



**សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ  
និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច**



**របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវ**

**ឈ្មោះប្រធានបទ**

**យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយសេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត ចំពោះ  
អតិថិជនរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា អោយមានប្រសិទ្ធភាព**

ស្រាវជ្រាវដោយ  
និស្សិតឈ្មោះ **បេត្រ វណ្ណ័ត្ត**

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ  
លោកស្រី បណ្ឌិត **ព្រ៉ុំ ទេវី**

ថ្នាក់ **បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់មុខកិច្ច**  
ឯកទេស **គ្រប់គ្រងជំនាន់១៤ ជំហានទី២**

ឆ្នាំចូលសិក្សា **២០១៦-២០១៧**  
ឆ្នាំសរសេររបាយការណ៍ **២០១៨**

# សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

នាងខ្ញុំឈ្មោះ **ចែត្រ វណ្ណរត្ន** ជាអក្សរឡាតាំង **CHET VANNRATH** ទីកន្លែងកំណើតនៅ ភូមិក្រសាំង ឃុំចំប៉ី ស្រុកអង្គរជ័យ ខេត្តកំពត ។ អាសយដ្ឋានបច្ចុប្បន្នភូមិក្រសាំង ឃុំចំប៉ី ស្រុកអង្គរជ័យ ខេត្តកំពត ។ បច្ចុប្បន្នជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ធុរកិច្ច ឯកទេសគ្រប់គ្រង ជំនាន់ទី១៤ ជំហាន២ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ឆ្នាំសិក្សា២០១៧-២០១៨។

## សូមគោរព និងថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះ ៖

-លោកឪពុក និង អ្នកម្តាយ ដែលបានផ្តល់កំណើតដល់កូន និងខិតខំចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សាផ្គត់ផ្គង់ អប់រំទូន្មាន ប្រៀនប្រដៅ កូនស្រីយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់បំផុត លោកទាំងពីរមានគុណដ៏ធំធេងដែលធ្ងន់មិន អាចថ្លឹងបាន ហើយជ្រៅមិនអាចវាស់វែងបាន លោកទាំងពីរបានអប់រំកូនក្លាយជាកូនល្អ សិស្សល្អ មិត្តល្អ ពលរដ្ឋល្អ តាំងពីតូចរហូតដល់ធំ ជាពិសេស ជួយផ្គត់ផ្គង់ឲ្យកូនទទួលបាននូវការអប់រំដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់។

-ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការ លោកសាកលវិទ្យាធិការរង លោកព្រឹទ្ធបុរស លោកព្រឹទ្ធបុរសរង លោកប្រធាន លោកអនុប្រធានគ្រប់ការិយាល័យ និងបុគ្គលិកទាំងអស់នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានខិតខំអស់ពីកំលាំងកាយ កំលាំងចិត្ត និងកំលាំងប្រាជ្ញាក្នុងការ ដឹកនាំ គ្រប់គ្រងក៏ដូចជាបំរើការងារក្នុងសាកលវិទ្យាល័យកន្លងមក ដែលធ្វើឲ្យសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ក្លាយជាសាកលវិទ្យាល័យរដ្ឋឈានមុខគេមួយក្នុងការបណ្តុះបណ្តាល ធនធាននិស្សិតប្រកបដោយគុណភាពពិតប្រាកដ។

-សាស្ត្រាចារ្យគ្រប់មុខវិជ្ជាដែលបានខិតខំបង្ហាត់បង្រៀន ជួយណែនាំ ចង្អុលបង្ហាញ និងប្រឹងប្រែង ផ្ទេរចំណេះដឹងរបស់ពួកគាត់មកកាន់និស្សិតគ្រប់រូបដោយមិនខ្លាចនឿយហត់ និងឥតលាក់លៀម។ ជាពិសេសលោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យបណ្ឌិត **ព្រំ ទេនី** ដែលបានខិតខំបង្រៀន ក៏ដូចជាណែនាំដល់រូបនាងខ្ញុំ ក៏ដូចជានិស្សិតទាំងអស់ពីវិធីសាស្ត្រក្នុងការស្រាវជ្រាវ វាយតម្លៃ និងប្រមូលព័ត៌មានយកមកចងក្រងដើម្បី សរសេរជារបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់នេះ។

ជាទីបញ្ចប់ នាងខ្ញុំសូមគោរពជូនពរលោកអ្នកមានគុណដូចដែលបានរៀបរាប់ខាងលើនេះ ដោយស្មោះអស់ពីចិត្ត សូមអោយលោកអ្នកមានគុណជួបតែពុទ្ធពរទាំង៤ប្រការគឺ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ និង ជោគជ័យរាល់ការសម្រេចកិច្ចការងារទាំងពួង។

**អារម្ភកថា**

សៀវភៅ របាយការណ៍ស្តីពីសេវាអេស៊ីលីដាយូនីធីទាន់ចិត្តរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា នេះ គឺជាសម្ព័ន្ធផលផ្ទៃមួយដែលកើតឡើងដោយសារការប្រមូលផ្តុំឯកសារដែលមានស្រាប់និងតាមរយៈ ខិតប័ណ្ណផ្សព្វផ្សាយពីសេវាកម្មរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ដែលនាងខ្ញុំបានយកចេញពីគេហទំព័ររបស់ ធនាគារអេស៊ីលីដាផ្ទាល់ ។ ម្យ៉ាងទៀតឯកសារខ្លះបានមកតាមរយៈការស្រាវជ្រាវពីអ៊ុនធីណែតការអនុវត្ត ការងារផ្ទាល់ ការសុំឯកសារផ្ទាល់ពីសាខាសាមី ហើយយកមកចងក្រងរៀបចំដោយមានការបន្ថែមបន្ថយ គំនិតថ្មី ទស្សនៈថ្មីរបស់នាងខ្ញុំ ។ ដូចដែលមិត្តអ្នកអានទាំងអស់គ្នាបានដឹងស្រាប់ហើយថា វិស័យធនាគារ នៅប្រទេសកម្ពុជាយើងបច្ចុប្បន្នកំពុងតែរីកដុះដាល យើងឃើញថាសព្វថ្ងៃនេះប្រទេសកម្ពុជាយើងមាន ធនាគារជាច្រើន ក៏ដូចជាគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុផងដែរ ហេតុនេះហើយទើបធ្វើអោយនាងខ្ញុំបានសម្រេច ចិត្តលើកយកប្រធានបទ "យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយសេវាអេស៊ីលីដាយូនីធីទាន់ចិត្តចំពោះអតិថិជនរបស់ ធនា គារ អេស៊ីលីដា អោយមានប្រសិទ្ធភាព" មកចងក្រងជាសៀវភៅនេះឡើង ដើម្បីចែករំលែកចំណេះ ដឹងថ្មីៗ នេះដល់មិត្តអ្នកអានទាំងអស់គ្នាផងដែរ ។

ទៀតសោតនោះ សៀវភៅនេះប្រាកដជានៅមានកង្វះខាតលើចំណុចណាមួយដោយជៀសមិន ផុតឡើយ។ តែនាងខ្ញុំសង្ឃឹមថា សម្ព័ន្ធផលនេះពិតជាផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់មិត្តអ្នកអាន និងមិត្តរួមជំនាន់ ក្នុងកម្រិតណាមួយមិនខាន ។ នាងខ្ញុំរងចាំទទួលនូវការរិះគន់ដើម្បីស្ថាបនា និងការកែលំអរ ពីសំណាក់ មិត្តអ្នកអានក៏ដូចជាសាស្ត្រាចារ្យទាំងអស់គ្រប់ពេលវេលាដោយក្តីសោមនស្សរីករាយជាទីបំផុត ។

ជាចុងក្រោយនេះ នាងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណដល់សាស្ត្រាចារ្យ " ហ្រ្នំ ទេវី" ដែលបានអោយនាង ខ្ញុំ ជ្រើសរើសប្រធានបទ និងបានផ្តល់ជាមតិជួយកែលំអរដល់នាងខ្ញុំ និងនិស្សិតទាំងអស់គ្នានិងសូមអរគុណ ដល់មាតាបិតារបស់យើងទាំងអស់គ្នា ដែលលោកទាំងពីរបានផ្តល់ប្រាក់ឧបត្ថម្ភដល់ និងបានផ្តល់ ជាដំបូន្មានល្អៗដល់នាងខ្ញុំ ទើបធ្វើអោយនាងខ្ញុំក្លាយជាមិត្តល្អ សិស្សល្អ និងកូនល្អ ។

អង្គរជ័យថ្ងៃទី ២០ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ២០១៨

រៀបរៀងដោយនិស្សិត ចៃត្រ វណ្ណវិគ្គ

# មាតិកា

អក្សរកាត់.....	V
បញ្ជីរូបភាព.....	Vi

## សេចក្តីផ្តើម

១. បុព្វហេតុនៃការស្រាវជ្រាវ.....	១
២. ចំណេញបញ្ហា.....	១
៣. គោលបំណងនៃកិច្ចការស្រាវជ្រាវ.....	២
៤. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ.....	២
៥. ទំហំនិងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣
៦. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣

## ជំពូក១

### ទស្សនាទានម៉ាឃីតវិទ្យាប្រុះ

១. ផលិតផលរបស់សេវាកម្ម.....	៤
២. ថ្លៃលើសេវាកម្ម.....	១០
៣. ទឹកនៃឯក.....	១៣
៤. ការផ្សព្វផ្សាយ.....	១៣
៥. មនុស្សនៅក្នុងសេវាកម្ម.....	១៤
៦. ដំណើរការ.....	១៤

## ជំពូក២

### ការសិក្សាពីស្ថានភាពទូទៅរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី

២.១ ប្រវត្តិ និងទីតាំងរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី.....	១៦
២.២ និមិត្តសញ្ញារបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី.....	២៣
២.២.១ រូបសញ្ញា.....	២៣
២.២.២ អត្តន័យនៃរូបសញ្ញា.....	២៤
២.២.៣ មូលហេតុដែលធនាគារអេស៊ីលីដាយកអក្សរជានិមិត្តសញ្ញា.....	២៤

## ជំពូក៣

### សេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត របស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី

១. អត្ថប្រយោជន៍.....	២៦
២. សេវាធនាគារដែលអាចធ្វើប្រតិបត្តិការបាន.....	២៦
៣. លក្ខណសម្បត្តិអតិថិជនដែលអាចភ្ជាប់សេវាអេស៊ីលីដាយូនីធីទាន់ចិត្តបាន.....	២៧

៤. ការដាក់ប្រាក់/ដកប្រាក់នៃគណនីអេស៊ីលីជាទាន់ចិត្ត .....	២៩
៥. ការវិភាគទិន្នន័យ.....	៣០
៦. លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ .....	៣១

**សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍**

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន.....	៣២
២. ការផ្តល់អនុសាសន៍.....	៣៣
ឯកសារយោង	

## អក្សរកាត់

ល.រ	អក្សរកាត់	ពាក្យពេញជាភាសាអង់គ្លេស
1	AUT	Acleda Unity Toanchet
2	PIN	Personal Identification Number
3	OTP	One Time Password
4	OTAC	One Time Activation Code
5	IOS	An operating system used for mobile devices manufactured by Apple Inc
6	ATM	Automatic Teller Machine

## បញ្ជីរូបភាព

រូបភាពទី១៖ ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី មានក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធចំនួន ៥.....	២៣
រូបភាពទី២៖ រូបសញ្ញា.....	២៥
រូបភាពទី៣៖ ប្រតិបត្តិការអាចទូទាត់បាន .....	២៧

## **សេចក្តីផ្តើម**

### **១. បុព្វហេតុនៃការស្រាវជ្រាវ**

បច្ចុប្បន្នកាលនេះ ការរស់នៅរបស់ប្រជាជនកម្ពុជា បានវិវត្តន៍រីកចម្រើនលូតលាស់សឹងតែគ្រប់វិស័យ ដោយសារតែការវិវត្តន៍នៃវិទ្យាសាស្ត្រ ធ្វើអោយសង្គមខ្មែរប្រែប្រួលមុខមាត់ល្អស្រស់បំព្រងសំបូរ សប្បាយ ដែលជាមោទនភាពរបស់ជាតិខ្មែរ ។ វិស័យសេដ្ឋកិច្ច ពាណិជ្ជកម្ម វិស័យអប់រំ វិស័យទេសចរណ៍ សំណង់ស្ថាបត្យកម្ម ការសិក្សាអំពីព័ត៌មានវិទ្យា បច្ចេកវិទ្យា និងជាពិសេស វិស័យធនាគារជាដើមដែលមានដូចជា ធនាគារពាណិជ្ជ ធនាគារឯកទេស គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ដែលកំពុងតែមានសន្ទុះទៅរកភាពរីកចម្រើនហួសពីការប៉ាន់ស្មានរបស់យើងទាំងអស់គ្នា ។

ប៉ុន្តែអ្វីដែលគួរអោយចាប់អារម្មណ៍នោះគឺ ក្រៅពីការរីកចម្រើននៃវិស័យទាំងនេះ ក៏មានការកើនឡើងនូវចំនួនប្រជាជនដែលដែលប្រកបអាជីវកម្មធំ តូចជាច្រើន ក៏ដូចជាអ្នកវិនិយោគជាច្រើនដែលពួកគាត់ពិបាកក្នុងការទូទាត់សាច់ប្រាក់ទៅអោយដៃគូជំនួញរបស់គាត់ ។ ម្យ៉ាងទៀត អ្នកខ្លះគាត់ចង់ធ្វើយ៉ាងណាអោយសាច់ប្រាក់របស់គាត់មានសុវត្ថិភាពក្នុងការទូទាត់ទៅអោយដៃគូជំនួញរបស់គាត់ ហើយថែមទាំងទទួលបានផលចំណេញទៀតផង ។ បញ្ហានេះជាហេតុធ្វើអោយធនាគារអេស៊ីលីដា ក៏ដូចជាធនាគារពាណិជ្ជផ្សេងៗទៀតនៅប្រទេសកម្ពុជាយើងនេះ ខិតខំផ្តល់សេវាថ្មីៗដល់ប្រជាជនទាំងនោះ ដើម្បីអោយពួកគាត់មានភាពងាយស្រួលក្នុងការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ និងផ្តល់នូវសុវត្ថិភាពជូនពួកគាត់ផងដែរ ។ ហើយសេវាដែលឆ្លើយតបទៅតម្រូវការខាងលើគឺសេវាអេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត ដែលនាងខ្ញុំនឹងលើកយកមកចងក្រងជារបាយការណ៍នេះឡើង។

**សេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត** ជាសេវាហិរញ្ញវត្ថុមួយប្រភេទដែលអនុញ្ញាតឲ្យអតិថិជននិងសាធារណជនទូទៅ ដែលធ្លាប់ ឬមិនធ្លាប់ប្រើសេវាធនាគារពីមុនមក ជាមួយធនាគារ អេស៊ី លីដា ក៏អិលស៊ី ឬធនាគារផ្សេង អាចធ្វើប្រតិបត្តិការសេវាធនាគារ តាមរយៈទូរស័ព្ទចល័តដែលដំណើរការដោយប្រព័ន្ធ Android និង iOS មិនគិតថ្លៃសេវាគ្រប់ប្រតិបត្តិការ ដូចជា ៖ ពិនិត្យមើលសមតុល្យគណនី និងរបាយការណ៍គណនីសង្ខេប, ផ្ទេរប្រាក់ (ផ្ទេរប្រាក់រវាងគណនីផ្ទាល់ខ្លួន, ផ្ទេរប្រាក់ទៅលេខទូរស័ព្ទចល័ត, ផ្ទេរប្រាក់ទៅគណនីធនាគារ, ដាក់ប្រាក់ចូលគណនីទាន់ចិត្ត, ដកប្រាក់ពីគណនីទាន់ចិត្ត), ទូទាត់វិក្កយបត្រ, ទូទាត់ទាន់ចិត្ត, បញ្ចូលទឹកប្រាក់ទូរស័ព្ទ ។ល។

### **២. ចំណោទបញ្ហា**

ដោយយុគសម័យនេះ ជាសម័យទំនើបការវប្បធម៌សម័យបច្ចេកវិទ្យា ជាសម័យដែលគេនិយមប្រើ Smart Phone ហើយរាល់តម្រូវការទាំងឡាយតែងតែគិតគូរពីប្រសិទ្ធភាពជាកត្តាអាទិ

ភាព ។ ដូច្នេះហើយតើប្រសិទ្ធភាពនៃការលក់និងសារៈសំខាន់នៃសេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ ចិត្ត ចំពោះអតិថិជន របស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់អតិថិជនដូចម្តេចខ្លះដែល ជម្រុញការលក់អោយមានប្រសិទ្ធភាព?

