



ផលិតផលទេសចរណ៍

រៀបរៀងដោយ

ឡាន សុផានីត

គាំទ្រថវិកាលើការរៀបរៀងដោយ

មូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍

មុព្វកថា

ដំណើរអភិវឌ្ឍន៍នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជានៅក្នុងយុគសម័យទំនើបនេះ ជាមេរៀនដ៏ជោគជ័យ បំផុតមួយដែលចាប់បួសគល់ចេញពីការបញ្ចប់របបប្រល័យពូជសាសន៍ ការបញ្ចប់សង្គ្រាម ការផ្សះផ្សារ ជាតិ ការកសាងមូលដ្ឋានរឹងមាំនៃសន្តិភាពនិងស្ថេរភាព និងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច។ នៅក្រោយពេលដែល សន្តិភាពត្រូវបានកើតឡើងដោយបរិបូណ៌នៅឆ្នាំ១៩៩៨ កម្ពុជាទទួលបានកំណើនសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់ គឺប្រមាណ ៨% ក្នុងមួយឆ្នាំ។ លើសពីនេះទៀត អត្រានៃភាពក្រីក្រត្រូវបានកាត់បន្ថយពីប្រមាណ៥៣% នៅឆ្នាំ ២០០៤ មកនៅទាបជាង១០% នៅឆ្នាំ២០១៩។ ដំណើរនៃការអភិវឌ្ឍជាតិជាសកម្មភាពដែលបន្តទៅ មុខជាប់ជានិច្ច ហើយគោលនយោបាយថ្មីៗដែលមានលក្ខណៈអន្តរវិស័យគ្របដណ្តប់ ក៏កំពុងលេច រូបរាងឡើង ដើម្បីតម្រង់ទិសកម្ពុជាឆ្ពោះទៅកាន់ប្រទេសមានប្រាក់ចំណូលមធ្យមកម្រិតខ្ពស់នៅឆ្នាំ ២០៣០ និងឈានឡើងជាប្រទេសមានប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ នៅឆ្នាំ២០៥០។ ការប្រែប្រួលឆាប់រហ័ស នៃនិម្មាបនកម្មពិភពលោកនិងតំបន់ រួមទាំងទំនាក់ទំនងភូមិសាស្ត្រនយោបាយ បានផ្តល់កាលានុវត្តភាព សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍឧស្សាហកម្មនៅកម្ពុជា ដែលត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលចាត់ទុកជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃកំណើន សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបាន និងកំពុងបន្តពង្រឹង និងអភិវឌ្ឍវិស័យអប់រំឆ្ពោះទៅរក ការស្រាវជ្រាវ និងនវានុវត្តន៍ ដើម្បីពង្រឹងសមត្ថភាពនិងជំនាញរបស់ធនធានមនុស្សនៅកម្ពុជា ឱ្យស្រប ទៅនឹងបរិបទថ្មីនៃការអភិវឌ្ឍ ជាពិសេសការពង្រឹងសហគ្រិនភាពក្នុងការរៀបចំម៉ូដែលធុរកិច្ចថ្មីៗ។ ដើម្បី ចាប់យកកាលានុវត្តភាពពីបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤ និងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលដែលកំពុងផុសផុលឡើង ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីដែលបង្កលក្ខណៈអំណោយផលដល់ការបង្កើតថ្មី នវានុវត្តន៍ ការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍ ត្រូវតែមានការកែលម្អ។

បណ្តាប្រទេសនៅទ្វីបអាស៊ីកំពុងនាំមុខក្នុងការវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍ ដោយមាន ភាគហ៊ុនប្រមាណ៤៤% នៃការវិនិយោគទាំងមូលរបស់ពិភពលោក។ ប្រទេសចិនកំពុងបន្តកសាង ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធនៃការវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍ ក៏ដូចជាសមត្ថភាពមនុស្ស។ ផ្ទុយទៅវិញ ប្រទេសនៅទ្វីបអាមេរិកខាងត្បូង និងអាហ្វ្រិក កំពុងស្ថិតនៅឆ្ងាយពីការវិនិយោគនេះ ហើយជាលទ្ធផល ប្រទេសទាំងនោះក៏ពុំមានកំណើនសេដ្ឋកិច្ចគួរឱ្យកត់សម្គាល់ដែរ។ ទុនវិនិយោគសរុបលើការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍរបស់ប្រទេសនៅទ្វីបអាមេរិកខាងត្បូងនិងអាហ្វ្រិក មានប្រមាណ៥%នៃការវិនិយោគទាំង មូលរបស់ពិភពលោក ក្នុងពេលដែលតំបន់ទាំង២នេះមានប្រជាជនប្រមាណ២០%នៃប្រជាជនពិភព លោក។ ប្រទេសចំនួន៦ដែលមានលំដាប់ខ្ពស់ជាងគេនៅក្នុងការវិនិយោគលើការស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍ រួមមានសហរដ្ឋអាមេរិក ចិន ជប៉ុន អាល្លឺម៉ង់ ឥណ្ឌា និងកូរ៉េខាងត្បូង ដែលស្មើនឹងប្រមាណ៧០%នៃទុន វិនិយោគសរុបរបស់ពិភពលោក។

តើចំណេះដឹង ផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មីទាំងនេះកើតឡើងពីអ្វី? ហើយកើតឡើងដោយ របៀបណា? ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាកំពុងតែកសាងមូលដ្ឋានសម្រាប់ការត្រៀមខ្លួនទទួល និងប្រកួត ប្រជែងក្នុងយុគសម័យបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤ នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចដែលផ្អែកលើពុទ្ធិ ហើយដែលប្រការនេះ

ចាំបាច់តម្រូវឱ្យពលរដ្ឋកម្ពុជា ត្រូវក្លាយខ្លួនជាពលរដ្ឋឌីជីថល ពលរដ្ឋសកល និងពលរដ្ឋដែលប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ ដែលមានសមត្ថភាពក្នុងការផលិត ចែកចាយ និងប្រើប្រាស់ពុទ្ធិដើម្បីទទួលមនុញ្ញផល និងរួមចំណែកក្នុងកំណើន។ ធនាគារពិភពលោកបានធ្វើការកត់សម្គាល់តាំងពីឆ្នាំ ២០០២នូវបម្លាស់ប្តូរនៃមូលដ្ឋានសេដ្ឋកិច្ច ពីសេដ្ឋកិច្ចដែលពឹងផ្អែកលើកម្លាំងពលកម្ម និងធនធានអតិកម្ម (Labour and Resource Based Economy) ទៅកាន់សេដ្ឋកិច្ចដែលពឹងផ្អែកលើពុទ្ធិ (Knowledge Based-Economy) ដែលក្នុងន័យនេះ ពុទ្ធិគឺជាគន្លឹះនៃការអភិវឌ្ឍ។ អាស្រ័យហេតុនេះនៅលើគន្លងដែលកម្ពុជាកំពុងធ្វើដំណើរឆ្ពោះទៅកាន់សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល សង្គមកម្ពុជាត្រូវតែមានសមត្ថភាពក្នុងការផលិត ជ្រើសរើស បន្សុំ បង្កើតមុខរបរ និងប្រើប្រាស់ពុទ្ធិ ដើម្បីរក្សានិរន្តរភាពនៃកំណើន និងកែលម្អជីវភាពរស់នៅ។ សមត្ថភាពទាំងនេះ អាចកើតឡើងនៅពេលពលរដ្ឋកម្ពុជាមានឱកាសក្នុងការទទួលបានបទពិសោធន៍ពីការស្រាវជ្រាវ ការបណ្តុះគំនិតច្នៃប្រឌិត និងការស្វែងរកនវានុវត្តន៍។

កំណែទម្រង់វិស័យអប់រំ គឺជាការត្រួសត្រាយមាត់សម្រាប់ដំណើរឆ្ពោះទៅកាន់សង្គមប្រកបដោយពុទ្ធិ និងប្រជាពលរដ្ឋប្រកបដោយភាពរស់រវើក។ តាមរយៈមូលដ្ឋានអប់រំ សង្គមប្រកបដោយពុទ្ធិនឹងប្រមូលផ្តុំ បង្កើត និងចែករំលែក ទៅកាន់សមាជិកក្នុងសង្គមនូវសម្បទាអប់រំ ពិសេសគឺពុទ្ធិសម្បទាក្នុងបុព្វហេតុនៃមនុស្សជាតិនិងឧត្តមប្រយោជន៍នៃប្រទេស។ សង្គមប្រកបដោយពុទ្ធិ គឺពុំគ្រាន់តែជាសង្គមដែលសម្បូរព័ត៌មានប៉ុណ្ណោះទេ តែជាសង្គមដែលប្រជាពលរដ្ឋអាចធ្វើបរិវត្តកម្មពីព័ត៌មានទៅជាមូលធនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ការរីកចម្រើនទៅមុខជាលំដាប់នៃបច្ចេកវិទ្យានិងតំណភ្ជាប់ បានពង្រីកព្រំដែននៃការចូលទៅកាន់ និងការទទួលបានព័ត៌មានជាសកល ហើយដែលក្នុងន័យនេះ ការអប់រំនឹងបន្តវិវត្តទៅមុខនិងមានការផ្លាស់ប្តូរ។ សង្គមមួយដែលមានអំណាន និងរបាំបំប៉នវេលាក្នុងនៃជីវភាពប្រចាំថ្ងៃនៃប្រជាពលរដ្ឋ ពេលនោះបំណិននៃអំណាន និពន្ធ និងការគណនាលេខនព្វន្ឋ គឺជាចលករនៃការរៀនរបស់សិស្ស។ ធាតុដ៏ចម្បងមួយដែលស្ថិតនៅក្នុងការកសាងសង្គមដែលប្រកបដោយពុទ្ធិគឺសៀវភៅសិក្សា ហើយការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សាជាប្រចាំ គឺជានវានុវត្តន៍នៃវិស័យអប់រំដែលនាំទៅរកការសិក្សាពេញមួយជីវិត ការអភិវឌ្ឍសម្បទាអប់រំ និងការចែករំលែកចំណេះដឹង។ មូលដ្ឋានអប់រំ ជាពិសេសគឺគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សាត្រូវមានតួនាទីដែលប្រកបដោយការឆ្លើយតប ចំពោះតម្រូវការខាងលើនេះ។ សាស្ត្រាចារ្យ អ្នកស្រាវជ្រាវ និងបុគ្គលិកអប់រំត្រូវបន្តសិក្សាជាប់ជានិច្ច តាមរយៈការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សា ហើយដែលសៀវភៅសិក្សាទាំងនេះនឹងក្លាយជាស្ថាននៃទំនាក់ទំនងរវាងនវានុវត្តន៍នៃបច្ចេកវិទ្យា និងការរៀននិងបង្រៀននៅក្នុងថ្នាក់រៀន។

សង្គមដែលប្រកបពុទ្ធិ ក៏ជាសង្គមដែលបណ្តុះឱ្យមានរចនាសម្ព័ន្ធទន់នៃសេដ្ឋកិច្ចដែលពឹងផ្អែកលើពុទ្ធិដែរ។ ឧទាហរណ៍ជាក់ស្តែងនៃបែបផែននេះរួមមាន Silicon Valley នៃសហរដ្ឋអាមេរិក សួនឧស្សាហកម្មវិទ្យាសាស្ត្រអាកាសយានយន្តនិងយានយន្តនៅទីក្រុង Munich ប្រទេសអាល្លឺម៉ង់ តំបន់ជីវបច្ចេកវិទ្យានៅក្រុង Hyderabad ប្រទេសឥណ្ឌា តំបន់ផលិតគ្រឿងអេឡិចត្រូនិកនិងសារគមនាគមន៍ឌីជីថលនៅទីក្រុង Seoul ប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង ក៏ដូចជាសួនឧស្សាហកម្មថាមពល និងឥន្ធនគីមីសាស្ត្រនៃប្រទេសប្រេស៊ីល ហើយក៏នៅមានទីក្រុងនៃប្រទេសជាច្រើនទៀតនៅលើពិភពលោក។ លក្ខណៈសម្បត្តិ

នៃទីក្រុងទាំងនេះគឺការប្រើប្រាស់និន្នាការនៃការអភិវឌ្ឍដែលជំរុញ និងតម្រង់ទិសដោយចំណេះដឹង ហើយដែលចំណេះដឹងទាំងនោះកើតចេញជាដំបូងពីការវិនិយោគទៅលើគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា ស្ថាប័ន ស្រាវជ្រាវ មជ្ឈមណ្ឌលឧត្តមភាពនៃជំនាញជាន់ខ្ពស់ ការប្រកួតប្រជែងដោយគុណធិបតេយ្យ និងជាពិសេស គឺការបណ្តុះវប្បធម៌អំណាននិងនិពន្ធសៀវភៅ។ ល្បឿននៃការរីកចម្រើនផ្នែកពុទ្ធិ និងបច្ចេកវិទ្យាកំពុងមាន សន្ទុះលឿនជាងអ្វីដែលសិស្ស និងនិស្សិតអាចទទួលបានពីគ្រូនៅគ្រឹះស្ថានសិក្សា ដែលធ្វើឱ្យគោលដៅ នៃការអប់រំនៅពេលបច្ចុប្បន្ននេះ មានការប្រឈមខ្លាំងជាងពេលណាទាំងអស់។ ឧទាហរណ៍ ក្នុងមួយឆ្នាំ មានសៀវភៅជាង២,២លានចំណងជើង ត្រូវបានសរសេរនិងបោះពុម្ព ដែលក្នុងនោះប្រទេសចិនមាន ៤៤០ពាន់ ចំណែកឯសហរដ្ឋអាមេរិកមាន៣០៥ពាន់ និងប្រទេសរុស្ស៊ីមាន១២០ពាន់ចំណងជើង។

ខណៈពេលដែលបច្ចេកវិទ្យាកំពុងរីកចម្រើនជារៀងរាល់ថ្ងៃ មធ្យោបាយសម្រាប់អំណានក៏មាន ច្រើនជម្រើសសម្រាប់សិស្ស-និស្សិត និងសាធារណៈជន រួមមានការអានសៀវភៅ ការអានលើឧបករណ៍ អេឡិចត្រូនិក ការអានដោយប្រើទូរសព្ទវីឡា និងការអានលើកុំព្យូទ័រ ដែលសុទ្ធសឹងជាមធ្យោបាយ សំខាន់ៗដែលនាំអ្នកអានទាំងឡាយឱ្យសម្រេចគោលបំណងអានរបស់ខ្លួន។ ម្យ៉ាងវិញទៀត អំណាន ដោយប្រើមធ្យោបាយបច្ចេកវិទ្យាទំនើប ចំណាយពេលតិច ងាយស្រួលអាន និងជួយដល់បរិស្ថាន មួយកម្រិតទៀត។ នាពេលបច្ចុប្បន្ន សិស្ស-និស្សិត និងសាធារណៈជនកម្ពុជាដែលស្រឡាញ់អំណាន កំពុងតែប្រើប្រាស់មធ្យោបាយអំណានទាំងនេះ។ បើយើងក្រឡេកមើលទៅប្រទេសជប៉ុនលឿន ទោះបីជា បច្ចេកវិទ្យារីកចម្រើនខ្លាំងយ៉ាងណា អំណានតាមរយៈសៀវភៅនៅតែមានសន្ទុះដដែល។ ម្យ៉ាងវិញទៀត បច្ចេកវិទ្យាអានបែបទំនើបតាមរយៈឧបករណ៍ទំនើប អាស្រ័យលើលទ្ធភាពនៃធនធានអប់រំឌីជីថល និង មាតិកាឌីជីថលគ្រប់គ្រាន់ដែលបានផលិត និងបង្ហោះចែកចាយសម្រាប់អំណាន។

ក្នុងបរិបទកម្ពុជា ជាពិសេសក្នុងបរិការណ៍នៃការផ្ទុះរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីដ-១៩ ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានជំរុញឱ្យមានបរិវត្តកម្មឌីជីថលនៅក្នុងអេកូស៊ីស្តែមនៃការអប់រំ ជាពិសេសការអប់រំ តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងការអប់រំពីចម្ងាយដើម្បីលើកកម្ពស់អំណាន តាមរយៈការផលិតមាតិកា ឌីជីថលដែលមានភាពចម្រុះ ការកសាងសមត្ថភាពផ្នែកតំណភ្ជាប់និងវេទិកាឌីជីថល ការពង្រីកវិសាលភាព នៃមជ្ឈមណ្ឌលទិន្នន័យ និងការលើកកម្ពស់គុណភាពនៃការផលិតធនធានអប់រំឌីជីថល គួបផ្សំជាមួយ ការចែកសន្លឹកកិច្ចការឱ្យសិស្សយកទៅរៀននៅផ្ទះ និងការចុះទៅជួបជាមួយសិស្សជាបណ្តុំនៅតាម សហគមន៍។ ក្នុងន័យលើកកម្ពស់អំណាន និងភាពសម្បូរបែបនៃធនធានសៀវភៅសិក្សា ឱ្យកាន់តែ មានប្រសិទ្ធភាពនិងភាពសក្តិសិទ្ធិ និងផ្តល់ឱកាសអំណានកាន់តែច្រើនថែមទៀតដល់សិស្សានុសិស្ស និស្សិត និងសាធារណៈជន ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡាលើកទឹកចិត្តនូវចំណុចមួយចំនួនដូចខាង ក្រោម៖

១. សាស្ត្រាចារ្យ អ្នកស្រាវជ្រាវ និងបុគ្គលិកអប់រំ សូមបន្តនិងបង្កើនការបោះពុម្ពស្នាដៃបន្ថែម ទៀត ដើម្បីធ្វើឱ្យធនធានសម្រាប់អំណានកាន់តែសម្បូរបែប ជាពិសេសធនធានអំណានជា ខេមរភាសា

២. គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា សូមផ្តល់លទ្ធភាពគ្រប់បែបយ៉ាង ដើម្បីឱ្យបុគ្គលិកអប់រំគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ និងនិស្សិតគ្រប់កម្រិតសិក្សាអាចចូលរួមអាន និងសិក្សាស្រាវជ្រាវតាមគ្រប់លទ្ធភាពជាមួយធនធានអំណាន ជាពិសេសការរៀបចំឱ្យមានពេលវេលាសម្រាប់សហសិក្សា និងអំណានក្នុងបណ្ណាល័យ
៣. សាស្ត្រាចារ្យតាមមុខវិជ្ជា និងអ្នកស្រាវជ្រាវតាមជំនាញឬវិស័យ ត្រូវរៀបចំដំណើរការរៀនបង្រៀន និងស្រាវជ្រាវដែលមានដាក់បញ្ចូលកិច្ចការស្វ័យសិក្សា សហសិក្សា ឬការស្រាវជ្រាវបណ្ណាល័យដែលតម្រូវឱ្យនិស្សិត ត្រូវអាននិងស្រាវជ្រាវជាមួយធនធានអំណាន
៤. គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងមជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ ត្រូវខិតខំឱ្យអស់លទ្ធភាពក្នុងការបង្កើតបណ្ណាល័យ មជ្ឈមណ្ឌលរក្សាឯកសារ ឬមជ្ឈមណ្ឌលអប់រំឌីជីថលជាដើម ដើម្បីឱ្យបុគ្គលិកអប់រំគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់និងនិស្សិតគ្រប់កម្រិតសិក្សាអាចទទួលបាន និងស្វែងរកប្រភពសម្រាប់អំណានកាន់តែសម្បូរបែប និងមានភាពបត់បែន ឆ្លើយតបតាមតម្រូវការអ្នកអាន
៥. និស្សិតគ្រប់កម្រិតសិក្សាត្រូវខិតខំនិងចំណាយពេលអាន និងចាត់ទុកវប្បធម៌ និងអកប្បកិរិយាអំណានជាផ្នែកមួយ នៃពេលវេលានិងភាពស៊ីវិល័យនៃជីវិតប្រចាំថ្ងៃ
៦. បងប្អូនជនរួមជាតិ ដែលជាមាតាបិតា ឬអ្នកអាណាព្យាបាល សូមជួយជំរុញនិងបង្កលក្ខណៈកាន់តែច្រើនថែមទៀត ជាពិសេសការលែងកំណាយនៅក្នុងគ្រួសារសម្រាប់ការទិញសម្ភារៈសិក្សា សៀវភៅអាន និងឧបករណ៍សម្រាប់អំណានដល់កូនៗ ដែលចាត់ទុកជាការវិនិយោគមួយដ៏សំខាន់ សម្រាប់ បង្កើនចំណេះដឹង និងអនាគតរបស់ពួកគេ។

ដោយមានការគាំទ្រពីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ នៅឆ្នាំ២០២០ ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានបង្កើតមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ ដែលហៅកាត់ថា “មូលនិធិ ស.គ.ន.” និងហៅជាភាសាអង់គ្លេសថា The Research Creativity and Innovation Fund ដែលហៅកាត់ជាភាសាអង់គ្លេសថា “RCI Fund”។ គោលដៅចម្បងនៃមូលនិធិនេះ គឺរួមចំណែកលើកកម្ពស់វប្បធម៌នៃការស្រាវជ្រាវ បំផុសគំនិតច្នៃប្រឌិត និងជំរុញការធ្វើនវានុវត្តន៍ ដើម្បីជាប្រយោជន៍ដល់វិស័យអប់រំ យុវជន និងកីឡា ដែលឆ្លើយតបទៅនឹងទីផ្សារពលកម្ម និងសាកលភាវូបនីយកម្ម។ មូលនិធិ ស.គ.ន. បានសម្រេចកំណត់ប្រធានបទ ជាអាទិភាពសម្រាប់ការគាំទ្រដោយមូលនិធិចំនួន៣ រួមមានឌីជីថលនីយកម្មសម្រាប់បដិវត្តឧស្សាហកម្ម៤.០ (Digitalization for IR.4.0) ការស្រាវជ្រាវអនុវត្តលើវិស័យកសិកម្ម (Applied Agricultural Research) និងការស្រាវជ្រាវគរុកោសល្យសតវត្សទី២១ (21st Century Pedagogy Research) ។

ដោយមានការធ្វើអាទិភាពរូបនីយកម្មទៅលើទិសដៅ នៃការប្រើប្រាស់ថវិកាមូលនិធិសម្រាប់ឆ្នាំ២០២០ ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានផ្តល់ការគាំទ្រដល់ការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អ សៀវភៅសិក្សា (Text book) ដែលនឹងត្រូវប្រើប្រាស់នៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។ គោលបំណងនៃការរៀបរៀង និពន្ធ និងកែលម្អ សៀវភៅសិក្សានៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា គឺដើម្បីបង្កើនបរិមាណ លើកកម្ពស់គុណភាព និងពង្រីកសមធម៌នៃធនធានសិក្សាជាខេមរភាសា ជូនដល់និស្សិត

ដែលកំពុងបន្តការសិក្សា និងត្រៀមខ្លួនធ្វើការស្រាវជ្រាវនៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។ លើសពីនេះទៀត ការរៀបរៀង នីតិវិធី និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សានៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា មានគោលដៅដូចខាងក្រោម ៖

- ឆ្លើយតបជាបន្ទាន់ចំពោះការខ្វះខាតធនធានសិក្សា ដែលជាតម្រូវការសិក្សារបស់និស្សិត នៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា
- លើកកម្ពស់ទំនើបការបរិយាកាស និងឧត្តមានុវត្តន៍នៃការរៀននិងបង្រៀន និងការស្រាវជ្រាវ នៅលើមុខវិជ្ជា កម្មវិធីសិក្សា ឬមុខជំនាញជាក់លាក់
- បង្កើនភាពស៊ីជម្រៅក្នុងការកសាងវិជ្ជាជីវៈនិងបទពិសោធន៍សម្រាប់ឋានៈសាស្ត្រាចារ្យ និង អ្នកស្រាវជ្រាវ
- រួមចំណែកដល់ការកសាងភាពជាសហគមន៍វិជ្ជាជីវៈ ការចែករំលែកបទពិសោធន៍ និងវប្បធម៌ នៃការរៀបរៀង នីតិវិធី និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សានៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា បានវាយតម្លៃខ្ពស់ចំពោះការបោះជំហានប្រកបដោយមនសិការ វិជ្ជាជីវៈនៃគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងបុគ្គលិកអប់រំទាំងអស់ ក្នុងការរៀបចំ រៀបរៀង នីតិវិធី និងកែលម្អ សៀវភៅសិក្សា ដើម្បីបង្កើនបរិមាណ លើកកម្ពស់គុណភាព និងពង្រឹងសមធម៌នៃធនធានសិក្សាជា ខេមរភាសា ជូននិស្សិតដែលកំពុងបន្តការសិក្សា និងត្រៀមខ្លួនធ្វើការស្រាវជ្រាវនៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។ សៀវភៅសិក្សាជាផ្នែកមួយនៃការទទួលស្គាល់គុណភាពអប់រំនៃគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងជាធនធាន សិក្សាដែលជាមូលដ្ឋានមួយដ៏សំខាន់ ក្នុងការគាំទ្រដល់ការបង្រៀន និងរៀន ហើយត្រូវមានបរិមាណ គ្រប់គ្រាន់ ឆ្លើយតបទៅនឹងកម្មវិធីអប់រំ និងតម្រូវការសិក្សាស្រាវជ្រាវ។ ជាគោលការណ៍ គ្រឹះស្ថានឧត្តម សិក្សាទាំងអស់ ត្រូវមានសៀវភៅសិក្សាដែលប្រើជាគោលសម្រាប់មុខវិជ្ជានីមួយៗ។ ចំនួនសៀវភៅសិក្សា ដែលគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ និងការសិក្សារបស់និស្សិត ត្រូវមានយ៉ាងតិចមួយចំណងជើង ក្នុងមួយមុខវិជ្ជា ហើយត្រូវតម្កល់យ៉ាងតិច២ច្បាប់ នៅក្នុងបណ្ណាល័យ ឬអាចរកបានតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា លើកទឹកចិត្តបន្ថែមទៀតជូនដល់គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សារដ្ឋ និង ឯកជនដែលបានស្នើសុំថវិកាមូលនិធិរួច សូមចូលរួមបន្ថែមទៀតដើម្បីបង្កើនចំនួនចំណងជើងសៀវភៅ។ ចំណែកគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សារដ្ឋ និងឯកជនដែលពុំទាន់បានដាក់ពាក្យស្នើសុំសូមចូលរួម ដើម្បីជា គុណប្រយោជន៍ដល់តម្រូវការដ៏ទទួច និងថ្លៃថ្លារនៃនិស្សិតកម្ពុជាក្នុងការសិក្សា និងស្រាវជ្រាវនៅកម្រិត ឧត្តមសិក្សា។

សេចក្តីបញ្ជាក់
នៃមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍

សៀវភៅសិក្សានេះជាលទ្ធផលនៃការស្នើសុំអនុវត្តថវិកាមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ ក្នុងគម្រោងរៀបរៀង និងរៀបចំ និងកែលម្អសៀវភៅសិក្សា ដែលនឹងត្រូវប្រើប្រាស់នៅកម្រិតឧត្តមសិក្សា។ សៀវភៅសិក្សានេះ ត្រូវបានរៀបរៀង និងរៀបចំ ឬកែលម្អដោយមានការធានាអះអាងថាជាស្នាដៃរបស់អ្នកនិពន្ធផ្ទាល់ និងបានឆ្លងកាត់ត្រួតពិនិត្យ ផ្តល់យោបល់ និងវាយតម្លៃដោយក្រុមប្រឹក្សាអប់រំក្រុមប្រឹក្សាស្រាវជ្រាវ ឬក្រុមប្រឹក្សាដែលមានតម្លៃស្មើនៃគ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងតាមរយៈកិច្ចសន្យាដែលបានធ្វើឡើង និងដែលបានតម្កល់ទុកនៅមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍។ រាល់ខ្លឹមសារ ការបកស្រាយ និងរូបភាព គឺជាជំហរនិងទស្សនៈផ្ទាល់របស់អ្នកនិពន្ធ ហើយពុំឆ្លុះបញ្ចាំង ឬជាតំណាងដល់មូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍ នៃក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡាឡើយ។

អារម្ភកថា

សៀវភៅផលិតផលទេសចរណ៍សម្រាប់សិក្សាមុខវិជ្ជាផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជានេះត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយគណៈកម្មការ និងនៃវិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកំពង់ឈើទាលដោយមានការគាំទ្រពីក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា ក្រោមការគាំទ្រថវិការៀបរាងដោយមូលនិធិស្រាវជ្រាវ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងនវានុវត្តន៍។

សៀវភៅសិក្សាមុខវិជ្ជាផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជានេះ ត្រូវបានរៀបរៀងឡើងស្របតាមខ្លឹមសារការនាំផលិតផលទេសចរណ៍ទៅកាន់អតិថិជនដោយយោងតាមតម្រូវការរបស់ពួកគេព្រមទាំងផ្សារភ្ជាប់ជាមួយយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារចម្រុះដែលកំពុងដំណើរការបង្រៀន និងរៀននៅថ្នាក់បរិញ្ញាបត្ររងឯកទេសគ្រប់គ្រងទេសចរណ៍ និងសណ្ឋាគាររបស់វិទ្យាស្ថានបច្ចេកវិទ្យាកំពង់ឈើទាល។ ខ្លឹមសារក្នុងសៀវភៅនេះបែងចែកជា ៨ មេរៀន ដោយរៀបចំតាមលំដាប់លំដោយចាប់ពី ផលិតផលទេសចរណ៍ ផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជា អាជីវកម្មក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ តម្រូវការ និងការរំពឹងទុករបស់អតិថិជន ឥរិយាបថអតិថិជន ទីផ្សារទេសចរណ៍ ទីផ្សារចម្រុះ និងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារសម្រាប់ទេសចរណ៍។ នៅក្នុងមេរៀននីមួយៗ អ្នករៀបរៀងបានលើកពីផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជាក្នុង២៥ខេត្តក្រុង និងទ្រឹស្តីមួយចំនួនដែលពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីឱ្យអ្នកសិក្សាបានយល់កាន់តែច្បាស់។

គណៈកម្មការនិងនិសង្ឃឹមថា សៀវភៅនេះនឹងបានជាប្រយោជន៍ច្រើនដល់ការរៀននិងបង្រៀនរបស់គ្រូ និស្សិត និងអ្នកសិក្សាទូទៅជាពិសេសអ្នកពាក់ព័ន្ធក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ព្រមទាំងអាចចូលរួមចំណែកក្នុងការលើកកម្ពស់ គុណភាពរៀន និងបង្រៀននៅកម្រិតឧត្តមសិក្សាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ។

មាតិកា

មេរៀនទី១ ផលិតផលទេសចរណ៍.....	1
១. និយមន័យផលិតផលទេសចរណ៍.....	1
២. ផលិតផលលើទីផ្សារទេសចរណ៍	2
៣. ទម្រង់នៃផលិតផលទេសចរណ៍	4
៤. ចរិតលក្ខណៈផលិតផលទេសចរណ៍	4
៥. សមាសធាតុផលិតផលទេសចរណ៍.....	5
មេរៀនទី២ ផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជា	6
១. ធនធានទេសចរណ៍.....	6
១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ	6
១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ.....	6
១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍កែច្នៃ និងកម្សាន្ត	7
២. ព្រឹត្តិការណ៍	9
៣. សេវាកម្មទេសចរណ៍	9
៤.ប្រភេទផលិតទេសចរណ៍ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា.....	9
មេរៀនទី៣ អាជីវកម្មក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍.....	54
១. ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍.....	54
២. សារៈសំខាន់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍	55
៣ . អាជីវកម្មក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍	59
៣.១ អាជីវកម្មទេសចរណ៍.....	59
៣.២ អាជីវកម្មស្នាក់នៅ	62
៣.៣ អាជីវកម្មអាហារ និងភេសជ្ជៈ	66
៣.៤ អាជីវកម្មវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍	69
៣.៥ អាជីវកម្មជីកជញ្ជូន	70

៣.៦ អាជីវកម្មការកម្សាន្ត	73
មេរៀនទី៤ តម្រូវការ និងការរំពឹងទុករបស់អតិថិជន	80
១. តម្រូវការរបស់អតិថិជន	84
២. ភាពល្អប្រសើរនៃសេវាកម្ម	88
៣. ការផ្តល់សេវាកម្ម	88
មេរៀនទី៥ ឥរិយាបថភ្ញៀវទេសចរ	90
១. សារៈសំខាន់នៃការសិក្សាឥរិយាបថអតិថិជន	92
២. ឥរិយាបថអតិថិជនក្រុមផ្សេងៗ.....	92
៣. កត្តាមានឥទ្ធិពលដល់ឥរិយាបថអតិថិជន	93
៤. ដំណើរការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អតិថិជន	99
មេរៀនទី៦ ទីផ្សារទេសចរណ៍.....	100
១. និយមន័យទីផ្សារទេសចរណ៍.....	100
២. សារៈសំខាន់ទីផ្សារ ចំពោះឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍.....	103
មេរៀនទី៧ ទីផ្សារចម្រុះ	104
១. ផលិតផល.....	104
២. តម្លៃ.....	104
៣. ទីតាំង	106
៤. ការផ្សព្វផ្សាយ	106
មេរៀនទី ៨ យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារសម្រាប់ទេសចរណ៍	108
១. ចំណែកទីផ្សារ និងការកំណត់គោលដៅ.....	108
២. យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ	110
៣. ការវិភាគ SWOT.....	117
ឯកសារយោង	119

មេរៀនទី១ ផលិតផលទេសចរណ៍

ផលិតផលទេសចរណ៍មានសារៈសំខាន់យ៉ាងខ្លាំងចំពោះឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ដោយវាផ្គត់ផ្គង់ជម្រើសនូវផលិតផលជាច្រើនដល់ភ្ញៀវទេសចរ។ ផលិតផលនេះសំដៅទៅលើសកម្មភាព ឬសំណុំនៃសកម្មភាពដែលអ្នកទីផ្សារផ្តល់ជូនដើម្បីធ្វើឱ្យទទួលបានលទ្ធផលនៃការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនឬទីផ្សារគោលដៅ។ ផលិតផលដែលបំពេញចិត្តអតិថិជនក្នុងការកម្សាន្តការសប្បាយ ឬតម្រូវការអាជីវកម្មនៅកន្លែងផ្សេងៗ ក្រៅពីកន្លែងស្នាក់នៅអចិន្ត្រៃយ៍ ត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាផលិតផលទេសចរណ៍។ ជាទូទៅផលិតផលទេសចរណ៍គឺជាការរួមបញ្ចូលគ្នារវាងធាតុរូបបីយ និងអរូបបីយ។ ការរួមបញ្ចូលគ្នានៃសមាសធាតុផ្សេងៗជាច្រើនផ្តល់លទ្ធផលដល់ភ្ញៀវទេសចរនូវបទពិសោធន៍នៃការធ្វើដំណើរថែមទាំងធ្វើឱ្យមានការពេញចិត្តខាងរាងកាយ និងផ្លូវចិត្តដែលផ្តល់ជូនអ្នកទិញ ជាបទពិសោធន៍ពេញលេញរបស់ភ្ញៀវទេសចរចាប់ពីពេលដែលភ្ញៀវទេសចរចាកចេញពីកន្លែងស្នាក់នៅ ឬផ្ទះអចិន្ត្រៃយ៍របស់គាត់រហូតដល់ ពេលដែលគាត់វិលត្រឡប់ទៅផ្ទះរបស់គាត់វិញ។

១. និយមន័យផលិតផលទេសចរណ៍

ជាទូទៅអ្នកទីផ្សារជាច្រើនបានឱ្យនិយមន័យផលិតផលសំដៅលើគ្រប់អ្វីៗទាំងអស់ដែលកំណត់នូវកម្មវត្ថុនៃការជួញដូរនៅលើទីផ្សារ។ ផលិតផលត្រូវបានកំណត់ផងដែរក្នុងន័យជាការផ្តល់ឬក៏ជាសំណើមួយរបស់អ្នកលក់ដែលផ្ទៀងផ្ទាត់ដោយទីផ្សារ។ លើសពីនេះទៅទៀតផលិតផលអាចជាវត្ថុ សេវាកម្ម ទឹកកក ការរៀបចំ ឬគំនិត។ ម្យ៉ាងវិញទៀតផលិតផល គេបានប្រើប្រាស់ផងដែរនូវការកំណត់ន័យផ្សេងៗទៀត ដូចជា កញ្ចប់នៃលក្ខណៈសម្បត្តិ និងសម្ព័ន្ធភាពនៃអត្ថប្រយោជន៍។ សញ្ញាណនៃផលិតផលទេសចរណ៍ មិនអាចកំណត់បានអត្ថន័យបានច្បាស់លាស់ឡើយ។ ជាទូទៅផលិតផលទេសចរណ៍ ត្រូវបានគេសន្មតតាមអត្ថន័យពីរយ៉ាង តាមន័យដោយឡែក វាកំណត់នូវអ្វីៗទាំងអស់ដែលទេសចរណ៍បានទិញ។ តែតាមន័យទូលំទូលាយគឺគ្រប់អ្វីៗទាំងអស់ដែលទេសចរធ្វើសកម្មភាពនៅក្នុងពេលធ្វើដំណើរ និងនៅតាមគោលដៅកំណត់ជាក់លាក់មួយ (ការស្នាក់នៅតាមទីកន្លែងគោលដៅ) ។

ផលិតផលទេសចរណ៍ សំដៅដល់ធនធានដែលមានស្រាប់ ឬធនធានដែលបង្កើតឡើងជាអាទិ៍សម្បត្តិវប្បធម៌ ធនធានធម្មជាតិ សម្បទាសេវាកម្ម ទំនិញសេវាកម្ម ផលិតផលផ្សេងៗទៀត ដែលអាចបំពេញសេចក្តីត្រូវការ ការចង់បាន និងការធ្វើសកម្មភាពទេសចរណ៍។

ផលិតផលទេសចរណ៍សំដៅលើគ្រប់យ៉ាង សម្រាប់លក់ជូនភ្ញៀវទេសចរ ទាក់ទាញចិត្តភ្ញៀវទេសចរ បំពេញតម្រូវការ ភាពចំបាប់ ធ្វើឱ្យភ្ញៀវពេញចិត្ត មានដូចជាផលិតផលរូបបីយ សេវាកម្ម បុគ្គល ទឹកកក អង្គភាព និងគំនិត។ ផលិតផលទេសចរណ៍គឺគ្រប់អ្វីៗទាំងអស់ដែលទេសចរធ្វើ

សកម្មភាពនៅក្នុងពេលធ្វើដំណើរ និងនៅតាមគោលដៅកំណត់ជាក់លាក់មួយ (ការស្នាក់នៅតាមទីកន្លែងគោលដៅ) ។

ផលិតផលទេសចរណ៍សំដៅលើអ្វីៗគ្រប់យ៉ាង ដែលបុគ្គលទិញដើម្បីការធ្វើដំណើរពីកន្លែងមួយទៅកន្លែងមួយទៀត អំឡុងពេលនៅស្នាក់នៅឆ្ងាយពីលំនៅដ្ឋានខ្លួន។ ផលិតផលទេសចរណ៍សំដៅលើផលិតផល ឬសេវាកម្មទាក់ទងនឹងទេសចរណ៍ដើម្បីបំពេញសេចក្តីពេញចិត្ត ឬផលប្រយោជន៍បានពីការប្រើប្រាស់ផលិតផល សេវាកម្មនីមួយៗ រូបបិយ និងអរូបបិយ។

យោងតាមឧ ម៉ារីណាត ឆ្នាំ ២០០៩ បានបែងចែកផលិតផលទេសចរណ៍មានដូចជា៖

- ផលិតផលរូបបិយ ៖ សំដៅលើធនធានមានស្រាប់ និងមិនអាចបង្កើតបាន(ធនធានធម្មជាតិ វប្បធម៌ ឬប្រវត្តិសាស្ត្រ) ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ មូលដ្ឋានសេវាកម្មទេសចរណ៍។
- ផលិតផលអរូបបិយ ៖ សំដៅលើបរិយាកាសតំបន់ អាកប្បកិរិយាម្ចាស់ស្រុក ការជឿជាក់មកលើតំបន់ទេសចរណ៍។
- ខ្សែទស្សនកិច្ច ៖ សំដៅលើកញ្ចប់សេវាកម្មដែលផ្សំដោយសេវាដឹកជញ្ជូន ការស្នាក់នៅ សេវាកម្មអាហារ និងទស្សនកិច្ច សេវាកម្មបកប្រែ និងមគ្គុទ្ទេសក៍។
- ទំនិញទេសចរណ៍ ៖ សំដៅលើវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ គ្រឿងចម្លាក់ (មាស ប្រាក់ ស្ពាន់ ឈើ ថ្ម) វេជនវត្ថុ(ហ្វូល សូត្រ ផ្កាម្លូង) កេតនវត្ថុ(គ្រឿងអលង្កា ត្បូង មាស)

តាមរយៈនិយមន័យ និងការបែងចែកផលិតផលទេសចរណ៍ខាងលើនេះអាចសរុបបានថា ផលិតផលទេសចរណ៍គឺជាផលិតផលរបស់វិស័យទេសចរណ៍ដែលចាំបាច់សម្រាប់បម្រើក្នុងការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ដែលអាចបំពេញតម្រូវការ និងទទួលបានភាពពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរឧទាហរណ៍ដំណើរទេសចរណ៍ជាកញ្ចប់សេវាកម្មកន្លែងស្នាក់នៅ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន សេវាម្ហូបអាហារ កេសជ្ជៈ និងមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍។

២. ផលិតផលលើទីផ្សារទេសចរណ៍

សេចក្តីត្រូវការទាមទារនូវសំណើសម្ភារៈ និងសេវាកម្មពិសេសៗ ដែលត្រូវឆ្លើយតបទៅនឹងចំណង់ចំណូលចិត្ត ដែលបង្ហាញឡើងដោយអ្នកទិញ និងលទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ចរបស់ពួកគេ ដូចជាការរៀបចំសន្និសីទជំនួញសំខាន់ៗ ចាំបាច់មិនត្រឹមតែបំពេញនូវការស្នាក់នៅ នៅតាមទីកន្លែងដែលមានភាពទាក់ទាញ ដោយមានទីកន្លែងស្នាក់នៅ ការហូបចុក និងការបម្រើផ្នែកសន្និសីទបានសមស្របប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងត្រូវផ្តល់នូវលទ្ធភាពក្នុងការលេងវាយកូនគោល លេងតេនីស ហែលទឹក និងទម្រង់ផ្សេងៗទៀតនៃការលំហែ។ លក្ខណៈពិសេសមួយផ្សេងទៀតនៃផលិតផល គឺកញ្ចប់សេវាដែលផ្តល់ចំពោះអ្នកចូលរួមប្រាស្រ័យក្នុងការដើរដង្ហែរក្បួនធម្មយាត្រា ឬក៏ចំពោះអ្នកនិយមក្នុងការចំណាយពេលវេលាទំនេរ នៅទីកន្លែងជាចម្ងាយពីភាពកំហិតនៃអរិយធម៌ផ្សេងៗ។ បន្សំនៃសេវាកម្មទេសចរណ៍ ដែលបម្រើចំពោះការបំពេញសេចក្តីត្រូវការដ៏ទូលំទូលាយមួយ គេឱ្យឈ្មោះថា « កញ្ចប់នៃ

សេវាកម្ម»។ កញ្ចប់នៃសេវាជាបន្សំនៃធាតុពីរ ឬច្រើន ដូចជា៖ សណ្ឋាគារ និងការហូបចុក ការធ្វើដំណើរ និងការស្នាក់នៅ ដែលផ្តល់ដោយអ្នកលក់ ក្នុងន័យជាផលិតផលមួយដោយតម្លៃកំណត់មួយ។ នៅក្នុងកញ្ចប់ដែលមានធាតុច្រើនបញ្ចូលគ្នាឧទាហរណ៍ ៖ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនមួយ ឬច្រើន ការធ្វើដំណើរតាមយន្តហោះ រថភ្លើង រថយន្ត នាវា ការស្នាក់នៅ ការហូបចុក ភាពទាក់ទាញ ទស្សនាប្រសាទ បុរាណ សារមន្ទីរ មជ្ឈមណ្ឌលពាណិជ្ជកម្ម និងកម្សាន្តសប្បាយ កម្មវិធីកម្សាន្ត។ល។ ព្រមទាំងសេវាបន្ថែមផ្សេងៗទៀត ដូចជា ការដឹកជញ្ជូន និងការទទួលបញ្ជីតាំង មគ្គុទ្ទេសក៍ ការគាំពារសុខភាព ការបញ្ចុះតម្លៃសំបុត្រចូលទស្សនា។ល។ កញ្ចប់ទាំងនេះពុំបណ្តាលឱ្យថយចុះនូវការផ្គត់ផ្គង់របស់ក្រុមហ៊ុនឡើយ ព្រោះអ្នកលក់ភាគច្រើនបានសន្មតជាមុនថា ទេសចរប្រាថ្នាចង់បានការស្នាក់នៅរបស់ខ្លួនដោយឡែកៗ ពីគ្នានៅតាមទីកន្លែងគោលដៅមួយ ហើយនៅក្នុងទំនាក់ទំនងនេះគួរតែធានាចំពោះពួកគេនូវលទ្ធភាពទិញដោយស្វ័យភាពនូវសេវាកម្មបំពេញបន្ថែមផ្សេងៗ។

ការជួញដូរនៅលើទីផ្សារទេសចរណ៍មាន ៖

- សម្ភារៈ និងសេវាកម្មនានា ដែលជាកត្តាកំណត់នូវតម្រូវការផលិតកម្មសម្រាប់បម្រើតែវិស័យទេសចរណ៍(ការធ្វើដំណើរ ការស្នាក់នៅ មគ្គុទ្ទេសក៍)
- សម្ភារៈ និងសេវាកម្មនានា ដែលការទិញមានការជាប់ទាក់ទងទៅនឹងទេសចរណ៍តែវានឹងក្លាយជាគ្រឿងជំនួសដ៏ជាក់លាក់មួយនៃការប្រើប្រាស់ នៅក្នុងពេល និងទីកន្លែងផ្សេងៗទៀត (ស្បែកជើងសំលៀកបំពាក់)
- សម្ភារៈ និងសេវាកម្មនានា ដែលបំពេញសេចក្តីត្រូវការដូចគ្នាទាំងសម្រាប់ទេសចរណ៍ និងមិនមែនទេសចរណ៍ (ប្រព័ន្ធគមនាគមន៍ ការគាំពារសុខភាព)

សន្និដ្ឋានថាផលិតផលទេសចរណ៍បានបង្កើតឡើងនូវ ៖

- សម្ភារៈទេសចរណ៍សំខាន់ៗ (តម្លៃទេសចរណ៍)
- សម្ភារៈរូបធាតុ និងសេវាកម្មដែលបម្រើដោយផលិតករ
- គ្រឿងសម្របសម្រួលក្នុងការរស់នៅ

ក្នុងការចាត់ថ្នាក់នេះបានផ្ដោតការយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើតួនាទីនៃសម្ភារៈទេសចរណ៍ចំបងៗ ដែលមាននៅក្នុងទេសចរណ៍ដំណើរកម្សាន្ត វាជាកត្តាជំរុញដ៏សំខាន់ក្នុងការធ្វើដំណើរ។ ក៏ប៉ុន្តែនៅក្នុងន័យខ្លះទៀតគេបានរំលងនូវទម្រង់បែបនេះមានដូចជា ការធ្វើដំណើរក្នុងកិច្ចការជំនួញ ក្នុងគោលដៅសិក្សាស្រាវជ្រាវ។ល។ ចំណែកតួនាទីនៃការសម្របសម្រួលក៏ពុំមានលក្ខណៈច្បាស់លាស់ដែរ ដូចជាធាតុដ៏ទូលំទូលាយនៃហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ មិនចំបាច់ត្រូវទិញដោយភ្ញៀវទេសចរទៅតាមតម្លៃកំណត់ណាមួយឡើយ។ ដូចនេះនិយមន័យដែលបានជួបប្រទះអាចទាក់ទងទៅនឹង ការពិពណ៌នាជាបន្តដែលគេឱ្យឈ្មោះថាផលិតផលតំបន់ ពោលគឺមិនមែនជាផលិតផលដែលបង្កើតដោយក្រុមហ៊ុនឡើយ។

៣. ទម្រង់នៃផលិតផលទេសចរណ៍

ធាតុផ្សំនីមួយៗ របស់ផលិតផលទេសចរណ៍ វាបំពេញតួនាទីទៅតាមប្រភេទ អាចបែងចែកតាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យនៃរចនាសម្ព័ន្ធមុខងារ ក្នុងន័យសមាសធាតុទាំងឡាយដែលអាចបម្រើសេចក្តីត្រូវការបំពេញគ្នាមានដូចជា ៖

- ផលិតផលស្នូល Core Product ៖ ផលិតផលចម្បង បំពេញតម្រូវការអតិថិជនរបស់ក្រុមគោលដៅខ្ពស់បំផុត ដែលអតិថិជនគិតថាចាំបាច់ (Core Need)
- ផលិតផលជាក់ស្តែង Tangible Product ៖ ផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលអតិថិជនគិតថានឹងបានទទួលពេលទិញផលិតផល ឬមានសិទ្ធិទទួលបាន។ ក្នុងសណ្ឋាគាររួមមានភោជនីយដ្ឋាន អាងហែលទឹក ទូរស័ព្ទខ្នាតតូច កន្លែងហាត់ប្រាណ កន្លែងទទួលទានអាហារក្នុងបន្ទប់ (Room service) ចំណាត់ថ្នាក់ និងសុខសុវត្ថិភាពផ្សេងៗ។
- ផលិតផលពង្រីកបន្ថែម Augmented Product ៖ ផលិតផល ឬសេវាកម្មបន្ថែមដែលអ្នកផលិតផ្តល់ជូនអតិថិជនបន្ទាប់បន្សំជាមួយផលិតផលស្នូល។
- ផលិតផលសក្តានុពល Potential Product ៖ ការអភិវឌ្ឍផលិតផលបំពេញតម្រូវការអតិថិជននាពេលអនាគត ដូចជាសេវាកម្មបែបទាន់សម័យដែលអតិថិជនមិនបានរំពឹងទុក។ វាអាចជាប្រភេទផលិតផលសេវាកម្ម ឬការផ្តល់ជូនពិសេសណាមួយដែលអ្នកផលិតគិតនឹងផ្តល់ជូនអតិថិជនដោយភ្ជាប់ជាមួយផលិតផលលក់សំខាន់ៗដូចជាភ្នាក់ងារទេសចរណ៍បុករួមទាំងដំណើរកម្សាន្តពិសេសមានបន្ថែមនៅក្នុងកម្មវិធី សណ្ឋាគារ បុករួមទាំងអាហារពេលព្រឹក ឬអាហារពេលល្ងាចដល់អតិថិជនដែលស្នាក់នៅសណ្ឋាគារ។

៤. បរិកលក្ខណៈផលិតផលទេសចរណ៍

សាកលវិទ្យាល័យសុខោទ័យថេម៉ាថេរ៉ាត់ឆ្នាំ ២០០២ បានលើកឡើងពីផលិតផលទេសចរណ៍មានបរិកលក្ខណៈពិសេស និងដោយលែកពីផលិតផលទូទៅដូចខាងក្រោម ៖

Intangibility អរូបិយ ៖ មិនអាចចាប់បាន ឬមិនអាចដឹងមុនសម្រេចចិត្តទិញ

Heterogeneity វិសភាគ ៖ ផលិតផលលក្ខណៈដោយលែក មិនដូចអ្នកដទៃ

Inseparability មិនអាចបំបែកបាន ៖ ការប្រើប្រាស់ផលិតផលនៅទីកន្លែង និងពេលវេលាតែមួយការទិញផលិតផលមិនអាចញែកចេញពីគ្នាបាន

Perishability ងាយខូចខាត ៖ បើអតិថិជនមិនប្រើប្រាស់តាមរយៈពេលកំណត់

Seasonality តាមរដូវកាល ៖ ផលិតផលទេសចរណ៍លក់បានតាមរដូវកាល

Complementarity ផលិតផលរួម ៖ ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ច្រើនតែជាការទិញរួមគ្នា ដូចគ្នាទោះបីជាពួកគេជាម្ចាស់ផ្សេងគ្នាក៏ដោយ ដូច្នេះត្រូវការកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មខ្ពស់

Parity ងាយស្រួលចម្លង ៖ ផលិតផលទេសចរណ៍មានលក្ខណៈប្រហាក់ប្រហែលគ្នាងាយស្រួលចម្លង។

៥. សមាសធាតុផលិតផលទេសចរណ៍

Dickman (1996) បានលើកឡើងពីសមាសធាតុរបស់ផលិតផលទេសចរណ៍មាន ៥ A ៖

តំបន់ទេសចរណ៍ (Attractions) គឺជាធាតុសំខាន់ណាស់ព្រោះវាជាការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងការធ្វើដំណើរនៅកន្លែងនោះ ឆ្នេរខ្សាច់ ភ្នំ ឧទ្យានជាតិ ពិធីបុណ្យ ឬកន្លែងដែលមានភាពស្រស់ស្អាតគឺប្លែកហើយវាមានភាពល្បីល្បាញហើយ ជាទូទៅកន្លែងទេសចរណ៍ល្បីៗ តែងតែមានការទាក់ទាញច្រើនជាង។

មធ្យោបាយងាយស្រួល (Accessibility) ទោះបីជាភាពទាក់ទាញអាចមានភាពទាក់ទាញគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ក៏ដោយ ប៉ុន្តែពួកគេប្រហែលជាគ្មានប្រយោជន៍ប្រសិនបើភ្ញៀវទេសចរមិនអាចធ្វើដំណើរទៅកាន់កន្លែងនោះបានទេ និងកន្លែងធ្វើដំណើរអាចរួមទាំងការចេញទិដ្ឋាការលិខិតឆ្លងដែន និងឯកសារធ្វើដំណើរពាក់ព័ន្ធ ភាពងាយស្រួលនៃការធ្វើដំណើររវាងប្រទេស ស្ថានភាពផ្លូវការងាយស្រួលធ្វើដំណើរជាដើម ។ល។

ការស្នាក់នៅ (Accommodation) ការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរគួរតែមានកន្លែងស្នាក់នៅគ្រប់គ្រាន់តម្លៃ និងសេវាកម្មខុសៗគ្នាសមស្របសម្រាប់កន្លែងស្នាក់នៅមិនគួរឆ្ងាយពីតំបន់ទេសចរណ៍ទេ។

គ្រឿងបរិក្ខារ (Amenities) មានន័យថាការផ្តល់សម្ភារៈបរិក្ខារ មូលដ្ឋានសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរដូចជាការប្រើប្រាស់ទឹក ភ្លើង ទូរស័ព្ទ បង្គន់អនាម័យ និងបរិក្ខារប្រើប្រាស់ទាំងអស់ដែលភ្ញៀវទេសចរមានតម្រូវការដូចជាកោដនីយដ្ឋាន មន្ទីរពេទ្យ ធនាគារ ការិយាល័យប្រៃសណីយ៍ផងដែរ។

សកម្មភាព (Activities) សំដៅលើសកម្មភាពដែលអាចធ្វើបានក្នុងអំឡុងពេលនៃការស្នាក់នៅ និងទស្សនាដើម្បីបង្កើនចំណាប់អារម្មណ៍ទេសចរណ៍ និងពេលវេលាកម្សាន្តរបស់សកម្មភាពទេសចរណ៍ផ្សេងៗគ្នាដែលមានភាពចម្រុះ និងបំពេញតាមតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរផងដែរ ដូចជាសកម្មភាពទាក់ទងនឹងហាងលក់ទំនិញ។

មេរៀនទី២ ផលិតផលទេសចរណ៍កម្ពុជា

កម្ពុជាគឺជាប្រទេសមួយដែលមានវប្បធម៌ និងអរិយធម៌ចាស់ជាងគេក្នុងទ្វីបអាស៊ីអាគ្នេយ៍។ កម្ពុជាមានសុខសន្តិភាពពេញបរិបូណ៌ ប្រជាពលរដ្ឋ និងភ្ញៀវទេសចរអន្តរជាតិ អាចធ្វើដំណើរកម្សាន្ត បានគ្រប់ទីកន្លែងជាមួយនឹងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ដ៏ស្រស់ស្អាត តំបន់ទេសចរណ៍ដ៏សម្បូរបែប សេវាកម្ម ប្រណិត។ ចំណុចដ៏មានសក្តានុពលទាំងអស់ខាងលើនេះហើយ ដែលជំរុញឱ្យវិស័យទេសចរណ៍បាន ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ សម្រាប់សេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា ដើម្បីចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា ជួយផ្តល់ ការងារសម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋមូលដ្ឋាន តាមរយៈសេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍ ដឹកជញ្ជូន លក់អាហារ លក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ។ល។ កម្ពុជាមានធនធានធម្មជាតិ និងមានសម្បត្តិបេតិកភ័ណ្ឌជាតិជាច្រើន ដែលអាចទាក់ទាញភ្ញៀវជាតិ និងអន្តរជាតិឱ្យចូលទស្សនាច្រើនឥតគណនា ដែលជាផលិតផល ទេសចរណ៍របស់កម្ពុជា។ កម្ពុជាមានផលិតផលទេសចរណ៍ ៣ សំខាន់ៗរួមមាន ធនធានទេសចរណ៍ ព្រឹត្តិការណ៍ និងសេវាកម្មទេសចរណ៍។

១. ធនធានទេសចរណ៍

ធនធានទេសចរណ៍សំដៅទៅលើវត្ថុ ឬទីកន្លែងដែលមានធម្មជាតិ និងបង្កើតដោយមនុស្ស រូបបីយ និងអរូបបីយដែលជាវប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ។

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិគឺធនធានទេសចរណ៍កើតឡើងតាមធម្មជាតិ ទាំងជីវសាស្ត្រ មានភាពស្រស់ស្អាតរួមទាំងតំបន់ព្រៃ សត្វព្រៃ ទឹកជ្រោះ ឆ្នេរខ្សាច់ កោះ និងថ្មប៉ប្រះ ទឹកផ្កាថ្មជាដើម។ ធនធានទេសចរណ៍ទាំងនេះស្រស់ស្អាតគួរឱ្យកត់សម្គាល់ និងការសម្របសម្រួលអត្ថប្រយោជន៍នៃការ កម្សាន្ត និងការសិក្សាពីធម្មជាតិ។ ធនធានទាំងនោះរួមមានធនធានធម្មជាតិដូចជាតំបន់ទេសភាព បរិស្ថានធម្មជាតិ និងអាកាសធាតុ។ ធនធានធម្មជាតិជាធាតុសំខាន់នៅក្នុងការទាក់ទាញទិសដៅ ទេសចរណ៍មានដូចជា ៖ ភ្នំ ថ្ម ជ្រលង គុហា កោះ វាលខ្សាច់ បឹង ទឹកជ្រោះ ដែនជម្រកសត្វ ពពួកសត្វ ឧទ្យានជាតិ ទេសសភាពជនបទ អាកាសធាតុ-សីតុណ្ហភាព ភ្លៀង ធ្លាក់ព្រិល ពន្លឺព្រះអាទិត្យ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌

ភ្ញៀវទេសចរចូលចិត្តទៅលេង និងមើលកំណប់ច្នៃប្រឌិត និងសិល្បៈនៃប្រទេសផ្សេងៗ។ ទេសចរណ៍មានលក្ខណៈ ជាពិធី ការរស់នៅ វិធីជីវិត មជ្ឈមណ្ឌលវប្បធម៌ ផលិតផលតំបន់ ហត្ថកម្ម តាមតំបន់ សាលមហោស្រព រោងភាពយន្ត ការប្រារព្ធពិធី និងបទពិសោធន៍ដែលបង្ហាញពីប្រទេស និងប្រជាជនរបស់ខ្លួនឆ្លុះបញ្ចាំងភាពចម្រុះ និងចរិតលក្ខណៈរបស់ប្រទេសមួយ។

ផលិតផលទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រ

ផលិតផលទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រ សំដៅលើតំបន់ដែលចាប់អារម្មណ៍ខាងបុរាណវត្ថុអាគារ ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងវិមាននានា កន្លែងដែលមានសារៈសំខាន់ជាប្រវត្តិសាស្ត្រ។ កន្លែងទេសចរណ៍ដែល មានលក្ខណៈសំខាន់ខាងប្រវត្តិសាស្ត្រ បុរាណវិទ្យា សាសនា មានដូចជា ៖ ប្រាសាទ កន្លែងបុរាណវិទ្យា វត្ត ឧទ្យានប្រវត្តិសាស្ត្រ ទីប្រជុំជនបុរាណ សារមន្ទីរ កន្លែងសាសនា ទីកន្លែងចង់ចាំ (វិមាន អនុស្សាវរីយ៍)

វិមាន (ប្រាសាទ) ៖ ស្នាដៃស្ថាបត្យកម្មនៃចម្លាក់ ឬគំនូរនៃវិមាន (ប្រាសាទ) ធាតុ ឬរចនា សម្ព័ន្ធ ដែលមានលក្ខណៈ បុរាណវិទ្យា សិលាចារឹក រូង ឬបណ្តុំនៃធាតុដែលមានតម្លៃជាសាកល ប្រកបដោយភាពពិសេសប្លែក ខាងផ្នែកប្រវត្តិសាស្ត្រ សិល្បៈ ឬវិទ្យាសាស្ត្រ។

តំបន់ប្រាសាទ ៖ ស្នាដៃកើតចេញពីមនុស្ស ឬស្នាដៃកើតចេញពីការលាយផ្សំរវាងមនុស្ស និង ធម្មជាតិ ព្រមទាំង ទីតាំងរាប់បញ្ចូលទាំងតំបន់បុរាណស្ថាន ដែលមានតម្លៃជាសាកលប្រកបដោយ ភាពពិសេសប្លែក ខាងផ្នែកប្រវត្តិសាស្ត្រ សោភ័ណភាព (aesthetic) ជាតិពន្ធុវិទ្យា (ethnological) និងនវវិទ្យា (anthropological) ។

បណ្តុំនៃសំណង់ (ក្រុមប្រាសាទ) ៖ បណ្តុំនៃសំណង់ ទោលដាច់ដោយឡែក ឬប្រមូលផ្តុំ ហើយដោយឈរលើមូលហេតុនៃស្ថាបត្យកម្ម ភាពទោលនៅដាច់តែឯង ឬ នៅទីតាំងលាយឡំជាមួយ ទេសភាពណាមួយបណ្តុំនៃសំណង់នោះមានតម្លៃជាសាកល ប្រកបដោយភាពពិសេសប្លែក ខាងផ្នែក ប្រវត្តិសាស្ត្រ សិល្បៈ ឬវិទ្យាសាស្ត្រ។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍កែច្នៃ និងកម្សាន្ត

ផលិតផលទេសចរណ៍ដែលផលិតដោយមនុស្សត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយមនុស្សសម្រាប់ការ កម្សាន្ត ឬអាជីវកម្ម។ ការធ្វើឡើងសម្រាប់ការកម្សាន្ត គឺជាធាតុសំខាន់នៃជីវវិទ្យា និងចិត្តវិទ្យារបស់ មនុស្ស។ សកម្មភាពកម្សាន្តជាញឹកញាប់ត្រូវបានធ្វើឡើងដើម្បីភាពរីករាយ ការកម្សាន្ត ឬការសប្បាយ ធម្មជាតិកែច្នៃ ហាងលក់ទំនិញ និងផ្សារទំនើប Duty Free សាលារោងកុន រោងល្ខោនផ្សេងៗ សួនកម្សាន្ត និងរមណីយដ្ឋាននានាកំពុងផ្តល់សេវាកម្មដល់ភ្ញៀវទេសចរ ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ សម្រាប់ការសម្រាកលំហែ និងការកម្សាន្ត។

រមណីយដ្ឋាន ឬវីស៊ីត

រមណីយដ្ឋាន ឬវីស៊ីត គឺកន្លែងដែលជាគោលដៅពេញនិយមសម្រាប់សម្រាកលំហែ ឬការកម្សាន្ត ដែលទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរសម្រាប់ថ្ងៃឈប់សម្រាក ឬវិស្សមកាល។

រមណីយដ្ឋានឆ្នេរខ្សាច់ Beach Resorts គឺជារមណីយដ្ឋានដែលមានទីតាំងមានចម្ងាយជិត ឆ្នេរដ៏សំខាន់មួយ។ រមណីយដ្ឋានឆ្នេរជាច្រើនមានសកម្មភាពដែលរួមមានការដឹះទូកលេងកម្សាន្ត ដឹះកប៉ាល់ តាមសមុទ្រ ថែមទាំងរៀបចំកម្មវិធីពិសេសសម្រាប់ភ្ញៀវនៅឆ្នេរ។

Golf Resorts រមណីយដ្ឋានដែលមានទីលានវាយកូនហ្គោលនៅនឹងកន្លែង ឬមានទីតាំងស្ថិតនៅចម្ងាយសមរម្យពីទីលានវាយកូនហ្គោលមួយ ឬច្រើន។ កន្លែងស្នាក់នៅមួយចំនួននៅតាមរមណីយដ្ឋានទាំងនេះនឹងភ្ជាប់មកជាមួយនូវប័ណ្ណវាយកូនហ្គោលដើម្បីឱ្យភ្ញៀវអាចលេងដោយឥតគិតថ្លៃ។

រមណីយដ្ឋានកោះ Island Resorts គឺជារមណីយដ្ឋានដែលមានទីតាំងនៅលើកោះមួយ ភាពសំបូរបែបនៃរមណីយដ្ឋាន គឺធម្មតាមានការជិះស្ទីលីទឹក ងូតទឹកមើលធម្មជាតិក្នុងទឹក នេសាទជិះទូក ហែលទឹក ជិះទូកកាយ៉ាក់ រួមជាមួយកីឡាទឹកផ្សេងៗទៀត។

រមណីយដ្ឋានបឹង Lake Resorts រមណីយដ្ឋានដែលមានទីតាំងនៅជិតបឹង អ្នកធ្វើដំណើរភាគច្រើនទៅលេងរមណីយដ្ឋាននេះដើម្បីទៅជិះទូក នេសាទ ហែលទឹក ឬជិះស្ទីលីទឹក។

