTO	\$ 1,010.00	\$ 1,355.00

ଉପସମ୍ପ୍ଳବ୍ଧି ଲକ୍ଷ





