

# ທັກສະການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ຢູ່ ສປປ ລາວ

## Law advertising skills in Lao PDR

*Poumy sinlatanathamatheva*

*Tel: 008562055346584*

*Email: poumysinlata09@gmail.com*

*Vientiane Capital, Laos.*

### Lecture 2

## ທັກສະການສ້າງແຜນການ ແລະ ການສ້າງຮ່າງເອກະສານໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ

### Preparing plans and drafting advertising documents

#### 1. ຄວາມຮູ້ທົ່ວໄປກ່ຽວກັບການສ້າງແຜນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ

##### 1.1. ຄວາມໝາຍ

ການສ້າງແຜນການ ແມ່ນຂະບວນການທີ່ບຸກຄົນຫຼື ນິຕິບຸກຄົນໄດ້ກຳນົດໄວ້ລ່ວງໜ້າ ເພື່ອຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ໃນອະນາຄົດ. ການສ້າງແຜນການປະກອບດ້ວຍຫຼາຍຂັ້ນຕອນ.

ຊຶ່ງບາງຂັ້ນຕອນມີຄວາມຈຳເປັນຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກ່ອນເພື່ອໃຫ້ບັນລຸຕາມເປົ້າໝາຍທີ່ໄດ້ ກຳນົດໄວ້.

ການສ້າງແຜນການ ແມ່ນການກຳນົດວັດຖຸປະສົງ ແລະ ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໄວ້ລ່ວງໜ້າ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ ຜະນິກງານຂອງແຕ່ລະໜ່ວຍງານ ສາມາດຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໃຫ້ບັນລຸຕາມວັດຖຸປະສົງທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້. ການສ້າງແຜນ ແມ່ນການເລືອກທາງເລືອກກ່ຽວກັບສິ່ງຕ່າງໆ ບໍ່ວ່າຈະເປັນວັດຖຸປະສົງ ແລະ ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ. ໂດຍທົ່ວໄປ ຈະເປັນການຕອບຄຳຖາມຕໍ່ໄປນີ້: ຈະເຮັດຫຍັງ, ເປັນຫຍັງຕ້ອງເຮັດ, ມີໃຜແດ່, ຈະເຮັດຕອນໃດ, ເຮັດຢູ່ໃສ ແລະ ຈະເຮັດແນວໃດ.

ເພື່ອຮັບປະກັນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ, ຮັບປະກັນ ໃຫ້ກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບ ການຕ່າງໆເຂົ້າສູ່ຊີວິດຕົວຈິງຂອງສັງຄົມ ຈຶ່ງມີຄວາມຈຳເປັນຕ້ອງສ້າງແຜນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ໃນແຕ່ ລະໄລຍະ ( ໄລຍະ 5 ປີ, 1ປີ, 6 ເດືອນ, 3 ເດືອນ ).

**ສະຫຼຸບ:** ການສ້າງແຜນ ແມ່ນການກຳນົດສິ່ງທີ່ຈະເຮັດໄວ້ລ່ວງໜ້າແບບມີຂັ້ນຕອນລະອຽດ ຫຼື ທັກສະການສ້າງ ແຜນ ແມ່ນທັກສະພື້ນຖານກ່ຽວກັບການບໍລິຫານຈັດການລະບົບຄວາມຄິດ ຫຼື ຄວາມສາມາດໃນການຄິດສ້າງແຜນ ຫຼື ຄາດການລ່ວງໜ້າ ເພື່ອໃຫ້ບັນລຸຕາມເປົ້າໝາຍເຊັ່ນ ການຈັດລຳດັບຂັ້ນຕອນ, ຄວາມສຳຄັນ, ການຕັດສິນໃຈທີ່ ເດັດຂາດ, ການກຳນົດ ຫຼື ມອບໝາຍວຽກງານທີ່ເໝາະສົມກັບທັກສະ, ການສ້າງແຜນການດຳເນີນງານເປັນຕົ້ນ ຊຶ່ງ ເປັນທັກສະທາງຄວາມຄິດທີ່ເຮັດໃຫ້ສາມາດເຮັດວຽກສຳເລັດໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ.

##### 1.2. ຄວາມສຳຄັນ

ຄວາມສຳຄັນຂອງການສ້າງແຜນຄື ທຸກອົງກອນຄວນມີການສ້າງແຜນເພາະການສ້າງແຜນການຈະເຮັດ ໃຫ້ການເຮັດວຽກເກີດຜົນທີ່ໜ້າພໍໃຈ ແລະ ເປັນໄປຕາມຈຸດປະສົງ ແລະ ເປົ້າໝາຍທີ່ວາງໄວ້.

**ຄວາມສຳຄັນໃນການສ້າງແຜນການມີດັ່ງນີ້:**

- ຊ່ວຍໃຫ້ການບໍລິຫານວຽກງານໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ເປັນໄປຕາມເປົ້າໝາຍ ທີ່ວາງໄວ້;
- ຊ່ວຍໃຫ້ມີການປະຢັດບຸກຄະລາກອນ, ເວລາ ແລະ ງົບປະມານ;

- ຊ່ວຍໃຫ້ການກວດສອບ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງມີປະສິດທິພາບ;
- ຊ່ວຍໃນການປັບປຸງວິທີການດຳເນີນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຂອງໜ່ວຍງານລັດ.

### 1.3. ຈຸດປະສົງ

ການສ້າງແຜນການ ແລະ ແຜນງົບປະມານສຳລັບການເຄື່ອນໄຫວໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍຂອງກົມໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ແລະ ພະແນກຍຸຕິທຳແຂວງ ແມ່ນເພື່ອໃຫ້ສາມາດວາງແຜນນຳໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທີ່ມີຢູ່ໃຫ້ເກີດຜົນປະໂຫຍດສູງສຸດ ແລະ ໃຫ້ໄດ້ຕາມຈຸດປະສົງ, ຄາດໝາຍທີ່ວາງໄວ້.

ຈຸດປະສົງໃນການສ້າງແຜນໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍມີດັ່ງນີ້:

- ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜູ້ດຳເນີນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ມີບ່ອນອີງໃນການສ້າງແຜນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ໃຫ້ບັນລຸຕາມເປົ້າໝາຍ;
- ເພື່ອເຮັດໃຫ້ເປັນບັນທັດຖານໃນການດຳເນີນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ;
- ເພື່ອເຮັດໃຫ້ພະນັກງານຜູ້ທີ່ຈະດຳເນີນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ໄດ້ສຶກສາ ແລະ ຄົ້ນຄວ້າກ່ອນທີ່ຈະໄປໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ.

