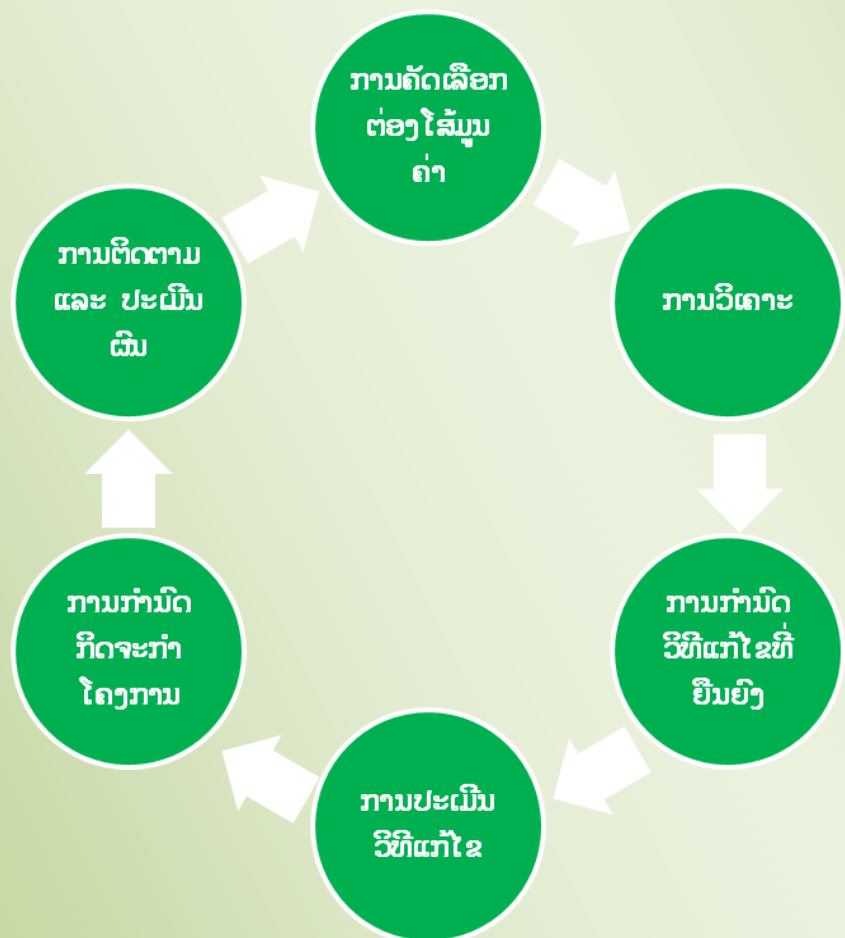


ຄູ່ມືສໍາລັບການວິເຄາະ ແລະ ພັດທະນາຕ່ອງໂສ້ ມູນຄ່າ



2010

ສາລະບານ

ພາກສະເໜີ.....	3
ພາກທີ 1: ການຄັດເລືອກຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ	7
ພາກທີ 2: ການວິເຄາະຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ.....	13
ພາກທີ 3: ການກຳນົດ ແລະເລືອກເຟັ້ນວິທີແກ້ທີ່ອີງໃສ່ຕະຫລາດ	23
ພາກທີ 4: ການປະເມີນວິທີແກ້ແບບຍືນຍົງທີ່ອີງໃສ່ກົນໄກຕະຫລາດ.....	27
ພາກທີ 5: ການກຳນົດ ແລະການຄັດເລືອກ ການສະໜັບສະໜູນ	33
ພາກທີ 6: ການວັດແທກຜົນການປະຕິບັດງານ	35

ພາກສະເໜີ

ການຜະລິດກະສິກຳຢູ່ ສປປລາວ ກຳລັງຢູ່ໃນໄລຍະຫັນຈາກລະບົບກຸ້ມຕົນເອງມາເປັນລະບົບການຜະລິດເປັນສິນຄ້າ ໂດຍການພົວພັນກັບຕະຫລາດຫລາຍຂຶ້ນ. ຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງຊາວກະສິກອນຂະໜາດນ້ອຍກໍ່ມີການພົວພັນກັບຕະຫລາດໃນຫລາຍຮູບແບບ.

ແນວຄວາມຄິດ ແລະ ການວິເຄາະຕະຫລາດໃນເມື່ອກ່ອນແມ່ນອີງໃສ່ການຄ້າຂາຍແບບເອກະລາດ ແຕ່ກໍ່ເລີ້ມມີແນວໂນ້ມ ແລະ ໂອກາດໃຫ້ຊາວກະສິກອນຂະໜາດນ້ອຍເຂົ້າຮ່ວມ ແລະ ໄດ້ປະໂຫຍດຈາກການເຄື່ອນໄຫວຕ່າງໆຂອງຕະຫລາດໃນຂະບວນການຂອງການພັດທະນາຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ.

ວິທີການສົ່ງເສີມຂອງລາວ ຫລື LEA ໄດ້ຮັບການຮັບຮອງຈາກກະຊວງກະສິກຳ-ປ່າໄມ້ໃນປີ 2005 ເປັນວິທີການທີ່ລັດຖະບານນຳໃຊ້ໃນການສົ່ງເສີມກະສິກຳ. ກອງສົ່ງເສີມໄດ້ມີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວິທີການນີ້ໃນ 17 ແຂວງທົ່ວປະເທດແລ້ວ.

ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວິທີການສົ່ງເສີມຂອງລາວປະກອບດ້ວຍ 7 ບາດກ້າວດັ່ງລຸ່ມນີ້:

1. ການຈັດກອງປະຊຸມແນະນຳຢູ່ຂັ້ນບ້ານ
2. ການປະເມີນຄວາມຕ້ອງການຝຶກອົບຮົມ
3. ການສ້າງຕັ້ງກຸ່ມຮຽນຮູ້
4. ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຮຽນຮູ້
5. ການຕິດຕາມປະເມີນຜົນແບບມີສ່ວນຮ່ວມ
6. ການແລກປ່ຽນລະຫວ່າງຊາວກະສິກອນດ້ວຍກັນ
7. ການແຕ່ງຕັ້ງວິຊາການສົ່ງເສີມຂັ້ນບ້ານ

ເພື່ອປັບປຸງຄຸນນະພາບຂອງການບໍລິການສົ່ງເສີມກະສິກຳ, ກອງສົ່ງເສີມກຳລັງພັດທະນາແນວຄວາມຄິດ LEA+ ແລະການວິເຄາະ ແລະ ການພັດທະນາຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າແມ່ນສວນຫນຶ່ງໃນໂມດູນ LEA+. ໂມດູນການວິເຄາະ ແລະ ພັດທະນາຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າແມ່ນເພື່ອປັບປຸງຍຸດຍະສາດຂອງການແຂ່ງຂັນຂອງສິນຄ້າກະສິກຳ ທີ່ຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຕ່ອງໂສ້ມີຜົນປະໂຫຍດຮ່ວມກັນ ໂດຍເນັ້ນໃສ່ບັນດາຜູ້ຜະລິດຂະໜາດນ້ອຍ.

ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າແມ່ນຫຍັງ?

ແມ່ນບັນດາກິດຈະກຳທີ່ເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນເຄື່ອນຍ້າຍຈາກຜູ້ຜະລິດໄປຫາຜູ້ບໍລິໂພກ.

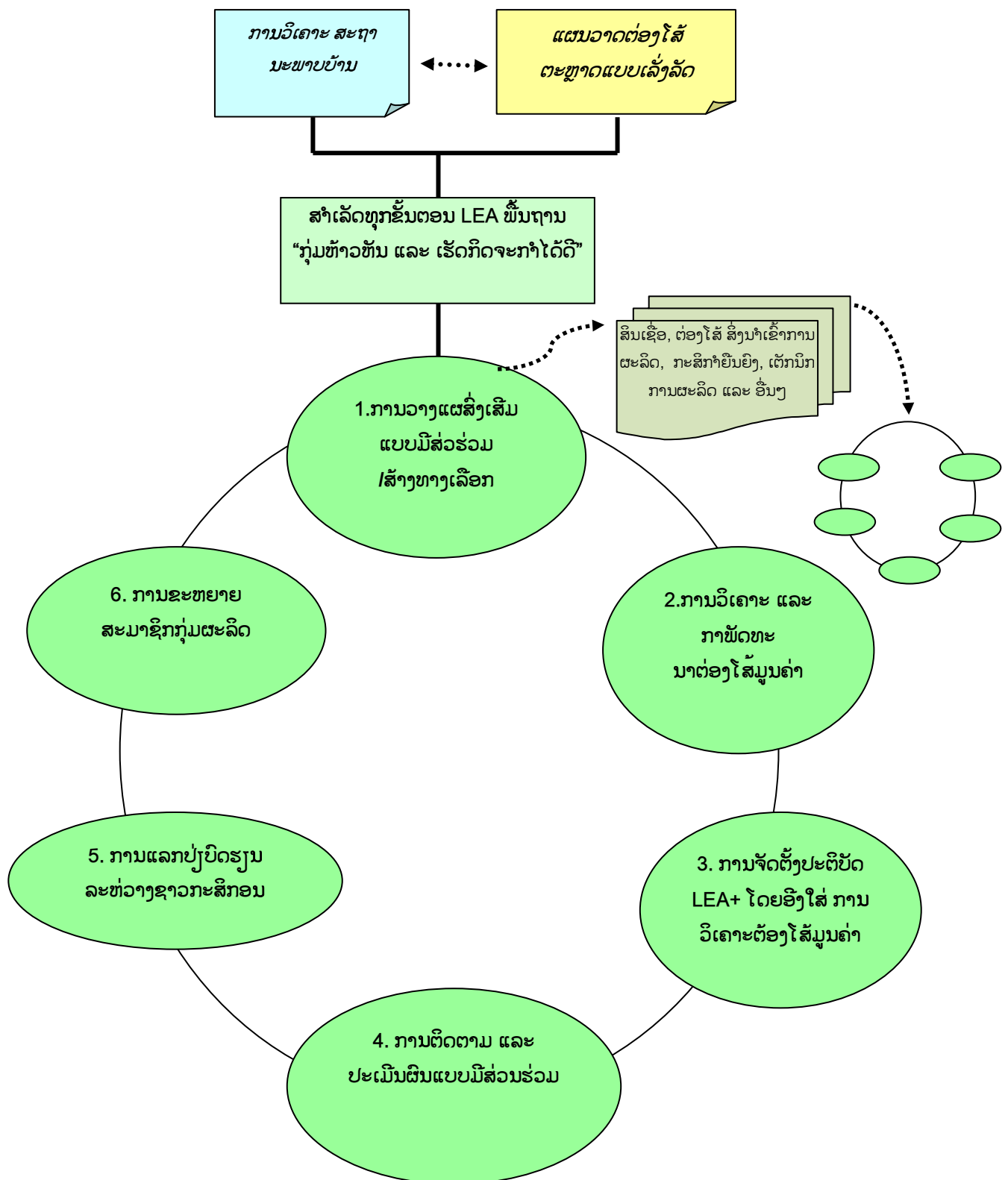
ຕົວຢ່າງ: ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າເຂົ້າ ແມ່ນບັນດາກິດຈະກຳທີ່ເຮັດໃຫ້ເຂົ້າເຄື່ອນຍ້າຍຈາກຊາວນາໄປຫາຜູ້ບໍລິໂພກ. ກິດຈະກຳດັ່ງກ່າວລວມມີ ການສະໜອງປັດໃຈການຜະລິດ, ການປູກເຂົ້າ, ການເກັບຊື້ເຂົ້າເປືອກ, ການສີເຂົ້າ, ການຂາຍຍົກ ແລະ ຂາຍຍ່ອຍ.

ການພັດທະນາຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າແມ່ນຫຍັງ?

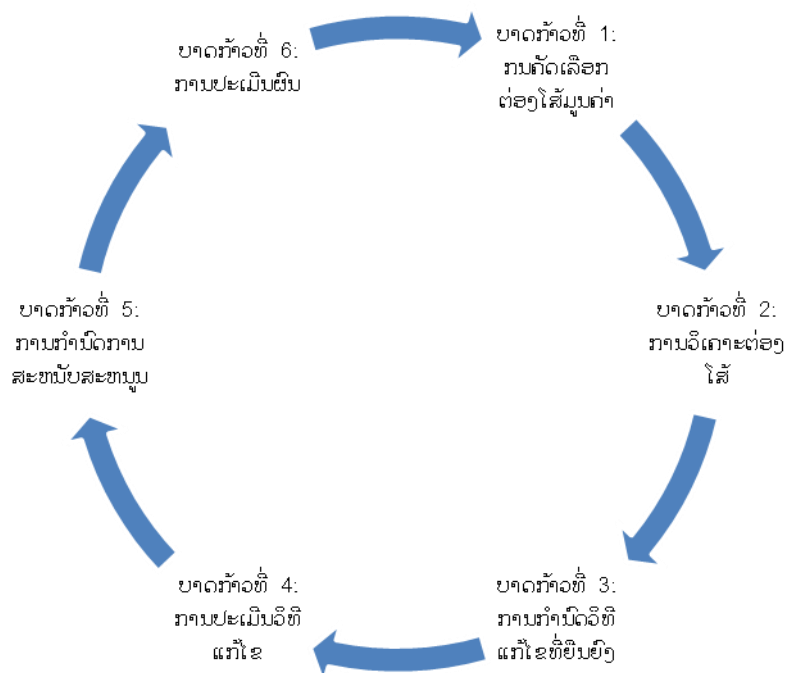
ແມ່ນການເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນເຄື່ອນຍ້າຍຈາກຜູ້ຜະລິດໄປຫາຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ດີຂຶ້ນ. ດີຂຶ້ນດ້ານໃດແດ່? ດ້ານປະລິມານ, ຄຸນນະພາບ, ຕົ້ນທຶນ ແລະ ເວລາ. ການພັດທະນາຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າຊ່ວຍເພີ່ມປະສິດທິພາບ ແລະ ສະມັດຕະພາບຂອງຕ່ອງໂສ້ນຳອີກ.