**៣. គោលបំណងនៃកិច្ចការស្រាវជ្រាវ**

គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវនេះគឺឆ្លុះបញ្ចាំងពី ប្រសិទ្ធភាពលក់សេវា និងសារៈសំខាន់ នៃសេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ ចិត្ត ចំពោះអតិថិជនរបស់ ធនាគារ អេស៊ីលីដា ទៅលើចំណុចដូច ជា ៖

- ✓ ស្វែងយល់ពីទិដ្ឋភាពទូទៅរបស់ ធនាគារ អេស៊ីលីដា
- ✓ ស្វែងយល់ពីដំណើរការលក់សេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ ចិត្ត របស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា
- ✓ សិក្សាពីប្រសិទ្ធភាព និងសារៈសំខាន់របស់សេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ ចិត្ត
- ✓ ដើម្បីធ្វើការសន្និដ្ឋាននិងផ្តល់អនុសាសន៍

**៤. នីតិសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ**

នាងខ្ញុំប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្របែបគុណភាព (Qualitative Method) ដោយលើកយកទ្រឹស្តីសំខាន់ៗ មួយចំនួនដែលពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យធនាគារ និងសេដ្ឋកិច្ចមកធ្វើការបកស្រាយ ។

**៤.១. ប្រភពទិន្នន័យ**

ការប្រើប្រាស់ទិន្នន័យក្នុងកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះគឺ៖

- **ទិន្នន័យដំបូង** (Primary Data):

ទិន្នន័យដំបូង គឺជាប្រភេទទិន្នន័យដែលបានមកពីការជួបប្រទះជាក់ស្តែង ការសម្ភាសន៍ ផ្ទាល់ជាមួយលោកប្រធាន អនុប្រធាន និងបុគ្គលិកនៅក្នុងផ្នែកទីផ្សារ ដោយបង្កើតជាកម្រងសំណួរ ដែលទាក់ទងទៅនឹងប្រធានបទ ដើម្បីទទួលបានព័ត៌មានពិតជាក់ស្តែង និងទិន្នន័យសំរាប់យកមក ធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ។

- **ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ** (Secondary Data):

ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ (Secondary Data): គឺជាទិន្នន័យ ដែលប្រមូលឯកសារ បានមកពី គេហទំព័ររបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំរបស់ ធនាគារអេស៊ីលីដា និងឯកសារដែលមានស្រាប់ក្នុងបណ្ណាល័យ ។

**៤.២. ការកំណត់អថេរវិភាគ**

ការបង្កើតនូវអថេរអាស្រ័យនិងអថេរឯករាជ្យ

- អថេរអាស្រ័យ៖ ទីផ្សារតម្រូវការ និងចំណេះដឹងពាក់ព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យា
- អថេរឯករាជ្យ៖
  - យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងការបំពេញសេវាកម្មជូនអតិថិជន
  - នីតិវិធីនៃការដំឡើង និងអត្ថប្រយោជន៍

**៥. ទំហំនិងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ (Scope and Limitation of Study)**

**៥.១ ទំហំនៃការស្រាវជ្រាវ**

ការស្រាវជ្រាវនេះធ្វើឡើងនៅសាខាស្រុកអង្គរជ័យ-ឃុំភ្នំកុង ស្ថិតិសេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត របស់ធនាគារអេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី ដែលបានអនុវត្តរយៈពេល៣ខែ ចាប់ពី ថ្ងៃទី០៤ ខែមីនា ដល់ ថ្ងៃទី០៤ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៨។ ការស្រាវជ្រាវរបស់នាងខ្ញុំក៏ផ្អែកទៅលើឯកសារមួយចំនួនដែល នាងខ្ញុំ បានដកស្រង់នៅធនាគារអេស៊ីលីដា សាខា ស្រុកអង្គរជ័យ-ឃុំភ្នំកុង ផ្ទាល់តែម្តងនិង ឯកសារខ្លះទៀតនាងខ្ញុំបានដកស្រង់ចេញពីសៀវភៅផងដែរ ព្រមទាំងបន្ថែមបន្ថយគំនិតថ្មីៗដើម្បី បង្កើតជាសៀវភៅនេះឡើង ។

**៥.២ ដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ**

ដោយផ្អែកទៅលើប្រធានបទដែលបានកំណត់ដូចនេះការស្រាវជ្រាវនេះស៊ីជម្រៅតែទៅលើ បញ្ហាមួយចំនួនដូចខាងក្រោម ៖

- មធ្យោបាយនៃការលក់ ការផ្សព្វផ្សាយ ដើម្បីទទួលបានប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធផល
  - ភាពងាយស្រួល នៃការតម្លើងសេវា អេស៊ីលីដាយូនីធីទាន់ចិត្ត
  - របៀបនៃការផ្ទេរប្រាក់
  - របៀប ដក-ទទួលសាច់ប្រាក់
  - អត្ថប្រយោជន៍នៃ ការប្រើ អេស៊ីលីដាយូនីធីទាន់ចិត្ត

**៦. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ**

- ការស្រាវជ្រាវនេះផ្តល់នូវសារៈសំខាន់ដូចជា ៖
- ✓ អាចដកស្រង់ទុកជាបទពិសោធន៍និងបង្កើនចំណេះដឹងបន្ថែមដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការលក់ សេវា។
- ✓ អេស៊ីលីដាយូនីធីទាន់ចិត្តរបស់ធនាគារអេស៊ីលីដាភីអិលស៊ី
- ✓ ស្វែងរកនូវចំណុចខុសគ្នារវាងទ្រឹស្តីនិងការអនុវត្តជាក់ស្តែងនៅក្នុងធនាគារអេស៊ីលីដា
- ✓ យល់ដឹងពីនីតិវិធីក្នុងការប្រើប្រាស់សេវា ទំនើបចុងក្រោយរបស់ធនាគារអេស៊ីលីដា
- ✓ អាចទុកជាឯកសារសំរាប់និស្សិតដែលស្រាវជ្រាវពីសេវាអេស៊ីលីដាយូនីធីទាន់ចិត្តរបស់ធនាគារ



លេចចេញមកនូវនិមិត្តសញ្ញាដែលអាចអោយអ្នកប្រើប្រាស់ធ្វើការវិនិច្ឆ័យបានអំពីផលិតផលរូបិយ និងអរូបិយ<sup>3</sup> ។

ដូចនេះ ផលិតផល គឺសំដៅលើទស្សនាទានទាំងមូលនៃវត្ថុឬដំណើរការដែលផ្តល់នូវតម្លៃមួយចំនួនដល់អតិថិជនឬជាអ្វីមួយ ដែលអាចត្រូវបានគេផ្គត់ផ្គង់ទៅដល់ទីផ្សារសម្រាប់យកចិត្តទុកដាក់ ទទួលបាន មកប្រើប្រាស់ ការប្រើប្រាស់ដែលអាចបំពេញនូវការចង់បាន ឬសេចក្តីត្រូវការរបស់អតិថិជន ។

**ខ. អត្ថន័យនៃផលិតផល**

ផលិតផល គឺមានអត្ថន័យចំពោះអ្នកម៉ាយ៉ែតធីងអតិថិជនគោលដៅ និងសង្គមណាស់ ។ បណ្តាអង្គភាពដែលបែរឆ្ពោះទៅរកផលិតកម្មគេគន់មើលផលិតផលថាជាការបង្ហាញអោយឮឃើញនៃធនធានដែលបានប្រើប្រាស់ក្នុងការផលិតរបស់វា។ បណ្តាអង្គភាពដែលបែរឆ្ពោះទៅរកទីផ្សារគេគន់មើលទៅលើផលិតផល ដែលចេញពីទស្សនាទានរបស់អតិថិជនគោលដៅ ។ ម្យ៉ាងវិញ ទៀតពួកគេយល់ថាវាជាធានាដ៏ចម្រើន ដើម្បីធ្វើការប្រគល់ជូនអតិថិជននូវការបំពេញ តំរូវការហើយថាមិនចាំបាច់នឹងចែកចាយ ផ្សព្វផ្សាយ និងដាក់ថ្លៃផលិតផលដែលបានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់អតិថិជននោះទេ ព្រោះថាផលិតផលនោះគេមិនដាក់លក់ឡើយ<sup>4</sup> ។ ទោះជាយ៉ាងណាក្តី ក៏អ្នកម៉ាយ៉ែតធីងនិងអតិថិជនតែងតែកាត់យល់ផលិតផលដោយឡែកពីគ្នាដែរ ។ ឧទាហរណ៍ថ្វីត្បិតតែអ្នកផ្តល់សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនអ្នកដំណើរទ្រង់ទ្រាយធំមួយចំនួនពួកគេគិតថាវាជាជំនួយដ៏ល្អបំផុតសម្រាប់ធ្វើជាមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនក៏ដោយ ក៏អ្នកប្រើប្រាស់ជាច្រើនគិតដូចគ្នាដែរ ។ ចំពោះពួកគេយល់ថាអត្ថប្រយោជន៍ថយន្តគឺជាភាពដាច់ពីគេភាពឯករាជ្យដែលពួកគេមិនបានពេញចិត្តនៅពេលជិះថយន្តនោះទេ។ បញ្ហាគន្លឹះក្នុងការយល់ដឹងនូវទស្សនាទានផលិតផល គឺគន់មើលវាចេញពីយថាទស្សនាទានរបស់អតិថិជនគោលដៅដែលជាភាពចាំបាច់នៃ អត្ថប្រយោជន៍ឬការពេញចិត្តដែលអាចជួយអោយអតិថិជនដោះស្រាយបញ្ហាបាន ។ យើងអាចបន្ថែមផលប្រយោជន៍ធម្មារម្មណ៍ ឬផលប្រយោជន៍ចិត្តសាស្ត្រ ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងសមត្ថភាពផ្តល់ការបំពេញតំរូវការរបស់ផលិតផលតាមរយៈសញ្ញាខន្ធអំពីអត្ថប្រយោជន៍ផ្ទាល់ខ្លួន និងឯសង្គមអ្នកទិញ ។

ជួនកាលទស្សនៈរបស់សង្គមអំពីផលិតផល ព្រមទាំងប្រទេសទៅនឹងទស្សនៈរបស់ អតិថិជនឬអ្នកម៉ាយ៉ែតធីងធ្វើការរិះគន់ ។ ដូចដែលយើងបាន ឃើញនៅក្នុងការពិភាក្សាអំពីទស្សនាទានម៉ាយ៉ែតធីងសង្គមនោះ ការពិចារណាសង្គមនឹងក្លាយទៅជាមានសារៈសំខាន់យ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងការសម្រេចចិត្តលើផលិតផលនិងការវេចខ្ចប់ ។

<sup>3</sup>Eang Erya (2011), Money and Banking, National Institute of Business, Page: 8; 9 ;10.