ນອກນັ້ນ, ຍັງມີຈຸດປະສົງເພື່ອຍົກລະດັບຄວາມຮູ້, ຄວາມສາມາດ ແລະ ບັນດາເຕັກນິກຕ່າງໆກ່ຽວກັບວຽກງານໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍໃຫ້ແກ່ພະນັກງານໂຄສະນາຂອງຂະແໜງການຍຸຕິທຳຂັ້ນສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ, ໃຫ້ມີທັກສະໃນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍເຊັ່ນ ທັກສະໂຄສະນາທາງປາກເປົ່າ, ທັກສະຂຽນບົດອະທິບາຍກົດໝາຍລົງໂຄສະນາຜ່ານສື່ສິ່ງພິມຕ່າງໆ, ວິທີການເກັບກຳຂໍ້ມູນສະຖິຕິການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ເຕັກນິກ ແລະ ທັກສະອື່ນໆ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງຈະໄດ້ຮຽນຮູ້ເຕັກນິກ ແລະ ທັກສະການເປັນພິທີກອນ, ການສຳພາດ, ການລາຍງານຂ່າວທາງໂທລະພາບ, ການຕັດຕໍ່ວິດີໂອ ແລະ ເຕັກນິກອື່ນໆກ່ຽວຂ້ອງກັບວຽກໂທລະພາບ ເພື່ອຮັບປະກັນໃຫ້ວຽກງານດັ່ງກ່າວສາມາດດຳເນີນໄປໄດ້ ແລະ ເປັນສື່ກາງທາງຂໍ້ມູນຂ່າວສານດ້ານກົດໝາຍກໍຄືວຽກງານຂະແໜງການຍຸຕິທຳໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດໃຫ້ສັງຄົມຮັບຮູ້ຢ່າງທົ່ວເຖິງ ແລະ ກວ້າງຂວາງ.

### 1.4. ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍສາມາດຄາດຄະເນຜົນໄດ້ຮັບດັ່ງນີ້:

- 1) ສາມາດປຸກລະດົມ, ສ້າງສະຕິເຄົາລົບ ແລະ ປະຕິບັດກົດໝາຍໃຫ້ແກ່ພົນລະເມືອງໄດ້ທົ່ວເຖິງດ້ວຍຫຼາຍຮູບແບບ;
- 2) ສາມາດຕິຖອຍດ້ານແນວຄິດຂອງກຸ່ມຄົນທີ່ບໍ່ຫວັງດີຕໍ່ພັກ, ລັດ ແລະ ປະຊາຊົນ;
- 3) ປະຊາຊົນສາມາດເຂົ້າເຖິງກົດໝາຍໄດ້ງ່າຍຂຶ້ນ ແລະ ເຮັດໃຫ້ພວກເຮົາສາມາດຮັບຮູ້ບັນຫາຕ່າງໆທີ່ຕິດພັນກັບປະຊາຊົນໂດຍສະເພາະຄວາມຂັດຂ້ອງໜອງໃຈ ຫຼື ບັນຫາທາງດ້ານກົດໝາຍໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນ;
- 4) ຍົກສູງບົດບາດວຽກງານໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍກໍຄືບົດບາດຂອງຂະແໜງການຍຸຕິທຳໃຫ້ສູງເດັ່ນຂຶ້ນ;
- 5) ພວກເຮົາຈະມີພະນັກງານວິຊາການທີ່ມີຄວາມຮູ້, ຄວາມສາມາດດ້ານຕ່າງໆ ເພື່ອເຮັດວຽກງານດັ່ງກ່າວໃຫ້ມີຄຸນນະພາບດີຂຶ້ນ;
- 6) ສ້າງນັກໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍທີ່ມີຄຸນນະພາບດີຢູ່ຂັ້ນທ້ອງຖິ່ນ;
- 7) ຈະເຮັດໃຫ້ຕາມາງໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍຂອງພວກເຮົາໄດ້ຮັບການພັດທະນາ ແລະ ທັນສະໄໝຫຼາຍຂຶ້ນ, ທັງສາມາດສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານທາງດ້ານກົດໝາຍ ແລະ ລາຍງານຜົນຂອງການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍຢ່າງເປັນປົກກະຕິຕໍ່ເນື່ອງ.

### 1.5. ວິທີການສ້າງແຜນການ

ແຜນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ປະກອບດ້ວຍ ແຜນວຽກ, ແຜນບຸກຄະລາກອນ ແລະ ແຜນງົບປະມານ.

### 1) ແຜນວຽກ

ແຜນວຽກໃນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍຕ້ອງກຳນົດລາຍລະອຽດໃນແຜນການດັ່ງນີ້:

- **ການກະກຽມ**

- ຈຸດປະສົງ;
- ລະດັບຄາດໝາຍ;
- ວາລະກອງປະຊຸມ;
- ບົດກ່າວເປີດ-ກ່າວປິດພິທີ;
- ສະຖານທີ່ ຈະດຳເນີນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ;
- ເນື້ອໃນໂຄສະນາເຜີຍແຜ່;
- ພາຫະນະ, ອຸປະກອນ, ເອກະສານກົດໝາຍ ແລະ ເອກະສານອື່ນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ;
- ການປະສານສົມທົບກັບອົງການອື່ນທີ່ຈະໂຄສະນາເຜີຍແຜ່;
- ການປະສານສົມທົບກັບບ່ອນທີ່ຈະລົງໄປເຜີຍແຜ່ ເຊັ່ນ ສະເໜີອອກແຈ້ງການ ແລະ ບັດເຊີນແຂກເຂົ້າຮ່ວມ;
- ຂໍ້ຕົກລົງຂໍອະນຸມັດໄປໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ.