ຕົວຢ່າງ: ການພັດທະນາຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າເຂົ້າ ອາດລວມທັງການຫຼຸດຜ່ອນອັດຕາສູນເສຍຈາກການສີເຂົ້າໂດຍການຍົກສູງຄຸນນະພາບເຂົ້າໂດຍການນຳໃຊ້ແນວພັນປັບປຸງ ແລະ ເຕັກນິກການປູກທີ່ມີປະສິດທິພາບ ຫລື ເຕັກນິກການສີເຂົ້າ.

ຮູບທີ່ 1 ລຸ່ມນີ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນການພົວພັນຂອງການວິເຄາະ ແລະ ພັດທະນາຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າກັບວິທີການສົ່ງເສີມຂອງລາວ. ການຈັດຕັ້ງການວິເຄາະ ແລະ ພັດທະນາຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າແບບມີສ່ວນຮ່ວມກັບຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມຕ່າງໆຈະຊ່ວຍໃນການກຳນົດອຸປະສັກ ແລະ ພັດທະນາວິທີແກ້ໄຂຢ່າງເໝາະສົມ ທີ່ຈະຊ່ວຍເພີ່ມຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນຂອງຫມົດຂະແໜງ.



6 ບາດກ້າວໃນການຈັດຈັ້ງປະຕິບັດການວິເຄາະ ແລະ ພັດທະນາຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າມີຄືດັ່ງນີ້:



ພາກທີ 1: ການຄັດເລືອກຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ

ບາດກ້າວທີ 1.1: ກຳນົດຜະລິດຕະພັນ ທີ່ຈະນຳມາພິຈາລະນາເພື່ອຄັດເລືອກ

ໃນຂັ້ນຕອນນີ້ ໃຫ້ຈົດລາຍຊື່ບັນດາຜະລິດຕະພັນຕ່າງໆທີ່ຕ້ອງການນຳມາເຮັດເປັນຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າເພື່ອວິເຄາະໃນຂັ້ນຕໍ່ໄປ. ບັນດາຜະລິດຕະພັນຕ່າງໆ ທີ່ຈະມາຈົດໃສ່ໃນລາຍການຕ້ອງແມ່ນຜະລິດຕະພັນ ທີ່ມີການຜະລິດຕົວຈິງໃນທ້ອງຖິ່ນທີ່ຢາກເຮັດ ການສົ່ງເສີມ.

ກຳນົດຜະລິດຕະພັນ ໃນລາຍການດັ່ງລຸ່ມນີ້:
ຜະລິດຕະພັນທີ1:

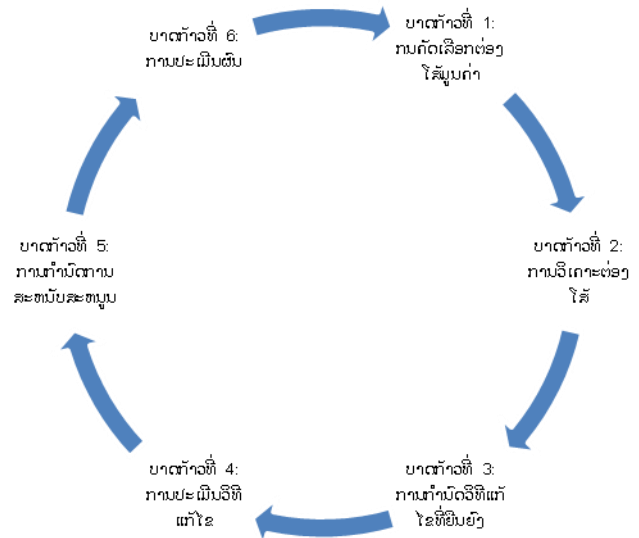
ຜະລິດຕະພັນທີ2:

ຜະລິດຕະພັນທີ3:

ຜະລິດຕະພັນທີ4:

ຜະລິດຕະພັນທີ5:

ຜະລິດຕະພັນທີ6:



ບາດກ້າວທີ 1.2: ການຄັດເລືອກຜະລິດຕະພັນເບື້ອງຕົ້ນ ເພື່ອພິຈາລະນາໃນການຄັດເລືອກ

ໃນຂັ້ນຕອນນີ້ ໃຫ້ນຳໃຊ້ 2 ມາດຖານເພື່ອຄັດຈັອນຈຳນວນຜະລິດຕະພັນ ໃຫ້ເຫລືອພຽງແຕ່ 3 ຜະລິດຕະພັນ (ສູງສຸດບໍ່ໃຫ້ກາຍ 4 ຜະລິດຕະພັນ). ອີງຕາມ 2 ມາດຖານດັ່ງກ່າວ ໃຫ້ຈັດວາງລາຍຊື່ຜະລິດຕະພັນຕ່າງໆ ລົງໃນຕາຕະລາງດັ່ງລຸ່ມໃຫ້ຖືກຕ້ອງເໝາະສົມກັບຕົວຈິງ. ບັນດາຜະລິດຕະພັນ ທີ່ຈະຖືກເລືອກເພີ່ມເບື້ອງຕົ້ນແມ່ນຈະນອນຢູ່ໃນ 3 ຫ້ອງເທິງເບື້ອງຂວາສຸດຂອງຕາຕະລາງ:

ຄວາມຕ້ອງການຕະຫລາດ ແລະທຳແຮງໃນການຂະຫຍາຍຕົວ

ສູງ			
ປານກາງ			
ຕ່ຳ			
	ຕ່ຳ	ປານກາງ	ສູງ

ຈຳນວນຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ແລະຈຳນວນຜູ້ອອກແຮງງານ

ຕົວຢ່າງ

ຄວາມຕ້ອງການຕະຫລາດ ແລະທ່າແຮງໃນການຂະຫຍາຍຕົວ

ສູງ		- ທ່ອງທ່ຽວ	- ຖົ່ວຊຽວ - ເຂົ້າ
ປານກາງ	- ຫມາກເບີ - ຊີ້ນງົວ		- ຫັດຖະກຳ
ຕ່ຳ		- ສັດປີກ - ກໍ່ສ້າງ - ເພີນິເຈີໄມ້	
	ຕ່ຳ	ປານກາງ	ສູງ

ຈຳນວນຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ແລະຈຳນວນຜູ້ອອກແຮງງານ

ບາດກ້າວທີ 1.3: ການກຳນົດມາດຖານເພື່ອການເລືອກເຟັ້ນຂັ້ນສຸດທ້າຍ

ໃນບາດກ້າວຕໍ່ໄປ ໃຫ້ກຳນົດມາດຖານທີ່ຈະໃຊ້ໃນການເລືອກເຟັ້ນເອົາຜະລິດຕະພັນ ຫລືບໍລິການໃດ ເປັນບູລິມະສິດໃນການນຳມາສຶກສາແບບຕ່ອງໂສ້ ເພື່ອການສົ່ງເສີມໃນຕໍ່ໜ້າ.

ຕົວຢ່າງມາດຖານທີ່ໃຊ້ໃນການເລືອກເຟັ້ນມີດັ່ງນີ້:

- ຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫລາດທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບການຕອບສະໜອງ
- ທ່າແຮງຂອງການເຕີບໂຕ
- ທ່າແຮງໃນການສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງໄປຈາກຄູ່ແຂ່ງຂັ້ນ
- ທ່າແຮງຂອງການເພີ່ມລາຍຮັບຂອງຜູ້ຜະລິດ
- ການມີບໍລິສັດທີ່ນຳໜ້າພາທາງໂດຍມີສາຍພົວພັນກັບຜູ້ຜະລິດ
- ທ່າແຮງຂອງການສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ
- ຈຳນວນຂອງ ຜູ້ຜະລິດ ແລະ ທຸລະກິດ (ນັບທັງ ຜູ້ອອກແຮງງານ)
- ກາສະໜັບສະໜູນຂອງພາກລັດ / ໂຄງການ / ຜູ້ໃຫ້ທຶນ
- ສະພາບແວດລ້ອມທີ່ເອື້ອອຳວຍໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດ
- ພາລະບົດບາດອື່ນໆຂອງອົງການ (ການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງເພດຍິງ, ຊົນນະບົດກັບຕົວເມືອງ, ຜົນກະທົບຕໍ່ສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ໆລຯ)

ຈາກບັນດາຕົວຢ່າງຂອງມາດຖານຂ້າງເທິງນີ້ ໃຫ້ກຳນົດມາດຖານທີ່ຈະຖືກນຳໃຊ້ໃນຂະບວນການເລືອກເຟັ້ນລົງໃນລາຍການດັ່ງລຸ່ມນີ້: (ໃນບັນດາມາດຖານທີ່ຈະຖືກກຳນົດ ຈະຕ້ອງມີມາດຖານ ຂອງ “ຄວາມຕ້ອງການຕະຫລາດ ແລະທ່າແຮງໃນການຂະຫຍາຍຕົວ” ແລະ “ຈຳນວນຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ແລະ ຈຳນວນຜູ້ອອກແຮງງານ” ເຊິ່ງສອງມາດຖານນີ້ ຈະຖືກນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຄັດເລືອກເບື້ອງຕົ້ນກ່ອນ ທີ່ຈະມີການຈັດບູລິມະສິດ

ມາດຖານທີ 1:

ຄວາມຕ້ອງການຕະຫລາດ ແລະທ່າແຮງໃນການຂະຫຍາຍຕົວ

ມາດຖານທີ 2:

ຈຳນວນຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ແລະຈຳນວນຜູ້ອອກແຮງງານ

ມາດຖານທີ 3:

ມາດຖານທີ 4:

ມາດຖານທີ 5:

ມາດຖານທີ 6:

ບາດກ້າວທີ 1.4: ເກັບກຳຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນສຳລັບນຳໃຊ້ໃນການຄັດເລືອກຕ່ອງໂສ້

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ:

- 1) ບົດລາຍງານ ແລະ ຂໍ້ມູນ ຈາກພາກສ່ວນລັດ, ເອກະຊົນ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນ
- 2) ການລົງເກັບຂໍ້ມູນຕົວຈິງ
 - ດຳເນີນການເກັບກຳຂໍ້ມູນໂດຍນຳໃຊ້ວິທີການ ການສົນທະນາກຸ່ມ ຫລື ສຳພາດບຸກຄົນທີ່ສາມາດເປັນແຫລ່ງຂໍ້ມູນທີ່ຫນ້າເຊື່ອຖືໄດ້.
 - ຄຳຖາມທີ່ຈະໃຊ້ໃນການສອບຖາມ ຫລື ການສົນທະນາແມ່ນອີງໃສ່ຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບມາດຖານທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ ແລະ ມາດຖານການຄັດເລືອກເບື້ອງຕົ້ນ ຫລື ນຳໃຊ້ເຄື່ອງມືໃນຂະບວນວຽກງານ **AEDP ໄລຍະທີ1: ການຄັດເລືອກຜະລິດຕະພັນ (5 ບາດກ້າວຂອງຂັ້ນ 1.1)**

ຂໍ້ມູນຈາກບົດລາຍງານ ຈະແມ່ນບັນດາຂໍ້ມູນທີ່ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງພາບ ຮວມກ່ຽວກັບຜະລິດຕະພັນ ແລະ ບໍລິການ ໂດຍສະເພາະແມ່ນ ຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບດ້ານການຜະລິດ, ຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫລາດ, ບັນຫາ ແລະ ໂອກາດຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫລື ບໍລິການດັ່ງກ່າວ. ນອກຈາກນີ້ ກໍ່ແມ່ນຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບບັນດາມາດຖານທີ່ໄດ້ຄັດເລືອກໄວ້ໃນບາດກ້າວທີ 2 ຂອງຂັ້ນນີ້. ດັ່ງນັ້ນ ໃນການລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນຕົວຈິງ ທີ່ມີການສຶກສາຈະຕ້ອງໄດ້ກະກຽມລາຍການຄຳຖາມທີ່ໄດ້ກ່າວມາຂ້າງ ເທິງນີ້ ເພື່ອໃຊ້ໃນການສົນທະນາ ແລະ ສຳພາດພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ບາດກ້າວທີ 1.5: ການຈັດອັນດັບຜະລິດຕະພັນທີ່ຈະນຳມາວິເຄາະເປັນຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ

ໃນບາດກ້າວນີ້ ແມ່ນຈັດບຸລິມະສິດເພື່ອຄັດເລືອກເອົາຜະລິດຕະພັນ ທີ່ສອດຄ່ອງກັບບັນດາມາດຖານຕ່າງໆທີ່ສຸດ ເພື່ອນຳໃຊ້ຄົ້ນຄວ້າວິເຄາະໃນຂັ້ນຕໍ່ໄປ ຂອງການວິເຄາະຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ. ໃຫ້ເອົາບັນດາມາດຖານທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນບາດກ້າວທີ 2 ມາຂຽນໃສ່ໃນຕາຕະລາງ. ຫລັງຈາກນັ້ນໃຫ້ພິຈາລະນາເຖິງນ້ຳໜັກຄວາມສຳຄັນຂອງແຕ່ລະມາດຖານ (ນ້ຳໜັກຄວາມສຳຄັນ ສາມາດແບ່ງເປັນ 3 ລະດັບ 1-ສຳຄັນຫນ້ອຍທີ່ສຸດ 2-ສຳຄັນປານກາງ ແລະ 3-ສຳຄັນຫລາຍທີ່ສຸດ). ຈາກນັ້ນໃຫ້ຄະແນນຂອງແຕ່ລະຜະລິດຕະພັນ ໃນແຕ່ລະມາດຖານ (ຄະແນນ ຄວນແບ່ງເປັນ 5 ລະດັບ 1-ອ່ອນ 2-ປານກາງ 3-ດີ 4-ດີຫລາຍ ແລະ 5-ດີເລີດ). ເມື່ອໄດ້ຄະແນນຂອງແຕ່ລະຜະລິດຕະພັນແລ້ວ ໃຫ້ເອົາຄະແນນຂອງຜະລິດຕະພັນໃນແຕ່ລະມາດຖານມາຄູນກັບນ້ຳໜັກ ເພື່ອມາຄິດໄລ່ຄະແນນລວມຂອງແຕ່ລະຜະລິດຕະພັນ (ວິທີການຄິດໄລ່ຄະແນນລະອຽດໃຫ້ເບິ່ງໃນເອກະສານສະເໜີ **Power Point ການຄັດເລືອກຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ**)

ມາດຖານ	ນ້ຳໜັກ	ຜະລິດຕະພັນທີ 1		ຜະລິດຕະພັນທີ 2		ຜະລິດຕະພັນທີ 3	
		ລະດັບ	ຄະແນນ	ລະດັບ	ຄະແນນ	ລະດັບ	ຄະແນນ
ມາດຖານທີ 1:							
ມາດຖານທີ 2:							
ມາດຖານທີ 3:							
ມາດຖານທີ 4:							
ມາດຖານທີ 5:							
ມາດຖານທີ 6:							
ລວມ							

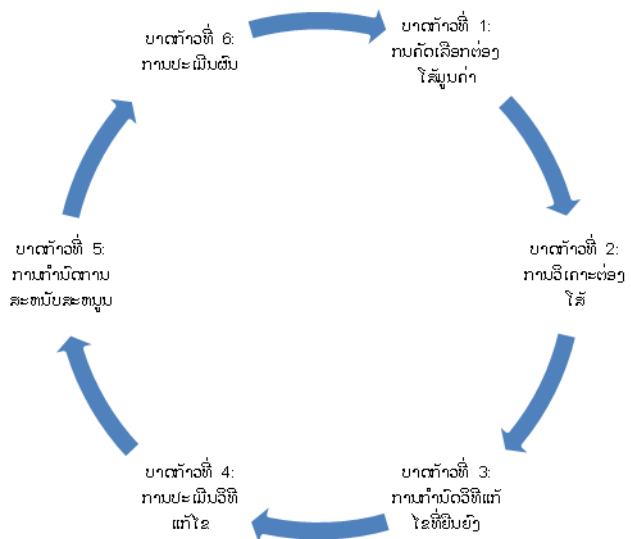
ຕົວຢ່າງ

ມາດຖານ	ນ້ຳໜັກ	ຜະລິດຕະພັນທີ 1 ຖົ່ວຊຽວ		ຜະລິດຕະພັນທີ 2 ເຂົ້າ		ຜະລິດຕະພັນທີ ຫັດຖະກຳ	
		ລະດັບ	ຄະແນນ	ລະດັບ	ຄະແນນ	ລະດັບ	ຄະແນນ
ການແຂ່ງຂັນ							
ມາດຖານທີ 1: ຄວາມຕ້ອງການຂອງ ຕະຫລາດທີ່ບໍ່ຖືກຕອບສະຫນອງ	3	4	12	4	12	3	9
ມາດຖານທີ 2: ການຂະຫຍາຍຂອງ ຕະຫລາດ	3	4	12	3	9	3	9
ມາດຖານທີ 3: ທ່າແຮງໃນຄວາມແຕກຕ່າງ ຈາກຄູ່ແຂ່ງ	1	3	3	2	2	3	3
ກຸ່ມເບົ້າຫມາຍ							
ມາດຖານທີ 4: ຈ/ນຊາວກະສິກອນ ແລະ ທຸລະກິດມີປະໂຫຍດ	3	3	9	4	12	2	6
ມາດຖານທີ 5: ທ່າແຮງໃນການເພີ່ມລາຍ ຮັບ	1	2	2	2	2	3	3
ສະພາບທີ່ເອື້ອອຳນວຍ							
ມາດຖານທີ 6: ລະບຽບນະໂຍບາຍທີ່ເອື້ອ ອຳນວຍ	1	3	3	2	2	4	4
ລວມ			41		39		34

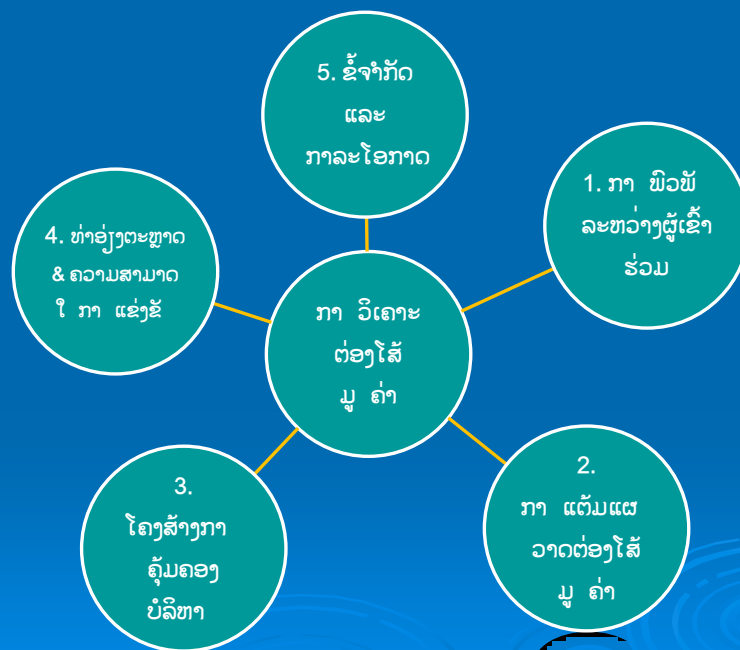
ພາກທີ 2: ການວິເຄາະຕ່ອງໂສ້

ມູນຄ່າ

ການວິເຄາະກວມເອົາ 5 ເນື້ອໃນຫຼັກດັ່ງລຸ່ມນີ້ ທີ່ໄດ້ມາຈາກການສຳພາດຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຕ່ອງໂສ້, ການວິເຄາະ ແລະ ຕີລາຄາຂອງຜູ້ວິເຄາະ. ເບິ່ງບາດກ້າວທີ່ 4 ສຳລັບຄຳຖາມໃນການວິເຄາະ.



ອົງປະກອບຂອງການວິເຄາະ ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ



Value Chain Analysis and Development 23 - 27 Aug 2010

3

ບາດກ້າວທີ 2.1: ສ້າງແຜນຜັງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າເບື້ອງຕົ້ນທີ່ປະກອບດ້ວຍພາກສ່ວນຕ່າງໆ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ

ຈົດລາຍຊື່ບັນດາພາກສ່ວນຕ່າງໆທີ່ຄາດວ່າຈະກ່ຽວພັນໂດຍກົງພາຍໃນຕ່ອງໂສ້ (ມີໃຜແດ່ ແລະເຮັດໜ້າທີ່ຫຍັງ ຫລືມີບົດບາດຫຍັງ) ເພື່ອເປັນ ບ່ອນອີງໃນການລົງໄປສຳພາດ (ວາງແຜນວ່າ ຈະໄປສຳພາດໃຜແດ່)

ໃນບາດກ້າວນີ້ ຈະໄດ້ມີການກຳນົດບັນດາພາກສ່ວນຕ່າງໆທີ່ຢູ່ໃນຕ່ອງໂສ້. ໃຫ້ຮ່າງແຜນຜັງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ ເພື່ອສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງການເຄື່ອນຍ້າຍຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ກຳລັງສຶກສາ ຕັ້ງແຕ່ ການສະໜອງປັດໄຈການຜະລິດ, ການຜະລິດ, ການຊື້ຂາຍ ແລະປຸງແຕ່ງ ຈົນໄປເຖິງຜູ້ບໍລິໂພກຂັ້ນສຸດທ້າຍ.

ຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຕ່ອງໂສ້	ໜ້າທີ່ ແລະບົດບາດ

ອີງໃສ່ຕາຕະລາງຂ້າງເທິງນີ້ໃຫ້ສ້າງແຜນຜັງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າເບື້ອງຕົ້ນຂອງຜະລິດຕະພັນທີ່ກຳລັງສຶກສາຢູ່. ລຸ່ມນີ້ແມ່ນຮ່າງແຜນຜັງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າຜັກກາດໃນເບື້ອງຕົ້ນ.



ໃນການວາງແຜນການລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນທີ່ຕ້ອງການໃນການວິເຄາະຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ ແມ່ນນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນຈາກຕາຕະລາງຂ້າງເທິງນີ້.

ບາດກ້າວທີ 2.2: ເກັບກຳຂໍ້ມູນທີ່ຕ້ອງການສຳລັບການວິເຄາະຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ
ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ:

- 1) ບົດລາຍງານ ແລະ ຂໍ້ມູນ ຈາກພາກສ່ວນລັດ, ເອກະຊົນ ແລະອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນ
ລາຍລະອຽດຂໍ້ມູນໃດແດ່ຈາກບັນດາບົດລາຍງານຂ້າງເທິງນີ້ ທີ່ຄວນຈະເອົາມາໃຊ້ປະກອບກັບ
ບົດລາຍງານການວິເຄາະຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່ານັ້ນແມ່ນໃຫ້ເບິ່ງໃນຫົວຂໍ້ທີ 2 ຈາກຂ້າງລຸ່ມນີ້.
- 2) ການລົງເກັບຂໍ້ມູນຕົວຈິງ (ຫລືອາດນຳໃຊ້ວິທີການສຳຫລວດແຜນທີ່ການຕະຫລາດແບບເຄັ່ງຄັດ)
 - ດຳເນີນການເກັບກຳຂໍ້ມູນໂດຍນຳໃຊ້ວິທີການສຳພາດ ຫລືສົນທະນາກັບບັນດາເປົ້າ
ຫມາຍທີ່ສາມາດເປັນແຫລ່ງຂໍ້ມູນໄດ້ ອີງໃສ່ຮ່າງຄຳຖາມດັ່ງລຸ່ມນີ້:

ຮ່າງຄໍາຖາມສໍາລັບການວິເຄາະຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ.....(ຊື່ຜະລິດຕະພັນ)

ຂໍ້ມູນທົ່ວໄປ:

- ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນ ຜູ້ສໍາພາດ: ວັນທີສໍາພາດ:
- ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນ ຜູ້ຖືກສໍາພາດ:
- ສິນຄ້າ ຫລື ບໍລິການຫລັກ:
- ຈຳນວນພະນັກງານ:
- ຮູບແບບຂອງທຸລະກິດ (ທາງກົດໝາຍ):
- ທີ່ຢູ່ ແລະ ເບີໂທລະສັບຕິດຕໍ່ ອີເມລ:

ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຕະຫລາດ:

- ທ່ານຂາຍສິນຄ້າ ຫລື ບໍລິການໃຫ້ກັບໃຜ? (ທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່, ທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ, ຜູ້ຄ້າສິ່ງ, ຜູ້ສົ່ງອອກ, ຜູ້ຄ້າຍ່ອຍ, ຜູ້ຊົມໃຊ້ໂດຍກົງ ອື່ນໆ): ຖາມເບີຕິດຕໍ່ຖ້າເປັນໄປໄດ້
- ເປີເຊັນຂາຍສິນຄ້າໃຫ້ແຕ່ລະພາກສ່ວນຄິດເປັນຈັກສ່ວນຮ້ອຍ? ຍ້ອນຫຍັງ? ມີຈຳນວນຫລາຍເທົ່າໃດ?
- ການຊື້ຂາຍມີການຕົກລົງສັນຍາແນວໃດແດ່? (ຈ່າຍສົດ, ຕິດໜີ້, ສັນຍາ, ການຂົນສົ່ງ)
- ທ່ານມີການສົ່ງເສີມດ້ານການຕະຫລາດໃຫ້ກັບສິນຄ້າ ຫລື ບໍລິການຂອງທ່ານແນວໃດແດ່?
- ມີຜູ້ເຮັດທຸລະກິດຄືກັນກັບທ່ານຈຳນວນເທົ່າໃດ?
- ທ່ານເຄີຍຮ່ວມມືກັບທຸລະກິດອື່ນທີ່ຄືກັນກັບທ່ານໃນການສົ່ງເສີມ ແລະ ການຕະຫລາດຮ່ວມກັນບໍ່? ຍ້ອນຫຍັງ?
- ໃຫ້ທ່ານຕື່ມຂໍ້ມູນໃສ່ຕາຕະລາງຂ້າງລຸ່ມນີ້:

ສິນຄ້າ	2007		2008		2009		2010	
	ລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍ	ຈຳນວນ	ລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍ	ຈຳນວນ	ລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍ	ຈຳນວນ	ລາຄາຕໍ່ໜ່ວຍ	ຈຳນວນ
1)								
2)								
3)								

- ສິນຄ້າຫລື ບໍລິການຂອງທ່ານພຽງພໍກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫລາດຫລືບໍ່? ຍ້ອນຫຍັງ?
- ທ່ານຄິດວ່າແນວໂນ້ມຄວາມຕ້ອງການຂອງສິນຄ້າ ຫລື ບໍລິການຂອງທ່ານເປັນແນວໃດໃນ 3ປີ 5 ປີຂ້າງໜ້າ?
- ທ່ານວາງແຜນທີ່ຈະຂະຫຍາຍທຸລະກິດຂອງທ່ານໃນ 3ປີ 5ປີ ຂ້າງໜ້າແນວໃດ?