រមណីយដ្ឋានប្រណីត Luxury Resorts គឺជាកន្លែងវិស្សមកាលដែលមានតម្លៃថ្លៃណាស់ បង្ហាញពីកម្រិតខ្ពស់នៃសេវាកម្ម និងបដិសណ្ឋារកិច្ច។ ការប្រតិបត្តិល្អឥតខ្ចោះនៃសេវាកម្មភ្ញៀវនឹងក្លាយជាការយកចិត្តទុកដាក់របស់បុគ្គលិក និងអ្នកគ្រប់គ្រង។ រមណីយដ្ឋានប្រណីតជាទូទៅនឹងមានរចនាផ្ទៃខាងក្នុង និងខាងក្រៅផ្នែកស្ថាបត្យកម្មដ៏អស្ចារ្យក៏ដូចជាទីតាំង រូបរាងគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ផងដែរ មានសកម្មភាព និងភាពទាក់ទាញមានដូចជា កីឡាវាយកូនហ្គោល កីឡាទឹក ស្ប៉ា ការជិះស្ទីលី បរិស្ថានវិទ្យា ធម្មជាតិ និងភាពស្ងប់ស្ងាត់។

រមណីយដ្ឋានភ្នំ Mountain Resorts គឺជារមណីយដ្ឋានដែលមានទីតាំងនៅលើភ្នំ ឬនៅជើងភ្នំ។

Duty free Shop គឺជាហាងលក់រាយដែលត្រូវបានលើកលែងពីការបង់ពន្ធក្នុងស្រុក និងថ្នាក់ជាតិជាក់លាក់លើលក្ខខណ្ឌ ទំនិញលក់ទៅឱ្យអ្នកដំណើរដែលនឹងត្រូវយកទំនិញចេញពីប្រទេស។

Mall ផ្សារទំនើបគឺជាអគារមួយឬច្រើនបង្កើតបានជាហាងដែលតំណាងឱ្យអាជីវករដែលមានផ្លូវដើរឆ្លងកាត់គ្នាដែលអាចឱ្យភ្ញៀវទេសចរដើរពីផ្នែកមួយទៅមួយទៀត និងមានកន្លែងចតរថយន្តទំនើប។

Cinema Hall រោងកុនជាកន្លែងពិសេសដែលខ្សែភាពយន្តត្រូវបានបង្ហាញ ដែលមានសក្តានុពលកាន់តែធំទូលាយ ហើយត្រូវបានគេដាក់នៅទីតាំងជាក់លាក់មួយ។ ដូច្នេះនិយមន័យនៃ “រោងកុន” អាចត្រូវបានគេទទួលយកជាប្រជាប្រិយថាជា “ខ្សែភាពយន្តដែលបានបង្ហាញនៅក្នុងរោងកុន” ។

Theater រោងមហោស្រព ជាទីកន្លែង ឬសាលាសម្រាប់សម្តែងរបាំខ្នាតធំ ការលេងល្បែងរបាំគគ្រឹកគ្រែង រីករាយដោយល្បែងរបាំ ការដាក់តាំង ឬបញ្ចេញរបស់ប្លង់ថ្មីជូនមហាជនទស្សនាមានលក្ខណៈធំ។

Theme Parks/ Amusement Park ឧទ្យានកម្សាន្ត គឺជាក្រុមការកម្សាន្ត ការទាក់ទាញ និងព្រឹត្តិការណ៍ដទៃទៀតនៅក្នុងទីតាំងណាមួយសម្រាប់ភាពរីករាយរបស់មនុស្សមួយចំនួនធំ។

២. ព្រឹត្តិការណ៍

ព្រឹត្តិការណ៍ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជាអ្នកទស្សនា និងជាអ្នកចូលរួមក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ ជាទូទៅត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងដើម្បីបង្កើនចំនួនភ្ញៀវទេសចរឱ្យទៅទីកន្លែងជាក់លាក់។ ពិធីបុណ្យ និងប្រពៃណីដែលរៀបចំឡើងដោយភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលពិព័រណ៍បង្ហាញផលិតផលខាងកសិកម្ម ឬហត្ថកម្ម ប្រគំតន្ត្រី កីឡា ព្រឹត្តិការណ៍ពិសេស ក្បួនដង្ហែរ ការតាំងពិព័រណ៍ ធម្មយាត្រា ពិធីបុណ្យ សិល្បៈ និងសិប្បកម្ម។

ធម្មយាត្រាគឺជាពាក្យដែលត្រូវបានប្រើជាចម្បងសម្រាប់សមាជិកសាសនាធ្វើដំណើរទៅកន្លែងសក្ការៈបូជា ឬការស្វែងរកដ៏អស្ចារ្យ និងសារៈសំខាន់ខាងសីលធម៌ នៃជំនឿរបស់បុគ្គល។

គំនិតជាមូលដ្ឋានគឺថារាល់សកម្មភាពទេសចរណ៍មានឥទ្ធិពលលើការផ្តល់ផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច និងមានឥទ្ធិពលនៅក្នុងផ្នែកខ្លះនៃតំបន់ដែលមានលក្ខណៈច្បាស់លាស់ដូចជាព្រឹត្តិការណ៍កីឡា អូឡាំពិកនៅទីក្រុងឡុង (២០១២) បានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍យ៉ាងច្រើនដល់អាជីវកម្មទេសចរណ៍នៅក្នុងទីក្រុងឡុងជាពិសេស និងចក្រភពអង់គ្លេសជាទូទៅសន្និបាត ឬសន្និសីទមនុស្សដែលធ្វើដំណើរទាក់ទងនឹងការងាររបស់ពួកគេ ទេសចរណ៍ធុរកិច្ច ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយការធ្វើដំណើរបែបនេះសម្រាប់គោលបំណងអាជីវកម្មក៏ត្រូវបានផ្សារភ្ជាប់ផងដែរជាមួយនឹងសកម្មភាពទេសចរណ៍ដូចជាការទស្សនាកន្លែងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរនៅគោលដៅការធ្វើដំណើរ និងដំណើរកម្សាន្ត។

៣. សេវាកម្មទេសចរណ៍

សេវាកម្មទេសចរណ៍មានសារៈសំខាន់ចំពោះឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ដូចដែលវាពាក់ព័ន្ធនឹងការប្រើប្រាស់សមាសធាតុទាំងអស់នៃទេសចរណ៍ដូចជា៖ សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន សេវាកម្មព័ត៌មាន សេវាកម្មទេសចរណ៍ និងមគ្គុទ្ទេសក៍ សេវាកម្មកន្លែងស្នាក់នៅ សេវាកម្មភោជនីយដ្ឋាន សេវាកម្មកម្សាន្ត ផលិតផលវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ និងសុវត្ថិភាព។

៤. ប្រភេទផលិតទេសចរណ៍ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា

៤.១ រាជធានីភ្នំពេញ

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

រមណីដ្ឋានឆ្នេរខ្សាច់កោះដាច់

រមណីយដ្ឋានឆ្នេរខ្សាច់កោះដាច់ជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ។ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិ ក្បាលកោះ សង្កាត់កោះដាច់ ខណ្ឌជ្រោយចង្វារដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា៨គីឡូម៉ែត្រ ពីរាជធានីភ្នំពេញ។ នៅទីនេះមានបម្រើសេវាកម្សាន្ត ភោជនីយដ្ឋាន និងគ្រែអង្គុយតាម

មាត់ទឹក និងជាទីតាំងដ៏ស្រស់ត្រកាល ដែលពោរពេញទៅដោយឆ្នេរខ្សាច់សក្បុស ទឹកទន្លេដ៏ត្រជាក់ថ្លា យង់ ដែលអាចផ្តល់នូវអារម្មណ៍ស្រស់ថ្លាដល់ភ្ញៀវទេសចរទាំងអស់ ដែលបានទៅកម្សាន្តនៅទីនោះ។ ក្រៅពីនេះ តំបន់នេះត្រូវបានគេចាត់ទុកថា ជាមជ្ឈមណ្ឌលសិប្បកម្មដែលស្ថិតនៅចំកណ្តាលនៃដង ទន្លេមេគង្គ ដែលមានបណ្តោយប្រវែង១២គីឡូម៉ែត្រ។ នៅទីនេះ មានសិប្បកម្មត្បាញក្រមា មុង សាវុង សូត្រ ហូល ជាមុង ក្រមា សូត្រ និង ជំនួញជួញដូរខ្នាតតូចជាច្រើនទៀត។ ជាក់ស្តែងស្ទើរគ្រប់លំនៅ ឋានរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ គេតែងតែឃើញមានបន្ទប់ទុកនូវកីតម្បាញនៅក្រោមផ្ទះ។ ផ្អែកតាមលក្ខណៈ សម្បត្តិរបស់កោះដាច់ ដែលសម្បូរទៅដោយធនធានធម្មជាតិយ៉ាងក្រាស់ក្រែល និង ប្រពៃណីផងនោះ បានធ្វើឱ្យតំបន់នេះប្រែក្លាយទៅជារមណីយដ្ឋានដ៏មានប្រជាប្រិយភាព និងជាទីចាប់អារម្មណ៍របស់ ភ្ញៀវទេសចរក្នុងស្រុក។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

មជ្ឈមណ្ឌលប្រល័យពូជសាសន៍ជើងឯក

មជ្ឈមណ្ឌលប្រល័យពូជសាសន៍ជើងឯក ជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបប្រវត្តិសាស្ត្រ និងជាកន្លែងដែលបង្ហាញឱ្យឃើញពីប្រវត្តិសាស្ត្រដ៏ជូរចត់ ដែលប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរមិនអាចបំភ្លេចបាន ដោយសារទីនេះជាអតីតកន្លែងពិឃាតអ្នកទោស ក្រោយពីជាប់ឃុំឃាំង និងសួរចម្លើយរួចពីគុកទួល ស្ទែង នាសម័យរបបប្រល័យពូជសាសន៍ ប៉ុល ពត ១៩៧៥-១៩៧៩ ហើយបច្ចុប្បន្នក្លាយជាទីតាំង មណ្ឌលទេសចរណ៍ មានភ្ញៀវជាតិ អន្តរជាតិ ចូលទស្សនាសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពីប្រវត្តិសាស្ត្រ សម័យកាល ជូរចត់។ សារមន្ទីរជាតិជើងឯក ស្ថិតនៅក្នុងភូមិវល្លស សង្កាត់ជើងឯក ខណ្ឌដង្កោ រាជធានីភ្នំពេញ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា១៧ គីឡូម៉ែត្រពីរាជធានីភ្នំពេញ។ យោងតាមឯកសារស្រាវជ្រាវ ដែលបន្ទូលទុកឃើញថា មានប្រជាពលរដ្ឋស្លាប់ក្រោមការចោទប្រកាន់ ពីរបបខ្មែរឆ្នើត ប៉ុល ពត ជនរងគ្រោះស្លាប់ នៅសារមន្ទីរជើងឯក ប្រមាណ២០០០០នាក់។ អ្នកទោសដែល បញ្ជូនចេញពីមន្ទីរ ឃុំឃាំងទួលស្ទែង ឬ ហៅថា «គុកទួលស្ទែង» ឬ «មន្ទីរស២១» មកសម្លាប់នៅ វាលពិឃាតជើងឯក។ ទីតាំងមិនអាចបំភ្លេចបានមួយនេះ ជាអនុស្សាវរីយ៍ក្នុងក្តុល របស់ប្រជាជនខ្មែរ ដែលរបបខ្មែរក្រហម បន្ទូលទុកឱ្យ ហើយសព្វថ្ងៃ ប្រែក្លាយជាទីតាំងមណ្ឌលទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រ មានភ្ញៀវជាតិ អន្តរជាតិ ចូលទស្សនា ដើម្បីស្វែងយល់ អំពីរបបព្រៃផ្សៃយង់យួង។

សារមន្ទីរឧក្រិដ្ឋកម្មប្រល័យពូជសាសន៍ទួលស្ទែង

សារមន្ទីរឧក្រិដ្ឋកម្មប្រល័យពូជសាសន៍ទួលស្ទែង គឺជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រ ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅលើផ្លូវលេខ១១៣ សង្កាត់បឹងកេងកង៣ ខណ្ឌចំការមន រាជធានីភ្នំពេញ និងមានចម្ងាយប្រមាណជា ៣គីឡូម៉ែត្រពីរាជធានីភ្នំពេញ។ សារមន្ទីរឧក្រិដ្ឋកម្មប្រល័យពូជសាសន៍ ទួលស្ទែង ជាកន្លែងចងចាំពីព្រឹត្តិការណ៍នៃការសួរចម្លើយ និងឃុំឃាំងក្នុងមន្ទីរស២១ នាសម័យខ្មែរ-

ក្រហម។ សារមន្ទីរនេះបានរក្សាទុក និងបង្ហាញឱ្យភស្តុតាងនៃព្រឹត្តិការណ៍សោកនាដកម្មក្នុង ប្រវត្តិសាស្ត្រកម្ពុជា ដើម្បីឱ្យសាធារណជនសិក្សាស្វែងយល់ក្នុងបំណងជម្រុញ និងលើកទឹកចិត្តឱ្យពួក គេក្លាយទៅជាអ្នកផ្សព្វផ្សាយសារសន្តិភាព។

តម្លៃសំបុត្រសម្រាប់ជនជាតិខ្មែរឥតគិតថ្លៃ ជនជាតិបរទេស ៣ដុល្លារសម្រាប់អាយុ ១០ ដល់ ក្រោម ១៨ឆ្នាំ និង ៥ដុល្លារ ១៨ឆ្នាំឡើងទៅ។ មគ្គុទ្ទេសក៍សារមន្ទីរសេវាតាមការបរិច្ចាគ មគ្គុទ្ទេសក៍ សំឡេង ខ្មែរ ១ដុល្លារ បរទេស ៣ដុល្លារ។

រមណីយដ្ឋានវត្តភ្នំ

វត្តភ្នំគឺជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ និងជាបេះដូងនៃរាជធានីភ្នំពេញ ដែលបានផ្តល់ឈ្មោះដល់រាជធានីមួយនេះ។ កន្លែងទេសចរណ៍ដ៏សំខាន់មួយនេះមានកម្ពស់ ២៧ ម៉ែត្រ និងត្រូវបានគេចាត់ទុកជាចំណុចកណ្តាលនៃរាជធានីភ្នំពេញ។ វត្តភ្នំត្រូវបានបើកអោយចូល ទស្សនាកម្សាន្តជាងរាល់ថ្ងៃដោយឥតគិតថ្លៃ ពេលវេលាដែលពេញនិយមកម្សាន្តគឺនៅពេលរសៀល។

រឿងព្រេងដែលដំណាលតាមអំពីប្រវត្តិនៃការកើតវត្តភ្នំ បានដំណាលថាដើមឡើយមានស្រ្តី មេម៉ាយម្នាក់ឈ្មោះ ពេញ ថ្ងៃមួយបានដើរលេងតាមដងទន្លេមេគង្គ ក៏បានឃើញដើមគគីមួយបណ្តែត ជិតច្រាំងទន្លេ គាត់ក៏បានហៅអ្នកជិតខាងមកជួយទាញយកដើមគគីនោះ។ នៅក្នុងដើមគគីនោះគាត់ បានក៏បានរកឃើញពុទ្ធជីមាករដ៏មានតម្លៃ ៤ អង្គ។ នៅក្នុងអំឡុងឆ្នាំ ១៣៧២ គាត់ក៏នាំអ្នកស្រុកពូន ជាភ្នំ និងសាងសង់វិហារមួយដើម្បីតម្កល់ពុទ្ធបដិមាករនោះ។ នៅឆ្នាំ ១៤៣៤ ព្រះបាទពញាយ៉ាតបាន មកដល់ទីនេះ ហើយបានសាងសង់ទីក្រុងមួយដោយយកឈ្មោះតាមកន្លែងនេះ។ នៅក្នុងបរិវេណវត្តភ្នំ មានចេតិយធំមួយនៅក្រោយព្រះវិហារ ដែលតម្កល់ព្រះធាតុរបស់ស្តេចពញាយ៉ាត និងចេតិយសម្រាប់ តម្កល់ព្រះធាតុរបស់ព្រះញាតិវង្សស្តេចពញាយ៉ាត។ នៅក្នុងចេតិយនោះមាននៅសល់គ្រឿងបដិមា ព្រះពុទ្ធនៅសម័យអង្គរ។ ចេតិយ និងព្រះវិហារនៅវត្តភ្នំ បានសាងសង់ឡើងវិញជាច្រើនដង គឺនៅឆ្នាំ ១៤៣៤, ១៨០៦, និង១៩២៦ ដែលពីម្តងទៅម្តងកាន់តែធ្វើឱ្យមានសម្រស់ឡើង។ វត្តភ្នំជាកន្លែង ទេសចរណ៍មួយនៅរាជធានីភ្នំពេញ ដែលអាចទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរណ៍បានយ៉ាងច្រើន ជាពិសេសនៅ ពេលចូលឆ្នាំខ្មែរ ភ្ញៀវជាតិជាច្រើនចូលចិត្តមកជួបជុំគ្នាលេងល្បែងប្រជាប្រិយនៅទីនេះ។ ឯជនបរទេសក៏ បានមកទស្សនា និងផ្តិតរូបភាពពីមណីយដ្ឋានវត្តភ្នំ ទុកជាអនុស្សាវរីយ៍។

សារមន្ទីរជាតិ

សារមន្ទីរជាតិ នៅទីក្រុងភ្នំពេញជាសារមន្ទីរធំជាងគេនៅប្រទេសកម្ពុជា ដែលជាទីតាំងប្រមូលផ្តុំ សម្បត្តិវប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រដ៏សំខាន់។ សារមន្ទីរជាតិមានរក្សាទុករូបសំណាក និងភស្តុតាងប្រវត្តិ- សាស្ត្រកម្ពុជា ចំនួនជាង១ម៉ឺន៤ពាន់ តាំងពីសម័យបុរេប្រវត្តិ សម័យអង្គរ និង សម័យក្រោយៗមកទៀត។ សារមន្ទីរជាតិនេះត្រូវបានកសាងឡើងនៅថ្ងៃទី១៥ ខែសីហា ឆ្នាំ១៩១៧ តាមរបៀបស្ថាបត្យកម្ម

ប្រពៃណីខ្មែរ និងមានបណ្តោយ៥៤ម៉ែត្រ និងជម្រៅ៦៦ម៉ែត្រ ហើយសង់លើខឿនដែលមានកម្ពស់ ២ម៉ែត្រកន្លះហើយត្រូវបានសម្ពោធក្នុងឆ្នាំ១៩២០ ដោយព្រះបាទស៊ីសុវត្ថិ។ នៅខាងក្នុងសារមន្ទីរជាតិ មានតំកល់វត្ថុបុរាណសល់តាំងពីសម័យមុនអង្គរ និងសម័យអង្គរ។ វាជាការប្រមូលថែរក្សាទុកដ៏ល្អ សម្រាប់ពិភពលោកធ្វើការស្រាវជ្រាវអំពីវត្ថុបុរាណ សិល្បៈ សាសនាបុរាណវិទ្យាខ្មែរតាំងពីសតវត្សទី៤ រហូតដល់សតវត្សទី១៣។ សព្វថ្ងៃមានការតាំងស្លាកឈ្មោះពីរធ្វើអំពីថ្មកែវមួយជា ភាសាខ្មែរ និងមួយ ទៀតជាភាសាបារាំងដែលគេចារិកតាំងពីជំនាន់នោះ។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

មណីយដ្ឋានឧទ្យានសុបិន្តចំការព្រីង

មណីយដ្ឋានឧទ្យានសុបិន្តចំការព្រីង ជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបកែច្នៃ។ មណីយដ្ឋាន នេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងសង្កាត់គោកឃ្លាំង រាជធានីភ្នំពេញ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ១១ គីឡូម៉ែត្រ ពីរាជធានីភ្នំពេញ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចបរិភោគអាហារ ថតរូបកម្សាន្ត ជិះទាលើទឹក និងការដើរលើស្ពានទឹកជាដើម។

មណីយដ្ឋានសួនសត្វភ្នំពេញសាហ្វារី

មណីយដ្ឋានសួនសត្វភ្នំពេញសាហ្វារី ជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិកែច្នៃ។ មណីយដ្ឋាននេះស្ថិតនៅភូមិព្រែកតាវត្ត ឃុំព្រែកតាសេក ខណ្ឌជ្រោយចង្វា រាជធានីភ្នំពេញ ដែលមាន ចម្ងាយប្រមាណជា ១០គីឡូម៉ែត្រ ពីរាជធានីភ្នំពេញ។ ភ្នំពេញសាហ្វារី គឺជាសួនសត្វមួយដែលធំ ជាងគេ លាតសន្ធឹងលើផ្ទៃដីជាង ៦០ ហិកតា រចនាឡើងជា៤៨គរ ដែលមានការសម្តែងសត្វដ៏អស្ចារ្យ ជាច្រើនរាល់ថ្ងៃ និងគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍។ ការទស្សនាសត្វព្រៃដែលរស់នៅក្នុងទីជំងឺទូលាយប្រៀបដូច នឹងព្រៃធម្មជាតិរបស់ពួកគេ គឺជាទស្សនីយភាពមួយដែលមិនអាចបំភ្លេចបាន។ ភ្នំពេញសាហ្វារី មានគោលបំណងផ្សារភ្ជាប់មនុស្សជាមួយ និងសត្វ ដែលយើងជឿជាក់ថាវាជាសម្មភាពវិជ្ជមានចំពោះ សត្វ និងបរិស្ថានធម្មជាតិរបស់ពួកវា។ គំនិតផ្តួចផ្តើមនៃការបង្កើតមាត់សម្រាប់ទស្សនាសត្វ បានធ្វើ ឱ្យប្រសើរឡើងដល់គុណភាពជីវិតរបស់ពួកវា ដោយផ្តល់នូវកន្លែងធំទូលាយ មានបរិស្ថានចម្រុះសម្រាប់ ការរស់នៅ។ ភ្ញៀវទេសចរនឹងទទួលបានបទពិសោធន៍ និងអនុស្សាវរីយ៍ល្អ ជាមួយនឹងសត្វដែលគួរ ឱ្យស្រលាញ់ទាំងនេះ។ នៅពេលដែលលោកអ្នកកំពុងដើរទស្សនាសួនសត្វ វាហាក់ដូចជាសត្វទាំងនោះ នៅជុំវិញខ្លួនលោកអ្នកទៅវិញដែរ។ បទពិសោធន៍បែបនេះប្រាកដណាស់នឹងធ្វើអោយសួនសត្វ ភ្នំពេញ សាហ្វារីជាទីតាំងដ៏សំខាន់ថ្មីមួយនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

មណីយដ្ឋានសួនសុបិនព្រែកឯង

មណីយដ្ឋានសួនសុបិនព្រែកឯង ជាមណីយដ្ឋានមួយដែលមានបរិយាកាសបរិសុទ្ធ កន្លែងធំ ទូលាយ មានស្រះទឹកសម្រាប់អោយភ្ញៀវទេសចរជិះទូកលេង ស្ទូចត្រី យកមកធ្វើម្ហូប មានអាងហែលទឹក

សម្រាប់កុមារ និងមនុស្សជំព្រមទាំងមានកន្លែងក្មេងលេង សួនផ្កា និងខ្ទួននៅអែបមាត់ស្រះដីត្រជាក់ជា ច្រើន ទុកឱ្យភ្ញៀវសម្រាកកម្សាន្ត រួមទាំងអាហារដ្ឋានដែលមានម្ហូបជាច្រើនមុខទៀតផង។ ក្រៅពីនេះនៅ ខាងក្នុងក៏មានសួនសត្វ ដែលមានសត្វជាច្រើនដូចជា សត្វអូទ្រីស សត្វក្លោក សត្វប្រើស និងសត្វជា ច្រើនទៀតឱ្យភ្ញៀវទស្សនាកម្សាន្ត។

ខេត្តកណ្តាល

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

ស្ពានភ្នំ

ស្ពានភ្នំគឺជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ធម្មជាតិ។ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំង ស្ថិតនៅក្នុងភូមិពាមសាលា ឃុំស្ពានភ្នំ ស្រុកស្ពានដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា២៣គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួម ខេត្តកណ្តាល។ ដើម្បីធ្វើដំណើរទៅទស្សនាកម្សាន្តនៅមណីយដ្ឋាននោះ ភ្ញៀវទេសចរត្រូវចេញដំណើរ ពីក្រុងតាខ្មៅតាមផ្លូវជាតិលេខ ២១ ថ្មី ដែលជាផ្លូវលើកថ្មីជំនាន់ប៉ុលពត ហើយធ្វើដំណើរតាមនោះនឹង កាត់តាមតំបន់វាលទំនាបទួលក្រសាំង។ ពីក្រុងតាខ្មៅតាមផ្លូវជាតិលេខ ២១ ថ្មី និងជួបលេខ ២១ ចាស់ត្រង់ ចំណុចវត្ត ឈូងលៀប ក្នុងឃុំកាខ្ពស់ ដែលមានចម្ងាយប្រហែល ១២ គីឡូម៉ែត្រ។ ដល់វត្ត ឈូងលៀប រួចបន្តដំណើរទៅដល់ផ្សារ ស្រុកស្ពាន ទើបមានផ្លូវបំបែកចូលខាងស្តាំដៃ។ ធ្វើដំណើរតាម ផ្លូវនោះចម្ងាយ ២, ៥ គីឡូម៉ែត្រដល់ក្លោងទ្វារវត្ត រួមមានផ្លូវបំបែកចូលខាងស្តាំបន្តិច ទើបដល់មណីយ ដ្ឋាននោះ។ មណីយដ្ឋានស្ពានភ្នំនេះ ជាប្រភេទមណីយដ្ឋាន ធម្មជាតិ និងវប្បធម៌ ដែលនៅទីនោះ មានវត្តមួយសង់នៅលើកំពូលភ្នំខ្ពស់ជាងគេ ដែលគេមើលទៅឃើញទិដ្ឋភាពល្អប្លែកជុំវិញតំបន់នោះ។ មណីយដ្ឋានស្ពានភ្នំនេះ ពុំសូវសំបូរដើមឈើ ដូចនៅ ភ្នំធនមន្តឡើយ ប៉ុន្តែនៅជុំវិញវត្ត គឺមានបឹង យ៉ាងធំមួយ ដែលមានដុះទៅដោយ ផ្កាចង្កេះ និង ព្រលិត។ លើសពីនេះទៅទៀត នៅក្នុងបឹងជុំវិញ ភ្នំនេះ គឺសំបូរត្រីណាស់ ភ្ញៀវទេសចរដែលទៅកម្សាន្តនៅមណីយដ្ឋាននោះ ក្រៅពីជិះទូកលេង គឺពួក គេទៅស្ទូចត្រីផងដែរ។ នៅរដូវវស្សាស្ពានភ្នំ គឺប្រៀបបីដូចជាកូនកោះមួយ ដែលព័ទ្ធជុំវិញ ទៅដោយផ្ទៃ ទឹកធំល្វឹងល្វើយ។ រលកនៃខ្យល់បោកបក់មកប៉ះជើងភ្នំ ធ្វើឱ្យភ្ញៀវទេសចរមានអារម្មណ៍ស្រស់ស្រាយ បំបាត់នូវការនឿយហត់។ នៅទីនោះ មានលក្ខណៈត្រជាក់ប្រកបដោយខ្យល់អាកាសបរិសុទ្ធ និងព្រៃឈ្នះនៅជុំវិញជើងភ្នំ។ មណីយដ្ឋាននេះ មានភ្ញៀវជាតិទៅកម្សាន្តច្រើន នារដូវបុណ្យទាន ឬ បុណ្យប្រពៃណីជាតិ និងថ្ងៃឈប់សម្រាកជាដើម។ បច្ចុប្បន្ននេះមន្ទីរទេសចរណ៍បានសហការជាមួយ អាជ្ញាធរមូលដ្ឋានដើម្បីជំរុញលើក និង ធ្វើសណ្តាប់ធ្នាប់អនាម័យ សន្តិសុខនៅតំបន់នោះបានយ៉ាងល្អ ប្រសើរ ជូនភ្ញៀវទេសចរលេងកម្សាន្ត។

កៀនស្វាយក្រៅ

រមណីយដ្ឋានកៀនស្វាយក្រៅជាមណីយដ្ឋានធម្មជាតិ ស្ថិតនៅក្នុង ឃុំ ភូមិធំ ស្រុកកៀនស្វាយ ចម្ងាយផ្លូវសរុបពីភ្នំពេញ ១៩ គ.ម។ នៅទីនោះមានវត្តមួយដែលមានឈ្មោះថាវត្តកៀនស្វាយក្រៅ។ ដើម្បីទៅដល់វត្តនោះភ្ញៀវទេសចរត្រូវធ្វើដំណើរតាមដង ផ្លូវជាតិលេខ ១ ដោយឆ្លងកាត់ស្ពានព្រះមុនី- វង្ស លុះទៅដល់គីឡូម៉ែត្រលេខ ១៩ មានផ្លូវលំនៅខាងឆ្វេងដៃ ដែលមានភ្លេងទូរស័ព្ទបញ្ជាក់ថា វត្តកៀនស្វាយក្រៅ។ បន្តតាមផ្លូវលំនោះ ចម្ងាយប្រហែល ៣០០០ម៉ែត្រ ទៀតនឹងទៅដល់ទីអារាម នោះ។ ចេញដំណើរហួសពីវត្តប្រមាណជា ១០០ ម៉ែត្រ យើងឃើញកន្លែងកម្សាន្តមួយ ដែលត្រូវគេ ស្គាល់ថា "កៀនស្វាយ " នោះ។ រមណីយដ្ឋាននេះមានផ្ទៃដី ១០ ហិកតា កើតឡើងនៅក្រោយ ឆ្នាំ ១៩៧៩ ដោយសារទីនេះមានសម្រស់ធម្មជាតិដ៏អស្ចារ្យ លំអដោយម្លប់ឈើខ្ពស់ៗ តូចៗ ដ៏ត្រជាក់ ត្រឈឹងត្រឈៃ និងមានដំណាំចំការ និងដំណាំហូបផ្លែគ្រប់មុខដ៏ស្រស់បំព្រងទៀត។ ក្រៅពីនេះនៅ មានសម្រស់ទន្លេខ្ទប់ដីវិសេសវិសាលមួយទៀត ដែលបែកចេញពីទន្លេមេគង្គកាត់ទឹកដីដ៏សំបូរដីជាតិ និងចំការរុក្ខជាតិដ៏ស្តុកស្តម។ ទន្លេនេះហាក់ដូចជាប្រគល់ខ្លួនទាំងស្រុងដល់អ្នកស្រុកនៅទីនេះក្នុងការ ប្រកបរបរដាំដុះ និងរស់នៅក្នុងក្តីសង្ឃឹម។ ដើមរុក្ខជាតិហូបផ្លែតូចៗបានដុះទៅ ទន់ទៅរកផ្ទៃទឹកប្រប នឹងឆ្នេរទន្លេខ្ទប់ហើយបែកមែកត្រសុតសាយចោលម្លប់ដ៏ធំល្វីងល្វើយ ជាទីមនោរម្យសំរាប់ ភ្ញៀវទេសចរដែលមកកម្សាន្ត។ ទន្លេខ្ទប់នេះ ជាចំណុចសំខាន់ក្នុងការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេសឱ្យមកកម្សាន្ត ព្រោះទីនេះមានខ្យល់អាកាសបរិសុទ្ធ និងសម្រស់ធម្មជាតិដ៏ស្រស់ បំព្រង។ ម្យ៉ាងទៀត រមណីយដ្ឋាននេះមានការទាក់ទាញភ្ញៀវផងដែរ ដោយសារមានផ្ទះបណ្តែតទឹក អាហារដ្ឋាន និងល្បែងកម្សាន្ត ផ្សេងៗពីព្រោះនៅទីនោះមានឪពុកសង្ឃឹមឈ្មោះម្ចាស់អាហារដូចជា មាន់ដុត ត្រីអាំង និងដំណាំហូបផ្លែដូចជា ខ្នុរ ល្មុត ស្វាយ ចេក ដូង... ។ល។ ដោយអំណោយផលពី ធម្មជាតិធ្វើឱ្យតំបន់ទេសចរណ៍កៀនស្វាយនេះមាន ឥទ្ធិពលទាក់ទាញភ្ញៀវដូចជាផ្ទះទឹកមានច្រើនតាម មាត់ទន្លេ។

ភ្នំប្រសិទ្ធិត្បូង

ភ្នំប្រសិទ្ធិត្បូងជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ។ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅ ក្នុងភូមិប្រសិទ្ធ ឃុំម្កាក់ ស្រុកអង្គរស្នួលដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ៣៧គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្ត។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចគយគន់ទេសភាពធម្មជាតិ និងបរិភោគអាហារដ៏ឈ្ងុយឆ្ងាញ់។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

ភ្នំឧត្តុង្គ (ភ្នំព្រះរាជទ្រព្យ)

ភ្នំឧត្តុង្គ ជាអតីតរាជធានីនាសតវត្សរ៍ទី ១៧ ចាប់ពីឆ្នាំ ១៦១៨ ដល់ឆ្នាំ ១៨៦៦ ហើយត្រូវបាន ប្តូររាជធានីទៅកាន់រាជធានីភ្នំពេញដោយព្រះបាទនរោត្តម នៅឆ្នាំ ១៨៦៦។ ភ្នំនេះជាទីកន្លែងសម្រាប់

បញ្ចុះសពនៃព្រះរាជវង្សានុវង្ស និងជាកន្លែងដែលព្រះរាជាទ្រង់ព្រះរាជានុញ្ញាតអោយសាងសង់វត្ត និងព្រះវិហារ។ ការដែលគេហៅ "ភ្នំព្រះរាជទ្រព្យ" ដោយសារព្រះមហាក្សត្រជំនាន់នោះយល់ថាភ្នំនេះ មិនខ្ពស់ពេក ហើយស្ថិតនៅក្បែរឧត្តុង្គ ដែលជារាជវាំងស្រាប់ ព្រះរាជាក៏ទ្រង់ចាត់អោយសាង ព្រះចេតិយធំៗ និងមានចម្លាក់លម្អសម្រាប់បញ្ចុះព្រះបរមអដ្ឋិ និងព្រះអដ្ឋិនៃព្រះរាជវង្សានុវង្សដោយ ចាប់សាងបូជនីយស្ថាននោះ ដោយកម្លាំងព្រះរាជទ្រព្យផ្ទាល់ព្រះអង្គទើបសន្មតថា "ភ្នំព្រះរាជទ្រព្យ"។ ភ្នំព្រះរាជទ្រព្យ ឬភ្នំឧត្តុង្គ ជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបប្រវត្តិសាស្ត្រមួយ ដែលភ្ញៀវទេសចរអាច សិក្សាស្វែងយល់ពីប្រវត្តិសាស្ត្រកម្ពុជា ព្រោះទីនោះធ្លាប់ជារាជវាំងចាស់អំឡុងឆ្នាំ ១៦១៨ និង១៨៦៦។

វត្តធនមន្ត

វត្តធនមន្តជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ។ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំង ស្ថិតនៅក្នុងភូមិទួលសុក្រី ឃុំព្រែកគយ ស្រុកស្អាងដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា២៦គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួម ខេត្ត។ នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាវត្តអារាម ទេសភាពធម្មជាតិ និងដំណាំ ហូបផ្លែ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចធ្វើការគោរពប្រណិបត្តិ និងបន់ស្រន់ ចិត្តរូបកម្សាន្ត និងមើល ទេសភាពធម្មជាតិ។

វត្តអង្គរជ័យ

វត្តអង្គរជ័យ ជាទីគោរពសក្ការៈបូជាដ៏ស័ក្តិសិទ្ធ ព្រមទាំងជាមណីយដ្ឋានបែបវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រផងដែរ។ វត្តអង្គរជ័យស្ថិតក្នុង ឃុំបន្ទាយដែក ស្រុកកៀនស្វាយចម្ងាយផ្លូវសរុបពីភ្នំពេញ គឺ៣២,៦ គ.ម តាមដងផ្លូវជាតិលេខ ១ ភ្នំពេញ-ស្វាយរៀង។ យើងធ្វើដំណើរចេញពីភ្នំពេញ ឬតាខ្មៅ ត្រូវឆ្លងស្ពានព្រះមុនីវង្ស ផ្លូវជាតិលេខ ១ ដល់គីឡូម៉ែត្រលេខ ២៩ ហួសប្រហែល ៥០ ម៉ែត្រ ខាងស្តាំដៃ មានក្លោងទ្វារមួយដាក់ផ្លាកថា "វត្តអង្គរជ័យ" ចូល តាមក្លោងទ្វារនេះ គឺផ្លូវលំចម្ងាយ ១,៦ ម៉ែត្រ ទើបដល់ទីអារាម។ មុនចូលទៅដល់ទីធ្លាវត្ត ភ្ញៀវទេសចរត្រូវឆ្លងកាត់ស្ពានមួយដែលមានចម្ងាយ ប្រមាណ ១០០ ម៉ែត្រទើបទៅដល់បិណ្ឌវត្ត។ នៅខាងក្រោមស្ពានគឺមានស្រះមួយយ៉ាងធំសំរាប់ផ្ទុក ទឹកនៅរដូវប្រាំង។ នៅក្នុងវត្តនេះមានប្រាសាទមួយដែលដែលកំពូលប្រាសាទមាន៥ និងមានក្បាច់ រចនាល្អ។ ព្រះវិហារដែលទើបតែសង់ថ្មីនៅវត្តនេះមានសម្រស់ យ៉ាងស្អាតត្រចះត្រចង់។ នៅជុំវិញ ព្រះវិហារមានគូទឹកព័ទ្ធជុំវិញ ដែលពុទ្ធបរិស័ទ និងភ្ញៀវទេសចរអាចធ្វើការឱ្យចំណីដល់សត្វត្រីដ៏ធំៗ ជាច្រើនក្បាលដែលរស់នៅក្នុងទីនោះ។ នៅក្រៅវត្តអង្គរជ័យមានប្រភេទមណីយដ្ឋានកែច្នៃមួយនៅលើ ទួលហៅថា ទួលដំបូកខ្មៅ។ ទីនេះមានលក្ខណៈជាអាសនៈអ្នកមានបុណ្យ ឬកន្លែងដំណាក់ស្តេច។ នៅទួលដំបូកខ្មៅនេះគេសន្និដ្ឋានថាជា កន្លែងរាំងចាស់ ព្រោះគេដឹកយើងវត្ថុបុរាណ និងរបស់ប្រើ ប្រាស់ដូចជា ចាន-ឆ្នាំង មានលក្ខណៈបុរាណ។ ម្យ៉ាងទួលដំបូកខ្មៅបច្ចុប្បន្នត្រូវបានរៀបចំដោយមាន អ្នកនៅថែរក្សាព្រោះមានជំនឿដែលទាក់ទងទៅនឹងវត្ថុស័ក្តិសិទ្ធ នៅកន្លែងនោះ។

សព្វថ្ងៃនេះ វត្តអង្គរជ័យមានប្រជាពលរដ្ឋទៅលេងកម្សាន្តច្រើន ពិសេសអ្នកមានជំនឿអរូបបិយ គេតែងតែទៅស្រោចទឹកនៅទួលដំបូកខ្មៅនេះឯង។ ពីក្រៅលក្ខណៈអស់ទាំងនោះ វត្តអង្គរជ័យនៅមាន ទេសភាពល្អប្រកបទៅដោយម្លប់ត្រឈឹងត្រឈៃ និងត្រជាក់ចិត្តក្រៃលែង។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

ស្ពាយលែន (Skyland)

ស្ពាយលែន (Skyland) ជាមណីយដ្ឋានធម្មជាតិកែច្នៃដែលស្ថិតនៅភូមិវិហារស្នួតជើង ឃុំវិហារស្នួត ស្រុកខ្សាច់កណ្តាល និងនៅចំកណ្តាលទីក្រុងរណបសេវេនៃអែនដី (7NG) មានចម្ងាយ ពីភ្នំពេញ១៥គីឡូម៉ែត្រប៉ុណ្ណោះ។ ដើម្បីទៅតំបន់អភិវឌ្ឍន៍នេះ ត្រូវឆ្លងតាមដងអរិយក្សត្រ ឬជួរស្ពាយជ្រំ និងបន្តដំណើរតាមបណ្តោយផ្លូវជាតិលេខ៣៨០ រហូតទៅដល់ផ្លូវបត់ 7NGតែម្តង។ អ្នកក៏អាចធ្វើ ដំណើរតាមផ្លូវជាតិលេខ២ និងផ្លូវជាតិលេខ៨ ក៏បានដែរ។ ស្ពាយលែនជាទីតាំងដ៏សាកសមសម្រាប់ អ្នកដែលមានភាពនឿយហត់ពីការងារ ឬការសិក្សា និងចង់ចំណាយពេលជាមួយក្រុមគ្រួសារ ឬមិត្តភក្តិ នៅកន្លែងដែលមានខ្យល់អាកាសបរិសុទ្ធ អមដោយទេសភាពធម្មជាតិស្រស់បំព្រង ហើយមិនចង់ធ្វើ ដំណើរឆ្ងាយៗពីផ្ទះនៅភ្នំពេញ។ មណីយដ្ឋានស្ពាយលែននេះមានលក្ខណៈជាច្រើនដែលអ្នកគួរ អញ្ជើញទៅទស្សនា និងកម្សាន្តឱ្យបានម្តង។ វាមានទីធ្លាដ៏ធំទូលាយ មានសួនច្បារ និងផ្កាចម្រុះជា ច្រើនប្រភេទដ៏ស្រស់បំព្រង កន្លែងសម្រាប់ហាត់ប្រាណកន្លែងអង្គុយនៅក្បែរមាត់ទឹក អាហារដ៏ឈ្ងុយ ឆ្ងាញ់ និងតម្លៃសមរម្យ និងមានអ្វីៗជាច្រើនទៀត។ បើបានទៅកម្សាន្តដឹងតែទទួលអារម្មណ៍ប្លែកខុស ពីកន្លែងផ្សេងៗមិនខាន។ លើសពីនេះទៅទៀត នៅរដូវបុណ្យជាតិផ្សេងៗនៅតំបន់ស្ពាយលែនតែង មានការរៀបចំកម្មវិធីសប្បាយៗជាច្រើនប្រភេទដូចជា ការប្រណាំងសេះ ប្រដាល់ ការប្រគុំតន្ត្រី ប្រណាំងទូក ប្រណាំងម៉ូតូជាដើម ដែលមានមនុស្សម្នាគ្រប់ទិសទីទៅចូលរួមលេង និងទស្សនាផងដែរ។

ខេត្តតាកែវ

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

ភ្នំតាម៉ៅ

ភ្នំតាម៉ៅ គឺជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិមួយកន្លែង ដែលត្រូវបានបើកដំណើរការ ជាផ្លូវការក្នុងឆ្នាំ ២០០០ មានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងឃុំត្រពាំងសាប ស្រុកបាទី ខេត្តតាកែវ ដែលមាន ចម្ងាយ ៤០គីឡូម៉ែត្រ តាមផ្លូវជាតិលេខ ២ ពីរាជធានីភ្នំពេញ។ នៅតំបន់នេះមានផ្ទៃដី ២៥០០ហិកតា ដែលគេឱ្យឈ្មោះថា តំបន់ផ្ទៃដីការពារព្រៃឈើ។ ក្នុងនោះផ្ទៃដីចំនួន ១២០០ហិកតា ត្រូវបាន នាយកដ្ឋានរុក្ខាប្រមាញ់ រៀបចំជាដើមឈើ និងរៀបចំសួនសត្វ ដែលមានផ្ទៃដី ៧០ហិកតា។ ផ្ទៃដី៧០ ហិកតានេះរួមមាន ភ្នំចំនួន៥ គឺ ភ្នំតាម៉ៅ ភ្នំថ្មដុះ ភ្នំផ្តៅពន្ល ភ្នំឆយ និងភ្នំបាំង។ ក្នុងចំណោម ភ្នំទាំង ៥

នេះមានមានប្រាសាទបុរាណ២ គឺប្រាសាទតាម៉ៅ (ភ្នំតាម៉ៅ) ប្រាសាទថ្មដុះ (ភ្នំថ្មដុះ)។ សួនសត្វ ភ្នំតាម៉ៅ គឺជាសួនសត្វដែលធំជាងគេនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ក្រៅពីជាសួនសត្វ វាក៏ជាមជ្ឈមណ្ឌល សង្គ្រោះសត្វព្រៃតែមួយគត់នៅកម្ពុជាផងដែរ។ ភ្នំនេះជាមណ្ឌលដ្ឋានចម្រុះមានប្រាង្គប្រាសាទ ព្រៃភ្នំ ធម្មជាតិ និងជាសួនសត្វដ៏ធំក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ បើតាមអ្នកគ្រប់គ្រងសួនសត្វធំជាងគេនៅស្រុកខ្មែររូប នេះបញ្ជាក់ថា សត្វដែលយកមកចិញ្ចឹមក្រោមការគ្រប់គ្រងនៅ ឧទ្យានសួនសត្វភ្នំតាម៉ៅ និងមជ្ឈមណ្ឌលសង្គ្រោះសត្វព្រៃបានមកពី ៤ ប្រភពក្នុងនោះមាន៖

- ទី១ បានមកពីការបង្រ្កាប ពីការឈ្លាញជួញដូរ ។
- ទី២ បានមកពីប្រជាពលរដ្ឋដែលចិញ្ចឹមតាមផ្លូវយកមកប្រគល់ឱ្យ ។
- ទី៣ កើតចេញការបង្កាត់ពូជ សត្វដែលរស់នៅទីនេះស្រាប់តែម្តង។
- ទី៤ ការដោះដូរ ពីសួនសត្វ ក្រៅប្រទេស ប៉ុន្តែមានមួយចំនួនតិចតួច។

អនុប្រធានគ្រប់គ្រងដដែលបានឱ្យដឹងទៀតថា ក្នុងមួយឆ្នាំៗ ឧទ្យានភ្នំតាម៉ៅអាចទាក់ទាញ ភ្ញៀវជាតិ និងអន្តរជាតិបានជាង ១០ម៉ឺននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។ ចំណូលដែលបានមកពីការលក់សំបុត្រ សម្រាប់ភ្ញៀវជាតិ និងអន្តរជាតិ មិនគ្រប់គ្រាន់លើការចំណាយប្រចាំថ្ងៃឡើយ។

ភ្នំដីតាពេជ្រ

ភ្នំដីតាពេជ្រជាមណ្ឌលដ្ឋានបែបវប្បធម៌ធម្មជាតិមួយកន្លែងដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុង ភូមិវត្តភ្នំ ឃុំកំពែង ស្រុកគិរីវង់ ខេត្តតាកែវ មានចម្ងាយ ២៥គីឡូម៉ែត្រពីផ្លូវជាតិលេខ ២ ត្រង់ចំណុច វត្តឧទ្ទេសខាងជើងផ្សារទន្លាប់ ១០០ ម៉ែត្រឆ្ពោះទៅទិសខាងលិច និង៦៥ គីឡូម៉ែត្រពីក្រុងដូនកែវ។ មណ្ឌលដ្ឋាននេះ ផ្ដើមកសាងឡើងដោយឧបាសិកា តាន់ វិចហុង មានកំណើនបេតុងឡើងលើកំពូល ភ្នំប្រវែង ១៧០ ម៉ែត្រ ស្មើនឹង ២៤៣ កាំ ព្រមទាំងមានសង់ព្រះពុទ្ធបដិមា ១ អង្គយ៉ាងធំ នៅលើកំពូល ភ្នំកម្ពស់១៣.៥០ម៉ែត្រ ធ្វើអំពីថ្មភក់។ ក្រៅពីការគោរពតាមបែបពុទ្ធសាសនា ភ្នំដីតាពេជ្រ ក៏ជាទីកន្លែង ដើរលេងកម្សាន្តដ៏ពេញនិយមមួយផងដែរ នៅខេត្តតាកែវ។ ភ្នំដីតាពេជ្រជាកូនភ្នំតូចដែលមានកម្ពស់ ៤០ ម៉ែត្រ កាលពីដើមមានព្រៃក្រាស់ និង ដើមឈើធំៗដែលផ្តល់ជាជម្រកយ៉ាងកក់ក្តៅដល់ ពពួកម្រឹគីម្រឹតា បក្សាបក្សីផងទាំងឡាយរស់នៅតកូន តចៅរៀងរហូតមក ដោយពុំសូវមានមនុស្សចូល ទៅដល់ទីនោះឡើយ។ ទាក់ទងនឹងភ្នំនេះ មានរឿងដំណាលមកថា មានបុរសម្នាក់ឈ្មោះពេជ្រ ដែលទើបនឹងលាបាកសិក្ខាបទថ្មីៗតាម គន្លងព្រះពុទ្ធសាសនាបានមករស់នៅជើងភ្នំនេះ តែម្នាក់ឯង ដើម្បីកាប់ផ្តារព្រៃធ្វើចម្ការ ហើយក៏ប្រសប់ខាងព្យាបាលជំងឺគ្រប់ប្រភេទដោយផ្សំរុក្ខជាតិផ្សេងៗនៅ ទីនោះ សម្រាប់ធ្វើជាឱសថយ៉ាងស័ក្តិសិទ្ធិក្នុងការជួយព្យាបាលអ្នកជំងឺ ក្រោយមកគេហៅ ភ្នំនេះថា ភ្នំដីតាពេជ្រ រហូតដល់សព្វថ្ងៃនេះ។ សព្វថ្ងៃនេះ ភ្នំដីតាពេជ្រក្លាយជាមណ្ឌលដ្ឋានទេសចរណ៍វប្បធម៌ មួយ ដ៏ពេញនិយមនៅក្នុងខេត្តតាកែវ ក៏ព្រោះតែទីនេះ ជាកន្លែងកម្សាន្តមួយ ដែលពោរពេញទៅដោយ

បរិយាកាសបរិសុទ្ធព្រមទាំងលោកអ្នកអាចទស្សនានូវទេសភាពធម្មជាតិដ៏ល្អប្រណិតនៃស្រុកតិរវ៉ង់ ទាំងមូលផងដែរ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

ទន្លេបាទី

ទន្លេបាទី ជាគោលដៅទេសចរណ៍បែប វប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ធម្មជាតិដែលមហាជនទូទៅអាច ចាត់ទុកថាជាកន្លែងដែលមានសកម្មភាពទេសចរណ៍ចម្រុះ មានតំបន់ប្រាសាទ វត្តអារាម បឹងធម្មជាតិ អាហារដ្ឋាន និងមានសកម្មភាពទេសចរណ៍មួយចំនួនទៀតដែលទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍ភ្ញៀវ ទេសចរដ៏ច្រើនកុះករមកទស្សនាជារៀងរាល់រដូវកាល ជាពិសេសថ្ងៃឈប់សម្រាក។ ភ្ញៀវទេសចរអាច សម្រាកលំហែកាយតាមម្លប់ខ្យះលើទឹក ទស្សនាកម្សាន្តតាមផ្ទៃទឹកបឹងធម្មជាតិ ដោយជិះទូក ឬឧបករណ៍ផ្សេងៗដែលអាចបម្រើដល់ភ្ញៀវទេសចរផងដែរ។ ជាមួយគ្នានេះដែរ ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ អាចដើរទស្សនា នៅតាមប្រាង្គប្រាសាទបុរាណ(ប្រាសាទយាយពៅ និងប្រាសាទតា ព្រហ្ម)។

ភ្នំជីសូរ

ភ្នំជីសូរ ជាគោលដៅទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ធម្មជាតិ ដែលមានទេសភាព ព្រៃភ្នំ តំបន់ប្រាសាទបុរាណ ហើយម្យ៉ាងទៀត ភ្នំជីសូរ ក៏ជាទីអារាមមួយ ដែលទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរចង់ទៅ ទស្សនា គោរពសក្ការៈ បន់ស្រន់ និងស្ថិតលើកំពូលភ្នំដ៏ខ្ពស់សន្លឹម។ ដោយឡែក ភ្ញៀវទេសចរក៏អាច ទស្សនាកូមិសិប្បកម្មតម្បាញដោយដៃរបស់ប្រជាជនតំបន់ក្បែរៗជើងភ្នំផងដែរ។

ខេត្តកំពង់ចាម

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

ភ្នំជើងព្រៃ

ភ្នំជើងព្រៃ ដែលមានប្រវត្តិយូរលង់ណាស់មកហើយនោះ ឥឡូវនេះបានក្លាយទៅជាមណ្ឌល ដ្ឋានមួយដ៏សែនមនោរម្យសម្រាប់បបោសអង្អែលអារម្មណ៍ភ្ញៀវទេសចរ។ អាស្រ័យដោយ លក្ខណៈ ភូមិសាស្ត្រអំណោយផល ភ្នំជើងព្រៃ ស្ថិតនៅចម្ងាយប្រមាណតែ២២គ.ម ប៉ុណ្ណោះពីផ្លូវជាតិ លេខ៧ ជាប្រភេទផ្លូវគ្រួសក្រហម និង៥៦គ.ម ពីទីរួមខេត្តកំពង់ចាម ស្ថិតនៅក្នុងភូមិរៀង ឃុំរៀង ស្រុកជើង ព្រៃ។ នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ដែលទាក់ទងនឹងរឿងព្រេងបុរាណខ្មែរ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចទស្សនាប្រាសាទបុរាណ និងទេសភាពបែបធម្មជាតិពិលើកំពូលភ្នំ។

កោះប៉ែន

កោះប៉ែនជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុង ភូមិកោះប៉ែន ឃុំកោះមិត្ត ស្រុកកំពង់សៀម ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ៣គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្ត នៅ ទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាមានឆ្នេរខ្សាច់ទន្លេមេគង្គ និងមានដំណាំហូបផ្លែជា ច្រើន។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចទៅលេងទឹកកម្សាន្តតាមឆ្នេរខ្សាច់ និងទិញដំណាំហូបផ្លែ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

វត្តមហាសចសុវណ្ណគិរីបឹងដែង

វត្តមហាសចសុវណ្ណគិរីបឹងដែងជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ មណីយដ្ឋាននេះ មានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិបឹងដែង ឃុំព្រែកកក់ ស្រុកស្ទឹងត្រង់ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ៣៧គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តកំពង់ចាម នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាមានចម្លាក់ រូបបដិមា។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចទស្សនាចម្លាក់ រូបបដិមា និងដងទន្លេមេគង្គ។

វត្តមហាលាភ

វត្តមហាលាភជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ មណីយដ្ឋាននេះមាន ទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិមហាលាភ ឃុំមហាលាភ ស្រុកកោះសុទិន ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ១២គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តកំពង់ចាម នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាមានវត្ត បុរាណ និងធារាសាស្ត្រ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចទស្សនាវត្តបុរាណ និងទីសក្ការៈបូជា។

ភ្នំហាន់ជ័យ

ភ្នំហាន់ជ័យជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំង ស្ថិតនៅក្នុងភូមិហាន់ជ័យ ឃុំហាន់ជ័យ ស្រុកកំពង់សៀម ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ២០គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តកំពង់ចាម នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាមានប្រាសាទបុរាណ និងមើលដំណាំតាមដងទន្លេមេគង្គ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចទស្សនាប្រាសាទបុរាណដែលកសាង នៅដើមសតវត្សទី១៦។

នគរបាជ័យ

នគរបាជ័យជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំង ស្ថិតនៅក្នុងភូមិជង្គក ឃុំអំពិល ស្រុកកំពង់សៀម ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ២គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួម ខេត្តកំពង់ចាម នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដែលទាក់ទងនឹងរឿងព្រេងបុរាណខ្មែរ ចម្លាក់ប្រាសាទ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចទស្សនាប្រាសាទបុរាណ ដែលកសាងឡើងនៅដើម សតវត្សទី១៣។

ភ្នំប្រុសភ្នំស្រី

ភ្នំប្រុសភ្នំស្រីជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិត្រពាំងចារ ឃុំក្រឡា ស្រុកកំពង់សៀម ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ៧គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តកំពង់ចាម នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដែលទាក់ទងនឹងរឿងព្រេងបុរាណខ្មែរគឺរឿងភ្នំប្រុសភ្នំស្រី។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចទស្សនាភ្នំ ប្រសាទបុរាណ ស្តុបឧក្រិដ្ឋកម្ម វាលពិឃាត។

ខេត្តត្បូងឃ្មុំ

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

ទឹកធ្លាក់ហោង

ទឹកធ្លាក់ហោងស្ថិតនៅភូមិស្រែវែង ឃុំទឹកជ្រៅ ស្រុកតំបែរ មានចម្ងាយប្រមាណ ៥៧គ.ម ពីទីរួមខេត្តត្បូងឃ្មុំកាត់តាមផ្លូវជាតិលេខ៧ ផ្លូវបត់ចូលត្រង់ឃុំក្រែក ស្រុកពញាក្រែក។ ទឹកធ្លាក់ហោង គឺ ជាតំបន់ភ្នំក្រំថ្ម ហើយរូងថ្មរាបសិបម៉ែត្រការេ ដែលមានល្បាក់ទឹកធ្លាក់ជាច្រើនថ្នាក់ ហើយមាន ទេសភាពស្រស់បំព្រង និងខ្យល់អាកាសល្អបរិសុទ្ធ។ ភ្ញៀវទេសចរតែងតែនាំគ្នាទៅទស្សនាទេសភាព ពិតៗ និងហែលទឹកកម្សាន្តលេងជាមួយល្បឿនទឹកហូរ។ ភ្ញៀវជាញឹកញាប់បានមកទីនោះ ដើម្បីអធិដ្ឋានដល់ព្រះពុទ្ធបដិមា និងដើម្បីស្វែងរកពរជ័យពីព្រះសង្ឃដែលគង់នៅទីនោះ។ បើយោង តាមអាជ្ញាធរមូលដ្ឋាននៅទឹកធ្លាក់ហោងមានដីប្រមាណ ១.៨០០ហិកតាដែលសុទ្ធសឹងតែជាព្រៃ ក្រាស់ៗ។ ទឹកធ្លាក់ហោងកំពុងមានការពេញនិយមទៅទស្សនាកម្សាន្តពីភ្ញៀវយ៉ាងខ្លាំង។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

ទីតាំងប្រវត្តិសាស្ត្រទុំទាវ

ទីតាំងប្រវត្តិសាស្ត្រទុំទាវ ៖ រឿងទុំទាវកើតឡើងនៅក្នុងរាជ្យព្រះបរមិន្ទរាជា ដែលមានរាជធានី នៅលង្វែក ហើយសោយរាជ្យពីឆ្នាំ១៥៦៨ ដល់១៥៧៦ (ប្រភពពីលោក អេង សុត) តាមរយៈសាច់ រឿង “ទុំទាវ”បានកើតឡើងនៅភូមិ ពោធិ៍ជើងខាល ឃុំមង្គៀវ ស្រុកត្បូងឃ្មុំ ខេត្តត្បូងឃ្មុំ សព្វថ្ងៃនេះ។ យោងតាមសំដីអ្នកស្រុកបាននិយាយតៗគ្នា ថាដើមពោធិ៍ “ទុំ” នៅម្ខាងផ្លូវជាតិលេខ ៧ និងដើមពោធិ៍ “ទាវ” នៅទល់មុខគ្នាចម្ងាយប្រហែល ៤០០ម៉ែត្រ។ បច្ចុប្បន្ននេះដើម ពោធិ៍ “ទុំ”អ្នកស្រុកបានធ្វើខ្ទម មួយនៅក្រោមដើមពោធិ៍ និងមានរូបសំណាក់រូបអ្នកតា នៅក្នុងខ្ទមនោះ ហើយក៏ដាក់ឈ្មោះថា “ផ្ទះលោកតាក្រហម”។ ចំណែកដើមពោធិ៍ “ទាវ” វិញគេបានសង់ខ្ទមមួយដែរ ហើយបានដាក់តម្កល់ រូបយាយផាន់ និងនាងទាវ។

ប្រាសាទព្រះធាតុបាស្រី

ប្រាសាទព្រះធាតុបាស្រីស្ថិតនៅភូមិព្រះធាតុ ឃុំព្រះធាតុ ស្រុកអូររាំងឌី មានចម្ងាយ៤៣ គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តត្បូងឃ្មុំ កាត់ផ្លូវជាតិលេខ ១១ បត់ចូលតាមខាងត្បូងផ្សារអូររាំងឌី។ នៅក្នុងខាង មុខវត្តព្រះធាតុបាស្រីអមសងខាងផ្លូវចូលវត្តមានគ្រឹះប្រាសាទបុរាណ ចំនួន២ ដែលសាងសង់អំពីថ្ម បាយក្រៀម ហើយផ្នែកខាងស្តាំដៃ គេហៅថាវិហារគុក និងផ្នែកខាងឆ្វេងដៃហៅថា វិហារព្រះនិពាណ្ឌ។ ចំណែកនៅក្នុងបរិវេណវត្តព្រះធាតុបាស្រីមានប្រាសាទបុរាណមួយកសាងឡើងអំពីថ្មភក់ក្នុងឆ្នាំ៩៨៣ នៃគ្រិស្តសករាជ សង់រាងជាការ៉េដែលមានទំហំ ១៥មx១៥ម កម្ពស់៣៣ម។ វិសាលភាពប្រាសាទ ពីលិចទៅកើតប្រវែង ១.២៥០ម ពីត្បូងទៅជើងប្រវែង ៣០០ម។

រមណីយដ្ឋានវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រហ្លួងព្រះស្តេចកន

រមណីយដ្ឋានវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រហ្លួងព្រះស្តេចកន ស្ថិតនៅភូមិនគរក្នុង ឃុំដូងតី ស្រុកពញាក្រែក ខេត្តត្បូងឃ្មុំ មានចម្ងាយ១៦,៥គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តត្បូងឃ្មុំ តាមផ្លូវជាតិលេខ៧។ រមណីយដ្ឋាននេះគឺជាអតីតរាជធានីនៃអំឡុងពេលមុនអង្គរ។ វាត្រូវបានគេជ្រើសរើសជារាជធានីឡើង វិញនៅសតវត្សរ៍ទី១៦ ក្នុងអំឡុងរជ្ជកាលនៃហ្លួងព្រះស្តេចកន (ស្តេចដែលមានឈ្មោះថា ព្រះបាទស្រី ជេដ្ឋា) ផងដែរ។ បន្ទាប់មកវាត្រូវបានគេហៅថា ក្រុងស្រឡប់ពីជ័យបន្ទាយព្រៃនគរ ហើយក្រោយមក ក្នុងរយៈពេលខ្លី “បន្ទាយព្រៃនគរ” រហូតដល់ឥឡូវនេះ។ រមណីយដ្ឋានហ្លួងព្រះស្តេចកនមានកំពែងព័ន្ធ ជុំវិញរាងការប្រវែង ២,៥០០ម៉ែត្រ ក្នុងមួយជ្រុងៗ។ នៅសតវត្សរ៍ទី១៦ ហ្លួងព្រះស្តេចកន បានកសាងកំពែងព្រះវិហារវត្តអារាមមួយក្នុងបន្ទាយ និងកសាងវត្តមួយ ហើយយកមាសខ្មៅកសាង ព្រះពុទ្ធរូបមួយអង្គមានព្រះភ្នែក ១២ធ្នាប់ កម្ពស់២០ធ្នាប់តម្កល់ក្នុងព្រះប្រាសាទនោះ។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

រមណីដ្ឋានខ្នងក្រពើ

រមណីដ្ឋានខ្នងក្រពើជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបកែច្នៃ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិត នៅក្នុងភូមិខ្នងក្រពើលិច ឃុំត្រមូង ស្រុកមេមត់ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជាង៥៨គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួម ខេត្តត្បូងឃ្មុំ មានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាអាងហែលទឹក កន្លែងអង្គុយលេង។ ភ្ញៀវទេសចរអាចងូតទឹកសម្រាកលំហែ ញ៉ាំអាហារ។

រមណីដ្ឋានចំការកៅស៊ូ

រមណីដ្ឋានចំការកៅស៊ូជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំង ស្ថិតនៅក្នុងភូមិត្បូងឃ្មុំ ឃុំពញាក្រែក ស្រុកមេមត់ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជាង៥៥គីឡូម៉ែត្រពីទីរួម ខេត្តត្បូងឃ្មុំ មានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាចំការកៅស៊ូមានទេសភាពបៃតងស្រស់ រោងចក្រកែច្នៃកៅស៊ូ។ ភ្ញៀវទេសចរអាចស្វែងយល់ពីបច្ចេកទេសដាំ ការថែទាំ ការប្រមូលផលកៅស៊ូ។

ខេត្តកំពង់ធំ

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

រមណីយដ្ឋានស្ទឹងព្រៃប្រស់

រមណីយដ្ឋានស្ទឹងព្រៃប្រស់ ជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ។ រមណីយដ្ឋាននេះជាបឹងធម្មជាតិតាំងពីដូនតា មានទីតាំងស្ថិតនៅខាងលិចស្ពានព្រៃប្រស់ ក្នុងឃុំត្បែង ស្រុកកំពង់ស្វាយ ខេត្តកំពង់ធំ និងមានចម្ងាយប្រមាណជា១៦ គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្ត។ សព្វថ្ងៃនេះគឺជាទីរមណីយដ្ឋានដ៏មានភាពទាក់ទាញសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរគ្រប់រូបលំហែរកម្សាន្ត និងបណ្តុះអារម្មណ៍បែបធម្មជាតិ។ រមណីយដ្ឋានធម្មជាតិមួយនេះ អាចឱ្យភ្ញៀវទេសចរ មកអង្គុយលំហែរកាយ គយគន់ទេសភាព ពិសេសសត្វស្លាបជាច្រើនប្រភេទ និងវាលស្រែដ៏ធំល្វឹងល្វើយ នៃសម្រស់ទឹកដ៏ខេត្តកំពង់ធំ ព្រមទាំងងូតទឹកលេងកម្សាន្តយ៉ាងសប្បាយ។ លើសពីនេះទៀត ប្រជាពលរដ្ឋក៏អាចរកចំណូលបានយ៉ាងច្រើនផងដែរតាមរយៈការផ្តល់សេវា លក់ម្ហូបអាហារ និងផលិតផលក្នុងតំបន់ជូនភ្ញៀវទេសចរ ដើម្បីបង្កើនសេដ្ឋកិច្ចគ្រួសារ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