**គ. ការដាក់អោយដាច់ពីគ្នារវាងទំនិញ និងសេវាកម្មម៉ាយ៉ែតលើទំនិញ** ទាក់ទិនទៅនឹង

ការលក់នូវផលិតផលសារវន្ត ។ ទំនិញមិនស្ថិតស្ថេរគឺជាផលិតផលរូបវន្តដែលទី១ ត្រូវបាន គេធ្វើ ពីវត្ថុធាតុដើមក្រៅពីលោហៈធាតុផ្លាស្ទិចរឹងនិងឈើ ។ ទី២ ត្រូវប្រើប្រាស់ ឬធ្វើអោយខូចបន្តិច ម្តង ៗយ៉ាងឆាប់រហ័ស និងទី៣ មានការចុះកាលបរិច្ឆេទមិនទាន់សម័យនៅក្នុងរបៀបផ្សេងៗទៀតខ្លះ គ្មានប្រជាប្រិយភាពយូរអង្វែងនោះទេ។ ឧទាហរណ៍ ម្ហូបអាហារ សាប៊ូ ភេសជ្ជៈ ឬគ្រឿងសម្រាវ កា រិយាល័យ ។<sup>5</sup>

ដូចនេះទំនិញមិនស្ថិតស្ថេរ គឺជាផលិតផលរូបវន្តដែលត្រូវប្រើឆ្លងកាត់អំឡុងពេលវែងអន្លាយ ដូចជា៖ គ្រឿងសង្ហារឹម រថយន្ត ឬ គ្រឿងចក្រជាដើម។

**ម៉ាយ៉ែតផ្ទឹងលើសេវាកម្ម** រួមមានសេវាកម្មជួលទំនិញ សេវាកម្មកែប្រែ ឬជួសជុលទំនិញដែល មានអ្នកប្រើប្រាស់ជាម្ចាស់ និងសេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ។ សេវាកម្មជួលទំនិញ ពាក់ព័ន្ធនឹងការជួលទំ និញសំរាប់រយៈពេលជាក់លាក់មួយដូចជា ការជួលយានយន្ត បន្ទប់សណ្ឋាគារ អគារការិយាល័យ ។ សេវាកម្មទំនិញមានម្ចាស់ពាក់ព័ន្ធនឹងការកែប្រែឬជួសជុលទំនិញដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់អ្នកប្រើ ។

ដូចជាសេវាជួសជុល ការថែទាំទីធ្លាមានស្មៅ ការលាងរថយន្ត ការថែទាំគ្រឿងបរិក្ខារ និងការសំអាត ។ សេវាកម្មមិនសំដៅលើទំនិញ ពាក់ព័ន្ធនឹងសេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួនពីអ្នកលក់វាមិនបាន ពាក់ព័ន្ធនឹងទំនិញទេ ដូចជាសេវាកម្មគណនេយ្យ សេវាកម្មច្បាប់ និងសេវាកម្មគ្រូបង្រៀន ។

**➢ ភាពខុសគ្នារវាងសេវាកម្ម និង ទំនិញ**

សេវាកម្ម	ទំនិញ
១.សេវាកម្មគឺជាភាពអរូបី ។ ដែលពាក់ព័ន្ធ ទៅនឹងសកម្មភាពទង្វើការខិតខំប្រឹងប្រែងការវិនិ ត្តិ។ហើយវាច្រើនតែមិនអាចមានសិទ្ធិជារូបវន្តបាន ឡើយ។តម្លៃរបស់វាត្រូវបានផ្អែកទៅលើការ ពិសោធន៍ ។	១.ទំនិញគឺជាភាពរូបី។វាអាចជា វត្ថុសម្រាវ ផ្សេងៗ ។ តម្លៃរបស់វាត្រូវ បានផ្អែកទៅ លើកម្មសិទ្ធិ។
២.សេវាកម្មជាធម្មជាតិគឺ ងាយខូចខាត។សមត្ថភាព ដែលមិនទាន់ប្រើគឺមិនអាចស្តុកទុកបានឬប្តូរពីពេលវេ លាមួយទៅពេលវេលាមួយទៀតបានទេ ។	២.ទំនិញអាចស្តុកទុកបាននូវបរិមាណ ណាមួយដែលបានកំណត់សម្រាប់ការពារ ហានិភ័យនៅពេលមានតម្រូវការកើនឡើង ។
៣.សេវាកម្មជារឿយៗគឺមិនអាចបំបែកចេញពីគ្នា	៣.ទំនិញត្រូវបានគេផលិត និងលក់ដោយក្រុមហ៊ុនពីរផ្សេងគ្នា ។

<sup>5</sup>Yok Kosal (2012), Total Quality Management ទំព័រ 12-15

និងពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់បានឡើយ ។	ហើយគុណភាពរបស់វាត្រូវបានគេធ្វើអោយខុសពីគុណភាពរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ។ <sup>៦</sup>
-----------------------------	--

**ឃ. ផលិតផលរបស់សេវាកម្មមានបួនប្រភេទ**

- **ផលិតផលសំខាន់ឬតាមប្រភេទ:**  
គឺជាផលិតផលស្នូលដែលសេវាកម្មមួយពុំអាចខ្វះបាន វារួមមាននូវផលិតផលសេវាកម្មជាមូលដ្ឋាន ។ ឧទាហរណ៍ដូចជាគ្រែនៅក្នុងសណ្ឋាគារ សំរាប់សំរាកពេលរាត្រីជាដើម ។
- **ផលិតផលរំពឹងទុក:**រួមមាននូវផលិតផលតាមប្រភេទនីមួយៗបញ្ចូលជាមួយនឹងលក្ខខណ្ឌតិចតួចដែលត្រូវការអោយបំពេញ ។
- **ផលិតផលបន្ថែម:**  
ជាផ្នែកដែលជួយអោយផលិតផលមួយទៅជាខុសគ្នាដាច់ពីផលិតផលមួយផ្សេងទៀត ។
- **ផលិតផលសក្តានុពល:** រួមមាននូវលក្ខណៈពិសេសបន្ថែមទៀត និងបានផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍សក្តានុពលទាំងអស់ដែលមាន ឬអាចនឹងមានប្រយោជន៍ចំពោះអ្នកទិញ ។

**ង. កម្រៃបន្ថែមទៅលើផលិតផលនិងសេវាកម្មជាមូលដ្ឋាន**

ផលិតផលអម ឬ រំពឹង:

កម្រៃបន្ថែម:ឧទាហរណ៍ ធម្មារម្មណ៍, សេវាកម្ម, រចនាបថ, ការគាំទ្រ, (៧០%នៃផលប៉ះពាល់ប៉ុន្តែមានតែ៣០%នៃចំណាយប៉ុណ្ណោះ) ។

**ផលិតផលសំខាន់:**

លក្ខណៈពិសេស: (៣០%នៃផលប៉ះពាល់ប៉ុន្តែ៧០%នៃចំណាយ)

**ប. ការសម្រេចចិត្តលើផលិតផលសេវាកម្ម**

- ផលិតផលមានស្រាប់
- ការជ្រៀតចូលទីផ្សារ
- ធ្វើអាជីវកម្មដដែលៗ
- ភាពញឹកញាប់ដែលបានបង្កើត
- ភាពពិភាក្សាស៊ីជម្រៅ

<sup>៦</sup>អៀង ឥរិយា(2011) Money and Banking ទំព័រ 8-10

- ការអភិវឌ្ឍន៍ទីផ្សារ
- ក្រុមវិជ្ជាជីវៈ
- ការលូតលាស់ដែលបានកាត់ចំនែក
- អន្តរជាតូបនីយកម្ម
- ផលិតផលឬសេវាកម្មថ្មី
- ការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលឬសេវាកម្មថ្មី
- ផលិតផលនិងសេវាកម្មថ្មី
- ការពាក់ព័ន្ធនៃទីប្រឹក្សាទៅលើក្រុមប្រឹក្សា
- ការបង្វែរ
- ដើមទុនសម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្ម
- លទ្ធកម្ម
- ថ្លៃ
- សារៈសំខាន់នៃថ្លៃនិងការសម្រេចចិត្តលើការកំណត់ថ្លៃ
- សារៈសំខាន់នៃថ្លៃ
- ថ្លៃដើរតួនាទីសំខាន់ណាស់នៅក្នុងម៉ាយ៉ែតធីងចម្រុះនៃសេវាកម្មពីព្រោះការកំណត់ថ្លៃ បានទាញនូវផលចំណូលសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន
- ថ្លៃផ្តល់នូវការលែលកកំលាំងទិញ
- ថ្លៃក៏បានផ្តល់នូវបញ្ហាភ្នំនូវអំពីគុណភាពផងដែរ ។
- ការសម្រេចចិត្តលើការកំណត់ថ្លៃ
- មានសារៈសំខាន់នៅក្នុងការកំណត់តម្លៃសម្រាប់អតិថិជន
- ដើរតួនាទីក្នុងការបង្កើតធម្មារម្មណ៍សម្រាប់សេវាកម្ម
- តែងតែត្រូវធ្វើឡើងដោយការបន្ថែមភាគរយនៃការបង្កើនថ្លៃទៅលើថ្លៃដើម
- ក្រុមហ៊ុនសេវាកម្មចាំបាច់ប្រើការកំណត់ឲ្យប្រកបដោយយុទ្ធសាស្ត្រខ្លាំង ដើម្បីជួយដល់ ការទទួលបានប្រៀបលើការប្រកួតប្រជែង។

វត្ថុបំណងនៃការកំណត់ថ្លៃឆ្លាស់គ្នាសម្រាប់សេវាកម្ម គឺប្រហាក់ប្រហែលគ្នានិងវិធីសាស្ត្រ ដែលបានប្រើចំពោះទំនិញដែរ ។ វិធីក្នុងការកំណត់ថ្លៃដែលនឹងត្រូវបានទទួលត្រូវតែចាប់ផ្តើមជាមួយ នឹងការពិចារណាអំពីវត្ថុបំណងនៃការកំណត់ថ្លៃសិន៖

- + ការរស់រាន
- + អតិបរមាកម្មប្រាក់ចំណេញ

+ អតិរមាកម្មការលក់

+ កិត្យានុភាព

+ Rol+ កត្តាពឹងផ្អែក

**៧. ការគ្រប់គ្រងជង្វាយសេវាកម្ម**

លោក Gronroos បានផ្តល់នូវជំហានបួនចំពោះអ្នកម៉ាយីតធីងលើសេវាកម្មត្រូវការដើម្បីគ្រប់គ្រងនៅក្នុងការផ្តល់នូវជង្វាយសេវាកម្ម ។<sup>7</sup>

**ការអភិវឌ្ឍន៍ទស្សនាទានសេវាកម្ម ទស្សនៈ** ឬបំណងប្រាថ្នាជាមូលដ្ឋានអ្នកផ្តល់សេវាកម្ម ។

❖ **ការអភិវឌ្ឍន៍សេវាកម្មជាមូលដ្ឋាន**

សេវាកម្មសំខាន់ទិញទំនិញនិងសេវាកម្មសម្របសម្រួលនិងសេវាកម្មគាំទ្រ ។

❖ **ការអភិវឌ្ឍន៍នូវការផ្តល់សេវាកម្មបន្ថែម**

ភាពអាចទៅដល់របស់សេវាកម្មអន្តរកម្មរវាងសេវាករនិងអតិថិជនកម្រិតនៃការចូលរួមរបស់អតិថិជន ។

❖ **ការគ្រប់គ្រងធម្មារមណ៍និងទំនាក់ទំនង** ទំនាក់ទំនងរវាងសមាសធាតុផ្សព្វផ្សាយ និងផលិតផលនៃម៉ាយីតធីងចំរុះ ។

**៧. វដ្តជីវិតផលិតផល (Product Life Cycle)**

វដ្តជីវិតផលិតផលទស្សនាទានមួយដែលព្យាយាមពិពណ៌នាអំពីការលក់ផលិតផលប្រាក់ចំណេញអតិថិជនគូប្រកួត និងការអោយទម្រង់ទៅលើម៉ាយីតធីងតាំងពីចាប់ផ្តើមដល់វាត្រូវបានយកចេញពីផ្សារដែលក្នុងនោះវដ្តជីវិតផលិតផលមានបួនដំណាក់កាល គឺចាប់ផ្តើម(ឧទ្ទេស នាម) រីកចំរើន បក្តភាព(ទ្រឹង) ដួនភាព(ធ្លាក់ចុះ)<sup>៨</sup> ។

**១. ដំណាក់កាលចាប់ផ្តើមឬឧទ្ទេសនាម** (Introduction Stage )

- ជាដំណាក់កាលដែលក្រុមហ៊ុនបានខិតខំប្រឹងប្រែងក្នុងការធ្វើអោយអតិថិជនជងធីងពីផលិតផលនិងអត្ថប្រយោជន៍របស់វា ។
- ដំណាក់កាលនេះត្រូវចំណាយលុយច្រើនក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ និងអោយអតិថិជនសាកល្បងផលិតផលដូចនេះចំណេញអាចគ្មានឬក៏អាចខាតផង ។

**២. ដំណាក់កាលរីកចម្រើន** (The Growth Stage)

- តាមរយៈការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មមានប្រសិទ្ធិភាពមានន័យថា អតិថិជនទទួលស្គាល់ផលិតផលរបស់យើងពេលនោះនាំអោយអតិថិជនទិញផលិតផលរបស់យើង ។

<sup>7</sup>San Dina (2010) Accounting for Banking; National Institute of Business, Page: 2, 3,4,5  
<sup>8</sup>Thesis Tree Top Lage ចូលទស្សនាថ្ងៃ១មិថុនា ២០១៨

- ប្រសិនបើផលិតផលថ្មីទាក់ទាញអតិថិជន ហើយឆ្លើយតបគ្រប់គ្រាន់វានិងឈានទៅដល់ ដំណាក់កាលរីកចម្រើនបរិមាណលក់ក៏កើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័ស ។

- ក្នុងនោះបានបង្ហាញនូវប្រាក់ចំណេញយ៉ាងច្រើនពេលនោះក្រុមហ៊ុនដទៃទៀតចាប់ផ្តើមឧ ទ្ទេសនាមផលិតផលថ្មីរបស់ពួកគេដែលមានន័យថាយើងនិងប្រឈមមុខនឹងគូរប្រជែង ។<sup>9</sup>

**៣. ដំណាក់កាលទ្រីមមតុភព (The Maturity Stage)**

- ដំណាក់កាលនេះហារកើនឡើងនៃបរិមាណលក់មានល្បឿនយឺតដើមដំបូងនៃដំណាក់កា លនេះផលិតផលទទួលបានប្រាក់ចំណេញខ្ពស់ ។

- ប៉ុន្តែដោយសារការកើនឡើងនៃគូរប្រកួតប្រជែង បានធ្វើអោយថ្លៃថយចុះប្រាក់ចំណេញ ទាបបរិមាណលក់ធ្លាក់ចុះយ៉ាងខ្លាំង ។

**៤. ដំណាក់កាលឱនភាព (Decline Stage)**

- ដំណាក់កាលនេះបរិមាណលក់និងប្រាក់ចំណេញថយចុះយ៉ាងខ្លាំង ។
- ក្រុមហ៊ុនតែងតែប្រមូលផ្តុំភាគច្រើន ឬទាំងអស់នៅលើការផ្សព្វផ្សាយដើម្បីទ្រទ្រង់អាយុនៃ ផលិតផលតែអាចទុកអោយផលិតផលផ្តល់នូវប្រាក់ចំណេញខ្លះនៅឡើយ ។

**២. ថ្លៃលើសេវាកម្ម**

**ក. និយមន័យ ថ្លៃលើសេវាកម្ម**

ថ្លៃគឺជាចំនួនលុយសរុបដែលត្រូវបានគិតទៅអោយផលិតផលឬសេវាកម្មណាមួយនោះ។ តែ បើតាមនិយមន័យអោយទូលាយជាងនេះទៀត ថ្លៃគឺបង្ហាញនូវថ្លៃរបស់សេវាកម្មចំពោះអ្នកទិញនិង អ្នកលក់ ។

- ចំពោះអ្នកទិញ: ត្រូវបង់ប្រាក់នៃថ្លៃកាត់បន្ថយកម្លាំងទិញ ដែលអាចមានចំពោះសេវា កម្មដទៃទៀត ។
- ចំពោះអ្នកលក់: ប្រាក់ចំណូលនៃថ្លៃជាប្រភពនៃផលចំណូល និងជាកត្តាកំណត់ដ៏ ខាន់មួយនៃកម្រិតចេញនិងប្រាក់ចំណូល ។