- ຕົ້ນທຶນຂອງການຜະລິດຕໍ່ສິນຄ້າຫນຶ່ງຫົວຫນ່ວຍ
- ທ່ານມີບັນຫາຫຍັງ ຫລືຄວາມຕ້ອງການຫຍັງແດ່ກ່ຽວກັບດ້ານການຕະຫລາດ?

ໃນການຊອກຫາຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບທ່າອ່ຽງຂອງຕະຫລາດ ແລະຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນ ແມ່ນໃຫ້ນຳໃຊ້ບັນດາຄຳຖາມຂ້າງລຸ່ມນີ້ເພີ່ມເຕີມເຂົ້າໃນການສຳພາດ ຫລືສົນທະນາ:

ຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫລາດທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບການຕອບສະຫນອງ

- ໂດຍລວມແລ້ວຜະລິດຕະພັນທີ່ໄດ້ຜະລິດອອກມາ ມີພຽງພໍກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ທີ່ຢາກຊື້ຫລືບໍ່? ອະທິບາຍ
- ມີຈຸດໃດຫລືລັກສະນະພິເສດອັນໃດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜະລິດຕະພັນທີ່ຜູ້ຊື້ສ່ວນຫລາຍຕ້ອງ ການໃຫ້ມີ ແຕ່ຜູ້ຜະລິດບໍ່ສາມາດຕອບສະຫນອງໄດ້?

ທ່າອ່ຽງ

- ໃຫ້ອະທິບາຍຄວາມນິຍົມຂອງຜູ້ຊົມໃຊ້ຕໍ່ກັບຜະລິດຕະພັນຕັ້ງແຕ່ອາດີດທີ່ຜ່ານມາເປັນແນວໃດແດ່? ທັງໃນດ້ານຈຳນວນ ແລະບັນຍາຍລັກສະນະຄວາມຕ້ອງການ
- ຄວາມນິຍົມ ແລະຄວາມຕ້ອງການ ຕໍ່ກັບຜະລິດຕະພັນ ທັງພາຍໃນ ແລະ ໃນໂລກ ເປັນແນວໃດ?

ຄວາມສາມາດຂອງການເຕີບໂຕ

- ຈຳນວນຂອງຜູ້ທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການຊື້ຫລາຍປານໃດ? (ລວມທັງຜູ້ຊື້ປັດຈຸບັນ ແລະຜູ້ທີ່ຄິດວ່າອາດຈະເປັນຜູ້ຊື້ໃນອານາຄົດ) ທັງພາຍໃນ ແລະຕ່າງປະເທດ
- ມີເຫດຜົນຫຍັງແດ່ທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ຄວາມຕ້ອງການຂອງຜະລິດຕະພັນຫລຸດລົງ?
- ທ່ານຄິດວ່າຄວາມຕ້ອງການຕໍ່ກັບຜະລິດຕະພັນ ໃນໄລຍະສັ້ນ, ໄລຍະກາງ ແລະ ໄລຍະຍາວ ເປັນແນວໃດ?
- ປັດໃຈການຜະລິດຢູ່ກັບທີ່ (ທີ່ດິນ, ແຮງງານ, ໂຄງລ່າງ, ໆລໆ) ທີ່ມີຢູ່ປັດຈຸບັນ ເອື້ອປະໂຫຍດແກ່ການຂະຫຍາຍຕົວຫລືບໍ່?

ສິ່ງທ້າທາຍຕໍ່ຄວາມສາມາດແຂ່ງຂັນ

- ໃນລະດັບປະເທດ ແລະລະຫວ່າງປະເທດ ມີໃຜແດ່ທີ່ຈະສາມາດຍາດເອົາສ່ວນແບ່ງຕະຫລາດໄດ້ຫລາຍກວ່າຫມູ່ (ລວມທັງຜູ້ທີ່ຢູ່ໃນຕ່ອງໂສ້ປັດຈຸບັນ ຫລືຜູ້ທີ່ກຳລັງຈະເຂົ້າມາໃຫມ່)?
- ມີຜະລິດຕະພັນໃດອີກບໍ່ທີ່ສາມາດນຳໃຊ້ທົດແທນກັບຜະລິດຕະພັນທີ່ກຳລັງເຮັດການສຶກສາຢູ່?
- ມີສິ່ງໃດແດ່ທີ່ຈະເປັນຂໍ້ຫຍຸ້ງຍາກໃຫ້ກັບການຂາຍຜະລິດຕະພັນທີ່ກຳລັງເຮັດການສຶກສາຢູ່?

ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບເຕັກໂນໂລຊີ ແລະການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ:

- ການຜະລິດສິນຄ້າບໍລິການຂອງທ່ານຈຳເປັນຕ້ອງນຳໃຊ້ເຄື່ອງມືເຕັກໂນໂລຊີຫຍັງແດ່? ທ່ານໄດ້ນຳໃຊ້ຫຍັງແດ່? ຍ້ອນຫຍັງ? ເຄື່ອງມືໃດທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດ? ຍ້ອນຫຍັງ?
- ຈະມີເຄື່ອງເຕັກໂນໂລຊີຫຍັງແດ່ທີ່ຈະຊ່ວຍປັບປຸງການຜະລິດ ກໍ່ຄືທຸລະກິດຂອງທ່ານໃຫ້ດີຂຶ້ນ? ຍ້ອນຫຍັງ?
- ປັດຈຸບັນທ່ານໄດ້ເຮັດຫລືວາງແຜນທີ່ຈະປັບປຸງສິນຄ້າ ຫລືບໍລິການຂອງທ່ານແນວໃດ?

- ພະນັກງານຂອງທ່ານຮູ້ຈັກນຳໃຊ້ເຄື່ອງມືເຕັກໂນໂລຊີຢ່າງເໝາະສົມແລ້ວບໍ່? ໄດ້ຮັບການຝຶກອົບຮົມຫຍັງໃດ? ທັກສະໃດທີ່ຈຳເປັນ?
- ທ່ານມີບັນຫາຫຍັງ ຫລືຄວາມຕ້ອງການຫຍັງແດ່ກ່ຽວກັບດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ ແລະການພັດທະນາ ຜະລິດຕະພັນ?

ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບການບໍລິຫານ:

- ພະນັກງານຂະແໜງການໃດທີ່ທ່ານມີຄວາມຕ້ອງການຫລາຍກວ່າຫມູ່?
- ທ່ານໄດ້ຮ່ວມມືກັບທຸລະກິດອື່ນທີ່ຄືກັນກັບທ່ານໃນການຜະລິດຮ່ວມກັນເພື່ອຂາຍໃຫ້ລູກຄ້າ?
- ທ່ານມີຄວາມຕ້ອງການຢາກສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃນທັກສະການບໍລິຫານຫຍັງແດ່ເພື່ອໃຫ້ທຸລະກິດຂອງທ່ານກ້າວໜ້າ?
- ທ່ານມີບັນຫາຫຍັງ ຫລືຄວາມຕ້ອງການຫຍັງແດ່ກ່ຽວກັບການບໍລິຫານອົງການຂອງທ່ານ?

ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບການສະໜອງວັດຖຸດິບ:

- ວັດຖຸດິບຫຍັງທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດສຳລັບທຸລະກິດຂອງທ່ານ? ແມ່ນໃຜເປັນຄົນຂາຍໃຫ້? ມີຈັກຄົນ? ມີການຕົກລົງກັນແນວໃດ? (ຈ່າຍສົດ, ຕິດຫນີ້, ສັນຍາ, ຂົນສົ່ງ)
- ທ່ານເຄີຍຮ່ວມກັບທຸລະກິດທີ່ຄືກັນກັບທ່ານໃນການຊື້ວັດຖຸດິບນຳກັນບໍ່? ຍ້ອນຫຍັງ?
- ທ່ານມີບັນຫາຫຍັງແດ່ ຫລືຄວາມຕ້ອງການຫຍັງແດ່ກ່ຽວກັບການສະໜອງວັດຖຸດິບ?

ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບການເງິນ:

- ເງິນທີ່ນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການເຮັດທຸລະກິດຂອງທ່ານມາຈາກໃສ? (ທະນາຄານ, ເງິນເກັບ, ພື້ນ້ອງ, ຫມູ່, ເງິນກູ້ນອກລະບົບ, ດອກເບ້ຍ ແລະເງື່ອນໄຂເປັນແນວໃດ?)
- ແຫລ່ງເງິນຂອງທ່ານຄິດໄລ່ເປັນສ່ວນຮ້ອຍແລ້ວເປັນແນວໃດ? ຈາກແຫລ່ງໃດຫລາຍກວ່າຫມູ່?
- ທ່ານເຄີຍຕິດຫນີ້ຜູ້ໃດແດ່? (ຜູ້ສະໜອງວັດຖຸດິບ, ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການອື່ນໆ) ແລະມີເງື່ອນໄຂຄືແນວໃດ?
- ທ່ານເຄີຍໄດ້ຮັບເງິນລ່ວງໜ້າຈາກຜູ້ຊື້ຂອງທ່ານມາເຮັດການຜະລິດບໍ່? ໄດ້ຮັບແນວໃດ? ມີເງື່ອນໄຂຫຍັງແດ່?
- ປັດຈຸບັນທ່ານມີຄວາມຕ້ອງການຕ້ອງນຳໃຊ້ເງິນໃນທຸລະກິດຂອງທ່ານບໍ່? ຈະໃຊ້ໃນກິດຈະກຳໃດ?
- ທ່ານມີບັນຫາຫຍັງແດ່ ຫລືຄວາມຕ້ອງການຫຍັງຕື່ມກ່ຽວກັບການເງິນ?

ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບນະໂຍບາຍ ແລະກົດລະບຽບ:

- ມີນະໂຍບາຍ ແລະກົດລະບຽບຫຍັງແດ່ທີ່ເອື້ອອຳນວຍໃຫ້ກັບການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງທ່ານ? ອະທິບາຍ
- ມີນະໂຍບາຍ ແລະກົດລະບຽບຫຍັງແດ່ທີ່ເປັນຂອດຫຍຸ້ງຍາກໃຫ້ກັບການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງທ່ານ? ອະທິບາຍ

- ທ່ານຄິດວ່າມີນະໂຍບາຍ ແລະກົດລະບຽບຫຍັງແດ່ທີ່ຈະຊ່ວຍເອື້ອອຳນວຍໃຫ້ກັບການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງທ່ານ?

ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບໂຄງລ່າງພື້ນຖານ:

- ໂຄງລ່າງພື້ນຖານຫຍັງທີ່ມີຄວາມສຳຄັນທີ່ສຸດ ເຊິ່ງສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ກັບການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງທ່ານ? (ທາງ, ສະພາບການຂົນສົ່ງ, ໂທລະສັບ, ໄຟຟ້າ) ອະທິບາຍ
- ປັດຈຸບັນໄດ້ມີການແກ້ໄຂຄືແນວໃດແດ່ກັບບັນຫາດ້ານນີ້?