ប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក

ប្រាសាទសំបូរព្រៃគុកជាតំបន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ប្រវត្តិសាស្ត្រដ៏សំខាន់ បំផុតសម្រាប់ខេត្តកំពង់ធំ ដែលត្រូវបានចុះក្នុងបញ្ជីសម្បត្តិបេតិកភណ្ឌពិភព លោកកាលពីថ្ងៃទី០៨ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១៧។ សំណង់ប្រាសាទបុរាណជាច្រើនសាងសង់បែងចែកជាក្រុមៗក្នុងអំឡុងចុងសតវត្សរ៍ទី ៦ និងដើមសតវត្សរ៍ទី៧នៃ គ.ស មុនសម័យអង្គរដោយធ្វើឡើងអំពីឥដ្ឋខ្នាតធំ ថ្មភក់ ថ្មបាយក្រៀម និងមានព្រៃឈើធម្មជាតិធំៗដុះគ្របដណ្តប់លាក់បាំងប្រាសាទបុរាណ។ ភ្ញៀវទេសចរ អាចចូលទស្សនាសិក្សាស្រាវជ្រាវស្វែងយល់អំពីប្រវត្តិនៃការកសាងប្រាសាទដ៏ អស្ចារ្យក្នុងយុគបុរាណខ្មែរ និងទស្សនាព្រៃធម្មជាតិ លើសពីនេះទៀតភ្ញៀវ ទេសចរអាចស្នាក់នៅតាមផ្ទះស្នាក់របស់ប្រជាសហគមន៍ និងបរិភោគអាហារ ឬអាចមកបរិភោគអាហារនៅអាហារដ្ឋានក្នុងតំបន់ប្រាសាទក៏បាន។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ៖ ភ្ញៀវទេសចរអាចធ្វើដំណើរតាមទោចក្រយានយន្ត និងរថយន្ត ទេសចរណ៍គ្រប់ប្រភេទ ដោយស្ថានភាពផ្លូវធ្វើដំណើរងាយស្រួលដែលមានចម្ងាយផ្លូវប្រវែង៣០ គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តកំពង់ធំកាត់តាមផ្លូវជាតិលេខ៦២ និងផ្លូវលេខ២១៩ ទៅស្រុក ប្រាសាទសំបូរ ដល់ទីតាំងប្រាសាទសំបូរព្រៃគុក។

ក្នុងសន្ទុក

ក្នុងសន្ទុកមានឈ្មោះហៅក្រៅជាច្រើនដូចជា ភ្នំធំ (ប្រវត្តិសាស្ត្រ) ភ្នំអាថ៌កំបាំង (ប្រវត្តិសាស្ត្រ) ភ្នំសន្ទុក (ប្រវត្តិសាស្ត្រ) ភ្នំចមបង្កើត ភ្នំគ្របទុក ភ្នំព្រះបាទជាន់ទុក និងភ្នំអាសន្នជាន់ទុក។ នៅលើកំពូលភ្នំមានប្រាសាទបុរាណរាងជាពីរម៉ែត្រធ្វើអំពីថ្មភក់ចេតិយ បុរាណកសាងនៅសតវត្សទី១៥ ព្រះវិហារ ៨ជ្រុង ស្ថាបនានៅក្នុងសតវត្សទី ១៩-២០ ស្នាមព្រះពុទ្ធបាទជាន់ទុកធ្លាក់ជាប់នឹងថ្ម ចម្លាក់ព្រះពុទ្ធចូលបរិនិព្វាន និងព្រះពុទ្ធបដិមាជាច្រើនអង្គកសាងក្នុងរាជព្រះបាទពញាធម្មរាជានាឆ្នាំ១៤៧៤- ១៤៩៤ កន្លែងទម្លាក់កាក់ផ្សងសំណាងហៅថា “ចាន់តាវ៉ៃ ឬចាន់ចាវ៉ៃ” និងព្រះបរមរូបព្រះរតនកោដ្ឋព្រះបាទ នរោត្តម សីហនុ។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ ភ្ញៀវទេសចរអាចធ្វើដំណើរតាមទោចក្រយានយន្ត និងរថយន្តទេសចរណ៍ គ្រប់ប្រភេទ ដោយស្ថានភាពផ្លូវធ្វើដំណើរងាយស្រួលដែលមានចម្ងាយផ្លូវប្រវែង២០ គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តកំពង់ធំតាមផ្លូវជាតិលេខ៦ ដល់ភូមិកកោះ ឃុំកកោះ ស្រុក សន្ទុក បត់ឆ្វេងទើបដល់ភ្នំសន្ទុកតែម្តង។

សំពៅត្រែលោកព្រៃលក្ខណ៍

សំពៅត្រែលោកព្រៃលក្ខណ៍គឺជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិកាល់មេឃ ឃុំត្បូងក្រពើ ស្រុកសន្ទុក ខេត្តកំពង់ធំ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ២០ គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្ត។ នៅទីនេះ គឺជាទីសក្ការបូជា រូបសំណាកសំពៅមាសប្រាក់ ព្រះវិហារ ពុទ្ធបដិមាដែលភ្ញៀវទេសចរនិយមបន់ស្រន់ និងចត្វបកម្សាន្ត។

មណីយដ្ឋានធុន់តាព្រហ្ម ឬទឹកហូរថ្មប្រះថ្មធុន់តាព្រហ្ម

មណីយដ្ឋានធុន់តាព្រហ្ម ឬទឹកហូរថ្មប្រះថ្មធុន់តាព្រហ្ម គឺជាតំបន់ធម្មជាតិ ប្រវត្តិសាស្ត្រមួយដ៏យូរយារណាស់មកហើយ ដោយមានសំណល់ទីទួលប្រាសាទបុរាណមួយដែលមានទម្រង់លិង្គ និងយោនីយ៍នៅទីនោះ ដែលបច្ចុប្បន្នបានប្រែក្លាយជាអាស្រមតំកល់នូវព្រះពុទ្ធបដិមា។ ទីនេះក៏ជាតំបន់ប្រភពទឹកដ៏សំខាន់បំផុត របស់ស្ទឹងតាំងក្រសាំង ឬអាចហៅបានថាជាក្បាលស្ទឹងតាំងក្រសាំងដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅ ភូមិស្វាយ ឃុំស្រើង ស្រុកប្រាសាទសំបូរ ខេត្តកំពង់ធំ ដែលមានចម្ងាយផ្លូវប្រមាណជា ៧២ គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្ត។ ទឹកហូរថ្មប្រះថ្មធុន់តាព្រហ្មស្ថិតនៅក្នុងព្រៃស្រោងស្ងាត់ជ្រងំពេលចូលទៅដល់ទីនោះ ស្តាប់លឺសម្លេងសត្វបក្សាបក្សីយំ និងសំលេងទឹកហូរថ្មប្រះថ្មធុន់តាព្រហ្ម។ តំបន់ទឹកហូរថ្មប្រះថ្មធុន់តាព្រហ្មមានទេសភាពដ៏ស្រស់ត្រកាលដែលបង្កើតឡើងដោយសម្រស់ទេសភាពទឹកហូរថ្មប្រះថ្មធុន់តាព្រហ្ម និងសម្រស់ធម្មជាតិនៅតាមមាត់ស្ទឹង។ ធុន់តាព្រហ្មមានទំហំ៤១.៧៧៨៤ ហិកតា ដែលមានថ្មក្រាលបាតស្ទឹង មានរហូតទៅដល់ប្រមាណ២០០ម៉ែត្រប៉ុន្តែថ្មដែលផុសចេញពីផ្ទៃទឹកបង្កើតបានជាថ្មប្រះថ្មធុន់តាព្រហ្មមានប្រហែលជា ២៥ ម៉ែត្រ និងទទឹង ១៥ ទៅ ២០ ម៉ែត្រតែប៉ុណ្ណោះ។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

មេឈើយដ្ឋានទំនប់បង្កើនទឹកអូរមាន

មេឈើយដ្ឋានទំនប់បង្កើនទឹកអូរមានគឺជាតំបន់ទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិកែច្នៃ និងជាតំបន់ប្រភពទឹក ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅ ភូមិរោម ឃុំមានជ័យ ស្រុកសណ្តាន់ ខេត្តកំពង់ធំ ដែលមានចម្ងាយផ្លូវប្រមាណជា ៦០គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្ត។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរនិយមមកអង្គុយលំហែរកាយ គយគន់ទេសភាព ព្រមទាំងងូតទឹកលេងកម្សាន្តយ៉ាងសប្បាយ។

ទំនប់បង្កើនរួមកក

ទំនប់បង្កើនរួមកក គឺជាតំបន់ទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិកែច្នៃ និងជាតំបន់ប្រភពទឹកដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅ ស្រុកសន្ទុក ខេត្តកំពង់ធំ ដែលមានចម្ងាយផ្លូវប្រមាណជា ៣២គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តកំពង់ធំជាទីកន្លែងសម្រាប់ងូតទឹក ជិះទូកកម្សាន្ត សម្រាកលំហែ។

បឹងសំរិទ្ធ

បឹងសំរិទ្ធជារមេឈើយដ្ឋានកែច្នៃ ស្ថិតនៅក្នុងស្រុកបារាយណ៍ប្រមាណ៥០គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តកំពង់ធំនៅទីនេះអាចឱ្យអ្នកមកសម្សាន្តលេង ងូតទឹក សម្រាកលំហែ ដើរកម្សាន្ត ញ៉ាំអាហារ ថតរូប។

ខេត្តសៀមរាប

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន

ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែនជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ វប្បធម៌ និងជាតំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រ ឧទ្យានជាតិនេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិគូលែន ឃុំខ្នងភ្នំ ស្រុកស្វាយលើ ដែលមាន៥៥គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តសៀមរាប នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ទឹកធ្លាក់ធម្មជាតិទេសភាពព្រៃព្រឹក្សា ទីក្រុងបុរាណ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចមកសិក្សាអំពីប្រវត្តិសាស្ត្រលំហែកម្សាន្ត មើលព្រៃព្រឹក្សា លេងទឹកជ្រោះ ស្រូបខ្យល់បរិសុទ្ធ និងថតរូបទុកជាអនុស្សាវរីយ៍។

សហគមន៍ទេសចរណ៍កំពង់ត្រក

សហគមន៍ទេសចរណ៍កំពង់ត្រកជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ និងវប្បធម៌ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិគោកក្តុល ឃុំកំពង់ត្រក ស្រុកបាគង ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ៣២គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តសៀមរាប នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាបឹងទន្លេសាប អាហារធម្មជាតិ ព្រៃធម្មជាតិ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចមកជិះទូកលំហែកម្សាន្ត ស្វែងយល់ពីជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជនក្នុងតំបន់។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

ប្រាសាទអង្គរវត្ត

ប្រាសាទអង្គរវត្តជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងក្នុងបរិវេណឧទ្យានអង្គរ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ៧គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តសៀមរាប នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាប្រវត្តិនៃការសាងសង់ទីតាំងប្រវត្តិសាស្ត្រ និងរចនាបទល្អឯក។ នៅទីនេះភ្ញៀវទេសចរអាចមកលំហែកម្សាន្តសិក្សាប្រវត្តិសាស្ត្រ មើលប្រាសាទ ចម្លាក់ក្បូក្បាច់ ព្រៃព្រឹក្សា និងទស្សនាថ្ងៃៗ។

ប្រាសាទតាព្រហ្មក្តិល

ប្រាសាទតាព្រហ្មក្តិលជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងក្នុងបរិវេណឧទ្យានអង្គរ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ៧គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តសៀមរាប នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាប្រវត្តិនៃការសាងសង់ ទីតាំង និងរចនាបទ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចមកលំហែកម្សាន្តសិក្សាប្រវត្តិសាស្ត្រ មើលប្រាសាទ ចម្លាក់ក្បូក្បាច់ និងព្រៃព្រឹក្សា។

ប្រាសាទបាខែង

ប្រាសាទបាខែងជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងក្នុងបរិវេណឧទ្យានអង្គរ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ៧គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តសៀមរាប នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាប្រវត្តិនៃការសាងសង់ ទីតាំង និងរចនាបទ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចមកលំហែកម្សាន្ត មើលប្រាសាទ ចម្លាក់ក្បូក្បាច់ ព្រៃព្រឹក្សា ថ្ងៃលិច និងប្រវត្តិសាស្ត្រ។

ប្រាសាទបក្សីចាំក្រុង

ប្រាសាទបក្សីចាំក្រុងជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងក្នុងបរិវេណឧទ្យានអង្គរ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ៧គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តសៀមរាប នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាប្រវត្តិនៃការសាងសង់ ទីតាំង និងរចនាបទ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចមកលំហែកម្សាន្ត មើលប្រាសាទ ចម្លាក់ក្បូក្បាច់ ព្រៃព្រឹក្សា និងប្រវត្តិសាស្ត្រ។

ប្រាសាទមេបុណ្យខាងលិច

ប្រាសាទមេបុណ្យខាងលិចជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ និងវប្បធម៌ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិជ្រៃ ឃុំទឹកវិល ស្រុកសៀមរាប ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ១០ គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តសៀមរាប នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាប្រវត្តិនៃការសាង

សង់ ទីតាំង និងជាតំបន់វប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចមកសិក្សាអំពីប្រវត្តិសាស្ត្រ លំហែកម្សាន្ត មើលប្រាសាទ ស្រស់ស្រូបអាហារក្នុងតំបន់ និងថតរូបទុកជាអនុស្សាវរីយ៍។

សហគមន៍ទេសចរណ៍បារាយន៍ក្រុង

សហគមន៍ទេសចរណ៍បារាយន៍ក្រុងជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ និងវប្បធម៌ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិជ្រៃ ឃុំទឹកវិល ស្រុកសៀមរាប ដែលមានចម្ងាយប្រមាណ ជា ១០គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តសៀមរាប នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាប្រវត្តិនៃ ការសាងសង់ ទីតាំង និងជាតំបន់វប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចមកសិក្សាអំពី ប្រវត្តិសាស្ត្រលំហែកម្សាន្តមើលប្រាសាទ ស្រស់ស្រូបអាហារក្នុងតំបន់ និងថតរូបទុកជាអនុស្សាវរីយ៍។

ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែន

ឧទ្យានជាតិភ្នំគូលែនជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ វប្បធម៌ និងជាតំបន់ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ឧទ្យានជាតិនេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិគូលែន ឃុំខ្ពង់ភ្នំ ស្រុកស្វាយលើ ដែលមាន៥៥ គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តសៀមរាប នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ទឹកធ្លាក់ធម្មជាតិ ទេសភាពព្រៃព្រឹក្សា ទីក្រុងបុរាណ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចមកសិក្សាអំពី ប្រវត្តិសាស្ត្រលំហែកម្សាន្ត មើលព្រៃព្រឹក្សា លេងទឹកជ្រោះ ស្រូបខ្យល់បរិសុទ្ធ និងថតរូបទុកជា អនុស្សាវរីយ៍។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

ផាប់ស្រ្តីត

ផាប់ស្រ្តីត ជាផ្សាររាត្រីមួយដែលប្រមូលផ្តុំទៅដោយ ភោជនីយដ្ឋាន បារ ភ្លឺប អាហារមាត់ផ្លូវ និងហាងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ជាច្រើនសម្រាប់ឱ្យភ្ញៀវទេសចរអាចដើរកម្សាន្តទិញឥវ៉ាន់ និងញាំអាហារ កេសជ្ជៈឆ្ងាញ់ៗ និងតម្លៃសមរម្យ។ ជាពិសេសនៅតាមដងផ្លូវនៃផ្សារ កងរំពងទៅដោយសម្លេងចម្រៀង បង្កើតបានជាបរិយាកាសយ៉ាងសប្បាយរីករាយ។

រមណីយដ្ឋានភូមិវប្បធម៌កម្ពុជា

រមណីយដ្ឋានភូមិវប្បធម៌កម្ពុជាជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិកែច្នៃ រមណីយដ្ឋាន នេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិត្រួស ឃុំស្វាយដង្គំ ស្រុកសៀមរាប ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា៣ គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តសៀមរាប នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាភូមិវប្បធម៌ ជាកូនភូមិគំរូមួយដែលមាន សំណង់ផ្ទះ និងអគារប្រវត្តិសាស្ត្រទំនៀមទម្លាប់របស់ប្រជាជនខ្មែរ និងជីវភាពរបស់ជនជាតិទាំងអស់។ នៅទីនេះភ្ញៀវទេសចរអាចមកលំហែកម្សាន្ត ទស្សនាការសម្តែង។

ខេត្តព្រះវិហារ

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

សហគមន៍ការពារធម្មជាតិ

សហគមន៍ការពារធម្មជាតិភ្នំត្នោត ជាសហគមន៍បែបអភិរក្សអាចដើរផ្សេងក្នុងព្រៃ និងទេសភាពដុំរីញភ្នំ មានចម្ងាយពីក្រុងព្រះវិហារប្រមាណ៨៣គ.ម រួមមាន៖ ជិះខ្សែរ៉ឺម៉កឆ្លងភ្នំ ដំណើរ ផ្សេងព្រេង មានផ្ទះស្នាក់ អភិរក្សសត្វក្លោក ស្វា.. ប្រាសាទ ភ្នំត្នោត ភ្នំពក។

ទឹកធ្លាក់ភ្នំត្បែង

ទឹកធ្លាក់ភ្នំត្បែងជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅ ក្នុងភូមិបេងកោង ឃុំព្រះឃ្លាំង ស្រុកត្បែងមានជ័យ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ១៥ គីឡូម៉ែត្រពី ទីរួមខេត្តព្រះវិហារ តំបន់ភ្នំត្បែង ខេត្តព្រះវិហារ ពិតជាមានធនធានធម្មជាតិ ដ៏ស្រស់អស្ចារ្យ ដែលភ្ញៀវ ទេសចរទាំងឡាយកម្របានឃើញណាស់ ហើយអាជ្ញាធរខេត្ត និង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធមួយចំនួនបាន ប្រែក្លាយទីនោះ ឱ្យទៅជាតំបន់ទេសចរណ៍ ដ៏ពេញនិយមមួយ ដែលជាឋានសួគ៌របស់ភ្ញៀវទេសចរក្នុង នោះ ទឹកធ្លាក់ចក្រវិលក៏ជាចំណុចទាក់ទាញបំផុត ដែលគេមិនអាចមើលរំលងបានឡើយ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

រមណីយដ្ឋាន ប្រាសាទព្រះវិហារ

រមណីយដ្ឋាន ប្រាសាទព្រះវិហារ ជាប្រាសាទស័ក្តសិទ្ធិផ្នែកព្រហ្មញ្ញសាសនា ជាសម្បត្តិ បេតិកភណ្ឌពិភពលោក ដែលមានចម្ងាយផ្លូវពីទីរួមខេត្ត១១៦គ.ម មានដូចជា ស្រះទឹកបុរាណ ប៉ុយតាឌី បារាយណ៍ទឹកនៅខាងក្រោម ទំនប់ទឹក ស្តូបលោកតាឌី ជណ្តើរបុរាណ ។

ប្រាសាទកោះកែវ

ប្រាសាទកោះកែវ ជាទីក្រុងបុរាណ ឬជារាជធានីចាស់ មានអាយុកាលជាង១០០០ ឆ្នាំ។ ប្រាសាទនេះមានលក្ខណៈជាប្រាសាទភ្នំ មានកំពស់ប្រមាណជា ៣៥ម ចែកចេញ ៧ថ្នាក់ និងមាន កាំជណ្តើរ ៥៥កាំ និងមានចម្ងាយពីខេត្តព្រះវិហារប្រមាណ៦៥គ.ម រួមមាន ទីក្រុងបុរាណ ឬរាជធានី ចាស់ ផ្លូវបុរាណ ហៅព្រះថ្នល់ មាន១០០ ប្រាសាទព័ទ្ធជុំវិញ មានភ្នំស្តេចដំរីស (ដែលគេហៅផ្លូវស្តេច ដំរីស ព្រៃព័ទ្ធជុំវិញ) បឹងឆោគគ័រ (ពាក្យខ្មែរបុរាណ ឬហៅថាបឹងគគី ឬស្រះទឹកគគី)។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

សហគមន៍ចំបក់ហោះ

សហគមន៍ចំបក់ហោះ សំបូរទៅដោយដើមចំបក់ អាចដើរផ្សេងក្នុងព្រៃ និងទេសភាពដុំរីញ ភ្នំ មានចម្ងាយពីក្រុងព្រះវិហារប្រមាណ៦០គ.ម រួមមាន ៖

- សហគមន៍បណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេស បែបកីឡា បែបល្បែងកម្សាន្តប្រពៃណី ដើរផ្សងព្រេងក្នុងព្រៃ និងជុំវិញភ្នំ
- ខ្សែកាបហោះចំនួន ០៣ខ្សែ, ទ្រយោង
- មានសត្វព្រៃ, ដើមឈើធំ
- មានផ្ទះស្នាក់

ខេត្តឧត្តមានជ័យ

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

នៅខេត្តឧត្តមានជ័យផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិដូចជា បឹងស្មោរ រលុះធំ ទឹកធ្លាក់ដាច់ប្រី ទឹកធ្លាក់អូរស្វាយ ទឹកធ្លាក់អូរទឹកចោល និងទំនប់ថ្មី ជាទីកន្លែងកម្សាន្តបែបធម្មជាតិ ជាទីកន្លែងកម្សាន្ត ងូតទឹកញាំអាហារ..។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

ខេត្តឧត្តមានជ័យផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រដូចជា ស្ថានទីពឹង ,ប្រាសាទព្រហ្មកិល ,ប្រាសាទតាក្របី ,ប្រាសាទតាមាន់ ស្ថានតាម៉ុក ផ្ទះតាម៉ុក សាលារៀនតាម៉ុក បឹងអន្លង់វែង កន្លែងបញ្ចុះសពប៉ុល ពត ប្រាសាទលើកស្មោច ប្រាសាទជ័យក្ស។

ខេត្តបន្ទាយមានជ័យ

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

រមណីយដ្ឋានភ្នំព្រះ

រមណីយដ្ឋាន ភ្នំព្រះ ស្ថិតនៅក្នុងសហគមន៍ព្រៃឈើភ្នំព្រះដែលជាកន្លែងទេសចរណ៍ព្រៃភ្នំ ធម្មជាតិ។ រមណីយដ្ឋាននេះមានខ្យល់អាកាសបរិសុទ្ធ និងមានកម្ពស់ប្រមាណ ២០០ម៉ែត្រ។ នៅទីនោះមានកាំជណ្តើរបុរាណឡើងទៅកាន់កំពូលភ្នំ ដែលហ៊ុមព័ទ្ធទៅដោយព្រៃឈើចម្រុះ ជម្រកព្រៃឈើសំបូរសត្វព្រៃ។ ផ្ទៃដីជុំវិញភ្នំមានទំហំ ១,២០០ហិកតា (ព្រៃអភិរក្ស) សម្បូរទៅដោយរូងក្នុងភ្នំប្រហែលជិត ៣០រូង។ រូងសំខាន់ៗ មានរូងព្រះ(បិទបាំងដោយបារមី) រូងតាឥសី រូងក្អមខ្លោច និងរូងបាយសីជាដើម ទីកន្លែងនេះជាទីសក្ការៈបូជាទាំងព្រហ្មញ្ញសាសនា និងព្រះពុទ្ធសាសនាផងដែរ។ រមណីយដ្ឋានភ្នំព្រះមានចម្ងាយប្រហែល ៦៣ គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តខេត្តបន្ទាយមានជ័យ យើងអាចធ្វើដំណើរទៅតាមផ្លូវលេខ៥៦ ប្រមាណជា ៤៨គីឡូម៉ែត្រយើងនឹងមកដល់ផ្លូវបំបែកលេខ៥៦ ដែលជាផ្លូវចូលទៅកាន់រមណីយដ្ឋាន រួចបន្តដំណើរប្រមាណជា១៥គីឡូម៉ែត្រ យើងនឹងទៅដល់ទីតាំងរមណីយដ្ឋាន។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

ប្រាសាទភ្នំកងវ៉ា

ប្រាសាទភ្នំកងវ៉ា គឺជាតំបន់ទេសចរណ៍មួយក្នុងចំណោមតំបន់ទេសចរណ៍ដទៃទៀតនៅក្នុងខេត្តបន្ទាយមានជ័យ។ ប្រាសាទនេះមានសភាពទ្រុឌទ្រោម តែនៅតែជាទីកម្សាន្តសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរជាតិនិងអន្តរជាតិក្នុងការទស្សនាប្រាង្គប្រាសាទទិដ្ឋភាពថ្ងៃលិច និងការផ្តិតយកទេសភាពផ្សេងៗជាដើម។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ ៖ ប្រាសាទភ្នំកងវ៉ា មានចម្ងាយប្រមាណ៩គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តបន្ទាយមានជ័យ ដោយយើងធ្វើដំណើរទៅតាមផ្លូវលេខ៥៦ ចម្ងាយប្រហែលជា ៤គីឡូម៉ែត្រ នៅខាងឆ្វេងដៃយើងនឹងឃើញផ្លូវសម្រាប់បត់ចូលទៅប្រាសាទ រួចបន្តដំណើរតាមផ្លូវភូមិប្រមាណជា ៥គីឡូម៉ែត្រ យើងនឹងទៅដល់ទីតាំងប្រាសាទនោះ។

ខេត្តបាត់ដំបង

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

រមណីយដ្ឋានធម្មជាតិកែច្នៃអាងកំពឹងពួយ

រមណីយដ្ឋានធម្មជាតិកែច្នៃអាងកំពឹងពួយ មានទីតាំងស្ថិតក្នុងឃុំតាគ្រាម និងឃុំស្ទឹងស្រុកបាណន់ ខេត្តបាត់ដំបង ភាគនិរតីនៃក្រុងបាត់ដំបង។ អាងទឹកនេះ មានទីតាំងស្ថិតនៅចន្លោះរវាងភ្នំខ្ពស់ ឬភ្នំតាង័ន និងភ្នំព្រះ ឬភ្នំកំពឹងពួយដែលមានចម្ងាយផ្លូវពីទីក្រុងបាត់ដំបងប្រមាណជា ៤៨គ.ម បើយើងធ្វើដំណើរតាមផ្លូវលេខ៥៧ កាត់តាមភ្នំសំពៅ។ កាលពីដើមទីនេះមិនមែនជាអាងទឹកបឹង ឬជាទំនប់ទឹក ដូចអ្វីដែលយើងកំពុងឃើញនៅពេលនេះឡើយ តែវាជាដីរាបស្មើ ជាវាលស្រែរបស់ពលរដ្ឋធម្មតា។ ពាក្យថា “កំពឹងពួយ” ជាប្រភេទរុក្ខជាតិម្យ៉ាង មានសណ្ឋានជាស្មៅ ដែលដុះអណ្តែតលើទឹក ឬដុះលើដីសើម វាមាន ឬសចេញពីថ្នាំង មានផ្កាពណ៌ស ឬក្រហម។ អាងទឹកនេះត្រូវបានគេយកឈ្មោះតាមភូមិកំពឹងពួយ ដែលសព្វថ្ងៃនេះត្រូវបានចែកទៅឱ្យភូមិតាង័ន និងភូមិអន្លង់ស្វាយ។ អាងកំពឹងពួយ ជាសមិទ្ធផលធារាសាស្ត្រ ដែលបន្ទុះទុកពីរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ ឬរបបប៉ុល ពត។ ខ្មែរក្រហមឡើងកាន់អំណាចនៅឆ្នាំ១៩៧៥ ហើយមួយឆ្នាំក្រោយមក គឺនៅដើមឆ្នាំ១៩៧៦ ទើបមានផែនការលើកទំនប់នេះកើតឡើង។ ទំនប់នេះមានគោលបំណងក្នុងការស្តុកទឹកស្រោចស្រង់បង្កបង្កើនផលសម្រាប់ វិស័យកសិកម្មនៅទីជនបទនៃខេត្តបាត់ដំបងនេះ។ ការជ្រើសរើសទីនេះធ្វើជាអាងស្តុកទឹកក៏ព្រោះតែស្ថានភាពភូមិសាស្ត្រអំណោយផលខ្លាំងដែលមានភ្នំព័ទ្ធជុំវិញ។ ចំពោះភូមិសាស្ត្រអាងទឹកនេះ គឺគេសាងសង់ដោយយកភ្នំធ្វើជាជញ្ជាំង ហើយសល់ប៉ុន្មានគឺ ត្រូវការកម្លាំងមនុស្សសុទ្ធសាធ ដើម្បីដឹកដី លើកទំនប់ សាងសង់ឱ្យចេញជាអាងទឹក ដែលមានបណ្តោយ ៦,០០០ម៉ែត្រ និងទទឹង ១,៩០០ម៉ែត្រ ចំណែកទទឹងនៃទំនប់ផ្នែកបាតក្រោមមានប្រវែង ៧០ម៉ែត្រ និងខ្នងទំនប់ប្រវែង ៣០

ម៉ែត្រ និងកម្ពស់ចាប់ពី ១០ម៉ែត្រ ទៅ ១៥ម៉ែត្រ តាមសណ្ឋានដីជាក់ស្តែង។ នៅក្នុងរដូវវស្សា អាងទឹកនេះអាចផ្ទុកទឹកបានជាង ១១០លានម៉ែត្រគូប ដែលត្រូវបានប្រើក្នុងវិស័យកសិកម្ម ម្យ៉ាងបើនិយាយពីផលត្រីវិញ វាគឺជាតំបន់សម្បូរត្រីមួយនៃប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។ បច្ចុប្បន្នទំនប់អាងទឹកកំពង់ពួយនេះបានក្លាយជារមណីយដ្ឋាន ដ៏ទាក់ទាញមួយរបស់ខេត្តបាត់ដំបង ដែលមានភ្ញៀវទេសចរយ៉ាងច្រើន កុះករមកងូតទឹកលេងកម្សាន្ត ជាពិសេសនៅពេលបុណ្យទានធំម្តងៗ ដូចជាបុណ្យចូលឆ្នាំ និងបុណ្យភ្ជុំជាដើម។

ចំការទំពាំងបាយជូរ

ចំការទំពាំងបាយជូរ មានចម្ងាយ ១១.៩៥គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្ត ជាទីកន្លែងកសិទេសចរណ៍ដែលមានចំការទំពាំងបាយជូរ អាចចិញ្ចឹម ទស្សនាចំការទំពាំងបាយជូរ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

រមណីយដ្ឋានប្រវត្តិសាស្ត្រទំនប់អាងបាសាក់

រមណីយដ្ឋានប្រវត្តិសាស្ត្រទំនប់អាងបាសាក់ កកើតឡើងនៅសម័យរបបប៉ុល ពត ចន្លោះឆ្នាំ១៩៧៦-១៩៧៨។ អាងនេះជាទំនប់ទឹកបេតុងដ៏ធំមួយដែលមានបរិស្ថានធម្មជាតិល្អប្រសើរ និងមានព្រៃធម្មជាតិដុះជុំវិញគួរឱ្យចង់គយគន់។ នៅរដូវប្រាំងមានចរន្តទឹកហូរខ្សោយល្មម រីឯរដូវវស្សាមានទឹកហូរខ្លាំងបាញ់ជាពពុះទឹកគួរឱ្យទស្សនា ទឹកថ្លាមានលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរ ងូតកម្សាន្តនៅក្នុងឱកាសបុណ្យទានម្តងៗ គេសង្កេតឃើញប្រជាពលរដ្ឋទៅកម្សាន្តទីនោះយ៉ាងច្រើនកុះករ។ រមណីយដ្ឋានប្រវត្តិសាស្ត្រទំនប់អាងបាសាក់ មានចម្ងាយប្រមាណ ៨០គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តបាត់ដំបង ដោយធ្វើដំណើរតាមផ្លូវជាតិលេខ ៥ ទៅទិសខាងកើតរហូតដល់ស្រុកមោងឫស្សី និងហួសប្រមាណ ៥គីឡូម៉ែត្ររួចបត់ស្តាំ ឆ្ពោះត្រង់ទៅកាន់ស្រុករក្ខត្សី និងមកដល់គោលដៅ។

ស្ថានីយបុរេប្រវត្តិសាស្ត្រល្អាងស្ពានល្អាងទាក់ទ្រាំង

ស្ថានីយបុរេប្រវត្តិសាស្ត្រល្អាងស្ពានល្អាងទាក់ទ្រាំង គឺមានអាយុកាលចំណាស់ជាងគេបំផុតនៅកម្ពុជាប្រមាណជា ៧ម៉ឺនឆ្នាំមកហើយ ដែលក្រុមការងារខាងកំណាយបានកាយរកឃើញសម្ភារៈពីសម័យបុព្វកាល ហើយល្អាងមានសភាពត្រជាក់ស្ងប់ស្ងាត់ផងដែរ។ ស្ថានីយបុរេប្រវត្តិសាស្ត្រល្អាងស្ពានល្អាងទាក់ទ្រាំង មានចម្ងាយប្រហែល ៤៥គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តបាត់ដំបង ដោយត្រូវធ្វើដំណើរតាមផ្លូវជាតិលេខ៥៧ នៅខាងស្តាំដៃ ឆ្ពោះទៅកាន់ស្រុករតនមណ្ឌល។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

សួនសន្តិភូមិ

សួនសន្តិភូមិ គឺជារមណីយដ្ឋានដែលមានទេសភាព និងសួនផ្កាស្រស់ស្អាត មានផ្កាជាច្រើនប្រភេទបូករួមខ្យល់អាកាសដ៏បរិសុទ្ធដែលបានទន្រ្ទានចិត្តភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិឱ្យមកទស្សនា

យ៉ាងច្រើនកុះករ។ មេណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងនៅជិតភ្នំសំពៅ ហើយនៅរដូវវស្សាយើងអាចឃើញ វាលស្រែខៀវស្រងាត់ និងផ្កាចម្រុះពណ៌នៅព័ទ្ធជុំវិញផងដែរ។ អ្វីដែលពិសេសនៅក្នុងមេណីយដ្ឋាននេះ មិនប្រើប្រាស់ប្លាស្ទិចនោះទេ។ សួនសន្តិភូមិ មានចម្ងាយប្រហែល ១៥គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តបាត់ដំបង ដោយធ្វើដំណើរតាមផ្លូវជាតិលេខ ៥៧ ឆ្ពោះទៅកាន់ភូមិគោកអំពិល។

មេណីយដ្ឋានជ្រលងបុព្វតា

មេណីយដ្ឋានជ្រលងបុព្វតា ជាមេណីយដ្ឋានធម្មជាតិមួយដែលមានទេសភាពស្រស់បំព្រង ហើយភ្ញៀវទេសចរអាចទស្សនាសួនផ្កា និងដើមឈើច្នៃជារូបសត្វផ្សេងៗ។ ភ្ញៀវទេសចរអាចកម្លែង អាហារ យកទៅញ៉ាំនៅក្រោមដើមស្វាយ និងងូតទឹកហូរកម្សាន្តផងដែរ។ អ្វីដែលពិសេសនៅក្នុងតំបន់ នេះគឺ ភ្ញៀវទេសចរនឹងជក់ចិត្តជាមួយនឹងបណ្តុំទេសភាពស្រស់ត្រកាល ដែលអមទៅដោយដីចម្ការ ស្វាយ និងរុក្ខជាតិផ្សេងៗទៀតនៃផ្ទៃដីទំហំ ១២ហិកតា និងមានទឹកហូរខ្ទប់ប្រាំងខ្ទប់វស្សា ដែលអាច ចុះងូតលេងកម្សាន្តបានយ៉ាងសប្បាយចិត្តពេលទៅដល់មេណីយដ្ឋានធម្មជាតិជាមួយនឹងការកែច្នៃប្រឌិត។ មេណីយដ្ឋានជ្រលងបុព្វតា មានចម្ងាយប្រហែល ៥៦គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តបាត់ដំបង ដោយយើងធ្វើ ដំណើរចេញពីទីរួមខេត្តឆ្ពោះទៅកាន់ផ្លូវលេខ ៥៧ ឆ្លងកាត់ស្រុករតនមណ្ឌល និងបន្តមករហូតមកដល់ ភូមិផ្កាវបត់ឆ្លងឆ្លងកាត់ទំនប់ទឹកសេកសកបន្តិចនឹងមកដល់គោលដៅប្រហែល ១ម៉ោង។

ក្រុងប៉ៃលិន

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

ទឹកធ្លាក់អូរតាវ៉ៅ ឬទឹកធ្លាក់ភ្នំខៀវ

ទឹកធ្លាក់អូរតាវ៉ៅ ឬទឹកធ្លាក់ភ្នំខៀវជាមេណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ធម្មជាតិដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅ ក្នុងភូមិខ្ពង់ សង្កាត់អូរតាវ៉ៅ ក្រុងប៉ៃលិន ខេត្តប៉ៃលិន ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ១០គីឡូម៉ែត្រពីទី រួមខេត្ត។ ដើម្បីទៅដល់ទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរត្រូវធ្វើដំណើរតាមផ្លូវជាតិលេខ៥៧ រហូតដល់ស្ថានីយអូរតា វ៉ៅឡើងទៅប្រហែលជាង ១០០ ម៉ែត្រក្នុងខេត្តប៉ៃលិននោះ និងឃើញស្លាកសញ្ញាបង្ហាញទីតាំងត្រង់មុំ ផ្លូវបំបែកភូមិខ្ពង់ ពីខាងឆ្វេងដៃ ហើយបត់ចូលទៅប្រមាណ ៧ គីឡូម៉ែត្រទៀត និងដល់កន្លែងមេណីយ ដ្ឋានធម្មជាតិទឹកធ្លាក់ក្បាលអូរតាវ៉ៅហើយ។ មេណីយដ្ឋាននេះមានស្ទឹងធម្មជាតិទឹកថ្លា មានជ្រោះ ទឹកហូរធ្លាក់លើល្បាក់ថ្មជា យ៉ាងខ្ពស់ ខ្យល់អាកាសត្រជាក់ដល់ក្រអៅបេះដូងដែលធ្វើឱ្យ ភ្ញៀវទេសចរណ៍ជាតិ និងអន្តរជាតិ ទៅលេងសប្បាយរីករាយ។ ពិសេសនោះ គឺម្ចាស់វិនិយោគបាន កែច្នៃ ខ្ទុសកន្លែងអង្គុយលេងនៅក្បែរមាត់ស្ទឹងអូរតាវ៉ៅជាច្រើនកន្លែង មានខ្ទុសអង្គុយនៅខាងលើប្រាំង និងខាងលើកន្លែងចតឡាន សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចររង់ចាំក្រុមគ្រួសារចុះទៅលេងទឹកជ្រោះធ្លាក់បែក

ផ្កាត្រែង។ ចំណែកកន្លែងទុកដាក់ឡានម៉ូតូយ៉ាងស្រួលដែលមិនធ្វើឱ្យមានការព្រួយបារម្ភពីសុវត្ថភាព បាត់បង់អ្វីឡើយ។

ទឹកធ្លាក់ក្បាលជំរី

ទឹកធ្លាក់ក្បាលជំរី ជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិថ្មី ឃុំទួលល្វា ខណ្ឌប៉ៃលិន ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ១៥ គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្ត។ នៅតាមដងផ្លូវធ្វើ ដំណើរលោកអ្នកនឹងបានឃើញ ចំការដំណាំ ឈើហូបផ្លែ ផ្កាព្រៃ និងធម្មជាតិព្រៃប្រឹក្សា យ៉ាងស្រស់ត្រកាល។ ពេលទៅដល់ចំណុចទឹកធ្លាក់លោកអ្នកវិភិតវិភាសឃើញនូវទិដ្ឋភាពដ៏អស្ចារ្យ នៃទឹកធ្លាក់ពីលើទីខ្ពស់នៃកំពូលភ្នំមកក្រោម បង្កើតបានជាទស្សនីយភាពមួយគួរឱ្យទាក់ទាញក្រៃលែង។ ក្រោយពីងូតទឹកធ្លាក់យ៉ាងសប្បាយរីករាយ និងថតរូបទុកជាអនុស្សាវរីយ៍ហើយនោះ លោកអ្នកក៏បាន ពិសារ អាហារយ៉ាងឆ្ងាញ់ពិសារនៅក្រោមម្លប់ដើមឈើយ៉ាងត្រជាក់ចិត្ត។ ពេលពិសាបាយរួច លោកអ្នក ក៏អាចសម្រាកបន្តិចរួចស្តាប់សម្លេងបក្សាបក្សីយ៉ាងពីរោះរន្ធចិត្ត រួចក៏វិលត្រឡប់មករកកន្លែង សម្រាកវិញ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

វត្តភ្នំយ៉ាត

វត្តភ្នំយ៉ាតជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍វប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិវត្ត សង្កាត់ប៉ៃលិន ខេត្តប៉ៃលិន ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ១ គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្ត។ ភ្នំយ៉ាតជាវត្តចាស់ សាងសង់ជារបៀបវត្តកូឡា។ នៅលើភ្នំយ៉ាត គេឃើញមានសំណង់បុរាណដូចជា ចេនឡាមណីចេតិយ៍ តូចធំ និងអាស្រមជាច្រើន។ ចេតិយភ្នំយ៉ាតដែលមានបាតប្រវែង ១៦ ម៉ែត្រគុណនឹងកម្ពស់ ២៧ ម៉ែត្រ កសាងឡើងនៅសតវត្សទី ១៩ ក្នុងឆ្នាំ ១៩២៥ ដោយជនជាតិភូមា (កូឡា) ក្នុងគោលបំណងដើម្បីតម្កល់ ព្រះសារីរិកធាតុរបស់ព្រះសមណគោតម។ ភ្នំយ៉ាតមិនត្រឹមតែជាបូជនីយដ្ឋានសក្តិសិទ្ធិទេ ភ្នំយ៉ាតក៏ជា បេះដូងនៃពីក្រុងប៉ៃលិន។ ភ្នំយ៉ាតមានផ្លូវឡើងចំនួនពីរគឺមួយឡើងដោយថ្មើជើង និងមួយទៀតសំរាប់ រថយន្ត និងម៉ូតូ។ ភ្នំយ៉ាតមានកាំជណ្តើរ ៤២ កាំ ដែលកាំជណ្តើរនីមួយៗ មានកម្ពស់ ២៥ សង់ទីម៉ែត្រ។ ជណ្តើរនេះកសាងថ្ងៃទី ១៣ តុលា ឆ្នាំ ១៩៩៨។ ភ្នំយ៉ាតមានកំពស់ ៦០ ម បណ្តោយ ៧០០ ម និងទទឹង ៣០០ ម ផ្ទៃក្រឡា ៣០០០០ ម^២។ ភ្នំនេះចាប់ផ្តើមកសាងក្នុងឆ្នាំ ១៩២២ ដោយជនជាតិកូឡា។ ភ្នំយ៉ាតជាតំបន់ដែលមានអបិយជំនឿខ្លាំងក្លាណាស់ សំរាប់អ្នករស់នៅក្រុងប៉ៃលិន និងអ្នកដំណើរឆ្លង កាត់តំបន់នោះ ជាពិសេសជាតំបន់ដែលនៅសល់វីរត្ថងច្រើនជាងគេបង្អស់នៅក្នុងក្រុងប៉ៃលិន។ នៅលើកំពូលភ្នំមានសំណង់ខ្ពស់តូចៗជាច្រើនសំរាប់ភ្ញៀវទេសចរសម្រាកលំហែកម្សាន្ត ។

យាយយ៉ាត

យាយយ៉ាតនេះបានក្លាយទៅជាបារមីថែរក្សាទឹកដីត្បូងពេជ្រឱ្យទទួលបានតែសេចក្តីសុខ និងចម្រុងចម្រើន។ ដោយសារតែមានការគោរពបូជាពីប្រជាពលរដ្ឋទូទៅ គេសង្កេតឃើញនៅរៀងរាល់ ថ្ងៃសីល តែងមានការទៅអុជទៀនឆ្ងុប និងដាក់តង្វាយផ្សេងៗនៅចំពោះមុខរូបសំណាកយាយយ៉ាត ដែលត្រូវបានតម្កល់នៅលើវត្តភ្នំយ៉ាតជាទីអាមាមួយដ៏ចំណាស់នៅតំបន់នោះ។ ពិសេសទៅទៀតនៅ រៀងរាល់រដូវបុណ្យផ្សេងៗ ដូចជាបុណ្យចូលឆ្នាំថ្មីប្រពៃណីជាតិ បុណ្យភ្ជុំបិណ្ឌ ឬបុណ្យចូលឆ្នាំចិនជា ដើមប្រជាពលរដ្ឋភាគច្រើនមិនភ្លេចលោកយាយយ៉ាតឡើយ។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

រមណីយដ្ឋានកុលាបប៉ៃលិន ហៅអាងតាជារ

រមណីយដ្ឋានកុលាបប៉ៃលិន ហៅអាងតាជារ ជារមណីយដ្ឋានធម្មជាតិកែច្នៃមួយកន្លែងដែល មានទីតាំងស្ថិតនៅទិសខាងត្បូង ជាប់ជើងភ្នំយ៉ាតក្នុងភូមិវត្ត សង្កាត់ប៉ៃលិន ក្រុងប៉ៃលិន ដែលមាន ចម្ងាយប្រមាណជា ២គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្ត។ នៅទីនេះភ្ញៀវទេសចរ អាចអង្គុយលេងលំហែកាយនៅ ក្រោមដើមតាងែនក្បែរមាត់ស្រះ លេងទឹក ជិះទូក ស្ទូចត្រី ថតរូប ញ៉ាំអាហារដើម្បីបំបាត់ក្តីកង្វល់ និងស្រូបយកខ្យល់បរិសុទ្ធ។

ចំការខ្នុរ ឬទឹកធ្លាក់បយ៉ាខា

ចំការខ្នុរ ឬទឹកធ្លាក់បយ៉ាខាគឺជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ ដែលមានទីតាំងស្ថិត នៅក្នុងភូមិរោងចក្រ សង្កាត់បរយ៉ាខា ក្រុងប៉ៃលិន ខេត្តប៉ៃលិន ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា៨ គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្ត។ ដើម្បីទៅកាន់ទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចធ្វើដំណើរទៅទិសខាងលិច ផ្សេងទៅ ខាងត្បូង ចម្ងាយពីក្រុងប៉ៃលិន ប្រហែលជា៥ ទៅ៦ គីឡូម៉ែត្រ ដោយឆ្លងកាត់តាមផ្លូវលំមួយកន្លែង នឹងអាចទៅរកឃើញរមណីយដ្ឋានដែលបានបង្កើតឡើងដោយថ្មីដែរបស់ក្រុមគ្រួសារមួយ ដាក់ឈ្មោះ ថារមណីយដ្ឋានចំការខ្នុរ ឬហៅរមណីយដ្ឋានទឹកជ្រោះបរយ៉ាខា ដោយនៅជាប់នឹងមាត់ស្ទឹង ឬជ្រោះ ក្នុងភូមិបរហិយត្បូង សង្កាត់បរយ៉ាខា ក្រុងប៉ៃលិន ខេត្តប៉ៃលិន ដែលមានទឹកហូរពេញៗ ពីត្បូងទៅជើង គួរឱ្យចង់អង្គុយគ យគន់លេងកម្សាន្ត បំបាត់នូវក្តីកង្វល់ និងបញ្ហាផ្សេងៗ នៅក្នុងជីវិត។ មិនត្រឹមតែ ប៉ុណ្ណោះ ក៏នៅមានម្លូបដ៏ឆ្ងាញ់ពិសាររបស់ម្ចាស់រមណីយដ្ឋាន មានម្លូបកុម្មង់គ្រប់មុខហើយមានតម្លៃ ថោកសមរម្យផងដែរ ដូចជាមាន់ដុតផ្លែខ្នុរ ឆាត្នោតសាច់មាន់ ទាត្នោតលាយជាមួយបន្លែក្រវាញ ប្រមោយដំរី និងបុកល្អងដ៏គួរឱ្យចង់ហូបជាដើម។

ហ្លួងរតនៈសម្បត្តិ

ហ្លួងរតនៈសម្បត្តិ ជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិកែច្នៃដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុង ភូមិអូរស្លូត ឃុំទួលល្វា ខណ្ឌប៉ៃលិន ខេត្តប៉ៃលិន ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា៤គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្ត។

ភ្ញៀវទេសចរអាចចេញដំណើរពីដងផ្លូវជាតិលេខ៥៧ ក្នុងទិសដៅពីកើតទៅលិច ពីប៉ែលិនទៅព្រំដែន គ្រាន់តែក្រឡេកមើលទៅខាងឆ្វេងដៃ ឃើញរមណីយដ្ឋាននោះលេចផុសចេញរូបរាងយ៉ាងច្បាស់ ក្រឡេក។ រមណីយដ្ឋាននេះ ស្ថិតនៅជាប់ផ្លូវជាតិលេខ៥៧ ក្បែរស្ពានតារាប និងមានទំហំធំជាង១០ ហិកតា នៅជាប់នឹងមាត់ស្ទឹង។ កន្លែងទេសចរណ៍មួយនេះត្រូវបានគេដាំលំអទៅដោយដើមឈើនៅ ចំកណ្តាលទ្រូងផ្លូវជាច្រើនដើម ដើម្បីធ្វើជាម្លប់ដ៏ត្រជាក់សម្រាប់ភ្ញៀវ និងមានរៀបចំធ្វើសួនច្បារ ដាំផ្កា ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចងូតទឹក ជិះទូក លំហែកម្សាន្តនៅតាមមាត់ស្ទឹង។

ខេត្តពោធិ៍សាត់

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

ទឹកធ្លាក់ដាតូច

ទឹកធ្លាក់ដាតូចជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅ ក្នុងភូមិឯកភាពឃុំថ្មដា ស្រុកវាលវែង ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា១៧៧គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្ត ពោធិ៍សាត់ នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាទឹកធ្លាក់ ផ្ទាំងថ្មធំៗ និងដើមឈើធំៗ។ ភ្ញៀវទេសចរអាចងូតទឹកលេង និងទស្សនាធម្មជាតិដ៏ស្រស់ស្អាត។

ភ្នំរុងប្រចៀវ

ភ្នំរុងប្រចៀវ ជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅ ក្នុងភូមិកណ្តាល ឃុំអន្លង់រាប ស្រុកវាលវែង ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា១២៣គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្ត ពោធិ៍សាត់ មានសក្តានុពលទេសចរណ៍ជម្រកប្រចៀវ។ ភ្ញៀវទេសចរអាចទស្សនាធម្មជាតិ និងប្រចៀវ។

ទឹកធ្លាក់តាយខ្ពស់

ទឹកធ្លាក់តាយខ្ពស់ជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិត នៅក្នុងភូមិតាយលូក ឃុំអូរសោម ស្រុកវាលវែង ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា១៨៨គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួម ខេត្តពោធិ៍សាត់ មានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាទឹកធ្លាក់ ផ្ទាំងថ្មធំៗ ដើមឈើធំៗ ជម្រក សត្វព្រៃ សត្វខ្លា ឈ្លូស រមាំង។ល។

ខេត្តកំពង់ឆ្នាំង

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

សហគមន៍ទេសចរណ៍ទឹកធ្លាក់អន្លង់ស្វាយ

សហគមន៍ទេសចរណ៍ទឹកធ្លាក់អន្លង់ស្វាយ ត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅឆ្នាំ២០០៧ និងមានទីតាំង ស្ថិតនៅក្នុងភូមិដូងស្លា ឃុំក្បាលទឹក ស្រុកទឹកផុស ខេត្តកំពង់ឆ្នាំង ហើយមានចម្ងាយផ្លូវប្រមាណ

ជា ៥៩ គ.ម.ពីទីរួមខេត្ត តាមបណ្តោយផ្លូវជាតិលេខ៥។ នៅទីនេះមានប្រជាសហគមន៍ចំនួន៣៧២ គ្រួសារ ដែលពួកគេពឹងផ្អែកលើអនុផលព្រៃឈើសម្រាប់លក់ទៅឱ្យភ្ញៀវទេសចរ។ នៅទីនេះមាន ទឹកធ្លាក់ដែលហូរពីទូទៅដោយធនធានធម្មជាតិដ៏ស្រស់ស្អាត ព្រមជាមួយនឹងការបម្រើសេវាកម្ម ដូចជា ការលេងទឹកកម្សាន្ត ការជិះរទេះគោ និងម៉ូតូ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

ប្រាសាទថ្មមប្តី ឬប្រាសាទស្តុតតី

ប្រាសាទថ្មមប្តី ឬប្រាសាទស្តុតតី សាងសង់នៅលើទីទួលមួយក្បែរជើងភ្នំទូកមាស ស្ថិតនៅក្នុង ភូមិជ្រលង ឃុំជារ ស្រុកកំពង់លែង ខេត្តកំពង់ឆ្នាំង មានចម្ងាយប្រមាណ ២៧គ.ម ពីក្រុងកំពង់ឆ្នាំង និងចុះពីផ្លូវកៅស៊ូស្រុកកំពង់លែង ទៅក្នុងតាមផ្លូវដីសចម្ងាយ ៨២៥ម៉ែត្រ ទៀតទើបទៅដល់បរិវេណ ប្រាសាទនោះ។ ប្រាសាទនេះកសាងក្នុងចន្លោះសតវត្សទី ៧-៨ តាមរចនាបថ កំពង់ព្រះ ប្រាសាទនេះ មានប្រាង្គបីនៅទន្ទឹមគ្នា ធ្វើអំពីឥដ្ឋក្រហម ហើយបែរមុខទៅទិសខាងកើត។

ប្រាសាទកំពង់ព្រះ

ប្រាសាទកំពង់ព្រះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុង ភូមិកំពង់ព្រះ ឃុំធ្នូកទ្រូ ស្រុកបរិបូណ៌ ខេត្តកំពង់ឆ្នាំង។ ដើម្បីទៅដល់ទីទួលប្រាសាទ ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ អាចធ្វើដំណើរស្របតាមបណ្តោយផ្លូវ ជាតិលេខ៥ ចេញពីក្រុងកំពង់ឆ្នាំង មានចម្ងាយ ៤៤គីឡូម៉ែត្រ។ មកដល់ចំណុចផ្សារពន្លៃ មានផ្លូវ បំបែកមួយ (ច្រមុះជ្រូក) នៅខាងស្តាំដៃ ឃើញសាលាស្រុកបរិបូណ៌ រួចបត់តាមផ្លូវនោះជិះទៅត្រង់ ប្រមាណ៣គីឡូម៉ែត្រ។ យើងនឹងទៅដល់ទីតាំងជាក់ជាមិនខាន។ សូមបញ្ជាក់ផងដែរ នៅរដូវវស្សា យើងអាចធ្វើដំណើរតាមផ្លូវទឹក ដោយជិះទូក ឬកាណូត នៅរដូវប្រាំងទឹកស្រកវិញ យានយន្តគ្រប់ ប្រភេទអាចបើកទៅដល់កន្លែងប្រាសាទបានយ៉ាងងាយស្រួលតែម្តង។ ប្រាសាទកំពង់ព្រះកសាងឡើង នៅលើដីកោះមួយកន្លែង ក្នុងបរិវេណវត្ត ទួលព្រះស្រីពិជ័យសូរ្យវង្សកំពង់ព្រះ ឬវត្តកំពង់ព្រះ។ នៅទី- នោះយើងឃើញមានតួប្រាសាទពីរឈរទន្ទឹមគ្នា យ៉ាងសង្ហា ដែលប្រាសាទទាំងពីរនេះ អ្នកស្រុកហៅថា ប្រាសាទប្រុស ប្រាសាទស្រី និងគ្រឹះប្រាសាទទីបីមួយទៀតនៅក្បែរនោះដែលរលំបាក់កប់ទៅក្នុងដីបាត់ រូបរាងស្ទើរតែស្រុងអស់ទៅហើយ។ ប្រាសាទកំពង់ព្រះសាងសង់អំពីថ្មភក់ និងឥដ្ឋក្រហម បែរមុខទៅ ទិសខាងជើង ពោលគឺបែរមុខទៅរកបឹងទន្លេសាប ដែលនៅជិតនោះប្រមាណតែ១គីឡូម៉ែត្រប៉ុណ្ណោះ។ បើយើងពិនិត្យទៅលើផ្នែកស្ថាបត្យកម្មប្រាសាទ យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ក្រុមប្រាសាទកំពង់ព្រះ កសាងនៅក្នុងសម័យមុនអង្គរ នៅចុងសតវត្សទី៧ ដើមសតវត្សទី៨ ក្នុងរាជព្រះមហាក្សត្រិយ៍ ព្រះនាង ជ័យទេវី ដែលគេដឹងថា ព្រះនាងឡើងសោយរាជ្យពីឆ្នាំ ៦៨១ ដល់ ៧១៣ នៃគ្រិស្តសករាជ ត្រូវជាបុត្រី របស់ព្រះបាទជ័យវរ្ម័នទី១ (គ.ស ៦៥៧-៦៨១) ស្ថិតក្នុងរចនាបថកំពង់ព្រះ សម្រាប់ឧទ្ទិសដល់លទ្ធិ ព្រហ្មញ្ញសាសនា។

តួប្រាសាទទី១ ប្រាសាទស្រី នៅរក្សាបុរាណបានល្អជាងប្រាសាទប្រុស មានទំហំ ៦គុណនឹង ៥ម៉ែត្រ និងកម្ពស់ ១០ម៉ែត្រ មានទ្វារបញ្ឆោតចំនួនបី បែរទៅទិសខាងកើត លិច និងខាងត្បូង មានក្បាច់ផ្តែរឆ្លាក់ជា ក្បាច់ផ្កាភ្លឺរាងអក្សរដងធ្នូ អមទៅដោយសសរពេជ្រឆ្វេងស្តាំ និងក្បាច់ផ្សេងៗទៀត ជាច្រើនផងដែរ។ ក្បាច់ផ្តែរនៅច្រកចូលប្រាសាទផ្នែកខាងជើងវិញត្រូវបានរលុះធ្លាក់សឹករចរិលមួយ ផ្នែកធំ។

តួប្រាសាទទី២ ប្រាសាទប្រុស នៅមិនឆ្ងាយពីប្រាសាទស្រី ចម្ងាយ ៣ម៉ែត្រ បើយើងសង្កេតទៅ លើតួប្រាសាទទាំងមូលគឺទ្រុឌទ្រោមខ្លាំងមែនទែន មានទំហំ ៤ម៉ែត្រ ជាការប្តូរជ្រុង និងកម្ពស់ ប្រហែល ៥ម៉ែត្រ មិនមានបន្ទូលទុកនៅក្បាច់ចម្លាក់អ្វីឡើយក្រៅពីស៊ុមទ្វារដែលប្រឹងទ្រទប់ដោយ សសរពេជ្រមួយគូ និងស្លាកស្នាមទ្វារបញ្ឆោតនៅតមទិសទាំងបី ។

តួប្រាសាទទី៣ ប្រាសាទនេះសព្វថ្ងៃនៅសល់តែគ្រឹះ ត្រូវបានមន្ត្រីជំនាញធ្វើកំណាយឃើញ អំឡុងពេលកំពុងជួសជុលអភិរក្សប្រាសាទកំពង់ព្រះនេះ និងបានរៀបចំធ្វើដំបូលប្រកស័ង្គសីគ្របពីលើ គ្រឹះប្រាសាទដើម្បីការពារទឹកភ្លៀងកុំឱ្យហូរច្រោះ។ នៅបរិវេណខាងមុខប្រាសាទប្រហែល២០ម៉ែត្រ យើងឃើញមានគ្រឿងសំណង់តុបតែងប្រាសាទ ជើងទម្រង់បដិមា និងទម្រយោនីសម្រាប់តម្កល់សិរិវិល្ល ដែលគេយកចេញពីក្នុងប្រាសាទមករៀបទុកចោលនៅក្រោមដើមឈើ។ នៅខាងក្នុងប្រាសាទគេជំនួស មកវិញដោយរូបពុទ្ធបដិមាសម្រាប់គោរពបូជាខាងលទ្ធិពុទ្ធសាសនា។

ខេត្តកំពង់ស្ពឺ

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

សហគមន៍ទេសចរណ៍ធម្មជាតិចំបក់

សហគមន៍ទេសចរណ៍ធម្មជាតិចំបក់ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ២០០២ ដែលមានទីតាំងភូមិ សាស្ត្រ ស្ថិតនៅភូមិចំបក់ដង្កុម ឃុំចំបក់ ស្រុកភ្នំស្រួច ខេត្តកំពង់ស្ពឺមានចម្ងាយផ្លូវប្រមាណជា១១០គ.ម។ ភ្ញៀវទេសចរ អាចធ្វើដំណើរពីរាជធានីភ្នំពេញ តាមបណ្តោយផ្លូវជាតិលេខ៤ ត្រង់គីឡូម៉ែត្រ១៨៥ បទ ស្តាំត្រង់ត្រែងត្រយឹង ផ្លូវចូលភិរម្យ មានចម្ងាយប្រហែល២០គីឡូម៉ែត្រ លុះដល់ជើងភ្នំភិរម្យបត់ស្តាំ តាមផ្លូវគ្រួសក្រហមចម្ងាយប្រហែល៨ គីឡូម៉ែត្រ នោះយើងនឹងទៅដល់សហគមន៍អេកូ-ធម្មជាតិ ចំបក់។ មុនចូលទៅដល់ទៅដល់កន្លែងទឹកធ្លាក់ ភ្ញៀវទេសចរ ត្រូវជិះរទេះគោ ឬម៉ូតូឌុបចម្ងាយប្រហែល ជាង២គីឡូម៉ែត្រ បន្ទាប់មកធ្វើដំណើរដោយថ្មើរជើងឡើងលើភ្នំ ជាច្រើនគីឡូម៉ែត្រទៀតទើបទៅដល់ កន្លែងកម្សាន្តជាច្រើនដែលមានចម្ងាយផ្សេងៗគ្នា។ ប្រសិនបើលោកអ្នកចង់ទៅកម្សាន្តនៅទីនេះ គួរតែមកថ្ងៃចុងសប្តាហ៍ ឬ ថ្ងៃថ្ងៃបុណ្យជាតិ ព្រោះមានភ្ញៀវទៅទស្សនាច្រើន នឹងមានអ្នកភូមិយករបស់ របរហូបចុកទៅលក់ ប៉ុន្តែបើទៅចំថ្ងៃ ធ្វើការអាចមិនឃើញមានឡើយ ដូចនេះលោកអ្នកត្រូវមាន ទឹក

ឬអាហារ ជាប់តាមខ្លួន ព្រោះផ្លូវធ្វើដំណើរនៅកណ្តាលព្រៃជ្រៅ។ នៅទីនេះមានធនធានសម្រាប់បម្រើ ដល់វិស័យទេសចរណ៍ដូចជា៖ របាំប្រពៃណី ទស្សនាអន្លង់រ៉ត់ ដាំកូនឈើ ធ្វើវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ធ្វើក្រឡាន ធ្វើអំបុក ទស្សនាស្ថានបន្លែជាមួយនឹងអ្នកភូមិ ទស្សនាទឹកធ្លាក់ចំបក់ ទស្សនាវាលស្រែ ព្រៃឈើ ទឹកធ្លាក់ រូងប្រចៀវ និងបោះជំរុំ។ សហគមន៍ក៏មានបម្រើសេវាកម្មដូចជា អាហារដ្ឋាន កោដិនីយដ្ឋាន មគ្គុទ្ទេសក៍ ផ្ទះស្នាក់ ជួលកង់ ជួលម៉ូតូ ជួលរថយន្ត ជួលគោយន្ត រទេះគោ។

ឧទ្យានជាតិតិរីរម្យ

ឧទ្យានជាតិតិរីរម្យ ជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិត នៅក្នុងភូមិជំរុំផុស ឃុំតិរីរម្យ ស្រុកភ្នំស្រួច ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា៤៤គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តកំពង់ ស្ពឺ។ នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាមណីយដ្ឋានទឹកជ្រោះភ្នំ ដំណាក់ចាស់ ដំណាក់ថ្មី តំបន់ស្រះស្រង់ តំបន់ទឹកធ្លាក់ ជ្រោះអូរតាហ៊ុយ តំបន់ចំការតែ ភ្នំថ្មដា និងតំបន់ល្អាងភ្នំ។ នៅទីនេះភ្ញៀវទេសចរអាចងូតទឹកកម្សាន្ត ញ៉ាំអាហារ ទស្សនាទេសភាពធម្មជាតិ។

ភ្នំខ្ពង់ផ្សារ

ភ្នំខ្ពង់ផ្សារ ជាតំបន់ «ឋានសួគ៌ធម្មជាតិមួយ» កប់ក្នុងព្រៃភ្នំដ៏ធំមួយ ដែលស្ថិតនៅក្នុងភូមិតាំង បំពុង តំបន់រលាក់កងជើង ឃុំតាសាល ស្រុកឱរ៉ាល់ ខេត្តកំពង់ស្ពឺ។ ខ្ពង់ផ្សារ ជាទីតាំងប្រសព្វមុំបីដែល ផ្សាភ្ជាប់ខេត្តចំនួនបីគឺ កោះកុង កំពង់ស្ពឺ និងពោធិ៍សាត់។ ខ្ពង់ផ្សារ ជាតំបន់មួយដែលសំបូរទៅដោយ ព្រៃឈើក្រាស់ ជ្រលង់ភ្នំខ្ពស់ៗ វាលស្មៅដ៏ស្រស់ស្អាត និងសំបូរទៅដោយសត្វព្រៃកម្រជាច្រើនប្រភេទ។ ពេលព្រឹកព្រលឹមយើងគួរធ្វើដំណើរទៅកាន់ ពយខ្ពង់ផ្សារ ដើម្បីទស្សនាភាពស្រស់ស្អាតនៃរស្មីព្រះ- អាទិត្យរះ អមដោយអាកាសធាតុត្រជាក់ និងពពកហោះយ៉ាងខ្លួរខ្មាញ់។ ពេលល្ងាចយើងអាចទស្សនា ថ្ងៃលិចពីលើខ្ពង់ភ្នំផងដែរ។ ទេសភាពព្រៃប្រឹក្សា សម្បូរដោយសព្វសត្វបក្សាបក្សី បានធ្វើឱ្យភ្ញៀវ ទេសចរណ៍ ដែលបានឡើងទៅដល់កំពូលភ្នំខ្ពង់ផ្សារហើយ បាត់អស់ទុក្ខកង្វល់ ស្រូបយកនូវ បរិយាកាសធម្មជាតិ ពេលឡើងដល់កំពូលភ្នំ។ ខ្យល់បកប៉ះរាងកាយ សំលឹងមើលទៅឆ្ងាយបន្តិចពពក ហោះកាន់ព្រៃយ៉ាងក្រាស់ ជារស់ជាតិថ្មីមួយ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរណ៍ដែលបានទៅកម្សាន្តបានប្រសិទ្ធ មានថា «ឋានសួគ៌ធម្មជាតិ»។ តែយ៉ាងណា ទំរាំបានទៅដល់កំពូលភ្នំ ភ្ញៀវទេសចរណ៍បានជួបនូវទុក លំបាកជាច្រើន តាមរយៈការធ្វើដំណើរដោយថ្មើរជើងប្រមាណជាង ៥ទៅ ៧ម៉ោង។ ឌីដេ លីអូជាភ្ញៀវ ទេសចរណ៍ក្នុងចំណោមភ្ញៀវទេសចរផ្សេងៗទៀត ដែលធ្លាប់ធ្វើដំណើរដល់ទីនោះបានឱ្យដឹងថា មិត្តភក្តិរបស់លោកមិនក្រោម២ទៅ៣នាក់នោះទេ ដែលបានធ្លាក់ពីលើគោយន្ត។ រហូតដល់ដំណាក់ កាលដើរឡើងភ្នំ ក៏ប្រទះឃើញអ្នកដំណើរមួយចំនួនបរាជ័យ ត្រឡប់ចុះទៅក្រោមវិញ ហើយអ្នកខ្លះក៏ តស៊ូឡើងរហូតបានសម្រេច។ លោកថា សម្រាប់អ្នកដែលចង់ធ្វើដំណើរកម្សាន្តបែបឡើងភ្នំ ទាល់តែ មានការប្រាជ្ញាចិត្តខ្ពស់ផងដែរ ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