- **ການດຳເນີນກອງປະຊຸມ**

- ການລົງທະບຽນ;
- ການແຈກຢາຍເອກະສານກົດໝາຍພ້ອມດ້ວຍວາລະກອງປະຊຸມ;
- ພິທີເປີດກອງປະຊຸມ;
- ການດຳເນີນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ;
- ກອງເລຂາບັນທຶກ, ສັງລວມບັນຫາທີ່ຜິ່ນເຕັ້ນເພື່ອໃຫ້ປະທານກອງປະຊຸມຍົກຂຶ້ນ ໃນເວລາປິດກອງປະຊຸມ;
- ການປະເມີນກອງປະຊຸມກ່ຽວກັບວິທະຍາກອນ, ເນື້ອໃນ, ກຳນົດເວລາຂອງກອງປະຊຸມ ແລະ ອື່ນໆ;
- ພິທີປິດ: ການມອບໃບຢັ້ງຢືນ(ຖ້າມີ) ແລະ ປະທານກ່າວປິດກອງປະຊຸມ.

- **ການສະຫຼຸບຕິລາຄາ ແລະ ຖອດຖອນບົດຮຽນ**

ຜ່ານການດຳເນີນກອງປະຊຸມເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ໃນແຕ່ລະຄັ້ງແລ້ວຕ້ອງສະຫຼຸບຕິລາຄາ ແລະ ຖອດຖອນບົດຮຽນ ຊຶ່ງມີເນື້ອໃນດັ່ງນີ້:

- ຈຸດດີ;
- ຈຸດອ່ອນ ແລະ ຂໍ້ຄົງຄ້າງ;
- ສາເຫດທີ່ພາໃຫ້ມີຈຸດດີ, ຈຸດອ່ອນ ແລະ ຂໍ້ຄົງຄ້າງ;
- ການຖອດຖອນບົດຮຽນບັນຫາເດັ່ນກ່ຽວກັບ ເປົ້າໝາຍ, ເນື້ອໃນ, ວິທະຍາກອນ, ຮູບການ ແລະ ວິທີການ, ກຳນົດເວລາ, ສະຖານທີ່, ງົບປະມານ, ພາຫະນະ, ອຸປະກອນຮັບໃຊ້, ການປະສານສົມທົບ ແລະ ອື່ນໆ.

## 2. ທັກສະການຮ່າງເອກະສານໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ

ເອກະສານເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ເປັນຮູບການໜຶ່ງ ແລະ ເປັນພາຫະນະປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການຍົກສູງປະສິດທິຜົນຂອງວຽກງານເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ເອກະສານດັ່ງກ່າວຖືກສະແດງອອກດ້ວຍການໃຊ້ພາສາທີ່ຮັບປະກັນ ລັກສະນະຈະແຈ້ງ, ຊັດເຈນ, ເຂົ້າໃຈງ່າຍ ຊຶ່ງຈະເຮັດໃຫ້ກົດໝາຍເຂົ້າເຖິງປະຊາຊົນ ແຕ່ຕົວເມືອງຫາຊົນນະບົດລວມທັງຢູ່ເຂດພູດອຍ, ຫ່າງໄກສອກຫຼີກໄດ້ຢ່າງງ່າຍດາຍ, ປະກອບສ່ວນເຮັດໃຫ້ກົດໝາຍ ກາຍເປັນສິ່ງໃກ້ຊິດກັບປະຊາຊົນຢ່າງ “ເຂົ້າໃຈງ່າຍ, ເຫັນໄດ້ງ່າຍ, ປະຕິບັດງ່າຍ”. ສະນັ້ນ, ສາມາດເວົ້າໄດ້ວ່າເອກະສານໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ມີບົດບາດສຳຄັນທີ່ສຸດໃນການເຄື່ອນໄຫວເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ເປັນຕຳລາ, ເປັນພາຫະນະ, ອຸປະກອນການເຄື່ອນໄຫວຂອງຜູ້ທີ່ເຮັດວຽກງານເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ສ້າງເງື່ອນໄຂໃຫ້ເຂົາເຈົ້າສາມາດບັນລຸໄດ້ຕາມລະດັບຄາດໝາຍທີ່ວາງໄວ້.

ເອກະສານໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ມີຫຼາຍປະເພດເຊັ່ນ ໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາ, ປຶ້ມກົດໝາຍ, ປຶ້ມແນະນຳ, ປຶ້ມອະທິບາຍກົດໝາຍ, ປຶ້ມຖາມ-ຕອບກ່ຽວກັບກົດໝາຍ, ແຜ່ນຜັບ, ປະຕິບັດ ແລະ ອື່ນໆ, ແຕ່ລະປະເພດອາດຈະນຳໃຊ້ໃນຫຼາຍຮູບການໂຄສະນາທີ່ແຕກຕ່າງກັນ.

- ໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາກົດໝາຍ: ປົກກະຕິແມ່ນນຳໃຊ້ໃນການໂຄສະນາທາງປາກເປົ່າ (ການຝຶກຫັດ, ການປາຖະກະຖາກົດໝາຍ) ຫຼືການໂຄສະນາຜ່ານລະບົບວິທະຍຸ, ໂທລະໂຄງແລະ ອື່ນໆ;

- ປຶ້ມແນະນຳ, ປຶ້ມອະທິບາຍກົດໝາຍ, ປຶ້ມຖາມ-ຕອບກ່ຽວກັບກົດໝາຍ ອາດຈະນຳໃຊ້ໃນການໄກ່ເກ່ຍ, ການຊ່ວຍເຫຼືອດ້ານກົດໝາຍ ແລະທາງວິທະຍຸ, ໂທລະພາບຫຼືປະຊາຊົນມີຄວາມຕ້ອງການຊອກຮູ້ກົດໝາຍ ກໍສາມາດຄົ້ນຄ້ວາ, ນຳໃຊ້ໂດຍກົງ;

- ປຶ້ມຄົ້ນຄວ້າ, ແນະນຳ, ອະທິບາຍກົດໝາຍ ປົກກະຕິແມ່ນນຳໃຊ້ໃນວຽກງານສຶດສອນແລະຮຳຮຽນກົດໝາຍຢູ່ຕາມສະຖາບັນການສຶກສາຊັ້ນຕ່າງໆ, ນອກຈາກນີ້ອາດຈະສົມທົບນຳໃຊ້ຮູບການອື່ນໆອີກ.

ໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາກົດໝາຍ ແມ່ນເອກະສານທີ່ນຳໃຊ້ເພື່ອໂຄສະນາອະທິບາຍ, ແນະນຳ, ເຜີຍແຜ່ນິຕິກຳໜຶ່ງໆ, ບັນຫາກົດໝາຍໜຶ່ງໆ ຊຶ່ງຜູ້ນຳໃຊ້ອາດຈະອີງໃສ່ມັນເພື່ອຄົ້ນຄວ້າເນື້ອໃນເອກະສານ, ຈຸດສຳຄັນຕ່າງໆທີ່ຕ້ອງສຸມໃສ່ໂຄສະນາ, ເຜີຍແຜ່ຫຼືເພື່ອແຕ່ງເອກະສານໂຄສະນາອື່ນໆຢ່າງຕິດແທດຕົວຈິງ, ມີຊີວິດຊີວາ, ສອດຄ່ອງກັບສະພາບ, ກັບເປົ້າໝາຍ, ຮັບປະກັນໃຫ້ເປົ້າໝາຍລະອຽດມີຄວາມເຂົ້າໃຈຢ່າງຊັດເຈນຕໍ່ເນື້ອໃນຂອງເອກະສານ ແລະປະຕິບັດຢ່າງເປັນເອກະພາບ. ໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາຍັງມີໜ້າທີ່ແນະນຳ, ຊີ້ນຳການຈັດຕັ້ງຜັນຂະຫຍາຍການໂຄສະນາກົດໝາຍ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແຕ່ລະເປົ້າໝາຍ, ແຕ່ລະພື້ນທີ່. ສະນັ້ນ, ໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາກົດໝາຍ ຍາມໃດກໍຮັກສາທີ່ຕັ້ງອັນສຳຄັນໃນວຽກງານຊີ້ນຳ, ຈັດຕັ້ງການເຜີຍແຜ່, ສຶກສາອົບຮົມກົດໝາຍ<sup>1</sup>.

### ເປົ້າໝາຍທີ່ນຳໃຊ້ໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາ:

<sup>1</sup>ປອ ຈອມຄຳ ບຸບຜາລິວັນປຶ້ມຄູ່ມືວຽກງານເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ປີ 2008, ໜ້າ 23.

ເປົ້າໝາຍທີ່ນຳໃຊ້ໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາແມ່ນມີຫຼາຍ, ແຕ່ປົກກະຕິແມ່ນນັກປາຖະກະຖາກິດໝາຍ, ນັກໂຄສະນາກິດໝາຍ, ນັກຂ່າວໜັງສືພິມ, ວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ພະນັກງານເຜີຍແຜ່ກິດໝາຍ, ບັນດາອົງການຍຸຕິທຳທ້ອງຖິ່ນແລະ ໜ່ວຍງານກິດໝາຍ ຢູ່ຂະແໜງການຕ່າງໆ. ເປົ້າໝາຍແຕ່ລະປະເພດມີຄວາມຕ້ອງການ, ມີວິທີການນຳໃຊ້ແລະມີຈຸດປະສົງສະເພາະ, ດ້ວຍເຫດນີ້ເພື່ອສ້າງເງື່ອນໄຂໃຫ້ແກ່ເປົ້າໝາຍຕ່າງໆສາມາດນຳໃຊ້ໂຄງຮ່າງຢ່າງມີໄຫວພົບ, ງ່າຍດາຍແລະຊຸດຄົ້ນຜົນປະໂຫຍດສູງສຸດນັ້ນການສ້າງໂຄງຮ່າງຈະຕ້ອງຮັບປະກັນບາງມາດຕະຖານກ່ຽວກັບຮູບການ, ເນື້ອໃນແລະກຳນົດເວລາດັ່ງນີ້:

- **ກ່ຽວກັບຮູບການ:** ໂຄງປະກອບຂອງໂຄງຮ່າງຕ້ອງຈະແຈ້ງ, ພາສາທີ່ນຳໃຊ້ໃນໂຄງຮ່າງຕ້ອງແມ່ນພາສາມວນຊົນ (ມະຫາຊົນ), ໃຊ້ປະໂຫຍກຄຳເວົ້າທີ່ງ່າຍດາຍ, ສັ້ນແລະຈະແຈ້ງ.
- **ກ່ຽວກັບເນື້ອໃນ:** ໂຄງຮ່າງຕ້ອງສ້າງເງື່ອນໄຂໃຫ້ຜູ້ນຳໃຊ້ເຂົ້າໃຈຖືກຕ້ອງກັບຈຸດປະສົງ, ຄວາມໝາຍສຳຄັນຂອງການອອກນິຕິກຳ, ເຂົ້າໃຈຊັດເຈນຕໍ່ຂໍ້ກຳນົດຂອງກິດໝາຍ, ກຳໄດ້ເນື້ອໃນຕົ້ນຕໍ, ບັນຫາພື້ນຖານຕ່າງໆຂອງນິຕິກຳ, ການໝູນໃຊ້ນິຕິກຳໃນບັນດາສາຍພົວພັນກິດໝາຍ.
- **ກ່ຽວກັບກຳນົດເວລາ:** ເພື່ອຮັບປະກັນໃຫ້ນິຕິກຳ ທ່ວງທັນກັບສະຖານະການນັ້ນຈະຕ້ອງໄດ້ແຕ່ງໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາແລະສະໜອງຢ່າງທັນການໃຫ້ແກ່ເປົ້າໝາຍຕ່າງໆເພື່ອຈັດຕັ້ງຜັນຂະຫຍາຍໂຄສະນາ, ເຜີຍແຜ່ກ່ອນມື້ທີ່ນິຕິກຳ ມີຜົນສັກສິດທາງດ້ານກິດໝາຍ, ສ້າງຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ຂະບວນການປະຕິບັດແລະນຳໃຊ້ກິດໝາຍ.

**2.1. ພາກສະເໜີ**

ໃນພາກສະເໜີ ປະກອບມີພາກບົດບັນຍັດທົ່ວໄປ ແລະ ພາກສະເໜີແນະນຳນິຕິກຳ.

**ພາກບົດບັນຍັດທົ່ວໄປ:** ສ່ວນຫຼາຍໃນພາກນີ້ແມ່ນຍົກໃຫ້ເຫັນຄວາມຈຳເປັນ, ຈຸດປະສົງ, ຄວາມໝາຍສຳຄັນຂອງການອອກນິຕິກຳນັ້ນໆແລະໃນພາກນີ້ກໍຄວນຍົກໃຫ້ເຫັນແຫຼ່ງກິດໝາຍ ຂອງນິຕິກຳ (ເລີ່ມຈາກລັດຖະທຳມະນູນ, ກິດໝາຍ ຫຼືນິຕິກຳອື່ນໆ),ທີ່ຕັ້ງ, ບົດບາດຂອງນິຕິກຳໃນການດັດສິມສາຍພົວພັນຕ່າງໆໃນສັງຄົມ;

ທັດສະນະ ແລະ ບັນດາຫຼັກການຊີ້ນຳການສ້າງນິຕິກຳ, ຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການຂອງການຄຸ້ມຄອງລັດ, ຄຸ້ມຄອງສັງຄົມຢູ່ໃນການດຳລົງຊີວິດປະຈຳວັນ.