ຂໍ້ມູນກ່ຽວຂ້ອງກັບການເປັນສະມາຊິກສະມາຄົມທຸລະກິດ:

- ສຳລັບທຸລະກິດຂອງທ່ານທີ່ກຳລັງດຳເນີນຢູ່ ໄດ້ມີການສ້າງຕັ້ງກຸ່ມ ຫລືສະມາຊິກບໍ່? (ຖ້າມີໃຫ້ບອກຊື່ຂອງກຸ່ມ ຫລືສະມາຄົມ)
- ທ່ານໄດ້ເປັນສະມາຊິກຫລືບໍ່? ຍ້ອນຫຍັງຈຶ່ງເປັນ ຫລືບໍ່ເປັນ?
- ໃຫ້ທ່ານອະທິບາຍພາລະບົດບາດ, ຫນ້າທີ່ຂອງກຸ່ມ ຫລືສະມາຄົມນີ້ ພ້ອມທັງບອກເຖິງຜົນປະໂຫຍດທີ່ທ່ານຈະໄດ້ ແລະຂອດຫຍຸ້ງຍາກກ່ຽວກັບກຸ່ມ ຫລືສະມາຄົມ
- ທ່ານຄິດວ່າກຸ່ມ ຫລືສະມາຄົມນີ້ຄວນມີການໃຫ້ບໍລິການຫຍັງເພີ່ມເຕີມອີກເພື່ອໃຫ້ສະມາຊິກໄດ້ປະໂຫຍດເພີ່ມເຕີມ ແລະເຮັດໃຫ້ທຸລະກິດຂອງສະມາຊິກມີການພັດທະນາ ແລະຂະຫຍາຍຕົວຂຶ້ນ?
- ທ່ານໄດ້ເຂົ້າຮ່ວມສະມາຄົມ ຫລືກຸ່ມອື່ນຕື່ມອີກບໍ່ແດ່? ອະທິບາຍ (ຊື່ກຸ່ມ, ກິດຈະກຳ ຂໍ້ດີ ແລະຂອດຫຍຸ້ງຍາກ)

ຄຳຖາມອື່ນໆ:

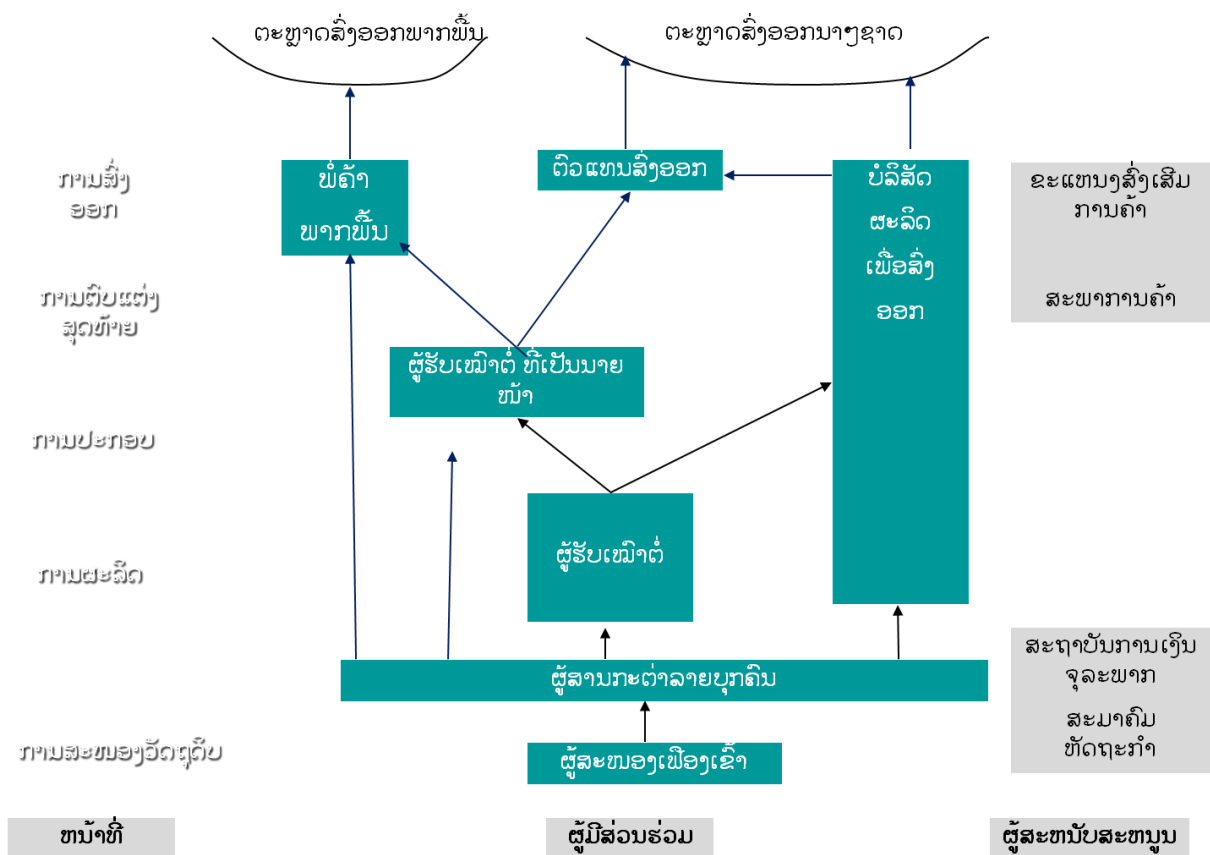
- ທ່ານຄິດວ່າຈຸດແຂງຂອງສິນຄ້າ/ບໍລິການ ຫລືຂອງອຸດສາຫະກຳທຸລະກິດຂອງທ່ານມີຫຍັງແດ່ທັງພາຍໃນ ແລະຕ່າງປະເທດ?
- ທ່ານຄິດວ່າຈຸດອ່ອນ/ຈຸດດ້ອຍຂອງສິນຄ້າ/ບໍລິການ ຫລືຂອງອຸດສາຫະກຳທຸລະກິດຂອງທ່ານມີຫຍັງແດ່?
- ທ່ານຄິດວ່າສິ່ງທ້າທ້າຍຂອງອຸດສາຫະກຳທຸລະກິດຂອງທ່ານມີຫຍັງແດ່? ອະທິບາຍ
- ກະລຸນາບອກຊື່ທຸລະກິດ ຫລືເຈົ້າຂອງທຸລະກິດ (ພ້ອມດ້ວຍທີ່ຢູ່ທີ່ສາມາດຕິດຕໍ່ໄດ້) ທີ່ເດັ່ນ ຫລືເປັນຜູ້ນຳຫນ້າໃນ ອຸດສາຫະກຳທຸລະກິດຂອງທ່ານ (ໃນດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ, ອອກແບບສິນຄ້າ, ຄຸນນະພາບ ແລະການຕະຫລາດ)

ບາດກ້າວທີ 2.3: ສ້າງແຜນຜັງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ ອີງຕາມຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຈາກການລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນຕົວຈິງ

ເມື່ອສຳເລັດການເກັບກຳຂໍ້ມູນຈາກການສົນທະນາ ແລະສຳພາດໂດຍນຳໃຊ້ ຮ່າງຄຳຖາມຈາກຂ້າງເທິງນີ້ ແລ້ວໃຫ້ ສ້າງແຜນຜັງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າຕົວຈິງທີ່ອີງຕາມຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຈາກການລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນຕົວຈິງ (ແຜນຜັງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າທີ່ຈະຖືກສ້າງຂຶ້ນໃນບາດກ້າວນີ້ ອາດຈະຄ້າຍຄືກັບ ແຜນຜັງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າເບື້ອງຕົ້ນທີ່ໄດ້ສ້າງໄວ້ໃນບາດກ້າວທີ 1)

ຮ່າງແຜນຜັງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າທີ່ໄດ້ຈາກການລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນຕົວຈິງ ທີ່ປະກອບດ້ວຍ 1) ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມຕົ້ນຕໍໃນຕ່ອງໂສ້ 2) ໜ້າທີ່ ແລະ 3) ຜູ້ສະໜັບສະໜູນໃນແຕ່ລະພາກສ່ວນຂອງຕ່ອງໂສ້.

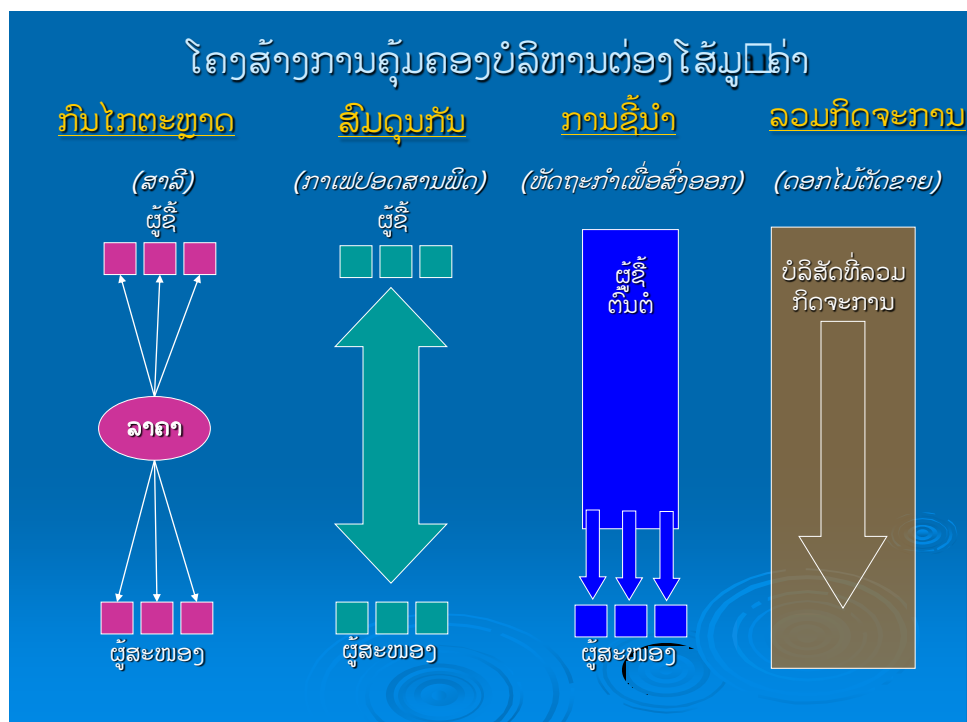
ຕົວຢ່າງ: ແຜນຜັງຕ່ອງໂສ້ກະຕ່າພາຍຫລັງການສຶກສາຂໍ້ມູນ



ບາດກ້າວທີ 2.4: ສ້າງບົດລາຍງານການວິເຄາະຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ

ເນື້ອໃນຂອງບົດລາຍງານການວິເຄາະຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າມີດັ່ງນີ້:

1. ແຜນວາດຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ (ເບິ່ງຕົວຢ່າງຢູ່ພາກ 2, ບາດກ້າວ 2.3) ໃຫ້ພັນລະນາພາບລວມຂອງແຜນວາດຕ່ອງໂສ້
2. ການພົວພັນລະຫວ່າງຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຕ່ອງໂສ້: ໃຫ້ພັນລະນາລະອຽດກ່ຽວກັບການພົວພັນຂອງຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຕ່ອງໂສ້ດ້ວຍກັນ
3. ແນວໂນ້ມຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນ: ໃຫ້ສະເໜີຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຄວາມຕ້ອງການເຊັ່ນແນວໂນ້ມຂອງຄວາມຕ້ອງການໃນອາດີດ ແລະ ອານາຄົດ
4. ໂຄງສ້າງການບໍລິຫານໃນຕ່ອງໂສ້: ໃຫ້ກຳນົດວ່າຜະລິດຕະພັນໃນຕ່ອງໂສ້ມີໂຄງສ້າງການບໍລິຫານແບບໃດ



5. ອຸປະສັກ ແລະ ໂອກາດ: ການຂຽນອຸປະສັກຕ້ອງ (1) ວິໄຈແຈ້ງວ່າແມ່ນອຸປະສັກຫຍັງ, (2) ອຸປະສັກຂອງໃຜ, (3) ຜົນກະທົບຂອງອຸປະສັກ (ເບິ່ງຕົວຢ່າງໃນບາດກ້າວ 2.5)

ບາດກ້າວທີ 2.5: ບັນທຶກ ຂໍ້ຈຳກັດ/ໂອກາດ ໃນແຕ່ລະປະເພດ

ໃນບາດກ້າວນີ້ ໃຫ້ຈົດກ່າຍເອົາ ບັນດາຂໍ້ຈຳກັດ ແລະ ໂອກາດ ອີງຕາມແຕ່ລະປະເພດທີ່ໄດ້ຈັດລຽງໄວ້
ໃນຕາຕະລາງຂ້າງລຸ່ມນີ້ ເພື່ອນຳເອົາບັນດາຂໍ້ຈຳກັດ ແລະ ໂອກາດ ດັ່ງກ່າວໄປຄົ້ນຄວ້າໃນຂັ້ນຕອນຕໍ່ໄປ

ປະເພດ	ຂໍ້ຈຳກັດ/ໂອກາດ
ການພັດທະນາເຕັກໂນໂລຊີ/ຜະລິດຕະພັນ	1)
	2)
	3)
ການເຂົ້າຫາຕະຫຼາດ	1)
	2)
	3)
ການຈັດຕັ້ງ ແລະ ການບໍລິຫານ/ຈັດການ	1)
	2)
	3)
ລະບຽບການ(ນະໂຍບາຍ)	1)
	2)
	3)
ການເງິນ	1)
	2)
	3)
ການສະໜອງປັດໃຈລົ້ນເຂົ້າ	1)
	2)
	3)
ໂຄງລ່າງ	1)
	2)
	3)
ອື່ນໆ	1)
	2)
	3)