បុរាណវិទ្យាភ្នំព្រះ

បុរាណវិទ្យាភ្នំព្រះ ជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រមណីយដ្ឋាននេះ មានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុង ឃុំយាអង្គ ស្រុកថ្ពង ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជាតិឡម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្ត នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

អំពែភ្នំ

អំពែភ្នំ ជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិកែច្នៃ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅ ក្នុងភូមិអំពែភ្នំ ឃុំស្វាយក្រវ៉ាន់ ក្រុងច្បារមនដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ៤៨ គីឡូម៉ែត្រពី ទីក្រុងភ្នំពេញ។ នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាវត្តចាស់បុរាណមួយនៅលើកូនភ្នំ ដែលជាទីសក្ការៈរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ ទៅធ្វើបុណ្យទានតាមប្រពៃណីជាតិ។ នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាច ងូតទឹក ឆ្លងស្ពានយោល និងអង្គុយលេងកម្សាន្តតាមតួបនានាសម្រាកតាមមាត់ស្ទឹងដើម្បីលំហែ អារម្មណ៍ ហើយនៅតាមតួបនីមួយៗគេអាចកម្ទេចម្ហូបសាច់សត្វព្រៃបានតាមចិត្តប្រាថ្នា នេះសបញ្ជាក់ ថាការលួចបរបាញ់សត្វព្រៃនៅតែមាន។

ខេត្តកោះកុង

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

សហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ជីផាត

សហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ជីផាត ស្ថិតក្នុងភូមិជីផាត ឃុំជីផាត ស្រុកថ្មបាំងខេត្តកោះកុង មានចម្ងាយ ១២៦គ.មពីក្រុងខេមរភូមិន្ទ ភ្ញៀវទេសចរជាតិអន្តរជាតិអាចធ្វើដំណើរទៅកាន់តំបន់នោះ តាមផ្លូវ ជាតិលេខ៤៨ ត្រង់ចំណុចផ្លូវបំបែកហ្លួសស្ពានអណ្តូងទឹកប្រហែល៥គ.មរួចបន្តដំណើរតាមផ្លូវ គ្រួសក្រហម រហូតដល់ភូមិ ជីផាតតែម្តង។ សហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ជីផាតបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ២០០៧ ក្រោមការជួយឧបត្ថម្ភគាំទ្រពី មូលនិធិអង្គការសម្ព័ន្ធមិត្តសត្វព្រៃ និងមានការចូលរួមពី ប្រជាជនក្នុងឃុំ ជីផាត(ភូមិជីផាត ភូមិកំលត ភូមិជាំស្លា និងភូមិទឹកល្អក់) ក្នុងគោលបំណងការពារ ធនធានធម្មជាតិរក្សាតម្លៃវប្បធម៌ខ្មែរ និងលើកស្ទួយជីវភាពប្រជាជន អោយបានកាន់តែប្រសើរឡើង បន្ថែមទៀត ជាពិសេសផ្តល់ឱកាសអោយប្រជាជន ក៏ដូចជាភ្ញៀវទេសចរជាតិ អន្តរជាតិ បានចែក រំលែកនូវបទពិសោធន៍គ្នាទៅវិញទៅមក ថែមទាំងបានផ្តល់នូវសិទ្ធិអំណាចដល់អាជ្ញាធរ ក្នុងការ គ្រប់គ្រងអេកូទេសចរណ៍អាស្រ័យដោយសហគមន៍។ សហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ជីផាតបច្ចុប្បន្នកំពុង ត្រូវបានចាត់ទុកជាតំបន់ទេសចរណ៍មួយដ៏សំខាន់ និងទាក់ទាញបំផុតសម្រាប់ភ្ញៀវមកធ្វើទេសចរណ៍

បែបផ្សេង ព្រេងសិក្សាស្រាវជ្រាវពីបុរាណវិទ្យា ប្រពៃណី វប្បធម៌ អរិយធម៌ និងធម្មជាតិនៃសត្វព្រៃជាដើម។ សហគមន៍ នេះត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលចាត់ទុកជាសហគមន៍គំរូ ហើយបានទទួលនូវជ័យលាភីពាន រង្វាន់សម្តេចតេជោ សម្រាប់ធុរកិច្ចបែបតងក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ និងជ័យលាភីផ្ទះស្នាក់កម្ពុជា។ សក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗក្នុង តំបន់នេះមាន៖

១. តំបន់ពាង ៧០ ឬភ្នំពឹង និងម្លូសបូរាណ
២. តំបន់ពាងបូរាណ និងម្លូសបូរាណភ្នំពេល
៣. តំបន់ពាងបូរាណអូរកី
៤. តំបន់ពាមតាខាត់
៥. អូរស្អាត
៦. ភ្នំត្រងោល
៧. ឆាយអូសតូច
៨. វាលប្រាក់
៩. ឆាយទឹកវេទ
១០. ស្ទឹងព្រីត
១១. ថ្មអណ្តែត
១២. ដំណាក់ខ្ពស់
១៣. អូរពាមក្រវ៉ាញ

ទឹកធ្លាក់តាចាត

ទឹកធ្លាក់តាចាត ជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិត នៅក្នុងភូមិទួលគគីរ ឃុំទួលគគីរ ស្រុកមណ្ឌលសីមា ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ២៥គីឡូម៉ែត្រពីទី រួមខេត្តកោះកុង នៅទីនេះមានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាមានប្រភពទឹកធ្លាក់ធម្មជាតិផ្ទាំងថ្ម សម្រាប់ងូតទឹកកម្សាន្ត និងលំហែរអារម្មណ៍។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

សហគមន៍នេសាទពាមក្រសោប

សហគមន៍នេសាទពាមក្រសោប គឺជាតំបន់ទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិមួយ ស្ថិតនៅក្នុង ភូមិបាង កាយ៉ាក ឃុំពាមក្រសោប ស្រុកមណ្ឌលសីមា ខេត្តកោះកុង។ ភ្ញៀវទេសចរណ៍ជាតិ អន្តរជាតិអាចធ្វើ ដំណើរទៅកាន់តំបន់នេះដោយចំណាយរយៈពេលត្រឹមតែ ២០ ទៅ ២៥ នាទីតែប៉ុណ្ណោះពីទីរួមខេត្ត ដោយមានចម្ងាយប្រមាណ ៧គីឡូម៉ែត្រ។ សហគមន៍តំបន់ការពារធម្មជាតិពាមក្រសោប គឺជាតំបន់

ទេសចរណ៍ដ៏សំខាន់ និងទាក់ទាញបំផុតរបស់ខេត្តកោះកុង តំបន់នេះបានទទួលភ្ញៀវជាតិ អន្តរជាតិ រាប់ម៉ឺននាក់ក្នុងមួយឆ្នាំ។ ដោយសារតំបន់នេះមានសក្តានុពល ទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជា ៖

១. មានព្រៃកោងកាងលាតសន្ធឹងប្រមាណ ៥ ម៉ឺនហិចតាច្រើនជាងគេនៅអាស៊ី
២. មានប្រពន្ធអេកូឡូស៊ី ជីវៈចម្រុះគ្រប់ប្រភេទ ជាជម្រកសត្វក្នុងទឹក និងសត្វស្លាប
៣. មានកន្លែងចម្អើត្រី និងខ្នងច្រើនប្រភេទនៅក្នុងព្រៃកោងកាង
៣. មានអណ្តូងបុរាណដែលមានទឹកសាប អាចអោយប្រជាជនប្រើប្រាស់បានគ្រប់រដូវកាល
៥. មានស្ពានយោលប្រវែង ៥០.២ ម៉ែត្រសម្រាប់ភ្ញៀវដើរកាត់ទស្សនាទេសភាពតាមដងព្រែក
៦. មានប៉មដែលមានកម្ពស់ ១៧ ម៉ែត្រអោយភ្ញៀវឡើង ហើយអាចទស្សនាទេសភាព ដ៏ខៀវស្រងាត់នៃ ព្រៃកោងកាង ព្រែក និងសមុទ្រផងដែរ
៧. មានសត្វផ្សោតសមុទ្រដែលតែងតែធ្វើការបំលាស់ទីពីដែនទឹកនៅមុខឆ្នេរពាមក្រសោប ទៅកាន់ដែនទឹក ខេត្តត្រាតប្រទេសថៃ
៨. នៅក្នុងសហគមន៍នេះក៏មានបម្រើនូវសេវាកម្មសំខាន់ៗដូចជាសេវាហូបចុក និងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ សេវាកម្មជិះទូកលេងកម្សាន្តតាមដងព្រែកគយគន់ទេសភាពព្រៃកោងកាង សត្វស្លាប ស្វា សត្វអំពិលអំពែកនាពេលរាត្រី និងភូមិនេសាទរបស់ប្រជាជនមូលដ្ឋាន។

សហគមន៍តំបន់ការពារធម្មជាតិពាមក្រសោប ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ១៩៩៧ ក្រោមគំនិតផ្តួចផ្តើមរបស់ ឯកឧត្តម យុទ្ធ ភូមិ ដែលក្នុងពេលនោះ ឯកឧត្តម ជាអភិបាលខេត្តកោះកុង។ សហគមន៍ត្រូវបានរៀបចំឡើងក្នុងគោលបំណងអភិវឌ្ឍតំបន់មួយនេះ អោយក្លាយជាសហគមន៍គំរូរបស់ខេត្ត ក្រោមការឧបត្ថម្ភគាំទ្រពី អាជ្ញាធរខេត្ត សហការជាមួយគម្រោងអង្គការនានា និងថវិកាវិភាជន៍ពីមន្ទីរជំនាញផ្សេងៗ មានទស្សនវិស័យជួយដល់ការគ្រប់គ្រង ការពារ និងអភិរក្សធនធានធម្មជាតិ និងជលផល ក្នុងនោះក៏មានការគាំទ្រឧបត្ថម្ភថវិកាពីប្រទេសថៃ តាមរយៈការគៀងគរមូលនិធិរបស់ឯកឧត្តម យុទ្ធ ភូមិ ព្រមទាំងមានការចូលរួមពីដៃគូ អភិវឌ្ឍន៍នានាជាច្រើនក្នុងការរៀបចំនូវហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ បង្កើតជាភូមិ រៀបចំឱ្យមានជាសាលារៀន សាលាឃុំ វត្តអារាម និងទីតាំងរដ្ឋបាលផ្សេងទៀតផងដែរ។ ក្នុងនោះផងដែរក៏មានសមិទ្ធផលរបស់មន្ទីរទេសចរណ៍ខេត្ត បានចូលរួមអភិវឌ្ឍគម្រោងសាងសង់នូវស្ពានប៉េតុងប្រវែង ៦០០ ម៉ែត្រ ចូលក្នុងព្រៃកោងកាងដើម្បីអោយភ្ញៀវទេសចរបានដើរទស្សនានូវទិដ្ឋភាពព្រៃកោងកាងផ្ទាល់តែម្តង។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

សហគមន៍អេកូទេសចរណ៍តាតៃក្រោម

សហគមន៍អេកូទេសចរណ៍តាតៃក្រោម មានទីតាំងស្ថិតនៅជាប់ និងគល់ស្ពានតាតៃក្នុងភូមិអន្លង់វ៉ាក់ ឃុំតាតៃក្រោម ស្រុកកោះកុង ខេត្តកោះកុង បង្កើតឡើងនៅក្នុងឆ្នាំ២០០៨ ក្រោមការផ្តួច

ផ្ដើមឡើងដោយ គម្រោងកម្មវិធីសិលា បានសហការជាមួយមន្ទីរទេសចរណ៍ខេត្តក្នុង គម្រោងមូលនិធិវិភាជន៍កម្មវិធីសិលាក្នុង ផ្នែកគ្រប់គ្រងធនធានធម្មជាតិអភិរក្សបរិស្ថាន។ ក្នុងពេលនោះផងដែរ មន្ទីរបានទទួលអនុវត្តន៍គម្រោងក្នុងការ បង្កើតអោយមានសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍តាតែនេះឡើងតាមរយៈការឯកភាព និងព្រមព្រៀងគ្នារវាងក្រុម ប្រឹក្សាឃុំតាតែក្នុងការចំណាយថវិកាវិភាជន៍នេះដែលក្នុងការរៀបចំបង្កើតអោយមានការប្រជុំពិភាក្សាគ្នា លើកគម្រោងចាយវាយតាមលំដាប់លំដោយរហូតបានទទួលជោគជ័យក្នុងការអនុវត្តន៍គម្រោងនេះ។ ពេលបង្កើតគណៈកម្មការសហគមន៍រួចហើយ មានការបោះឆ្នោតជ្រើសរើស និង អនុវត្តន៍ទៅតាមលក្ខន្តិកៈដែលមានចែង ប៉ុន្តែសហគមន៍នេះមិនទាន់បានចុះបញ្ជីក្នុងក្រសួងមហាផ្ទៃនៅឡើយទេ។ នៅពេលអនាគតតម្រូវអោយសហគមន៍នេះរៀបចំលិខិតបទដ្ឋានអោយបានត្រឹមត្រូវតាមឯកសារលក្ខន្តិកៈដែលបានចែងក្នុងប្រកាសនីមួយៗ ហើយបច្ចុប្បន្នសហគមន៍នេះត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយក្រុមប្រឹក្សាឃុំតាតែជាអ្នកទទួលខុសត្រូវ និងក្រោមការចង្អុលបង្ហាញពីអាជ្ញាធរស្រុកកោះកុង និងមន្ទីរទេសចរណ៍ បានរៀបចំឱ្យមានសណ្តាប់ធ្នាប់ទទួលសេវាកម្មទៅតាមតម្រូវការភ្ញៀវ ទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ។

កោះកុងក្រៅ

កោះកុងក្រៅ ស្ថិតក្នុងភូមិកោះកាពិ ឃុំកោះកាំពិ ស្រុកកោះកុង ខេត្តកោះកុង មានចម្ងាយ ៣០ គ.ម ពីក្រុងខេមរភូមិន្ទ ភ្ញៀវទេសចរជាតិ អន្តរជាតិទាំងអស់អាចធ្វើដំណើរទៅកាន់តំបន់នេះបានតាមរយៈផ្លូវទឹក ដោយចំណាយពេលប្រមាណ ៥០នាទី ទើបដល់កោះដ៏ធំមួយនេះ។ កោះកុងក្រៅមានផ្ទៃដីប្រមាណ ៨០ គ.ម២ និងកម្ពស់ប្រហែល ៤១០ ម ស្ថិតនៅលើផ្ទៃទឹកសមុទ្រដ៏ធំល្វឹងល្វើយដែលមានព័ណ៌ខៀវស្រងាត់ ជាកោះដែលសម្បូរទៅដោយធនធានធម្មជាតិ សត្វព្រៃ មច្ឆា ផ្កាថ្ម និងជីវៈចម្រុះបាតសមុទ្រ មានឆ្នេរខ្សាច់ សម្រាប់កម្សាន្ត ៥ កន្លែង។ សព្វថ្ងៃតំបន់កោះកុងក្រៅនេះស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់អង្គភាពយោធាជើងទឹកផ្នែកលំហសមុទ្រ។

ក្រុងព្រះសីហនុ

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

ទឹកធ្លាក់ក្បាលឆាយ

ទឹកធ្លាក់ក្បាលឆាយ គឺជាតំបន់ទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ មានទឹកជ្រោះជាទឹកសាបធ្លាក់ជាពីរជាន់ មានចម្ងាយ១៦គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តព្រះសីហនុ។

ខេត្តកំពត

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

តំបន់អន្លង់ព្រីង

តំបន់អន្លង់ព្រីង ស្ថិតនៅឃុំបឹងសាលាខាងត្បូង ស្រុកកំពង់ត្រាច ខេត្តកំពត មានចម្ងាយ ៤៥ គីឡូម៉ែត្រពីក្រុងកំពត ដែលជាតំបន់សម្បូរទៅដោយសត្វស្លាបជាច្រើនពិសេសសត្វគ្រៀល។ ចាប់ពី ចុងខែវិច្ឆិកា ដល់ខែធ្នូ តំបន់អន្លង់ព្រីងមានសត្វគ្រៀលជាបណ្តើរៗ ហើយសម្បូរនៅ ខែកុម្ភៈ-ឧសភា។ ចាប់ពីពាក់កណ្តាលខែមិថុនា ទៅសត្វគ្រៀលនឹងហើរទៅពងកូននៅទីកន្លែងផ្សេងៗប៉ុន្តែតំបន់អន្លង់ ព្រីង ក៏មានសត្វស្លាបផ្សេងៗទៀតសម្រាប់ភ្ញៀវទស្សនាផងដែរ។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ ៖ ស្ថិតនៅឃុំបឹងសាលាខាងត្បូង ស្រុកកំពង់ត្រាច ខេត្តកំពត មានចម្ងាយ ៤៥ គីឡូម៉ែត្រពីក្រុងកំពត ជាតំបន់ដែលសម្បូរទៅដោយសត្វស្លាបជាច្រើនពិសេសសត្វគ្រៀល។

ក្រុងកែប

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

សហគមន៍ទេសចរណ៍កែប

បង្កើតឆ្នាំ ២០០៨ មានផ្ទៃដីសរុប ៤០ហិកតា មានប្រជាជន១៥គ្រួសាររស់នៅទីនោះ។ ភាពទាក់ទាញបែបធម្មជាតិ និងវប្បធម៌ បែបសហគមន៍ ដូចជាឆ្នេរសមុទ្រដ៏ស្អាតពោពេញទៅដោយ ត្រី និងផ្កាថ្មជាច្រើន។ សេវាកម្មទេសចរណ៍ដូចជា ផ្ទះស្នាក់ សេវាកម្មម្ហូបអាហារសេវាកម្មជិះទូកកម្សាន្ត ជុំវិញកោះ សេវាកម្មស្ទូចត្រី ការជួលឧបករណ៍មើលផ្កាសមុទ្រ សេវាកម្មម៉ាស្សា សេវាកម្មកម្សាន្ត ពេលរាត្រី។ សកម្មភាពផ្សេងៗដូចជា ការបរិភោគអាហារសមុទ្រស្រស់ៗ ការហែលទឹក ការអានសៀវភៅ ការស្តាប់តន្ត្រី សម្រាកក្នុងតង់ ការយល់ដឹងពីការរស់នៅរបស់ប្រជាជនក្នុងតំបន់ និងជាពិសេសជាង នេះទៅទៀតនោះ គឺការភ្ជាប់ខ្លួនជាមួយធម្មជាតិដ៏ស្រស់បំព្រង និងខ្យល់អាកាសបរិសុទ្ធ ។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ ៖ ចម្ងាយប្រមាណ៤.៥គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្ត ហើយតប្រមាណជា ២០ទៅ៣០ នាទីទៀតតាមរយៈការធ្វើដំណើរតាមទូក។ ទូករបស់សហគមន៍មានតម្លៃប្រហែលពី២៥ដល់៣៥ដុល្លា អាមេរិចក្នុងមួយទូកដែលអាចស្តុកមនុស្សបានពី៨ទៅ១០នាក់។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

កោះពោធិ៍

កោះពោធិ៍ គឺជាកោះមួយទៀតដែលមានទេសភាពស្រស់ស្អាតដែលអាចត្រូវនឹងចំណូលចិត្ត សម្រាប់ភ្ញៀវដែលនិយម គោលដៅអេកូទេសចរណ៍ហើយវាក៏មានឆ្នេរខ្សាច់ល្អប្រកបដោយភាពស្ងប់

ស្ងាត់ផងដែរ។ កោះនេះលម្អដោយឆ្នេរខ្សាច់ពណ៌ពងមាន់ព័ទ្ធជុំវិញដោយព្រៃឈើពណ៌បៃតងស្រស់។ កោះពោធិ៍ គឺជាកូមិករបស់អ្នកនេសាទប្រមាណជា ៥០ គ្រួសារ ដែលរស់នៅ យ៉ាងស្ងាត់ស្ងៀមលើ កោះនៃកូមិសាស្ត្រ ខេត្តកែបនេះ។ វាក៏ដូចនឹងសហគមន៍ អ្នកនេសាទឯទៀតៗផងដែរ អ្នកកូមិកោះ ពោធិ៍រស់នៅដោយសេចក្តីថ្លៃថ្នូរ និងសកម្មក្នុងអាជីពជាអ្នកនេសាទរបស់ខ្លួន។ ប្រជាពលរដ្ឋនៅកោះ ពោធិ៍ ១០០ ភាគរយគឺជាអ្នកនេសាទ ពួកគេពុំដែលចាកចេញពីមហាសាគរទៅរកដី គោកឡើយ។ ទីនោះពុំមានសាលារៀនសម្រាប់កុមារ គ្មានមន្ទីរពេទ្យ ហើយក៏គ្មានអគ្គិសនីប្រើប្រាស់ដែរ។ វាជាកូមិ ដាច់ស្រយាលដែលមានចម្ងាយ ប្រហែល ១០គីឡូម៉ែត្រពីក្រុងកែប។ ដើម្បីទៅដល់កោះពោធិ៍គឺត្រូវធ្វើ ដំណើរមួយទៅពីរម៉ោងពេលគឺយឹត ឬលឿនទៅតាមអាកាសធាតុសមុទ្រដែលមានរលកធំ ឬតូច។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ សម្រាប់ការចំណាយតិច ភ្ញៀវទាំងឡាយគួរទិញសំបុត្រទូក ទៅកោះ ពោធិ៍វិញ ត្រូវចំណាយ៤០ ដុល្លារទាំងទៅមក ឬក៏ភ្ញៀវទៅកោះទន្សាយក្នុងតម្លៃទៅមក ២០ដុល្លារសិន ហើយនៅពេលជិះអ្នកអាចចរចាជាមួយអ្នកបើកទូកដោយផ្ទាល់ឱ្យជូនទៅកោះពោធិ៍បន្តទៀតក៏បាន។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

សួនមេអំបៅ

សួនមេអំបៅចម្ងាយ ២.១ គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តដែលជាប្រភេទកែច្នៃ និងមានមេណីយដ្ឋាន សម្រាប់លំហែកម្សាន្ត និងថតរូប មើលសត្វមេអំបៅជាច្រើន។

ខេត្តព្រៃវែង

- ១. ធនធានទេសចរណ៍
- ១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

មេណីយដ្ឋាននគរភ្នំ

មេណីយដ្ឋាននគរភ្នំ ជាមេណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបប្រវត្តិសាស្ត្រ មេណីយដ្ឋាននេះមានទី តាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិរោងជំរី ឃុំជើងភ្នំ ស្រុកបាភ្នំ ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ៤៨គីឡូម៉ែត្រពីទីរួម ខេត្តព្រៃវែង នៅទីនេះមានភ្នំ ប្រាសាទចន្ទ បុណ្យអ្នកតាមេសរ ទួលដំបូកនេនទុំ និងស្រូបយកខ្យល់ បរិសុទ្ធមើលទេសភាពស្រស់ចំការ។

ខេត្តស្វាយរៀង

- ១. ធនធានទេសចរណ៍
- ១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

ព្រៃគគីរ

ព្រៃគគីរ គឺជាមេណីយដ្ឋានធម្មជាតិដែលសម្បូរទៅដោយដើមគគីរជាច្រើនដើមដុះព័ទ្ធជុំវិញ។ មេណីយដ្ឋាននេះមានចម្ងាយ ៣២គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តស្វាយរៀង។ នៅទីនោះមានស្រះទឹកធំមួយនៅ

ចំណូលព្រៃ មានរុក្ខជាតិតូចធំដុះពេញព្រៃ មានដូចជា ដើមគគីរ ដើមស្មាច់ ដើមប្រេងខ្យល់ និងមាន ការរៀបចំស្តង់ដារស្ថានសម្រាប់ដើរទស្សនាព្រៃដើមអាកាស្យា និងសួនផ្កាចម្រុះពណ៌មួយយ៉ាងស្រស់ បំពេញ។ នៅមេឃឹមដ្ឋានព្រៃគគីរក៏មានលក់អាហារដ៏មានរសជាតិឆ្ងាញ់បែបធម្មជាតិ ដែលបានមក តាមរយៈ ការផ្គត់ផ្គង់ពីកសិករ មានបន្លែ ត្រី មាន់ និងទា ជាហេតុធ្វើឱ្យប្រជាពលរដ្ឋនៅទីនោះ ទទួលបានប្រាក់ចំណូលតាមរយៈមេឃឹមដ្ឋាននេះដែរ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

ព្រៃបាសាក់

ព្រៃបាសាក់ មានផ្ទៃដីសរុប ០៩ ហិកតា ២៤អា និង ៩៨សង់ទីអា មានព្រំប្រទល់ខាងជើង និងខាងកើតជាប់នឹងដែនដីកោះ ខាងត្បូង និងខាងលិចជាប់នឹងភូមិអ្នកស្រុក។ នៅចំណូលព្រៃបា សាក់មានទួលចំនួនពីរ គឺទួលប្រាសាទ និងទួលគក់សំពៅ ទួលទាំងពីរនេះ ឃ្លាតពីគ្នាប្រវែងប្រមាណ ១០០ ម៉ែត្រប៉ុណ្ណោះ ចំណែកទួលប្រាសាទ គឺមានសេសសល់ « ទួលប្រាង្គប្រាសាទ » មួយចំហៀង មានកម្ពស់ ២ម បណ្តោយ ៥ម សង់ឡើងអំពីឥដ្ឋធំៗ។ ប្រាង្គនេះ កសាងឡើងប្រហែលក្នុងសតវត្សរ៍ទី ៦ រចនាបទសំបូរព្រៃគុកមកម៉្លេះ ហើយលើទួលប្រាសាទនេះដែរ សុទ្ធសឹងជាគ្រឹះថ្ម ដែលបានតម្រៀប ជាថ្នាក់ៗជាប្រភេទថ្មបាយក្រៀម និងដុំឥដ្ឋធំៗ។ ចំណែកទួលគក់សំពៅមានសណ្ឋានដូចជា សំពៅ ប្រវែងប្រមាណ ២៥ម កម្ពស់ ៤មចំណែកឯជ័យសងខាងនៃទួលមានតម្រៀបដោយថ្មបាយក្រៀម និងដុំឥដ្ឋជាថ្នាក់ៗផងដែរ។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ៖ មេឃឹមដ្ឋាននេះមានចម្ងាយ ៨.៥ គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តស្វាយរៀង។ យើងអាចធ្វើដំណើរដោយរថយន្តតាមផ្លូវបេតុងថ្មី (ពីមុនផ្លូវលំ) ប៉ុន្តែនៅរដូវវស្សា យើងក៏អាចធ្វើ ដំណើរតាមផ្លូវទឹកនៃដងទន្លេវ៉ៃកោក្នុងចម្ងាយត្រឹមតែ ៥គីឡូម៉ែត្រប៉ុណ្ណោះ។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

ទឹកវិល

ទឹកវិល ជាតំបន់កម្សាន្តបែបលក្ខណៈគ្រួសារ ដែលមានបឹងមួយដ៏ធំដែលអាចឱ្យភ្ញៀវអញ្ជើញ មកដឹះទូកលេង និងគយគន់មើលទេសភាពដ៏ខៀវស្រងាត់ជុំវិញបឹងនេះ និងមានខ្នុសសម្រាប់ភ្ញៀវ សម្រាកពិសារអាហារដ៏មានឱជារសឈ្ងុយឆ្ងាញ់បែបធម្មជាតិ។ ពីមួយថ្ងៃទៅមួយថ្ងៃមេឃឹមដ្ឋាននេះ ទទួលភ្ញៀវទេសចរអញ្ជើញមកកម្សាន្តច្រើនគួរសម។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ ៖ មេឃឹមដ្ឋាននេះ មានចម្ងាយប្រមាណ ៤២គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តស្វាយរៀង យើងអាចធ្វើដំណើរទៅទីនោះគ្រប់មធ្យោបាយ។

ខេត្តក្រចេះ:

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

សហគមន៍អេកូ-ទេសចរណ៍ធម្មជាតិកោះទ្រង់

សហគមន៍អេកូ-ទេសចរណ៍ធម្មជាតិកោះទ្រង់ គឺជាកោះមួយដែលស្ថិតនៅកណ្តាលទន្លេមេគង្គ ទល់មុខទីរួមខេត្តក្រចេះទិសខាងលិចប្រមាណ ១ គ.ម។ កោះទ្រង់ជាសង្កាត់មួយក្នុងចំណោមសង្កាត់ ទាំង៥ នៃក្រុងក្រចេះ ខេត្តក្រចេះ។ កោះនេះមានភូមិចំនួន២ មានផ្ទៃដីសរុបទំហំ ២២៣ហិកតា មានប្រជាពលរដ្ឋភាគច្រើនជាកសិករ ពីព្រោះកោះនេះដីសម្បូរទៅដោយដីមានជីជាតិ អំណោយផល ដល់ វិស័យកសិកម្ម។ កោះទ្រង់ជាតំបន់ដែលមានសក្តានុពលនៃវិស័យអេកូ-ទេសចរណ៍បែបធម្មជាតិ មួយដ៏ត្រកាលក្នុងចំណោមតំបន់ជាច្រើនទៀតរបស់ខេត្តក្រចេះ។ កោះនេះមានឆ្នេរខ្សាច់អមដោយទឹក ទន្លេថ្លាយង់នាវដូរជ្រាំង ដែលលាតសន្ធឹងតាមបណ្តោយកោះផ្នែកខាងកើត ទល់មុខនឹងទីរួមខេត្ត ក្រចេះ គួរជាទីគយគន់ និងការធ្វើដំណើរកម្សាន្តដ៏មនោរម្យ របស់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ ជាពិសេសគឺការស្រូបយកជំនោរដ៏បរិសុទ្ធពីធម្មជាតិ។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ កោះនេះមានបណ្តោយប្រមាណ ៤.៥ គ.ម ពីជើងទៅត្បូង ព័ទ្ធដោយ ផ្លូវលំមួយខ្សែប្រវែង ៩ គ.ម និងអមដងផ្លូវសម្បូរទៅដោយដើមក្រូចថ្លុង ដែលមានរស់ជាតិផ្អែមពី ធម្មជាតិពិតៗ នៅចំកណ្តាលកោះមានបឹងចំនួន២ ដែលមានចំការបន្លែ និងស្រែប្រាំង/វិស្សាលាស់ខៀវ ខ្លីស្ទើរគ្រប់រដូវកាល សហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ធម្មជាតិ បង្កើតឡើងនៅថ្ងៃទី២៥ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០០៨ ក្រោមការជួយសម្របសម្រួលពីមន្ទីរទេសចរណ៍ខេត្តក្រចេះ អង្គការកាហ្វឌុក និងមានការ គាំទ្រថវិកាពីអង្គការមូលនិធិអាស៊ី តាមរយៈអង្គការ អុកស្វាមអង់គ្លេស។

សកម្មភាពទេសចរ ៖ សហគមន៍អេកូ-ទេសចរណ៍ធម្មជាតិកោះទ្រង់បានក្លាយជាភូមិស្នាត មានអនាម័យ និងបរិស្ថានល្អ ជាការទាក់ទាញដល់ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ។ កោះទ្រង់មានផ្ទះ ស្នាក់សហគមន៍ ម្ហូបអាហារ សួនដាំបន្លែ និងមានម៉ូតូឌុប រទេះសេះ រទេះគោ ជួលកង់ជិះកម្សាន្តជុំវិញ កោះ មើលសត្វជ្រឹង មើលភូមិបណ្តែតទឹករបស់ជនជាតិវៀតណាម ហើយទេសចរក៏អាចធ្វើការ ប៉ោះតង់លើឆ្នេរខ្សាច់(ឆ្នេរផ្ដើមស្នេហ៍)ដ៏ស្រស់ស្អាតដែលអាចមើលឃើញសម្រស់ក្រុងក្រចេះនាពេល រាត្រីផងដែរ។

មណ្ឌីយដ្ឋានធម្មជាតិបឹងកោះសុក្រម

មណ្ឌីយដ្ឋានធម្មជាតិបឹងកោះសុក្រម ជាមណ្ឌីយដ្ឋានបែបធម្មជាតិដែលមានសក្តានុពល ខាងវិស័យទេសចរណ៍ដែលអាចទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរមកកម្សាន្ត ដោយសារមានទេសភាពវាលបឹង យ៉ាងធំ ទឹកថ្លាយង់ មានកន្លែងសម្រាប់ឱ្យភ្ញៀវចុះលេងទឹកដោយសុវត្ថិភាព មានសង់ស្ពានដែលធ្វើ

អំពីឈើសម្រាប់ឱ្យភ្ញៀវដើរកម្សាន្តគយគន់ទេសភាពមាត់បឹង និងរុក្ខជាតិដ៏ស្រស់បំព្រងជាមួយនឹង ខ្យល់អាកាសដ៏បរិសុទ្ធជាពិសេសភ្ញៀវអាចអង្គុយញ៉ាំអាហារក្នុងខ្នងផងដែរ។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ រមណីយដ្ឋានធម្មជាតិបឹងកោះសុក្រម មានចម្ងាយ ប្រហែល១៤គីឡូម៉ែត្រពីទី រួមខេត្តក្រចេះ ដោយធ្វើដំណើរតាមផ្លូវជាតិលេខ៧ ប្រហែល៩គីឡូម៉ែត្រនៅខាងស្តាំដៃយើងនឹងឃើញ ផ្លូវបត់ចូលទៅកាន់រមណីយដ្ឋាននោះដោយបន្តដំណើរប្រហែល៥គីឡូម៉ែត្រទៀតយើងនឹងទៅដល់ ទីតាំងនោះ។ យើងអាចធ្វើដំណើរតាម៖ ម៉ូតូ/កង់ រថយន្ត ឡានក្រុង

កោះព្រហ្មចារីយ៍

កោះព្រហ្មចារីយ៍ ជាកោះដែលស្ថិតនៅទន្លេមេគង្គ ខាងលិចរមណីយដ្ឋានទឹកជួរកាំពី ទីនោះ ធម្មជាតិអំណោយផលណាស់ ទេសភាពស្រស់ត្រកាល មានដើមឈើធំៗផ្តល់ម្លប់ត្រជាក់ មានថ្ម ខ្សាច់ ទឹក ពិតជាមនោរម្យណាស់ដោយសម្លេងទឹកហូរ និងសម្លេងសត្វ លោកអ្នកអាចបោះតង់ ឬពិកនិចនៅ ទីនោះ និងអាចហែលទឹកលេងកម្សាន្តជាលក្ខណៈគ្រួសារ ឬជាក្រុមការងារ។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ លោកអ្នកធ្វើដំណើរពីក្រចេះដោយមធ្យោបាយដូចជារថយន្ត ម៉ូតូ រ៉ឺម៉ក ឆ្ពោះទៅ ទិសខាងជើងចម្ងាយប្រមាណ១៥គីឡូម៉ែត្រ ដល់ត្រង់ចំណតឡានដែលទស្សនាសត្វផ្សោត ហើយជិះ ទូកបន្តទៅកោះប្រមាណជា២គីឡូម៉ែត្រទៅដល់ទីនោះ។

អន្លង់ផ្សោតកាំពី

អន្លង់ផ្សោតកាំពី ភ្ញៀវទេសចរជិះទូកមើលផ្សោតទឹកសាប ដែលជាប្រភេទបន្តិកសត្វចិញ្ចឹមកូន ដោយទឹកដោះ និងជាសត្វដែលកម្រ ផ្សោតជាសត្វស្ងួត វាស៊ីត្រីជាអាហារ វាស់នៅក្នុងអន្លង់ទឹកជ្រៅ ដែលសំបូរត្រីដែលជាអាហាររបស់វា វាងាយរងគ្រោះដោយសារជាប់មង ឬអ្ននដែលជនខិលខូចលួច យកទៅដាក់ដើម្បីចាប់ត្រី ក្នុងរយៈពេលពីរឆ្នាំមានកូនម្តង។ មានរឿងព្រេងនិទានដំណាលពីសត្វផ្សោត នេះផងដែរ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

រមណីយដ្ឋានប្រាសាទប្រាំ

រមណីយដ្ឋានប្រាសាទប្រាំ រមណីយដ្ឋានមួយនេះមានចម្ងាយ១៨គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តក្រចេះ ឆ្ពោះទៅទិសខាងជើង តាមផ្លូវបណ្តោយផ្លូវជាតិលេខ៧។ ជាទីតាំងប្រាសាទសាងសង់តាំងពីសម័យ ចេនឡា បច្ចុប្បន្នប្រាសាទទាំងនេះបែកបាក់ និងកប់ដីស្ទើរទាំងស្រុង នៅសល់តែបំណែកតិចតួចតែ ប៉ុណ្ណោះ។

រមណីយដ្ឋានភ្នំសុពណ៍កាឡី

រមណីយដ្ឋានភ្នំសុពណ៍កាឡី ភ្ញៀវអាចធ្វើដំណើរតាមដងទន្លេមេគង្គត្រើយខាងលិច ខាងត្បូង ទីរួមខេត្តចម្ងាយប្រមាណ៤៥គីឡូម៉ែត្រដើម្បីចូលទៅដល់ជើងភ្នំ ត្រូវធ្វើដំណើរតាមផ្លូវក្រាលគ្រួស

ក្រហម៨០០ម៉ែត្រ ពីផ្លូវធំ រួចបន្តឡើងតាមជណ្តើរថ្មប្រហែល៨០០កាំទើបទៅដល់កំពូលភ្នំ នៅលើ កំពូលភ្នំមានវិហារបុរាណ មានកុដិ ខ្នងតាជីយាយជី និងសាលាសំណាក់។ យើងអាចមើលទេសភាពពី លើកំពូលភ្នំឃើញ វាលស្រែបន្លែដំណាំ ដងទន្លេមេគង្គ និងផ្ទះប្រជាជននៅជើងភ្នំ និងមានរឿង ដំណាលពាក់ព័ន្ធនឹងក្រពើសុពណ៍កាឡី ភ្ជាប់នឹងរឿងក្រពើនេនធនសសរ១០០ផងដែរ។

វត្តសសរ១០០

វត្តសសរ១០០ ជាកន្លែងគោរពបូជាតាមបែបជំនឿព្រះពុទ្ធសាសនា ភ្ញៀវទេសចរទៅកម្សាន្ត តែងតែចូលអុជធូបបន់ស្រន់សុំសេចក្តីសុខ និងទស្សនាទិដ្ឋភាពស្រស់ស្អាតនៃព្រះវិហារ ដែលមានរឿង ដំណាលរឿងពាក់ព័ន្ធនឹង បុត្រីព្រះបាទចន្ទរាជាព្រះនាមព្រះនាងវរក្រ (ចេតិយ៍ព្រះនាងក្រពុំឈូក) និងក្រពើនេនធន(វត្តវិហារគោក ដែលស្ថិតនៅខាងកើតវត្តវិហារសសរ១០០ ចម្ងាយ៥០០ម៉ែត្រ)។ នៅខាងមុខវត្តមានរោងលក់ម្ហូបអាហារជាច្រើនដែលសាងសង់ប្របនឹងមាត់ទន្លេ ភ្ញៀវអាចសម្រាក បរិភោគអាហារនៅទីនោះ ក៏ដូចជាគយគន់ទេសភាពទន្លេមេគង្គដ៏ស្រស់ស្អាតផងដែរ។ មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ វិហារសសរ១០០មានចម្ងាយផ្លូវ៣៦គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តក្រចេះ ភ្ញៀវទេសចរ អាចធ្វើដំណើរតាមរយៈរថយន្ត ម៉ូតូ រ៉ឺម៉កកង់បី ឬជិះកង់។

មេណីយដ្ឋានភ្នំសំបុក

មេណីយដ្ឋានភ្នំសំបុក ជាមេណីយដ្ឋានវប្បធម៌ប្រវត្តិសាស្ត្រ ចម្ងាយ ១០គ.ម តាមផ្លូវខេត្តលេខ ៣៧៧ ទៅស្ទឹងត្រែង ស្ថិតនៅ ឃុំថ្មត្រៃ ស្រុកចិត្របុរី ខេត្តក្រចេះ។ ភ្នំសំបុក ជាកូនភ្នំតូចមួយមាន កម្ពស់ប្រមាណ ៧០ម ស្ថិតនៅ ២០០ម ខាងកើតផ្លូវ។ មានផ្លូវតូចមួយក្រាលគ្រួសក្រហមបែកខាងស្តាំ ដៃចូលទៅដល់ជើងភ្នំ។ ទីភ្នំដុះទៅដោយរុក្ខជាតិជាច្រើនប្រភេទ ដែលមានវាយឈ្មោះវិទ្យាសាស្ត្រ នៃប្រភេទរុក្ខជាតិនីមួយៗ ភ្ជាប់ទៅនឹងដើម។ ទីភ្នំមាន៣ថ្នាក់នឹងមានជណ្តើរថ្មឡើង៣ជាន់។ ភ្ញៀវអាច ឡើងទៅដល់ជាន់ទី១តាមជណ្តើរថ្ម ឬបើករថយន្តឡើង រង់តាមផ្លូវចាក់ស៊ីម៉ង់បាន។ នៅលើភ្នំមានកូន វិហារ កុដិ និងតូបជាច្រើនដែលជាទីស្នាក់នៅរបស់ ព្រះសង្ឃ និងតាជី យាយជី។ ជាន់នីមួយៗមានផ្លូវ ព័ទ្ធជុំវិញ និងមានបង់សម្រាប់ភ្ញៀវអង្គុយយកខ្យល់អាកាសត្រជាក់បរិសុទ្ធ និងគយគន់ទិដ្ឋភាពស្រែ ចម្ការភូមិអ្នកស្រុក និងទន្លេមេគង្គ។ ហើយក៏ជាទីកន្លែងធ្វើវិបស្សនាសមាទានសីលដ៏ស្ងប់ស្ងាត់។

សកម្មភាពទេសចរ សម្រាប់ភ្ញៀវគឺអាចដើរកម្សាន្តលើភ្នំដើម្បីស្រូបខ្យល់អាកាសបរិសុទ្ធ និងគយគន់ទេសភាពវាលស្រែ ព្រៃប្រឹក្សា និងដងទន្លេមេគង្គដ៏ស្រស់ស្អាត។ ហើយក៏ជាទីកន្លែង សក្ការៈបូជា និងធ្វើសមាធិ(វិបស្សនា) សម្រាប់អ្នកមានជំនឿ និងគោរពព្រះពុទ្ធសាសនាផងដែរ។ តាមការនិទាន កាលដើមឡើយជើងភ្នំសំបុកមានរ៉ែមាសយ៉ាងច្រើន រហូតដល់ជាង១៥ស្តេចទៅធ្វើ គ្រឿងអលង្ការនៅទីនោះ។ ប្រជាជនក៏ហៅទីនោះថា សំបុកមាស រួចក្រោយមកក៏ក្លាយជា ភ្នំសំបុកមក ទល់សព្វថ្ងៃនេះ។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ ទេសចរអាចធ្វើការជួលកង់ ឬម៉ូតូក្នុងក្រុងក្រចេះ រួចធ្វើដំណើរតាម បណ្តោយទន្លេឆ្ពោះទៅកាន់ទិសខាងជើងចង្វាយប្រមាណ១០គីឡូម៉ែត្រនៅខាងស្តាំដៃ ចង្វាយ២៥០ ម៉ែត្រពីផ្លូវខេត្តគីឡូលេខ៣៧៧ លោកអ្នកនឹងឃើញភ្នំនោះ។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

សហគមន៍អេកូ-ទេសចរណ៍កោះផ្តៅ

សហគមន៍អេកូ-ទេសចរណ៍កោះផ្តៅ ចម្ងាយ ៤៥គ.ម ពីខេត្តក្រចេះ កោះផ្តៅ និងសំកិន គឺជាកូមិពីរក្នុងចំណោមកូមិដ៏ទៃទៀតដែលស្ថិតនៅលើកោះរងាវ។ កោះរងាវ ជាកោះមួយដែលវែងជាង គេបំផុតក្នុងចំណោមកោះដ៏ទៃទៀត មានប្រវែង ៤៥គីឡូម៉ែត្រ ស្ថិតនៅតាមបណ្តោយដងទន្លេមេគង្គ ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ កូមិទាំងពីរនេះស្ថិតនៅក្នុង ឃុំកំពង់ចាម ស្រុកសំបូរ ខេត្តក្រចេះ តាមបណ្តោយ ដងទន្លេមេគង្គភាគខាងជើងចម្ងាយប្រមាណ ៤៤គីឡូម៉ែត្រ ពីរួមខេត្តក្រចេះ។ ដើម្បីទៅដល់កូមិនេះ អ្នកធ្វើដំណើរត្រូវធ្វើដំណើរតាមផ្លូវគោកប្រវែងប្រមាណ ៣៨គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តក្រចេះទៅកាន់ស្រុក សំបូរ និងបន្តដំណើរតាមទូកពីស្រុកសំបូរទៅកូមិទាំងពីរខាងលើចម្ងាយ ៦គីឡូម៉ែត្រទៀត។

ខេត្តស្ទឹងត្រែង

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

រមណីយដ្ឋានបឹងធម្មជាតិវាលរំពេ

រមណីយដ្ឋានបឹងធម្មជាតិវាលរំពេ គឺជារមណីយដ្ឋានមួយដែលមានសក្តានុពលខាងវិស័យ ទេសចរណ៍ដែលអាចទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិឱ្យមកលំហែកាយសម្រាកលេងកម្សាន្ត បាន។ បឹងនោះមានទំហំ ២១ហិកតា នៅទីនោះផងដែរមានទេសភាពដ៏ស្រស់ស្អាតលាយឡំដោយរុក្ខ ជាតិជាច្រើនអមទៅដោយសម្លេងសត្វបក្សាបក្រីស្រែកយំអឹងកង់គួរឱ្យចង់ទៅលេងកម្សាន្ត។ នៅពេល អនាគតគេគ្រោងសាងសង់ខ្ទមបែបជនជាតិភាគតិច រៀបចំកន្លែងអង្គុយតាមបែបវប្បធម៌ជនជាតិ និងភោជនីយដ្ឋានសម្រាប់សម្រាកកម្សាន្ត និងញាំអាហារ។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ រមណីយដ្ឋានវាលបឹងរំពេ មានចម្ងាយប្រហែល ២៧ គីឡូម៉ែត្រពីទីរួម ខេត្តស្ទឹងត្រែង ដោយយើងត្រូវធ្វើដំណើរតាមផ្លូវជាតិលេខ ៧ ឬផ្លូវអាស៊ានលេខ ១១ បត់ឆ្វេងលើផ្លូវ ជាតិលេខ ៧៨ តាមទិសដៅឆ្ពោះទៅខេត្តរតនៈគិរីប្រមាណ ៩គីឡូម៉ែត្រ នោះយើងនឹងទៅដល់វាល បឹងរំពេដែលស្ថិតនៅជាប់នឹងផ្លូវជាតិលេខ៧៨។

អេកូទេសចរណ៍បូរីអូស្វាយ

អេកូទេសចរណ៍បូរីអូស្វាយ ជារមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ រមណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិអូស្វាយ ឃុំអូស្វាយ ស្រុកថាឡាបរីវ៉ាត់ ដែលមានចម្ងាយ

ប្រមាណជា៦៨គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តស្ទឹងត្រែង មានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗដូចជាអន្លង់ មរកត ក្បាលកោះ កោះទន្សាយ ប៉ុនប៉ាតង់ អន្លង់ព្រះសុខន រើនសៀន ល្អាងភ្នំប្រាក់ ភ្នំប្រាក់ ស្ដុប ប្រវត្តិសាស្ត្រសម្ដេចឪ អន្លង់ឈើទាល ក្បាលកោះល្វ រើនញ៉ាង វាលព្រលាន អន្លង់ថ្មកំបោរ ភ្នំត្រងើល ក្បាលកោះទន្លេមួយ។ ភ្ញៀវទេសចរអាចជិះទូកតាមដងទន្លេ ជិះម៉ូតូ ជិះកង់តាមកោះ ដើរក្នុងព្រៃ សហគមន៍ បោះតង់ មើលថ្ងៃលិច ងូតទឹក។

អេកូទេសចរណ៍សម្រស់កោះហាន

អេកូទេសចរណ៍សម្រស់កោះហាន ជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបសហគមន៍ទេសចរណ៍ មណីយដ្ឋាននេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិកោះស្នែង ឃុំកោះស្នែង ស្រុកថាឡាបរិវាត់ ដែលមាន ចម្ងាយប្រមាណជា៣០គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តស្ទឹងត្រែង មានសក្តានុពលទេសចរណ៍សំខាន់ៗ ដូចជា ព្រៃក្រអូកតា កោះសំបូរ ក្បាលកោះស្នែង ក្បាលកោះទន្លេមួយ ភ្នំត្រងើល អន្លង់ថ្មកំបោរ វាលព្រលាន កន្ទុយកោះហាន ក្បាលកោះហាន។ ភ្ញៀវទេសចរអាចជិះទូកតាមដងទន្លេ ជិះម៉ូតូ ជិះកង់តាមកោះ ដើរក្នុងព្រៃក្នុងសហគមន៍ ស្នាក់នៅស្នូចត្រី បង់សំណាញ់ មើលសត្វស្លាប បោះតង់ មើលថ្ងៃលិច ងូតទឹក កម្សាន្តអង្គុយលេងក្រោមដើមឈើ ជីកចង្រិត។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

មណីយដ្ឋានភ្នំនាគខៀវ

មណីយដ្ឋានភ្នំនាគខៀវ ជាមណីយដ្ឋានបែបធម្មជាតិ និងវប្បធម៌ដែលមានទេសភាពយ៉ាង ស្រស់ស្អាត មានព្រៃភ្នំស្រស់បំព្រងដែលជាទីចាប់អារម្មណ៍។ ភ្ញៀវទេសចរអាចទទួលបានអារម្មណ៍ ស្រស់ថ្លា ដោយការស្រូបយកខ្យល់អាកាសបរិសុទ្ធ ស្ដាប់សំលេងសត្វបក្សាបក្សីឆ្លើយឆ្លងគ្នា និងទស្សនាព្រៃប្រឹក្សា។

មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ មណីយដ្ឋានភ្នំនាគខៀវ មានចម្ងាយប្រហែល ២០គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តស្ទឹង ត្រែង ដោយធ្វើដំណើរតាមផ្លូវជាតិលេខ៦៤ ឆ្ពោះទៅភូមិស្រឡៅ។ យើងអាចធ្វើដំណើរតាម ម៉ូតូ/កង់ រថយន្ត។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

ភ្នំរំកិល

ភ្នំរំកិល ជាមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍បែបសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ មណីយដ្ឋាននេះមានទី តាំងស្ថិតនៅក្នុងភូមិអន្លង់ស្វាយ ឃុំព្រះរំកិល ស្រុកថាឡាបរិវាត់ មានចម្ងាយប្រមាណ៦៨គីឡូម៉ែត្រពី ទីរួមខេត្ត ជាកន្លែងមានសត្វផ្សោត ទឹកធ្លាក់និម្មិត ព្រៃលិចទឹក ព្រៃសហគមន៍ អាចជិះទូកតាមដង ទន្លេ ជិះកង់តាមកោះ ដើរក្នុងព្រៃសហគមន៍ស្នាក់នៅ ស្នូចត្រី មើលសត្វស្លាប បោះតង់ងូតទឹកកម្សាន្ត។ ភ្ញៀវទេសចរណ៍អាចជិះទូកតាមដងទន្លេ ជិះម៉ូតូ ជិះកង់តាមកោះដើរក្នុងព្រៃសហគមន៍ ស្នាក់នៅស្នូច

ត្រី បង់សំណាញ់ មើលសត្វស្លាប បោះតង់ មើលថ្ងៃលិច ងូតទឹកកម្សាន្ត អង្គុយលេងក្រោមដើមឈើ ជីកចង្រិត។

ខេត្តរតនៈគិរី

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

មេឃឹយដ្ឋានទឹកធ្លាក់ធម្មជាតិអូរស៊ិនលែរ ឬទឹកធ្លាក់៧ជាន់

មេឃឹយដ្ឋានទឹកធ្លាក់ធម្មជាតិអូរស៊ិនលែរ ឬទឹកធ្លាក់៧ជាន់ មានទេសភាពស្រស់ស្អាតអមដោយព្រៃឈើសងខាង មានលាយឡំនឹងពណ៌ខៀវខ្ចី និងពណ៌លឿងឆ្មៅ ទឹកថ្លាឆ្វេង អាចចុះងូតលេងត្រជាក់កាយ ជាមួយនឹងជម្រៅទឹករាក់ៗ ហូរជ្រែកផ្ទាំងថ្ម មានទីវាលលេងទឹកដ៏ធំ និងអាចជាកន្លែងអង្គុយញ៉ាំបាយក្រោមដើមឈើធំៗចោលម្លប់ត្រជាក់។ ភ្ញៀវទេសចរអាចចិត្តបរលេងកម្សាន្តជាមួយបណ្តុំទេសភាពនៃទឹកធ្លាក់ច្រើនជាន់ និងផ្ទះជនជាតិប្រចាំតំបន់នៅខេត្តរតនៈគិរីទៀតផង។ ភាគច្រើននៅទីនេះ សម្បូរភ្ញៀវមកលេងកម្សាន្តតែនៅក្នុងរដូវប្រាំងប៉ុណ្ណោះ ខណៈនៅក្នុងរដូវវស្សាវិញ សឹងតែគ្មានមនុស្សមកលេង ព្រោះតែស្ថានភាពនៃផ្លូវចូលទៅមិនអំណោយផលក្នុងការធ្វើដំណើរតាមយានយន្ត។

បឹងកន្សែង

បឹងកន្សែង ជាបឹងធម្មជាតិ និងជាកន្លែងដ៏ពេញនិយមមួយរបស់ខេត្តរតនៈគិរី។ មនុស្សម្នាដែលទៅលេងនៅបឹងនេះដើម្បីទស្សនាទេសភាពធម្មជាតិដ៏ស្រស់ត្រកាល និងដើម្បីរំសាយអារម្មណ៍បន្ទាប់ពីធ្វើការអស់កម្លាំងពេញមួយថ្ងៃ។ កាលពីសម័យមុននៅតំបន់បឹងកន្សែង សម្បូរទៅដោយរុក្ខជាតិត្រប់ប្រភេទ ផ្កាទឹកចោលក្លិនពិដោរក្រអូបឈ្នុយឈ្នប់ ចំណែកឯនៅក្នុងផ្ទៃបឹងវិញពោរពេញទៅដោយសារាយ ព្រលិត និងមានទឹកត្រជាក់ថ្លាយង់។

បឹងយក្សឡោម

បឹងយក្សឡោម ជាបឹងមួយស្ថិតនៅចំកណ្តាលភ្នំក្នុងឃុំយក្សឡោម ស្រុកបានលុង មានចម្ងាយប្រមាណ ៥គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តរតនៈគិរី។ បឹងនេះមានទំហំប្រមាណជា ២៦១២ម៉ែត្រ ដែលមានអង្កត់ធ្នឹត ៨០០ម៉ែត្រ និងជម្រៅ៥០ម៉ែត្រ។ បឹងយក្សឡោមជាមេឃឹយដ្ឋានធម្មជាតិ ដ៏ស្រស់ត្រកាលគ្មានពីរក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលបានកើតឡើង ដោយសារបន្ទុះភ្នំភ្លើងតាំងពីរាប់រយឆ្នាំមុនមកម្ល៉េះ។ ទិដ្ឋភាពក្នុងបឹងយក្សឡោម មើលទៅដាច់កន្ទុយភ្នែក មានព្រៃព្រឹក្សា ដុះអមជុំវិញ បឹងដែលជាម្លប់សម្រាប់កម្សាន្ត រីឯផ្ទៃទឹកមានពណ៌ខៀវស្រងាត់ ទឹកត្រជាក់ថ្លាយង់ស្ទើរតែអាចឆ្លុះមុខបាន រហូតធ្វើឱ្យអ្នកទស្សនាមិនចង់ឃ្លាតពីកន្លែងនេះឡើយ។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

ប្រាសាទយ៉ាក់ណាំង

ប្រាសាទយ៉ាក់ណាំង បានរកឃើញនៅឆ្នាំ២០០៦ ប្រាសាទនេះធ្វើដោយថ្មខ្សាច់ហើយប្រាសាទនេះបែរមុខទៅកាន់ទិសខាងកើត។ ប្រាសាទនេះប្រហែលសាងសង់ឡើងនៅសម័យអង្គររវាងសតវត្សរ៍ទី១០ និងទី១១។

ឥស្សីបតមៈ

ឥស្សីបតមៈ ជាមណ្ឌលវិហារទេសចរណ៍បែបវប្បធម៌ធម្មជាតិ មណ្ឌលវិហារនេះមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងសង្កាត់បឹងកន្សែង ក្រុងបានលុង ដែលមានចម្ងាយប្រមាណជា ២គីឡូម៉ែត្រ ពីទីរួមខេត្តរតនគិរី នៅទីនេះ ភ្ញៀវទេសចរអាចមើលថ្ងៃលិច និងថ្ងៃរះបាន។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

វិសិតភូមិយើង

វិសិតភូមិយើង ជាកន្លែងស្នាក់នៅដ៏ប្រណិតមួយស្ថិតក្នុងខេត្តរតនគិរី។ នៅក្នុងបរិវេណនៃវិសិតនេះមានការរៀបចំដោយមានបឹងហ្លាឡូដែលសាងសង់ឡើងពីឈើដ៏ស្រស់ស្អាត និងមានអាងហែលទឹកដ៏ធំទូលាយសម្រាប់ឱ្យភ្ញៀវទេសចរហែលទឹកលេងកម្សាន្ត ព្រមទាំងមានការរៀបចំដោយមានសួនច្បារពណ៌បៃតងខ្ចី។ នៅជុំវិញនៃវិសិតនេះហ៊ុមព័ទ្ធដោយព្រៃព្រឹក្សាតូចធំពណ៌ខៀវស្រងាត់ និងមានបរិយាកាសបែបស្ងប់ស្ងាត់ដែលពិតជាសាកសមសម្រាប់សម្រាកលម្អូនាថ្ងៃឈប់សម្រាក។

មូលីកា ឡូដថ៍

មូលីកា ឡូដថ៍ គឺជាកន្លែងស្នាក់នៅដ៏ប្រណិតមួយស្ថិតក្នុងខេត្តរតនគិរី។ អគារនៃមូលីកាឡូដថ៍សាងសង់ឡើងពីឈើដ៏ស្រស់ស្អាត និងមានការរៀបចំដោយមានសួនច្បារពណ៌បៃតងខ្ចីអមដោយផ្កាចម្រុះពណ៌ ព្រមទាំងមានអាងហែលទឹកដ៏ធំទូលាយសម្រាប់ឱ្យភ្ញៀវទេសចរហែលទឹកលេងកម្សាន្តថែមទៀតផង។ នៅជុំវិញនៃមូលីកា ឡូដថ៍ហ៊ុមព័ទ្ធដោយព្រៃព្រឹក្សាដ៏ខៀវស្រងាត់ និងមានបរិយាកាសបែបស្ងប់ស្ងាត់ដែលពិតជាសាកសមបំផុតសម្រាប់ការស្នាក់នៅនាពេលឈប់សម្រាក។

សារៈមន្ទីរជនជាតិដើមភាគតិច

សារៈមន្ទីរជនជាតិដើមភាគតិច ជាសារៈមន្ទីរដែលមានការតាំងបង្ហាញនូវវត្ថុ និងសម្ភារៈជាច្រើនឱ្យភ្ញៀវបានឃើញពីប្រពៃណីរបស់កុលសម្ព័ន្ធជនជាតិដើមភាគតិច។ មិនតែប៉ុណ្ណោះនៅទីនោះក៏មានឧបករណ៍តន្ត្រីជាច្រើនប្រភេទផងដែរ។

ខេត្តមណ្ឌលគីរី

១. ធនធានទេសចរណ៍

១.១ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិ

ទឹកជ្រោះប៉ូស្រា

ចម្ងាយ ៣៨គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តដែលជាប្រភេទធម្មជាតិ និងមានរមណីយដ្ឋានសម្រាប់លំហែកម្សាន្ត។
រមណីដ្ឋានភ្នំបាយផៅ៖

រមណីដ្ឋានភ្នំបាយផៅ ចម្ងាយ ១២គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តដែលជាប្រភេទវប្បធម៌សម្រាប់លំហែកម្សាន្ត មើលព្រៃព្រឹក្សា។ មានរមណីដ្ឋានជាច្រើនទៀតដូចជា សហគមន៍ទេសចរណ៍ដាក់ដាំ ទឹកធ្លាក់ ឡែងកៅ មយូរ៉ាហែលវីសិត កោះមឿល ដែនជំរកសត្វដំរី ដែនជំរកសត្វព្រៃកែវសីម៉ា ដែនជំរកសត្វព្រៃ ភ្នំព្រេចដែនជម្រកសត្វព្រៃ ស្រែពក សហគមន៍ទេសចរណ៍អណ្តូងក្រឡឹង ភូមិដំណាក់នាគ ទឹកជ្រោះព្រះកេស ទឹកជ្រោះលែងឃិន ទឹកធ្លាក់អូរតាកន ទឹកធ្លាក់អូរឆ្លេង ទឹកធ្លាក់អូររាំង ទឹកធ្លាក់ក្បាលព្រះ ទឹកជ្រោះអូរតឹងលឹង សួនសត្វអូរទ្រីស សមុទ្រផ្កាដាក់ដាំ រមណីដ្ឋានបាយផៅ រមណីដ្ឋានទឹកធ្លាក់ដំណាក់ស្តេច ឬទឹកធ្លាក់មនោរម្យ ភ្នំសាងស្នេហ៍ ភូមិពូតាំង ចម្ការស្រល់ អណ្តូងស្នេហ៍ ភ្នំលុប្រាណ ភ្នំណាមលៀវ ភ្នំបាយផៅ ទឹកជ្រោះលែងទូរ រមណីដ្ឋានកសិទេសចរណ៍ចំការការហ្វូ ភ្នំក្រោល ភ្នំដោះក្រមុំ ជ្រៃយស អូរមីស ។ល។

១.២ ផលិតផលទេសចរណ៍វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ

រមណីដ្ឋានភ្នំដោះក្រមុំ

រមណីដ្ឋានភ្នំដោះក្រមុំចម្ងាយ ១គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តដែលជាប្រភេទវប្បធម៌ សម្រាប់លំហែកម្សាន្ត

រមណីដ្ឋានភ្នំលុប្រាណ

រមណីដ្ឋានភ្នំលុប្រាណ មានចម្ងាយ ៥០គីឡូម៉ែត្រពីទីរួមខេត្តដែលជាប្រភេទវប្បធម៌សម្រាប់លំហែកម្សាន្ត មើលព្រៃព្រឹក្សា។

១.៣ ផលិតផលទេសចរណ៍ធម្មជាតិកែច្នៃ និងកម្សាន្ត

សួនសត្វអូរទ្រីស

សួនសត្វអូរទ្រីស ជាសួនសត្វអូរទ្រីសដំបូងគេមួយនៅកម្ពុជា ដែលមានភាពទាក់ទាញយ៉ាងខ្លាំង ចំពោះភ្ញៀវទេសចរដែលចង់ក្លាកូរសជាតិថ្មីនៃការទស្សនាសត្វអូរទ្រីសក្នុងដែនដីមណ្ឌលគីរី ទិដ្ឋភាពដ៏ស៊ីសង្វាក់គ្នានៃខ្ពង់ភ្នំដាច់កន្ទុយភ្នែក មានកសិដ្ឋាន និងមានខ្យល់អាកាសដ៏បរិសុទ្ធ។

សមុទ្រផ្កាដាក់ដាំ

សមុទ្រផ្កាដាក់ដាំ ជារមណីយដ្ឋានបែបធម្មជាតិកែច្នៃមួយដែលមានទេសភាពស្រស់ស្អាត ជាមួយនឹងសួនច្បារផ្កាចម្រុះគ្រប់ពណ៌គ្រប់ក្លិន ដែលនៅអមជុំវិញទៅដោយធម្មជាតិព្រៃភ្នំខៀវស្រងាត់ និងខ្យល់អាកាសបរិសុទ្ធដែលធ្វើឱ្យភ្ញៀវទេសចរមានអារម្មណ៍ស្រស់ថ្លាពេលមកលេងកម្សាន្តនៅទីនេះ។

រមណីយដ្ឋានហ៊ីលថប អ៊ីបហ្សឺវេប៊ី និងវីហ្សូត

រមណីយដ្ឋានហ៊ីលថប អ៊ីបហ្សឺវេប៊ី និងវីហ្សូត ជារមណីយដ្ឋានមួយមានទីតាំងស្ថិតក្នុងខេត្ត មណ្ឌលគីរី ដែលមានសក្តានុពលទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរឱ្យចូលមកកម្សាន្ត និងស្នាក់នៅភ្នំក្បូរសជាតិ ម្ហូបអាហារដ៏មានឱជារសឈ្ងុយឆ្ងាញ់។ លើសពីនេះទៅទៀតវាមាន ការបម្រើនូវសេវាកម្មផ្សេងៗ ដូចជា មីនីបារ កោដិនីយដ្ឋានជាដើម។ ចំណុចពិសេសជាងគេគឺផ្ទះនីមួយៗត្រូវបានគេកសាងឡើង ក្នុងលក្ខណៈជាបឹងកាឡូ តង់ ប៉ុន្តែវាមានលក្ខណៈទំនើប ដោយការរចនាបន្ទប់នីមួយៗសុទ្ធតែធ្វើអំពី ឈើទាំងអស់ និងបំពាក់ដោយបរិក្ខារប្រណិតៗ។ ក្រៅពីនេះទៀត នៅទីនេះក៏មានអាងហែលទឹកដ៏ធំ មួយផងដែរ ដែលស្ថិតនៅទីតាំងដ៏ទាក់ទាញមួយអាចមើលឃើញពីទិដ្ឋភាពជុំវិញវីហ្សូតនេះតែម្តង។