**ខ. គោលបំណងនៃការកំណត់ថ្លៃ (Price Objective):**

គោលបំណងនៃការផ្អែកលើការប្រកួតប្រជែង (CompetitionBased Objective) ថ្លៃរស់រានសំរាប់ទីផ្សារមាន:

- ថ្លៃប្រែប្រួលតាមពេលវេលា(មានការប្រកួតប្រជែង)
- ថ្លៃរស់រវើកលើទីផ្សារ(បត់បែនតាមស្ថានភាពទីផ្សារ)

<sup>9</sup>អៀង ឥរិយា (2011)Money and Bankingទំព័រ 20-22

**គ. ភាពសំខាន់អំពីថ្លៃ**

ការលក់ទាបជាងថ្លៃដើមគឺដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនប្រឈមមុខនឹងការប្រថុយ គ្រោះថ្នាក់ខ្ពស់ ។

គោលបំណងនៃការបែរឆ្ពោះទៅរកការលក់ (Sale Orientation Objective) តែងតែត្រូវបានបញ្ជាក់ តាមលក្ខណៈ នៃបរិមាណលក់និងគោលដៅអត្រាទីផ្សារ ។

**\* បរិមាណលក់ ៖**

- បច្ចុប្បន្នៈតិចតួចដើម្បីសាកល្បង
- អនាគតៈបង្កើនការលក់បរិមាណកាន់តែច្រើន

**\* អត្រាទីផ្សារ៖**

- រកទីតាំង
- បង្កើនអត្រាទីផ្សារនាំអោយយើងមានប្រៀបលើគូប្រកួតប្រជែងបានលុះត្រាតែសេវា កាន់តែល្អនិងស្មោះត្រង់។

**ឃ. គោលបំណងឆ្ពោះទៅរកប្រាក់ចំណេញ (Profit Directed Objective)**

ថ្លៃត្រូវបានកំណត់នៅកម្រិតខ្ពស់ល្មមស្តាររួចនូវការចំណាយទៅលើផលិតកម្ម និង Marketing លើសពីនេះទៀតថ្លៃត្រូវតែផ្តល់នូវកម្រិតបង្វិលសមស្របនៃប្រាក់ដែលក្រុមហ៊ុន បានវិនិយោគ

- សារៈសំខាន់នៃថ្លៃនិងការសម្រេចចិត្តលើការកំណត់ថ្លៃ៖

❖ សារៈសំខាន់នៃថ្លៃ

- .ថ្លៃដើមត្រូវទទួលបានសំខាន់ណាស់ក្នុងម៉ាយីដឹងចម្រុះនៃសេវាកម្មពីព្រោះការកំណត់ថ្លៃបានទាក់ ទាញនូវផលចំណូលសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន
- .ថ្លៃផ្តល់នូវការលែងលក់កម្លាំងទិញ
- .ថ្លៃក៏បានផ្តល់នូវសញ្ញាភ្នំអំពីគុណភាពផងដែរ

❖ ការសម្រេចចិត្តលើការកំណត់ថ្លៃ

- .មានសារៈសំខាន់ក្នុងការកំណត់តម្លៃសម្រាប់អតិថិជន
- .ដើរតួនាទីក្នុងការបង្កើតធម្មារម្មណ៍សម្រាប់សេវាកម្ម
- .តែងតែត្រូវបានគេធ្វើឡើងដោយការបន្ថែមភាគរយនៃការបង្កើតថ្លៃទៅលើថ្លៃដើម
- .ក្រុមហ៊ុនសេវាកម្មចាំបាច់ប្រើការកំណត់ថ្លៃអោយប្រកបដោយយុទ្ធសាស្ត្រខ្លាំងដើម្បីជួយ ទៅដល់ការទទួលបានប្រៀបលើការប្រកួតប្រជែង។

**១. កត្តា៖ឥទ្ធិពលដល់ការសម្រេចចិត្តអំពីថ្លៃ: ( Factors Pricing Decision )**

- គោលបំណងរបស់អង្គការ (Organization Pricing Decision )

ថ្លៃត្រូវតែស្របជាមួយគោលបំណងរបស់អង្គការដោយក្រុមហ៊ុន តែងតែចង់បានអត្រាទីផ្សារខ្ពស់ និងការលក់កើនឡើងដូចនេះក្រុមហ៊ុនត្រូវលក់ក្នុងការបញ្ចុះថ្លៃដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន។

- ភាពផ្សំផ្សេងៗនៃMarketing Mix (Element of Marketing Mix)

ថ្លៃមិនត្រូវបានកំណត់ដោយដាក់អោយនៅដាច់ពីភាពផ្សំផ្សេងទៀតនៃ Marketing Mixទេដោយ ធាតុផ្សំនីមួយៗត្រូវតែសមស្របជាមួយភាពផ្សំផ្សេងទៀត។

ដូចនេះត្រូវតែបង្កើតនូវភាពចម្រុះដ៏ស្មិតមួយរវាងភាគផ្សំទាំងអស់នៃ Marketing Mix ។

- ថ្លៃដើម (Cost)

នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនមានចំណាយពីទម្រង់គឺចំណាយថេរ (Fixed Cost) និងចំណាយអថេរ (Variable Cost) ហើយចំណាយទាំងពីរនេះពាក់ព័ន្ធដល់ខាងផ្នែកផលិតកម្មនិង Marketing ។ដូចនេះត្រូវ ចំណាយអោយអស់លទ្ធភាពដូចជាកំលាំងពលកម្ម,វត្ថុធាតុដើម,ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម...។

- បញ្ហាច្បាប់និងនីយ័តកម្ម (Legal and Regulatory Issues ):

រដ្ឋាភិបាលជានិច្ចកាលបានកំណត់លើការត្រួតពិនិត្យនូវអ្វីដែលមានឥទ្ធិពលដល់ថ្លៃដោយរដ្ឋាភិបាល កំណត់លើការយកពន្ធលើសិន:

- .លើសិនពន្ធដារកើនឡើងនាំអោយថ្លៃកើនឡើង
- .ផ្ទុយទៅវិញលើសិនពន្ធដារថយចុះនាំអោយថ្លៃថយចុះ

- សញ្ញាណលក្ខខ័ណ្ឌរបស់អតិថិជន (Customer Perception ):

ផ្ដោតទៅលើគោលគំនិតរបស់អតិថិជនមុនពេលទិញប្រៀបប្រៀប:

- .គុណភាព
- .នាមសញ្ញា
- .អត្ថប្រយោជន៍
- .សេវាកម្ម

លើសិន:

- .ថ្លៃកើនឡើងនាំអោយតម្រូវការថយចុះ
- .ថ្លៃថយចុះនាំអោយតម្រូវការកើនឡើង

**៣. ទីតាំង (place)**

**ក. ទីតាំងសេវាកម្ម**

មានប្រភពបីនៃការទំនាក់ទំនងជាមួយអន្តរកម្មសេវាកម្មនិងអតិថិជនគឺ:

•អតិថិជនទៅរកអ្នកផ្តល់សេវាកម្ម: កន្លែងទីតាំងមានសារៈសំខាន់ណាស់(ចំពោះសេវាកម្មដែលស្វែងរកការរីកចម្រើននោះគេផ្តល់សេវាកម្មតាមទីតាំងច្រើនជាងមួយកន្លែង) ។

•អ្នកផ្តល់សេវាកម្មទៅអតិថិជន:

កន្លែងនៃទីតាំងមិនជាសំខាន់ណាស់ណាទេគេច្រើនអោយទៅជិតល្មមនិងអតិថិជន(កាលៈទេសៈខ្លះធ្វើទៅតាមការសន្មតរបស់អតិថិជន) ។

•អ្នកផ្តល់សេវាកម្មនិងអតិថិជនធ្វើប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មដោយជៀសវាងគ្នា ។

**ខ. ការជ្រើសរើសទីតាំងនិងបណ្តាញសេវាកម្ម**

ការជ្រើសរើសទីតាំង និងបណ្តាញសេវាកម្មគឺផ្អែកយ៉ាងខ្លាំងទៅលើតម្រូវការទាមទារដោយឡែកផ្ទាល់ ។ អ្នកផ្តល់សេវាកម្មតែងតែគិតអំពីការជ្រើសបណ្តាលមកពីការ បញ្ចូលសេវាកម្មអោយបានសមស្រប។ ហេតុនេះហើយការបណ្តុះបណ្តាលសេវាកម្មអោយអ្នកបញ្ជូនគឺសំខាន់ជាងអាយុជីវិតក្នុងផ្តល់នូវស្ថេរភាពគុណភាពសេវាកម្មរបស់ពួកគេ ។

**៤. ការផ្សព្វផ្សាយ (Promotion)**

ការផ្សព្វផ្សាយនៃសេវាកម្មបានដាក់ជុំវិញវិស័យសំខាន់មួយចំនួនដូចជា:

**ក. ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម:** ជាទម្រង់បង់ថ្លៃនៃទំនាក់ទំនងមិនផ្ទាល់ស្តីពីទំនិញសេវាកម្ម ឬ

គំនិតដោយអ្នកឧបត្ថម្ភដែលបានស្គាល់តាមរយៈគ្រឿងផ្សាយទ្រង់ទ្រាយធំ ។ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មក្នុងការធ្វើម៉ាយ៉ែតដឹងលើសេវាកម្មមានតួនាទី:

- បង្កើនការយល់ដឹងអំពីសេវាកម្ម
- បន្ថែមចំណេះដឹងដល់អតិថិជនស្តីពីសេវាកម្ម
- បង្កើនការយល់ដឹងអំពីសេវាកម្ម
- ជួយបញ្ចុះបញ្ចូលអតិថិជនអោយទិញ
- ធ្វើអោយប្លែកគ្នានូវសេវាកម្មយើងពីដង្ហោយសេវាកម្មដទៃទៀត

**ខ. ការជ្រើសរើសគ្រឿងផ្សាយ:** ពាក់ព័ន្ធនឹងការយកកត្តាសំខាន់បួនគឺ:

•ចរិតលក្ខណៈនៃគ្រឿងផ្សាយ: ការគ្រប់ដណ្តប់ទៅលើភូមិសាស្ត្រ, ប្រភេទនៃទស្សនិកជន, ភាពញឹកញាប់ ពណ៌ សូរ និងចលនាកំលាំងដើម្បីទៅដល់ចំណែកទីផ្សារពិសេសៗនៅក្នុងសភាពគូអោយជឿជាក់ ។

•បរិយាកាសគ្រឿងផ្សាយ: ការធានាថាគ្រឿងផ្សាយពង្រឹងនូវធម្មារម្មណ៍

- ភាពគ្រប់ដណ្តប់នៃគ្រឿងផ្សាយ:ចំនួនមនុស្សដែលឈានទៅដល់
- ចំណាយប្រៀបធៀប:

ការបញ្ជាក់អោយច្បាស់លាស់នូវការចំណាយដើម្បីឈានទៅដល់ទំហំទស្សនិកជនជាក់លាក់ ។

**គ. ការលក់ផ្ទាល់:** ជាដំណើរការទល់មុខគ្នារវាងបុគ្គលិកនិងបុគ្គលិកដែលតាមរយៈនេះអ្នកលក់ធ្វើការសិក្សាអំពីតម្រូវការអ្នកទិញ ដ៏គួរជាទីសង្ឃឹមហើយស្វែងរកបំពេញតម្រូវការរបស់ពួកគេតាមរយៈការលក់ផ្ទាល់ ។ ការលក់ផ្ទាល់មានតួនាទីសំខាន់ក្នុងសេវាកម្មដោយសារបណ្តាក្រុមហ៊ុនសេវាកម្មជាច្រើនដែលពាក់ព័ន្ធនឹង:

- .អន្តរកម្មផ្ទាល់រវាងអ្នកផ្តល់សេវាកម្មជាមួយអតិថិជន
- .សេវាកម្មត្រូវបានផ្តល់ដោយមនុស្សមិនមែនម៉ាស៊ីនទេ
- .មនុស្សក្លាយជាផ្នែកនៃផលិតផលសេវាកម្ម

**ឃ. ការផ្សព្វផ្សាយលក់:** ជាសកម្មភាពផ្តល់នូវគ្រឿងលើកទឹកចិត្តសម្រាប់រយៈពេលមួយកំណត់ ដើម្បីអន្ទង់ការឆ្លើយតបដែលគួរអោយចង់បានពី អតិថិជនគោលដៅ អ្នកលក់ ក្រុមហ៊ុន ឬអន្តរការី ។ សកម្មភាពនិងឧបករណ៍នៃការផ្សព្វផ្សាយលក់ត្រូវបានផ្តល់ឆ្ពោះទៅរកទស្សនិកជនបីប្រភេទគឺ: អតិថិជន,អន្តរការី និងអ្នកលក់ ។

**៥. មនុស្សនៅក្នុងសេវាកម្ម**

សារៈសំខាន់របស់មនុស្សនៅក្នុងម៉ាយ៉ែតធីងនៃសេវាកម្មបាននាំទៅដល់ការចាប់អារម្មណ៍យ៉ាងខ្លាំងលើម៉ាយ៉ែតធីងខាងក្នុង ។ តួនាទីដែលមនុស្សជះឥទ្ធិពលទៅលើការងារម៉ាយ៉ែតធីងនិងទាក់ទងនឹងអតិថិជនគឺ:អ្នកផ្គត់ផ្គង់ទាក់ទងអតិថិជនជាញឹកញាប់ឬទៀងទាត់និងពាក់ព័ន្ធជាមួយសកម្មភាពម៉ាយ៉ែតធីងធម្មតា ។

- .អ្នកបកប្រែ:មិនពាក់ព័ន្ធផ្ទាល់ជាមួយនឹងម៉ាយ៉ែតធីងធម្មតាអោយដល់កម្រិតខ្លាំងខ្លានោះទេប៉ុន្តែបានទាក់ទងអតិថិជនជាញឹកញាប់ដែរ ។
- .អ្នកមានឥទ្ធិពល:ទាក់ទងអតិថិជនយូរៗម្តងឬគ្មានសោះតែម្តង ។
- .អ្នកឯការ:មិនទាក់ទងអតិថិជនញឹកញាប់ទេហើយក៏មិនទាក់ទងសកម្មភាពម៉ាយ៉ែតធីងធម្មតាដែរ ។

**៦. ដំណើរការ**

ដំណើរការពាក់ព័ន្ធនឹងទម្រង់ការ យន្តការនៃការវិភាគការងារ សកម្មភាព និងទម្លាប់ដែលតាមរយៈនេះផលិតផលនិងសេវាកម្មត្រូវបានបញ្ជូនទៅអោយអតិថិជន ។

❖ ដំណើរការទុកដូចជាធាតុសម្ព័ន្ធ:

---

ដំណើរការត្រូវបានផ្លាស់ប្តូរទៅតាមទម្រង់ស្មុគស្មាញនិងឃ្លាតចេញពីគ្នា។ ដើម្បីសម្រេចបាននូវជោគជ័យដូចតទៅ៖

.ភាពឃ្លាតចេញពីគ្នាដែលបានបន្ថយ៖ ការចំណាយនេះមាននិន្នាការកាត់បន្ថយចំណាយកែលំអរផលិតភាពធ្វើការបែងចែកងាយស្រួល

.គុណភាពសេវាកម្មមិនប្រែប្រួលនិងកែលំអរភាពអាចរកបាននៃសេវាកម្ម ។

.ភាពឃ្លាតចេញពីគ្នាដែលបានបង្កើតការពាក់ព័ន្ធនឹងការធ្វើតាមបញ្ជាអ្នកទិញនិងភាពបត់បែនខ្លាំងជាង ។

.ភាពស្មុគស្មាញដែលបានបន្ថយ៖ ការនេះមានន័យថាជាយុទ្ធសាស្ត្រធ្វើឯកកម្ម ។

.ភាពស្មុគស្មាញដែលបានបង្កើតជាយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីទទួលបានកម្រិតខ្ពស់នៃការជ្រៀតចូលទៅក្នុងទីផ្សារដោយបន្ថែមសេវាកម្មជាច្រើន<sup>10</sup> ។

---

<sup>10</sup> សាន ឌីណា(2010) Accounting for Banking ទំព័រ 9-11

## **ជំពូក២ ការសិក្សាពីស្ថានភាពទូទៅរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា អិលស៊ី**

### **២.១ ប្រវត្តិ និងទីតាំងរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា អិលស៊ី**

ដោយមានការជួយគាំទ្រពីអង្គការពលកម្មអន្តរជាតិ (ILO) និងកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍អង្គការសហប្រជាជាតិ (UNDP) អេស៊ីលីដា ត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅក្នុងខែមករា ឆ្នាំ១៩៩៣ក្នុងនាមជាអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលមួយមានទិសដៅអភិវឌ្ឍន៍មុខរបរខ្នាតតូចបំផុត និងខ្នាតតូចតាមរយៈការផ្តល់ឥណទានដោយស្ថាបនិកមួយក្រុមដូចខាងក្រោម ។ ការពង្រីកបណ្តាញប្រតិបត្តិការគ្របដណ្តប់គ្រប់ខេត្តរាជធានីក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និងសមត្ថភាពរបស់ធនាគារក្នុងការរកប្រាក់ចំណេញដែលធានានូវនិរន្តរភាព គឺជាកត្តាធំពីរដែលធ្វើឲ្យក្រុមប្រឹក្សាភិបាល និងដៃគូអន្តរជាតិរបស់ខ្លួនសម្រេចថា ធនាគារ អេស៊ីលីដា គួរធ្វើការកម្លាយខ្លួនទៅជាធនាគារពាណិជ្ជ ។ ធ្វើបែបនេះមិនត្រឹមតែជួយពង្រឹងស្ថិរភាពរចនាសម្ព័ន្ធផ្នែកច្បាប់សម្រាប់បំពេញកាតព្វកិច្ចរបស់ខ្លួនពីមុនមកនោះទេថែមទាំងផ្តល់ឲ្យធនាគារនូវជម្រើសកាន់តែច្រើនក្នុងការរកទុនបន្ថែម (ដូចជាការបន្ថែមដើមទុន ការទទួលប្រាក់បញ្ញើសាធារណៈឬការទទួលប្រាក់កម្ចីពាណិជ្ជកម្ម រវាងធនាគារដូចគ្នា)សម្រាប់គាំទ្រដល់ការពង្រីក ការផ្តល់សេវាមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុដែលជាអាជីវកម្មស្នូលរបស់ខ្លួន ។ ដោយមានការជួយជ្រោមជ្រែងពីស្ថាប័នមួយចំនួនដូចជាភ្នាក់ងារអភិវឌ្ឍន៍អន្តរជាតិនៃសហរដ្ឋអាមេរិក (USAID) កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍វិស័យឯកជនតំបន់ទន្លេមេគង្គ (MPDF/IFC) និងកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍អង្គការសហប្រជាជាតិ (UNDP) ធ្វើឲ្យកម្មវិធីកម្លាយខ្លួនរយៈពេលបីឆ្នាំមួយត្រូវបានលើកឡើងនៅឆ្នាំ១៩៩៨ ហើយសម្រេចជោគជ័យដោយទទួលបានអាជ្ញាប័ណ្ណជាធនាគារឯកទេស នៅក្នុងខែតុលា ឆ្នាំ២០០០<sup>11</sup> ។

នៅក្នុងដំណើរការកម្លាយខ្លួននេះអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលអេស៊ីលីដាដើម បានបង្វែរទ្រព្យសកម្មនិងបំណុលក្នុងដៃអតិថិជន (ប្រាក់កម្ចីរយៈពេលវែងដែលទទួលបានពីម្ចាស់ជំនួយ) ទៅកាន់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ដែលទើបបង្កើតថ្មីដោយប្តូរត្រឡប់ទៅវិញជាភាគហ៊ុន ៤៤,៩១% របស់ធនាគារស្មើនឹង ៤លានដុល្លារអាមេរិក សមាគមបុគ្គលិកអេស៊ីលីដា (ក្រុមហ៊ុន អេ អេស អេ អ៊ីនឡ)ដែលបានបង្កើតឡើងដោយមូលនិធិរបស់បុគ្គលិក បានទិញភាគហ៊ុនចំនួន ៦,០៩%ហើយចំណែកដែលនៅសល់ ៤៩%ទៀតត្រូវបានបែងចែកទៅឲ្យភាគទុនិកបរទេសចំនួនបួនគឺសាជីវកម្មហិរញ្ញវត្ថុអន្តរជាតិ (សាខារបស់ធនាគារពិភពលោក), DEG (ប្រទេសអាល្លឺម៉ង់), FMO និង ធនាគារទ្រីយ៉ូដូស (ប្រទេសហុល្លង់ដ៍) ។ នាពេលអនាគតធនាគារ អេស៊ីលីដា អាចនឹងមានវត្តមាននៅក្នុងទីផ្សារភាគហ៊ុនក្នុងពេលសមស្របណាមួយ ។

<sup>11</sup><https://www.acledabank.com.kh> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៥ខែឧសភា២០១៨

នៅថ្ងៃទី៣០ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០០៦ ធនាគារ អេស៊ីលីដា បានប្រកាសពីការបង្កើនដើមទុនដែលមានពី ១៣លានដុល្លារអាមេរិក ទៅដល់៣០លានដុល្លារអាមេរិក ។ នៅថ្ងៃទី០៤ ខែមករា ឆ្នាំ២០០៨ ធនាគារអេស៊ីលីដាបានប្រារព្ធពិធីគម្រប់ខ្ទប់ទី១៥ឆ្នាំនៃការធ្វើប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួននិងបានប្រកាសបង្កើនដើមទុនរបស់ខ្លួនពី៣០លានដុល្លារអាមេរិក ទៅ ៥០លានដុល្លារអាមេរិក ។

នៅថ្ងៃទី២៣ខែមករា ឆ្នាំ២០០៩ ធនាគារ អេស៊ីលីដា បានបង្កើនដើមទុនពី ៥០លានដុល្លារអាមេរិកដល់ ៦០លានដុល្លារអាមេរិក និងបង្កើនដល់ ៦៨,១៥លានដុល្លារអាមេរិក នៅថ្ងៃទី១២ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០០៩ ។ នៅថ្ងៃទី១៧ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០៩ ក្រុមហ៊ុន JSH Asian Holdings Limited បានទិញភាគហ៊ុនចំនួន ១២,២៥% នៅក្នុងធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី ពីស្ថាប័ន FMO ជាធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អន្តរជាតិនៃប្រទេសហូឡង់ដ៍ ។ ចំណែកឯរចនាសម្ព័ន្ធភាគហ៊ុនរបស់ធនាគារបានផ្លាស់ប្តូរដូចខាងក្រោម ៖

នាពេលអនាគត ធនាគារ អេស៊ីលីដា អាចនឹងមានវត្តមាននៅក្នុងទីផ្សារភាគហ៊ុន ក្នុងពេលសមស្របណាមួយ ។ បន្ទាប់ពីបង្កើនដើមទុនរបស់ខ្លួនមួយទ្វេដាច់ ឡើងដល់ ១៣លានដុល្លារអាមេរិក ធនាគារអេស៊ីលីដា បានទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណជាធនាគារពាណិជ្ជ នៅថ្ងៃទី០១ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០៣ ហើយត្រូវប្តូរឈ្មោះមកជា "ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី" ។

ការបង្កើនដើមទុន		
ល.រ	កាលបរិច្ឆេទ	ដើមទុន (គិតជាដុល្លារអាមេរិក)
១	ខែតុលា ឆ្នាំ២០០០	៤.០០០.០០០ ដុល្លារអាមេរិក
២	ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០៣	១៣.០០០.០០០ ដុល្លារអាមេរិក
៣	ខែតុលា ឆ្នាំ២០០៦	៣០.០០០.០០០ ដុល្លារអាមេរិក
៤	ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០៧	៥០.០០០.០០០ ដុល្លារអាមេរិក
៥	ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០០៨	៦០.០០០.០០០ ដុល្លារអាមេរិក
៦	ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០០៩	៦៨.១៥០.០០០ ដុល្លារអាមេរិក
៧	ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១១	៧៨.៣៧២.៥០០ ដុល្លារអាមេរិក
៨	ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១១	៨៨.៣៧២.៥០០ ដុល្លារអាមេរិក

១០	ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១២	១១៣.១៦៩.៥៦០ ដុល្លារអាមេរិក
១០	ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៣	១៨៥.៦៧១.៨៥៧ ដុល្លារអាមេរិក
១១	ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៤	២២៥.៥៣៥.៦០៥ ដុល្លារអាមេរិក
១២	ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៥	២៦៥.៧២៦.០៥០ ដុល្លារអាមេរិក
១៣	ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៦	៣០៧.៧៦៣.៩១១ ដុល្លារអាមេរិក

ភាគទុនិកនៅថ្ងៃទី៨ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៦

ភាគទុនិក	កម្មសិទ្ធិ (%)	តម្លៃចុះបញ្ជី (ដុល្លារ អាមេរិក)	ចំនួនហ៊ុន
អេស៊ីលីដា ហ្វាយណាន់ហ្សូល ត្រាស់	២៥,១០៦១%	៧៧.២៦៧.៥៧៥\$	៧៧.២៦៧.៥៧៥
ក្រុមហ៊ុន អេ អេស អេ ភីអិលស៊ី	២៥,៨៩៣៩%	៧៩.៦៩២.០២៦\$	៧៩.៦៩២.០២៦
Sumitomo Mitsui Banking Corporation	១៨,២៥០០%	៥៦.១៦៦.៩១២\$	៥៦.១៦៦.៩១២
COFIBRED	១២,២៥០០%	៣៧.៧០១.០៧៨\$	៣៧.៧០១.០៧៨
ORIX Corporation	១២,២៥០០%	៣៧.៧០១.០៧៨\$	៣៧.៧០១.០៧៨
Triodos Microfinance	២,៥៥០៨%	៧.៨៥០.៤៧៤\$	៧.៨៥០.៤៧៤

Fund			
Triodos Fair Share Fund	២,១៨១៤%	៦.៧១៣.៥០៣\$	៦.៧១៣.៥០៣
Triodos Sustainable Finance Foundation	១,៥១៧៨%	៤.៦៧១.២៦៥\$	៤.៦៧១.២៦៥
សរុប	១០០%	៣០៧.៧៦៣.៩១១\$	៣០៧.៧៦៣.៩១១

នាដំណាច់ឆ្នាំ២០១៦ ធនាគារ អេស៊ីលីដា មានទ្រព្យសកម្មសរុប ៤.៥៦១ លានដុល្លារអាមេរិក ព្រមទាំងកាន់កាប់ទីផ្សារបានប្រមាណ ១៩,៣% នៃទីហ្វីឡែសកម្មសរុប, ២០,១% (សមតុល្យឥណទាន) និង ៥៨,៩% (ចំនួនអតិថិជន) នៃទីហ្វីឡែឥណទានសរុប, និង ១៩,៤% (សមតុល្យប្រាក់បញ្ញើ) និង ៥៥,៦% (ចំនួនគណនី) នៃទីហ្វីឡែប្រាក់បញ្ញើសរុប នៅក្នុងវិស័យធនាគារនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា (មិនរាប់បញ្ចូលស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ និងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល) ។ បច្ចុប្បន្ន ធនាគារអេស៊ីលីដា មានសមតុល្យឥណទានសរុបប្រមាណ ២៧៩៣,២៧លានដុល្លារអាមេរិក នៅលើដៃអតិថិជនជាង ៤៣០.១១៧នាក់ ដែលក្នុងនោះមាន ៥០,៩៧% ជាស្ត្រី ។ ធនាគារមានបុគ្គលិកសរុប ១២.៤៣៨នាក់ កំពុងបម្រើការងារនៅក្នុង ២៦០សាខា ដែលគ្របដណ្តប់គ្រប់ខេត្ត-រាជធានីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា<sup>12</sup> ។

ក្រៅពីសេវាឥណទាន និងសេវាបញ្ញើ-សន្សំ ធនាគារ អេស៊ីលីដា មានបម្រើជូននូវសេវាផ្ទេរប្រាក់ក្នុង និងក្រៅប្រទេសតាមរយៈ Western Union និង SWIFT (សង្គមជុំវិញពិភពលោកសម្រាប់ទូរគមនាគមន៍ហិរញ្ញវត្ថុអន្តរជាតិ) ។ យើងខ្ញុំមានសេវាធនាគារអេឡិចត្រូនិក សេវាហិរញ្ញប្បទានពាណិជ្ជកម្ម (Documentary Collection, សេវាលិខិតឥណទាន, សេវាលិខិតធានា និង សេវាឥណទានពាណិជ្ជកម្ម) និង សេវាចាត់ចែងសាច់ប្រាក់ មានដូចជា ៖ សេវាប្តូរប្រាក់, សេវាបញ្ជាអចិន្ត្រៃយ៍, សេវាទូទាត់សាច់ប្រាក់, សេវាសម្រួលគណនីអតិថិជន, សេវាបើកប្រាក់បៀវត្ស, សេវាលិខិតអះអាងលើគណនីនិងព័ត៌មានអតិថិជន, សេវាមូលប្បទានបត្រសាច់ប្រាក់, សេវាប្រមូល

<sup>12</sup><https://www.acledabank.com.kh> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៥ខែឧសភា២០១៨

សាច់ប្រាក់, សេវាមូលប្បទានបត្រទេសចរណ៍, សេវាទិញមូលប្បទានបត្របរទេស, សេវាមូលប្បទានប័ណ្ណ, សេវាបញ្ជីតាមរយៈប្រអប់សុវត្ថិភាព, សេវាប្រមូលប្រាក់បង់ពន្ធ និងសេវាធនាគារដទៃជាច្រើនទៀត ។

ការិយាល័យកណ្តាល របស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា មានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ជាមួយនឹងបណ្តាញប្រតិបត្តិការគ្របដណ្តប់ទូទាំងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

ប្រវត្តិនៃការពង្រីកបណ្តាញសាខារបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា	
ឆ្នាំ	ឈ្មោះខេត្តនិងក្រុងដែលបានពង្រីកទៅតាមឆ្នាំ
ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា	
១៩៩៣	ភ្នំពេញ កណ្តាល បន្ទាយមានជ័យ សៀមរាប បាត់ដំបង កំពង់ចាម
១៩៩៤	តាកែវ កំពត កែប
១៩៩៥	ក្រុងព្រះសីហនុ
១៩៩៦	ពោធិ៍សាត់
១៩៩៧	កំពង់ស្ពឺ កំពង់ធំ
២០០០	កំពង់ឆ្នាំង ស្វាយរៀង
២០០១	ព្រៃវែង
២០០៣	កោះកុង
២០០៤	ប៉ៃលិន ឧត្តរមានជ័យ ព្រះវិហារ ក្រចេះ
២០០៥	ស្ទឹងត្រែង

២០០៦	រតនគិរី មណ្ឌលគិរី
<b>សាធារណរដ្ឋប្រជាធិបតេយ្យប្រជាមានិតឡាវ</b>	
២០០៨	រដ្ឋធានីវៀងច័ន្ទ សាក់វណ្ណខេត ចំប៉ាសាក់
២០០៩	សាឡាវ៉ាន់
២០១០	ខាំមួន
២០១១	វៀងច័ន្ទ
២០១២	បលីខាំសៃ សេកង លួងជាក់បាង អាត់តាពើ
២០១៣	បកែវ សៃញាក់ប៊ូលី សៀងយ៉ុង អ៊ុខុមសៃ លួងណាំថា
<b>សាធារណរដ្ឋសហភាពមីយ៉ាន់ម៉ា</b>	
២០១៣	ភូមិភាគឃ្មុំក្នុង ភូមិភាគបាកូ

តារាងខាងលើបង្ហាញអំពីប្រវត្តិនៃការពង្រីកបណ្តាញប្រតិបត្តិការរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា កន្លងមក ដើម្បីពង្រីកការបម្រើសេវាធនាគារជូនចំពោះអតិថិជនគ្រប់ទីកន្លែងទូទាំងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។ ធនាគារ អេស៊ីលីដា គឺអិលស៊ី ជាក្រុមហ៊ុនមហាជនទទួលខុសត្រូវមានកម្រិត ដែលបានបង្កើតឡើងតាមប្រព័ន្ធច្បាប់គ្រឹះស្ថានធនាគារ និងហិរញ្ញវត្ថុនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។ ធនាគារ អេស៊ីលីដា បានចាប់បដិសន្ធិឡើងនៅក្នុងខែមករា ឆ្នាំ១៩៩៣ ក្នុងនាមជាអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលមួយ ដែលមានទិសដៅអភិវឌ្ឍន៍មុខរបរខ្នាតតូចបំផុត និងខ្នាតតូច តាមរយៈការផ្តល់ឥណទាន ។

នៅថ្ងៃទី០៧ ខែតុលា ឆ្នាំ២០០០ ធនាគារ អេស៊ីលីដា បានទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណជាធនាគារឯកទេស ពីធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា ។ នៅថ្ងៃទី០១ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០៣ ធនាគារ អេស៊ីលីដា បានទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណជាធនាគារពាណិជ្ជ ពីធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា ដែលធ្វើឱ្យធនាគារ អេស៊ីលីដា មានលទ្ធភាពបំពេញ

ទៅតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជននូវសេវាធនាគារបានទូទៅ និងទូលំទូលាយថែមទៀត ហើយក៏បានប្តូរឈ្មោះជាផ្លូវការមកជា "ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី"<sup>13</sup> ។

ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី គឺជាធនាគារដំបូងគេនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលទទួលបានការផ្តល់ចំណាត់ថ្នាក់ដោយស្ថាប័នផ្តល់ចំណាត់ថ្នាក់ធនាគារអន្តរជាតិ គឺ Standard & Poor's ។

ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី ទទួលបានពានរង្វាន់ជាស្ថាប័នរីកចម្រើនលំដាប់ថ្នាក់ពិភពលោករបស់វេទិកាសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោក ឆ្នាំ២០១៤ (World Economic Forum Global Growth Companies 2014) និងបានចូលជាសមាជិកនៃវេទិកាសេដ្ឋកិច្ចពិភពលោក (World Economic Forum) ។

ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី បានទិញសេវាធានារ៉ាប់រងពីក្រុមហ៊ុន Jardine Lloyd Thompson Asia ជាក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងធំជាងគេបង្អស់របស់ចក្រភពអង់គ្លេស និងពីក្រុមហ៊ុនធានារ៉ាប់រងហ្វូតតេ ប្រចាំព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

ធនាគារ អេស៊ីលីដា ត្រូវបានធ្វើសវនកម្មតាមធម្មនិយាមអន្តរជាតិដោយខេត្តិអឹមដ្លី ខេមបូឌាចំកាត់ និងមានក្រុមប្រឹក្សាច្បាប់មួយនៅរាជធានីភ្នំពេញ គឺ Sciaroni & Associates ។

ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី មានក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធចំនួន ៥ គឺ ធនាគារ អេស៊ីលីដា ឡាវ, អេស៊ីលីដា ស៊ីឃ្យូរីធី ភីអិលស៊ី, វិទ្យាស្ថាន ពាណិជ្ជសាស្ត្រ អេស៊ីលីដា, អេស៊ីលីដា ប្រូកេធីអិលធីឌី, និងអេស៊ីលីដា មីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ មីយ៉ាន់ម៉ា ។

រូបភាពទី១៖ ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី មានក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធផ

 <p>វិទ្យាស្ថាន ពាណិជ្ជសាស្ត្រ អេស៊ីលីដា ជាក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធពេញលេញរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី និងផ្តល់សេវាបណ្តុះបណ្តាល អប់រំ ដំបូងមុត ជូនដល់សាធារណជនគ្រប់មជ្ឈដ្ឋានក្នុង សហគមន៍ ។</p>	 <p>អេស៊ីលីដា ស៊ីឃ្យូរីធី ភីអិលស៊ី ជាក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធពេញលេញរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី និងផ្តល់សេវាលើកម្ម រឹងសារមូលបត្រ ជូនដល់វិនិយោគិនជាបុរេបុគ្គលនិង ក្រុមហ៊ុន ។</p>	 <p>អេស៊ីលីដា ប្រូកេធី អិលធីឌី ជាក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធពេញលេញរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី និងត្រូវបានបង្កើតឡើងតាមច្បាប់ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដើម្បីប្រតិបត្តិការ...</p>	 <p>ធនាគារ អេស៊ីលីដា ឡាវ ជាក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី និងគិតលំដាប់សេវាប្រាក់កម្ចីសម្បូរបែប ក្នុង ប្រទេសឡាវ (មាន ៤១សាខា) ។</p>	 <p>ស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ អេស៊ីលីដា មីយ៉ាន់ម៉ា ជាក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី និងធ្វើប្រតិបត្តិការជាស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ក្នុង ប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ា (មាន ៨សាខា) ។</p>
--	---	--	---	--

ប្រភព៖ គេហទំព័ររបស់ធនាគារអេស៊ីលីដា

<sup>13</sup><https://www.acledabank.com.kh> ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២២ខែឧសភា២០១៨

ចាប់ពីខែកក្កដាឆ្នាំ២០០៨ធនាគារអេស៊ីលីដាបានពង្រីកបណ្តាញប្រតិបត្តិការក្រៅប្រទេសដំបូង របស់ខ្លួនក្នុងប្រទេសឡាវដែលមានការិយាល័យកណ្តាលនៅទីក្រុងវៀងចន្ទ និងបើកសាខាបន្ត បន្ទាប់ក្នុងខេត្តសាក់វណ្ណខេត និងចំប៉ាសាក់ ។

នៅចុងខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៧ ធនាគារអេស៊ីលីដា បានពង្រីកបណ្តាញប្រតិបត្តិការរហូតដល់ ២៦០ សាខា គ្របដណ្តប់គ្រប់ខេត្ត-រាជធានី រួមមាន ការិយាល័យកណ្តាល របស់ ធនាគារ អេស៊ីលីដា មានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ជាមួយនឹងបណ្តាញប្រតិបត្តិការគ្របដណ្តប់ រាជធានីភ្នំពេញ, ខេត្តបន្ទាយមានជ័យ, ខេត្តបាត់ដំបង, ខេត្តកំពង់ឆ្នាំង, ខេត្តកំពង់ចាម, ខេត្តកណ្តាល, ខេត្តកោះកុង, ខេត្តកំពត, ខេត្តកែប, ខេត្តកំពង់ស្ពឺ, ខេត្តក្រចេះ, ខេត្តកំពង់ធំ, ខេត្តមណ្ឌលគិរី, ខេត្តឧត្តរមានជ័យ, ខេត្តប៉ៃលិន, ខេត្តពោធិ៍សាត់, ខេត្តព្រៃវែង, ខេត្តព្រះវិហារ, ខេត្តរតនគិរី, ខេត្តព្រះសីហនុ, ខេត្តសៀមរាប, ខេត្តស្ទឹងត្រែង, ខេត្តស្វាយរៀង, ខេត្តតាកែវ, និង ខេត្តត្បូងឃ្មុំ ។

បច្ចុប្បន្នធនាគារ អេស៊ីលីដា មានបម្រើសេវាដូចជា ៖ សេវាធនាគារអេឡិចត្រូនិក, សេវាឥណទាន, សេវាបញ្ញើ-សន្សំ, សេវាផ្ទេរប្រាក់ក្នុងនិងក្រៅប្រទេស, សេវាហិរញ្ញប្បទានពាណិជ្ជកម្ម, សេវា ចាត់ចែងសាច់ប្រាក់, សេវាប្តូរប្រាក់ រួមទាំងសេវាធនាគារជាច្រើនប្រភេទទៀត ។

**២.២ និមិត្តសញ្ញារបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី**

ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី មានអត្តសញ្ញាណដូចតទៅ ៖

រូបភាពទី២៖រូបសញ្ញា

**២.២.១ រូបសញ្ញា**



ប្រភព៖ គេហទំព័ររបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា

**២.២.២ អត្ថន័យនៃរូបសញ្ញា**

រូបសញ្ញានេះមានអត្ថន័យដូចតទៅ ៖

អត្ថន័យនៃពាក្យ អេស៊ីលីដា

អ = អភិសមាចារ អភិវឌ្ឍន៍ អច្ឆរិយ

ស = សុខភាព សមត្ថភាព សីលធម៌

ល = ល្បឿនទាន់ចិត្ត លទ្ធផលល្អ លើសលប់

ដ = ដឹងយល់ ដុះដាល ដល់គោលដៅ

និមិត្តសញ្ញាថ្មីនេះនឹងបង្ហាញខ្លួននៅបណ្តាប្រទេសនៅតំបន់អាស៊ាន និងនៅលើពិភពលោក ធ្វើអោយអន្តរជាតិស្គាល់អំពីអក្សរសាស្ត្រខ្មែរដែលមានប្រយោជន៍ជាយូរលង់ណាស់មកហើយ យ៉ាងច្បាស់តាមរយៈពាក្យ **អេស៊ីលីដា** ដោយសារតែធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី មានបុត្រសម្ព័ន្ធ នៅប្រទេសឡាវ ប្រទេសមីយ៉ាន់ម៉ា និងមានធនាគារជាដៃគូចំនួន ៤០១ នៅក្នុង៥៤ប្រទេស នៅលើពិភពលោក និងធនាគារអេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី បានចូលរួម ព្រឹត្តិការណ៍ធំៗលើឆាកអន្តរជាតិ ។

**២.២.៣ មូលហេតុដែល ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី យកអក្សរខ្មែរ អេស៊ីលីដា**

**ជានិមិត្តសញ្ញា**

ជាទូទៅគេតែងយករូបភាពផ្សេងៗ ធ្វើជានិមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន ស្ថាប័ន ក្រសួង មន្ទីរ ។ល។ ប៉ុន្តែ ធនាគារអេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី បានយកអក្សរខ្មែរ អេស៊ីលីដា និងអក្សរ អង់គ្លេស ACLEDA ធ្វើជានិមិត្តសញ្ញា ។

**អក្សរខ្មែរ អេស៊ីលីដា**

-ផ្សព្វផ្សាយជាសកលអោយមហាជនស្គាល់អក្សរខ្មែរតាមរយៈនិមិត្តសញ្ញានេះ

**អក្សរអង់គ្លេស ACLEDA**

-ដោយ ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី ផ្តល់សេវាហិរញ្ញវត្ថុទូលំទូលាយទូទាំងសកលលោក ។

### ជំពូក្រាម ៣ សេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត របស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី

សេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត ជាសេវាហិរញ្ញវត្ថុមួយប្រភេទដែលអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជន និងសាធារណជនទូទៅ ដែលធ្លាប់ ឬមិនធ្លាប់ប្រើសេវាធនាគារពីមុនមក ជាមួយធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី ឬធនាគារផ្សេង អាចធ្វើប្រតិបត្តិការសេវាធនាគារ តាមរយៈទូរស័ព្ទចល័តដែលដំណើរការដោយ Android និង iOS ។

មិនគិតថ្លៃសេវាគ្រប់ប្រតិបត្តិការ ដូចជា៖ ពិនិត្យមើលសមតុល្យគណនី និងរបាយការណ៍គណនីសង្ខេប, ផ្ទេរប្រាក់ (ផ្ទេរប្រាក់រវាងគណនីផ្ទាល់ខ្លួន, ផ្ទេរប្រាក់ទៅលេខទូរស័ព្ទចល័ត, ផ្ទេរប្រាក់ទៅគណនីធនាគារ, ដាក់ប្រាក់ចូលគណនីទាន់ចិត្ត, ដកប្រាក់ពីគណនីទាន់ចិត្ត), ទូទាត់វិក្កយបត្រ, ទូទាត់ទាន់ចិត្ត, បញ្ជូលទឹកប្រាក់ទូរស័ព្ទ ។ល។

រូបភាពទី៣៖ ប្រតិបត្តិការអាចទូទាត់បាន



ប្រភព៖ គេហទំព័រធនាគារអេស៊ីលីដា

### ១. អត្ថប្រយោជន៍

- ផ្តល់ភាពងាយស្រួល រហ័សទាន់ចិត្ត និងមានសុវត្ថិភាពខ្ពស់ក្នុងការធ្វើប្រតិបត្តិការសេវាធនាគារតាមរយៈសេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត ។
- កាត់បន្ថយការចំណាយ និងសន្សំពេលវេលា ដោយមិនចាំបាច់ធ្វើដំណើរមកកាន់ការិយាល័យធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី ។

- អាចពិនិត្យមើលព័ត៌មានគណនី និងធ្វើប្រតិបត្តិការផ្ទេរប្រាក់ ទូទាត់ បញ្ចូលទឹកប្រាក់ ទូរស័ព្ទ ឬទូទាត់ថ្លៃទំនិញ-សេវាកម្មតាមរយៈ QR Code នៅគ្រប់ទីកន្លែង និងគ្រប់ពេលវេលា តាមរយៈទូរស័ព្ទចល័តផ្ទាល់ខ្លួន ។
- កាត់បន្ថយហានិភ័យទាក់ទងនឹងការនាំសាច់ប្រាក់តាមខ្លួន សម្រាប់ធ្វើការទូទាត់ រួមទាំងការរាប់លុយលើស ខ្វះ និងលុយក្លែងក្លាយជាដើម ។
- អាចមើលព័ត៌មានមួយចំនួនទាក់ទងនឹងធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី ដូចជា ៖ មើលទីតាំង (សាខាធនាគារអេស៊ីលីដា, ម៉ាស៊ីនអេដីអឹម, ម៉ាស៊ីនឆ្លុះកាត), អត្រាប្តូរប្រាក់, ពាណិជ្ជកម្ម, លក្ខខណ្ឌសុវត្ថិភាព, របៀបប្រើប្រាស់, និងព័ត៌មានរបស់ធនាគារអេស៊ីលីដា ជាដើម ។
- មានឱកាសប្រើប្រាស់ផលិតផល-សេវាកម្មផ្សេងៗរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី<sup>14</sup> ។

**២. សេវាធនាគារដែលអាចធ្វើប្រតិបត្តិការបាន**

- ពិនិត្យមើលសមតុល្យគណនី និងរបាយការណ៍គណនីសង្ខេប
- ផ្ទេរប្រាក់រវាងគណនីអេស៊ីលីដាទាន់ចិត្តផ្ទាល់ខ្លួន
- ផ្ទេរប្រាក់ទៅលេខទូរស័ព្ទចល័ត
- ផ្ទេរប្រាក់ទៅគណនីធនាគារ
- ដាក់ប្រាក់ចូលគណនីអេស៊ីលីដាទាន់ចិត្ត
- ដកប្រាក់ពីគណនីអេស៊ីលីដាទាន់ចិត្ត
- ដកប្រាក់ផ្ទេរតាមលេខទូរស័ព្ទចល័ត
- ទូទាត់វិក្កយបត្រ (បង់ថ្លៃប្រើប្រាស់ភ្លើង, ទឹក, ទូរស័ព្ទ, អ៊ីនធឺណែត ឬសាលារៀន...)
- ទូទាត់ទាន់ចិត្ត (ToanChet Payments & P2P via My ToanChet Code)
- បញ្ចូលទឹកប្រាក់ទូរស័ព្ទ

**ប្រភេទទូរស័ព្ទដែលអាចតម្លើងកម្មវិធី អេស៊ីលីដា ទាន់ចិត្ត បាន**

ទូរស័ព្ទចល័តស្ទើរតែគ្រប់ប្រភេទដែលដំណើរការដោយ Android និង iOS និងគ្រប់ប្រព័ន្ធទូរស័ព្ទអាចភ្ជាប់សេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត បាន ។ ចំពោះអ្នកទទួលប្រាក់ផ្ទេរតាមរយៈសេវានេះ ប្រើទូរស័ព្ទចល័តប្រភេទណាមួយក៏អាចទទួលប្រាក់បានដែរ ។

**ប្រភេទប្រាក់**

<sup>14</sup>ឯកសារផ្ទាល់ពីសាមីសាខាស្រុកអង្គរជ័យ-ឃុំភ្នំកុង

- សេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត អាចធ្វើប្រតិបត្តិការបានជាមួយប្រាក់រៀល និងដុល្លារអាមេរិក ។
- ករណីមានប្រតិបត្តិការណាមួយកើតឡើងជារូបិយប័ណ្ណផ្សេងពីរូបិយប័ណ្ណនៃគណនីរបស់លោកអ្នក ធនាគារនឹងធ្វើការប្តូររូបិយប័ណ្ណនោះដោយស្វ័យប្រវត្តិ តាមអត្រាប្តូរប្រាក់ផ្លូវការរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី ។

**៣. លក្ខណសម្បត្តិអតិថិជនដែលអាចភ្ជាប់សេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត បាន**

- ត្រូវមានអាយុយ៉ាងតិច ១៨ឆ្នាំ (នីតិជន) ។
- ត្រូវមានទូរស័ព្ទចល័តមួយគ្រឿង ដែលប្រតិបត្តិការដោយ iOS ឬ Android និងលេខទូរស័ព្ទ ។
- ត្រូវមានឯកសារសម្គាល់អត្តសញ្ញាណ ដូចជា ៖ អត្តសញ្ញាណប័ណ្ណសញ្ជាតិខ្មែរ, សៀវភៅគ្រួសារ, លិខិតឆ្លងដែន (នៅមានសុពលភាពយ៉ាងតិច ៣ខែ), ឬលិខិតសម្គាល់ព្រះសង្ឃដែលមានបិទ្យបថត ។
- ត្រូវយល់ព្រម និងទទួលខុសត្រូវលើគ្រប់លក្ខខណ្ឌដែលមានចែងនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការប្រើប្រាស់សេវាអេស៊ីលីដាយូនីធីទាន់ចិត្ត ។

**ការចុះឈ្មោះសេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត**

- ចុះឈ្មោះដោយខ្លួនឯងផ្ទាល់
  - លោកអ្នកអាចចុះឈ្មោះប្រើប្រាស់សេវា អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត ដោយខ្លួនឯងតាមរយៈទូរស័ព្ទចល័តផ្ទាល់ខ្លួន ដោយត្រូវទាញយកកម្មវិធី អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត ពី [App Store \(iOS\)](#) ឬ [Play Store \(Android\)](#) នៅក្នុងទូរស័ព្ទរបស់លោកអ្នក ។
  - បន្ទាប់ពីទាញយកបានរួចរាល់ហើយ សូមដំណើរការ អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត ដោយជ្រើសរើសប៊ូតុង "ចុះឈ្មោះ" ។
  - លោកអ្នកត្រូវបំពេញព័ត៌មាន ដូចជា ៖ លេខទូរស័ព្ទ, ឈ្មោះ, ភេទ, ថ្ងៃខែឆ្នាំកំណើត, ប្រភេទឯកសារសម្គាល់អត្តសញ្ញាណ, អាសយដ្ឋាន, និងថតរូបជាក់ស្តែង (Selfie) ភ្ជាប់ជាមួយលិខិតសម្គាល់អត្តសញ្ញាណ ។
- ចុះឈ្មោះនៅការិយាល័យធនាគារ

- ករណីលោកអ្នកមិនអាចទាញយកកម្មវិធី **អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត** ដោយខ្លួនឯង បានសូមលោកអ្នកអញ្ជើញមកកាន់ការិយាល័យ ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី ដែលនៅជិតបំផុត ។
- ត្រូវមានទូរស័ព្ទដៃប្រតិបត្តិការដោយ iOS ឬ Android និងលេខទូរស័ព្ទ ។
- ត្រូវមានអត្តសញ្ញាណប័ណ្ណសញ្ជាតិខ្មែរ, សៀវភៅគ្រួសារ, លិខិតឆ្លងដែន (នៅមានសុពលភាពយ៉ាងតិច៣ខែ), ឬលិខិតសម្គាល់ព្រះសង្ឃដែលមានបិទ្យូបថត ។
- ចុះឈ្មោះធ្វើជា**ដៃគូ អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត** ដើម្បីអាចប្រមូលប្រាក់ថ្លៃទំនិញ-សេវាកម្ម តាមរយៈ QR Code ។
  - សូមអញ្ជើញមកកាន់ធនាគារអេស៊ីលីដា ដើម្បីដាក់ពាក្យស្នើសុំធ្វើជា**ដៃគូ អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត** ។
  - ភ្ជាប់ជាមួយនូវអត្តសញ្ញាណប័ណ្ណ ឬលិខិតឆ្លងដែន (នៅមានសុពលភាពយ៉ាងតិច ៣ខែ) ឬឯកសារបញ្ជាក់អត្តសញ្ញាណផ្សេងទៀតដែលមានបិទ្យូបថតរបស់ដៃគូ ។
  - ត្រូវមានអាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនងច្បាស់លាស់នៅក្នុងតំបន់ប្រតិបត្តិការរបស់ ធនាគារអេស៊ីលីដា ។

**៤. ការដាក់ប្រាក់/ដកប្រាក់នៃគណនី អេស៊ីលីដា ទាន់ចិត្ត**

- **ការដាក់ប្រាក់នៅបញ្ជី**  
លោកអ្នកអាចដាក់ប្រាក់ចូលគណនីអេស៊ីលីដាទាន់ចិត្ត នៅការិយាល័យរបស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ដោយយកទូរស័ព្ទ និងលេខទូរស័ព្ទមកជាមួយ ។ លោកអ្នកនឹងទទួលបានសារ (SMS) ចូលទូរស័ព្ទដែលបញ្ជាក់ពីចំនួនទឹកប្រាក់ដែលបានដាក់ចូលគណនី ។
- **ការដកប្រាក់នៅបញ្ជី**  
លោកអ្នកអាចដកប្រាក់ពីគណនីអេស៊ីលីដាទាន់ចិត្ត ឬដកប្រាក់ផ្ទេរតាមលេខទូរស័ព្ទ នៅ ការិយាល័យធនាគារអេស៊ីលីដា ដោយផ្តល់ព័ត៌មានដូចខាងក្រោម ៖
  - លេខគណនីអេស៊ីលីដាទាន់ចិត្ត ឬលេខទូរស័ព្ទ
  - ចំនួនទឹកប្រាក់ដែលត្រូវដក

- លេខសម្ងាត់ផ្ទាល់ខ្លួនដែលភ្ជាប់សេវាអេស៊ីលីដាយូនីធីទាន់ចិត្ត ឬលេខសម្ងាត់មាស (Gold Code) ដែលទទួលបានពីអ្នកផ្ទេរប្រាក់
- លេខសម្ងាត់បណ្តោះអាសន្ន (OTP) និងផ្ញើសារ (SMS) ចូលក្នុងទូរស័ព្ទ ដើម្បីបញ្ជាក់ប្រតិបត្តិការដកប្រាក់របស់លោកអ្នក

**❖ លក្ខខណ្ឌសុវត្ថិភាព**

- មិនត្រូវកត់ត្រាលេខសម្ងាត់ផ្ទាល់ខ្លួនទុកនៅលើវត្ថុអ្វីមួយទេ ត្រូវទន្ទេញចាំមាត់ ដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់ ។
- មិនត្រូវឲ្យគេដឹង ឬមើលឃើញលេខសម្ងាត់នៅពេលប្រើប្រាស់ឡើយ ។ រាល់ពេលបញ្ចូលលេខសម្ងាត់ត្រូវប្រាកដថាគ្មានអ្នកណាមើលទេ ។
- មិនត្រូវភ្ជាប់ប្រព័ន្ធ ឬបញ្ចូលកម្មវិធីដែលមិនស្គាល់នៅក្នុងទូរស័ព្ទឡើយ ។
- ត្រូវពិនិត្យមើលទូរស័ព្ទជានិច្ច ប្រសិនបើឃើញនូវកម្មវិធីដែលមិនធ្លាប់ស្គាល់ ត្រូវបិទនិងសំអាតភ្លាម និង/ឬត្រូវយកទូរស័ព្ទនោះទៅឲ្យក្រុមហ៊ុនទូរស័ព្ទត្រួតពិនិត្យ និងសំអាត ដើម្បីចៀសវាងមេរោគ ឬការបន្លំលួច ។
- មិនត្រូវទុកទូរស័ព្ទចោលដោយមិនបានចាក់សោឡើយ ។
- ត្រូវចាកចេញពីកម្មវិធីអេស៊ីលីដាយូនីធីទាន់ចិត្ត នៅពេលធ្វើប្រតិបត្តិការរួច ។
- ត្រូវផ្លាស់ប្តូរលេខសម្ងាត់ឲ្យបានញឹកញាប់ ។
- ការបញ្ចូលលេខសម្ងាត់មិនត្រូវចំនួនបីដង នោះប្រព័ន្ធនឹងបង្ខាំងការប្រើប្រាស់សេវាអេស៊ីលីដាយូនីធី ទាន់ចិត្ត ដោយស្វ័យប្រវត្តិ ។
  - ក្នុងករណីនេះ លោកអ្នកស្នើសុំលេខសម្ងាត់ថ្មី (Reset PIN) នៅក្នុងម៉ឺនុយ "កំណត់ការប្រើប្រាស់"
  - រួចជ្រើសរើសយក "ភ្លេចលេខសម្ងាត់"
  - សូមបំពេញព័ត៌មានដែលបានបង្ហាញឱ្យបានត្រឹមត្រូវ
  - បន្ទាប់មកលោកអ្នកនឹងទទួលបានលេខសម្ងាត់ថ្មី
- អតិថិជនត្រូវរក្សាទូរស័ព្ទដែលបានភ្ជាប់ប្រព័ន្ធ សម្រាប់ប្រើសេវាធនាគារឲ្យមានសុវត្ថិ

ភាពល្អ ។ ប្រសិនបើទូរស័ព្ទនោះខូចប្រើមិនបាន ឬបាត់ ត្រូវជូនដំណឹងមកធនាគារដើម្បីទប់ស្កាត់ការបន្តធ្វើប្រតិបត្តិការផ្សេងៗ ។

- ក្នុងករណីដែលអតិថិជនលក់ ឬផ្ទេរទូរស័ព្ទឲ្យអ្នកផ្សេង អតិថិជនត្រូវលុបចេញនូវកម្មវិធីអេស៊ីលីដា យូនីដឺ ទាន់ចិត្ត ពីក្នុងទូរស័ព្ទនោះ ។

**សំគាល់ ៖**

- (១) រយៈពេលដែលទទួលប្រាក់ គឺអាស្រ័យទៅតាមការបម្រើនិងលក្ខខណ្ឌតម្រូវផ្សេងៗរបស់ភ្នាក់ងារនៅតាមតំបន់នីមួយៗ លក្ខខណ្ឌផ្សេងៗត្រូវបានអនុវត្ត ។
- (២) តួលេខគិតត្រឹម ថ្ងៃទី៣១ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១១ ។

**៥. ការវិភាគទិន្នន័យ**

សុខុមាលភាពនៃការគ្រប់គ្រងការលក់សេវារបស់ស្ថាប័ន ធនាគារ អេស៊ីលីដា មានការរីកចម្រើនទៅបានគឺអាស្រ័យទៅលើ ការបំពេញសេវាកម្មជូនអតិថិជន និងការផ្សព្វផ្សាយ ។ ការបំពេញសេវាកម្មអតិថិជនបានល្អបុគ្គលិកមានសមត្ថភាព ចំណេះដឹង ជំនាញនិងបទពិសោធន៍ផ្សេងៗ ក្នុងការបំពេញការងាររបស់ខ្លួនឲ្យកាន់តែប្រសើរឡើង បូករួមនឹង ការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ ការផ្តល់ព័ត៌មានទៅកាន់អតិថិជនមានលក្ខខណ្ឌច្បាស់លាស់ ការបម្រើសេវាជូនអតិថិជនបានល្អ អតិថិជនមានទំនុកចិត្ត ។ ការបំពេញសេវាកម្មជូនអតិថិជនមិនបានល្អបុគ្គលិកគ្មានសមត្ថភាព ចំណេះដឹង ជំនាញ និងបទពិសោធន៍ផ្សេងៗក្នុងការបំពេញការងារ គ្មានទំនួលខុសត្រូវលើការងារនៅមានកម្រិត ការផ្តល់ព័ត៌មានទៅកាន់អតិថិជនមានលក្ខណៈមិនច្បាស់លាស់ និងការបម្រើសេវាជូនអតិថិជនមិនបានល្អអតិថិជនគ្មានទំនុកចិត្ត ក្នុងការប្រើប្រាស់ សេវាកម្មរបស់ធនាគារ ។

**ខាងក្នុងអង្គភាព**

ត្រួតពិនិត្យទៅលើសកម្មភាពដែលកើតឡើងនៅធនាគារ តាមរយៈចំនួនអតិថិជនដែលមកធ្វើប្រតិបត្តិការ អាចមានការបើកគណនី ដាក់ប្រាក់លុយនិងប្រតិបត្តិការផ្សេងទៀត ហើយប្រមូលទិន្នន័យមកធ្វើការវិភាគដោយប្រមើលមើលថាតើមាន ចំនួនអតិថិជនប៉ុន្មាននាក់ដែលប្រើប្រាស់ជាមួយនឹងគណនីទាន់ចិត្តរបស់ធនាគារ ។ វិធីមួយទៀតយើងអាចយករបាយការណ៍នៅចុងខែដែលព្រីន ចេញពី System ដែលទាក់ទងនឹងគណនីបញ្ជីហើយវាក៏មានភាពងាយស្រួលជាងផងដែរ ។

ទិន្នន័យដែលមានស្រាប់ បានមកពីរបាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំរបស់ ធនាគារ អេស៊ីលីដា និងឯកសារផ្សេងៗទៀតបានមកពីគេហទំព័ររបស់ធនាគារអេស៊ីលីដា ។

**៦. លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវ**

បន្ទាប់ពីការសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើប្រធានបទខាងលើរួចមកនាងខ្ញុំសង្កេតឃើញថាមានភាពល្អប្រសើរចំពោះយុទ្ធសាស្ត្រលើការលក់ ការមប្រើសេវាកម្ម ក្រុមសីលធម៌ ការថែរក្សាអតិថិជន ការអភិវឌ្ឍន៍ខ្លួនទៅតាមសម័យបច្ចេកវិទ្យា សម័យ Digital Bank តែទោះជាយ៉ាងណាក្តី ក៏ស្ថាប័នមួយនេះនៅតែមាននូវចំណុចខ្លាំងនិងចំណុចខ្សោយរបស់ខ្លួនដែរ ប៉ុន្តែគ្រាន់តែថាចំណុចខ្សោយមានតិចតួចអាចធ្វើការកែសម្រួលបាន ។

**៦.១ ចំណុចខ្លាំង**

- ជាធនាគារដែលឈានមុខគេក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដែលជាហេតុធ្វើឲ្យអតិថិជនមានការទទួលស្គាល់ច្រើន និងមានទំនុកចិត្តខ្ពស់មកលើសេវាបញ្ជីរបស់ធនាគារនេះ។
- ធនាគារអេស៊ីលីដាគឺជាស្ថាប័នមួយដែលមានភាពរឹងមាំដែលបានធ្វើអោយអតិថិជនមានភាពកក់ក្តៅ មិនមានភាពភ័យខ្លាចថាជាកសាច់ប្រាក់មិនបាន ព្រោះធនាគារមានសេវា ធានារ៉ាប់រងប្រាក់បញ្ជីរបស់អតិថិជន ។
- ផ្តល់នូវជំនឿចិត្តទៅដល់អតិថិជនចំពោះការដាក់ប្រាក់ដកប្រាក់តាមសេវាទាន់ចិត្ត ងាយស្រួល រហ័ស មានបណ្តាញប្រតិបត្តិការច្រើនជាងគេ ។
- មានភាពច្បាស់លាស់ សេវាកម្មល្អ បុគ្គលិកមានសីលធម៌ ដោះស្រាយបញ្ហាបានលឿនរហ័ស ។
- ប្រតិបត្តិការសេវាផ្ទេរប្រាក់ឆាប់រហ័ស ក្នុងនិងក្រៅប្រទេសជាពិសេសវេរតាម សេវាទាន់ចិត្ត មិនគិតថ្លៃសេវាផ្ទេរទេ ។
- គណនីប្រាក់បញ្ជីមានច្រើនប្រភេទ ។
- ធនាគារអេស៊ីលីដាមានទំនាក់ទំនងជាមួយប្រទេសផ្សេងៗជាច្រើន ដែលអាចជួយសម្រួលដល់ការផ្ទេរប្រាក់ចេញឬចូលគណនីរបស់អតិថិជន ។
- ទីតាំងធនាគារអេស៊ីលីដាមានច្រើន សម្បូរនៅតាមទីប្រជុំជន និង តាមទីជនបទដាច់ស្រយាលដែល ធ្វើឲ្យអ្នកមានតម្រូវការធ្វើប្រតិបត្តិការក្នុងធនាគារមិនពិបាក ។

**៦.២ ចំណុចខ្សោយ**

- អតិថិជនមួយចំនួនពុំទាន់មានការយល់ច្បាស់ ពីរបៀបប្រើប្រាស់ ATM និង E-Banking ។
- ការបម្រើយឺតយ៉ាវបន្តិចរៀងរាល់ចុងខែ ព្រោះមន្ត្រីរាជការត្រូវបើកប្រាក់បៀវត្សច្រើន ។

## **សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍**

### **១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន**

ក្រោយពីបានធ្វើកិច្ចការស្រាវជ្រាវអំពី សេវា **អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត** របស់ធនាគារ **អេស៊ីលីដាភីអិលស៊ី** អស់រយៈពេលមួយខែកន្លងមក នាងខ្ញុំអាចសន្និដ្ឋានបានថាសេវា **អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត** របស់ធនាគារ **អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី** ពិតជាផ្តល់នូវសារៈប្រយោជន៍ជូនអតិថិជនច្រើនណាស់ ដែលជាមធ្យោបាយក្នុងការដោះដូររវាងទំនិញនិងសាច់ប្រាក់ប្រតិបត្តិការដ៏ទៃទៀតទាក់ទងនឹងការបញ្ជូនសាច់ប្រាក់ធ្វើអោយមនុស្សគ្រប់រូបកាន់តែងាយស្រួល ហើយជាពិសេសនោះធ្វើអោយសាច់ប្រាក់របស់អតិថិជនមានសុវត្ថិភាពដោយអតិថិជនមិនភ័យខ្លាច បាត់បង់សាច់ប្រាក់របស់ខ្លួនឡើយ ។ ផ្តល់ភាពងាយស្រួល រហ័សទាន់ចិត្ត និងមានសុវត្ថិភាពខ្ពស់ក្នុងការធ្វើប្រតិបត្តិការសេវាធនាគារតាមរយៈ សេវាអេស៊ីលីដាយូនីធីទាន់ចិត្ត ។

ម៉្យាងទៀតអាចពិនិត្យមើលព័ត៌មានគណនី និងធ្វើប្រតិបត្តិការផ្ទេរប្រាក់ ទូទាត់ បញ្ចូលទឹកប្រាក់ទូរស័ព្ទ ឬទូទាត់ថ្លៃទំនិញ-សេវាកម្មតាមរយៈ QR Code នៅគ្រប់ទីកន្លែង និងគ្រប់ពេលវេលាតាមរយៈទូរស័ព្ទចល័តផ្ទាល់ខ្លួន ។ កាត់បន្ថយហានិភ័យទាក់ទងនឹងការយកសាច់ប្រាក់តាមខ្លួនសម្រាប់ធ្វើការទូទាត់ រួមទាំងការរាប់លុយលើស ខ្វះ និងលុយក្លែងក្លាយជាដើម ។ អាចមើលព័ត៌មានមួយចំនួនទាក់ទងនឹងធនាគារ **អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី** ដូចជា ៖ មើលទីតាំង (សាខាធនាគារ **អេស៊ីលីដា**, ម៉ាស៊ីនអេធីអឹម, ម៉ាស៊ីនឆ្លុកកាត), អត្រាប្តូរប្រាក់, ពាណិជ្ជកម្ម, លក្ខខណ្ឌសុវត្ថិភាព, របៀបប្រើប្រាស់, និងព័ត៌មានរបស់ធនាគារ**អេស៊ីលីដា** ជាដើម ។ មានឱកាសប្រើប្រាស់ផលិតផលសេវាកម្មផ្សេងៗរបស់ធនាគារ **អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី** ។

យ៉ាងណាមិញ ទោះបីជាសេវា **អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត** នេះផ្តល់សារៈប្រយោជន៍ច្រើនយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏នៅមានចំនុចខ្វះខាតបន្តិចបន្តួចដែរចំពោះពលរដ្ឋអតិថិជនមួយចំនួនដែលពួកគាត់គិតថា សេវា **អេស៊ីលីដា យូនីធី ទាន់ចិត្ត** របស់ធនាគារគឺសុំបន្តិច ហើយធ្វើអោយខាតពេលវេលាគាត់ ព្រោះធនាគារទាមទារអោយមានការបំពេញព័ត៌មាន និងសាកសួរព័ត៌មានពីអតិថិជនច្រើនមុនធ្វើប្រតិបត្តិការ ប៉ុន្តែបញ្ហានេះមិនអាចថាធនាគារខុសទេ ព្រោះធនាគារធ្វើបែបនេះដើម្បីអោយមានភាពច្បាស់លាស់ត្រឹមត្រូវ ជៀសវាងមានហានិភ័យខ្ពស់ ។

ទោះបីជាសេវាផ្ទេរប្រាក់របស់ធនាគារ មានផលប៉ះពាល់បន្តិចបន្តួចក្តីក៏អ្នកធនាគារទាំងអស់នូវតែខិតខំស្វែងរកវិធីល្អៗ ក្នុងការបំពេញតំរូវការជូនអតិថិជនដើម្បីអោយអតិថិជនជឿជាក់

និងពេញចិត្តប្រើប្រាស់នូវសេវាទូទាត់ក្នុងការផ្ទេរសាច់ប្រាក់របស់ធនាគារ ដើម្បីធ្វើអោយសាច់ប្រាក់មានសុវត្ថិភាព និងសង្គមមានសន្តិសុខផងដែរ ។

**២. ការផ្តល់អនុសាសន៍**

តាមរយៈការសិក្សាស្រាវជ្រាវពី ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី អស់រយៈពេលមួយខែកន្លងមក ធ្វើអោយនាងខ្ញុំបានស្វែងយល់ច្រើនពីចំណុចល្អៗនៃសេវាផ្ទេរសាច់ប្រាក់របស់ធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី ។ ហើយក៏ដូចជាចំណុច ដែលមានផលប៉ះពាល់បន្តិចបន្តួចដែរ ដូច្នោះហើយបានយើងខ្ញុំសូមលើកឡើងនូវចំណុចមួយ ចំនួនក្នុងការពិចារណា ៖

- ដើម្បីសំរួលអោយកាន់តែប្រសើរឡើងធនាគារ អេស៊ីលីដា ភីអិលស៊ី គួរតែខិតខំបំពាក់នូវឧបករណ៍ទំនើបៗបន្ថែមទៀត ដែលផ្តល់ជូននូវសេវាវេហ្វិស៊ី ធ្វើអោយអតិថិជនកាន់មានភាពងាយស្រួល ។
- ធនាគារគួរតែបង្កើតសាខានៅតាមស្រុកមួយចំនួនទៀត ដើម្បីអោយការទំនាក់ទំនង ការចែកចាយព័ត៌មានកាន់តែរហ័ស ហើយការធ្វើអោយអតិថិជនរឹតតែមានការងាយស្រួលក្នុងការធ្វើការទំនាក់ទំនងមកកាន់ធនាគារ ។
- ធនាគារគួរតែជ្រើសរើសបុគ្គលិក បន្ថែមដែលមានជំនាញច្បាស់លាស់ក្នុងការជួយសំរួលដល់ការងាររបស់បុគ្គលិកបច្ចុប្បន្ននិងធ្វើអោយការបម្រើសេវាកាន់តែប្រសើរឡើង ។
- ធនាគារត្រូវតែខិតខំធ្វើអោយកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ខ្លួនកាន់តែល្បីល្បាញបន្ថែមទៀត ដើម្បីធ្វើអោយអតិថិជនជឿទុកចិត្ត និងធានាអោយបាននូវអតិថិជនចាស់ និងទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីបន្ថែមទៀត។

## **ឯកសារយោង**

### **ក. ឯកសារ**

១. ឯកសារផ្ទាល់ពីសាមីសាខាស្រុកអង្គរជ័យ-ឃុំភ្នំក្នុង
២. យក់ កោសល្យ (2012) Total Quality Management.
៣. អៀង ឥរិយា (2011) Money and Banking
៤. យក់ កោសល្យ (2012) Total Quality Management
៥. សាន ឌីណា(2010) Accounting for Banking
៦. Thesis \_Tree Top Lage

### **ខ. គេហទំព័រ**

១. Empire Share Advance Knowledge, Maeketing and service
២. <https://www.source from Social4you.com/>
៣. <https://www.acledabank.com.kh/>