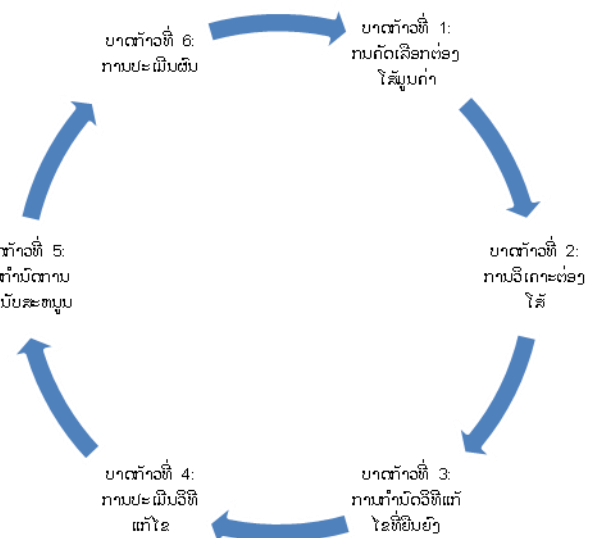
ຕົວຢ່າງ

ປະເພດ	ຂໍ້ຈຳກັດ/ໂອກາດ
ການພັດທະນາເຕັກໂນໂລຊີ/ຜະລິດຕະພັນ	1) ຊາວນາລາຍນ້ອຍຂາດການນຳໃຊ້ເຄື່ອງມື ແລະ ເຄື່ອງຈັກ (ເຕັກໂນໂລຊີ) ອັນພາໃຫ້ຜົນຜະລິດຕົກຕ່ຳ
	2)

	3)
ການເຂົ້າຫາຕະຫລາດ	1)ການຂາດຂໍ້ມູນຂ່າວສານເລື່ອງມາດຕະຖານ ຫລຸດຄວາມສາມາດ ຜະລິດຂອງວິສາຫະກິດ ຕາມສະເປັກທີ່ຜູ້ຊື້ສັ່ງເຮັດ
	2)
	3)
ການຈັດຕັ້ງ ແລະ ການ ບໍລິຫານ/ຈັດການ	1) ຜູ້ຜະລິດບໍ່ມີການຈັດຕັ້ງເພື່ອກໍ່ໃຫ້ມີຄວາມເຂັ້ມແຂງ ເຮັດໃຫ້ໂອກາດ ຂອງເຂົາເຈົ້າໃນການເຂົ້າເຖິງຕະຫລາດທີ່ມີມູນຄ່າສູງກວ່າມີໜ້ອຍ
	2)
	3)

ພາກທີ 3: ການກຳນົດ ແລະ ເລືອກເຟັ້ນວິທີແກ້ທີ່ອີງໃສ່ ຕະຫລາດ

**ບາດກ້າວທີ 3.1: ອີງຕາມຕາຕະລາງ ຂໍ້ຈຳກັດ/
ໂອກາດ ໃນແຕ່ລະປະເພດ ໃຫ້ຕື່ມວິທີການແກ້
(ທີ່ອາດສາມາດ) ອີງໃສ່ກົນໄກຕະຫລາດໃນແຕ່ລະ
ຂໍ້ຈຳກັດ/ໂອກາດ**



ຄຳແນະນຳໃນການຂຽນວິທີແກ້ໄຂບັນຫາ

- ວິທີແກ້ຄວນເລີ່ມຕົ້ນດ້ວຍຄຳສັບເຊັ່ນ:
 - ການເຂົ້າເຖິງ...
 - ການສະໜອງ...
 - ການຝຶກອົບຮົມ...
- ຄວນລະບຸວ່າການແກ້ໄຂນັ້ນແກ້ໃຫ້ໃຜ
- ບໍ່ຄວນລະບຸວ່າແມ່ນໃຜເປັນຜູ້ສະໜອງ ຫລືຈະໜອງວິທີແກ້ແນວໃດ

ອີງຕາມຄໍາແນະນໍາ ໃນການຂຽນວິທີແກ້ແບບຍືນຍົງທີ່ອີງໃສ່ກົນໄກຕະຫລາດຂ້າງເທິງນີ້ ໃຫ້ຂຽນວິທີແກ້ໄຂໃສ່ໃນຕາຕະລາງຂ້າງລຸ່ມນີ້:

ປະເພດ	ຂໍ້ຈຳກັດ/ໂອກາດ	ວິທີແກ້ແບບຍືນຍົງອີງໃສ່ກົນໄກຕະຫລາດ
ການພັດທະນາເຕັກໂນໂລຊີ/ຜະລິດຕະພັນ	1)	
	2)	
	3)	
ການເຂົ້າຫາຕະຫລາດ	1)	
	2)	
	3)	
ການຈັດຕັ້ງ ແລະ ການບໍລິຫານ/ຈັດການ	1)	
	2)	
	3)	
ລະບຽບການ(ນະໂຍບາຍ)	1)	
	2)	
	3)	
ການເງິນ	1)	
	2)	
	3)	
ການສະໜອງປັດໃຈລື່ນເຂົ້າ	1)	
	2)	
	3)	
ໂຄງລ່າງ	1)	
	2)	
	3)	
ອື່ນໆ	1)	
	2)	
	3)	

ຕົວຢ່າງວິທີແກ້ທີ່ອີງໃສ່ກົນໄກຕະຫລາດ

ປະເພດ	ວິທີແກ້ແບບຍືນຍົງທີ່ອີງໃສ່ຕະຫລາດ
ການພັດທະນາເຕັກໂນໂລຊີ/ຜະລິດຕະພັນ	• ການທີ່ຊາວນາເຂົ້າເຖິງເຄື່ອງມື ແລະ ເຄື່ອງຈັກທີ່ເໝາະສົມ (ເຕັກໂນໂລຊີ)
ການເຂົ້າເຖິງຕະຫລາດ	• ການສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານໃຫ້ວິສາຫະກິດກ່ຽວກັບສະເປັກ ແລະ ມາດຖານ

	ຂອງຜູ້ຊື້
ການບໍລິຫານງານ ແລະ ການຈັດຕັ້ງ:	ການເຂົ້າເຖິງບໍລິການດ້ານບັນຊີສໍາລັບວິສາຫະກິດ
ລະບຽບການ (ນະໂຍບາຍ)	- ການຜັກດັນເພື່ອ: - ຫລຸດຜ່ອນພາສີນໍາເຂົ້າຕໍ່ປັດໃຈການຜະລິດ - ຫລຸດຜ່ອນພາສີສົ່ງອອກໃຫ້ຜູ້ສົ່ງອອກ
ການເງິນ	ການເຂົ້າເຖິງສິນເຊື່ອປັດໃຈການຜະລິດສໍາລັບຊາວນາຂະໜາດນ້ອຍ
ການສະໜອງປັດໃຈ ການະລິດ	ການເຂົ້າເຖິງວັດຖຸດິບຄຸນນະພາບດີສໍາລັບວິສາຫະກິດ
ພື້ນຖານໂຄງລ່າງ	ຜັກດັນເພື່ອປັບປຸງຄຸນນະພາບເສັ້ນທາງຊົນນະບົດ

ບາດກ້າວທີ 3.2: ການຄັດເລືອກວິທີແກ້ທີ່ອີງໃສ່ຕະຫລາດ ໂດຍນໍາໃຊ້ຕາຕະລາງເມທຣິກ

ເມື່ອໄດ້ບັນດາວິທີແກ້ໄຂແບບຍືນຍົງທີ່ອີງໃສ່ກົນໄກຕະຫລາດແລ້ວ ໃນບາດກ້າວນີ້ ຈະໄດ້ຄັດຈ້ອນບັນດາວິທີແກ້ໄຂດັ່ງໂດຍອີງໃສ່ 2 ມາດຖານ ອີງຕາມຕາຕະລາງຂ້າງລຸ່ມນີ້ ເພື່ອນໍາເອົາບັນດາວິທີແກ້ທີ່ໄດ້ຖືກຄັດຈ້ອນນໍາໄປປະເມີນຄວາມເປັນໄປໄດ້ໃນຂັ້ນຕອນຕໍ່ໄປ

ຄວາມອາດສາມາດໃນການເພີ່ມການເຕີບໂຕຂອງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ ແລະ ຄວາມສາມາດແຂ່ງຂັນ

ສູງ			
ປານກາງ			

ຕຳ

--	--	--

ຕຳ

ປານກາງ

ສູງ

ຈຳນວນຜູ້ຜະລິດ, ວິສາຫະກິດທີ່ຈະໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດ (ທາງກົງ ແລະທາງອ້ອມ)

ຕົວຢ່າງ

ຄວາມອາດສາມາດໃນການເພີ່ມການເຕີບໂຕຂອງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ ແລະ ຄວາມສາມາດແຂ່ງຂັນ

ສູງ		ການສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານໃຫ້ ວິສາຫະກິດ ກ່ຽວກັບສະເປັກ ແລະ ມາດຖານຂອງຕະຫຼາດ ສິ່ງອອກ	ການເຂົ້າເຖິງສິນເຊື້ອສໍາລັບ ປັດໃຈ ການຜະລິດສໍາລັບຊາວນາ ຂະໜາດນ້ອຍ
ປານກາງ			ການຜັກດັນໃຫ້ມີການລຸດອັດຕາ ພາສີນໍ້າເຂົ້າປັດໃຈການຜະລິດ
ຕໍ່າ		ການເຂົ້າເຖິງບໍລິການດ້ານບັນຊີ ສໍາລັບວິສາຫະກິດ	
	ຕໍ່າ	ປານກາງ	ສູງ

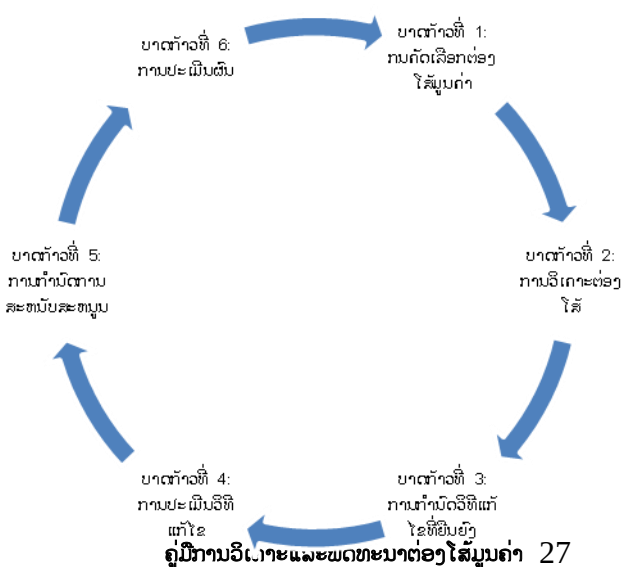
ຈຳນວນຜູ້ຜະລິດ, ວິສາຫະກິດທີ່ຈະໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດ (ທາງກົງ ແລະທາງອ້ອມ)

ພາກທີ 4: ການປະເມີນວິທີແກ້ແບບຍືນຍົງທີ່ອີງໃສ່ກົນໄກຕະຫຼາດ

**ບາດກ້າວທີ 4.1: ເກັບກຳຂໍ້ມູນເພື່ອປະເມີນວິທີແກ້ທີ່
ອີງໃສ່ຕະຫຼາດ**

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ:

- 1) ຈາກຜູ້ທີ່ສະໜອງ ແລະຜູ້ທີ່ຈະນຳໃຊ້
- 2) ການລົງເກັບຂໍ້ມູນຕົວຈິງ
 - ດຳເນີນການເກັບກຳຂໍ້ມູນໂດຍນຳໃຊ້
ວິທີການສຳພາດ ຫລືສົນທະນາກັບ
ບັນດາເປົ້າໝາຍ



- ຄໍາຖາມທີ່ຈະໃຊ້ໃນການສຳພາດ ຫລືການສົນທະນາແມ່ນອີງໃສ່ບັນດາຄໍາຖາມຂ້າງລຸ່ມນີ້:

ຄໍາຖາມສໍາລັບຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ

- ຊື່ ວິທີແກ້ໄຂ:
- ຊື່ຜູ້ສຳພາດ: ວັນທີ:
- ຊື່ ແລະນາມສະກຸນ ຜູ້ຖືກສຳພາດ:
- ທີ່ຢູ່ ແລະເບີໂທລະສັບຕິດຕໍ່ ອີເມລ:
- ຊື່ຂອງທຸລະກິດ:
- ຮູບແບບຂອງທຸລະກິດ (ທາງກົດໝາຍ):
- ຈຳນວນພະນັກງານ:
- ທຸລະກິດດໍາເນີນມາໄດ້ຈັກປີແລ້ວ:

ຄວາມພຶງພໍໃຈ:

- ທ່ານມີຄວາມມີຄວາມພຶງພໍໃຈຕໍ່ກັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການ (ຕື່ມຊື່ວິທີແກ້ໄຂ) ທີ່ທ່ານກຳລັງຢູ່ແນວໃດ?
- ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການ (ຕື່ມຊື່ວິທີແກ້ໄຂ) ຄວນເຮັດຫຍັງເພື່ອປັບປຸງການໃຫ້ບໍລິການ?

ການໃຊ້ບໍລິການ, ຈຳນວນການໃຊ້ບໍລິການ ແລະສາຍພົວພັນ:

- ທ່ານໃຊ້ບໍລິການ (ຕື່ມຊື່ວິທີແກ້ໄຂ) ຈາກໃຜ? ບອກຊື່ ແລະທີ່ຢູ່ຕິດຕໍ່
- ທ່ານໃຊ້ບໍລິການເລື້ອຍປານໃດ? ປຸງປຸງທຸກທີ່ຜ່ານມາ ຖືວ່າມີການໃຊ້ບໍລິການເພີ່ມຂຶ້ນຫລືບໍ່? ເພີ່ມຈັກເປີເຊັນ?
- ລັກສະນະ ແລະຄຸນນະພາບດ້ານໃດຂອງ(ຕື່ມຊື່ວິທີແກ້ໄຂ)ທີ່ມີຄວາມສໍາຄັນຕໍ່ທ່ານຫລາຍທີ່ສຸດ?
- ໃຫ້ທ່ານອະທິບາຍການສັ່ງ, ຊໍາລະ ການໃຊ້ບໍລິການ ແນວໃດ? ສາຍພົວພັນເປັນແນວໃດ?
- ທ່ານຈ່າຍຄ່າບໍລິການເທົ່າໃດ? ປີຫນຶ່ງຜ່ານມາທ່ານຈ່າຍເງິນໄປຈຳນວນເທົ່າໃດສໍາລັບບໍລິການນີ້?
- ທ່ານຄິດວ່າລາຄາທີ່ທ່ານຈ່າຍນັ້ນເໝາະສົມ ແລະເປັນທໍາແລ້ວບໍ່? ຍ້ອນຫຍັງ?
- ທ່ານໄດ້ປຸງໃຈໄປໃຊ້ບໍລິການຈາກຜູ້ໃຫ້ບໍລິການອື່ນທີ່ດີກວ່າບໍ່? ໄດ້ປຸງ ຫລືບໍ່ໄດ້ປຸງ ຍ້ອນຫຍັງ?

ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບການບໍລິການ:

- ທ່ານຮູ້ຈັກຜູ້ໃຫ້ບໍລິການນີ້ໄດ້ແນວໃດ? ເປັນຫຍັງທ່ານຈຶ່ງເລືອກໃຊ້ບໍລິການຂອງຜູ້ໃຫ້ບໍລິການນີ້?

- ມີຜູ້ໃຫ້ບໍລິການທີ່ຄ້າຍຄືກັນນີ້ຢູ່ບ່ອນໃດແດ່? ຈັກຄົນ? ທີ່ຢູ່ຕິດຕໍ່ໄດ້? ອະທິບາຍ ການວິທີການໃຫ້ບໍລິການ? ດີ ຫລືວ່າບໍ່ດີແນວໃດ?
- ທ່ານຄິດວ່າມີທຸກລະກິດທີ່ຄືກັນກັບທ່ານຫລາຍເທົ່າໃດຮູ້ຈັກຜູ້ໃຫ້ບໍລິການນີ້ (ຈັກສ່ວນຮ້ອຍ)?

ຄໍາຖາມສໍາລັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການ

- ຊື່ ວິທີແກ້ໄຂ:
- ຊື່ຜູ້ສໍາພາດ: ວັນທີ:
- ຊື່ ແລະນາມສະກຸນ ຜູ້ຖືກສໍາພາດ:
- ທີ່ຢູ່ ແລະເບີໂທລະສັບຕິດຕໍ່ ອີເມລ:
- ຊື່ຂອງທຸລະກິດ:
- ຮູບແບບຂອງທຸລະກິດ (ທາງກົດໝາຍ):
- ຈໍານວນພະນັກງານ:
- ທຸລະກິດດໍາເນີນມາໄດ້ຈັກປີແລ້ວ:

ຂໍ້ຈໍາກັດ ແລະໂອກາດ:

- ທ່ານມີຂໍ້ຈໍາກັດ ຫລືປັນຫາໃນການໃຫ້ບໍລິການ (ຕື່ມຊື່ວິທີແກ້ໄຂ) ໃຫ້ກັບຜູ້ໃຊ້ແນວໃດແດ່? (ເຄື່ອງຈັກ, ທັກສະ, ປັດໄຈໃຈນໍາເຂົ້າ)
- ທ່ານຕ້ອງການການສະໜັບສະໜູນຫຍັງແດ່ ເພື່ອພັດທະນາຄວາມອາດສາມາດຂອງທ່ານໃນການແກ້ໄຂຂໍ້ຈໍາກັດດັ່ງກ່າວ?

ລາຍລະອຽດຂໍ້ມູນ:

- ໃຫ້ທ່ານອະທິບາຍວິທີການສະໜອງບໍລິການຂອງທ່ານແມ່ນເຮັດແນວໃດ?
- ທ່ານມີວິທີການແນວໃດເພື່ອເຮັດໃຫ້ລາຍຮັບກຸ້ມກັບຕົ້ນທຶນໃນການໃຫ້ບໍລິການ?
- ທ່ານມີການໃຫ້ບໍລິການທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ສໍາລັບຜູ້ໃຊ້ທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ບໍ່? ແນວໃດ?
- ໃນການໃຫ້ບໍລິການ ທ່ານມີເງື່ອນໄຂ ຫລືປະໂຫຍດຫຍັງມອບໃຫ້ແກ້ຜູ້ໃຊ້ເພື່ອເປັນການດຶງດູດຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ? (ການຂົນສົ່ງ, ບໍລິການຫລັງການຂາຍ, ຮັບປະກັນ ອື່ນໆ ອະທິບາຍ)
- ມີທຸລະກິດຈັກບ່ອນທີ່ໃຫ້ບໍລິການຄືກັນກັບທ່ານ? ທີ່ຢູ່ຕິດຕໍ່ໄດ້? ການໃຫ້ບໍລິການເປັນແນວ ເມື່ອປຽບທຽບ? ດີ ຫລືບໍ່ດີ ມີຫຍັງທີ່ແຕກຕ່າງ?

ຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ ແລະແນວໂນ້ມ/ທ່າອ່ຽງ

- ✓ ລູກຄ້າທີ່ທ່ານໃຫ້ບໍລິການ ແມ່ນໃຜ? ກຸ່ມໃດ? ຢູ່ໃສ? ອະທິບາຍ
- ✓ ທ່ານໃຫ້ບໍລິການກັບກຸ່ມລູກຄ້າດັ່ງກ່າວຈໍານວນເທົ່າໃດ? ຈັກຄົນ?
- ✓ ລາຄາຂອງການບໍລິການທີ່ທ່ານສະໜອງໃຫ້ຄິດໄລ່ຕໍ່ປີເປັນມູນຄ່າເທົ່າໃດ? ສະເລັຍແລ້ວຕໍ່ຄັ້ງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການຕ້ອງຈ່າຍເທົ່າໃດ?

- ✓ ຢູ່ໃນຂອບເຂດພື້ນທີ່ທີ່ທ່ານໃຫ້ບໍລິການຢູ່ ທ່ານຄິດວ່າຈະມີຈັກຄົນທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງ ແລະຈ່າຍຄ່າບໍລິການນີ້ໄດ້? ທ່ານຄິດວ່າແນວໂນ້ມຈຳນວນທີ່ໃຊ້ບໍລິການຈະຫລາຍຂຶ້ນຫລືບໍ່? ຫລາຍຂຶ້ນຈັກສ່ວນຮ້ອຍ?
- ✓ ທ່ານມີວິທີການຮູ້ຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການຂອງທ່ານຄືແນວໃດ?
- ✓ ທ່ານມີວິທີການເຮັດແນວໃດເພື່ອໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ບໍລິການຂອງທ່ານຮູ້ຈັກທ່ານ ຫລືຮູ້ຈັກການບໍລິການຂອງທ່ານ?

ບາດກ້າວທີ 4.2: ລະບຸພາກສ່ວນທີ່ອາດເປັນຜູ້ຈັດຫາວິທີແກ້ທີ່ອີງໃສ່ກົນໄກຕະຫລາດເຂົ້າໃນວິທີແກ້ທີ່ໄດ້ຄັດເລືອກໄວ້ແລ້ວໃນພາກທີ 3

ໃນບາດກ້າວໃຫ້ລະບຸຊື່ຂອງຜູ້ທີ່ຈະສະໜອງວິທີແກ້ ເຂົ້າໃນແຕ່ລະວິທີແກ້ທີ່ອີງໃສ່ຕາຕະລາງຂ້າງລຸ່ມນີ້:

ຂໍ້ຈຳກັດ	ວິທີແກ້ທີ່ອີງໃສ່ຕະຫລາດ	ຜູ້ຈັດຫາທີ່ມີຢູ່ ຫລືຄາດວ່າຈະມີ
1)	1)	1.1) 1.2) 1.3)
2)	2)	2.1) 2.2) 2.3)
3)	3)	3.1) 3.2) 3.3)

ຕົວຢ່າງ:

ຂໍ້ຈຳກັດ	ວິທີແກ້ທີ່ອີງໃສ່ຕະຫລາດ	ຜູ້ຈັດຫາທີ່ມີຢູ່ ຫລືຄາດວ່າຈະມີ
1) ຊາວນາຂະໜາດນ້ອຍບໍ່ມີທຶນຮອນຫລາຍເພື່ອຊື້ປັດໄຈການຜະລິດ ເຮັດໃຫ້ຜົນຜະລິດຕ່ຳ	1) ການເຂົ້າເຖິງສິນເຊື່ອສຳລັບປັດໄຈການຜະລິດສຳລັບຊາວນາຂະໜາດນ້ອຍ	1.1) ທະນາຄານສົ່ງເສີມກະສິກຳ 1.2) ກອງທຶນບ້ານ 1.3) ຜູ້ຈັດຫາທ່າຍປັດໄຈການຜະລິດ 1.4) ພໍ່ແມ່ຄ້າ
2) ວິສາຫະກິດບໍ່ມີຂໍ້ມູນຂ່າວສານກ່ຽວກັບສະເປັກ ແລະມາດຖານຂອງຕະຫລາດສິ່ງອອກ ເຮັດໃຫ້ເຂົາເຈົ້າບໍ່ສາມາດຜະລິດໄດ້ຕາມຄວາມຕ້ອງການ	2) ການສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານໃຫ້ວິສາຫະກິດ ກ່ຽວກັບສະເປັກ ແລະ ມາດຖານຂອງຕະຫລາດສິ່ງອອກ	2.1) ຜູ້ສົ່ງອອກກາຍໃຫຍ່ 2.2) ສະພາການຄ້າ 2.3) ສະມາຄົມທຸລະກິດສິ່ງອອກ

ບາດກ້າວທີ 4.3: ຕື່ມຂໍ້ມູນຈາກການເກັບຕົວຈິງ ລົງໃນຕາຕະລາງປະເມີນວິທີແກ້ທີ່ອີງໃສ່ຕະຫລາດ (1 ຕາຕະລາງ ຕໍ່ 1 ວິທີແກ້)

ໃນບາດກ້າວນີ້ ໃຫ້ຕື່ມຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜູ້ທີ່ຈະສະໜອງວິທີແກ້ ຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ແມ່ນໄດ້ມາຈາກຂໍ້ມູນຈາກການສືບທະນາ ຫລືການສຳພາດ ທີ່ອີງໃສ່ຮ່າງແບບຄຳຖາມໃນບາດກ້າວທີ 1

ຊື່/ຄຳບັນຍາຍຂອງວິທີແກ້ແບບອີງໃສ່ຕະຫລາດ: ວິທີແກ້ທີ 1
ຂໍ້ຈຳກັດຂອງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ (ວ່າວິທີແກ້ແບບອີງໃສ່ຕະຫລາດ ເລັ່ງແກ້ ບັນຫາໃດ):
ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ່ມີຢູ່ແລ້ວ ຫລື ຜູ້ຄາດຫວັງຈະມີຕື່ມ: ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 1: ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 2: ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 3:
ຂໍ້ຈຳກັດຂອງການສະໜອງວິທີແກ້ທີ່ອີງໃສ່ຕະຫລາດ (ແບ່ງຕາມປະເພດຂອງຜູ້ສະໜອງ): ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 1: ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 2: ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 3:
ຄວາມເປັນໄປໄດ້ທາງທຸລະກິດຂອງວິທີແກ້ແບບອີງໃສ່ຕະຫລາດ (ແບ່ງຕາມປະເພດຂອງຜູ້ສະໜອງ): ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 1: ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 2: ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 3:
ຂໍ້ຈຳກັດໃນການເຂົ້າເຖິງ/ການນຳໃຊ້ວິທີແກ້ ທີ່ອີງໃສ່ຕະຫລາດ:
ຜູ້ສະໜອງ ວິທີແກ້ ທີ່ອີງໃສ່ຕະຫລາດ ທີ່ຖືກສະເໜີເພື່ອເປັນເປົ້າໝາຍຂອງການສະໜັບສະໜູນ: (ນັບທັງສິ່ງຊຸກຍູ້ເຂົ້າເຈົ້າເພື່ອສະໜອງວິທີແກ້)

ຕົວຢ່າງ:

ຂີ້/ຄຳບັນຍາຍຂອງວິທີແກ້ແບບອື່ງໃສ່ຕະຫລາດ: ການເຂົ້າເຖິງສິນເຊື້ອສຳລັບ ປັດໃຈການຜະລິດສຳລັບຊາວນາຂະໜາດນ້ອຍ
ຂໍ້ຈຳກັດຂອງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ (ວ່າວິທີແກ້ແບບອື່ງໃສ່ຕະຫລາດ ເລັ່ງແກ້ ບັນຫາໃດ): ຊາວນາຂະໜາດນ້ອຍບໍ່ມີທຶນຮອນຫລາຍເພື່ອຊື້ປັດໄຈການຜະລິດ
ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ່ມີຢູ່ແລ້ວ ຫລື ຜູ້ຄາດຫວັງຈະມີຕື່ມ: ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 1: ທະນາຄານສົ່ງເສີມກະສິກຳ ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 2: ກອງທຶນບ້ານ ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 3: ຜູ້ຈຳໜ່າຍປັດໄຈການຜະລິດ ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 4: ພໍ່ແມ່ຄ້າ
ຂໍ້ຈຳກັດຂອງການສະໜອງວິທີແກ້ທີ່ອື່ງໃສ່ຕະຫລາດ (ແບ່ງຕາມປະເພດຂອງຜູ້ສະໜອງ): ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 1: ທະນາຄານບໍ່ປ່ອຍງົນກູ້ຈຳນວນໜ້ອຍ, ຕ້ອງການຫລັກຊັບ. ຖ້າບໍ່ມີຫລັກຊັບຈະປ່ອຍໃຫ້ກຸ່ມ ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 2: ປ່ອຍໃຫ້ແຕ່ສະມາຊິກຂອງກອງທຶນ, ໂຄສະນາຍັງບໍ່ທົ່ວເຖິງ ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 3: ບໍ່ເຊື່ອໝັ້ນຊາວນາ ວ່າຈະໄດ້ທຶນຄືນ ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 4: ບໍ່ເຄີຍມີປະສົບການໃນການປ່ອຍສິນເຊື້ອ, ບໍ່ມີທຶນຫມູນຫລາຍ
ຄວາມເປັນໄປໄດ້ທາງທຸລະກິດຂອງວິທີແກ້ແບບອື່ງໃສ່ຕະຫລາດ (ແບ່ງຕາມປະເພດຂອງຜູ້ສະໜອງ): ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 1: ໄດ້ດອກເບ້ຍ ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 2: ໄດ້ດອກເບ້ຍ ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 3: ໄດ້ຂາຍເຄື່ອງຫລາຍຂຶ້ນ ຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ທີ 4: ໄດ້ສິນຄ້າກະສິກຳຈຳນວນຫລາຍຂຶ້ນ ແລະ ຄຸນນະພາບຕາມຄວາມຕ້ອງການ
ຂໍ້ຈຳກັດໃນການເຂົ້າເຖິງ/ການນຳໃຊ້ວິທີແກ້ ທີ່ອື່ງໃສ່ຕະຫລາດ: ຊາວນາບໍ່ມັກກູ້ຢືມ ຫລື ຢືມແລ້ວ, ໃຊ້ເງິນບໍ່ເບົາໜ້າມາຍ
ຜູ້ສະໜອງ ວິທີແກ້ ທີ່ອື່ງໃສ່ຕະຫລາດ ທີ່ຖືກສະເໜີເພື່ອເປັນເປົ້າໝາຍຂອງການສະໜັບສະໜູນ: (ນັບທັງສິ່ງຊຸກຍູ້ເຂົ້າເຈົ້າເພື່ອສະໜອງວິທີແກ້) 1. ກອງທຶນບ້ານ 2. ຜູ້ຈຳໜ່າຍປັດໄຈການຜະລິດ 3. ພໍ່ແມ່ຄ້າ

ພາກທີ 5: ການກຳນົດ ແລະການຄັດເລືອກ ການສະໜັບສະໜູນ

ພາກນີ້ແມ່ນໄດ້ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຜ່ານກອງປະຊຸມປຶກສາຫາລືລະຫວ່າງພາກສ່ວນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຕ່ອງໂສ້ ມູນຄ່າ ເພື່ອນຳສະເໜີຜົນຂອງການວິເຄາະ ແລະ ເຕົ້າໂຮມຄຳຄິດເຫັນ ກໍ່ຄືຄວາມຢືດຫມັ້ນໃນການແກ້ ໄຂບັນຫາ ແລະ ປັບປຸງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ.

ບາດກ້າວທີ 5.1: ຈັດກອງປະຊຸມເພື່ອ ປຶກສາ ຫາລືວິທີການແກ້ໄຂບັນຫາໃຫ້ກັບຜູ້ຈັດຫາ ສະໜອງວິທີແກ້ທີ່ອີງໃສ່ຕະຫລາດ

1) ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມປະຊຸມ: ຄະນະທີ່ມີງານທີ່ ເຮັດການຄົ້ນຄວ້າຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ, ຜູ້ ຊ່ຽວຊານສະເພາະດ້ານທີ່ສາມາດໃຫ້ຄຳ ແນະນຳຕໍ່ກັບບັນຫາທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜູ້ຈັດ ຫາສະໜອງວິທີແກ້ໄຂ, ຕາງຫນ້າຜູ້ ສະໜອງວິທີແກ້ໄຂ ແລະຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ ວິທີແກ້ໄຂ ຈາກພາກສ່ວນລັດ, ເອກະ ຊົນ, ຜູ້ຜະລິດ ແລະ ອົງການທີ່ບໍ່ຂຶ້ນກັບ ລັດຖະບານ.

2) ໃນວາລະກອງປະຊຸມ:

- ສະຫລຸບຫຍໍ້ຜົນຈາກການວິເຄາະຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າໃຫ້ທຸກພາກສ່ວນໄດ້ຮັບຮູ້
- ຍົກບັນຫາທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຜູ້ຈັດຫາສະໜອງວິທີແກ້ໄຂຂຶ້ນມາສົນທະນາ
- ສັງລວມວິທີການທີ່ຈະຊ່ວຍແກ້ໄຂບັນຫາດັ່ງກ່າວ

3) ພາຍຫລັງກອງປະຊຸມ: ແຕ່ລະພາກສ່ວນທີ່ຕົກລົງວ່າເປັນຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ໄຂ ເອົາກິດຈະກຳ ໄປຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ. ຈະມີປະຊຸມອີກຫລາຍຄັ້ງລະຫວ່າງບັນດາພາກສ່ວນຕ່າງໆ ເພື່ອຕົກລົງເອົາ ກິດຈະກຳ ແລະ ລາຍງານຄວາມຄືບໜ້າຂອງໂຄງການ.



ບາດກ້າວທີ 5.2: ຕື່ມກິດຈະກຳຕ່າງໆທີ່ຈະຊ່ວຍເຫລືອ (ຜົນທີ່ໄດ້ຈາກກອງປະຊຸມ) ເຂົ້າໃນຕາຕະລາງ ກຳນົດກິດຈະກຳສະໜັບສະໜູນ

ຂໍ້ຈຳກັດຂອງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ:
ວິທີແກ້ທີ່ຍືນຍົງ:
ຜູ້ສະໜອງ:

ຂໍ້ຈຳກັດຂອງວິທີແກ້ທີ່ຍືນຍົງ :
ກິດຈະກຳ ຂອງໂຄງການ: 1) 2) 3) 4) 5)

ຕົວຢ່າງ:

ຂໍ້ຈຳກັດຂອງຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ: ຊາວນາຂະໜາດນ້ອຍບໍ່ມີທຶນຮອນຫລາຍເພື່ອຊື້ປັດໄຈການຜະລິດ ເຮັດໃຫ້ຜົນຜະລິດຕ່ຳ
ວິທີແກ້ທີ່ຍືນຍົງ: ການເຂົ້າເຖິງສິນເຊື້ອສຳລັບ ປັດໄຈການຜະລິດ ສຳລັບຊາວນາ ຂະໜາດນ້ອຍ
ຜູ້ສະໜອງ: 1. ກອງທຶນບ້ານ 2. ຜູ້ຈຳໜ່າຍປັດໄຈການຜະລິດ 3. ພໍ່ແມ່ຄ້າ
ຂໍ້ຈຳກັດຂອງວິທີແກ້ທີ່ຍືນຍົງ: ກອງທຶນບ້ານ: ບ່ອຍໃຫ້ແຕ່ສະມາຊິກຂອງກອງທຶນ, ໂຄສະນາຍັງບໍ່ທົ່ວເຖິງ ຜູ້ຈຳໜ່າຍປັດໄຈການຜະລິດ: ບໍ່ເຊື່ອໝັ້ນຊາວນາ ວ່າຈະໄດ້ທຶນຄືນ ພໍ່ແມ່ຄ້າ: ບໍ່ເຄີຍມີປະສົບການໃນການບ່ອຍສິນເຊື້ອ, ບໍ່ມີທຶນຫມູນຫລາຍ
ກິດຈະກຳຂອງໂຄງການ: 1) ຊຸກຍູ້ໃຫ້ກອງທຶນໂຄສະນາຮັບເອົາສະມາຊິກໃໝ່ 2) ຈັດຝຶກອົບຮົມການບັນຊີໃຫ້ກອງທຶນ 3) ຈັດປະຊຸມປຶກສາຫາລື ກ່ຽວກັບການສະໜອງປັດໄຈການຜະລິດ ລະຫວ່າງຊາວນາ, ຜູ້ຈຳໜ່າຍປັດ

ໂຈການຜະລິດ ແລະ ພໍ່ແມ່ຄ້າ

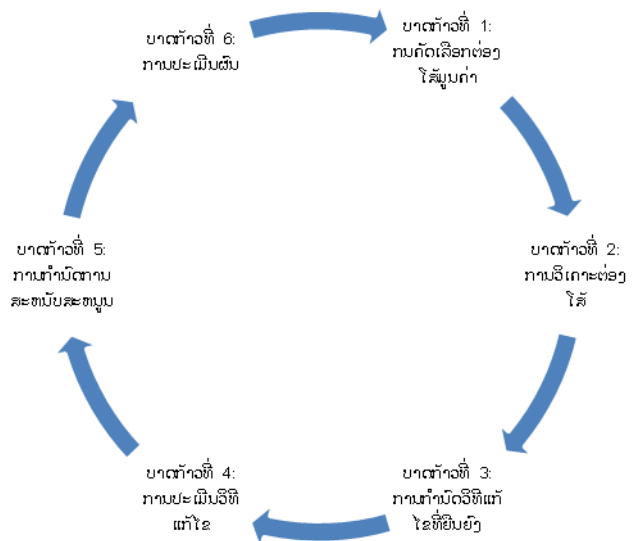
4) ຊ່ວຍໃນການເຈລະຈາ ແລະ ຮ່າງສັນຍາ ລະຫວ່າງຊາວນາ, ຜູ້ຈຳໜ່າຍປັດໂຈການຜະລິດ ແລະ ພໍ່ແມ່ຄ້າ

ພາກທີ 6: ການວັດແທກຜົນການປະຕິບັດງານ

ການປະເມີນຈະໄດ້ເຮັດໃນຕອນທ້າຍຂອງ ໂຄງການ ແຕ່ຜູ້ວາງແຜນໂຄງການຕ້ອງອອກ ແບບຕົວຊີ້ວັດຢ່າງຈະແຈ້ງ ເພື່ອວັດແທກ ລະດັບຄວາມສຳເລັດຂອງໂຄງການ.

ບາດກ້າວທີ 6.1: ກຳນົດວ່າຈະມີການວັດ ແທກຜົນການປະຕິບັດງານໃນລະດັບໃດ

- 1) ລະດັບຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດຂະໜາດ ນ້ອຍ
- 2) ລະດັບວິທີແກ້ແບບຕະຫຼາດ
- 3) ລະດັບແຜນງານ



ບາດກ້າວທີ 6.2: ກຳນົດຫມາກຜົນ ແລະ ຜົນກະທົບຂອງການປະຕິບັດງານທີ່ຈະວັດແທກ (ອີງໃສ່ ລະດັບທີ່ຕ້ອງການວັດແທກ) ໃສ່ໃນຕາຕະລາງວັດແທກຜົນການປະຕິບັດງານ

ໃນບາດກ້າວນີ້ ໃຫ້ຕື່ມຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບກິດຈະກຳເພື່ອສະໜັບສະໜູນຜູ້ສະໜອງວິທີແກ້ໄຂ ພ້ອມທັງກຳນົດຫມາກຜົນທີ່ຈະໄດ້ຂອງແຕ່ລະກິດຈະກຳ ແລະ ພັນລະນາຕື່ມເຖິງຜົນກະທົບໃນແຕ່ລະລະດັບ

ກິດຈະກຳຂອງແຜນງານ	ຫມາກຜົນ	ຜົນກະທົບໃນລະດັບ		
		ລະດັບຫົວໜ່ວຍ	ລະດັບວິທີແກ້	ລະດັບແຜນງານ
1)				
2)				

3)				
4)				
5)				

ຕົວຢ່າງ:

ກິດຈະກຳຂອງແຜນງານ	ຫມາກຜົນ	ຜົນກະທົບໃນລະດັບ		
		ລະດັບຫົວຫນ່ວຍ	ລະດັບວິທີແກ້	ລະດັບແຜນງານ
1) ຊຸກຍູ້ກອງທຶນຮັບເອົາສະມາຊິກໃໝ່ໂດຍການໂຄສະນາຂົນຂວາຍໃນບ້ານ	ສະມາຊິກໃໝ່ເພີ່ມ 30%	ຊາວກະສິກອນມີເງິນສະສົມເພື່ອລົງທຶນໃສ່ປັດໄຈການຜະລິດຫລາຍຂຶ້ນ	ຜົນຜະລິດຂອງຊາວນາດີຂຶ້ນກອງທຶນບ້ານສືບຕໍ່ຂະຫຍາຍສະມາຊິກ	ສົມທຽບຄ່າໃຊ້ຈ່າຍກັບຜົນໄດ້ຮັບ
2) ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການບັນຊີໃຫ້ກອງທຶນ	ລະບົບບັນຊີຂອງກອງທຶນດີຂຶ້ນ			
3)				
4)				
5)				