ភ្នំសាងស្នេហ៍

ភ្នំសាងស្នេហ៍ ជារមណីយដ្ឋានធម្មជាតិកែច្នៃដោយមនុស្សស្ថិតនៅលើចង្កេះភ្នំ ដែលមាន រុក្ខជាតិដុះដេរដាស ស្មៅដុះជាកម្រាលព្រំពណ៌បៃតងខ្ចី រួមជាមួយនឹងជម្រាលភ្នំខ្ពស់ទាបគួរជា ទីគយគន់ ធ្វើឱ្យទីនេះមានចំនួនភ្ញៀវចូលមកទស្សនាកាន់តែច្រើនឡើងៗ។ លើសពីនេះទៅទៀត ភ្នំនេះមានការតុបតែងបានយ៉ាងស្រស់ស្អាតមាន កន្លែងថតរូប កន្លែងអង្គុយលេងដែលរចនាឡើងពីវត្ថុ ដែលប្រើប្រាស់រួចដូចជាកង់ឡានជាដើម។

អាយ៉ាណា កាត្តារ៉ា ប៊ូទិច ហូថេល

អាយ៉ាណា កាត្តារ៉ា ប៊ូទិច ហូថេល ជាកន្លែងស្នាក់នៅមួយដែលមានទេសភាពស្រស់ស្អាត ខ្លាំងជាមួយ និងធម្មជាតិជុំវិញ បង្កើតបានជាភាពទាក់ទាញហើយ និងអង្រួនអារម្មណ៍ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិមកសម្រាកលេងកម្សាន្ត។ នៅទីនេះ មានទេសភាពធម្មជាតិប្រកបទៅដោយព្រៃភ្នំខៀវ ស្រងាត់ ស្រស់បំព្រង នៅខាងក្នុងមានកន្លែងដើរថតរូប និង កន្លែងលេងទឹក រួមទាំងបន្ទប់គេងមាន ជាសុខភាព មានខ្យល់អាកាសបរិសុទ្ធទទួលបានអារម្មណ៍ប្លែកជាមួយនឹងទស្សនីយភាពធម្មជាតិដ៏ ទាក់ទាញ។

មេរៀនទី៣ អេស៊ីវកម្មក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

១. ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

ឧស្សាហកម្មគឺជាសកម្មភាពមជ្ឈដ្ឋាននៃវិស័យសេដ្ឋកិច្ច ដែលដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជំរុញសេដ្ឋកិច្ចជាតិឱ្យមានការអភិវឌ្ឍ។ ឧស្សាហកម្ម ជាវិស័យមួយបំបែកវត្ថុធាតុដើមគ្រប់ប្រភេទដោយឆ្លងកាត់នូវប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាឱ្យទៅជាវត្ថុ និងទំនិញសម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងផលិតកម្មនិងផលិតផលសម្រេច។ ទេសចរណ៍ គឺជាការធ្វើដំណើររបស់មនុស្សម្នាក់ ឬមួយក្រុមដែលចាកចេញពីលំនៅដ្ឋានអចិន្ត្រៃយ៍ សំដៅទៅគោលបំណងផ្សេងៗ បន្ទាប់មកកាន់កន្លែងដើមវិញក្នុងរយៈពេលចាប់ពី២៤ម៉ោងឡើងទៅ ហើយតិចជាង១ឆ្នាំ ក្នុងគោលបំណងធ្វើជំនួញ សម្រាកលំហែកម្សាន្ត ជួបជុំគ្រួសារញាតិមិត្ត ឬចូលរួមក្នុងព្រឹត្តិការណ៍អ្វីមួយ តែមិនមែនគោលបំណងតាំងទីលំនៅនោះទេ។

ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ សំដៅលើផ្នែកមួយនៃឧស្សាហកម្មសេវាកម្មដែល បង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងផ្គត់ផ្គង់ដល់សេចក្តីត្រូវការរបស់ទេសចរ និង សង្គម រួមមានសម្បទា ឬសេវាកម្មទាំងឡាយណាដែលពាក់ព័ន្ធដោយផ្ទាល់ និងដោយប្រយោលដល់ការអភិវឌ្ឍវិស័យទេសចរណ៍ និងជួយបង្កឱ្យមានភាពអាចអនុវត្តទៅបាននៃខ្សែទស្សនកិច្ច។ ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍រួមមានធាតុសំខាន់ៗ មួយចំនួនដូចខាងក្រោម ៖

- ១. សេវាស្នាក់នៅ ៖ សណ្ឋាគារ ផ្ទះសំណាក់ ផ្ទះស្នាក់ អាជ្ញាធរមិន កន្លែងបោះតង់។
- ២. សេវាម្ហូបអាហារ ៖ ភោជនីយដ្ឋាន អាហារដ្ឋាន ហាងចល័ត និងកន្លែងផ្សេងៗ ជាច្រើនទៀតដែលបម្រើសេវាកម្មម្ហូបអាហារ។
- ៣. សេវាដឹកជញ្ជូន ៖ ផ្លូវអាកាស ផ្លូវទឹក ផ្លូវដែក ផ្លូវគោក។
- ៤. មេឈឹយដ្ឋានធម្មជាតិ និងសហគមន៍អេកូទេសចរណ៍ ៖ តំបន់ឆ្នេរខ្សាច់ តំបន់ កោះ តំបន់ភ្នំ បឹងទន្លេ និងតំបន់អភិរក្សធម្មជាតិ សហគមន៍ទេសចរណ៍។
- ៥. កន្លែងទាក់ទាញទេសចរណ៍ ៖ អាគារ និងតំបន់ប្រវត្តិសាស្ត្រ ប្រាសាទ វិមាន វត្តបុរាណសារ រមនី្ត តំបន់ទេសចរណ៍បែបសាសនា ឧទ្យានជាតិ មជ្ឈមណ្ឌលកម្សាន្តទេសចរណ៍។
- ៦. ផលិតផលទេសចរណ៍៖ មណ្ឌលកម្សាន្តបែបច្នៃប្រឌិត កីឡាទេសចរណ៍។
- ៧. កន្លែងកម្សាន្ត ក្លឹបកម្សាន្តរាត្រី រោងភាពយន្ត មហោស្រប និងមជ្ឈមណ្ឌល លក់ទំនិញ។
- ៨. សេវាព័ត៌មានទេសចរណ៍៖ ការិយាល័យ និងមណ្ឌលព័ត៌មានទេសចរណ៍ និងមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍។

នៅពេលដែលភ្ញៀវទេសចរសម្រេចចិត្តធ្វើដំណើរតម្រូវការនៃការធ្វើដំណើរការស្នាក់នៅការបរិភោគអាហារ វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ និងការកម្សាន្តកើតឡើង។ ដូច្នេះរាល់សកម្មភាពពាក់ព័ន្ធទាំងអស់បាន

កើតឡើងដើម្បីគាំទ្រដល់វិស័យទេសចរណ៍ដូចជាអាជីវកម្មទេសចរណ៍ ការស្នាក់នៅ ការដឹកជញ្ជូន សេវាកម្មម្ហូបអាហារ អាជីវកម្មកម្សាន្ត អាជីវកម្មវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ក៏កើនឡើងដែរ។

លក្ខណៈពិសេសនៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

១. ជាឧស្សាហកម្មសេវាកម្ម ផលិតផលសេវាកម្មអរូបិយ មើលមិនឃើញចាប់មិនបាន ដែលផ្តល់ភាពងាយស្រួលនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។
២. ជាឧស្សាហកម្មមួយដែលផលិតផលមិនអាចបញ្ជូនឱ្យអ្នកទិញបាន អ្នកទិញក៏ត្រូវមកទិញផលិតផល ឬប្រើប្រាស់សេវាកម្មដោយខ្លួនផ្ទាល់ ការដឹកជញ្ជូន កន្លែងស្នាក់នៅ ឬប្រភពនៃការធ្វើដំណើរ។
៣. ជាឧស្សាហកម្មដែលគ្មានដែនកំណត់ក្នុងផលិតកម្ម និងការចែកចាយ ដោយសារតែមិនមានតម្រូវការវត្ថុធាតុដើមដើម្បីផលិតផល គឺជាធនធានទេសចរណ៍ដែលមានរួចហើយគ្រាន់តែត្រូវការរៀបចំជាប្រព័ន្ធ ការអភិរក្ស និងការអភិវឌ្ឍត្រឹមត្រូវវានឹងជាឧស្សាហកម្មមួយដែលជោគជ័យ។
៤. គឺជាឧស្សាហកម្មដែលពាក់ព័ន្ធនឹងឧស្សាហកម្មស្ទើរតែទាំងអស់ដែលបណ្តាលឱ្យមានការវិនិយោគ ឧស្សាហកម្មដែលនាំយកធនធានរបស់ប្រទេសមកប្រើប្រាស់ជាប្រយោជន៍ឱ្យខ្ពស់បំផុត។
៥. គឺជាឧស្សាហកម្មដែលបង្កើតភាពរុងរឿង និងបង្កើនសន្តិសុខក្នុងស្រុក ជាពិសេសតំបន់ត្រូវបានអភិវឌ្ឍជាប្រភពទេសចរណ៍។
៦. គឺជាឧស្សាហកម្មដែលមានគោលបំណងដើម្បីជម្រុញបង្កើតក្រមសីលធម៌ សន្តិភាព មិត្តភាព និងការយោគយល់ល្អរវាងមនុស្សជាតិ

២. សារៈសំខាន់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

សក្តានុពលនៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាចាត់ទុកជាវិស័យអាទិភាពដោយសារវិស័យនេះមិនត្រឹមតែបង្កើតនូវកាលានុវត្តភាពការងារ លើកកម្ពស់កម្រិតជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ និងបង្កើនចំណូលជាតិប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាថែមទាំងទាក់ទាញការវិនិយោគផ្ទាល់ពីបរទេសនិងរូបិយប័ណ្ណអន្តរជាតិ ដែលជាកត្តារួមចំណែកដល់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច សង្គម និងកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ព្រោះវាស្រូបយកនូវកម្លាំងពលកម្មច្រើនមែនទែន ទាំងប្រយោល និងត្រង់ ហើយវាជាទី២ បន្ទាប់ពីកសិកម្ម ដូចយើងឃើញហើយការស្រូបយកនូវកម្លាំងពលកម្មជិត១លាននាក់ ទាំងប្រយោល និងដោយត្រង់ អាចចូលជាលាននាក់ក៏ថាបាន កន្លងមកទេសចរណ៍នាំមុខវិនិយោគ »។ ពិតប្រាកដណាស់ ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍បាននាំមកនូវ ការងារ ការវិនិយោគ និងអត្ថប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចដល់សង្គមយ៉ាងច្រើន ជាហេតុត្រូវតែសិក្សាពីគោលដៅទេសចរណ៍ និងការផ្តល់សេវាកម្មទេសចរណ៍

ត្រូវបានមើលឃើញថាជា កត្តាចម្បង ដែលទាមទារឱ្យមានការយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ ដើម្បីធានាឱ្យមាន ការផ្តល់សេវាកម្មទេសចរណ៍គ្រប់ជ្រុងជ្រោយដើម្បីបំពេញតម្រូវការ និងភាពពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវ ទេសចរណ៍។

ឥទ្ធិពលនៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ទៅលើវិស័យផ្សេងៗ

ទេសចរណ៍ ជាវិស័យមួយក្នុងចំណោមវិស័យអាទិភាពនៃសេដ្ឋកិច្ចជាតិ ហើយដែលប្រទេសជា ច្រើនក្នុងពិភពលោកយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍។ ប្រទេសមួយចំនួននៅលើពិភពលោកកំពុងតែ ទទួលជោគជ័យយ៉ាងខ្លាំង ក្នុងការជម្រុញឱ្យសេដ្ឋកិច្ច មានការរីកលូតលាស់តាមរយៈផលប្រយោជន៍ នៃវិស័យទេសចរណ៍ វិភាគទានទេសចរណ៍ទៅលើសេដ្ឋកិច្ចមាន២ប្រភេទផ្ទុយគ្នា គឺវិជ្ជមាន និងអវិជ្ជមាន ហើយផ្នែកទាំង២នេះមានឥទ្ធិពលទៅវិញទៅមក។

ឥទ្ធិពលវិស័យទេសចរណ៍លើសេដ្ឋកិច្ច

ចំណូលរូបិយប័ណ្ណ ៖ ទេសចរណ៍ក៏ជាវិស័យដ៏សំខាន់បំផុតនៃប្រភពដែលទទួលបានរូបិយ វត្ថុបរទេស។ ដើម្បីសម្រេចបាននូវចំណូលរូបិយប័ណ្ណ ចាំបាច់ត្រូវតែបន្ថយទំនិញនាំចូល និងសេវាកម្ម ទាំងឡាយដែលប្រើប្រាស់ក្នុង វិស័យទេសចរណ៍ ព្រមទាំងការជ្រាបចេញដីទៀតនៃវិស័យនេះ។

ការជ្រាបចេញនៃរូបិយប័ណ្ណមានដូចជា៖

- ទំនិញដែលនាំចូលដីទៀតដូចជា ភេសជ្ជៈ ចំណីអាហារ ការផ្គត់ផ្គង់សណ្ឋាគារ។
- ការផ្ទេរទៅក្រៅប្រទេសនូវប្រាក់ចំណេញពីសេវាកម្ម តាមរយៈការវិនិយោគតាមសណ្ឋាគារ ក្រុម ហ៊ុនរៀបចំកម្មវិធីដំណើរកម្សាន្ត និងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍។
- ការផ្ទេរចេញនូវប្រាក់ខែដែលបង់ទៅឱ្យអ្នកធ្វើការនៅក្រៅប្រទេស ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍។
- ការរួមចំណែកចំពោះផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប (GDP) ទេសចរណ៍បានចូលរួមយ៉ាងសកម្ម ក្នុងការគណនាដោយផ្អែកទៅលើGDPដែលជះឥទ្ធិពលដោយសារវិស័យទេសចរណ៍។

ការរួមចំណែកក្នុងចំណូលរបស់រដ្ឋាភិបាល ៖ ចំណូលរបស់រដ្ឋាភិបាលពីវិស័យទេសចរណ៍គឺជា សក្តានុពលភាពដ៏សំខាន់មួយ។ ការបង់ពន្ធដោយទេសចរណ៍ត្រូវបានប្រមូលដោយរដ្ឋាភិបាលរួមមាន ថ្លៃទិដ្ឋាការ ពន្ធគយ នាំចូលត្រូវបានប្រមូលមកពីមុខទំនិញទាំងឡាយដែលនាំចូលសម្រាប់បម្រើ ទេសចរណ៍ដូចជាភេសជ្ជៈជាដើម។ ពន្ធអាជ្ញាប័ណ្ណត្រូវបានប្រមូលពីសណ្ឋាគារ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ និងក្រុមហ៊ុនផ្តល់សេវាដីទៀត។

ការបង្កើនការងារដល់វិស័យទេសចរណ៍ ៖ ការងារដែលរួមចំណែកដោយផ្ទាល់ដល់វិស័យ ទេសចរណ៍ដូចជាបុគ្គលទាំងឡាយណាដែលស្នាក់នៅកន្លែងទេសចរណ៍ និងទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ដីទៀត។

ចំណូលសរុបនៃវិស័យទេសចរណ៍ ៖ ជាទូទៅចំណូលសរុបដែលបានមកពីវិស័យទេសចរណ៍ ត្រូវបានគណនាដោយផ្អែកទៅលើបរិមាណទឹកប្រាក់ដែលភ្ញៀវទេសចរចំណាយនៅក្នុងប្រទេស ឬតំបន់ទេសចរណ៍។ តាមការប៉ាន់ស្មានលើការចំណាយរបស់ទេសចរនៅក្នុងប្រទេសដែលពួកគេបាន មកដល់គឺ ចំណាយទៅលើការស្នាក់នៅ ការដឹក ជញ្ជូន អាហារ និង សេវាកម្មផ្សេងៗ ចំណាយលើការ ទស្សនា ចំណាយលើខ្សែទស្សនា ចំណាយលើទំនិញទេសចរណ៍ និងការកម្សាន្តផ្សេងៗ។ បញ្ហាមួយ ទៀតដែលត្រូវតែគិតគូរដែរ អំពីការហូរទឹកប្រាក់ទៅបរទេសវិញតាមរយៈការទិញទំនិញ ផ្សេងៗដើម្បី បំពេញសេវាកម្មទេសចរណ៍ដូចជា ៖ ភេសជ្ជៈ ចំណីអាហារ សម្ភារៈបច្ចេកទេស យានយន្ត ប្រេងឥន្ធនៈ អាជីវករ ជនបរទេស...។

ចំណូលពីបរទេសដល់រដ្ឋាភិបាល ៖ ជាទូទៅចំណូលរដ្ឋាភិបាលដែលបានមកពីវិស័យ ទេសចរណ៍ ទទួលបានតាមរយៈ ការសុំទិដ្ឋាការចូលក្នុងប្រទេស ពន្ធលើការចេញអាជ្ញាប័ណ្ណអាជីវកម្ម ទេសចរណ៍ ពន្ធលើការនាំចូលទំនិញទេសចរណ៍ ការសហប្រតិបត្តិការខ្សែទស្សនៈកិច្ច ពន្ធលើប្រាក់ ចំណេញ តម្លៃចូលទស្សនាតំបន់ទេសចរណ៍ ពន្ធលើព្រលានយន្តហោះ ពន្ធលើការសុំចុះចតឯកជន និងពន្ធលើការប្រើប្រាស់ដីធ្លីសម្រាប់វិស័យទេសចរណ៍។

ផ្តល់ការងារដល់ប្រជាពលរដ្ឋ និង សេដ្ឋកិច្ចតំបន់ ៖ វិស័យទេសចរណ៍ផ្តល់ជាផលប្រយោជន៍ដល់ ប្រជាជនដោយប្រយោល និងដោយផ្ទាល់ទាំងប្រជាជនរស់ក្នុងសហគមន៍ និងនៅតំបន់ជិតខាងសហ គមន៍ ដូចជា មន្ត្រីបម្រើការក្នុងក្រសួងទេសចរណ៍ បុគ្គលិកបម្រើការក្នុងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ បុគ្គលិក ក្នុងអាហារដ្ឋាន តំបន់ទេសចរណ៍ កន្លែងកម្សាន្ត ការងារទេសចរ ដែលពាក់ព័ន្ធ ទៅនឹងការផ្គត់ផ្គង់ការ ធ្វើដំណើរ ផលិតផលកសិកម្ម (ផ្គត់ផ្គង់អាហារ) ឧស្សាហកម្ម និងវប្បធម៌ សិប្បកម្ម (ទំនិញ ទេសចរណ៍) និងជីវភាពក្នុងសហគមន៍។ ការផ្សារភ្ជាប់ជាមួយវិស័យសេដ្ឋកិច្ចដទៃទៀត ការភ្ជាប់ ទេសចរណ៍ ជាមួយវិស័យដទៃទៀតកាន់តែខ្លាំងក្លាឡើយនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។

ឥទ្ធិពលវិស័យទេសចរណ៍ទៅលើបរិស្ថាន

វិស័យទេសចរណ៍អាចទទួលបានផលប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថានទាំងផលវិជ្ជមាន និងអវិជ្ជមាន អាស្រ័យទៅលើការអភិវឌ្ឍនោះធ្វើទៅតាមផែនការ និងគ្រប់គ្រងបានរឺទេ? នៅក្នុងទម្រង់ដ៏ល្អបំផុត វិស័យទេសចរណ៍ អាចផ្តល់នូវការរកប្រាក់ចំណូលដែលត្រូវបង់សំរាប់ថែរក្សាឧទ្យានជាតិ ជម្រកសត្វព្រៃ និងសង្គម។ តំបន់ការពារដទៃទៀតព្រមទាំងទេសភាពជាលក្ខណៈធម្មជាតិក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដោយសារធនធានទាំងនោះគឺជាការទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ។ បញ្ហាបរិស្ថានរួមចេញពីការអភិវឌ្ឍវិស័យ ទេសចរណ៍ក្នុងពេលការប្រើប្រាស់ រួមមានលទ្ធភាពនៃការបំពុលបរិយាកាស ផ្ទៃដី ក្នុងទឹក និងក្រោមដី ដែលបង្កឱ្យប្រព័ន្ធលូទឹកស្អុយ មិនល្អពីតំបន់ ឬ មណ្ឌលដ្ឋានទេសចរណ៍សណ្ឋាគារដែលមិនបាន រៀបចំលូបានត្រឹមត្រូវ និងមណ្ឌលដ្ឋាន ទេសចរណ៍ដទៃទៀតដែលមិនបានទាក់ទាញបន្ថែមទៅលើ

ទេសភាព ព្រមទាំងបញ្ចៀសនៃការប្រើប្រាស់ដីធ្លី ជាពិសេស បញ្ចៀសសណ្ឋាគារដែលមានទីតាំងមិនសមស្រប និងមានកម្រិតកំណត់នៃកន្លែងចតរថយន្ត ដែលបានអភិវឌ្ឍសម្រាប់សណ្ឋាគារនោះ។

ផលវិជ្ជមាន ៖ ចូលរួមចំណែកថែរក្សាការពារបរិស្ថានធម្មជាតិ ដែលថែរក្សាបរិស្ថានវប្បធម៌ បង្កើនការយល់ដឹងពីបរិស្ថានដល់សហគមន៍ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការគ្រប់គ្រងកាកសំណល់។

ផលអវិជ្ជមាន ៖ ការបំពុលទឹក ដី អាកាស ដោយប្រព័ន្ធបង្ហូរទឹកស្អុយ សំណល់ ផ្សេងៗការប្រើប្រាស់ទីតាំងមិនបានសមស្របគ្នាទីតាំងល្អ និង ចំណាត់ថ្នាក់គ្រប់គ្រាន់ ការចោលសំរាមពាសវាលពាសកាល គ្មានបង្គន់អនាម័យគ្រប់គ្រាន់ ខូចខាតសោភ័ណភាពតំបន់ទេសចរណ៍ សំណង់អាណាធិបតេយ្យតាមតំបន់រមណីយដ្ឋាន ការកាប់បំផ្លាញព្រៃឈើ បំផ្លាញជម្រកសត្វ បាត់បង់សត្វព្រៃ ដោយការធ្វើអាជីវកម្ម និងការរុករានព្រៃធ្វើចំការ...។

ឥទ្ធិពលវិស័យទេសចរណ៍ទៅលើសង្គម-វប្បធម៌

ជារឿយៗវប្បធម៌របស់ពលរដ្ឋម្ចាស់ប្រទេសគឺជាកត្តាសំខាន់សំរាប់ទាក់ទាញទេសចរទៅកំសាន្តលេងទេសចរជាច្រើនចាប់អារម្មណ៍ និងបទពិសោធន៍វប្បធម៌ណាដែលមានលក្ខណៈពីវប្បធម៌របស់ពួកគេ។ វប្បធម៌របស់ពលរដ្ឋម្ចាស់ប្រទេសខុសគ្នាទៅតាមទំរង់ជាច្រើន ប៉ុន្តែភាគច្រើនគេចែកចេញជាពីរផ្នែកគឺ

- ទំនៀមទំលាប់ដែលកើតឡើងដោយពលរដ្ឋម្ចាស់ប្រទេស
- ជីវភាពរស់នៅប្រចាំថ្ងៃរបស់ពលរដ្ឋម្ចាស់ប្រទេសព្រមទាំងប្រវត្តិសាស្ត្រ និងសាសនារបស់គេ

វិស័យទេសចរណ៍ បានបង្កើនចំណាប់អារម្មណ៍ទៅលើផ្នែកសង្គមវប្បធម៌ដែលជាកត្តាជួយថែរក្សាសិល្បៈ និងជាអាជីពប្រពៃណីឆ្លុះបញ្ចាំងពីជីវិតរបស់ពលរដ្ឋម្ចាស់ប្រទេសដែលបានបាត់បង់ទាំងស្រុង។ ពិសេសជាងនេះទៅទៀតវិស័យទេសចរណ៍ បានបង្កើតឱ្យមានតម្រូវការផ្នែកវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍របស់ពលរដ្ឋម្ចាស់ស្រុក ហើយតម្រូវការទាំងនោះបានធ្វើឱ្យពួកគាត់បានផលិតសម្ភារៈផ្សេងៗដូចជា ចម្លាក់ធ្វើអំពីថ្ម ចម្លាក់ធ្វើអំពីឈើ ឬឈើតំណាងឱ្យវប្បធម៌របស់ពួកគេជាដើម។

ឥទ្ធិពលទេសចរណ៍ទៅលើសង្គម

ផលវិជ្ជមាន ៖ បង្កើនការងារកាន់តែច្រើនដល់ប្រជាជនទូទៅប្រើប្រាស់ចំណូលពីទេសចរសម្រាប់ប្រយោជន៍សង្គមរួម កំណើនឡើងនូវកម្រិតជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជនក្នុងតំបន់ធ្វើឱ្យ សង្គមមានសន្តិភាព និងសុវត្ថិភាព។

ផលអវិជ្ជមាន ៖ ការរីករាលដាលនៃជំងឺឆ្លងមួយចំនួនដូចជា ជំងឺអេដស៍ ជំងឺកាមរោគ ការប្រើប្រាស់គ្រឿងញៀន ពេស្យាចារ្យជនអន្តោប្រវេសន៍ខុសច្បាប់ ទំនាស់រវាងម្ចាស់ស្រុកជាមួយទេសចរប្រជាពលរដ្ឋទទួលបានការមើលងាយប្រមាថពីសំណាក់ទេសចរ...។

ឥទ្ធិពលទេសចរណ៍ទៅលើវប្បធម៌

ផលវិជ្ជមាន ៖ ការអភិរក្ស ប្រពៃណីទំនៀមទម្លាប់ សាសនា របាំ ល្ខោន សម្រាប់ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ មានការលើកតម្កើង និងកែលំអរ មូលដ្ឋានវប្បធម៌ សារៈមន្ទីរ សម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍លើកទឹកចិត្តឱ្យប្រជាជនកាន់តែមានមោទនភាព និងកាន់តែស្រលាញ់ទៅលើវប្បធម៌ប្រពៃណីរបស់ខ្លួន ផ្តល់ឱកាសសម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរបទពិសោធន៍គ្នា អំពីវប្បធម៌រវាងភ្ញៀវទេសចរនិងម្ចាស់ស្រុក។

ផលអវិជ្ជមាន ៖ ធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ភាពសមរម្យដល់ម្ចាស់ស្រុក នៅពេលដែលបរិមាណភ្ញៀវទេសចរកើនឡើងឆាប់រហ័ស ភាពសឹករិចរិលនៃតំបន់មេឃឹមដ្ឋានប្រវត្តិសាស្ត្រ និងវត្ថុបុរាណសំខាន់ៗ ការយល់ច្រឡំ និង ការវិវាទរវាងម្ចាស់នឹងទេសចរ ដោយសារ ភាសា ទំនៀមទម្លាប់ ប្រពៃណីខុសគ្នា ការ ទទួលយកវប្បធម៌របស់ទេសចរ តាមរយៈសកម្មភាពផ្សេងៗ យុវជនងាយនឹងទទួលយកនូវវប្បធម៌ប្លែកៗ ដែលប្រាថ្នាកន្លែងវប្បធម៌ប្រពៃណីរបស់ជាតិខ្លួន។

៣ . អាជីវកម្មក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

អាជីវកម្មណាមួយត្រូវបានប្រើជាមូលដ្ឋានសម្រាប់សកម្មភាពធ្វើដំណើរ នឹងត្រូវគេហៅថាជាឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ អាជីវកម្មនៅក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍គឺជាអាជីវកម្មដែលចូលរួមក្នុងការផលិតនៅក្នុងវិស័យជាច្រើន។ ទំនិញ និងសេវាកម្មដែលភ្ញៀវទេសចរប្រើប្រាស់អាចជាទំនិញ ឬសេវាកម្មដើម្បីបំពេញសេចក្តីត្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរ។ អាជីវកម្មក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍មានអាជីវកម្មធំៗ ចំនួន ៦ ៖

- ១- អាជីវកម្មទេសចរណ៍ ២- អាជីវកម្មកន្លែងស្នាក់នៅ ៣- អាជីវកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈ
- ៤- អាជីវកម្មលក់ផលិតផល និងវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ៥-អាជីវកម្មដឹកជញ្ជូន ៦- ការកម្សាន្ត និងអាជីវកម្មកម្សាន្ត

៣.១ អាជីវកម្មទេសចរណ៍

អាជីវកម្មទេសចរណ៍គឺសំដៅលើការនាំភ្ញៀវទេសចរធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ ឬគោលបំណងផ្សេងទៀត ដោយការផ្តល់សេវាកម្ម ឬសំរបសំរួលនូវសេវាកម្មដូចជា កន្លែងស្នាក់នៅ អាហារ ដឹកជញ្ជូន មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ឬសេវាកម្មផ្សេងៗទៀត ផ្តោតលើសេវាកម្មទេសចរណ៍ និងទទួលបានប្រាក់ចំណេញក្នុងប្រតិបត្តិការនេះ។ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍អាចរៀបចំសេវាកម្មផ្សេងៗ ក្នុងការធ្វើដំណើរ ឬរៀបចំការធ្វើដំណើរដោយខ្លួនឯង ឬអាចជាភ្នាក់ងារអន្តរការី ឬភ្នាក់ងារសេវាកម្មរវាងភ្ញៀវទេសចរនិងគ្រឹះស្ថានផ្សេងៗ។ អាជីវកម្មទេសចរណ៍អាចរួមបញ្ចូល ទីភ្នាក់ងារតូចមួយលក់សំបុត្រយន្តហោះ ជួលឡាន ឬកក់សណ្ឋាគារ និងសេវាមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ផងដែរ។

ប្រកាសស្តីពីការផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ដល់ការីទេសចរណ៍ និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍លេខ ០៤១ ប្រក. របស់ក្រសួងទេសចរណ៍កម្ពុជា ចុះថ្ងៃទី១៨ ខែមករា ឆ្នាំ២០១៦ បានបែងចែកអាជីវកម្មទេសចរណ៍ជា ២ ប្រភេទគឺ ការីទេសចរណ៍ និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍៖

១. ការីទេសចរណ៍ (Tour Operators) ត្រូវបានបែងចែកជា៣ ប្រភេទ៖

- ការីទេសចរណ៍ដែលនាំភ្ញៀវចូលមកកម្សាន្តក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា (Inbound Tour Operators) សំដៅដល់បុគ្គលដែលទទួលរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចជូនភ្ញៀវនៅក្រៅប្រទេសចូលមកកម្សាន្តក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- ការីទេសចរណ៍ដែលនាំភ្ញៀវទៅកម្សាន្តក្រៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា (Outbound Tour Operators) សំដៅដល់បុគ្គលមានសញ្ជាតិខ្មែរដែលទទួលរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចជូនភ្ញៀវដែលមានទីលំនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាទៅកម្សាន្តក្រៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- ការីទេសចរណ៍ដែលនាំភ្ញៀវកម្សាន្តក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា (Domestic Tour Operators) សំដៅដល់បុគ្គលមានសញ្ជាតិខ្មែរដែលទទួលរៀបចំខ្សែទស្សនកិច្ចជូនភ្ញៀវកម្សាន្តក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

២. ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (Travel Agent) ត្រូវបានបែងចែកជា០២ (ពីរ) ប្រភេទ

- ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (Travel Agent) សំដៅដល់បុគ្គលមានសញ្ជាតិខ្មែរដែលធ្វើអាជីវកម្មជាអ្នកជួយលក់សេវាកម្មទេសចរណ៍ ដូចជា សំបុត្រមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ សេវាកម្មស្នាក់នៅ ទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ផ្សេងៗរាប់បញ្ចូលខ្សែទស្សនកិច្ចដែលបង្កើតដោយការីទេសចរណ៍ផងដែរ។
- ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ក្នុងស្រុក (Domestic Travel Agent) សំដៅដល់បុគ្គលមានសញ្ជាតិខ្មែរដែលធ្វើអាជីវកម្ម ជាអ្នកជួយលក់សេវាកម្មទេសចរណ៍ជាលក្ខណៈគ្រួសារ ដូចជា សំបុត្រ មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ សេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ និងសេវាកម្មផ្សេងៗទៀតរាប់បញ្ចូល ខ្សែទស្សនកិច្ចដែលបង្កើតឡើងដោយការីទេសចរណ៍ដែលនាំភ្ញៀវកម្សាន្តក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

លើសពីនេះប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍បានបែងចែកទៅតាមទំហំ និងលក្ខណៈនៃប្រតិបត្តិការដូចជា៖

១) ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ខ្នាតធំៗ (Wholesale Travel Agent) ជាអ្នករៀបចំផែនការកម្មវិធីទេសចរណ៍ជាកញ្ចប់ (Package Tour) សម្រាប់លក់ដល់សាធារណជនទូទៅ។ តាមរយៈបណ្តាញភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឬក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ ដែលមិនមានទំនាក់ទំនងជាមួយភ្ញៀវទេសចរណ៍ដោយផ្ទាល់ឡើយ ប៉ុន្តែនឹងប្រគល់ឱ្យការីទេសចរណ៍ជាអ្នករៀបចំ។ ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ខ្នាតធំអាចមាននៅក្នុងប្រទេសដែលនិយមចូលចិត្តធ្វើដំណើរទៅបរទេសច្រើន នៅអឺរ៉ុប សហរដ្ឋអាមេរិក

និងជប៉ុនជាដើម។ ក្រុមហ៊ុនទាំងនេះច្រើនតែចូលជាសមាជិកក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ ឬបណ្តាសណ្ឋាគារធំៗ ដែលនឹងធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ និងលក់កញ្ចប់ទស្សនកិច្ចរួមបញ្ចូលគ្នា ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយគឺតាមរយៈកញ្ចប់ទូរទស្សន៍ សាខា និងតំបន់លក់ធំៗ ដូច្នេះក្រុមហ៊ុនទាំងនេះដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការផ្តល់ភ្ញៀវទេសចរទៅកាន់តំបន់ផ្សេងៗគ្នានៅលើពិភពលោក។

២) ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ខ្នាតតូច (Retail Travel Agent) ទទួលខុសត្រូវក្នុងការលក់សេវាកម្មធ្វើដំណើរដោយផ្ទាល់ទៅអ្នកដែលចង់ធ្វើដំណើរ គឺតំណាងឱ្យក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ ក្រុមហ៊ុនទូក ក្រុមហ៊ុនរថយន្តក្រុង រថយន្តជួល សណ្ឋាគារ ឬពេលខ្លះជាសាខារបស់ភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ធំៗ។

៣) ការីទេសចរណ៍ (Tour Operator) គឺជាក្រុមហ៊ុនប្រតិបត្តិកាបន្តពីក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ធំៗ ឬក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ មានភារកិច្ចក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មស្របតាមបញ្ជី ការធ្វើដំណើរផ្សព្វផ្សាយ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ អាចមានឡានក្រុង សណ្ឋាគារផ្ទាល់ខ្លួន ឬជួល កក់សម្រាប់អតិថិជន។ លក្ខណៈសំខាន់របស់ក្រុមហ៊ុននេះខុសគ្នាពីក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ធំ ឬក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍តូចគឺជាកាតព្វកិច្ចក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មនៅតំបន់ទេសចរណ៍ ទទួលភ្ញៀវទេសចរណ៍ពីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។

៤) ទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ពិសេស (Special Intermediaries) ក្រុមហ៊ុនដែលធ្វើសកម្មភាពជារឿយៗរៀបចំការប្រជុំ និងទេសចរណ៍ជាក្រុម ឈ្នួញកណ្តាលក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន ឬភ្នាក់ងារសណ្ឋាគារដែលមានឥទ្ធិពលលើភ្ញៀវទេសចរ។

សេវាកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍

ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍អាចផ្តល់សេវាកម្មសំខាន់ៗដល់ភ្ញៀវទេសចរនៅក្នុងតំបន់ដូចខាងក្រោម ៖

១. សេវាកម្មមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍អាចផ្តល់ជូននូវដំណើរកម្សាន្តសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរទាំងនៅក្នុងប្រទេស និងក្រៅប្រទេសតាមទំរង់នៃដំណើរទេសចរណ៍
២. សេវាកម្មទទួលពីអាកាសយានដ្ឋានទៅកាន់សណ្ឋាគារ និងជូនពីសណ្ឋាគារទៅអាកាសយានដ្ឋាន (Transfer In, Transfer Out)
៣. ការរៀបចំដំណើរកម្សាន្ត ការរៀបចំកញ្ចប់ទស្សនកិច្ច ដែលអាចបោះពុម្ព ឬបង្ហាញព័ត៌មានលម្អិត ផែនការកម្មវិធីទេសចរណ៍ កាលបរិច្ឆេទពេលវេលាការរៀបចំដំណើរកម្សាន្តអាចស្របតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន។ ជាធម្មតាកម្មវិធីនេះត្រូវបានរៀបចំឡើងជាទម្រង់បោះពុម្ពចេញជាកូនសៀវភៅខិត្តប័ណ្ណ ឬផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅក្នុងទស្សនាវដ្តីសម្រាប់លក់ជូនអតិថិជន
៤. សេវាកម្មកក់សំបុត្រធ្វើដំណើរ ដូចជាការកក់សំបុត្រយន្តហោះ សំបុត្រទូក ។ល។
៥. ការកក់សណ្ឋាគារ ឬកន្លែងស្នាក់នៅសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរទាំងក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក
៦. សេវាកម្មដឹកជញ្ជូន ក្រុមហ៊ុនខ្លះអាចទទួលយកកញ្ចប់ឥវ៉ាន់ និងក្រុមហ៊ុនខ្លះផ្តល់សេវាកម្មធ្វើដំណើរដល់ភ្ញៀវទេសចរ

៧. សេវាកម្មកក់កោដនីយដ្ឋាន និងសំបុត្រសម្រាប់ទស្សនាការសំដែង
 ៨. សេវាកម្មប្តូរប្រាក់ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ ជាពិសេសក្រុមហ៊ុនមានទីតាំង នៅក្នុងតំបន់មួយ ដែលមានភ្ញៀវទេសចរច្រើន
 ៩. សេវាកម្មដើម្បីស្វែងរកស្ថាប័នអប់រំនៅបរទេស
 ១០. សេវាកម្មសម្រាប់រៀបចំលិខិតឆ្លងដែន និងទិដ្ឋាការ ក្រុមហ៊ុនជាច្រើនទទួលយកទិដ្ឋាការ នៅស្ទើរតែគ្រប់ប្រទេស ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនទទួលយកទិដ្ឋាការតែនៅក្នុងប្រទេសមួយចំនួន ប៉ុណ្ណោះ។
 ១១. សេវាកម្មប្រឹក្សា ការធ្វើដំណើរ
- លើសពីនេះក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍មួយចំនួនផ្តល់សេវាកម្មការងារក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ សេវាលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ សេវានាំដំណើរកម្សាន្ត និងច្រើនទៀតក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ធំៗ ភាគច្រើន អាចផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មច្រើនដូចដែលបានរៀបរាប់ខាងលើ។

៣.២ អាជីវកម្មស្នាក់នៅ

នៅក្នុងប្រកាសស្តីពីការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណទេសចរណ៍ដល់អាជីវកម្មសណ្ឋាគារ និងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ លេខ ០៦៣ ប្រក. ចុះថ្ងៃទី១៨ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០០៧ របស់ក្រសួងទេសចរណ៍កម្ពុជា បានឱ្យនិយមន័យ អាជីវកម្មសណ្ឋាគារ គឺជាការយកអាគារសម្រាប់ធ្វើអាជីវកម្មផ្គត់ផ្គង់បន្ទប់ស្នាក់នៅ ដែលមានបំពាក់នូវសម្ភារៈបរិក្ខារជូនភ្ញៀវ និងមានសេវាកម្មមួយចំនួនដូចជា កោដនីយដ្ឋាន បារនីយដ្ឋាន ហាងលក់ទំនិញ វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ កន្លែងហាត់ប្រាណ លេងកីឡា សាលប្រជុំ ព្រមទាំងមាន សេវាកម្មពេញលេញទៅតាមតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវ។ ទីតាំងសណ្ឋាគារស្ថិតនៅតាមទីប្រជុំជន ជាយក្រុង តំបន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ និងតំបន់ដែលមានចលនាទេសចរណ៍។

នៅក្នុងច្បាប់អាជីវកម្មសណ្ឋាគារប្រទេសថៃ ព.ស. ២០០៤ មាត្រា ៤ បានកំណត់សណ្ឋាគារ គឺជាកន្លែងស្នាក់នៅដែលបានបង្កើតឡើងសម្រាប់គោលបំណងអាជីវកម្មដើម្បីផ្តល់កន្លែងស្នាក់នៅ បណ្តោះអាសន្នសម្រាប់អ្នកដំណើរ។

អាជីវកម្មស្នាក់នៅមានច្រើនប្រភេទដូចជា សណ្ឋាគារ ម៉ូតែល ផ្ទះសំណាក់ រមណីយដ្ឋាន ផ្ទះល្វែង អាផាតមេនខុនដូ កន្លែងបោះតង់ បឹងហ្គាឡូ ផ្ទះវីឡាជាដើម កន្លែងស្នាក់នៅត្រូវតែស្អាត មានជាសុខភាព និងសុវត្ថិភាព ហើយមានតម្លៃសមរម្យ សម្រាប់កន្លែងស្នាក់នៅនីមួយៗ ប្រភេទកន្លែងស្នាក់នៅសំខាន់មានដូចខាងក្រោម៖

សណ្ឋាគារ (Hotel) ជាកន្លែងសម្រាប់អ្នកដំណើរ ឬភ្ញៀវទេសចរដែលមកស្នាក់នៅហើយមាន សេវាកម្មជាច្រើនប្រភេទសម្រាប់ភ្ញៀវ អាស្រ័យលើកម្រិតសេវាកម្ម និងគ្រឿងបរិក្ខារដូចជា ម្ហូបអាហារ

និងភេសជ្ជៈការប្រជុំ ពិធីដប់លៀង អាងហែលទឹក កន្លែងហាត់ប្រាណ លេងកីឡា និងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍។ អាជីវកម្មសណ្ឋាគារអាចត្រូវបានបែងចែកតាមវិធីផ្សេងៗគ្នាដូចជា ៖

១. សណ្ឋាគារពាណិជ្ជកម្ម (Commercial/City Hotel) គឺជាសណ្ឋាគារអាជីវកម្មមួយដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងតំបន់ពាណិជ្ជកម្ម ផ្ដោតសំខាន់លើការរៀបចំការប្រជុំ និងសិក្ខាសាលាឬអាជីវកម្មទេសចរណ៍ ជារឿយៗជ្រើសរើសកន្លែងស្នាក់នៅសម្រាប់ក្រុមទេសចរណ៍ធំៗ ពីព្រោះវាស្ថិតនៅសង្កាត់ពាណិជ្ជកម្មដែលភ្ញៀវទេសចរអាចធ្វើដំណើរទៅមកបានយ៉ាងងាយស្រួល។

២. សណ្ឋាគារលំនៅដ្ឋាន (Residential Hotel) គឺជាអាជីវកម្មសណ្ឋាគារដែលប្រជាជនតែងតែជួលក្នុងរយៈពេលជាយូរ ដូច្នេះត្រូវតែមានកិច្ចព្រមព្រៀងជួល ដែលសណ្ឋាគារនឹងមានសេវាកម្មផ្សេងៗសម្រួលដល់ភ្ញៀវទេសចរ ដូចជា សេវាកម្មសម្អាតបន្ទប់ សេវាអាហារបញ្ជូនទៅដល់បន្ទប់ មានបន្ទប់ក្រឡកស្រា និងបន្ទប់ទទួលភ្ញៀវជាដើម។

៣. សណ្ឋាគារអាកាសយានដ្ឋាន (Airport Hotel) គឺជាអាជីវកម្មសណ្ឋាគារ មួយដែលមានទីតាំងនៅជិតអាកាសយានដ្ឋាន ដែលបន្ទប់ត្រូវបានទប់សំឡេងរំខានពីការចុះចតយន្តហោះ។ កន្លែងស្នាក់នៅនេះសម្រាប់អ្នកដំណើរ ភ្ញៀវទេសចរដែលត្រូវចាំជួរសម្រាប់ឡើងយន្តហោះ ឬយន្តហោះបានលុបចោលការហោះហើរ វាក៏មានប្រជាប្រិយភាពផងដែរជាមួយអ្នកជំនួញព្រោះតែកន្លែងស្នាក់នៅប្រភេទនេះសន្សំសំចៃពេលវេលា និងថវិកាយ៉ាងច្រើនរវាងអាកាសយានដ្ឋានសណ្ឋាគារ។

៤. សណ្ឋាគារស្ទីត (Suite Hotel) ជាសណ្ឋាគារដែលមានបន្ទប់ស្នាក់នៅទាំងអស់សុទ្ធតែជាបន្ទប់ស្ទីត។ បន្ទប់ស្ទីតមានបន្ទប់ស្នាក់នៅមួយ ឬច្រើន មានបំពាក់គ្រឿងសម្ភារៈផ្ទះបាយ និងមានបន្ទប់សម្រាប់ទទួលភ្ញៀវ។

៥. សណ្ឋាគារមេណីយដ្ឋាន (Resort Hotel) គឺជាសណ្ឋាគារដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងតំបន់មេណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ ឆ្ងាយពីទីប្រជុំជន មានកន្លែងលំហែកាយ សម្រាកយកខ្យល់អាកាស មានផ្តល់សេវាកម្មម្ហូបអាហារភេសជ្ជៈ និងសេវាកម្មផ្សេងទៀតដែលធ្វើអោយចំរើនសុខភាព ដូចជាវាយកូនគោល វាយតេនីស ស្ទូចត្រី ជិះសេះ ។ល។

៦. សណ្ឋាគារកាស៊ីណូ (Casino Hotels) សណ្ឋាគារដែលមានសេវាកម្មសំខាន់ផ្ដោតទៅការលេងល្បែង ហើយមានបន្ទប់ និងបរិក្ខារ ភោជនីយដ្ឋានមានលក្ខណៈប្រណីតផងដែរ។

៧. សណ្ឋាគារចែករំលែកពេលវេលា និងខុនដូ (Time - Share and Condominium Hotels) សណ្ឋាគារពង្រីកដោយការទិញភាពជាម្ចាស់សិទ្ធិរបស់បន្ទប់ក្នុងរយៈពេលមួយ កំឡុងពេលនោះ បុគ្គលដែលជាម្ចាស់នឹងមានសិទ្ធិកាន់កាប់កន្លែងស្នាក់នៅរបស់ពួកគេ ភាគច្រើនជាបន្ទប់នៅក្នុងខុនដូ ដោយម្ចាស់បន្ទប់ អាចយកបន្ទប់របស់ពួកគេទៅជួល ក្រោមការគ្រប់គ្រងសណ្ឋាគារ វិធីសាស្ត្រ

សេវាកម្ម ដូចគ្នានឹងសណ្ឋាគារណាដែលភ្ញៀវនឹងមិនដឹងថាការស្នាក់នៅរបស់ពួកគេជាសណ្ឋាគារចែក
រំលែកពេលវេលាទេពីព្រោះសេវាកម្មគឺដូចសណ្ឋាគារដទៃទៀតដែរ។

៨. សណ្ឋាគារសន្និសីទ (Convention Hotels) គឺសណ្ឋាគារប្រភេទមួយដែលកំពុងមាន
កំណើនកើនឡើង សណ្ឋាគារប្រភេទនេះធំជាងសណ្ឋាគារទូទៅបន្ទប់រាប់ពាន់បន្ទប់ដើម្បីផ្តល់សេវាកម្ម
គ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ការប្រជុំធំៗ មានបន្ទប់តាំងពិព័រណ៍ សាលពិធីដប់លៀងធំៗ (សាលប្រជុំ) អាចត្រូវ
បានបែងចែកជាបន្ទប់ប្រជុំតូច និងមធ្យមជាច្រើន មានបន្ទប់បរិភោគអាហារផ្សេងៗគ្នាហើយអតិថិជន
ភាគច្រើនជាអ្នកធុរកិច្ច។ ដូច្នេះមានសេវាកម្មផ្សេងៗ សម្រួលសម្រាប់អ្នកជំនួញដូចជាការហៅទូរស័ព្ទ
ក្នុងសន្និសីទ (Teleconferencing) សេវាកម្មលេខាធិការម៉ាស៊ីនការបកប្រែឯកសារ ទូរសារអ៊ិនធឺណិត
ជាទូទៅអតិថិជនដែលចូលរួមប្រជុំគឺជាក្រុមសមាគមភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល ក្រុមហ៊ុន រៀបចំការប្រជុំ
បុគ្គលិក ឬបុគ្គលដែលពាក់ព័ន្ធ ត្រូវធ្វើផែនការ ឬកក់បន្ទប់ប្រជុំសណ្ឋាគារក្នុងរយៈពេលយូរទុកជាមុន។

៩. សណ្ឋាគារបូទិក (Boutique Hotels) ជាសណ្ឋាគារតូចមួយដែលប្រើដើមទុនមិនច្រើន
ទេ មិនដូចជាសណ្ឋាគារផ្កាយប្រាំទេ ប៉ុន្តែបានចំណាយលើការវិនិយោគច្នៃប្រឌិតនៅក្នុងការរចនា
ប្លែកៗ និងការយកចិត្តទុកដាក់លើសេវាកម្មផ្សេងទៀតយ៉ាងប្រណិត។ ជំនួសឱ្យការបើកអាជីវកម្ម
កន្លែងស្នាក់នៅដើមទុនតិច នៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងជាមួយសណ្ឋាគារ ដែលមានដើមទុនច្រើន
និងអំណាចទីផ្សារកាន់តែធំ សណ្ឋាគារបូទិកឆ្លើយតបបានកាន់តែប្រសើរទៅនឹងតម្រូវការរបស់អ្នក
ដំណើរសម័យទំនើបជាពិសេសភ្ញៀវទេសចរលំដាប់ខ្ពស់។ សម្រាប់អ្នកធ្វើដំណើរសម័យទំនើបដែល
ស្វែងរកបទពិសោធន៍ខុសគ្នា សណ្ឋាគារប្រភេទនេះមិនត្រឹមតែជាកន្លែងសម្រាប់គេងប៉ុណ្ណោះទេ
ប៉ុន្តែនឹងមានរយៈពេលមួយ បទពិសោធន៍ការធ្វើដំណើរ ដែលខុសពីបណ្តាសណ្ឋាគារធំៗដូចជា
ភាពស្ងៀមស្ងាត់ជាងកជន ភាពស្រស់ស្អាត និងសន្តិភាពនៃធម្មជាតិ បន្ទប់ជាប់នឹងភ្នំ
ឬសមុទ្រជាដើម។

១០. សណ្ឋាគារអាផាតមិន (Apartment Hotel) ជាសណ្ឋាគារដែលមានបន្ទប់ស្នាក់នៅ
និងបន្ទប់ស្វិតដោយបំពាក់គ្រឿងសង្ហារឹម សម្ភារៈបរិក្ខារ និងផ្តល់នូវសេវាកម្មដូចសណ្ឋាគារដែរ ហើយ
បម្រើអោយភ្ញៀវស្នាក់នៅ រយៈពេលវែង។

ម៉ូតែល (Motel) ជាអាគារមានមួយជាន់ ឬពីរជាន់ ដែលស្ថិតនៅតាមតំបន់ជាយក្រុង ឬតំបន់
ដែលមានចលនាទេសចរណ៍ និងតាមបណ្តោយផ្លូវសំខាន់ៗ ផ្តល់នូវសម្បទា និងសេវាកម្មមានកម្រិត
សំរាប់បម្រើអោយការស្នាក់នៅជាលក្ខណៈសំចតរយៈពេលខ្លី។ មានកោដិដើមដ្ឋានខ្នាតតូចមានចំណត
រថយន្តធំទូលាយ និងអាចមានផ្តល់នូវសេវាកម្មសំរាប់កម្សាន្តមួយចំនួន។

ឡូជី (Lodge) គឺជាអាគារ ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅតាមតំបន់សម្រាកវិស្សមកាល ជនបទ
ឬតំបន់ទាក់ទាញទេសចរសំរាប់បម្រើអោយការស្នាក់នៅដល់ទេសចរមានលក្ខណៈជាពួក ឬជាក្រុម

ដែលមានគោលបំណងសម្រាកលំហែកាយ និងកម្សាន្តក្នុងសកម្មភាពនេសាទ បរិបាក កីឡា មានបម្រើសេវាម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈមានចំណាត់ថ្នាក់ ព្រមទាំងមានបំពាក់គ្រឿងសម្ភារៈផ្ទះបាយ។

បឹងហ្គាឡូ (Bungalow) គឺជាអាគារមួយជាន់មានលក្ខណៈជាភូមិគ្រឹះដាច់ៗពីគ្នា និងអាចមានច្រើនយូនីត (Units) នៅក្នុងអាគារតែមួយ។ យូនីត (Units) នីមួយៗ មានបន្ទប់ដេកមួយ ឬច្រើន មានបន្ទប់ទទួលភ្ញៀវដាច់ដោយឡែក មានផ្ទះបាយ មានចំណាត់ថ្នាក់។ បឹងហ្គាឡូ អាចជាអាគារសំណង់រឹង ឬស្រាល។

ផ្ទះភ្ញៀវ (Guest House) គឺជាអាគារដែលមានចំនួនបន្ទប់ពី ៥ ទៅ ១៥ បន្ទប់ មានបំពាក់ឧបករណ៍សម្ភារៈបរិក្ខារដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ និងមានសេវាបម្រើភ្ញៀវមានកម្រិត។

ផ្ទះស្នាក់នៅ (Homestay) គឺជាសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ ដោយការរៀបចំលំនៅដ្ឋានរបស់ខ្លួនអោយទៅជាបន្ទប់មិនលើសពី ១៥ បន្ទប់ ឬជាព្រៃចល័ត ដូចជា បោក ឬអង្រឹង មានបំពាក់សម្ភារៈបរិក្ខារសាមញ្ញ និងសេវាមានកម្រិតសម្រាប់ទទួលបម្រើការស្នាក់នៅរបស់ភ្ញៀវដែលមានបំណងមកសិក្សា និងស្វែងយល់ពីសកម្មភាពនៃជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជនក្នុងសហគមន៍ និងរមណីយដ្ឋានក្នុងតំបន់។

កន្លែងបោះជំរុំទេសចរណ៍ (Tourist Camping) គឺជាមូលដ្ឋានសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍ដោយប្រើប្រាស់តង់ (Tent) ដែលមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងតំបន់រមណីយដ្ឋានទេសចរណ៍ធម្មជាតិ វប្បធម៌ ប្រវត្តិសាស្ត្រ ឆ្នេរសមុទ្រ មានហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងសេវាកម្មចាំបាច់មួយចំនួនដើម្បីបម្រើទេសចរ។

អន្តេវាសិកដ្ឋាន (Hostel, Dormitory) ជាកន្លែងស្នាក់នៅដែលរៀបចំឡើងដោយបុគ្គល ឬស្ថាប័នផ្តល់សេវាកម្មដល់ភ្ញៀវទេសចរដែលស្នាក់នៅ ដោយការប្រមូលថ្លៃឈ្នួលទាបបំផុត ភាគច្រើនអត្ថបាស់ត្រូវបានកែសម្រួលដើម្បីឱ្យមានលក្ខខណ្ឌសាកសមសម្រាប់ប្រើជាកន្លែងស្នាក់នៅ កន្លែងខ្លះអាចមានបម្រើអាហារ ខ្លះមានផ្ទះបាយប្រើរួមគ្នាដើម្បីចម្អិនអាហារផ្ទាល់ខ្លួន។

ផ្ទះលំហែកាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរ (Tourist Holiday Villages) មានដើមកំណើតនៅអឺរ៉ុបបន្ទាប់ពីសង្គ្រាមលោកលើកទី ២ វាជាកន្លែងស្នាក់នៅតាមមាត់សមុទ្រ ឬជាកន្លែងសម្រាប់សម្រួលដល់ការស្នាក់នៅសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ ដែលច្រើនតែស្ថិតនៅកន្លែងដែលមិនសូវមានភាពរីកចម្រើនដូចនៅក្នុងភូមិអាចឱ្យភ្ញៀវទេសចរលេងកីឡាដូចជា អាងហែលទឹក ទីលានវាយតេនីស វាយកូនហ្គោល បន្ទប់ចំហុយ (Sauna) និងសេវាកម្មម្ហូបអាហារសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរដែលធ្វើដំណើរទៅស្នាក់នៅ។ ភ្ញៀវភាគច្រើនស្នាក់នៅជាក្រុមគ្រួសារ កន្លែងស្នាក់នៅប្រភេទនេះមាននៅតាមបណ្តាប្រទេសនានាដូចជាបារាំង អ៊ីតាលី ។

ការបែងចែកប្រភេទនៃសេវាកម្មកន្លែងស្នាក់នៅផ្សេងៗទៀតផងដែរ តាមការរៀបចំមួយផ្សេងៗយោងទៅតាមលក្ខណៈដូចជា តាមប្រភេទអាជីវកម្ម ទិសដៅទីផ្សារ កម្រិតសេវាកម្ម

ប្រភេទនៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ផ្អែកលើតម្រូវការរបស់អតិថិជន។

៣.៣ អាជីវកម្មអាហារ និងភេសជ្ជៈ:

សេវាកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈគឺជាអាជីវកម្មដែលត្រូវផ្តល់ជូនស្បៀងអាហារសម្រាប់ភ្ញៀវ ទេសចរក្នុងកំឡុងពេលធ្វើដំណើរ។ អាជីវកម្មម្ហូបអាហារត្រូវបានកំណត់ថាជាប្រតិបត្តិការសេវាកម្មម្ហូប អាហារ និងភេសជ្ជៈដល់ភ្ញៀវទេសចរពេលធ្វើដំណើរ អាចជាកោដនីយដ្ឋាន ឬអាហារដ្ឋានដែលភ្ញៀវ ទេសចរអាចរីករាយនឹងអាហារ ភេសជ្ជៈ។ លើសពីនេះទៀតអាជីវកម្មម្ហូបអាហារ វាគឺជាការទាក់ទាញ សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងការធ្វើដំណើរដើម្បីភ្ញាក់រសជាតិអាហារឆ្ងាញ់ពិសេសជាងកន្លែងផ្សេងទៀត ឬអាហារជាក់លាក់មួយដែលម្ហូបត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាផលិតផលទេសចរណ៍មួយប្រភេទដែលអាច ទាក់ទាញបាន ទេសចរបរទេស។

ប្រកាសស្តីពីការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណទេសចរណ៍ដល់កោដនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋាន លេខ០៧៦ ប្រក. ចុះថ្ងៃទី១៣ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០០៦ របស់ក្រសួងទេសចរណ៍បានចែកកោដនីយដ្ឋាន និងអាហារ ដ្ឋានពីរប្រភេទគឺ ៖ កោដនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋានទេសចរណ៍ និងកោដនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋានក្នុង ស្រុក។

កោដនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋានទេសចរណ៍

កោដនីយដ្ឋានទេសចរណ៍ គឺជាអាជីវកម្មបម្រើសេវាកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈដែលមានអ្នក បម្រើសេវាកម្ម មានដំណើរការច្រើនពេល និងរាល់ថ្ងៃនៅគ្រប់ទីកន្លែង ដែលបម្រើឱ្យទេសចរជាធំ ហើយមានប្រភេទដូចជា៖ កោដនីយដ្ឋានខ្នាតធំ កោដនីយដ្ឋានខ្នាតមធ្យម Barbistro កោដនីយដ្ឋាន ខ្នាតតូច និងកោដនីយដ្ឋានបៀវហ្មឱន។

- កោដនីយដ្ឋានខ្នាតធំ: គឺជាអាជីវកម្មបម្រើសេវាកម្មម្ហូបអាហារ ភេសជ្ជៈ ដែលមានអ្នកបម្រើសេវា កម្ម និងមានម្ហូបអាហារ ភេសជ្ជៈច្រើនមុខសំរាប់ជ្រើសរើស សម្ភារៈទំនើប ការបម្រើសេវា កម្រិតខ្ពស់តាមលក្ខណៈស្តង់ដារ មានបម្រើអាហារច្រើនពេល និងរៀបចំបម្រើក្នុងពិធីផ្សេងៗ មានការប្រគុំតន្ត្រីកំដរនៅពេលល្ងាច និងពេលយប់ ឬគ្មានការប្រគុំតន្ត្រី។
- កោដនីយដ្ឋានខ្នាតមធ្យម Barbistro: មានបម្រើម្ហូបអាហារជាលក្ខណៈចំអិនស្រាប់បម្រើ សេវាកម្មដោយសេរី (buffet) មានលក់នំ និងភេសជ្ជៈគ្មានជាតិស្រវឹង ឬមានជាតិស្រវឹងតិច ដែលរៀបចំនៅក្បែរអតិថិជន ការបម្រើតាមលក្ខណៈស្តង់ដារកម្រិតខ្ពស់។
- កោដនីយដ្ឋានខ្នាតតូច: មានផ្តល់ម្ហូបអាហារ ភេសជ្ជៈ គ្មានជាតិស្រវឹង ឬមានជាតិស្រវឹងតិច ដែលមុខម្ហូបអាហារមានកំណត់ទៅតាមអាហារប័ណ្ណ ហើយពុំមានសម្ភារៈទំនើប និងពុំមានការ ប្រគុំតន្ត្រីកំដរ ដែលមានចំនួនកៅអីក្រោម ១០០។

- កោដនីយដ្ឋាន បៀរហ្គាឌិន: គឺជាកោដនីយដ្ឋានដែលបម្រើភេសជ្ជៈគ្រប់ប្រភេទ និងមុខម្ហូប អាហារមានកំណត់ព្រមទាំងមានប្រគុំតន្ត្រីកំរងសំរាប់ភ្ញៀវជាតិ និងអន្តរជាតិ ច្រៀង និងស្តាប់ កម្សាន្ត។

អាហារដ្ឋានទេសចរណ៍ គឺជាអាជីវកម្ម ផ្តល់សេវាម្ហូបអាហារ ភេសជ្ជៈ ដែលមានអ្នកបម្រើ សេវាកម្ម ឬបម្រើសេវាកម្មដោយខ្លួនឯង និងការផ្តល់សេវាម្ហូបអាហារ ភេសជ្ជៈមានកំណត់ មានបម្រើ សេវាម្ហូបអាហារក្រៅពេល អាហារវេចខ្ចប់ និងសាច់អាំង។ អាហារដ្ឋានខ្លះ មានបម្រើច្រើនពេលខ្លះមាន តែមួយពេល ឬពីរពេល។

អាហារដ្ឋានខ្លះបម្រើភេសជ្ជៈជាធំ មានដូចជា:

- Pub: ជាប្រភេទអាជីវកម្ម ដែលបម្រើភេសជ្ជៈជាធំ និងអាហារមានកំណត់ដូចជាអាហារត្រជាក់ អាហារវេចខ្ចប់ ជាទូទៅតម្លៃសមរម្យ។
- Hotelbar: ជាប្រភេទអាជីវកម្ម ដែលមានដំណើរការនៅតាមសណ្ឋាគារ។ អាជីវកម្មប្រភេទនេះ មានបម្រើភេសជ្ជៈជាធំ និងអាហារមានកំណត់ ដែលតម្រូវឱ្យអ្នកលាយស្រាដើម្បីលក់ ភេសជ្ជៈ គ្រប់ប្រភេទ និងមានគុណភាពកម្រិតខ្ពស់ ហើយដំណើរការក្នុងរយៈពេលមានកំណត់។
- Coffeebar: ជាប្រភេទអាជីវកម្ម ដែលបម្រើភេសជ្ជៈជាធំ មានបច្ចេកទេសកម្រិតខ្ពស់ ដូចជា កាហ្វេ និងមានបម្រើជាមួយអាហារបន្លាប់បន្សំ។
- Coffee House: ជាហាងកាហ្វេ ដែលមានលក់កាហ្វេទៅតាមបច្ចេកទេសផ្សេងៗ និងមាន លក្ខណៈតុបតែងផ្សេងៗគ្នា។ ក្រៅពីកាហ្វេក៏មានផ្តល់ភេសជ្ជៈកម្រិតខ្ពស់ ដែលមានជាតិ ស្រវឹង និងមានដំណើរការចាប់ពីពេលបើករហូតដល់អស់ភ្ញៀវ។
- Drink bar: ជាប្រភេទអាជីវកម្ម ដែលបម្រើភេសជ្ជៈលាយ និងមានបម្រើអាហារ ត្រជាក់ក្រៅ ពេល មានបម្រើបន្ថែមនូវកាហ្វេ តែ និងភេសជ្ជៈផ្សេងៗទៀត។

អាហារដ្ឋានបម្រើសេវាម្ហូបអាហារជាធំ

- Self Service bar: ជាប្រភេទអាជីវកម្មដែលបម្រើសេវាដោយខ្លួនឯងមានបម្រើម្ហូបអាហារក្តៅ (ស៊ុប) ម្ហូបអាហារដែលចម្អិនស្រាប់ ម្ហូបអាហារត្រជាក់ ម្ហូបវេចខ្ចប់ដាក់នៅក្នុងទូកញ្ចក់ មានបម្រើភេសជ្ជៈដែលគ្មានជាតិស្រវឹង ឬមានជាតិស្រវឹងតិច។
- Universal bar: ជាប្រភេទអាជីវកម្ម ដែលបម្រើសេវាដោយខ្លួនឯង មានអាហារដ្ឋានតូចៗជា ច្រើនរួមគ្នាបង្កើតបានជាកោដនីយដ្ឋាន ហៅថាកោដនីយដ្ឋាន ដែលមានម្ហូបអាហារច្រើនមុខ សំរាប់ជ្រើសរើសទៅតាមការនិយមរបស់អតិថិជន។
- Fast food bar. ប្រភេទអាជីវកម្ម ដែលបម្រើសេវាដោយខ្លួនឯង មានបម្រើអាហារពេលអាហារ ត្រជាក់ អាហារវេចខ្ចប់ ដូចជា Hamburger Pizza ។ល។

- Snack bar: អាជីវកម្មម្ហូបអាហារ ដែលមានអ្នកបម្រើ មានបម្រើអាហារត្រជាក់ស្រស់អាហារ ក្តៅ អាហារក្រៅពេល ភេសជ្ជៈគ្មានជាតិស្រវឹង និងមានជាតិស្រវឹងតិច និងមានបង្អែម។ ចាប់បើកពីពេលព្រឹករហូតដល់ពេលយប់។
- Grill bar: ជាប្រភេទអាជីវកម្ម ដែលបម្រើអាហារ ដូចជា សាច់អាំង នំប៉័ងសាច់ ជំទ្បងចៀន ត្រីចៀន ។ល។
- Catering bar: ជាប្រភេទអាជីវកម្ម ដែលផលិតម្ហូបអាហារសំរាប់គ្រឹះស្ថានណាមួយ ឬទីកន្លែងកម្សាន្តសាធារណៈ ដូចជាអាហារបំរុងទុក អាហារវេចខ្ចប់ ។ល។

ភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋានក្នុងស្រុក

ភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋានក្នុងស្រុក គឺជាអាជីវកម្មបម្រើសេវាម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈមាន កំណត់ ពុំមានសម្ភារៈទំនើប មានដំណើរការតែមួយពេល ឬពីរពេល។ ភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋាន ប្រភេទនេះមិនស្ថិតនៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍ និងបម្រើអតិថិជនក្នុងស្រុកជាធំ ដែលមានចំនួនកៅអី ក្រោម ១០០ ដូចជា ហាងលក់គុយទាវ ហាងលក់បាយ ហាងកាហ្វេ។

អាជីវកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈដែលត្រូវបានចូលរួមដោយផ្ទាល់នៅក្នុងឧស្សាហកម្ម ទេសចរណ៍ការធ្វើដំណើរអាចចែកចេញជា ៤ ប្រភេទធំៗ ៖

១) ភោជនីយដ្ឋាន ឬអាហារដ្ឋានទូទៅ គឺជាអាជីវកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈដែលគេស្គាល់ ច្រើន ហើយមានចំនួនច្រើនដូចជាភោជនីយដ្ឋាន ឬអាហារដ្ឋានដែលមានទំហំធំ មានប្រភេទសេវាកម្ម ផ្សេងៗគ្នា ដូចជាភោជនីយដ្ឋាន ចិន អ៊ីតាលី បារាំង មជ្ឈិមបូព៌ា ជប៉ុន។

២) អាជីវកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈនៅក្នុងសណ្ឋាគារ គ្របដណ្តប់ចាប់តាំងពីម៉ាស៊ីនលក់ ស្វ័យប្រវត្តិរហូតដល់ភោជនីយដ្ឋានប្រភេទផ្សេងៗគ្នាដែលបម្រើនៅតាមសណ្ឋាគារ ភោជនីយដ្ឋាន បម្រើអាហារតាមបែបបទ និងតម្លៃខុសៗគ្នា អាស្រ័យលើកម្រិតស្តង់ដារនៃសណ្ឋាគារនោះ។ ការបម្រើអាហារ និងភេសជ្ជៈពិសេសមានតម្លៃថ្លៃ។ ការផ្តល់អាហារ និងភេសជ្ជៈក្នុងសណ្ឋាគារដែលគួរ អោយចាប់អារម្មណ៍គឺ ៖

- បន្ទប់បរិភោគអាហារ (Dining Room) នៅខាងក្នុងសណ្ឋាគារអាចមានចាប់ពីភោជនីយដ្ឋាន គ្រួសាររហូតដល់ភោជនីយដ្ឋានកម្រិតខ្ពស់។ ប្រភេទភោជនីយដ្ឋានច្រើនតែអាស្រ័យនឹងទំហំ និងកម្រិតនៃសណ្ឋាគារ សណ្ឋាគារប្រណីតច្រើនតែមានភោជនីយដ្ឋានបរិភោគអាហារល្អៗ ភោជនីយដ្ឋានអន្តរជាតិ អាហារបូរិយ។ ភោជនីយដ្ឋានសណ្ឋាគារ គឺជាអាជីវកម្មដែលបង្កើត ប្រាក់ចំណូលសម្រាប់សណ្ឋាគារ បានក្លាយជាដៃគូប្រកួតប្រជែងដ៏ធំមួយសម្រាប់ ភោជនីយដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋានជាកលាក់ពីព្រោះសណ្ឋាគារមានទំនោរទៅរកការវិនិយោគយ៉ាង ខ្លាំងក្នុងការតុបតែងសេវាកម្មគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ និងប្រតិបត្តិការជាប្រព័ន្ធ។

- បរិភោគអាហារក្នុងបន្ទប់ (Room Service) សណ្ឋាគារជំនួយដែលផ្តល់សេវាកម្មពេញលេញ ការផ្តល់ជូននូវអាហារដល់បន្ទប់អាចបាន ២៤ ម៉ោងក្នុងមួយថ្ងៃដោយមានសេវាកម្មអាហារ បរិភោគក្នុងបន្ទប់ដែលរួមមានអាហារពេលព្រឹកអាហារថ្ងៃត្រង់ និងពេលល្ងាច។ ជាធម្មតា ដោយសារតែថ្លៃសេវាកម្មអាហារត្រូវបានរួមបញ្ចូលក្នុងការដឹកជញ្ជូនដល់បន្ទប់។
- រង្គសាល (Lounge / Bar) សណ្ឋាគារជំនួយបន្ថែមពីលើកន្លែងទទួលភ្ញៀវ ជាកន្លែងដែលត្រូវ សម្រាកសម្រាប់មនុស្សទូទៅ វាក៏មានកន្លែងទទួលភ្ញៀវមានអាហារស្រាលៗ បង្អែម ភេសជ្ជៈ ដូចជាតែ កាហ្វេ ភេសជ្ជៈមានជាតិអាល់កុលជាច្រើនប្រភេទ ថែមទាំងជាកន្លែងកម្សាន្ត និងរង្គសាលមានតន្ត្រីកំរើបរិយាកាសផងដែរ។
- សេវាកម្មរៀបចំពិធីដប់លៀង ឬការផ្តល់អាហារ (Banquet and Catering) សណ្ឋាគារទូទៅ មានទំនោរទៅរកលទ្ធភាពនៃគុណភាពការងារ។ នៅតាមសាលធំ ឬសាលពិធីដប់លៀងទាំង ខាងក្នុង និងខាងក្រៅសណ្ឋាគារ ការហូបចុកអាចគ្រាន់តែជាអាហារសម្រន់សម្រាប់ប្រតិភូចូល រួមពិធីដប់លៀងពិធីធំៗ ដូចជាពិធីមង្គលការ សន្និសីទ ការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗ និងការងារណែនាំផលិតផល ។ល។

៣) អាជីវកម្មអាហារ និងភេសជ្ជៈនៅតាមគ្រឹះស្ថានផ្សេងៗ អាជីវកម្មសេវាកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈគឺជាភាពងាយស្រួលនៃអាជីវកម្មផ្សេងទៀតដែលត្រូវការផ្តល់សេវាកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈ ដល់អតិថិជនរបស់ពួកគេ ដូចជាម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈនៅក្នុងមជ្ឈមណ្ឌលផ្សារទំនើបសម្រាប់ អតិថិជនក្នុងកំឡុងពេលទិញទំនិញដោយមិនចាំបាច់ចេញពីមជ្ឈមណ្ឌលដើរទិញឥវ៉ាន់។ អាជីវកម្ម អាហារ និងភេសជ្ជៈសម្រួលនៅតាមស្ថានីយ៍រថយន្តក្រុង ស្ថានីយ៍រថភ្លើង អាកាសយានដ្ឋាន និងសេវា កម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈនៅតាមកន្លែង ហាត់ប្រាណជាដើម។

៤) អាជីវកម្មអាហារ និងភេសជ្ជៈពេលធ្វើដំណើរ ជាសេវាកម្មជូនអ្នកដំណើរលើរថភ្លើង យន្តហោះ ឡានក្រុងទេសចរណ៍ និងទូក ផ្តល់ជូនសេវាកម្មតាមពេលវេលា និងមានជំនាញក្នុងការ រៀបចំម្ហូបនៅពេលធ្វើដំណើរជាប្រព័ន្ធ ដែលអាចផ្តល់សេវាកម្មជូនភ្ញៀវដោយងាយស្រួល ព្រោះថា យានយន្តដែលត្រូវធ្វើដំណើរមានកន្លែងទំនេរ និងពេលវេលាមានកំណត់។

៣.៤ អាជីវកម្មរក្សាទុកទំនិញ

ការដើរទិញឥវ៉ាន់ (shopping) គឺជាសកម្មភាពសំខាន់មួយទៀតសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ។ ផលិតផលមានតម្លៃរបស់ភ្ញៀវទេសចរ គឺជាផលិតផលក្នុងស្រុក ជាពិសេសផលិតផលសិប្បកម្មដែល ជាផលិតផលរបស់ប្រជាជនក្នុងស្រុកជាក់ស្តែង។ លើសពីនេះទៀតកន្លែងសម្រាប់ទិញទំនិញ ឬផ្សារ ទំនើបគឺជាផ្នែកមួយផ្សេងទៀតនៃការទាក់ទាញរបស់ទេសចរណ៍ បើកន្លែងនោះ ប្រភព ឬទីផ្សារ សម្រាប់ប្រជាជនក្នុងតំបន់ មានភាពសកម្ម និងភាពរឹងមាំនៃសហគមន៍។

ភ្ញៀវទេសចរតែងតែត្រូវការប្រើប្រាស់គ្រឿងឧបកោគបរិកោគរបស់ខ្លួនពេលកំពុងធ្វើដំណើរ ឬឧបករណ៍ចាំបាច់សម្រាប់ធ្វើដំណើរ ភ្ញៀវទេសចរភាគច្រើនអាចទិញបាននៅហាងលក់នៅតំបន់ ទេសចរណ៍ដែលបម្រើប្រជាជនក្នុងតំបន់ ចំណែកហាងលក់វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍វិញគឺជាហាងមួយដែល បង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងសំខាន់ក្នុងការលក់ទំនិញជូនភ្ញៀវទេសចរ។ តំបន់ទេសចរណ៍មួយដែល មានទំនិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ដែលប្លែកពីតំបន់ទៅតំបន់មួយ។ ភ្ញៀវទេសចរតែងតែទិញជាវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ឬទិញវាជាការរំលឹកមួយដែលធ្លាប់បានទៅលេងកន្លែងនោះ។ នៅក្នុងប្រទេសជាច្រើនផលិតផលវត្ថុអនុ ស្សាវរីយ៍ត្រូវបានប្រើជាកន្លែងលក់សម្រាប់ទេសចរណ៍ដោយព្យាយាមប្រកួតប្រជែងក្នុងពិធីបុណ្យដើម្បី ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ។ ប្រទេសគំរូ នៅអាស៊ីដែលមានគុណប្រយោជន៍នៃផលិតផលថោក ហើយយុទ្ធ សាស្ត្រនេះអាចត្រូវបានប្រើដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរជាច្រើនគឺចិន សិង្ហបុរី ហុងកុង រួមទាំងប្រទេសថៃ។

ផលិតផលអនុស្សាវរីយ៍ក្នុងន័យដែលត្រូវបានគេយល់ជាទូទៅ វាជាទំនិញដែលភ្ញៀវទេសចរ បានទិញត្រឡប់មកវិញក្នុងការចងចាំពេលបានទៅដល់កន្លែងណាមួយ។ ដើម្បីភាពរីករាយ ភ្ញៀវទេសចរចូលចិត្តទិញផលិតផលដែលពួកគេចូលចិត្ត ឬវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ចម្លែកៗ។ ដូច្នេះផលិតផល គួរឱ្យចងចាំ គឺចាំបាច់មានភាពប្លែកពីភាពទាក់ទាញរបស់ភ្ញៀវទេសចរ។ ការធ្វើដំណើរពីកន្លែងមួយទៅ កន្លែងមួយបន្ថែមពីភាពស្រស់ស្អាតនៃកន្លែងនោះ ភ្ញៀវទេសចរនឹងនាំមកនូវរឿងមួយដែលនឹងធ្វើឱ្យមាន ការចងចាំល្អគឺផលិតផលអនុស្សាវរីយ៍នៅតាមតំបន់ទេសចរណ៍។ ការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់ភ្ញៀវ ទេសចរដើម្បីទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍គឺផ្ដោតលើតម្លៃសមរម្យ មានអត្ថសញ្ញាណក្នុងតំបន់ សិប្បកម្មក្នុង ស្រុកនីមួយៗ។ ដូច្នេះវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទេសចរណ៍ក្នុងស្រុកដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ ហើយបានក្លាយជា តម្លៃសម្រាប់ទាំងភ្ញៀវទេសចរកម្ពុជា និងជនបរទេស ដើម្បីទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ ជាវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ធ្វើ ជូនសាច់ញាតិ វត្ថុអនុស្សាវរីយ៍សម្រាប់ខ្លួនដែលត្រូវចងចាំថាម្តងក្នុងជីវិតអ្នកធ្លាប់ទៅកន្លែងនោះពីមុន។

អាជីវកម្មផលិតផលវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ គឺជាអាជីវកម្មមួយនៃការលក់ផលិតផលអនុស្សាវរីយ៍ដល់ ភ្ញៀវទេសចរវាគឺជាសកម្មភាពដែលជួយឱ្យភ្ញៀវទេសចរធ្វើដំណើរកាន់តែមានរសជាតិកាន់តែខ្លាំងនៅ ពេលពួកគេមានឱកាសទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍។ ភ្ញៀវទេសចរច្រើនតែទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍នៅតាមតំបន់ ដែលពួកគេទៅលេងដើម្បីប្រើប្រាស់ដោយខ្លួនឯង ឬទុកជាអនុស្សាវរីយ៍សម្រាប់ក្រុមគ្រួសារ។

៣.៥ អាជីវកម្មដឹកជញ្ជូន

អាជីវកម្មដឹកជញ្ជូនផ្តល់ជូនភ្ញៀវទេសចរនូវសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនដែលអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេធ្វើ ដំណើរទៅ និងមកគោលដៅនានាក្នុងមធ្យោបាយងាយស្រួលលឿន និងមានសុវត្ថិភាព។ ការដឹក ជញ្ជូនគឺជាធាតុផ្សំនៃផលិតកម្មសម្រាប់ការជំរុញឧស្សាហកម្មស្ទើរតែគ្រប់ប្រភេទដែលអ្នកផលិតត្រូវ

ប្រគល់ផលិតផលជូនអតិថិជន ជាងនេះទៅទៀតនៅក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ ការពិចារណាលើការដឹកជញ្ជូន វាគឺជាកត្តាចំបង។

អាជីវកម្មដឹកជញ្ជូន ភាគច្រើនទាក់ទងនឹងការដឹកអ្នកដំណើរ និងទំនិញពីចំណុចមួយទៅចំណុចមួយ ការដឹកជញ្ជូនមានឥទ្ធិពលផ្ទាល់លើការធ្វើដំណើរ។ ការដឹកអ្នកដំណើរអាចចែកជា ៤ ប្រភេទនៃការដឹកជញ្ជូន៖

ការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវគោក (Land Transportation) ជាការដឹកជញ្ជូនប្រកបដោយភាពជោគជ័យ និងខ្លាំងក្លាបំផុត ហើយសមស្របសម្រាប់ចម្ងាយខ្លី និងមធ្យម។ ការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវគោកផ្តល់នូវគុណសម្បត្តិមួយចំនួនដូចជាភាពបត់បែន ភាពជឿជាក់ លឿន សេវាកម្មពីកន្លែងមួយទៅកន្លែងមួយទៀត និងមានតម្លៃថោក។

ដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវទឹក (Water Transportation) ជាការដឹកជញ្ជូនបុរាណមួយដែលផ្តល់បទពិសោធន៍ល្អៗសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ ក្នុងការធ្វើដំណើរ។ ទេសចរណ៍តាមដងទន្លេបានក្លាយជាទីផ្សាររីកចម្រើននៅជុំវិញពិភពលោកព្រោះ វាមិនត្រឹមតែជាមធ្យោបាយធ្វើដំណើរទៅកាន់គោលដៅប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែជាបទពិសោធន៍ដល់ភ្ញៀវដែលវាមានលក្ខណៈសន្សំសំចៃ មានសមត្ថភាពផ្ទុកទំនិញបានច្រើនព្រមទាំងអភិវឌ្ឍជំនួញអន្តរជាតិទៀតផង។

ដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស (Air Transportation) ជាមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនដែលមានប្រសិទ្ធភាពបំផុតដែលមានតម្លៃខ្ពស់ហើយមានភ្ញៀវទេសចរប្រមាណ ១២.៥ %ប៉ុណ្ណោះដែលធ្វើដំណើរតាមផ្លូវអាកាស។

ប្រសិនបើអ្នកក្រឡេកមើលរូបភាពនៃការធ្វើដំណើរការដឹកជញ្ជូននឹងសំដៅទៅលើយានយន្តរថភ្លើង នាវា និងដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស។

ការដឹកជញ្ជូនដោយរថយន្ត

ប្រភេទរថយន្តដឹកអ្នកដំណើរដែលបម្រើដល់វិស័យទេសចរណ៍ (មិនរាប់បញ្ចូលឡានឯកជន) ចែកជា ២ ប្រភេទ

១.១ រថយន្តដឹកជញ្ជូនសាធារណៈ ជារថយន្តដែលត្រូវបានគេប្រើដើម្បីដឹកជញ្ជូនអ្នកដំណើរជាប្រចាំ និងមិនប្រចាំ ចែកចេញជា ២ ប្រភេទរងផងដែរ៖

១.១.១ រថយន្តក្រុងសាធារណៈ (Bus) គឺជាសេវាកម្មដឹកអ្នកដំណើរឆ្លងកាត់ នៅក្នុងទីក្រុងធំ និងរវាងខេត្ត អាចបម្រើមនុស្សបានក្នុងស្រុក និងភ្ញៀវទេសចរក្នុងពេលតែមួយ។

១.១.២ រថយន្តដឹកអ្នកដំណើរតាក់ស៊ី (Taxi) គឺជាសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនអ្នកដំណើរ និងភ្ញៀវទេសចរ ដែលអាជីវកម្មនេះត្រូវបានប្រើច្រើន ព្រោះវាអាចបត់បែនបាន និងអាចប្រើបានល្អជាមួយ

កន្លែង ឬផ្លូវដែលភ្ញៀវទេសចរមិនស្គាល់។ ដែលមានការចំណាយខ្ពស់គួរសម ប៉ុន្តែផ្តល់ភាពងាយស្រួល និងទំនុកចិត្តថាវានឹងទៅកន្លែងដែលចង់បាន ។

១.២ ថយន្តសេវាកម្ម គឺជាយានដែលត្រូវបានប្រើសម្រាប់ដឹកជញ្ជូនបុគ្គល ឬភ្ញៀវទេសចរ សម្រាប់គោលបំណងអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ។

ថយន្តសេវាកម្មបែងចែកជា ៣ ប្រភេទ៖

១.២.១ សេវាកម្មថយន្តជួល (Rental Car) គឺត្រូវបានប្រើសម្រាប់ដឹកជញ្ជូនអ្នកដំណើរ ឬភ្ញៀវទេសចរ ដែលនិយមពីសំណាក់ភ្ញៀវទេសចរណ៍ ដែលអាចបើកបរផ្ទាល់ខ្លួនបាន ដើម្បីបន្ត ដំណើរទៅគោលដៅណាមួយហើយអាចទុកថយន្តនៅសាខារបស់ក្រុមហ៊ុននៅខេត្តបាន។

១.២.២ សេវាថយន្តក្រុងទេសចរណ៍ (Charter Coach Tour) គឺជាសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនអ្នក ដំណើរ ភ្ញៀវទេសចរជាក្រុម។ ប្រតិបត្តិករទេសចរណ៍នឹងជួលឡានដើម្បីធ្វើដំណើរក្នុងកញ្ចប់ខ្សែ ទស្សនកិច្ចទៅកន្លែងទាក់ទាញផ្សេងៗ។ ការរៀបចំដំណើរកម្សាន្តប្រភេទនេះនឹងមានរយៈពេលរៀបចំ អាចរាប់ចាប់ពីការជួល ៤ ម៉ោងដល់ ៣-៤ ថ្ងៃ ឬលើសពីនេះលើកិច្ចព្រមព្រៀងនិងតម្លៃខុសគ្នា។ នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះសេវាថយន្តក្រុងទេសចរណ៍បានអភិវឌ្ឍច្រើនទាក់ទងនឹងល្បឿន ភាពងាយស្រួល និងគ្រឿងបរិក្ខារនានាក្នុងកំឡុងពេលធ្វើដំណើរ។

១.២.៣ សេវាកម្មថយន្តទទួលភ្ញៀវទៅ-មកអាកាសយានដ្ឋាន គឺជាមធ្យោបាយងាយស្រួល សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរធ្វើដំណើរពីព្រលានយន្តហោះទៅទីក្រុង ឬសណ្ឋាគារ និងពីទីក្រុង ឬសណ្ឋាគារ ទៅអាកាសយានដ្ឋាន សម្រាប់អ្នកដំណើរដែលមានបំណងធ្វើដំណើរពីសណ្ឋាគារទៅអាកាសយាន ដ្ឋានអាចប្រើសេវាកម្មនៅបញ្ជូរសណ្ឋាគារ ឬភ្ញៀវទេសចរដែលនឹងចូលទីក្រុងបន្ទាប់ពីចុះចតអាចប្រើ សេវាកម្មនៅបញ្ជូរព្រលានយន្តហោះ។

ការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវដែក

ការដឹកជញ្ជូនថយភ្លើង ជាប្រភេទនៃការដឹកជញ្ជូនប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្លូវដែក នៅក្នុងប្រទេសអភិវឌ្ឍ ន៍មានប្រជាប្រិយភាពខ្លាំងណាស់ ពីព្រោះវាងាយស្រួល និងលឿន។ សេវាកម្មថយភ្លើងដឹកអ្នកដំណើរ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានពីរខ្សែ ចាប់ផ្តើមសាងសង់ឆ្នាំ១៩៣០ ដល់ឆ្នាំ១៩៤០ ផ្លូវដែកកម្ពុជាមាន ២ ខ្សែ គឺ ខ្សែភាគខាងជើង និងខ្សែភាគខាងត្បូង មានប្រវែងសរុប ៦៥០គីឡូម៉ែត្រ។ ផ្លូវដែកភាគខាង ជើង មានប្រវែង ៣៨៦គីឡូម៉ែត្រ ពីភ្នំពេញ ទៅដល់ប៉ោយប៉ែត (ព្រំដែនកម្ពុជា-ថៃ) កសាងឡើងចាប់ ពីឆ្នាំ១៩២៩ ដល់ឆ្នាំ១៩៤២ ក្នុងសម័យអាណានិគមបារាំង។ ផ្លូវដែកភាគខាងត្បូង កសាងឡើង ចន្លោះឆ្នាំ១៩៦០ ដល់ឆ្នាំ១៩៦៩ ក្នុងសម័យសង្គមរាស្ត្រនិយម ក្រោមព្រះរាជកិច្ចដឹកនាំរបស់ ព្រះករុណាព្រះបាទសម្តេចព្រះនរោត្តម សីហនុ ព្រះបរមរតនកោដ្ឋ ក្រោមជំនួយរបស់ប្រទេសបារាំង អាណ្លីម៉ង់ខាងលិច និងចិន ដែលមានប្រវែងសរុប ២៦៤គីឡូម៉ែត្រ។

ដឹកជញ្ជូនតាមទូក

ការដឹកជញ្ជូនផ្លូវទឹកដោយទូកប្រជាជនដែលមិនសូវនិយមចូលចិត្តពីព្រោះវាចំណាយពេលយូរ ក្នុងការធ្វើដំណើរជាងការដឹកជញ្ជូន អ្នកដំណើរប្រភេទផ្សេងទៀត។ លើសពីនេះការដឹកជញ្ជូនទូកដឹក អ្នកដំណើរអាចត្រូវបានអនុវត្តតែនៅក្នុងតំបន់ដែលមានផ្លូវទឹកធម្មជាតិប៉ុណ្ណោះ ដូចជាមហាសមុទ្រ បឹងទន្លេ និងព្រែកជាដើម ប៉ុន្តែការដឹកជញ្ជូនតាមទូកដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងប្រតិបត្តិការដឹកជញ្ជូន ទំនិញ រវាងប្រទេសអន្តរជាតិច្រើនជាងមធ្យោបាយផ្សេងទៀត ដោយសារតែអាចដឹកផលិតផលបាន ច្រើន។ មានប្រភេទទូកច្រើនប្រភេទដែលត្រូវបានប្រើសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនដូចជា ទូក កាណូត កប៉ាល់ សាឡាង ជាដើម។

ការដឹកជញ្ជូនតាមអាកាស

ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍គឺជាឧស្សាហកម្មមួយដែលមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំង ហើយមូលដ្ឋាន ចាំបាច់សម្រាប់អ្នកធ្វើដំណើរនិយម និងប្រើប្រាស់ពេលវេលាឆាប់រហ័សបានល្អ។ សេវាដឹកជញ្ជូនតាម ផ្លូវអាកាសប្រទេសកម្ពុជាមានអាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិចំនួន៣ និងក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ជាតិ ចំនួន១

- ១. អាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិភ្នំពេញ Phnom Penh International Airport
- ២. អាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិសៀមរាបអង្គរ Siem Reap International Airport
- ៣. អាកាសយានដ្ឋានអន្តរជាតិខេត្តព្រះសីហនុ Sihanouk International Airport

៤. ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរកម្ពុជា អង្គរ អ៊ែរ Cambodia Angkor Air ៖ ជាក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍ ផ្តល់សេវាពេញលេញមួយដែលបានបង្កើតឡើងនៅខែកក្កដាឆ្នាំ ២០០៩ ដោយរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍វៀតណាមជាមួយដើមទុន ១០០ លានដុល្លារដោយចាប់ផ្តើមផ្តល់សេវាកម្ម ផ្តល់ផ្លូវហោះហើរប្រចាំសប្តាហ៍បីដង ជាប្រតិបត្តិការផ្លូវត្រីកោណសៀមរាប - ព្រះសីហនុ - ភ្នំពេញ - សៀមរាបពីដើម។ ចាប់ពីខែកញ្ញាឆ្នាំ ២០១៣ ក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍នឹងផ្តល់ផ្លូវហោះហើរពីខេត្ត សៀមរាបទៅក្រុងព្រះសីហនុចំនួនពីរដងក្នុងមួយថ្ងៃ។

៣.៦ អាជីវកម្មការកម្សាន្ត

អាជីវកម្មការកម្សាន្តសម្រាប់ទេសចរណ៍ គឺជាអាជីវកម្មដែលទាក់ទងទៅនឹងសកម្មភាព និងសេវាកម្មដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការ ឬគោលបំណងនៃការធ្វើដំណើររបស់ភ្ញៀវទេសចរ សម្រាប់ការ កម្សាន្ត។ ដែលនឹងទទួលបានចំណេញពីសេវាកម្ម ចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍ ឬទស្សនាព្រឹត្តិការណ៍កីឡា ការចូលរួមក្នុងការប្រកួតកីឡា ការប្រើប្រាស់សេវាកម្មសុខភាព (Fitness Center) ដើម្បីសុខភាពពី ប្រភពធម្មជាតិ ការចូលរួមក្នុងសកម្មភាពកីឡាផ្សេងៗ រួមទាំងការប្រជុំការហ្វឹកហាត់សិក្ខាសាលា អំពីកីឡា។ល។ អាជីវកម្មឬការកម្សាន្តក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយវិស័យឯកជនតែ

មានមួយចំនួនតូចដែលត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយរដ្ឋាភិបាលដើម្បីឱ្យប្រជាជនសម្រាក។ ប្រភេទអាជីវកម្មការកម្សាន្តត្រូវបានបែងចែកខាងក្រោម៖

១. ប្រភេទអាជីវកម្មកន្លែងកម្សាន្តដែលចាត់ថ្នាក់តាមកន្លែងកម្សាន្ត

១.១ ផ្សារទំនើប (Mall) សព្វថ្ងៃមជ្ឈមណ្ឌលផ្សារទំនើបត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាប្រភពនៃការកម្សាន្តដ៏សំខាន់នៅក្នុងទីក្រុង។ ដោយសារតែអ្នកប្រើប្រាស់ប្រើសេវាកម្មបន្ថែមលើគោលបំណងទិញផលិតផល វាក៏ជាកន្លែងសម្រាក និងទិញផលិតផលដែលបានរៀបចំយ៉ាងស្រស់ស្អាតផងដែរ ហើយវាក៏ជាមជ្ឈមណ្ឌលកម្សាន្តភោជនីយដ្ឋាន និងសេវាកម្មកម្សាន្តជាច្រើនប្រភេទទៀត ។

១.២ ភោជនីយដ្ឋាន ម្ហូបអាហារនិងភេសជ្ជៈ វាជាតំបន់កម្សាន្តដែលផ្តល់សេវាកម្មអាហារ និងភេសជ្ជៈ និងការសម្រាកលំហែ ជាពិសេសហាងលក់អាហារ និងភេសជ្ជៈដែលជាផ្នែកមួយនៃអាជីវកម្ម ភោជនីយដ្ឋាន។ ភោជនីយដ្ឋានប្រភេទនេះនឹងក្លាយជាកន្លែងទទួលទានអាហារ និងលំហែកាយផងដើម្បីបង្កើតជាការលើកទឹកចិត្តដល់ក្រុមគ្រួសារ និងទទួលយកសេចក្តីអំណរនៃការបរិភោគនិងការកម្សាន្ត។ ការកម្សាន្តដែលភោជនីយដ្ឋានរៀបចំសកម្មភាពសម្រាប់កុមារដូចជាប្រជាប្រជាភ្លេងលេងគូរគំនូរពេលកំពុងញ៉ាំជាដើម ។

១.៣ មជ្ឈមណ្ឌលសង្គម វាជាកន្លែងដែលជាមជ្ឈមណ្ឌលនៃសង្គមសម្រាប់សកម្មភាពកម្សាន្តដែលអាចត្រូវបានរៀបចំម្តងម្កាល ឬទៀងទាត់ដូចជាមជ្ឈមណ្ឌលពិព័រណ៍ សកម្មភាព សិល្បៈ សិប្បកម្ម សាលសហគមន៍ សាលាក្រុង ដែលជាកន្លែងសកម្មភាពកម្សាន្តសម្រាប់សាធារណជន។

១.៤ ឧទ្យានកម្សាន្តកន្ត្រាក់អារម្មណ៍ វាជាកន្លែងដែលបង្កើតឡើងសម្រាប់ផ្តល់សេវាកម្មសប្បាយ មានម៉ាស៊ីនលេងហ្គេម សេវាកម្មអាហារ និងភេសជ្ជៈសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ ឬអ្នកប្រើប្រាស់។

១.៥ សារមន្ទីរ គឺជាកន្លែងមួយដើម្បីបង្ហាញពីប្រវត្តិនៃវិស័យវិទ្យាសាស្ត្រផ្សេងៗ ដែលត្រូវបានគេចងក្រងជាប្រភពនៃចំណេះដឹង ការយល់ដឹងពីរឿងរ៉ាវផ្សេងៗ រួមទាំងសិល្បៈ វប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្រ។ ដូច្នេះសារមន្ទីរគឺជាមជ្ឈមណ្ឌលកម្សាន្តដែលមានទាំងការអប់រំ និងវិក្កយ ក៏ដូចជាការបង្កើននូវការអភិរក្ស និងអាកប្បកិរិយាប្រកបដោយសេចក្តីស្រឡាញ់សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរផងដែរដូចជាសារមន្ទីរជាតិ សារមន្ទីរវិទ្យាសាស្ត្រ និងសារមន្ទីរកីឡាជាតិ។ល។

១.៦ សួនច្បារ ជាទូទៅសួនច្បារត្រូវបានរៀបចំសម្រាប់ផ្ទះ សហគមន៍តូចៗ ឬរៀបចំជាសួនសាធារណៈសម្រាប់សហគមន៍ធំៗ ជាកន្លែងសម្រាកលំហែកាយដែលមានធម្មជាតិស្រស់ស្អាតជាមួយនឹងដើមឈើជាច្រើនប្រភេទដែលត្រូវបានតុបតែងយ៉ាងស្រស់ស្អាតសម្រាប់ប្រជាជន។ មានទាំងសួនច្បារលំហែកាយសាធារណៈដែលគ្រប់គ្រងដោយទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល និងសួនច្បារលំហែកាយឯកជនដែលអនុញ្ញាតឱ្យប្រជាជនសម្រាក ដោយមានការបង់ និងឥតគិតថ្លៃ ។

១.៧ រោងឆ្នោត ឬមហោស្រព គឺជាកន្លែងសម្រាប់ការសម្តែងដូចជាការសម្តែងខ្សែភាពយន្ត និងតន្ត្រី។ នាពេលបច្ចុប្បន្នឆ្នោតនេះជាកម្មសិទ្ធិទាំងផ្នែកសាធារណៈនិងឯកជន សកម្មភាពត្រូវមាន ទម្រង់ផ្សេងៗ ពីផ្នែកជាសំខាន់ទៅលើសេចក្តីត្រូវការរបស់សហគមន៍។

១.៨ ពហុកីឡដ្ឋាន និងកន្លែងហាត់ប្រាណ វាគឺជាកន្លែងសម្រាប់លេងកីឡា ព្រឹត្តិការណ៍កីឡា ឬការធ្វើលំហាត់ប្រាណដែលមានការត្រៀមឧបករណ៍ និងកន្លែងអ្នកកីឡា និងសម្រាប់អ្នកទស្សនា។ កន្លែងលេងកីឡា និងមណ្ឌលហាត់ប្រាណដែលជាកន្លែងកម្សាន្តសម្រាប់ប្រជាជនហាត់ប្រាណ និងលេងកីឡាដោយផ្ទាល់។ ដូច្នេះកន្លែងកីឡាគឺជាកន្លែងកម្សាន្តដែលអាចបំពេញតម្រូវការរបស់ក្រុម ទាំងពីរក្នុងពេលតែមួយ ។

១.៩ កន្លែងស្នាក់នៅ ជុំ សណ្ឋាគារ និងរមណីយដ្ឋាន ជាកន្លែងស្នាក់នៅសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ ទូទៅ។ កន្លែងស្នាក់នៅបែបនេះ ក្រៅពីមានកន្លែងសម្រាប់ស្នាក់នៅពេលយប់ ជារឿយៗរៀបចំសេវា កម្មកម្សាន្តផ្សេងៗដូចជាភោជនីយដ្ឋានកន្លែងហាត់ប្រាណ និងតន្ត្រីជាដើម។

១.១០ កសិដ្ឋានគឺជាកន្លែងកម្សាន្តជាមួយសួនច្បារ និងការចិញ្ចឹមសត្វ។ ភ្ញៀវទេសចរអាច ទស្សនាពីសកម្មភាពផលិតដែលជាសកម្មភាពកម្សាន្តទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំងនាពេល បច្ចុប្បន្នដូចជាដំណើរកម្សាន្តទៅកាន់ចម្ការ ចម្ការទំពាំងបាយជូរ ឬទៅមើលកសិដ្ឋានទឹកដោះគោ និងមើលស្បែកកម្មផលិតកសិដ្ឋានទឹកដោះគោ ។

២. ប្រភេទអាជីវកម្មកន្លែងកម្សាន្តចាត់ថ្នាក់តាមប្រភេទសកម្មភាព

២.១ អាជីវកម្មកម្សាន្តទេសចរណ៍ ដូចជាកន្លែងទេសចរណ៍ធម្មជាតិ តំបន់ទាក់ទាញ ទេសចរណ៍ និងកន្លែងដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍។ល។

២.២ មជ្ឈមណ្ឌលកម្សាន្ត ឬអាជីវកម្មកីឡាមានដូចជាការលេងកីឡាដើម្បីសុខភាព សម្រាប់ ការប្រកួតប្រជែង រួមទាំងការទស្សនា និងអបអរសាទរចំពោះកីឡាល។

២.៣ កន្លែងអាជីវកម្ម ឬកន្លែងកម្សាន្តវប្បធម៌ ដូចជាការរៀបចំការសម្តែងវប្បធម៌ឱ្យភ្ញៀវ ទេសចរអាចទស្សនា នៅទីតាំងជាក់ស្តែង ឬកន្លែងដែលរៀបចំសម្រាប់ការសម្តែងវប្បធម៌សម្រាប់ភ្ញៀវ ទេសចរ។

២.៤ កន្លែងអាជីវកម្មសិល្បៈឬកន្លែងកម្សាន្ត មានដូចជាការបង្ហាញស្នាដៃសិល្បៈ វត្ថុបុរាណ សិប្បកម្ម តន្ត្រី និងការសម្តែងផ្សេងៗដែលអនុញ្ញាតឱ្យភ្ញៀវទេសចរទស្សនាល។

២.៥ អាជីវកម្មការកម្សាន្តរួមទាំងសកម្មភាពកម្សាន្តផ្សេងៗ ដូចជាមជ្ឈមណ្ឌលដើរទិញឥវ៉ាន់ គឺជាកន្លែងសម្រាកលំហែកាយនៅក្នុងសង្គមទីក្រុងដែលចំណាយពេលវេលាទំនេររបស់ពួកគេធ្វើ ដំណើរទៅមើល ឬទិញផលិតផល ជាមួយនឹងគោលបំណងនៃការកម្សាន្តរួមគ្នា ។

៣. ប្រភេទអាជីវកម្មឬកន្លែងកម្សាន្តដែលចាត់ថ្នាក់តាមទំហំប្រតិបត្តិការ

អាជីវកម្មការកម្សាន្ត ចាត់ថ្នាក់តាមទំហំរបស់ប្រតិបត្តិករអាចត្រូវបានបែងចែកជា ២ ប្រភេទ៖ អាជីវកម្មកម្សាន្តជាក្រុម និងអាជីវកម្មកម្សាន្តសម្រាប់គោលបំណងពាណិជ្ជកម្ម

៣.១ អាជីវកម្មការកម្សាន្តជាក្រុម គឺការបង្កើតក្រុម និងរៀបចំសកម្មភាពកម្សាន្តសម្រាប់សេវាកម្ម សមាជិកដោយមិនស្វែងរកប្រាក់ចំណេញជាសំខាន់ទេ ផ្ទុយទៅវិញវាជាសកម្មភាពកម្សាន្តសម្រាប់សមាជិកក្នុងការជួបជុំ ទំនាក់ទំនងសង្គម និងចំណាយពេលវេលាទំនេររបស់ពួកគេដោយឈ្នួសវៃដើម្បីពង្រឹងទំនាក់ទំនងរវាងសមាជិក ដូចជា ផ្តល់ប្រាក់ចំណេញដល់សង្គម ឬជារង្វាន់ដល់សមាជិកនៃក្រុមនោះ សកម្មភាពអាជីវកម្ម មានទម្រង់នៃការកម្សាន្តជាច្រើនសម្រាប់ក្រុមជាក់លាក់ដែលត្រូវបានអនុវត្តដូចខាងក្រោម៖

- Sport & Outdoor Club ជាអាជីវកម្មកម្សាន្តដែលរៀបចំឡើងដោយវិស័យឯកជនដើម្បីផ្តល់សេវាកម្មដល់សមាជិកកីឡា និងសកម្មភាពដូចជាការផ្តល់ទីលានវាយទីនីស ទីលានវាយកូនហ្គោល អាជីវកម្មដែលទាមទារការកម្សាន្តសម្រាប់បុគ្គលិកទូទៅ ឬសមាជិក បុគ្គលិកទូទៅអាចគិតថ្លៃខ្ពស់ជាងសមាជិក កន្លែងខ្លះបើកសម្រាប់តែសមាជិក។
- Social Club មានន័យថាក្រុមមនុស្សក្នុងសង្គមដែលចាប់អារម្មណ៍ពួកគេមានលក្ខណៈវប្បធម៌ស្រដៀងគ្នា និងមានទីលំនៅជិតគ្នា ឬមានដើមកំណើតជាមួយគ្នាដូចជា ក្លឹបអតីតនិស្សិត សាកលវិទ្យាល័យ ក្លឹបប្រជាជនខេត្ត ។ល។ ក្លឹបសង្គមបែបនេះអាចត្រូវបានបង្កើតឡើងជាអង្គការរឹងមាំដូចជាសមាគមអតីតនិស្សិត ដែលអាចមានទីតាំង កន្លែងកម្សាន្ត សម្រាប់សេវាកម្មសមាជិកភាពដូចជា កីឡដ្ឋាន កន្លែងហាត់ប្រាណ ក្លឹប ភោជនីយដ្ឋាន ឬកន្លែងប្រជុំទំនាក់ទំនងសង្គមរវាងសមាជិក។ល។
- Speccial Interest Club ត្រូវបានកំណត់ថាជាការប្រមូលផ្តុំបុគ្គលដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ពិសេសទៅលើសកម្មភាពកម្សាន្តហើយបន្ទាប់មកចូលរួមជាសកម្មភាពកម្សាន្ត អាចជា ក្លឹបកីឡា សាលវគ្គបណ្តុះបណ្តាលមួយ ក្លឹបតន្ត្រី ។ល។ សម្រាប់ក្រុមមានការចាប់អារម្មណ៍ដើម្បីឈានទៅរកជំនាញ នេះសម្រាប់ផលប្រយោជន៍ផ្ទាល់ខ្លួន ក្រុម ឬសង្គម សម្រាប់ដើមទុនរបស់ក្លឹបអាចត្រូវបានឧបត្ថម្ភដោយរដ្ឋាភិបាល និងវិស័យឯកជន ឬសមាជិកជួយគ្នាទៅវិញទៅមកប៉ុន្តែលក្ខណៈសំខាន់នៃការកម្សាន្តប្រភេទនេះមិនមែនផ្ដោតលើប្រាក់ចំណេញនោះទេតែផ្ដោតលើសេវាកម្ម។
- Adult Service Clubs ក្លឹបសេវាកម្មមនុស្សពេញវ័យសំដៅទៅលើមនុស្សមួយក្រុម ក្រុមគឺជាក្លឹបសេវាកម្មសម្រាប់សមាជិកពេញវ័យរួមទាំងអ្នកជំនួញ ក្រុមអាជីព និងក្រុមនៅក្នុងសហគមន៍សមាជិកមានគោលបំណងលើកកម្ពស់គុណភាពជីវិតនៅក្នុងសហគមន៍របស់ពួកគេ ឬនៅក្នុងក្រុមរបស់ពួកគេ។ សមាជិកត្រូវតែបំពេញតាមលក្ខណៈសម្បត្តិ និងការបង់ប្រាក់ ថ្លៃសេវា

ហើយសេវាកម្មនេះមិនរំពឹងថាទទួលបានប្រាក់ចំណេញទេ។ ប៉ុន្តែមានប្រាក់ចំណូលពីថ្លៃសេវាការបរិច្ចាគ និងប្រាក់ចំណូលពីការរៀបចំសកម្មភាពនៃឱកាសពិសេស ពង្រីកឱកាសកម្សាន្តដល់សហគមន៍ ដូចជាការជួយដល់ការរៀបចំកន្លែងកម្សាន្តសម្រាប់កុមារមនុស្សចាស់ក្នុងឱកាសផ្សេងៗដែលភ្ជាប់មកជាមួយសេវាកម្ម ។ល។

៣.២ អាជីវកម្ម ឬតំបន់កម្សាន្តសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្ម (Commercial Providers) ដែលប្រតិបត្តិការការកម្សាន្តបែបពាណិជ្ជកម្ម គឺរៀបចំសកម្មភាពកំសាន្តសំរាប់មនុស្សទូទៅដោយប្រមូល ថ្លៃសេវាកម្មពីអ្នកប្រើប្រាស់គឺជាការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មដើម្បីរកប្រាក់ចំណេញពីការវិនិយោគ។ ប្រតិបត្តិការការកម្សាន្តអាជីវកម្មគឺជាកម្មវិធីដែលមានប្រជាប្រិយភាពខ្លាំងនៅក្នុងប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍។ ជាឱកាសសម្រាប់ប្រជាជននៅក្នុងសង្គមបានជ្រើសរើសប្រើប្រាស់ពេលវេលាទំនេរបស់ពួកគេសម្រាប់ការកម្សាន្ត កម្មវិធីកម្សាន្តដែល បានផ្តល់ជូនអ្នកប្រើប្រាស់នឹងមានជាសុខភាព ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយវាមានតម្លៃសម្រាប់សេវាកម្មផ្លាស់ប្តូរកន្លែងកម្សាន្តពាណិជ្ជកម្មបន្ថែមពីលើគោលបំណងណែនាំអ្នកចាប់អារម្មណ៍ឱ្យប្រើសេវាកម្មកម្សាន្តវាក៏អាចមានគោលបំណងអាជីវកម្មសំខាន់ៗផ្សេងទៀតផងដែរដូចជាការបង្កើតសួនកម្សាន្តរបស់កុមារនៅក្នុងមជ្ឈមណ្ឌលផ្សារទំនើប។ ទាក់ទាញអតិថិជន ដើម្បីប្រើសេវាកម្មកម្សាន្តដែលបានផ្តល់ជូនហើយក៏ទាក់ទាញមនុស្សឱ្យទិញផលិតផលផងដែរ ដូច្នេះការកម្សាន្តអាជីវកម្មមានអ្នករៀបចំ វាអាចមានគោលដៅផ្ទាល់ដើម្បីរកប្រាក់ចំណេញពីកម្មវិធីកម្សាន្ត។ ក៏អាចត្រូវបានបម្រុងទុកសម្រាប់ ជំនួញផ្សេងទៀត ឬដើម្បីបង្កើតរូបភាពសម្រាប់អាជីវកម្មស្នូលផ្សេងទៀតនេះគឺជាប្រភេទអាជីវកម្មជំនួញកម្សាន្តសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- អាជីវកម្ម ឬប្រភពផ្សេងទៀត ល្បែងរឺដេអូហ្គេម ខាត់អូខេ រោងភាពយន្ត ។ល។ ភាគច្រើននៃសកម្មភាពកំសាន្តទាំងនេះមាន សេវាកម្មនៅក្នុងផ្សារទំនើបរោងកូនភ្លឺប។ អាជីវកម្មរកស៊ីក្នុងប្រភេទឧបករណ៍សំលេង និងឧបករណ៍លេងអគ្គិសនី ទទួលបានការយកចិត្តទុកដាក់ទទួលបានប្រជាប្រិយភាពនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។
- ឧទ្យានកម្សាន្ត (Amusement Park) គឺជាកន្លែងសម្រាប់កីឡាកាយវិការកម្មវិធីកម្សាន្តល្បែងកម្សាន្តការបង្ហាញក៏ដូចជាសេវាកម្មម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈឧទ្យានជាតិសំខាន់ៗគឺ Disney Land ដែលមានសាខានៅទូទាំងពិភពលោក ការកម្សាន្តត្រូវសុវត្ថិភាព និងតម្លៃសេវាកម្មខ្ពស់ដោយសារតែត្រូវបង់ថ្លៃធានារ៉ាប់រងគ្រោះថ្នាក់ រួមទាំងថ្លៃវិនិយោគ និងការថែរក្សាឧបករណ៍គឺថ្លៃណាស់។ ដូច្នេះពេលខ្លះអាជីវកម្មមិនជោគជ័យទេ។ លើកលែងតែមានកិច្ចព្រមព្រៀងនៅល្អ និងពេញនិយមវាអាចបន្តបាន។
- ផ្សារទំនើប និងភោជនីយដ្ឋាន (Mall and Restaurant) ការកំសាន្តសំខាន់នៃសង្គមទីក្រុងព្រោះក្រៅពីសាធារណជននឹងទិញទំនិញ សម្រាប់ការកម្សាន្តផងដែរ ក្រៅពីទិញទំនិញនៅ

កណ្តាលផ្សារទំនើបនឹងមានរបស់ជាច្រើនទៀត ដូចជារោងភាពយន្ត ការតាំងពិព័រណ៍ ការប្រកួត និងព្រឹត្តិការណ៍កីឡា ការសម្តែងការសម្តែង កន្លែងលេងរបស់កុមារ ដែលជាង មជ្ឈមណ្ឌលកម្សាន្ត ការដើរទិញឥវ៉ាន់គឺជាកន្លែងកម្សាន្តដែលមិនអាចខ្វះបាន លើសពីនេះទៅ ទៀតនៅក្នុងផ្សារទំនើបក៏មានភោជនីយដ្ឋានផងដែរដូច្នេះតំបន់កម្សាន្តអាជីវកម្មកម្សាន្តនៅក្នុង ផ្សារទំនើបគឺជាតំបន់កម្សាន្តដែលផ្តល់សេវាកម្មពេញលេញដល់សង្គមទីក្រុង។

- កន្លែងបោះជំរុំឯកជន (Commercial Campgrounds) ជំរុំ និងបោះតង់ស្នាក់នៅកន្លែង អាជីវកម្មនេះទទួលបានប្រជាប្រិយភាពនាពេលថ្មីៗនេះ។ ផ្នែកឯកជនដើម្បីរៀបចំទីតាំង ធម្មជាតិដែលអាចធ្វើជាកន្លែងស្នាក់នៅ អាចចូលរួមក្នុងសកម្មភាពកម្សាន្តផ្សេងៗដូចជាដើរព្រៃ លេងទឹក សិក្សាធម្មជាតិ តន្ត្រី ការអប់រំជាដើម។
- ការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍ គឺការធ្វើដំណើរដើម្បីសិក្សាពីរបៀបរស់នៅរបស់ប្រជាជននៅ ជនបទរួមទាំងប្រវត្តិនៃតំបន់ រួមទាំងទេសចរណ៍ជនបទដែលជាធម្មជាតិ បទពិសោធន៍ ភ្នំ ព្រៃ ឈើ និងខ្យល់ស្រស់ ឬលេងកីឡាផ្សេងៗដូចជា ជិះសេះ ជិះទូក និងឡើងភ្នំជាដើម ។

៣. អាជីវកម្មកន្លែងកម្សាន្ត ចាត់ថ្នាក់តាមប្រភេទអាជីវកម្មមាន ៣ ប្រភេទដូចខាងក្រោម៖

៣.១ សួនកម្សាន្ត (Amusement and Theme Park)

- Amusement មានន័យថាជាកន្លែងដែលបង្កើតឡើងសម្រាប់ផ្តល់ការកម្សាន្តភាពសប្បាយ រីករាយ និងរួមបញ្ចូលទាំងល្បែង និងហ្គេមសម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរ ឬអ្នករស់នៅក្នុងតំបន់។ ដែលជារឿយៗផ្តល់ជូននូវអាហារ និងភេសជ្ជៈរហ័ស (អាហាររហ័ស) និងសេវាកម្មដែលមាន តម្លៃថោក។
- Theme Park គឺជាការបង្កើតសួនកម្សាន្ត គួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍នៅក្នុងរឿងណាមួយ ហើយជា ឧទាហរណ៍កំសាន្តដែលប្រៀបដូចជាកន្លែងទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ ព្រោះនឹងមាន សកម្មភាព កម្សាន្តផ្សេងៗ អាហារ និងភេសជ្ជៈមានច្រើនប្រភេទខុសៗគ្នាមានបរិយាកាសមួយខុសគ្នា ទាំងស្រុងពីពិភពខាងក្រៅ។

៣.២ ការកម្សាន្ត (Entertainment) មានន័យថាជាកន្លែងកម្សាន្តពេលយប់ដូចជាភ្លឺបារត្រី ហាងការហ្វេបាយ កាស៊ីណូរួមទាំងល្ខោន និងរោងភាពយន្តកន្លែងទាំងនេះមិនត្រឹមតែបម្រើដល់ភ្ញៀវ ទេសចរប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែប្រាក់ចំណូលច្រើនពីភ្ញៀវទេសចរ សណ្ឋាគារក៏ផ្តល់សេវាកម្មកម្សាន្តដល់អតិថិជនរបស់ពួកគេផងដែរដូចជាកន្លែងកម្សាន្តតន្ត្រី ភោជនីយដ្ឋាន ឬបន្ទប់រង់ចាំ ។ល។ ការសម្តែងសិល្បៈ នៅតាមរោងកុនដូចជាឆាកល្ខោនសំលេងរបាំល្ខោនអូប៉េរ៉ា និងការប្រគំនុំតន្ត្រីគឺជាការកម្សាន្តដ៏យូរលង់ មកហើយនៅតែពេញនិយមពី ទេសចរណ៍។

៣.៣ អាជីវកម្មកីឡាសម្រាប់ទេសចរណ៍ ដើម្បីបំពេញសេចក្តីត្រូវការទេសចរណ៍ ដែលជាសកម្មភាពកីឡា ឬហាត់ប្រាណ ឬបំពេញការកិច្ចទាក់ទងនឹងកីឡាដោយផ្ទាល់ជាមួយអ្នកទស្សនា ឬលើកទឹកចិត្តលើកីឡាដែលព្រឹត្តិការណ៍កីឡាមានប្រជាប្រិយភាព និងបង្កើតប្រាក់ចំណូលសម្រាប់អាជីវកម្ម ដូចជាសណ្ឋាគារកន្លែងស្នាក់នៅភោជនីយដ្ឋានការដឹកជញ្ជូនការធ្វើដំណើរក៏ដូចជាក្រុមហ៊ុនដែលរៀបចំសេវាកម្មកីឡា។

មេរៀនទី៤ តម្រូវការ និងការរំពឹងទុករបស់អតិថិជន

បុគ្គលទាំងឡាយមុននឹងចាកចេញពីលំនៅស្ថានរបស់ពួកគេទៅកាន់តំបន់ណាមួយជាលក្ខណៈទេសចរណ៍ដើម្បីសម្រាកកម្សាន្ត និងបំពេញគោលបំណងណាមួយផ្សេងទៀតលុះត្រាតែគេដឹងជាមុនថានៅក្នុងរយៈពេលដែលគេ ធ្វើដំណើរនេះគេនឹងទទួលបាននូវផលប្រយោជន៍អ្វីដែលគេបានគ្រោងទុកជាមុន។ ដើម្បីឱ្យការធ្វើដំណើរប្រព្រឹត្តិទៅបានជោគជ័យដូចការចង់បាន តំបន់គោលដៅទេសចរណ៍ចាំបាច់ត្រូវមានភាពទាក់ទាញនៃបណ្តាសេវាកម្មដែលក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ និងការរៀបចំល្អដែលអាចបំពេញតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរបាន។ ការយល់ដឹងបានច្បាស់លាស់ពីតម្រូវការលើការធ្វើដំណើរនិងទេសចរណ៍ ជាកត្តាកំណត់មួយសម្រាប់ការ ឈានចូលដល់ការទទួលបានជោគជ័យនៅក្នុងការប្រតិបត្តិខ្សែសួនកិច្ច និងការធ្វើដំណើរ។

តម្រូវការជាមូលដ្ឋានរបស់មនុស្សតាមទស្សនៈលោកម៉ាស្លូវ

លោក Maslow ជឿជាក់ថាអាកប្បកិរិយារបស់មនុស្សជាច្រើនអាចត្រូវបានបង្ហាញដោយទំនោររបស់មនុស្សម្នាក់ក្នុងការស្វែងរកគោលដៅដែលនឹងនាំឱ្យមានតម្រូវការជីវិតបំណងប្រាថ្នានិងអ្វីៗដែលមានអត្ថន័យចំពោះខ្លួនគាត់។ ជាការពិតក្នុងដំណើរការនៃការលើកទឹកចិត្តគឺជាចំណុចសំខាន់នៃទ្រឹស្តីបុគ្គលិកលក្ខណៈរបស់ Maslow មនុស្សជាសត្វចង់បាន (wanting animal) ហើយវាពិបាកសម្រាប់មនុស្សឈានដល់ដំណាក់កាលនៃការពេញចិត្ត នៅក្នុងឋានានុក្រមរបស់ Maslow នៃទ្រឹស្តីនៃសេចក្តីត្រូវការនៅពេលមនុស្សម្នាក់ចង់បានការពេញចិត្តហើយនៅពេលដែលមានការពេញចិត្តនឹងរឿងមួយវានៅតែបន្តទាមទារអ្វីផ្សេងទៀត។ នេះគឺជាលក្ខណៈនៃឋានានុក្រមរបស់ Maslow នៃតម្រូវការរបស់មនុស្ស។

លោក Maslow បាននិយាយថាសេចក្តីប៉ងប្រាថ្នារបស់មនុស្សគឺមានជាប់នឹងខ្លួនហើយសេចក្តីប្រាថ្នាទាំងនេះគឺស្ថិតនៅក្នុងលំដាប់បំណងប្រាថ្នា ចាប់ពីដំហានដំបូងរហូតដល់បំណងប្រាថ្នាខ្ពស់តាមលំដាប់៖

លំដាប់នៃតម្រូវការរបស់មនុស្ស (The Need -Hierarchy Conception of Motivation of Human) លោក Maslow ចាត់ចំណាត់ថ្នាក់សេចក្តីត្រូវការរបស់មនុស្សតាំងពីដំបូងដល់ចំនុចបន្ទាប់ក្នុងគោលបំណង ៖ ១. តម្រូវការសរីរវិទ្យា ២) តម្រូវការសុវត្ថិភាព ៣) តម្រូវការសង្គម ៤. តម្រូវការតម្លៃ ៥. តម្រូវការស្វ័យភាព សេចក្តីត្រូវការរបស់លោកម៉ាស្លូវមានលំដាប់នៃតម្រូវការដែលមានកម្រិតទាបបំផុតត្រូវតែពេញចិត្តមុនពេលមនុស្សម្នាក់អាចឆ្លងទៅកម្រិតខ្ពស់នៃតម្រូវការដូចដែលបានពិពណ៌នាលម្អិតដូចខាងក្រោម៖

១. តម្រូវការសរីរាង្គ Physiological needs តម្រូវការមូលដ្ឋាន

ជាតម្រូវការមានអំណាចបំផុត ក្នុងចំណោមតម្រូវការទាំងអស់ដែលជាតម្រូវការជួយទ្រទ្រង់ ជីវិតពេលគឺតម្រូវការចំណីអាហារ ទឹកផឹក អុកស៊ីសែន ការសម្រាក និងគេង។ តណ្ហា ត្រូវការភាពកក់ ក្តៅ ក៏ដូចជាតម្រូវការដើម្បីជំរុញសរីរាង្គអារម្មណ៍ រាងកាយ ទាំងនេះគឺទាក់ទងដោយផ្ទាល់ទៅនឹងការ រស់រាននៃរាងកាយ និងសារធាតុសរីរាង្គ បានទទួលការពេញចិត្ត នៅដំណាក់កាលនេះកម្រិតខ្ពស់នៃ តម្រូវការត្រូវបានបំពេញ ហើយប្រសិនបើមនុស្សម្នាក់ខកខានមិនបានបំពេញតាមតម្រូវការមូលដ្ឋាន នេះវាមិនត្រូវបានបំពេញទេ តម្រូវការមិនពេញចិត្តមនុស្សម្នាក់នឹងស្ថិតនៅក្រោមតម្រូវការនោះជារៀង រហូត ដែលធ្វើឱ្យតម្រូវការផ្សេងទៀត វាមិនលេចឡើង ឬក្លាយជាតម្រូវការបន្ទាប់បន្សំទេ ឧទាហរណ៍ មនុស្សដែលឃ្លានអាហារនឹងមិនអាចបង្កើតអ្វីដែលមានប្រយោជន៍សម្រាប់ពិភពលោកបានទេ មនុស្ស បែបនេះឈ្នួរក្លែងនឹងការផ្តល់អ្វីមួយឱ្យមានអាហារបរិភោគ។ លោក Maslow បន្តពន្យល់ថាបុគ្គល ទាំងនេះនឹងមានអារម្មណ៍សប្បាយរីករាយទាំងស្រុងនៅពេលពួកគេមានអាហារគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ពួក គេហើយនឹងមិនត្រូវការអ្វីផ្សេងទៀតទេ ជីវិតរបស់គាត់អាចត្រូវបានគេនិយាយថាជាបញ្ហានៃការញ៉ាំ។ ការទទួលយក និងទស្សនវិជ្ជាជីវិត មនុស្សបែបនេះរស់នៅតែញ៉ាំប៉ុណ្ណោះឧទាហរណ៍កង្វះអាហារ ប៉ះពាល់ដល់ឥរិយាបថ។ ការពិសោធន៍ និងការសិក្សាជីវវិទ្យាត្រូវបានធ្វើឡើងដើម្បីបង្ហាញថា តម្រូវការ រាងកាយមានសារៈសំខាន់ក្នុងការស្វែងយល់ពីអាកប្បកិរិយារបស់មនុស្សវាត្រូវបានគេរកឃើញថាការ បំផ្លាញអាកប្បកិរិយាធ្ងន់ធ្ងរដែលបណ្តាលមកពីកង្វះអាហារ ឬទឹកដែលអូសបន្លាយជាឧទាហរណ៍ក្នុង កំឡុងសង្គ្រាមលោកលើកទី ២ នៅក្នុងជំរុំណាស៊ីដែលជាកន្លែងដែលអ្នកទោសត្រូវបានឃុំ អ្នកទោស ទាំងនោះនឹងបោះបង់ចោលគោលការណ៍សីលធម៌ និងគុណតម្លៃរបស់ពួកគេ។ ពួកគាត់ត្រូវលួច អាហាររបស់អ្នកដទៃ ឬប្រើវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗ ដើម្បីទទួលបានអាហារបន្ថែមទៀត។ ឧទាហរណ៍មួយ ទៀតនៅឆ្នាំ ១៩៧០ យន្តហោះប៉េរូអ៊ែរឡាញមួយបានធ្លាក់នៅលើសមុទ្រអាមេរិកខាងត្បូង អ្នករស់ រានមានជីវិតរួមទាំងព្រះសង្ឃកាតូលិកបានរស់នៅដោយការបរិភោគអដ្ឋិធាតុរបស់អ្នកដែលបានស្លាប់ នៅក្នុងការធ្លាក់នោះ។ ពីរបាតុភូតនេះបានចង្អុលបង្ហាញថានៅពេលមនុស្សជួបប្រទះភាពអត់ឃ្លាន និងមានឥទ្ធិពលលើកម្រិតនៃសីលធម៌ ដូច្នេះគ្មានការសង្ស័យទេថាមនុស្សយើងមានសេចក្តីត្រូវការខាង រាងកាយលើសពីតម្រូវការដទៃទៀត ហើយកត្តាជំរុញនៃតម្រូវការនេះគឺមុនតម្រូវការរបស់បុគ្គលម្នាក់ៗ។

២. តម្រូវការសុវត្ថិភាព (Safety needs)

នៅពេលដែលតម្រូវការរាងកាយត្រូវបានគេពេញចិត្តមនុស្សនោះនឹងឈានទៅដំណាក់កាល បន្ទាប់ នេះត្រូវបានគេហៅថាតម្រូវការសម្រាប់សុវត្ថិភាព ឬសន្តិសុខ។ Maslow បាននិយាយថាតម្រូវ ការសំរាប់សុវត្ថិភាពនេះអាចងាយកត់សម្គាល់បានចំពោះទារក និងកុមារតូចៗ ព្រោះទារក និងកុមារ តូច តម្រូវការជួយ និងពឹងផ្អែកលើអ្នកដទៃឧទាហរណ៍ទារកនឹងមានអារម្មណ៍ភ័យខ្លាចនៅពេលទុក

ចោលតែម្នាក់ឯង ឬពេលលឺសំលេងលឺខ្លាំង ។ ឬមើលឃើញពន្លឺច្រើនប៉ុន្តែបទពិសោធន៍ និងការរៀនសូត្រនឹងដកហូតអារម្មណ៍ភ័យខ្លាច។ ថាមពលនៃតម្រូវការសុវត្ថិភាពក៏ត្រូវបានបង្ហាញឱ្យឃើញផងដែរនៅពេលដែលកុមារឈឺ។ ឧទាហរណ៍កុមារដែលបាក់ជើងជួបប្រទះការភ័យខ្លាចហើយអាចបង្ហាញសញ្ញានៃក្តីសុបិន្តអាក្រក់ និងតម្រូវការការពារ និងលើកទឹកចិត្តច្រើនពេកនឹងមិនធ្វើឱ្យកុមារមានអារម្មណ៍ស្តាប់ស្តល់នឹងតម្រូវការសុវត្ថិភាពគេងលក់ ឬមិនញ៉ាំក្នុងពេលតែមួយឡើយ។ នេះមិនត្រឹមតែធ្វើឱ្យក្មេងកាន់តែប៉ុណ្ណោះទេថែមទាំងធ្វើឱ្យកុមារមានអារម្មណ៍ថាមិនមានសុវត្ថិភាពនៅក្នុងបរិយាកាសជុំវិញខ្លួនទៀតផង។ ឪពុកម្តាយបែកគ្នាលែងលះគ្នាហើយស្លាប់ទៅ លក្ខខណ្ឌនេះនឹងជះឥទ្ធិពលដល់ចំណេះដឹងរបស់កុមារ។ កុមារដឹងថាបរិយាកាសរបស់ពួកគេមិនស្ថិតស្ថេរមិនអាចទាយទុកជាមុនបាន ហើយនាំឱ្យមានអារម្មណ៍អសន្តិសុខ។ តម្រូវការសុវត្ថិភាពនឹងនៅតែមានឥទ្ធិពលលើមនុស្សម្នាក់សូម្បីតែទារកនៅក្មេងក៏ដោយ។ សូម្បីតែអ្នកដែលធ្វើការជាអ្នកការពារដូចជាអ្នកថែរក្សាប្រាក់ គណនេយ្យករ ឬធ្វើការផ្នែកធានារ៉ាប់រង អ្នកដែលធ្វើការថែទាំសុខភាពដើម្បីសុវត្ថិភាពអ្នកដទៃដូចជាវេជ្ជបណ្ឌិតគិលានុបដ្ឋាយិកា និងមនុស្សចាស់។ មនុស្សទាំងអស់នេះកំពុងស្វែងរកសុវត្ថិភាពរបស់អ្នកដទៃដូចជាវេជ្ជបណ្ឌិតគិលានុបដ្ឋាយិកាសូម្បីតែមនុស្សចាស់។ មនុស្សទាំងអស់នេះកំពុងស្វែងរកសុវត្ថិភាពជាមួយគ្នា។ សាសនា និងទស្សនវិជ្ជាដែលត្រូវបានកាន់កាប់ដោយមនុស្សបង្កើតអារម្មណ៍សុវត្ថិភាព។ វាអនុញ្ញាតឱ្យបុគ្គលរៀបចំប្រព័ន្ធផ្ទាល់ខ្លួនតាមរបៀបមួយដែលធ្វើឱ្យពួកគេមានអារម្មណ៍ថា “មានសុវត្ថិភាព”។ តម្រូវការសន្តិសុខផ្សេងទៀត វាពាក់ព័ន្ធនឹងការប្រឈមមុខនឹងរឿងទាំងនេះ សង្គ្រាម ឧក្រិដ្ឋកម្ម ទឹកជំនន់ ការញ្ជួយដី កុបកម្មវិបត្តិសង្គម។ ព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងទៀតស្រដៀងគ្នាទៅនឹងលក្ខខណ្ឌទាំងនេះ Maslow បានគិតបន្ថែមទៀតថា រោគសញ្ញានៃប្រព័ន្ធសរសៃប្រសាទចំពោះមនុស្សពេញវ័យ ជាពិសេសប្រភេទជំងឺសរសៃប្រសាទយ៉ា-យ៉ាតាតា។ ការរំងើរបំផ្លាញអារម្មណ៍ដែលមិនចេះនិយាយគឺជាលក្ខណៈប្លែកនៃការស្វែងរកអារម្មណ៍សុវត្ថិភាព។ អ្នកជម្ងឺសរសៃប្រសាទនឹងមានអាកប្បកិរិយាថាគាត់កំពុងជួបប្រទះស្ថានភាពធ្ងន់ធ្ងរ និងគ្រោះថ្នាក់។ គាត់ចង់អោយនរណាម្នាក់ការពារគាត់ និងមនុស្សខ្លាំងម្នាក់ដែលគាត់អាចពឹងផ្អែកបាន។