**ພາກສະເໜີແນະນຳນິຕິກຳ:** ນຳສະເໜີ ໂຄງປະກອບຂອງນິຕິກຳ: ຈຳນວນພາກ, ໝວດ, ຊື່ຂອງແຕ່ລະພາກ, ໝວດ, ຈຳນວນມາດຕາໃນແຕ່ລະພາກ, ໝວດເພື່ອໃຫ້ຜູ້ນຳໃຊ້ສາມາດສຳນຶກໄດ້ຢ່າງລວມໆເນື້ອໃນຂອງນິຕິກຳ;

ເນື້ອໃນຕົ້ນຕໍຂອງນິຕິກຳ: ໜ້າທີ່ຂອງນິຕິກຳ; ເປົ້າໝາຍດັດປັບ, ຂອບເຂດດັດປັບຂອງນິຕິກຳ, ບັນດາຫຼັກການລວມ ທີ່ຄອບງຳຂໍ້ກຳນົດຕ່າງໆ ຢູ່ໃນນິຕິກຳ, ບັນຫາຕ່າງໆ ທີ່ພົວພັນເຖິງເນື້ອໃນຂອງນິຕິກຳ, ຄວາມໝາຍຂອງບັນດາຂໍ້ກຳນົດໃນນິຕິກຳ.

ບັນຫາໃໝ່ຢູ່ໃນນິຕິກຳ ທຽບໃສ່ກິດໝາຍ ທີ່ນຳໃຊ້ໃນປະຈຸບັນ. ຈຸດທີ່ປັບປຸງ, ເພີ່ມເຕີມ, ເຫດຜົນໃນການປັບປຸງ, ເພີ່ມເຕີມ, ຄວາມໝາຍ ຂອງການປັບປຸງ, ເພີ່ມເຕີມ, ກໍລະນີຈຳເປັນອາດຈະຍົກໃຫ້ເຫັນບາງບັນຫາທີ່ເກີດມີການຖືກຖຽງກັນ, ບັນຫາທີ່ຍັງບໍ່ທັນໄດ້ຮັບການແກ້ໄຂ.

ສິດ, ພັນທະຂອງເຈົ້າກຳຕ່າງໆ ແລະ ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນພົວພັນ, ບັນດາຂໍ້ກຳນົດ ແລະ ລະບຽບວິທີທີ່ຕ້ອງປະກອບ; ທີ່ຕັ້ງຂອງນິຕິກຳ ໃນລະບົບກົດໝາຍ ປະຈຸບັນ, ເອກະສານນິຕິກຳທີ່ຈະອອກເພີ່ມເຕີມ (ຖ້າມີ).

## 2.2. ພາກດຳເນີນ

ພາກການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດເປັນພາກແນະນຳຜູ້ທີ່ນຳໃຊ້ໂຄງຮ່າງຊຶ່ງຕົ້ນຕໍແມ່ນບັນດານັກປາຖະກະຖາ, ນັກໂຄສະນາກົດໝາຍ, ການຈັດຕັ້ງສື່ມວນຊົນຕ່າງໆ. ໃນພາກນີ້ຈະຕ້ອງໃຫ້ຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງບັນດາບັນຫາເຊັ່ນ:

- ບັນຫາສຳຄັນ, ຕົ້ນຕໍທີ່ຕ້ອງໂຄສະນາ, ເອົາການໂຄສະນານິຕິກຳຕິດພັນກັບການປະຕິບັດບັນດາທິດນຳໃຫຍ່ໆ, ຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການໃນການຄຸ້ມຄອງຂອງຂະແໜງການ, ຂອງທ້ອງຖິ່ນ;
- ມາດຕະການໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ, ວິທີການແລະຮູບການໂຄສະນາໃຫ້ແຕ່ລະເປົ້າໝາຍ, ແຕ່ລະພື້ນທີ່ໂດຍອີງໃສ່ຄວາມຕ້ອງການຂອງເປົ້າໝາຍ ແລະເງື່ອນໄຂທາງດ້ານເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຂອງທ້ອງຖິ່ນໂດຍສະເພາະແມ່ນເອົາໃຈໃສ່ຕໍ່ເປົ້າໝາຍ ທີ່ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການໂຄສະນາເປັນພິເສດ;
- ທິດທາງການປະສານສົມທົບລະຫວ່າງຂະແໜງການຍຸຕິທຳ, ຂະແໜງການຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ຂະແໜງການສື່ມວນຊົນໃນການຈັດຕັ້ງການໂຄສະນານິຕິກຳ.

## 2.3. ພາກສະຫຼຸບ

ພາກສະຫຼຸບ ແມ່ນພາກສັງລວມມ້ວນທ້າຍ, ເນັ້ນໜັກບັນຫາສຳຄັນພື້ນຖານຂອງບົດ ດ້ວຍປະໂຫຍກຄຳສັບທີ່ສັ້ນ, ຮັດກຸມ.

ພາກເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ (ຖ້າມີ). ຕາມຄວາມອາດສາມາດເປັນໄປໄດ້, ໃນໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາຄວນລະບຸເອກະສານອ້າງອີງຕ່າງໆເຊັ່ນ ສະຖິຕິ, ການພິສູດ, ສົມທຽບ, ປະໂຫຍກ, ຄຳເວົ້າຂອງບັນດານັກປາດ, ນັກວິທະຍາສາດ, ນັກກະວີ, ຜູ້ນຳ, ແນວທາງ, ນະໂຍບາຍຂອງພັກ ແລະ ອື່ນໆ ເພື່ອເນັ້ນໜັກ, ເປີດກວ້າງບັນດາບັນຫາທີ່ມີຢູ່ໃນໂຄງຮ່າງ.

## 2.4. ພາກຖາມ-ຕອບ

ການຕັ້ງຄຳຖາມແມ່ນມີຄວາມຈຳເປັນແລະ ສຳຄັນສຳລັບຜູ້ໃຫ້ຄວາມຮູ້, ການຕັ້ງຄຳຖາມທີ່ດີຄວນມີລັກສະນະສະເພາະ, ເຈາະຈົງ, ຊັດເຈນແລະສອດຄ່ອງກັບຄຳຕອບທີ່ເຮົາຕ້ອງການ.

### 2.4.1. ການຕັ້ງຄຳຖາມ

#### 1) ຄຸນປະໂຫຍດຂອງການຕັ້ງຄຳຖາມ

ການຕັ້ງຄຳຖາມແມ່ນເປັນເຄື່ອງມືເພີ່ມເຕີມທີ່ສຳຄັນຫຼາຍທີ່ສຸດເພື່ອ:

- ສົ່ງເສີມທັກສະການຄິດ, ກະຕຸ້ນຄວາມສົນໃຈເຮັດໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມສົນໃຈໃນການຮຽນຫຼາຍຂຶ້ນ;
- ຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມມີສ່ວນຮ່ວມໃນກິດຈະກຳ;
- ໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນທີ່ຄົບຖ້ວນ, ຫຼາກຫຼາຍແລະໄດ້ຮັບຄຳເຫັນໃນຫຼາຍແງ່ມຸມ;
- ຜູ້ໃຫ້ຄວາມຮູ້ສາມາດຕີລາຄາໄດ້ວ່າຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມມີຄວາມຮັບຮູ້ລະດັບໃດ;
- ໃຫ້ຜູ້ໃຫ້ຄວາມຮູ້ເຂົ້າໃຈເລິກເຊິ່ງຕື່ມຈາກຄຳຕອບຂອງຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມ;

- ພາໃຫ້ໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນທີ່ຖືກຕ້ອງ, ແມ່ນຢາແລະຊັດເຈນ.

ເວົ້າລວມແລ້ວ, ການຕັ້ງຄຳຖາມຈະມີຄຸນປະໂຫຍດແກ່ຜູ້ໃຫ້ຄວາມຮູ້ແລະຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມໄດ້ ຈຳເປັນຕ້ອງຮູ້ວິທີຕັ້ງຄຳຖາມທີ່ຖືກຕ້ອງ.

## 2) ວິທີຕັ້ງຄຳຖາມ

ວິທີຕັ້ງຄຳຖາມທີ່ຖືກຕ້ອງຄວນປະຕິບັດດັ່ງນີ້:

- ຄຳຖາມຄວນຊັດເຈນ, ເຈາະຈົງແລະໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຄຳຕອບທີ່ເຮົາຢາກໄດ້.

- ຄວນເລືອກໃຊ້ຄຳສັບທີ່ເໝາະສົມ ແລະ ເຂົ້າໃຈງ່າຍ ເພາະຖ້າໃຊ້ຄຳສັບເຕັກນິກ (ຄຳສັບວິຊາການ) ແບບຍາກຕັ້ງແຕ່ຫົວທີ (ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມບໍ່ຄຸ້ນເຄີຍກັບຄຳສັບນີ້ມາກ່ອນ) ຈະພາໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມບໍ່ເຂົ້າໃຈ, ສັບສິນ, ບໍ່ສາມາດຕອບໄດ້ ແລະ ຈະສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມ, ເຮັດໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມຮູ້ສຶກບໍ່ໝັ້ນໃຈ ແລະ ບໍ່ກ້າຈະປະກອບຄຳເຫັນໃນຄັ້ງຕໍ່ໄປ.

□ ຜູ້ໃຫ້ຄວາມຮູ້ຕ້ອງໄດ້ຮັບການພັດທະນາທັກສະໃນການຕັ້ງຄຳຖາມ ໂດຍການໃຊ້ຄຳຖາມເພື່ອຊອກຮູ້ວ່າ<sup>2</sup>:

- ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມມີຄວາມຮູ້ຫຍັງແດ່ ກ່ຽວກັບຫົວຂໍ້ນັ້ນ;

- ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມໄດ້ຮຽນຮູ້ຫຍັງແດ່ ຫຼັງຈາກການບັນຍາຍຂອງຜູ້ໃຫ້ຄວາມຮູ້;

- ເພື່ອຊອກຮູ້ໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມຄົ້ນຄິດຢ່າງເລິກເຊິ່ງຂຶ້ນຕື່ມກ່ຽວກັບສິ່ງທີ່ເຂົາເຈົ້າກຳລັງຮຽນຢູ່.

□ ໃນການຕັ້ງຄຳຖາມຜູ້ໃຫ້ຄວາມຮູ້ຄວນປະຕິບັດດັ່ງນີ້:

- ຄວນໃຫ້ຄວາມສົນໃຈແກ່ຄຳຕອບຂອງຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມ, ສາມາດຍ້ອງຍໍຕໍ່ການຕອບຄຳຖາມຫຼືອາດເພີ່ມເຕີມບາງຄຳຕອບໃຫ້ແກ່ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມຊຶ່ງເຫັນວ່າມັນຈະເປັນປະໂຫຍດໃຫ້ແກ່ການຮຽນກ່ຽວກັບຫົວຂໍ້ດັ່ງກ່າວ;

- ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວ, ຜູ້ໃຫ້ຄວາມຮູ້ຄວນວາງຄຳຖາມໃຫ້ແກ່ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມທຸກຄົນແລະລໍຖ້າຈົນກວ່າຜູ້ໃຫ້ຄວາມຮູ້ຄິດວ່າຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມກຽມຄຳຕອບໄດ້ແລ້ວ, ຈາກນັ້ນຈຶ່ງໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມຄົນໃດຄົນໜຶ່ງຕອບຄຳຖາມ. ເຮັດຄືແນວນີ້ຈະຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມທຸກຄົນເຂົ້າມາມີສ່ວນຮ່ວມໃນການຄົ້ນຄິດກ່ຽວກັບຄຳຖາມ;

- ຕັ້ງຄຳຖາມໃຫ້ທົ່ວເຖິງ, ບໍ່ຄວນຖາມຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມຜູ້ເກົ່າເລື້ອຍໆແລະຄວນຖາມເທື່ອລະຄຳຖາມ;

- ຊ່ວຍເຫຼືອຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມໂດຍການຈັດລຽງປະໂຫຍກຄຳຖາມຄືນ, ຖ້າວ່າຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມພົບຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການຕອບຄຳຖາມຫຼືອາດປັບປ່ຽນຄຳຖາມໃຫ້ເຂົ້າໃຈງ່າຍຂຶ້ນຫຼືເວລາທີ່ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມພະຍາຍາມຕອບຄຳຖາມຢູ່ນັ້ນການຊື່ຊ່ອງທາງແມ່ນສິ່ງທີ່ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມຕ້ອງການເພື່ອໃຫ້ໄດ້ມາຊຶ່ງຄຳຕອບທີ່ຖືກຕ້ອງ;

- ຄວນກວດແກ້ຄຳຕອບທີ່ຜິດໂດຍບໍ່ໃຫ້ແຕະຕ້ອງເຖິງຄວາມຮູ້ສຶກຂອງຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມໃນການຕອບຄຳຖາມ.

### 2.4.2. ການຕອບຄຳຖາມ

ການຕອບຄຳຖາມຄວນປະຕິບັດດັ່ງນີ້:

- ອ່ານຄຳຖາມ ຫຼື ຝັງຄຳຖາມດ້ວຍຄວາມຕັ້ງອີກຕັ້ງໃຈ: ເພື່ອສະແດງໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມທີ່ຖາມເຫັນວ່າທ່ານຈິດຈໍ່ຕໍ່ຄຳຖາມ;

<sup>2</sup>ກະຊວງສຶກສາທິການ ແລະ ກິລາ, ກົມສ້າງຄູ, ການວິໄຈພາກປະຕິບັດສໍາລັບນັກສຶກສາລາວ, ປີ 2002

- ຈົ່ງລົ້ມຄຳຖາມຄືນ: ເພື່ອໃຫ້ທ່ານເຂົ້າໃຈຄຳຖາມຢ່າງຈະແຈ້ງແລະນອກນັ້ນຍັງເຮັດໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມທຸກຄົນ ໄດ້ຍິນຄຳຖາມແລະຄຳຕອບ;

- ຖ້າຈຳເປັນອາດຈະສ້າງຄຳຖາມແບບງ່າຍໆ ຫຼື ແຈ້ງບອກຄຳຖາມໃນຫຼາຍທິດທາງທີ່ແຕກຕ່າງກັນເພື່ອ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມເຂົ້າໃຈງ່າຍຂຶ້ນ;

- ຄຳຕອບຄວນສັ້ນແລະຄວນບັນລະຍາຍໂດຍກົງຕໍ່ຄຳຖາມ;

- ຍັງຍິນວ່າຄຳຕອບແມ່ນບົ່ງເຖິງຄຳຖາມ: ເພື່ອສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າຄຳຖາມໄດ້ຮັບຄຳຕອບ ດ້ວຍຄວາມພໍ ໃຈຂອງຜູ້ຖາມແລະບໍ່ມີຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດໃດໆເກີດຂຶ້ນກ່ຽວກັບຄຳຖາມ;

- ບໍ່ຄວນອ້າງວ່າຕົນເອງຮູ້ຄຳຕອບ, ຖ້າທ່ານບໍ່ຮູ້ຄຳຕອບທີ່ຊັດເຈນແລ້ວທ່ານກໍຄວນບອກກັບຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມວ່າ ທ່ານບໍ່ຮູ້ ຫຼື ບໍ່ແນ່ໃຈ, ຈາກນັ້ນທ່ານກໍຄວນແນະນຳຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມໄດ້ຮູ້ບ່ອນທີ່ສາມາດຄົ້ນພົບຫຼືໄດ້ຄຳຕອບທີ່ຊັດເຈນ.

**ສະຫລຸບ:** ການຕັ້ງຄຳຖາມ ແລະ ການຕອບຄຳຖາມນອກຈາກຈະແມ່ນວິທີການສຶກສາອີກວິທີໜຶ່ງ ຄືດັ່ງທີ່ ໄດ້ກ່າວມາແລ້ວ, ແຕ່ການຕັ້ງບັນຫາຖາມ-ຕອບນີ້ຜັດແມ່ນການສະແດງເຖິງທັກສະແລະຄວາມຮັບຮູ້ບັນຫານອກ . ຖ້າຕັ້ງຄຳຖາມແລະຕອບຄຳຖາມໄດ້ດີກໍຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມກຳແໜ້ນ ບັນຫາໄດ້ດີແລະຮູ້ຈັກຍົກບັນຫາເພື່ອ ສົນທະນານຳອີກ<sup>3</sup>.

### 3. ຂັ້ນຕອນທີ່ຈຳເປັນໃນການຂຽນໂຄງຮ່າງ

**ຂັ້ນຕອນທີ 1:** ເພື່ອຂຽນໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາກົດໝາຍບົດໜຶ່ງໆ ກ່ອນອື່ນໝົດຜູ້ຂຽນຕ້ອງຄົ້ນຄວ້າກົດໝາຍ ທີ່ຕ້ອງເຜີຍແຜ່ນັ້ນຢ່າງລະອຽດເພື່ອກຳໃຫ້ໄດ້ຈິດໃຈ, ເນື້ອໃນຕົ້ນຕໍແລະ ຄວາມໝາຍສຳຄັນຂອງມັນ, ກຳ ໄດ້ແນວຄິດຊື່ນຳ ແລະບັນດາຫຼັກການຄອບງຳຕະຫຼອດໄລຍະເວລາການກະກຽມຮ່າງນິຕິກຳນັ້ນ; ກຳແໜ້ນເປົ້າ ໝາຍດັດປັບ, ຂອບເຂດການດັດປັບຂອງນິຕິກຳ ເປັນຕົ້ນແມ່ນເປົ້າໝາຍພິເສດທີ່ມີຂໍ້ກຳນົດດັດປັບສະເພາະເຊັ່ນ ເດັກນ້ອຍ, ແມ່ຍິງ ແລະ ອື່ນໆ ເພື່ອກຳນົດບັນດາບັນຫາຈຸດສຸມທີ່ຈະຕ້ອງໄດ້ເອົາໃຈໃສ່ໂຄສະນາຊ່ວຍໃຫ້ເປົ້າ ໝາຍສາມາດຊຸດຄົ້ນ, ນຳໃຊ້ໄດ້ຢ່າງງ່າຍດາຍ;

**ຂັ້ນຕອນທີ 2:** ເກັບກຳ ແລະຄົ້ນຄວ້າຢ່າງລະອຽດເອກະສານຕ່າງໆທີ່ພົວພັນໃນເວລາກະກຽມຮ່າງນິຕິກຳ ນັ້ນເຊັ່ນ ບົດສະເໜີກ່ຽວກັບການສ້າງຮ່າງນິຕິກຳ, ເອກະສານ (ມະຕິ) ຕ່າງໆຂອງພັກ, ບັນດານະໂຍບາຍຂອງລັດ, ເອກະສານຂອງພາຍໃນແລະຕ່າງປະເທດທີ່ພົວພັນເຖິງເນື້ອໃນຂອງນິຕິກຳ ເພື່ອໃຫ້ກຳໄດ້ທີ່ມາຂອງນິຕິກຳ (ຖ້າວ່າ ແມ່ນນິຕິກຳ ທີ່ວາງອອກເປັນເທື່ອທຳອິດ) ແລະຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການຕົວຈິງ, ພາວະວິໄສຊຶ່ງພົວພັນເຖິງເນື້ອໃນ ຕ່າງໆ ທີ່ຕ້ອງປັບປຸງ, ເພີ່ມເຕີມ (ສຳລັບນິຕິກຳທີ່ປັບປຸງ, ເພີ່ມເຕີມ);

**ຂັ້ນຕອນທີ 3:** ຊອກຮູ້ແລະ ກຳແໜ້ນເປົ້າໝາຍນຳໃຊ້, ຈຸດປະສົງຂອງການນຳໃຊ້ໂຄງຮ່າງເພື່ອສາມາດໃຫ້ ຄຳແນະນຳ, ທິດຊື່ນຳວິທີການ, ມາດຕະການໂຄສະນາທີ່ເໝາະສົມ;

<sup>3</sup> ຄູ່ມືການໃຫ້ຄວາມຮູ້ທາງດ້ານກົດໝາຍແກ່ປະຊາຊົນ ໂຄງການຮ່ວມມືລະຫວ່າງ ຄະນະນິຕິສາດ ແລະ ລັດຖະສາດ ກັບໂຄງການຊີດາ SIDA ປີ 2009, ໜ້າ 51-5

**ຂັ້ນຕອນທີ 4:** ຄົ້ນຄວ້າສະພາບທາງດ້ານເສດຖະກິດ, ສັງຄົມ, ຮິດຄອງ, ມູນເຊື້ອ, ສະພາບການລະເມີດກົດໝາຍ, ຄວາມຕ້ອງການໃນການຄຸ້ມຄອງຕໍ່ຂົງເຂດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນນິຕິກຳນັ້ນເພື່ອໄຈ້ແຍກເບິ່ງວ່າບັນຫາຕ່າງໆທີ່ຍົກຂຶ້ນມາຢູ່ໃນນິຕິກຳ ສາມາດຕອບສະໜອງໄດ້ຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການຂອງສັງຄົມແລະຂອງການຄຸ້ມຄອງແລ້ວຫຼືບໍ່, ປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການສະກັດກັ້ນການລະເມີດກົດໝາຍ ໃນຂົງເຂດນັ້ນຄືແນວໃດ;

**ຂັ້ນຕອນທີ 5:** ແຕ່ງ (ສ້າງ) ໂຄງຮ່າງ. ກ່ອນຈະຂຽນໂຄງຮ່າງສົມບູນນັ້ນປົກກະຕິຈະສ້າງໂຄງປະກອບຂອງໂຄງຮ່າງແລ້ວນຳສະເໜີການນຳຂອງຕົນ, ເມື່ອການນຳຜ່ານໃຫ້ແລ້ວກໍສາມາດ:

- ຂຽນໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາໂດຍກົງໂດຍອີງໃສ່ຜື້ນຖານໂຄງປະກອບຂອງໂຄງຮ່າງແລະເອກະສານຕ່າງໆທີ່ໄດ້ຄົ້ນຄວ້າມາແລ້ວ;
- ສົມທົບກັບອົງການທີ່ເຂົ້າຮ່ວມການຮ່າງນິຕິກຳນັ້ນເພື່ອສະເໜີ ໃຫ້ເຂົາເຈົ້າຊ່ວຍຂຽນຕາມໂຄງປະກອບຂອງໂຄງຮ່າງ.

**ຂັ້ນຕອນທີ 6:** ກວດແກ້ບົດໂຄງຮ່າງ.

**ຂັ້ນຕອນທີ 7:** ສຳເລັດບົດໂຄງຮ່າງ, ພິມ ແລະ ສົ່ງໃຫ້ເປົ້າໝາຍຕ່າງໆນຳໃຊ້<sup>4</sup>.

 **References:**

1. ດຳລັດວ່າດ້ວຍການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ນິຕິກຳ ຂອງ ສປປ ລາວ ປີ 2022;
2. ປະມວນເອກະສານຝຶກອົບຮົມທັກສະການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ຈັດພິມໂດຍ ສະຖາບັນຍຸຕິທຳແຫ່ງຊາດ, ສປປລາວ, ປີ 2020;
3. ປຶ້ມໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ນິຕິກຳ, ຈັດພິມໂດຍ ກົມໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ກະຊວງຍຸຕິທຳ ສປປ ລາວ, ປີ 2020;
4. ກະຊວງສຶກສາທິການ ແລະ ກິລາ, ກົມສ້າງຄູ, ການວິໄຈພາກປະຕິບັດສຳລັບນັກສຶກສາລາວ, ປີ 2002;
5. ປອ ຈອມຄຳ ບຸບຜາລີວັນ, ປຶ້ມຄູ່ມືວຽກງານເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ປີ 2008;
6. ຄູ່ມືການໃຫ້ຄວາມຮູ້ທາງດ້ານກົດໝາຍແກ່ປະຊາຊົນ ໂຄງການຮ່ວມມືລະຫວ່າງ ຄະນະນິຕິສາດ ແລະ ລັດຖະສາດ ກັບໂຄງການຊີດາ SIDA ປີ 2009.

---

<sup>4</sup>ປອ ຈອມຄຳ ບຸບຜາລີວັນ, ປຶ້ມຄູ່ມືວຽກງານເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ປີ 2008, ໜ້າ 25.