៣. តម្រូវការសង្គម (Social needs)

តម្រូវការសង្គម គឺជាកម្រិតទីបីនៃតម្រូវការ និងតម្រូវការសន្តិសុខត្រូវបានបំពេញ មនុស្សម្នាក់ចង់ទទួលបានសេចក្តីស្រឡាញ់ និងជាកម្មសិទ្ធិដោយកសាងទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកដទៃដូចជានៅក្នុងគ្រួសារ ឬជាមួយអ្នកដទៃ។ សមាជិកក្រុមនឹងក្លាយជាគោលដៅសំខាន់សម្រាប់មនុស្សម្នាក់ពេលគឺមនុស្សម្នាក់នឹងមានអារម្មណ៍ឈឺចាប់ខ្លាំងនៅពេលទុកចោលមិនអាចទទួលយកបាន ឬត្រូវបានដកចេញពីសង្គមគ្មានមិត្តភក្តិជាពិសេសនៅពេលចំនួនមិត្តភក្តិសាច់ញាតិប្តី ឬប្រពន្ធ ឬកូនៗ បានថយចុះសិស្សដែលទៅសាលារៀនឆ្ងាយពីផ្ទះនឹងមានបំណងប្រាថ្នាចង់បានភាពជាម្ចាស់ Maslow បានប្រឆាំង

នឹងការអះអាងរបស់ Freud ដែលថាស្នេហាគឺជាលទ្ធផលនៃការបង្កើនសភាវគតិផ្លូវភេទ។ ចំពោះ Maslow សេចក្តីស្រឡាញ់មិនមែនជានិមិត្តរូបនៃការរួមភេទទេគាត់ពន្យល់ថាស្នេហាពិតទាក់ទងនឹងអារម្មណ៍ល្អ។ ទំនាក់ទំនងស្នេហារវាងមនុស្សពីរនាក់នឹងរួមបញ្ចូលអារម្មណ៍គោរពគ្នាទៅវិញទៅមក។ បន្ថែមពីនេះលោក Maslow បានសង្កត់ធ្ងន់ថាសេចក្តីត្រូវការរបស់មនុស្សម្នាក់គឺជាសេចក្តីស្រឡាញ់មួយប្រភេទដែលជាការស្រលាញ់អ្នកដទៃ និងដឹងពីរបៀបទទួលបានសេចក្តីស្រឡាញ់ពីអ្នកដទៃ។ ការត្រូវបានស្រឡាញ់ និងទទួលយកដោយអ្នកដទៃគឺជាអ្វីដែលផ្តល់ឱ្យមនុស្សម្នាក់នូវតម្លៃនៃខ្លួនឯង។ មនុស្សដែលខ្វះសេចក្តីស្រឡាញ់នឹងមានអារម្មណ៍ថាជីវិតគ្មានតម្លៃមានអារម្មណ៍ឯកា និងអាក់អន់ចិត្តបើនិយាយឱ្យខ្លី Maslow ជឿជាក់ថាមនុស្សត្រូវការស្នេហា និងអារម្មណ៍នៃភាពជាម្ចាស់។ ហើយការខ្វះខាតនេះច្រើនតែបណ្តាលឱ្យមានការមិនសប្បាយចិត្ត និងការបន្ស៊ាំខ្លួនចុះខ្សោយ។ ឥរិយាបថការរីករាយ ឬជំងឺផ្លូវចិត្តប្រភេទផ្សេងៗ ជារឿងមួយដែលគួរកត់សំគាល់ ត្រូវបានគេស្រឡាញ់ ឬខ្វះសេចក្តីស្រឡាញ់ពីកុមារភាព។

៤. តម្រូវការតម្លៃ (Esteem needs needs)

នៅពេលដែលសេចក្តីត្រូវការ និងសេចក្តីស្រឡាញ់ចំពោះអ្នកដទៃគឺសមហេតុផល និងធ្វើឱ្យមនុស្សម្នាក់ ពេញចិត្ត ការពេញច្រាននៃដំណាក់កាលទី៣ នឹងត្រូវបានកាត់បន្ថយហើយតម្រូវការសម្រាប់ដំណាក់កាលបន្ទាប់នឹងត្រូវបានជំនួស។ នោះគឺចង់និយាយថាមនុស្សចង់ត្រូវបានគេគោរពជាពីរប្រភេទ៖ ទីមួយគឺតម្រូវការការគោរពខ្លួនឯង (ការគោរពខ្លួនឯង) លក្ខណៈទី ២ គឺតម្រូវការ ឱ្យអ្នកដទៃគោរព (ការគោរពពីអ្នកដទៃ)

៤.១ តម្រូវការសម្រាប់ការគោរពខ្លួនឯង (ការគោរពខ្លួនឯង) គឺជាតម្រូវការសំខាន់មានទំនុកចិត្តលើខ្លួនឯង រឹងមាំ សមត្ថភាពខ្លួនឯង ទទួលបានជោគជ័យដោយមិនពឹងផ្អែកលើអ្នកដទៃ និងមានឯករាជ្យភាព។ មនុស្សគ្រប់គ្នាចង់មានអារម្មណ៍ថាពួកគេមានតម្លៃ និងមានសមត្ថភាពដើម្បីទទួលបានជោគជ័យក្នុងបេសកកម្មរបស់ពួកគេ ហើយមានជីវិតដែលពូកែ។

៤.២ តម្រូវការឱ្យអ្នកដទៃគោរព (ការគោរពពីអ្នកដទៃ) គឺជាតម្រូវការដើម្បីមានកិត្តិយសត្រូវបានគេសរសើរ បានទទួលការយកចិត្តទុកដាក់មានឋានៈល្បីល្បាញ ។ ការកោតសរសើរចំពោះអ្វីដែលមានអារម្មណ៍ថាសមត្ថភាពត្រូវបានអ្នកដទៃទទួលស្គាល់។ មនុស្សម្នាក់ស្វែងរកការសរសើរបន្ទាប់ពីសេចក្តីត្រូវការសរីរាង្គ សុវត្ថិភាព និងសេចក្តីស្រឡាញ់របស់គេត្រូវបានបំពេញតាមការពេញចិត្ត។ ការពេញចិត្តនឹងតម្រូវការជាទូទៅត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាអារម្មណ៍ និងអាកប្បកិរិយានៃទំនុកចិត្តលើខ្លួនឯង។ អារម្មណ៍នៃតម្លៃខ្លួនឯង កម្លាំង សមត្ថកិច្ច និងអារម្មណ៍នៃការមានប្រយោជន៍ និងជាមនុស្សម្នាក់ដែលចាំបាច់សម្រាប់ពិភពលោក ម្យ៉ាងទៀតកង្វះនៃអារម្មណ៍ផ្សេងៗ នេះនឹងនាំឱ្យមានអារម្មណ៍ និងឥរិយាបថនៃភាពអន់ខ្សោយ និងភាពមិនគ្រប់គ្រាន់។ ការយល់ឃើញអវិជ្ជមានរបស់ខ្លួន

ដែលអាចបណ្តាលឱ្យមានអារម្មណ៍នៃភាពកំសាក និងអារម្មណ៍នៃភាពគ្មានប្រយោជន៍ និងភាពអស់សង្ឃឹម។ ការទទួលបានការគោរពគឺជាលទ្ធផលនៃការតស៊ូរបស់មនុស្សម្នាក់ ហើយតម្រូវការនេះអាចមានគ្រោះថ្នាក់ប្រសិនបើមនុស្សនោះចង់បានការសរសើរពីអ្នកដទៃជាជាងការទទួលយកការពិត។

៥. តម្រូវការស្វ័យភាព (Self - actualization needs)

ចុងក្រោយ Maslow ពន្យល់ពីតម្រូវការក្នុងការស្វែងយល់ដោយខ្លួនឯងគឺជាការចង់បានអ្វីគ្រប់យ៉ាងដែលមនុស្សម្នាក់អាចទទួលបានសមរម្យ។ មនុស្សម្នាក់ដែលសម្រេចបាននូវកម្រិតចុងក្រោយនេះនឹងប្រើថាមពលពេញលេញរបស់គាត់ក្នុងការប្រកួតប្រជែងសមត្ថភាព និងសក្តានុពលរបស់គាត់ហើយមានបំណងចង់កែលម្អខ្លួនឯង។ កម្លាំងជំរុញរបស់គាត់នឹងធ្វើទៅតាមសមត្ថភាពរបស់គាត់ ការយល់ដឹងដោយខ្លួនឯងពិតប្រាកដគឺជាតម្រូវការមួយរបស់មនុស្សម្នាក់ដើម្បីឈានដល់កម្រិតកំពូលនៃសក្តានុពលរបស់គាត់។ វិចិត្រករនឹងត្រូវគូររូប កវីត្រូវតែសរសេរកំណាព្យ ប្រសិនបើបុគ្គលទាំងនេះបានសម្រេចគោលដៅរបស់ពួកគេត្រូវបានគេជឿជាក់ថាពួកគេពិតជាមនុស្សដែលស្គាល់ខ្លួនឯងច្បាស់។ ទម្រង់ជាក់លាក់នៃការយល់ដឹងអំពីខ្លួនឯងខុសគ្នាយ៉ាងទូលំទូលាយពីមនុស្សម្នាក់ទៅមនុស្សម្នាក់ទៀត។ លោក Maslow បានសន្និដ្ឋានថាការយល់ដឹងអំពីខ្លួនឯងពិតប្រាកដគឺផ្តើមចេញពីការប៉ុនប៉ងខុសក្នុងការស្វែងរកសន្តិសុខដូចជាការពិតដែលថាបុគ្គលបង្កើតអារម្មណ៍នៃការពេញចិត្តខ្លួនឯងដោយចៀសវាង ឬលុបបំបាត់កំហុសរបស់ខ្លួនឯងបុគ្គលបែបនេះមានទំនោរការពារសន្តិសុខផ្ទាល់ខ្លួន។ ដោយបង្ហាញឥរិយាបថពីអតីតកាលដែលទទួលបានជោគជ័យ ស្វែងរកភាពកក់ក្តៅ និងកសាងទំនាក់ទំនងមនុស្សជាមួយអ្នកដទៃ អាកប្បកិរិយាប្រភេទនេះរារាំងផ្លូវក្នុងការយល់ពីខ្លួនឯង។

១. តម្រូវការរបស់អតិថិជន

តើភ្ញៀវទេសចរចង់បានអ្វីខ្លះ ?

ទោះជាចំណង់ផ្សេងៗគ្នាក៏ដោយភ្ញៀវទេសចរទាំងនោះមាន បំណងតែមួយគត់គឺចង់បានជោគជ័យនៃទស្សនកិច្ច និងបេសកកម្មរបស់គេ ក្នុងបរិយាកាសរីករាយ និងមេត្រីភាពកក់ក្តៅពីសំណាក់ម្ចាស់ស្រុកដែលធានាសុខុមាលភាពរបស់គេជាភ្ញៀវ មេត្រីភាព ស្វាគមន៍ សេចក្តីរីករាយ តាមរយៈការណ៍យុទ្ធសាស្ត្រ វប្បធម៌ និងសកម្មភាពផ្សេងៗដែលមិនធ្លាប់ជួបប្រទះ ហើយសេវាកម្ម ដែលមានគុណភាពប្រណីត សមស្រប យោគយល់ការធានា នៃសុខុមាលភាពទូទៅ ដំណើរការដោយសុវត្ថិភាព និងការវាងចាកផុតពីបញ្ហានានា។ យើងត្រូវចងចាំថា៖

- ភ្ញៀវទេសចរ ជាអ្នកនាំរូបិយប័ណ្ណដល់ប្រទេសយើង
- ភ្ញៀវទេសចរ មិនមករំខានការងារយើងទេ តែគេជាមូលហេតុ នៃការងាររបស់យើង
- ភ្ញៀវទេសចរជាមនុស្សសំខាន់ដែលរួមចំណែកយ៉ាងសកម្មក្នុង ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍តែបើគ្មានគេទេនោះសកម្មភាព និងសេវាកម្មសម្រាប់ទេសចរណ៍ នឹងមិនអាចមានជីវិតបានដែរ។

- ភ្ញៀវទេសចរ ជាចំណុចដង្ហើមរបស់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍
- ភ្ញៀវទេសចរ ជាមនុស្សដូចយើង ដែលមានអារម្មណ៍ ការយល់ដឹង ការចូលចិត្ត និងមិនពេញចិត្ត។
- ភ្ញៀវទេសចរត្រូវការយកចិត្តទុកដាក់ និងមេត្រីភាពទាក់ទងប្រពៃ។

តម្រូវការភ្ញៀវទេសចរមុនពេលធ្វើដំណើរ

ជាទូទៅមុនពេលធ្វើដំណើរមនុស្សតែងតែមានតម្រូវការជាចាំបាច់ទៅលើព័ត៌មាន ការទិញ ការកក់ ជាមុននូវមធ្យោបាយធ្វើដំណើរ និងការស្នាក់នៅព្រមទាំងការរៀបចំខ្លួនផងដែរ សម្រាប់ការត្រៀមចេញដំណើរ។

- តម្រូវការទៅលើព័ត៌មានទាក់ទងទៅនឹងទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ស្ថានភាពនយោបាយ បរិស្ថាន សង្គម និងការផ្តល់ទិដ្ឋាការ។
- តំរូវទៅលើការកក់ទិញ៖ ការកក់ទិញ សេវាស្នាក់នៅ អាហារ និងភេសជ្ជៈ កក់សំបុត្រ មធ្យោបាយធ្វើដំណើរ ការកក់ ទិញខ្សែទស្សនៈកិច្ច។
- តម្រូវការរៀបចំខ្លួនធ្វើដំណើរ ៖ ពេលវេលា ថវិកា លិខិតឆ្លងដែន ទិដ្ឋាការ។

តម្រូវការភ្ញៀវទេសចរក្នុងរយៈពេលធ្វើដំណើរ

តម្រូវការក្នុងរយៈពេលធ្វើដំណើរសំដៅទៅលើសេចក្តីត្រូវការចាំបាច់ដោយខានមិនបាននូវសេវាកម្មដឹកជញ្ជូន និងតម្រូវការលើសេវាកម្មផ្សេងៗទៀតនៅក្នុងមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនដែលសម្រួលដល់ការធ្វើដំណើរ។ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការលើសេវាក្នុងការដឹកជញ្ជូនទេសចរក្នុងការធ្វើដំណើរទៅកាន់តំបន់គោលដៅទេសចរណ៍ ផលិតផលវិស័យគមនាគមន៍ និងដឹកជញ្ជូនត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយបែងចែកជា៤ ប្រភេទ ផ្សេងៗគ្នា ៖

- តម្រូវការដឹកជញ្ជូនក្នុងរយៈពេលយូរ៖ សំដៅលើការដឹកជញ្ជូនទេសចរ ពីប្រទេសដែលគេរស់ ទៅមកប្រទេសគោលដៅ ដោយប្រើប្រាស់រាល់មធ្យោបាយដែលអំណោយផលទៅតាមតម្រូវការ និងលទ្ធភាព របស់ពួកគេ។
- តម្រូវការដឹកជញ្ជូននៅពេលមកដល់តំបន់គោលដៅ៖ ការដឹកជញ្ជូនពីចំណត រថយន្ត យន្តហោះ ស្ថានីយរថភ្លើង និងកំពង់ផែឆ្ពោះទៅកាន់សណ្ឋាគារ និងត្រលប់ទៅវិញ នូវពេលបញ្ចប់សកម្មភាពទេសចរណ៍។
- តម្រូវការដឹកជញ្ជូននៅក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍៖ ជាតម្រូវការដឹកជញ្ជូនទេសចរពីតំបន់មួយទៅកាន់តំបន់មួយទៀតក្នុងតំបន់ ដែលស្ថិតនៅក្នុងគោលដៅទេសចរណ៍ដើម្បីបំពេញបំណងលើការធ្វើដំណើរកម្សាន្ត។

- តម្រូវការដឹកជញ្ជូនក្នុងខ្សែទស្សនៈកិច្ច៖ ការដឹកជញ្ជូនទេសចរណ៍ត្រូវធ្វើឡើងនៅក្នុងរង្វង់នៃការទស្សនាកម្សាន្តក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍ដែលមានកំណត់នៅក្នុងកម្មវិធីទេសចរណ៍។

តម្រូវការលើការស្នាក់នៅ និងអាហារ

- តម្រូវការលើការស្នាក់នៅ ៖ ទេសចរណ៍មិនត្រូវបានផ្តាច់ចេញពីការស្នាក់នៅឡើយព្រោះគេត្រូវស្ថិតនៅ ក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍យ៉ាងតិច២៤ម៉ោង។
- តម្រូវការលើអាហារ ៖ តម្រូវការទេសចរណ៍លើផ្នែកអាហារអាចគិតទៅតាមរស់ជាតិ អានាម័យ ក៏ដូចជា ភោជនីយដ្ឋានដោយផ្អែកទៅលើលក្ខណៈនៃការបម្រើសេវាកម្មរបស់បុគ្គលិក ការផ្តល់សេវាហ៊ុស គុណភាព នៃការផ្តល់សេវាល្អ រួមជាមួយនឹងតម្លៃមួយដ៏សមរម្យ។

តម្រូវការដែលមានក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍

- តម្រូវការលើសកម្មភាពក្នុងតំបន់ទេសចរណ៍៖ ទេសចរដែលមកដល់ទោះជាក្នុងគោលបំណងបែបណាក៏ដោយក៏មានសកម្មភាពប្រហាក់ប្រហែលគ្នាដើម្បីការស្នាក់នៅរបស់ពួកគេទទួលបាននូវបទពិសោធន៍ និងការទទួលបាននូវភាពសប្បាយរីករាយ ព្រមទាំងបន្សល់ទុកនូវអារម្មណ៍ល្អ។ តម្រូវការលើផ្នែកសកម្មភាពទាក់ទងជាមួយនឹងការបង្កើនការយល់ដឹងផ្នែកស្មារតី វប្បធម៌ និងការកម្សាន្តសប្បាយ។ សកម្មភាពទាំងអស់នោះ អាចមានកន្លែងកម្សាន្តនានាដែល បង្កនូវភាពទាក់ទាញ(ដែនជម្រកសត្វ តំបន់ការពារទេសភាព តំបន់ព្រៃលិចទឹក ឧទ្យានជាតិ សារមន្ទីរ តន្ត្រី ពិធីបុណ្យប្រពៃណី...)។ល។
- តម្រូវការចាំបាច់ដទៃ៖ តម្រូវការទាំងនោះមានដូចជា សេវាសុខាភិបាល ទូរគមនាគមន៍ និងប្រៃសណី ទឹកស្អាត អគ្គិសនី ការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន សន្តិសុខ សុវត្ថិភាពក្នុងការស្នាក់នៅ និងតម្រូវការធានាគារ និង កន្លែងផ្ទុះប្រាក់។

តម្រូវការលើការទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍

ទេសចរគ្រប់រូបនៅពេលធ្វើដំណើរកម្សាន្តនៅក្នុងតំបន់ណាមួយ ប្រទេសណាមួយ តែងតែចង់បាននូវរបស់របរដែលជាវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ពីតំបន់ទាំងនោះ មិនថាការទិញវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ទេ ការថតរូបក៏មានសារៈសំខាន់ផងដែរ។

- ការថតរូប ៖ ជាតម្រូវការមួយផ្នែករបស់ទេសចរណ៍ ក្នុងការផ្តិតយករូបភាពប្លែកៗ និងទេសភាព ដ៏ស្រស់ត្រកាលនៃតំបន់ទេសចរណ៍ ឬព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗ ដើម្បីរំលឹកអនុស្សាវរីយ៍ទាំងឡាយដែលបានកន្លងផុតទៅ។
- ការរក្សានូវចំណាប់អារម្មណ៍ ៖ ដើម្បីទាក់ទាញដល់ទឹកចិត្តទេសចរក្នុងការវិលត្រលប់មកទស្សនា កម្សាន្តម្តងទៀតនោះគ្រប់ប្រទេស ឬតំបន់គោលដៅទេសចរណ៍ទាំងអស់ ត្រូវចេះរៀបចំបង្កើន សេវាកម្ម ផលិតផលថ្មីៗ អភិវឌ្ឍផលិតផលឱ្យមានគុណភាព ធានាបាននូវស្តង់ដារ និងតម្រូវការ

តាមការចង់បានរបស់ទេសចរ។ ការរក្សាចំណាប់អារម្មណ៍ នេះត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើការបម្រើ ដែលមានលក្ខណៈ ពិសេសជាច្រើនដូចជា៖

- បដិសណ្ឋារកិច្ច៖ វាអាចបញ្ជាក់នូវកិត្យានុភាព ភាពជឿជាក់ និងការផ្តល់ភាពកក់ក្តៅ សម្រាប់ភ្ញៀវ
- ភាពស្រស់ស្អាតនៃធម្មជាតិធម្មជាតិជាកត្តាមួយដែលទាក់ទាញទេសចរយ៉ាងខ្លាំង ដូចជាបរិស្ថានព្រៃភ្នំ ទឹកជ្រោះ និងលក្ខណៈពិសេសផ្សេងៗទៀតដែល ធ្វើឱ្យទេសចរ ជាប់ចិត្តនឹងអារម្មណ៍។
- ការផ្តល់សេវាកម្ម៖ ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យភ្ញៀវមានចំណាប់អារម្មណ៍ ប្រសិនបើមានការ ពេញចិត្ត ពីសំណាក់ភ្ញៀវគេនឹងត្រលប់មកម្តងទៀត។
- ស្តង់ដារសេវាកម្មដែលផ្គត់ផ្គង់ក្នុងខ្សែទស្សនៈកិច្ច៖ ការរៀបចំក្នុងខ្សែទស្សនៈកិច្ចឱ្យមាន ស្តង់ដារ ប្រការចាំបាច់ក្នុងការធ្វើឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់បន្ទូលនូវការចាប់អារម្មណ៍ល្អៗ។

ទេសចរ ដែលជាអតិថិជនមានបំណងធ្វើដំណើរលំហែអារម្មណ៍ កម្សាន្តតាមរយៈទេសចរណ៍ និងទីរមណីយដ្ឋាននានានោះចង់បាននូវភាពមេត្រី ភាពកក់ក្តៅ និងគុណភាពសមស្របឥតខ្ចោះនៃ សេវាកម្មភ្ញៀវទេសចរ ជាមនុស្សសំខាន់ក្នុងសេវាកម្ម។ គេនាំមកជាមួយនូវ ចំណង់ និងបង្កើត សេចក្តី ត្រូវការលើសេវាកម្មនានា។ បាហុនិក មានកាតព្វកិច្ចបម្រើផ្តល់សេវាកម្មគ្រប់ជំពូក ដែលគេត្រូវការ ដើម្បីជាផល ប្រយោជន៍របស់ភ្ញៀវដោយចំពោះ និងជាប្រយោជន៍របស់យើងប្រយោល។ ភ្ញៀវទេសចរ ជាមនុស្សសំខាន់ដែលសេវាផ្សេងៗ ពឹងផ្អែលើសេចក្តីត្រូវការរបស់ពួកគេ។

សេចក្តីត្រូវការ និងការរំពឹងទុកទាំងនេះជារឿយៗកត់សម្គាល់ដោយ៖

- កត្តាវប្បធម៌ ដែលអាចរាប់បញ្ចូលនូវ ភាសាតម្លៃ និងជំនឿសាសនា ការតម្កល់អាហារជា ពិសេស និងសម្ភារៈមានជាសុភាព។
- កត្តាសេដ្ឋកិច្ចសង្គម រាប់បញ្ចូលនូវកម្រិតចំណូលរបស់ពួកគេហើយនឹងលទ្ធភាពនៃការ ចំណាយរបស់ពួកគេ។
- កត្តាសុខភាព ដែលអាចរាប់បញ្ចូលនូវការតម្កល់អាហារជាពិសេស កម្រិតនៃការធ្វើចលនា និងសម្ភារៈហាត់ប្រាណ។
- មានពេលវេលា គោលបំណងនៃដំណើរកម្សាន្ត
- អាយុ ដែលអាចរាប់បញ្ចូលនូវអតិថិជនដែលមាន វ័យចំណាស់ ផ្ទុយទៅនឹងអតិថិជន ដែលមានអាយុពី២០ឆ្នាំឡើងទៅ។

- លក្ខណៈសម្បត្តិ និងអារម្មណ៍ ដែលអាចរាប់បញ្ចូលអ្នកដែល មានប្រាជ្ញាខ្ពស់រស់រវើក ហើយ មើលទៅមានសកម្មភាពលើក ទឹកចិត្តដែលផ្ទុយទៅនឹងអ្នកស្ងៀមស្ងាត់ និងស្វែងរកសកម្មភាព មិនចាប់អារម្មណ៍។
- កន្លែងចាប់អារម្មណ៍ ដែលអាចរាប់បញ្ចូលនូវការសប្បាយរីក រាយ ឬសកម្មភាពកីឡា។

២. ភាពល្អប្រសើរនៃសេវាកម្ម

ការធ្វើឱ្យមានភាពប្រសើរ មានន័យថា ឆ្លើយតបទាំងអស់នូវតម្រូវការទាំងឡាយ និងសេចក្តីសង្ឃឹម របស់ភ្ញៀវ និងលើសពីការស្មានរបស់ភ្ញៀវ គឺមិនត្រឹមតែបំពេញកិច្ចសន្យាដើម្បីបម្រើសេវាកម្មមួយនោះទេ តែមានចម្រើនដូចជា ៖

- ស្តាប់ ឬយកចិត្តទុកដាក់
- ការគោរព
- ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់
- ត្រូវបានគេជួយ
- តម្រូវការរបស់ភ្ញៀវ
- តើមូលហេតុអ្វីដែលឱ្យភ្ញៀវសង្ឃឹម?
- តើអ្វីទៅជាតម្រូវការពិតប្រាកដ?
- តើអ្វីទៅដែលភ្ញៀវចង់បាន?
- តើនៅពេលណាដែលភ្ញៀវចង់បាន?
- តើវិធីណាដែលធ្វើឱ្យផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ខ្ញុំខុសពីអ្នកដទៃ?
- តើអ្វីទៅដែលខ្ញុំត្រូវតែឆ្លើយតប ដើម្បីឱ្យភ្ញៀវមានទំនុកចិត្តមកលើខ្ញុំ?

៣. ការផ្តល់សេវាកម្ម

ការទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនក្នុងលក្ខណៈដែលឆន្ទៈល្អ សេចក្តីជឿជាក់ និងភាពពេញចិត្ត ការបញ្ជាក់សេចក្តីត្រូវការរបស់អតិថិជនមានឥទ្ធិពលដែលមិនបញ្ចេញឱ្យឃើញ ផ្តល់នូវការបម្រើ ប្រកបដោយភាពរួសរាយរាក់ទាក់ សុភាពរាបសារលើសពីសេចក្តីត្រូវការ និងការបំពេញតាមសំណើ របស់ភ្ញៀវ ដោយសមហេតុផល

- ការផ្សព្វផ្សាយសេវា និងផលិតផលអង្គភាពដើម្បីលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការអញ្ជើញមកលេង លើកក្រោយទៀត
- បង្ហាញនូវកាយវិការវិជ្ជមាន ដើម្បីធានាបញ្ជាក់ពីជាសុភាពអតិថិជន

ផលប្រយោជន៍របស់បុគ្គលិក

- សេវាដែលមានតម្លៃបន្ថែម : ការផ្តល់សេវា លើសេចក្តីរំពឹងទុករបស់អតិថិជន ជួនកាលអាចទទួលបានរង្វាន់ពីការធ្វើនោះផងដែរ។
- ការគិតទៅរកភាពជោគជ័យ : ការគិតផ្ទាល់ខ្លួនក្នុងការងារឱ្យបានល្អ។
- គំនិតការរួមចំណែក : ការគិតផ្ទាល់ខ្លួនមានចំណែកជាក្រុមហើយ និងចូលរួមចំណែកដើម្បីទទួលបានជោគជ័យក្នុងផ្នែកអាជីវកម្ម។
- បង្កើនចំណេះដឹងខាងផ្នែកផលិតផល : គួរតែមានចំណេះដឹងឱ្យកាន់តែល្អ ចំណេះដឹងជ្រៅជ្រះជាវិធីមួយធ្វើឱ្យមានការអនុវត្តន៍ចំពោះការងារ អ្នកប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

មេរៀនទី៥ ឥរិយាបថភ្ញៀវទេសចរ

ឥរិយាបថទេសចរណ៍ ជាសកម្មភាពទាំងឡាយរបស់ភ្ញៀវទេសចរមិនថាពួកគេជើងខ្លួន ឬមិនជើងខ្លួន ដែលបុគ្គលផ្សេងទៀតនឹងអាចសង្កេតមើលសកម្មភាពបាន ឬមិនបានក៏ដោយ គឺផ្ដោតលើការឆ្លើយតបនឹងអ្វីមួយក្នុងស្ថានភាពជាក់លាក់ណាមួយ។ ឥរិយាបថខាងក្រៅរបស់ភ្ញៀវទេសចរ (Tourist's Overt Behavior) គឺជាអាកប្បកិរិយាមួយដែលអ្នកដទៃអាចសង្កេតតាមរយៈអារម្មណ៍ឥរិយាបថខាងក្នុងភ្ញៀវទេសចរ (Tourist's Covert Behavior) គឺជាទង្វើរបស់សិរីរាង្គនៅក្នុងខ្លួនរួមទាំងគំនិត និងអារម្មណ៍ដែលត្រូវបានគ្រប់គ្រងនៅក្នុងខ្លួន ភាគច្រើនឥរិយាបថទាំងនេះកំណត់ឥរិយាបថខាងក្រៅ។ មុនពេលមនុស្សបង្ហាញឥរិយាបថជាក់លាក់វាតែងតែមានហេតុផល ដែលជាមូលដ្ឋានជំរុញចិត្ត បណ្តាលឱ្យមានតម្រូវការ បន្ទាប់ពីតម្រូវការនឹងបណ្តាលឱ្យមានការលើកទឹកចិត្តដើម្បីបង្ហាញអាកប្បកិរិយានោះ។

ខណៈពេលដែល Pisarnbut និង Narumon Samitinan (១៩៨៣ : ៣៨-២៩) បាននិយាយថាឥរិយាបថរបស់មនុស្សអាចខុសគ្នាទៅតាមស្ថានភាពសង្គមនីមួយៗ ការសំដែងចេញអាចជាការបង្ហាញតាមវិធីផ្សេងៗច្រើនប្រភេទ ដែលអាចមានហេតុផលច្រើនរួមផ្សំគ្នា ពោលគឺការពេញចិត្តផ្ទាល់ខ្លួន និងផ្នែកផ្សេងទៀតដើម្បីតម្រូវការបង្ហាញពីស្ថានភាពរបស់ខ្លួនឯង ឱ្យបានទទួលយក និងគោរពពីសង្គម ប៉ុន្តែសម្រាប់មនុស្សមួយចំនួនការធ្វើដំណើរត្រូវបានជំរុញដោយតម្រូវការដើម្បីគេចចេញពីការកិច្ចប្រចាំថ្ងៃឆ្ងាយពីជីវិត រួមទាំងដំណើរកម្សាន្តដើម្បីបំពេញតម្រូវការចង់ដឹងចង់ឃើញរបស់អ្នកចង់ទទួលបានបទពិសោធន៍ថ្មីៗ និងប្លែកៗ។

ដូច្នេះអាចសន្និដ្ឋានថា ឥរិយាបថរបស់ភ្ញៀវទេសចរគឺជា អាកប្បកិរិយារបស់ភ្ញៀវទេសចរដែលបានសម្តែងនៅពេលធ្វើដំណើរ អាចបង្ហាញបានច្រើនទម្រង់ដូចជា ការនិយាយស្តី ទឹកមុខ កាយវិការ ។ល។ ដែលជាទម្លាប់ ឬតម្រូវការដែលអាចស្រដៀង ឬខុសគ្នា ឬអាចបណ្តាលមកពីបរិស្ថាន បទពិសោធន៍បុគ្គលដែលទទួលបាននៅពេលនោះ។

ឥរិយាបថទេសចរណ៍មាន ៧ ចំណុចសំខាន់ៗ ៖

១. គោលដៅ មានន័យថាអាកប្បកិរិយាទេសចរណ៍រាល់ឥរិយាបថទាំងអស់ត្រូវតែមានគោលដៅសកម្មភាព ឧទាហរណ៍ភ្ញៀវទេសចរណ៍អភិរក្សចង់បាន ផ្តល់កិត្តិយសដោយបង្ហាញអ្នកដទៃថាពួកគេធ្វើដំណើរខណៈពេលដែលបរិស្ថាននៅកន្លែងដែលពួកគេធ្វើដំណើររក្សាបាននូវភាពត្រឹមត្រូវនៃអេកូឡូស៊ីជាដើម។
២. ការត្រៀមខ្លួន មានន័យថាភាពពេញលេញ និងសមត្ថភាពក្នុងការធ្វើសកម្មភាព ដើម្បីបំពេញតម្រូវការដូចជាក្រុមទេសចរណ៍ផ្សេងៗដែលចូលចិត្តឡើងភ្នំត្រូវត្រៀមខ្លួនក្នុងស្ថានភាពកាយសម្បទា និងផ្លូវចិត្ត និងអាចធ្វើសកម្មភាពដែលពួកគេពេញចិត្ត។

៣. ស្ថានភាពសំដៅទៅលើព្រឹត្តិការណ៍ ឬឱកាសដែលជួយសម្រួលដល់ជម្រើសសកម្មភាព។ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការដូចជាទេសចរណ៍កោះ គួរធ្វើសកម្មភាពក្នុងលេកស្ងប់ស្ងាត់ កុំធ្វើវាក្នុងព្យុះផ្ទុះនោះ។

៤. ការបកស្រាយសំដៅទៅលើវិធីផ្សេងៗនៃការគិត ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការដែលពេញចិត្តបំផុតនៅក្នុងស្ថានភាពជាក់លាក់មួយដូចជាម៉ោងដប់ពីរ។ វាគឺជាពេលវេលាដែលភ្ញៀវទេសចរគួរតែជាពេលឈប់ទទួលទានអាហារថ្ងៃត្រង់។

៥. ការឆ្លើយតបគឺត្រូវសម្រេចចិត្តអនុវត្តសកម្មភាពទៅតាមអ្វីដែលគាត់បានជ្រើសរើស ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅដែលចង់បាន ឧទាហរណ៍អ្នកធ្វើដំណើរម្នាក់បានសំរេចចិត្តឈប់សម្រាកនៅវិស្សមកាលដូច្នេះភ្ញៀវទេសចរត្រូវតែមានគម្រោងធ្វើដំណើរកម្សាន្ត និងគ្រប់គ្រងចាត់វិធានការជាមុនក្នុងការអនុវត្តសកម្មភាពដើម្បីសម្រេចបានកំណត់គោលដៅ ចាប់តាំងពីសកម្មភាពនៃការកំណត់តំបន់ទាក់ទាញភ្ញៀវទេសចរ សកម្មភាពធ្វើដំណើរ សកម្មភាពកក់កន្លែងស្នាក់នៅ ដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការផ្ទាល់ខ្លួន។

៦. ផលវិបាកនៃសកម្មភាពអាចមានលទ្ធផលរំពឹងទុក ឬវាអាចផ្ទុយពីការរំពឹងទុកដែលបានគ្រោងទុក ឧទាហរណ៍ភ្ញៀវទេសចរម្នាក់បានកំណត់ពេលធ្វើដំណើរទៅវិស្សមកាលនៅប្រទេសថៃ ប៉ុន្តែនៅពេលនោះមានការជួបជុំនៅឯព្រលានយន្តហោះ ហើយបណ្តាលឱ្យព្រលានយន្តហោះត្រូវបិទយន្តហោះមិនអាចចុះចតបានទេ មានលទ្ធផលរារាំងភ្ញៀវទេសចរមិនឱ្យទទួលបានលទ្ធផលរំពឹងទុក។

៧. ការខកចិត្ត គឺជាអារម្មណ៍ដែលកើតឡើងនៅពេលដែលសកម្មភាពមិនបានសំរេចគោលដៅដែលចង់បាន។ ដូច្នេះត្រូវត្រលប់ទៅបកស្រាយ និងឆ្លុះបញ្ចាំងដើម្បីរកវិធីថ្មីៗ ដើម្បីបំពេញសេចក្តីត្រូវការ ឬអាចឈប់ចង់ ព្រោះវាត្រូវបានគេមើលឃើញថាជារឿងអសមត្ថភាព នឹងធ្វើឱ្យមានការខកចិត្តដោយសារតែការព្រួយបារម្ភអំពីសុវត្ថិភាពផ្សេងៗ ហើយអាចបោះបង់ចោលការធ្វើដំណើរ ឬវាអាចត្រូវបានបញ្ជូនទៅទីក្រុងដែលមានសុវត្ថិភាពជាងមុន។

ចរិតលក្ខណៈនៃឥរិយាបថ

ឥរិយាបថកើតឡើងដោយសារហេតុផលផ្សេងៗដោយសារបុគ្គលម្នាក់ៗមានគំនិតខុសគ្នា ឬហេតុផលគឺខុសគ្នាដោយខ្លួនឯង ជាទូទៅការកើតឡើងនៃអាកប្បកិរិយារបស់មនុស្សនឹងមានចរិតលក្ខណៈដូចខាងក្រោម៖

១. ត្រូវតែមានមូលហេតុ ជាធម្មតានៅពេលដែលមនុស្សបង្ហាញអាកប្បកិរិយារបស់ខ្លួនត្រូវតែមានមូលហេតុអាកប្បកិរិយានោះបណ្តាលមកពីអ្វី។

២ ត្រូវតែមានការលើកទឹកចិត្ត នៅពេលមានតម្រូវការកើតឡើងពួកគេនឹងត្រូវវែកញែកហេតុផលរឺស្វែងរកការលើកទឹកចិត្តដើម្បីសំរេចបាននូវតម្រូវការ។

៣. ត្រូវមានគោលដៅ ការបង្ហាញជាទូទៅនៃអាកប្បកិរិយាត្រូវតែមានគោលបំណង ដើម្បីសម្រេចបាននូវលទ្ធផលដែលបានគ្រោងទុក។

អាកប្បកិរិយាគឺជាការបង្ហាញពីអារម្មណ៍របស់មនុស្សដែលប៉ះពាល់ដល់មនុស្ស សត្វ ដែលអាច ត្រូវបានបង្ហាញទាំងវិជ្ជមាន និងអវិជ្ជមាន

- ១. កើតពីការចិញ្ចឹមអប់រំ
- ២. កើតចេញពីការបង្ហាត់បង្រៀន
- ៣. កើតចេញពីការសិក្សាអប់រំ
- ៤. បណ្តាលមកពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

១. សារៈសំខាន់នៃការសិក្សាឥរិយាបថអតិថិជន

- ជួយអ្នកទីផ្សារយល់ពីកត្តាដែលជះឥទ្ធិពលដល់ការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អ្នកដំណើរ
- ជួយភាគីពាក់ព័ន្ធរកវិធីកែឥរិយាបថទិញរបស់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងសង្គម និងសមស្របនឹងការ ឆ្លើយតបនៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍
- ជួយដល់ការអភិវឌ្ឍទីផ្សារ និងការអភិវឌ្ឍផលិតផលឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង
- ដើម្បីផលប្រយោជន៍នៃការបែងចែកទីផ្សារ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការភ្ញៀវទេសចរ ត្រូវនឹងប្រភេទ ផលិតផល និងសេវាកម្មដែលត្រូវការ
- ជួយធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់អាជីវកម្មទេសចរណ៍ដើម្បីទទួលបានអត្ថ ប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែង

២. ឥរិយាបថអតិថិជនក្រុមផ្សេងៗ

ទេសចរអេកូទេសចរណ៍ ៖ ចាប់អារម្មណ៍ពីបរិស្ថានជាពិសេស ចូលចិត្តធម្មជាតិ កន្លែងស្នាក់ នៅជាមួយធម្មជាតិ

ទេសចរផ្សែងព្រេង ៖ ទេសចរស្វែងរកបទពិសោធន៍ថ្មីៗ

ភ្ញៀវទេសចរគួរ ៖ ទេសចរស្វែងរកបទពិសោធន៍បែបរ៉ូមែនទិច ប្រើប្រាស់ពេលវេលាយុវ ចំណាយថវិការច្រើន

ទេសចរការបូបស្ពាយ ៖ ភ្ញៀវទេសចរប្រើប្រាស់កាបូបធំ ធ្វើដំណើររយៈពេលយូរ ច្រើនកន្លែង ត្រូវការកន្លែងស្នាក់នៅតម្លៃធ្ងន់ថ្លៃ

ភ្ញៀវទេសចរនាវា ៖ ប្រើប្រាស់ពេលយូរ

ឥរិយាបថអតិថិជនតាមជាតិសាសន៍

ជនជាតិចិន៖

- ធ្វើដំណើរក្រុមធំៗ

- ចូលចិត្តប្រើប្រាស់សេវាកម្មក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍
- មិនចូលចិត្តសកម្មភាពរន្ធត់ និងប្រកួតប្រជែង បារម្ភណ៍ពីសុវត្ថិភាព
- គ្រួសារ មិត្តភក្តិ មានឥទ្ធិពលក្នុងការសម្រេចចិត្តទិញ
- មិនមានការតវ៉ាពេលទទួលសេវាកម្មមិនល្អ

ជនជាតិជប៉ុន៖

- ប្រើពេលវេលាយក្នុងការជ្រើសរើសកន្លែងកម្សាន្ត
- ជឿជាក់លើក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ ញាតិមិត្ត ជាង ការសែត ព័ត៌មានតាម Internet
- ចូលចិត្តប្រើប្រាស់សេវាកម្មក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍
- មិនចូលចិត្តជ្រើសរើសកន្លែងទេសមិនឆ្ងាយ ព្រោះការធ្វើដំណើរក្នុងរយៈពេលខ្លី
- ប្រើប្រាស់ថវិការលើវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍
- សុភាពហើយផ្តល់តម្លៃអោយអ្នកផ្តល់សេវាកម្ម

ជនជាតិបារាំង៖

- ភ្ញៀវទេសចរណ៍ក្រុមនេះហ៊ាន និងចូលចិត្តសកម្មភាពប្រកួតប្រជែង
- មិនចូលចិត្តឱ្យមនុស្សប្លែកមុខហៅឈ្មោះ ឬសួរពីអាជីព តែពេញចិត្តឱ្យសួរពីវប្បធម៌របស់គាត់
- ចូលចិត្តផឹកគ្រឿងភេសជ្ជៈមានជាតិអាល់កុល

ជនជាតិអាមេរិច៖

- ចូលចិត្តធ្វើដំណើររយៈពេលវែង
- ចូលចិត្តបរិភោគអាហារក្នុងតំបន់
- មានការរំពឹងទុកនូវគុណភាពសេវាកម្មខ្ពស់
- ទំលាប់ឱ្យបិប

៣. កត្តាមានឥទ្ធិពលដល់ឥរិយាបថអតិថិជន

អាកប្បកិរិយាទេសចរណ៍សំដៅទៅលើការបញ្ចេញមតិរបស់មនុស្សដែលទាក់ទងដោយផ្ទាល់ទៅនឹងការប្រើប្រាស់សេវាកម្មនៅក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ រួមទាំងដំណើរការនៃការសម្រេចចិត្តដែលជះឥទ្ធិពលដល់ការបញ្ចេញមតិនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ត្រូវបានបែងចែកជា ២ ប្រភេទ៖

១. អាកប្បកិរិយាខាងក្រៅ (Overt Behavior) សំដៅទៅលើអាកប្បកិរិយា ឬសកម្មភាពដែលមើលឃើញថាត្រូវបានគេកត់សម្គាល់ឃើញអាចត្រូវបានប្រើដើម្បីពិនិត្យមើល។

២. អាកប្បកិរិយាខាងក្នុង (Covert Behavior) ឬដំណើរការផ្លូវចិត្ត (mental process) សំដៅទៅលើអាកប្បកិរិយាដែលមិនគួរឱ្យកត់សម្គាល់ដោយភ្នែក ឬមិនអាចពិនិត្យឧបករណ៍ដោយផ្ទាល់ដូចជាអារម្មណ៍ការចងចាំការគិតហេតុផលបទពិសោធន៍ជាដើម។

កត្តាខាងក្នុងប៉ះពាល់ដល់ការសម្រេចចិត្តរបស់អ្នកដំណើរ

១. ការយល់ឃើញ គឺជាដំណើរការដែលមនុស្សម្នាក់ប្រើដើម្បីស្វែងយល់ពីអ្វីដែលនៅជុំវិញគាត់ដោយជ្រើសរើសគ្រប់គ្រង និងបកស្រាយព័ត៌មានដែលទទួលបានពីបរិស្ថាន។
២. ការលើកទឹកចិត្តសំដៅទៅលើការលើកទឹកចិត្តដែលកើតឡើងពីក្នុង ឬក្រៅមនុស្សដែលបង្កើតភាពរីករាយហើយមិនលះបង់ធ្វើអ្វីមួយ។
៣. អាកប្បកិរិយា គឺជាអារម្មណ៍ និងការបញ្ចេញមតិអំពីរឿង៖ រឿងមនុស្សព្រឹត្តិការណ៍ លក្ខណៈរបស់មនុស្ស ឬមិនកោតសរសើរ ឥរិយាបថគឺជាលទ្ធផលនៃអារម្មណ៍រឹងមាំចំពោះអ្វី និងការជឿជាក់។
៤. បុគ្គលិកលក្ខណៈសំដៅទៅលើចរិតលក្ខណៈផ្លូវចិត្តខាងក្នុងរបស់មនុស្សដែលកំណត់ និងឆ្លុះបញ្ចាំងពីរបៀបដែលមនុស្សម្នាក់ឆ្លើយតបទៅនឹងបរិស្ថានជុំវិញខ្លួន។
៥. ការរៀនសូត្រសំដៅទៅលើការផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយាដោយសារតែបទពិសោធន៍កន្លងមកដូច្នេះការរៀនសូត្រគឺជាការផ្លាស់ប្តូរខ្លឹមសារចំណេះដឹងនៃការចងចាំជារៀងរហូតរបស់មនុស្ស។ ហើយជាលទ្ធផលនៃដំណើរការរៀបចំព័ត៌មាន ដែលជាបុព្វហេតុនៃការផ្លាស់ប្តូរការចងចាំ ការផ្លាស់ប្តូរបែបនេះនឹងប៉ះពាល់ដល់ការផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបថរបស់មនុស្ស។

កត្តាខាងក្រៅប៉ះពាល់ដល់ការសម្រេចចិត្តរបស់អ្នកដំណើរ

- ១ ក្រុមយោង៖ ក្រុមយោងមានន័យថាជាក្រុមដែលបម្រើជាក្របខ័ណ្ឌសម្រាប់យោង ឬណែនាំបុគ្គលឱ្យធ្វើការសម្រេចចិត្តទិញទំនិញ និងសេវាកម្មណាមួយ។
- ២ គ្រួសារ៖ ក្រុមគ្រួសារសំដៅទៅលើមនុស្សពីរនាក់ ឬច្រើននាក់ដែលរស់នៅជាមួយគ្នាហើយមានទំនាក់ទំនងជាមួយឈាម ឬអាពាហ៍ពិពាហ៍រវាងបុរស និងស្ត្រី ឬយកកូនទៅចិញ្ចឹម
- ៣ វណ្ណៈសង្គម៖ វណ្ណៈសង្គមមានន័យថាបែងចែកប្រជាជននៅក្នុងសង្គមឱ្យបានច្បាស់ទៅជាឋានានុក្រម ដែលសមាជិកនៃវណ្ណៈសង្គមណាមួយមានឋានៈសង្គមដូចគ្នា។ ខណៈពេលដែលបុគ្គលដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់វណ្ណៈសង្គមផ្សេងទៀតមានឋានៈសង្គមខ្ពស់ ឬទាបជាង។
- ៤ វប្បធម៌៖ វប្បធម៌នៅក្នុងទស្សនវិស័យអាកប្បកិរិយារបស់អតិថិជនគឺជាផលបូកនៃជំនឿគុណតម្លៃ និងទំនៀមទម្លាប់ដែលបានមកពីការរៀនសូត្រដែលទទួលខុសត្រូវក្នុងការកំណត់ឥរិយាបថប្រើប្រាស់របស់សមាជិកនៃសង្គមមួយ។

កត្តាដែលប៉ះពាល់ឥរិយាបថទេសចរណ៍

១. កត្តាវប្បធម៌ (Cultural Factor) គឺជារបៀបនៃជីវិតដែលសង្គមជឿថា ល្អ និងអាចទទួលយកបានក្នុងការអនុវត្ត។ ដើម្បីឱ្យសង្គមបន្ត និងអភិវឌ្ឍបានល្អ បុគ្គលនៅក្នុងសង្គមតែមួយត្រូវតែប្រកាន់ខ្ជាប់ និងធ្វើតាមវប្បធម៌ដើម្បីក្លាយជាផ្នែកមួយនៃសង្គម។ វប្បធម៌គឺជាឧបករណ៍មួយដែលចងក្លាប់មនុស្សនៅក្នុងក្រុមជាមួយគ្នា។ វប្បធម៌គឺជាអ្វីដែលកំណត់នូវតម្រូវការ និងអាកប្បកិរិយាជាមូលដ្ឋានរបស់

មនុស្សម្នាក់ដោយសិក្សាអំពីគុណតម្លៃឥរិយាបថចំណង់ចំណូលចិត្តការយល់ឃើញ និងអាកប្បកិរិយា របស់ពួកគេ ត្រូវតែឆ្លងកាត់ដំណើរការសង្គមដែលពាក់ព័ន្ធនឹងគ្រួសារ និងស្ថាប័ននានានៅក្នុងសង្គម មនុស្សមកពីវប្បធម៌ខុសគ្នាមានឥរិយាបថទិញខុសគ្នា។ យុទ្ធសាស្ត្រត្រូវតែខុសគ្នាសម្រាប់ទីផ្សារ វប្បធម៌ខុសៗគ្នា។ វប្បធម៌អាចចែកចេញជា ៣ ប្រភេទដូចខាងក្រោម៖

១.១ វប្បធម៌ (Culture) មានន័យថាអ្វីមួយដែលជាទំរង់ ឬរបៀបរស់នៅដែលអាចរៀន និងបញ្ជូនបានឆ្លងកាត់ដំណើរការបណ្តុះបណ្តាល និងសង្គមនិយម។ វប្បធម៌គឺជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ កំណត់តម្រូវការទិញ និងអាកប្បកិរិយារបស់បុគ្គល។

១.២ វប្បធម៌រង (Subculture) សំដៅទៅលើអនុវប្បធម៌នៅក្នុងវប្បធម៌នីមួយៗ ដែលមាន ដើមកំណើតជាតិសាសន៍សាសនាពណ៌ស្បែក និងតំបន់ផ្សេងៗគ្នា។ បុគ្គលដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់ក្រុម រងមានការអនុវត្តវប្បធម៌ និងសង្គមខុសពីក្រុមដទៃទៀត។ វាប៉ះពាល់ដល់របៀបរស់នៅតម្រូវការ និងទម្រង់នៃការប្រើប្រាស់។ ឥរិយាបថទិញផ្សេងៗគ្នាហើយក្នុងក្រុមតែមួយនឹងមានឥរិយាបថប្រហាក់ ប្រហែលគ្នា។ ក្រុមវប្បធម៌ដូចជា ក្រុមជនជាតិភាគតិច ក្រុមសាសនា ក្រុមពណ៌ស្បែក ក្រុមការងារ ក្រុមរងអាយុ ក្រុមភេទ។

១.៣ ថ្នាក់សង្គម (Social class) គឺជាសណ្តាប់ធ្នាប់របស់មនុស្សក្នុងសង្គមពីខ្ពស់ទៅទាប។ ប្រើប្រាស់លក្ខណៈស្រដៀងគ្នាដូចជាមុខរបរស្ថានភាពប្រាក់ចំណូលគ្រួសារ ឬប្រភពដើមជាតិ ជំហរ របស់បុគ្គលម្នាក់ៗដើម្បីណែនាំការបែងចែកទីផ្សារ ការកំណត់ទីផ្សារគោលដៅ ការដាក់ផលិតផល និងល្បាយទីផ្សារ វណ្ណៈសង្គមចែកចេញជា ៣ថ្នាក់ និង ៦ ក្រុមតូចៗវណ្ណៈសង្គមរបស់មនុស្សម្នាក់អាច ត្រូវបានលើកកម្ពស់ទាំងឡើង និងចុះ។ ដោយសារតែការផ្លាស់ប្តូរប្រាក់ចំណូលការកាន់កាប់មុខ តំណែងការងារដូចជា នៅពេលប្រាក់ចំណូលរបស់មនុស្សម្នាក់កើនឡើង នឹងស្វែងរកការប្រើប្រាស់ កាន់តែប្រសើរ វាមានថ្នាក់ខ្ពស់កម្រិតខ្ពស់។ (ខាងលើ - ខ្ពស់) ជាអ្នកមានព្រោះពួកគេបានទទួល មរតកជាច្រើន។ ជាពិសេសមានផ្ទះនៅក្នុងសហគមន៍អ្នកមាន។ មានផ្ទះវិស្សមកាលកុមារទៅសាលា រៀនល្អបំផុត។ ការសម្រេចចិត្តទិញផលិតផលមិនគិតពីតម្លៃទេ ប៉ុន្តែនឹងគិតពីភាពពេញនិយម និងការពេញចិត្តជាង

- វណ្ណៈខ្ពស់លំដាប់ទាប (Lower-upper) ក្រុមដែលមានប្រាក់ចំណូលខ្ពស់បំផុតនៅ ក្នុងសង្គម។ ក្រុមនេះបង្កើតទ្រព្យសម្បត្តិពីសមត្ថភាពពិសេសរបស់ពួកគេដូចជាធ្វើជា ប្រធានក្រុមហ៊ុន ឬអ្នកមើលការខុសត្រូវក្នុងអាជីពជោគជ័យផ្សេងៗ មានការអប់រំខ្ពស់ ចូលចិត្តជួយសង្គម ពួកគេចូលចិត្តទិញផលិតផលដែលជានិមិត្តរូបនៃឋានៈរបស់ពួក គេសម្រាប់ខ្លួនគេ និងគ្រួសារដូចជាមានផ្ទះថ្លៃ ឡានថ្លៃ ។ល។ ហើយការទិញ ទំនិញក៏មិនមានបញ្ហាអ្វីដែរ។

- វណ្ណៈកណ្តាលលំដាប់ខ្ពស់ (Upper-middle) កម្មករចង់ទទួលបានការគោរពពីសង្គម ហើយព្យាយាមធ្វើអ្វីដែលត្រឹមត្រូវ និងសមរម្យ ជាញឹកញយទិញផលិតផលពេញនិយមដើម្បីធ្វើទំនើបកម្មខ្លួនឯង។
- វណ្ណៈកណ្តាលលំដាប់ទាប (Lower-middle) នៃកម្មករទាំងនៅក្នុងការិយាល័យ និងនៅក្នុងរោងចក្រដែលនៅសល់ ដែលជាក្រុមធំជាងគេនៅក្នុងសង្គម វាមានកម្មករដែលមានជំនាញ និងហ្វឹកស៊ីដូចជាអ្នកលក់អាជីវកម្មខ្នាតតូចទូទៅ រស់នៅក្នុងជីវិតសប្បាយរីករាយជារៀងរាល់ថ្ងៃជាជាងសន្សំសម្រាប់អនាគត គេមានភាពជឿជាក់ត្រង់ម៉ាក និងឈ្មោះផលិតផល។
- វណ្ណៈទាបលំដាប់ខ្ពស់ (Upper-lower) ជាក្រុមកម្មករដែលភាគច្រើនជាបុគ្គលិកដែលមិនមានជំនាញ មានការអប់រំទាបមានប្រាក់ចំណូលទាបមានកម្រិតជីវភាពរស់នៅមានកម្រិតទាបបំផុតនៃភាពក្រីក្រ ឬខ្ពស់ជាងនេះ ការលើកកម្ពស់សង្គមរបស់មនុស្សម្នាក់ទៅកម្រិតខ្ពស់គឺពិតជាពិបាកណាស់។ ដូច្នេះមានតែរារាំងមិនឱ្យតំណែងរបស់គាត់កាន់តែយ៉ាប់យឺតថែមទៀតហើយរស់នៅតែក្នុងផ្ទះដែលអាចទប់ទល់ និងចំណាយបាន។
- វណ្ណៈទាប (Lower-lower) អ្នកអត់ការងារធ្វើគ្មានការងារធ្វើទេ ឬប្រសិនបើមានថ្នាំលាបខ្លះ ភាគច្រើននៃពួកគេគឺជាការងារដែលមិនមានប្រាក់ចំណូលការអប់រំ និងផ្ទះក្រីក្របំផុត។ គឺជាក្រុមដែលទាបបំផុត សង្គមមិនចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការស្វែងរកការងារមិនអចិន្ត្រៃយ៍ទេ ពួកគេភាគច្រើនបានរស់រានមានជីវិតដោយទទួលបានជំនួយពីសប្បុរសជន ឬសុខុមាលភាពសាធារណៈតែប៉ុណ្ណោះ។

២. កត្តាសង្គម (Social Factor) គឺជាកត្តាពាក់ព័ន្ធនៅក្នុងជីវិតប្រចាំថ្ងៃ និងឥទ្ធិពលឥរិយាបថទិញ។ ចរិតសង្គមត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយក្រុម ៖

២.១ កត្តាក្រុមយោង (Reference Group) គឺជាក្រុមដែលបុគ្គលចូលរួមក្នុងឥទ្ធិពលឥរិយាបថទស្សនៈ និងគុណតម្លៃរបស់ក្រុមយោង។ ពីព្រោះបុគ្គលចង់អោយក្រុមនេះទទួលយក។ ដូច្នេះពួកគេត្រូវតែធ្វើតាម និងទទួលយកយោបល់របស់ក្រុមយោង។ អាចបែងចែកជា ២ កម្រិតគឺក្រុមបឋម និងក្រុមរង។

២.២ គ្រួសារ (Family) បុគ្គលក្នុងគ្រួសារត្រូវបានគេចាត់ទុកថាមានឥទ្ធិពលខ្លាំងលើឥរិយាបថ។ គំនិត និងគុណតម្លៃរបស់មនុស្សម្នាក់ ទាំងអស់នេះមានឥទ្ធិពលលើឥរិយាបថទិញរបស់គ្រួសារ។ ដូច្នេះការផ្តល់ជូនផលិតផលត្រូវតែគិតពីលក្ខណៈនៃការប្រើប្រាស់។ គួនាទី និងលក្ខន្តិកៈបុគ្គលមានការចូលរួមនៅក្នុងក្រុមជាច្រើនដូចជាគ្រួសារក្រុមយោងអង្គការ និងស្ថាប័ន។ បុគ្គលម្នាក់ៗនឹងមាន

ឋានៈខុសគ្នានៅក្នុងក្រុមនីមួយៗ។ ដូច្នេះនៅក្នុងការសម្រេចចិត្តទិញ អតិថិជនមានទំនោរដើរតួនាទីជាច្រើនទាក់ទងនឹង ការសម្រេចចិត្តទិញផលិតផលផ្ទាល់ខ្លួន និងផ្សេងទៀត។

២.៣ តួនាទី និងឋានៈ (Roles and Statuses) បុគ្គលម្នាក់ៗចូលរួមនៅក្នុងក្រុមជាច្រើនដូចជាគ្រួសារក្រុមយោងអង្គការ និងស្ថាប័ន។ បុគ្គលម្នាក់ៗនឹងមានឋានៈខុសគ្នានៅក្នុងក្រុមនីមួយៗ។ ដូច្នេះនៅក្នុងការសម្រេចចិត្តទិញ អតិថិជនមានទំនោរដើរតួនាទីជាច្រើនទាក់ទងនឹង ការសម្រេចចិត្តក្នុងការទិញផលិតផលរបស់ពួកគេ និងអ្នកផ្សេងទៀត។

៣. កត្តាបុគ្គលការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អ្នកទិញត្រូវបានជះឥទ្ធិពលដោយចរិតលក្ខណៈផ្ទាល់ខ្លួនរបស់មនុស្សក្នុងទិដ្ឋភាពផ្សេងៗដូចខាងក្រោម៖

៣.១ អាយុ (Age) អាយុខុសគ្នានឹងមានតម្រូវការផលិតផលខុសៗគ្នាដូចជាក្រុមក្មេងជំទង់ដែលចូលចិត្តពិសោធន៍វត្ថុប្លែកៗ និងចូលចិត្តម៉ូត ផលិតផលទាន់សម័យ។

៣.២ ដំណាក់កាលវដ្តជីវិតគ្រួសារ (Family life Cycle Stage) គឺជាដំណើរការនៃការរស់នៅរបស់មនុស្សម្នាក់ក្នុងទម្រង់នៃការមានគ្រួសារ។ ដំណាក់កាលនីមួយៗនៃជីវិតជះឥទ្ធិពលដល់តម្រូវការអាកប្បកិរិយា និងគុណតម្លៃរបស់មនុស្សដែលជាលទ្ធផលតម្រូវការផលិតផល។

៣.៣ មុខរបរ (Income) មុខរបររបស់មនុស្សម្នាក់ៗនាំទៅរកតម្រូវការ និងតម្រូវការទំនិញនិងសេវាកម្មផ្សេងៗ។

៣.៤ ចំណូល ឬឱកាសសេដ្ឋកិច្ច (Education) សេដ្ឋកិច្ចរបស់មនុស្សនឹងប៉ះពាល់ដល់ទំនិញនិងសេវាកម្មដែលគាត់សម្រេចចិត្តទិញ។ ឱកាសទាំងនេះរួមមាន ចំណូលនៃការសន្សំទ្រព្យសម្បត្តិការទិញថាមពល និងឥរិយាបថអំពីការទូទាត់ ឥទ្ធិពលទាំងអស់នេះទៅលើឥរិយាបថទិញ។

៣.៥ ការអប់រំ (Education) អ្នកមានការអប់រំខ្ពស់ទំនងជាប្រើប្រាស់ផលិតផលដែលមានគុណភាពល្អជាងអ្នកដែលមានការអប់រំទាប។

៣.៦ គុណតម្លៃ (Value) និងរបៀបរស់នៅ (Lifestyle) គុណតម្លៃ ឬគុណតម្លៃ (Value) សំដៅទៅលើភាពពេញនិយមរបស់របរ ឬមនុស្ស ឬគំនិតលើប្រធានបទជាក់លាក់មួយ ឬមានន័យថាអត្រានៃអត្ថប្រយោជន៍ត្រូវបានទទួលស្គាល់ចំពោះម៉ាក របៀបរស់នៅ (Lifestyle) មានន័យថាវិធីនៃការរស់នៅក្នុងពិភពលោកមនុស្ស វាត្រូវបានបង្ហាញជាទម្រង់នៃសកម្មភាព (Activity) ចំណាប់អារម្មណ៍ (Interest) និងការយល់ឃើញ (Opinion) ។

៤. កត្តាចិត្តវិទ្យា (Psychological factor) ឬកត្តាខាងក្នុង ជម្រើសទិញទំនិញរបស់មនុស្សម្នាក់ត្រូវបានជះឥទ្ធិពលដោយកត្តាចិត្តសាស្ត្រដែលត្រូវបានចាត់ទុកថាជាកត្តាខាងក្នុងរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ដែលជះឥទ្ធិពលដល់ឥរិយាបថទិញ និងការប្រើប្រាស់ផលិតផលរបស់ពួកគេរួមមាន៖

៤.១ ការលើកទឹកចិត្ត (Motivation) សំដៅទៅលើកត្តាជំរុញ (drive) នៅក្នុងខ្លួន ដែលលើកទឹកចិត្តឱ្យមនុស្សអនុវត្ត ការលើកទឹកចិត្តកើតឡើងចំពោះមនុស្ស។ ប៉ុន្តែអាចត្រូវបានរងផលប៉ះពាល់ដោយកត្តាខាងក្រៅ អាកប្បកិរិយារបស់មនុស្សកើតឡើងដើម្បីជម្រុញចិត្ត (ជម្រុញចិត្ត) ដែលសំដៅទៅលើតម្រូវការដែលត្រូវបានជម្រុញពីក្នុងខ្លួនដើម្បីស្វែងរកការពេញចិត្តជាមួយនឹង អាកប្បកិរិយាដែលមានគោលបំណង។ ការលើកទឹកចិត្តដែលកើតឡើងនៅក្នុងមនុស្ស

៤.២ ការយល់ឃើញ (Perception) គឺជាដំណើរការនៃការយល់ឃើញរបស់បុគ្គលម្នាក់ៗ ដែលវាអាស្រ័យទៅលើកត្តាផ្ទៃក្នុងដូចជាជំនឿបទពិសោធន៍។ តម្រូវការ និងអារម្មណ៍ វាក៏មានកត្តាខាងក្រៅផងដែរគឺការបញ្ចេញការយល់ឃើញត្រូវបានបង្ហាញដោយញាណទាំង ៥ គឺការមើលឃើញការស្តាប់ការស្តាប់ក្លិនការភ្លេចការប៉ះដែលមនុស្សម្នាក់ៗមានការយល់ឃើញខុសគ្នាអាស្រ័យលើ ៖

- លក្ខណៈរូបកាយដែលឆ្លើយតបនឹងការបញ្ចេញផ្សេងៗ
- ទំនាក់ទំនងនៃការជម្រុញទៅនឹងបរិស្ថាននៅពេលនោះ
- លក្ខខណ្ឌបុគ្គលដែលមានតម្រូវការឥរិយាបថ និងគុណតម្លៃខុសគ្នាដែលជាលទ្ធផលនៃបទពិសោធន៍របស់មនុស្ស

៤.៣ ចំណេះដឹង (Learning) ការរៀនសូត្ររបស់មនុស្សម្នាក់កើតឡើង នៅពេលមនុស្សម្នាក់ទទួលបានសកម្មភាពជំរុញ និងប្រតិកម្មទៅនឹងសកម្មភាពជំរុញនោះ

៤.៤ ជំនឿ (Beliefs) គឺជាគំនិតដែលមនុស្សម្នាក់ប្រកាន់យកអ្វីមួយ នេះគឺជាលទ្ធផលនៃបទពិសោធន៍កន្លងមក

៤.៥ អាកប្បកិរិយា (Attitudes) គឺជាការវាយតម្លៃនៃការពេញចិត្ត ឬការមិនពេញចិត្តរបស់មនុស្សម្នាក់ មនោសញ្ចេតនា និងទំនោរអាកប្បកិរិយាដែលមានឥទ្ធិពលលើគំនិត ឬរឿងរបស់នរណាម្នាក់ ឬសំដៅទៅលើអារម្មណ៍របស់មនុស្សម្នាក់ចំពោះអ្វីមួយ។ សមាសធាតុនៃអាកប្បកិរិយាមាន ៣ ផ្នែកដូចខាងក្រោម ៖

- ផ្នែកយល់ដឹងមានចំណេះដឹង និងជំនឿអំពីយឺហោ ឬផលិតផលរបស់អ្នកប្រើប្រាស់
- សមាសធាតុដែលមានឥទ្ធិពលមានន័យថាមានអ្វីមួយទាក់ទងនឹងអារម្មណ៍របស់ផលិតផល និងម៉ាក។ អារម្មណ៍អាចពេញចិត្ត និងមិនពេញចិត្ត ឧទាហរណ៍អារម្មណ៍នៃការចូលចិត្ត ឬមិនចូលចិត្តអំពីផលិតផល
- សមាសធាតុឥរិយាបថសំដៅទៅលើទំនោរនៃសកម្មភាពដែលបណ្តាលមកពីអាកប្បកិរិយា ឬអាកប្បកិរិយាឆ្ពោះទៅរកផលិតផល ឬម៉ាក

៤.៦ បុគ្គលិកលក្ខណៈ (Personality) គឺជាគំរូលក្ខណៈរបស់មនុស្សដែលកំណត់អាកប្ប-
កិរិយាការឆ្លើយតប ឬអាចសំដៅទៅលើចរិតលក្ខណៈផ្លូវចិត្តដែលមានចរិតខុសគ្នារបស់មនុស្សដែល
នាំឱ្យមានការឆ្លើយតបស្រប និងឆ្លើយតបទៅនឹងសកម្មភាពរំព្រាច

៤.៧ គំនិតខ្លួនឯងសំដៅទៅលើអារម្មណ៍ដែលមនុស្សម្នាក់មានចំពោះខ្លួនគាត់ ឬគំនិតដែល
មនុស្សម្នាក់គិតថា មនុស្សមានយោបល់លើគាត់។

៤. ដំណើរការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អតិថិជន

ដំណើរការនៃការសម្រេចចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរក្នុងការទិញ

ជំហានទី ១ Need ការទទួលស្គាល់បញ្ហា ដំណើរការទិញកើតឡើងនៅពេលភ្ញៀវទេសចរដឹងពីបញ្ហា
ឬតម្រូវការរបស់ពួកគេ។

ជំហានទី ២ Information ស្វែងរកព័ត៌មាននៅដំណាក់កាលនេះភ្ញៀវទេសចរស្វែងរកព័ត៌មានដើម្បីធ្វើ
ការសម្រេចចិត្ត។ ដំបូងស្វែងរកព័ត៌មានពីប្រភពផ្ទៃក្នុងជាមុនសិន ដើម្បីប្រើក្នុងការវាយតម្លៃជម្រើស
ប្រសិនបើអ្នកនៅតែមិនទាន់ទទួលបានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់អ្នកត្រូវស្វែងរកព័ត៌មានបន្ថែមពីប្រភពខាង
ក្រៅបន្ថែម។

ជំហានទី ៣ Evaluation វាយតម្លៃជម្រើស ភ្ញៀវទេសចរនឹងធ្វើចំណាត់ថ្នាក់ទិន្នន័យដែលប្រមូលបាន
និងវិភាគពីគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិដោយប្រៀបធៀបទៅនឹងជម្រើស និងប្រសិទ្ធភាពបំផុត។

ជំហានទី ៤ Purchase decision ការសម្រេចចិត្តលើជម្រើសល្អបំផុត បន្ទាប់ពីការវាយតម្លៃ អ្នកធ្វើ
ដំណើរវាយតម្លៃពីគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិបន្ទាប់ពីនោះពួកគេនឹងត្រូវសម្រេចចិត្តជម្រើសល្អបំផុត
ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា។ បទពិសោធន៍កន្លងមកច្រើនតែត្រូវបានគេប្រើជាលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ
បទពិសោធន៍ផ្ទាល់ខ្លួន និងអ្នកដទៃ។

ជំហានទី ៥ Purchases Evaluation ការវាយតម្លៃក្រោយពេលទិញ វាជាចុងក្រោយបន្ទាប់
ពីការទិញ។ ភ្ញៀវទេសចរនឹងប្រើផលិតផល និងសេវាកម្មធ្វើដំណើរដែលបានទិញ ហើយក្នុងពេលតែ
មួយនឹងវាយតម្លៃផលិតផល និងសេវាកម្មផងដែរ។ ជាពិសេសអាចត្រូវបានគេមើលឃើញថាដំណើរ
ការសម្រេចចិត្តទិញរបស់អ្នកដំណើរគឺជាដំណើរការកំពុងបន្ត ឬឈប់នៅពេលទិញ។

មេរៀនទី៦ ទីផ្សារទេសចរណ៍

អ្នកប្រើប្រាស់ បានបង្កភាពងាយស្រួលក្នុងផ្លាស់ប្តូរនូវតម្រូវការប្រើប្រាស់ទំនិញ ឬសេវាមួយទៅប្រើប្រាស់ទំនិញ ឬសេវាផ្សេងទៀត។ វាមិនត្រឹមតែនាំមកនូវភាពស្រួចស្រាវក្នុងការប្រកួតប្រជែងរវាងផលិតផលនានាដែល បំពេញសេចក្តីត្រូវការផ្សេងៗគ្នាប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងបញ្ចូលអោយមាននូវការតតាំងគ្នា ដណ្តើមយកអតិថិជន ដែលក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍នានាបានជួបប្រទះទៀតផង។ លទ្ធភាពនៃការទិញមានកាន់តែច្រើនឡើងៗ នៅស្ទើរគ្រប់ទីកន្លែង និងពេលវេលា នូវសេវាដែល ធានាបាននូវអត្ថប្រយោជន៍ ចំពោះគោលដៅនានានៃការធ្វើដំណើរ ហើយដែលបានបង្កអោយមាននូវសកលភាវូបនីយកម្មនៃទីផ្សារទេសចរណ៍។ ការវិវឌ្ឍរបស់ទីផ្សារទេសចរណ៍ គឺបណ្តាលមកពីការវិវឌ្ឍដ៏ខ្លាំងផ្នែកទេសចរណ៍។

ទេសចរណ៍ជាផ្នែកមួយនៃទីផ្សារសេវាកម្ម និងទំនិញដែលគេកំណត់ទៅតាមតម្រូវការនិងការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលសេវាកម្មទេសចរណ៍។ តម្រូវការទេសចរណ៍ជាទីផ្សារទេសចរណ៍ នៅក្នុងនិងក្រៅប្រទេស ការស្នើផ្គត់ផ្គង់ទេសចរណ៍មានជាសេវាកម្មដែលបម្រើឱ្យទេសចរណ៍នូវការដឹកជញ្ជូនធនធាន ដែលទាក់ ទាញទេសចរណ៍ សេវាកម្ម និងទីតាំងកម្សាន្ត ព្យាបាល ទីតាំងសម្រាប់ ទស្សនាសេវាកម្មស្នាក់នៅ អាហារ និងភេសជ្ជៈ ។ល។ នៅក្នុងទីផ្សារទេសចរណ៍កត្តាចម្បងគឺទំនាក់ទំនងជាប្រចាំរវាងតម្រូវការលើផលិតផល ទេសចរណ៍ដែលទេសចរចង់បាន និងស្នើផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលទេសចរណ៍ដែលដាក់ឡើង ដោយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍។

១. និយមន័យទីផ្សារទេសចរណ៍

ទីផ្សារទេសចរណ៍គឺការសិក្សាតម្រូវការរបស់ភ្ញៀវទេសចរ (តម្រូវការ) និងរៀបចំសមាសធាតុសំខាន់ៗ នៃឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ (ផ្គត់ផ្គង់) ស្របតាមតម្រូវការ ដោយប្រើប្រាស់ទីផ្សារចម្រុះ។

ទីផ្សារទេសចរណ៍ មានន័យថាការរៀបចំសកម្មភាព និងផលិតផលសេវាកម្មទេសចរណ៍របស់ក្រុមគោលដៅទេសចរណ៍ ដើម្បីនាំយកនូវទីផ្សារចម្រុះដែលត្រូវបានប្រើដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់ក្រុមភ្ញៀវទេសចរនោះ និងទិញផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ សហគ្រិនរកប្រាក់ចំណេញបាន ឯភ្ញៀវទេសចរទទួលបានការពេញចិត្តពីការធ្វើដំណើរកម្សាន្ត (បុណ្យលើត, ២០០០)។

ទីផ្សារទេសចរណ៍ មានន័យថាការរៀបចំសកម្មភាព ឬការបង្ហាញផលិតផលទេសចរណ៍ដែលឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការ ដើម្បីធ្វើឱ្យភ្ញៀវទេសចរពេញចិត្តដែលត្រូវការការវិភាគ ស្វែងយល់ពីតម្រូវការភាពចាំបាច់របស់ភ្ញៀវទេសចរ ហើយទាមទារសិក្សាឥរិយាបថរបស់ភ្ញៀវទេសចរផងដែរ (ខេមប៉ង, ២០១២)។

អាចសន្និដ្ឋានបានថា ទីផ្សារទេសចរណ៍សំដៅទៅលើការសិក្សាអំពីតម្រូវការ និងភាពចាំបាច់

នោះត្រូវបានឆ្លុះបញ្ចាំងដោយអាកប្បកិរិយារបស់ភ្ញៀវទេសចរ និងសិក្សាវិភាគដើម្បីជ្រាបពីត្រូវការផលិតផល និងសេវាកម្មទេសចរណ៍ ហើយបង្កើនការទិញ ប្រើទីផ្សារចម្រុះ (Marketing Mix) ជាឧបករណ៍ដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការភ្ញៀវទេសចរណ៍ និងឱ្យភ្ញៀវទេសចរពេញចិត្ត។

និន្នាការក្នុងការធ្វើដំណើរបណ្តាលមកពី ៖

- ការវិវឌ្ឍនៃសេដ្ឋកិច្ចដែលទាក់ទងទៅនឹងកំណើន នៃកម្រិតជីវភាពរស់នៅ
- ភាពល្អប្រសើរនៃប្រព័ន្ធគមនាគមន៍
- ភាពអំណោយផលកន្លែងទេសចរណ៍
- ការរីកចម្រើននៃទំនាក់ទំនងអន្តរជាតិខាងផ្នែកនយោបាយ សង្គម សេដ្ឋកិច្ច វិនិយោគទុន បរទេស និងវត្តមានរបស់ក្រុមហ៊ុនបរទេស

ទីផ្សារទេសចរណ៍ផ្តោតទៅលើ

- ចំបាច់ត្រូវសិក្សាពីអ្នកប្រើប្រាស់
- ធ្វើផែនការទីផ្សារអោយមានប្រសិទ្ធភាព
- បង្កើតកម្រៃអតិបរមា ហើយទទួលបានភាពពេញចិត្តពីភ្ញៀវទេសចរ

ចរិតលក្ខណៈរបស់ទីផ្សារទេសចរណ៍

- ជាទីផ្សារដែលក្រុមហ៊ុនផលិតផ្តោតលើការផ្តល់ផលិតផល និងសកម្មភាពសេវាកម្ម គុណប្រយោជន៍ បំពេញតម្រូវការ និងការពេញចិត្តរបស់អតិថិជនដែលបានរំពឹងទុក មានការប្រកួតប្រជែងបែបសកម្មភាព បរិក្ខារ និងបុគ្គលិកសេវាកម្ម យុទ្ធសាស្ត្រសេវាកម្មផ្តោតលើតម្រូវការ និងការរំពឹងទុករបស់អតិថិជន។
- ជោគជ័យអាជីវកម្ម ពឹងផ្អែកលើគុណភាពសេវាកម្ម (Service Quality) និងកម្រិតដែលបានសន្យាជាមួយអតិថិជន ឬលើសពីនេះគឺប្រសិទ្ធភាពសេវាកម្ម (Productive) និងភាពខុសគ្នាពីគូប្រកួតប្រជែង (Competitive Differentiation)

លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យគុណភាពសេវាកម្មគួរពិចារណា

- Access អតិថិជនអាចប្រើប្រាស់សេវាកម្មលឿន
- Communication ផ្តល់ព័ត៌មានអោយអតិថិជនត្រឹមត្រូវច្បាស់ៗ
- Competence ចំណេះដឹង សមត្ថភាព ជំនាញ ការផ្តល់សេវាកម្ម
- Courtesy ការគួសម មានចិត្ត ស្មោះត្រង់
- Credibility ការគួរជឿជាក់ ទំនប់ចិត្ត

- Reliability អតិថិជននឹងទទួលបានការជឿទុកចិត្ត នៅពេលទទួលសេវាកម្មដែលត្រឹមត្រូវជានិច្ច ស្មើនឹងអតិថិជនផ្សេងទៀត
- Response ផ្តល់សេវាកម្មឆ្លើយតបអតិថិជនភ្លាមៗពេលណាត្រូវប្រើសេវាកម្ម ឬនៅពេលមានបញ្ហាកើតឡើង
- Security មានសុវត្ថិភាពក្នុងការប្រើប្រាស់សេវាកម្ម
- Tangible អតិថិជនអាចប៉ាន់ស្មានគុណភាពសេវាកម្មបាន ឬអាចមានអារម្មណ៍ជាមួយនិងអារម្មណ៍ដែលវាធ្លាប់មានតើសេវាកម្មកម្រិតណា
- Understanding the customers អ្នកផ្តល់សេវាកម្មគួរតែដឹងពីអ្វីដែលអតិថិជនចង់បានដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការនោះយ៉ាងឆាប់រហ័សមុនពេលអតិថិជនផ្លាស់ប្តូរគំនិតរបស់ពួកគេទៅសេវាកម្មផ្សេងទៀត

សមាសធាតុទីផ្សារ

- អ្នកទិញ ភ្ញៀវទេសចរជាតិ និងអន្តរជាតិ និងប្រើប្រាស់ផលិតផលទេសចរណ៍អាចបត់បែនបាន និងមានការប្រែប្រួលខ្ពស់ដោយសារតែ សេដ្ឋកិច្ច សង្គម តម្លៃគុណ តម្លៃបរិបូណ៌ និងព្រឹត្តិការណ៍សំខាន់ៗផ្សេងៗ ដែលជាកត្តាមិនអាចគ្រប់គ្រងបាន។

- អ្នកលក់ អាជីវករក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរទេសចរណ៍Travel Suppliers ដូចជា សណ្ឋាគារ ការដឹកជញ្ជូន អាហារភោជនៈ សំបុត្រចូលទស្សនាតាមរណីយដ្ឋាននានា

- លក់ដោយត្រង់ជាមួយទេសចរណ៍ (Direct Sales)
- លក់អោយក្រុមហ៊ុនប្រតិបត្តិការទេសចរណ៍ (Tour Operator)
- លក់អោយភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ (Travel Agent)

- ផលិតផល និងសេវាកម្ម៖ ធនធានធម្មជាតិ និងកែច្នៃ

លក្ខណៈដោយលែកចំពោះផលិតផលទេសចរណ៍

- Intangibility អរូបិយ ៖ មិនអាចចាប់បាន ឬមិនអាចដឹងមុនសម្រេចចិត្តទិញ
- Heterogeneity វិសភាគ ៖ ផលិតផលលក្ខណៈដោយលែក មិនដូចអ្នកដទៃ
- Inseparability មិនអាចបំបែកបាន ៖ ការប្រើប្រាស់ផលិតផលនៅទីកន្លែង និងពេលវេលាតែមួយការទិញផលិតផលមិនអាចញែកចេញពីគ្នាបាន
- Perishability ងាយខូចខាត ៖ បើអតិថិជនមិនប្រើប្រាស់តាមរយៈពេលកំណត់
- Seasonality ផលិតផលទេសចរណ៍លក់បានតាមរដូវកាល

- Complementarity ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មផលិតផលទេសចរណ៍ច្រើនតែជាការទិញរួមគ្នា ដូចគ្នាទោះបីជាពួកគេជាម្ចាស់ផ្សេងគ្នាក៏ដោយ ដូច្នេះត្រូវការកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ អាជីវកម្មខ្ពស់
- Parity ងាយស្រួលចម្លង ៖ ផលិតផលទេសចរណ៍មានលក្ខណៈប្រហាក់ប្រហែលគ្នាងាយ ស្រួលចម្លង។

លក្ខណៈងាយលែកចំពោះសេវាកម្មទេសចរណ៍

- ជាការផ្តល់សេវាកម្មជិតស្និទ្ធ ឬទល់មុខគ្នា
- សេវាកម្មទេសចរណ៍ចំបាច់ត្រូវតែរៀបចំជាមុន និងត្រៀមខ្លួនផ្តល់សេវាកម្មភ្លាមៗនៅពេលភ្ញៀវ ទេសចរមកដល់
- ការអភិវឌ្ឍសេវាកម្មចំបាច់ត្រូវតែធ្វើជាបន្តបន្ទាប់ ម៉ូដែល ល្បឿន និងប្រសិទ្ធភាពនៃសេវាកម្ម
- ការប្រើប្រាស់កម្លាំងពលកម្មរបស់មនុស្សក្នុងការផ្តល់សេវាកម្ម។

២. សារៈសំខាន់ទីផ្សារ ចំពោះឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

ទីផ្សារទេសចរណ៍មានសារៈសំខាន់ដើម្បីរៀបចំអាជីវកម្មទេសចរណ៍ឱ្យឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការរបស់ ភ្ញៀវទេសចរ ហើយផ្តល់ឱ្យមានភាពសម្បូរបែបនៃព័ត៌មានទេសចរណ៍ និងជាយុទ្ធសាស្ត្រដ៏សំខាន់ សម្រាប់ជម្រុញឱ្យចង់ធ្វើដំណើរកម្សាន្តផងដែរ មិនតែប៉ុណ្ណោះទីផ្សារទេសចរណ៍មានសារៈសំខាន់ ចំពោះ ៖

1. សង្គម និងបុគ្គល
 - ទីផ្សារផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបថការទិញរបស់បុគ្គល
 - ជួយលើកកម្ពស់កម្រិតស្តង់ដារអាជីពក្នុងសង្គម
 - ធ្វើអោយមានកំណើនការងារ
2. សេដ្ឋកិច្ច
 - ប្រជាជនមានប្រាក់ចំណូលកើនឡើង
 - ជួយបង្កើនតម្រូវការអតិថិជន
 - ផ្លាស់ប្តូរសេដ្ឋកិច្ចសង្គម
 - មានការទិញលក់រវាងប្រទេស
3. អ្នកប្រើប្រាស់
 - អតិថិជនមានជម្រើសច្រើននៃការទិញ
 - មានផលិតផលក្នុងតម្លៃថោក ហើយមានគុណភាព
 - មានភាពងាយស្រួលអតិថិជន។

មេរៀនទី៧ ទីផ្សារចម្រុះ

ទីផ្សារចម្រុះ Marketing Mix នៅក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍សំដៅទៅលើធាតុដែលត្រូវបានប្រើដោយប្រតិបត្តិករអាជីវកម្មជាឧបករណ៍ ឬយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារសម្រាប់អាជីវកម្មដំណើរការទទួលបានជោគជ័យ។ កត្តាទីផ្សារដែលអាចគ្រប់គ្រង ឬអភិវឌ្ឍន៍បាន 4Ps និងកត្តាទីផ្សារដែលពិបាក ឬមិនអាចគ្រប់គ្រងបាន។

១. ផលិតផល

ផលិតផល និងសេវាកម្មទាំងអស់ដែលប្រតិបត្តិករអាជីវកម្មផ្តល់ជូនសម្រាប់លក់។ ផលិតផលទេសចរណ៍ (Tourism Product) សំដៅលើបរិក្ខារ ឬធនធាន និងសេវាកម្មដែលអាចផ្តល់ជូនភ្ញៀវទេសចរនៅលើទីផ្សារ ដើម្បីបម្រើក្នុងការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ដែលអាចបំពេញតម្រូវការ និងទទួលបានភាពពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរ។

តិចនិចលក់ផលិតផលទេសចរណ៍

- ចំណែកទីផ្សារយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្ន និងកំណត់ផលិតផលស្នូលស្របតាមតម្រូវការអតិថិជននឹងមានផលិតផលជាក់ស្តែង និងរំពឹងទុកច្រើន
- បន្ថែមលើការផ្តល់ផលិតផល និងសេវាកម្មដល់អតិថិជនដូចធម្មតា នៅតែគួរយកចិត្តទុកដាក់និងចាប់អារម្មណ៍លើអ្វីដែលលើសពីអ្វីដែលអតិថិជនចង់បាន
- ប្រតិបត្តិករគួរតែប្រុងប្រយ័ត្នក្នុងការរក្សាភិក្ខុសន្យា ផ្តល់សេវាកម្មទៅតាមរំពឹងអតិថិជននៅកម្រិតត្រឹមត្រូវ ឬផ្តល់ការសន្យាបន្តិចបន្តួចប៉ុន្តែបម្រើលើសពីការសន្យា
- ស្រាវជ្រាវទីផ្សារដើម្បីពិនិត្យមើលកម្រិតការពេញនិយម និងតម្រូវការ
- ការចេញផ្សាយផលិតផលថ្មី
- ការពង្រីកសាខា នូវផលិតផលដែលមានស្រាប់ (Network និង Franchise)
- ការចាត់ថ្នាក់ផលិតផលទេសចរណ៍ជាច្រើនប្រភេទ
- បង្កើតភាពខុសគ្នាពីគូប្រកួតប្រជែង (ផលិតផល និងសេវាកម្មបុគ្គលិក)

២. តម្លៃ

ចំនួនទឹកប្រាក់ដែលភ្ញៀវទេសចរត្រូវចំណាយលើផលិតផល និងសេវាកម្មដែលប្រតិបត្តិករអាជីវកម្មក្របានកំណត់។ វាគឺជាឧបករណ៍សម្រាប់ការប្រកួតប្រជែងអាជីវកម្មជាពិសេសនៅក្នុងទីផ្សារសេរី ជាឧបករណ៍ដែលបង្កើតប្រាក់ចំណេញ និងជាប្រាក់ចំណូលផ្ទាល់របស់អាជីវកម្ម កំណត់ថាវដ្តជីវិតផលិតផលគឺវែង ឬខ្លី។

គោលបំណងនៃការកំណត់តម្លៃ

- ប្រាក់ចំណេញ
- ជម្រុញនៃការលក់
- ដើម្បីធ្វើឱ្យតម្លៃមានស្ថេរភាព

កត្តាគួរពិចារណាក្នុងការកំណត់តម្លៃ

កត្តាខាងក្នុង

- គោលបំណងរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ប្រភេទ និងលក្ខណៈនៃទំនិញ
- ថ្លៃដើម

កត្តាខាងក្រៅ

- តម្រូវការទីផ្សារ
- ស្ថានភាពការប្រកួតប្រជែងទីផ្សារ
- អំណាចចរចារវាងអ្នកផលិត និងអ្នកប្រើប្រាស់

លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ និងយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់កំណត់តម្លៃផលិតផលទេសចរណ៍

- គោលនយោបាយ និងគោលបំណងរបស់ប្រតិបត្តិករ ៖ ចង់បង្កើនការលក់ ប្រើយុទ្ធសាស្ត្រតម្លៃទាប ដើម្បីលើកទឹកចិត្តអតិថិជនឱ្យប្រើប្រាស់សេវាកម្ម
- លក្ខណៈពិសេសនៃតម្រូវការ និងចង្វាក់ទីផ្សារ៖ ក្រុមអតិថិជនការប្រជុំ និងផ្តល់រង្វាន់ដល់អ្នកចាប់អារម្មណ៍លើគុណភាពការធ្វើដំណើរ និងសេវាកម្មមធ្យោបាយជាងតម្លៃ អាចកំណត់តម្លៃខ្ពស់បាន
- ការចំណាយលើការផលិតទំនិញ និងសេវាកម្ម
 - o ការចំណាយថេរ (Fixed Cost)
 - o តម្លៃអថេរ (Variable Cost)
- ការប្រកួតប្រជែងពីអាជីវកម្មទៅរកអាជីវកម្ម ៖ អតិថិជនមានឱកាសប្រើផលិតផលជំនួសគ្នាបាន
- ដើម្បីធ្វើឱ្យផលិតផលមានភាពខុសគ្នា ៖ ពិចារណាពីគុណភាព និងលក្ខណៈនៃផលិតផលភាពទន់ខ្សោយភាពខ្លាំងការសង្កត់ធ្ងន់លើភាពប្លែក (uniqueness)
- ទំហំទិញ ៖ បញ្ចុះតម្លៃសម្រាប់អតិថិជនមួយក្រុមដែលទិញក្នុងបរិមាណច្រើន។
 - Package price
 - Discount price
 - Seasonal Price

- Promotional price
- Trade price
- ពេលវេលានៃការប្រើប្រាស់ អាចជាការកំណត់តម្លៃ និងអំណាច ការគាំទ្ររវាងអ្នកទិញ និងអ្នកលក់ដូចជានៅរដូវធ្វើដំណើរ (High Season) តម្លៃខ្ពស់

៣. ទីតាំង

បណ្តាញចែកចាយនៅក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ (ទឹកនៃឆ្នេរ) មានន័យថាជាវិធីសាស្ត្រមួយនាំផលិតផលទេសចរណ៍ពីក្រុមហ៊ុនផលិតទៅលក់ឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ ឬភ្ញៀវទេសចរនៅពេលវេលានិងទីកន្លែងត្រឹមត្រូវដែលភ្ញៀវទេសចរអាចមកបានផលិតផល និងសេវាកម្មយ៉ាងឆាប់រហ័ស។

បណ្តាញចែកចាយផលិតផល

អ្នកផលិត----->អ្នកប្រើប្រាស់
 អ្នកផលិត----->អ្នកលក់រាយ----->អ្នកប្រើប្រាស់
 អ្នកផលិត-->អ្នកលក់ដុំ-->អ្នកលក់រាយ-->អ្នកប្រើប្រាស់
 អ្នកផលិត-->ភ្នាក់ងារលក់-->អ្នកលក់រាយ-->អ្នកប្រើប្រាស់
 អ្នកផលិត-->ភ្នាក់ងារលក់-->អ្នកលក់ដុំ-->អ្នកលក់រាយ-->អ្នកប្រើប្រាស់

បណ្តាញចែកចាយនៅក្នុង អាជីវកម្មទេសចរណ៍

- ការប្រមូលផលិតផល (Storage) សំដៅទៅលើការទិញផលិតផលធ្វើដំណើរក្នុងបរិមាណដ៏ច្រើនក្នុងនាមជាក្រុមហ៊ុន និងបាននាំយកទៅលក់ ឬលក់ជាកញ្ចប់សម្រាប់ភ្ញៀវទេសចរឬភ្នាក់ងារលក់ ដូចជា ៖ សំបុត្រយន្តហោះ សណ្ឋាគារ អាហារ ការទស្សនាកន្លែងទេសចរណ៍ផ្សេងៗ
- ការបំប្លែងផលិតផល (Transformation) មានន័យថាការណែនាំផលិតផលទេសចរណ៍ជាច្រើនប្រភេទប្រមូលផ្តុំដើម្បីរៀបចំឈុត និងលក់គឺជាសំណុំ (កញ្ចប់) ក្នុងតម្លៃមួយ
- ការបំបែកផលិតផល (Dispersion) សំដៅលើវិធីនៃការចែកចាយបំបែកផលិតផលដែលបានរួមទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ
 - លក់ដោយត្រង់
 - លក់ដោយភ្នាក់ងារ

៤. ការផ្សព្វផ្សាយ

ការផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារ (Promotion) សំដៅទៅលើដំណើរការនៃការធ្វើសកម្មភាពផ្សេងៗដើម្បីដំណើរការលក់ និងទាក់ទងអតិថិជនឱ្យមានការទិញទំនិញ និងសេវាកម្មកើនឡើង

ឧបករណ៍ជំនួយផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារ ៖

- ផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម (Advertising) គឺជាទម្រង់ ឬគំនិតនៃការទិញ លក់ទំនិញ និងសេវាកម្មតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមិនផ្ទាល់ខ្លួន ដើម្បីជម្រុញអ្នកប្រើប្រាស់គោលដៅឱ្យទិញ ឬបង្កើនការប្រើប្រាស់ផលិតផល សេវាកម្មទាំងបច្ចុប្បន្ន និងទៅអនាគត។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយពេញនិយម ៖
 - ទូរទស្សន៍
 - វីឡូ
 - កាសែត
 - ទស្សនាវដ្តី
 - ផ្ទាំងប៉ាណូ និងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មក្រៅផ្សេងទៀត (ការបង្ហាញជាសាធារណៈ)
- ទំនាក់ទំនងសាធារណៈ (Public Relation) ទំនាក់ទំនងសាធារណៈ (Public Relation) សំដៅទៅលើការអនុវត្តការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន និងប្រតិបត្តិការតាមវិធីផ្សេងៗ តាមអនុសញ្ញាគឺជាសកម្មភាពបន្តបន្ទាប់ ក្នុងគោលបំណង៖
 - ការចេញផ្សាយព័ត៌មាន
 - បញ្ចុះបញ្ចូលទស្សនិកជនគោលដៅ
 - បង្កើតបរិយាកាសនៃការយល់ដឹង
 - ផ្សព្វផ្សាយផលិតផល និងសេវាកម្មឱ្យគេស្គាល់
- ការលក់ផ្ទាល់ដោយបុគ្គល (Personal Selling) មានន័យថានាំផលិតផល និងសេវាកម្មលក់ដោយផ្ទាល់ទៅអតិថិជន ដើម្បីផ្លាស់ប្តូរការសម្រេចចិត្តទិញផលិតផល និងសេវាកម្មដោយអ្នកលក់
- ការផ្សព្វផ្សាយការលក់ (Sales Promotion) ជាសកម្មភាព ឬឧបករណ៍ទីផ្សារដែលលើកទឹកចិត្តឱ្យអតិថិជនកាន់តែចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការ ទិញ និងលក់ផលិតផល ដើម្បីជំរុញផលិតផលលក់បានខ្ពស់ជាងគូប្រជែង និងលើកទឹកចិត្តអតិថិជនឱ្យទិញកាន់តែលឿន។

មេរៀនទី ៨ យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារសម្រាប់ទេសចរណ៍

១. ចំណែកទីផ្សារ និងការកំណត់គោលដៅ

ចំណែកទីផ្សារមានន័យថាជាដំណើរការនៃការបែងចែកទីផ្សារទាំងអស់ដែលមានរូបរាងខុសគ្នា សម្រាប់ផលិតផលជាក់លាក់មួយចូលទៅក្នុងផ្នែកតូចជាង ដែលមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នាហើយនឹង ជ្រើសរើសកំណត់ថាជាទីផ្សារគោលដៅដើម្បីរៀបចំផែនការអភិវឌ្ឍផលិតផល និងកំណត់ទីផ្សារ (Marketing Mix) ស្របតាមគោលដៅដែលបានកំណត់ទុករួចហើយ។

- Market Segment ក្រុមអ្នកទិញមួយក្រុមដែលមានតម្រូវការផលិតផលដូចគ្នា
- Target Market ក្រុមអតិថិជនគោលដៅដែលអាជីវកម្មគ្រោងដើម្បីបំពេញតម្រូវការ
- Market Share ចំណែកទីផ្សារដែលអាជីវកម្មអាចគ្រប់គ្រងបាន ឬសមាមាត្រការលក់
- Market Positioning សកម្មភាពកំណត់ទីតាំងការប្រកួតប្រជែងសម្រាប់ផលិតផល និងសេចក្តីលម្អិតនៃគោលការណ៍ទីផ្សារចម្រុះសម្រាប់ផលិតផល។

ចំណែកទីផ្សារនៅក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

ចំណែកទីផ្សារសំដៅដល់ការបែងចែកភ្ញៀវទេសចរទៅជាក្រុម ដាក់តាមក្រុមតម្រូវការ ចំណាប់អារម្មណ៍ យោងទៅតាមធម្មជាតិស្រដៀងគ្នានៃភ្ញៀវទេសចរ បែងចែកទៅជាទីផ្សាររងដែលត្រូវបានកំណត់ជាទីផ្សារគោលដៅ ហើយធ្វើផែនការអភិវឌ្ឍផលិតផល និងប្រើវិធី ឬសកម្មភាពទីផ្សារសមស្របដើម្បីបំពេញតម្រូវការចង់បានដើម្បីឱ្យភ្ញៀវទេសចរអាចពេញចិត្ត និងដើម្បីធ្វើឱ្យអាជីវកម្មទទួលបានជោគជ័យ។

ប្រយោជន៍នៃការចំណែកទីផ្សារ

- អាចប្រើប្រាស់ថវិកាសម្រាប់ទីផ្សារដែលមានតម្លៃសមស្របតាមការពេញចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរក្រុមនីមួយៗ
- អាចមើលឃើញតម្រូវការរបស់អតិថិជនកាន់តែច្បាស់
- កំណត់ទីតាំងផលិតផល និងសេវាកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពសមស្របសម្រាប់អតិថិជនគោលដៅ
- ជ្រើសរើសឧបករណ៍ដើម្បីជំរុញការលក់ និងលើកទឹកចិត្តភ្ញៀវទេសចរឱ្យប្រើសេវាកម្ម

វិធីធ្វើចំណែកទីផ្សារក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

- លក្ខណៈភូមិសាស្ត្រ (Geographic Segmentation) នៃភ្ញៀវទេសចរមកពីតំបន់ផ្សេងៗនៃពិភពលោក

- តាមលក្ខណៈនៃចំនួនប្រជាជន (Demographic Segmentation) តាមប្រវត្តិរូប (Profile) របស់ភ្ញៀវទេសចរដូចជា អាយុ ភេទ ការអប់រំ សាសនា មុខរបរ ទំហំគ្រួសារ។ល។
- ចិត្តវិទ្យា (Psychographic Segmentation) យោងទៅតាមចំណាប់អារម្មណ៍ ឥរិយាបថ តម្លៃ ចំណង់ចំណូលចិត្ត អារម្មណ៍ ការលើកទឹកចិត្ត បុគ្គលិកលក្ខណៈវប្បធម៌ របៀបការរស់នៅ
- ឥរិយាបថប្រើប្រាស់ផលិតផល (Behavioristic Segmentation) យោងទៅតាមឥរិយាបថប្រើប្រាស់របស់ភ្ញៀវទេសចរគឺ ៖
 - o ឱកាសទិញ (Purchase Occasion) ដែលបានចាត់ថ្នាក់តាមគោលបំណងនៃការធ្វើដំណើរ ដូចជា អាជីវកម្ម ការកម្សាន្ត
 - o ស្វែងរកប្រយោជន៍ (Benefits Sought) ដែលសមនឹងទទួលបានច្រើនបំផុតពីការប្រើប្រាស់ផលិតផលធ្វើដំណើរដូចជា អ្នកជំនួញត្រូវការសេវាកម្មកម្រិតខ្ពស់ សេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួនដ៏ប្រណិត មានភាពរហ័ស ងាយស្រួល និងទាន់ពេលវេលា ដូចជាអតិថិជនជាក្រុមគ្រួសារ ស្វែងរកផលប្រយោជន៍នឹងរួមគ្នា ហើយវាពឹងផ្អែកលើកុមារច្រើនជាងមនុស្សពេញវ័យក្នុងការជ្រើសរើសទីកន្លែង និងសេវាកម្ម។
- ការបែងចែកទីផ្សារយោងទៅតាមតម្លៃសេវាកម្ម (Price Segmentation) ត្រូវបានបែងចែកជា ៣ កម្រិតគឺ ៖
 - o កម្រិតប្រណិត (Delux Tourism) ត្រូវការការយកចិត្តទុកដាក់ខ្លាំង ជាមួយនឹងអំណាចទិញខ្ពស់
 - o កម្រិតមធ្យម (Middle Class Tourism) អាចបំពេញសេចក្តីត្រូវការបានគ្រប់គ្រាន់ត្រូវការសេវាកម្មសមរម្យ ត្រឹមត្រូវ
 - o ទេសចរណ៍ជាក្រុមធំ (Mass Tourism) ភ្ញៀវទេសចរប្រើប្រាស់ទំនិញ និងសេវាកម្មសាមញ្ញថោក មិនបារម្ភណ៍ច្រើន។

តិចនិចនៃការបែងចែកទីផ្សារនៅក្នុងឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍

- ការចូលចិត្តដូចគ្នា ឬចូលចិត្តស្រដៀងគ្នា
- សកម្មភាពទេសចរណ៍យោងទៅតាមសក្តានុពលនៃធនធាន
- សិក្សាពីឥរិយាបថប្រើប្រាស់របស់ភ្ញៀវទេសចរ
- ប្រមាណចំនួនភ្ញៀវទេសចរដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ដូចគ្នា
- ទទួលបានការធ្វើចំណែកទីផ្សារ ប្រើការផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារ
- ការការពារផ្ទៃព័ត៌មានប្រជែង ពិចារណាលើលក្ខណៈពិសេសរបស់ក្រុម

ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មធ្វើដំណើរអាចកំណត់គោលដៅទីផ្សារពីគោលដៅផ្សេងៗដូចខាងក្រោម ៖

- ប្រកាន់ខ្ជាប់នូវតម្រូវការរបស់អតិថិជន ឬភ្ញៀវទេសចរ វាគឺជាគោលការណ៍សំខាន់
- ចង់បានប្រាក់ចំណេញពីប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មក្នុងកម្រិតមួយគួរជាទីគាប់ចិត្ត ឬចំណេញពីការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន
- ចង់បង្កើនបរិមាណលក់ និងសមាមាត្រចំណែកទីផ្សារ
- ដើម្បីពង្រីកមូលដ្ឋានទីផ្សារឱ្យកាន់តែច្រើនដូចជាទីផ្សារយុវជន វាជាទីផ្សារចាស់ៗ។ល។ មានទំនួលខុសត្រូវសង្គម តាមរយៈការផ្តល់ផលិតផលល្អ និងសេវាកម្មល្អ ស្មោះត្រង់ជាមួយអតិថិជន។

២. យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ

យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ គឺជាផែនការសកម្មភាពដែលបានកំណត់យ៉ាងច្បាស់ និងត្រឹមត្រូវសម្រាប់ធ្វើទីផ្សារដើម្បីសម្រេចបានគោលបំណងដែលបានកំណត់ ក្នុងការធ្វើផែនការយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ អ្នកទីផ្សារចាំបាច់ត្រូវពិចារណាពីការធ្វើផែនការទីផ្សារចម្រុះ 4Ps គឺជាផលិតផល (Product) តម្លៃ (Price) បណ្តាញចែកចាយ (Place) ការផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារ (Promotion) លើសពីនេះការអនុវត្តនយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារត្រូវតែប្រែប្រួល និងកែតម្រូវតាមភាពសមស្របរបស់លក្ខខណ្ឌអាជីវកម្មនៅក្នុងដំណាក់កាលវដ្តជីវិតអាជីវកម្មនីមួយៗ។

យុទ្ធសាស្ត្រផលិតផល

- **ការបែងចំណែកទីផ្សារ និងការជ្រើសរើសទីផ្សារគោលដៅ ៖** អ្នកទីផ្សារត្រូវគិតពីអ្វីដែល អាជីវកម្មដែលចង់លក់ ផលិតផល ឬសេវាកម្មសម្រាប់ក្រុមអតិថិជនណា ? ចង់លក់ទៅផ្នែកជាច្រើននៃទីផ្សារ ឬចង់រកស៊ីជាមួយក្រុមជាក់លាក់ណាមួយដែលត្រូវបានគេហៅថា ការជ្រើសរើសយកទីផ្សារគោលដៅ (Target Marketing) ក្រុមភ្ញៀវទេសចរ ក្រុមអ្នកចូលរួម ។ល។ លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសម្រាប់ការបែងចែកទីផ្សារ គឺថាវាអាចត្រូវបានបែងចែកទៅតាមចំណាប់អារម្មណ៍ ការរស់នៅ វណ្ណៈសង្គម ការកាន់កាប់ និងកម្រិតប្រាក់ចំណូល ដូច្នេះអ្នកធ្វើផែនការត្រូវតែស្វែងយល់ពីអាកប្បកិរិយារបស់អ្នកប្រើប្រាស់។

- **បង្កើតភាពខុសគ្នានៃផលិតផល ៖** គឺបង្កើតរូបភាពដែលធ្វើឱ្យអតិថិជនមានអារម្មណ៍ថាផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ពួកគេខុសគ្នាពីផលិតផលរបស់អ្នកប្រកួតប្រជែង។ គោលបំណងនៃភាពខុសគ្នាគឺដើម្បីអតិថិជនយល់ថាផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ពួកគេមានប្រយោជន៍ជាង។ វាមានតម្លៃ និងតម្លៃល្អជាងគូប្រកួតប្រជែង និងជួយដោះស្រាយបញ្ហាជូនអតិថិជនអោយកាន់តែប្រសើរ ។

- **សង្កត់ធ្ងន់លើចំណុចពិសេសរបស់ផលិតផល ៖** ការរំលេចចំណុចលក់របស់ផលិតផលនៅពេលស្ថានភាពប្រកួតប្រជែងខ្ពស់ សណ្ឋាគារថ្មីគួរតែមានចំណុចលក់ប្លែកដែលជាចំណុចលក់ខ្លាំង។

ភាពលេចធ្លោនឹងក្លាយជាចំណុចមួយដែលទាក់ទាញអតិថិជនឱ្យប្រើប្រាស់សេវាកម្ម ដោយសារតែ ចំណាប់អារម្មណ៍ វាក៏ធ្វើឱ្យអតិថិជនចងចាំ និងប្រាប់ទៅអ្នកដទៃផងដែរ។

យុទ្ធសាស្ត្រកំណត់តម្លៃ

- **ការបញ្ចុះតម្លៃ ៖** សំដៅលើការកាត់បន្ថយតម្លៃ ប្រើប្រាស់តម្លៃដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន ដោយបញ្ចុះតម្លៃទាបជាងពីតម្លៃដែលបានកំណត់ក្នុងតារាងតម្លៃ ឧទាហរណ៍ក្នុងរដូវកាល low season នៅពេលនោះមានតម្រូវការទាប។
- **កំណត់តម្លៃខ្ពស់ ៖** ការកំណត់តម្លៃខ្ពស់គឺជាអាស្រ័យលើគុណភាពនៃផលិតផល នៅពេល អ្នកលក់មានទំនុកចិត្តលើគុណភាពនៃផលិតផល និងសេវាកម្ម និងធ្វើឱ្យសហគ្រិនទទួល បានដើមទុនរបស់ពួកគេត្រឡប់មកវិញយ៉ាងឆាប់រហ័ស។
- **កំណត់តម្លៃជាកញ្ចប់ ៖** សំដៅលើការកំណត់តម្លៃសរុប រួមបញ្ចូលគ្នានៃផលិតផលរង ហើយបន្ទាប់មកលក់ក្នុងតម្លៃសរុប ឧទាហរណ៍សណ្ឋាគារផ្តល់កញ្ចប់សម្រាប់ការប្រជុំ អាចរួមបញ្ចូលបន្ទប់ស្នាក់នៅ បន្ទប់ប្រជុំ និងអាហារថ្ងៃត្រង់។
- **កំណត់តម្លៃទាបនៅពេលចាប់ផ្តើម ៖** សំដៅលើការលក់ក្នុងតម្លៃទាប ឧទាហរណ៍កំណត់ តម្លៃបន្ទប់ទាបដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនឱ្យទិញបន្ទប់ស្នាក់នៅ បន្ទាប់ទៀតផ្តល់ជូន អតិថិជនឱ្យទិញរបស់របរសណ្ឋាគារផ្សេងៗទៀតដូចជា ការព្យាយាមលក់អាហារ និងភេសជ្ជៈ និងសកម្មភាពកម្សាន្តផ្សេងៗសម្រាប់អតិថិជនចំណាយលុយនៅ ក្នុងសណ្ឋាគារ។
- **កំណត់តម្លៃសមាជិក ៖** គឺជាតម្លៃដែលផ្តល់ជូនអតិថិជនដើម្បីក្លាយជាសមាជិក បន្ទាប់មក នឹងទទួលបានសិទ្ធិពិសេសក្នុងសកម្មភាព ដូចជាសណ្ឋាគារថ្មីដែលមានមណ្ឌលហាត់ ប្រាណ និងស្ប៉ា ដែលត្រូវបានបើកឱ្យសាធារណៈជនទូទៅចូលជាសមាជិកប្រចាំឆ្នាំ ពុំចាំបាច់ក្នុងការស្នាក់នៅមួយយប់នៅសណ្ឋាគារឡើយ។
- **កំណត់តម្លៃដោយប្រើចិត្តវិទ្យា ៖** គឺជាការប្រើប្រាស់លេខដែលទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍ ធ្វើឱ្យអតិថិជនមានអារម្មណ៍ថាតម្លៃមិនខ្ពស់ទេ។

យុទ្ធសាស្ត្របណ្តាញចែកចាយ

- **ការកសាងទំនាក់ទំនងជំនួយ ៖** គឺជាការបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយដ្ឋានជាមួយសហគ្រិន ផ្សេងៗចាប់អារម្មណ៍ធ្វើជាអ្នកចែកចាយ ជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនដែលសមស្របនៅពេលក្រោយ។
- **បង្កើតទំនាក់ទំនងស៊ីជម្រៅ ៖** គឺក្នុងករណីសណ្ឋាគារធ្វើការជាមួយក្រុមហ៊ុនអន្តរការីមួយរយៈ ហើយបន្ទាប់មកយល់ពីប្រព័ន្ធការងាររបស់អន្តរការី ហើយសណ្ឋាគារចាត់ទុកថាមានប្រព័ន្ធ សមស្រប ដូច្នេះទំនាក់ទំនងជាមួយអន្តរការីអាចត្រូវបានបង្កើនថែមទៀត។

- រង្វាន់លើកទឹកចិត្ត ៖ គឺជាវិធីដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់អន្តរការីឱ្យលក់ផលិតផលសណ្ឋាគារឱ្យបានពេញលេញដូចជាប្រសិនបើអ្នកអាចលក់ចំនួនបន្ទប់ជាក់លាក់ អ្នកលក់អន្តរការីសិក្ខាស្រាវជ្រាវឬក្រុមហ៊ុនអាចទទួលបានបន្ទប់រង្វាន់ ឬបានទទួលប័ណ្ណអញ្ជើញបរិភោគអាហារពីសណ្ឋាគារ
- មានលក្ខខណ្ឌទូទាត់សមហេតុផល ៖ ពេលគឺប្រសិនបើសណ្ឋាគារគោរពតាមលក្ខខណ្ឌនៃការបង់ប្រាក់នេះនឹងធ្វើឱ្យអន្តរការីពេញចិត្ត និងមានឆន្ទៈគាំទ្រពួកគេក្នុងការធ្វើការជាមួយសណ្ឋាគារក្នុងរយៈពេលវែង។

យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារ

- ផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ៖ ដើម្បីសន្សំថវិកាសណ្ឋាគារធំៗ ពេញនិយមសម្រាប់លក់ទំនិញ និងសេវាកម្មដោយផ្លាស់ប្តូរទំនិញ និងសេវាកម្មជំនួសឱ្យប្រាក់។
- ទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ៖ យុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនងសាធារណៈសំខាន់មួយគឺត្រូវមានទំនាក់ទំនងល្អជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមហាជន។
- ការលក់ដោយបុគ្គល ៖ គឺការធ្វើបទបង្ហាញដោយការសន្ទនាជាមួយអ្នកទិញ ឬច្រើនជាងនេះជាមួយនឹងគោលបំណងនៃការលក់ វាគឺដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មានលម្អិតដល់អតិថិជន និងអាចឆ្លើយសំណួររបស់អតិថិជនដោយផ្ទាល់អតិថិជនទទួលបានព័ត៌មានច្បាស់លាស់ យុទ្ធសាស្ត្រលក់ដោយបុគ្គលនេះ វែងៗនៃសំណើត្រូវតែតាមដានការលក់ ដើម្បីដឹងថាតើអតិថិជនចាប់អារម្មណ៍ផលិតផលប៉ុន្មាន តើអ្នកណាជាគូប្រជែងសំខាន់? ក្នុងន័យនេះដើម្បីជាប្រយោជន៍ដល់អតិថិជនមានអារម្មណ៍ថាសំខាន់ និងមិនផ្លាស់ប្តូរចិត្តរបស់គាត់ក្នុងការប្រើផលិតផលរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែងបានយ៉ាងងាយស្រួល។

វដ្តរបស់អាជីវកម្ម

Introduction Stage វគ្គចាប់ផ្តើម:

- ផលិតផលថ្មីចាប់ផ្តើមចូលទីផ្សារ
- អាជីវកម្មមិនទាន់បានចំណេញទេ
- ចំណាយខ្ពស់ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារ
- ផ្ដោតសំខាន់លើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងទំនាក់ទំនងសាធារណៈ
- អ្នកប្រកួតប្រជែងដោយផ្ទាល់តិចតួច
- ផ្ដោតលើការលក់ជូនអតិថិជន ឬអតិថិជនដែលត្រៀមទិញ និងក្រុមដែលត្រូវសាកល្បងរឿងថ្មីៗ។

យុទ្ធសាស្ត្រវត្តចាប់ផ្តើម

Product	Price	Place	Promotion
- កំណត់គោលដៅទីផ្សារ (Target Marketing) គឺចង់លក់ទៅឱ្យអតិថិជនក្រុមណា - កំណត់ទីតាំងការទីផ្សារ (Market Positioning) - បង្កើតលក្ខណៈប្លែកៗពិសេសផលិតផលនិងសេវាកម្មទៅអតិថិជនចាប់អារម្មណ៍ហើយចង់ប្រើផលិតផល និងសេវាកម្ម	- កំណត់តម្លៃ ឬការបញ្ចុះតម្លៃពិសេសដើម្បីដំណើរការផលិតផលថ្មីសម្រាប់អតិថិជនសាកល្បង - តម្លៃសណ្ឋាគារបើកសម្រាប់សមាជិកប្រចាំឆ្នាំដើម្បីបង្កើតប្រាក់ចំណូលសណ្ឋាគារដំណាក់កាលដំបូង	- បង្កើតទំនាក់ទំនងសណ្ឋាគារគួរតែមានបើកទូលាយដោយកសាងទំនាក់ទំនងនិងធ្វើជំនួញជាមួយបណ្តាញផ្សេងៗគ្នាសម្រាប់លក់ផលិតផលគោលដៅយ៉ាងទូលំទូលាយ និងយ៉ាងឆាប់រហ័ស - ការប្រមូលទិន្នន័យដោយរៀបចំប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រ និងទទួលបានការកក់ពីបណ្តាញផ្សេងៗដើម្បីរៀបចំផែនការនាពេលអនាគត	ការផ្សព្វផ្សាយតាមទំនាក់ទំនងសាធារណៈឧទាហរណ៍មានសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដ៏ធំ, រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ ឬអញ្ជើញក្រុមអតិថិជនផ្សេងៗមកសណ្ឋាគារ

Growth Stage វត្តរីកចម្រើន:

- ត្រូវបានគេស្គាល់រីករាលដាល
- ទទួលបានប្រជាប្រិយភាព
- ការលក់កើនឡើងយ៉ាងរហ័ស
- តម្លៃមានស្ថេរភាព និងប្រសិទ្ធភាព
- ប្រាក់ចំណេញខ្ពស់
- អ្នកប្រកួតប្រជែងព្យាយាមបង្កើតផលិតផលថ្មីដើម្បីប្រកួតប្រជែង។

យុទ្ធសាស្ត្រវគ្គរីកចម្រើន

Product	Price	Place	Promotion
- ការសង្កត់ធ្ងន់លើស្តង់ដារសេវាកម្មពេញចិត្តដល់អតិថិជនដើម្បីទិញម្តងទៀតនាពេលអនាគត	- ផ្អែកលើរចនាសម្ព័ន្ធនៃតម្លៃដើម្បីកំណត់ស្តង់ដារ - កំណត់តម្លៃពិសេសក្នុងអំឡុងពេលនៃតម្រូវការខ្ពស់ដូចជាក្នុងពិធីបុណ្យ	- បង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយអន្តរការីការស្គាល់ក្រុមហ៊ុនអន្តរការីដើម្បីឱ្យបានល្អប្រសើរ ដូច្នេះស្វែងយល់ពីប្រព័ន្ធការងារនៃក្រុមហ៊ុនទាំងនោះ - រក្សាស្តង់ដារសេវាជាមួយអន្តរការីក្នុងការចែកចាយដើម្បីក្រុមហ៊ុនទាំងនោះពេញចិត្ត និងត្រៀមនិងជម្រុញការលក់ដោយភាពរីករាយ	- កសាងទំនាក់ទំនងជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការជ្រើសរើសបុគ្គលិកដែលសមរម្យទៅធ្វើការជាមួយរយៈពេលវែង - ការផ្សព្វផ្សាយគួរតែផ្ដោតលើគុណភាពនៃសេវាកម្ម

Saturation Stage វគ្គទី

- អត្រាការលក់ធ្លាក់ចុះ
- ចំនួនលក់ទាបការផលិតច្រើនជាងតម្រូវការ
- គួរប្រកួតប្រជែងនឹងចូលទៅក្នុងទីផ្សារក្នុងតម្លៃខ្ពស់

យុទ្ធសាស្ត្រវគ្គទី

Product	Price	Place	Promotion
- រក្សាគុណភាពផលិតផល និងសេវាកម្ម - ធ្វើការស្រាវជ្រាវអតិថិជន / ដៃគូប្រកួតប្រជែង និងទីផ្សារក្នុងគោលបំណងដើម្បីសម្របខ្លួនទៅនឹងផ្លាស់ប្តូរ	- បន្ថែមគុណតម្លៃទៅផលិតផល - ធ្វើកិច្ចសន្យាតម្លៃផ្សេងៗ - បង្កើតកម្មវិធីសម្រាប់អតិថិជនប្រចាំឧទាហរណ៍អតិថិជនប្រចាំ អាចមានផ្តល់ជូនរង្វាន់	- ការវាយតម្លៃលើការងារពីលទ្ធផលនៃអន្តរការក្នុងការរៀបចំលក់ដើម្បីវាស់បរិមាណការងារនេះសមនឹងការវិនិយោគទៅឬទេ	- ការសរសេរកម្មវិធីសម្រាប់អតិថិជនប្រចាំដោយផ្តល់តម្លៃប្រើសេវារបស់សណ្ឋាគារដូច្នេះអ្នកដែលទទួលសារព័ត៌មានព័ត៌មានទថ្មីៗ ដូចជា ការធ្វើប័ណ្ណសមាជិកនឹងប្រើសេវាមួយចំនួននៃសណ្ឋាគារក្នុងតម្លៃមួយពិសេស - ការចូលរួមសកម្មភាពនានាផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារជាមួយអាជីវកម្មផ្សេងទៀតដូចជាសណ្ឋាគារធ្វើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មភ្ជាប់ជាមួយការធ្វើដំណើរទេសចរណ៍ចូលរួមក្នុងពិព័រណ៍មួយនៅនៅបរទេស

Decline Stage វគ្គធ្លាក់ចុះ

- ការលក់ធ្លាក់ចុះ
- ប្រាក់ចំណេញធ្លាក់ចុះ
- សណ្ឋាគារកាត់បន្ថយតម្លៃផលិតផលដើម្បីទាក់ទាញភ្ញៀវ
- កែលម្អ ឬផ្លាស់ប្តូរ
- ទំនេរផលិតផលផ្សេងៗគ្នាដើម្បីធ្វើអោយអាជីវកម្មមានភាពរស់រវើក

យុទ្ធសាស្ត្រវគ្គធ្លាក់ចុះ

Product	Price	Place	Promotion
- អភិវឌ្ឍន៍ ឬកែលម្អផលិតផលផ្តល់នូវរូបរាងថ្មី និងទំនើបដូចជាថ្នាំលាបថ្មីជំនួសកំរាលព្រំ។ល។ - បង្កើតផលិតផលថ្មីដូចជាការម៉ាស្សាថ្នាក់ធ្វើម្ហូប ឬមានអាងហែលទឹកឯកជន	- កំណត់តម្លៃទាបគឺដើម្បីកាត់បន្ថយតម្លៃនៅពេលផលិតផលសណ្ឋាគារចាប់ផ្តើមធ្លាក់ចុះជាងសណ្ឋាគារទើបបើកថ្មី - កំណត់តម្លៃជាកញ្ចប់គឺដើម្បីធ្វើឱ្យតម្លៃកិច្ចសន្យារួមបញ្ចូលការរចនាប្លែកៗតាមតម្លៃពិសេស - កំណត់តម្លៃបន្ទប់សម្រាប់ទាក់ទាញអតិថិជននិងផ្តល់ឱ្យអតិថិជនចំណាយលើសេវាកម្មផ្សេងទៀតជំនួសវិញ	- ស្វែងរកបណ្តាញផ្លូវការ អ្នកចែកចាយថ្មីក្នុងគោលបំណងដើម្បីនាំយកផលិតផលទៅក្រុមអតិថិជនថ្មីដោយបង្កើតគេហទំព័រទៅអតិថិជនស្វែងរកព័ត៌មាន និងធ្វើការកក់ទុកជាមុន និងងាយស្រួល - ការចូលរួមសកម្មភាពនានា ផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារជាមួយទីភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ ឬអាជីវកម្មផ្សេងទៀតនិងសកម្មភាពគួរតែត្រូវបានបង្ហាញឧទាហរណ៍មានតម្លៃពិសេសនៅក្នុងរយៈពេលខ្លី ឬមានរង្វាន់	- ផ្តោតលើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅកន្លែងការលក់ថ្មីក្នុងករណីសណ្ឋាគារកំពុងត្រូវបានកែលម្អ ឬបង្កើតផលិតផលថ្មី - ការផ្សព្វផ្សាយការអញ្ជើញទៅកាន់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយធំៗមើលផលិតផលថ្មីទៅនឹងត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយបន្ត - ធ្វើអ៊ីមែលដោយផ្ទាល់ដល់អតិថិជនចាស់ទៅសូមអញ្ជើញមកវិញការសាកល្បងផលិតផល និងសេវាកម្មជាមួយគោលបំណងគឺទាញចំណែកទីផ្សារពីគូប្រជែង

៣. ការវិភាគ SWOT

ការវិភាគ SWOT គឺជាវិធីសាមញ្ញ ប៉ុន្តែមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការ វាយតម្លៃចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយនៃអាជីវកម្មសក្តានុពល របស់អ្នក និងឱកាស និងការគំរាមកំហែងដែលអ្នកនឹងប្រឈម។ ចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយផ្ដោតលើកត្តាខាងក្នុងអង្គភាពរបស់អ្នក ចំណែក ឱកាស និងការគំរាមកំហែងផ្ដោតលើឥទ្ធិពលខាងក្រៅអង្គភាព។ ជាទូទៅអង្គភាពអាចគ្រប់គ្រងចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយបាន ចំណែកឱកាស និងការគំរាមកំហែង ជាកត្តាជះឥទ្ធិពលលើអង្គភាពពីខាងក្រៅ និងអាចពិបាកគ្រប់គ្រង។

Strength ចំណុចខ្លាំង ជាលក្ខណៈសម្បត្តិរបស់អ្នក ឬក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នកដែលផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍លើគូប្រកួតប្រជែង និងទាក់ទាញអតិថិជន។

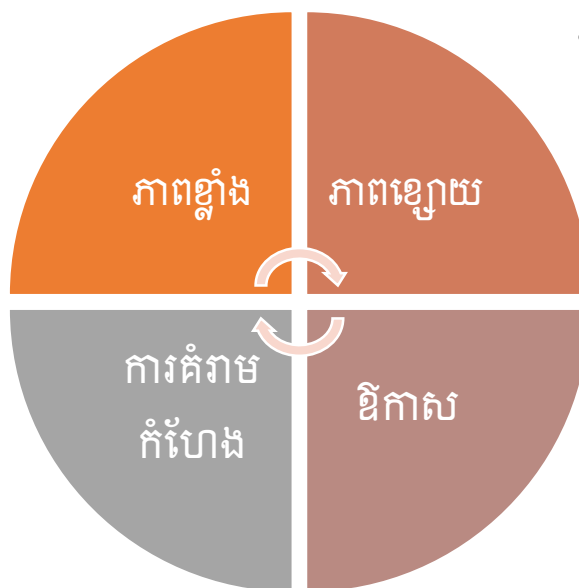
Weakness ចំណុចខ្សោយ ជាលក្ខណៈសម្បត្តិរបស់អ្នក ឬក្នុងអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដែលមិនល្អ និងអាចកែលម្អបាន។

Opportunity ឱកាស ជាអ្វីដែលកើតមានក្រៅអាជីវកម្មរបស់អ្នក ដែលអាចបង្ក

Threat ការគំរាមកំហែង ឧបសគ្គដល់ជោគជ័យអាជីវកម្ម និងកាត់បន្ថយប្រាក់ ចំណេញ។

- ភាពរឹងមាំរបស់ក្រុមហ៊ុន (ម៉ាក ឬសេវាកម្មដែលពេញនិយម)
- អ្វីដែលធ្វើឱ្យអ្នកខុសពីគូប្រជែងរបស់អ្នក
- តំបន់អាជីវកម្មស្នូលរបស់អ្នក
- ឈានដល់ការចែកចាយ

- ក្រុមហ៊ុនដំណើរការមិនបានល្អ
- កត្តាខាងក្រៅជះឥទ្ធិពលដល់ក្រុមហ៊ុន



- កត្តាដែលមិនអាចគ្រប់គ្រងបានដូចជា ពន្ធ គតិយុត្តិ តម្លៃទំនិញ។
- ពាក្យចាមអាមេរិក និងការ ផ្សព្វផ្សាយ ព័ត៌មានមិនល្អ។

- ទាញយកទីផ្សារថ្មីដើម្បី បង្កើនការជ្រៀតចូល
- ប្រាក់ចំណូលកើនឡើង
- ទំហំទីផ្សារ
- ផ្ដោតលើការច្នៃប្រឌិត

ស្ថានភាពអាជីវកម្ម SWOT

Strength ចំណុចខ្លាំង

- មានកញ្ចប់ទេសចរណ៍មានគុណភាព សុវត្ថិភាពក្នុងដំណើរកម្សាន្តមានសេវាកម្មគ្រប់គ្រងតម្រូវការ ភ្ញៀវទេសចរ

- បុគ្គលិកស្រឡាញ់ការងារសេវាកម្ម និងមានសមត្ថភាពធ្វើការជាក្រុម
- សេវាកម្មមានតម្លៃសមរម្យ

Weakness ចំណុចខ្សោយ

- ជាក្រុមហ៊ុនបើកដំណើរការថ្មី
- មានទំនាក់ទំនងមានកម្រិតជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់

Opportunity ឱកាស

- ការក្ស័យធន ឬបិទអាជីវកម្មរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែង
- ការពេញនិយមថ្មីៗក្នុងតំបន់រមណីយដ្ឋានដែលចាត់ចូលក្នុងកញ្ចប់សេវាកម្មទេសចរណ៍
- ការអភិវឌ្ឍខាងបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗដែលកាត់បន្ថយការចំណាយ
- ស្ថិតនៅក្នុងទីផ្សារមួយដែលមិនសូវមានអាជីវកម្មស្រដៀង

Threat ឧបសគ្គ

- ការកើនឡើងនូវដៃគូប្រកួតប្រជែង
- ការផ្លាស់ប្តូរចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់ភ្ញៀវទេសចរណ៍
- បញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចដែលប៉ះពាល់ដល់អាជីវកម្មទូទៅ។

ឯកសារយោង

Masip, J. D. (2006). Tourism Product Development. Barcelona.

A.J. Burkart, S. Medlik. (1974). 45.

ម៉ារីណេត, ឌូ. (២០០៩). ភូមិវិទ្យាទេសចរណ៍

ដោក ស៊ីណារ៉ា និងអ៊ុំ ថាមវិទូ (២០០៥). ម៉ាយីជីងវិស័យទេសចរណ៍

គឹម ប៊ុនណារ៉ា និង ហ៊ា វណ្ណារិន (២០១២) បដិសណ្ឋារកិច្ចសម្រាប់អាជីវកម្មជោគជ័យ

មាន ច័ន្ទណារ៉ា (២០០៧) ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយការលក់

ច្រឡឹង សុមេធា វ៉ាត វ៉ានរ៉េ: និងស៊ូ គឹមព្រីទ្វា (២០១១) ទេសចរណ៍

ច្រឡឹង សុមេធា វ៉ាត វ៉ានរ៉េ: និងយ៉ែម ច័ន្ទវិទូ (២០១២) ការគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍

ប៊ុន ស្រីស្រស់, នូ គឹមឈីវ និងវុធ ពេជ្ជតា (២០១២) សញ្ញាណបេតិកភណ្ឌពិភពលោកក្នុងក្របខ័ណ្ឌ
ច្បាប់ជាតិ និងអន្តរជាតិ

ប្រកាសលេខ ០៤១ ប្រក ចុះថ្ងៃទី១៨ ខែមករា ឆ្នាំ២០១៦ ស្តីពីការផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ដល់កា

ប្រកាសលេខ ០៧៦ ប្រក ចុះថ្ងៃទី១៣ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០០៩ ស្តីពីការផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ដល់
អាជីវកម្មកោដនីដ្ឋាន និងអាហារដ្ឋាន

ប្រកាសលេខ ០៦៣ ប្រក ចុះថ្ងៃទី១៨ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០០៧ ស្តីពីការផ្តល់អាជ្ញាបណ្ណទេសចរណ៍ដល់
អាជីវកម្មសណ្ឋាគារ និងសេវាកម្មស្នាក់នៅទេសចរណ៍

ทศพล เตชะ, ปริญญาพนธ์, ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรม
ของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง พฤษภาคม 2553

จิตชม กันจุพา,การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ, การขายและการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว