

Course: Small Business Management

WEEK 6 - Business Plan (Continues)

Souphanouvong University, Lao PDR

Stamy OUNPHOUVONG

Stamy@su.edu.la

ວິຊາ: ການບໍລິຫານທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ

ອາທິດທີ 6 - ແຜນທຸລະກິດ (ຕໍ່)

ມະຫາວິທະຍາໄລ ສຸພານຸວົງ

ສະຕາມີ ອຸ່ນຜູ້ວົງ

ບົດທີ 4 (Chapter 4 continues)

ແຜນທຸລະກິດ

Business Plan (Continues)

ທົບທວນຄືນ (Review)

- a) ແຜນທຸລະກິດແມ່ນຫຍັງ? ມີຄວາມສໍາຄັນຄືແນວໃດແດ່
- b) ເນື້ອໃນແຜນທຸລະກິດປະກອບມີຫຍັງແດ່?
- c) ການນໍາສະເຫນີແຜນທຸລະກິດທີ່ດີຄວນປະກອບມີຫຍັງແດ່?

1

ບົດສະເໜີກ່ຽວກັບແຜນທຸລະກິດ

ການວາງແຜນທຸລະກິດ

“ການວາງແຜນທຸລະກິດ” ນັ້ນຫມາຍເຖິງການຄົ້ນຄິດ, ລວບລວມຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບທຸລະກິດທີ່ຕົນສົນໃຈຈະເຮັດ, ການສ້າງແບບແຜນ ແລະ ແນວທາງຂອງທຸລະກິດ ໂດຍລວມ ແຕ່ມີເນື້ອໃນກະທັດຮັດ, ເຂົ້າໃຈງ່າຍ ແລະ ເປັນກິດຈະລັກສະນະ, ລວມໄປເຖິງກະວີເຄາະການແຂ່ງຂັນ, ຄວາມສ່ຽງ-ອຸປະສັກ ທີ່ມີໂອກາດເກີດຂຶ້ນກັບກິດຈະການທີ່ເຮົາຈະປະກອບການ.

ການວາງແຜນທຸລະກິດ

“ແຜນທຸລະກິດ” ແມ່ນການຈັດສັນວິທີການ, ແນວຄິດ, ຂໍ້ມູນ ແລະ ຄວາມເປັນໄປໄດ້ຂອງທຸລະກິດ ທີ່ເໝາະສົມ ແລະ ມີຄວາມພ້ອມທີ່ສຸດຕໍ່ກັບການນຳສະເຫນີ ຫລື ເພື່ອຄວບຄຸມແຜນການດຳເນີນງານ ລວມທັງພາກທິດສະດີ ແລະ ພາກປະຕິບັດ.

“ຂໍ້ກຳນົດການນຳໃຊ້ເອກະສານ” ປະກອບມີ:

- ຫຼັກການໃຊ້ເຈ້ຍ, ໜ້າປຶກເຈ້ຍ ແລະ ສີເຈ້ຍທີ່ເປັນທາງການ.
- ການເລືອກໃຊ້ເຄື່ອງພິມທີ່ມີຄຸນນະພາບ.
- ການເລືອກໃຊ້ Font ພ້ອມກັບຂະໜາດທີ່ເໝາະສົມ.
- ການຈັດລຽງລະບຽບເຫຼັ້ມປຶ້ມ ແລະ ລາຍລະອຽດຄວາມໝາຂອງປຶ້ມ.
- ການແຍກເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ ອອກຈາກແຜນທຸລະກິດ.

2

ສະຫລຸບຫຍໍ້ຂອງທຸລະກິດ

ເວົ້າເຖິງການສະຫລຸບລາຍລະອຽດທີ່ສໍາຄັນທັງໝົດ ໃນແຜນທຸລະກິດເຊັ່ນຫົວຂໍ້:

- ການບໍລິຫານຈັດການ
- ແຜນການຕະຫລາດ
- ແຜນການຜະລິດ
- ແຜນການເງິນ

ເຊິ່ງບົດສະຫລຸບຜູ້ບໍລິຫານຄວນມີຄວາມຍາວບໍ່ເກີນ1-2 ຫນ້າເຈ້ຍ A4. ການສ້າງແຜນທຸລະກິດສໍາເລັດໂດຍບົດສະຫຼຸບການບໍລິຫານທີ່ດີ ຄວນມີ:

- ຂໍ້ມູນພື້ນຖານ ແລະ ລາຍລະອຽດທົ່ວໄປຂອງທຸລະກິດ.
- ແນວຄິດການດໍາເນີນທຸລະກິດ
- ເຫດຜົນໃນການເລືອກສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຂອງຕົນ ທີ່ສາມາດຕອບໂຈດໃຫ້ລູກຄ້າ.
- ການກຳນົດກຸ່ມລູກຄ້າເປົ້າໝາຍ.
- ການຕັ້ງລາຄາ, ການເລືອກຊ່ອງທາງຈຳໜ່າຍ ແລະ ກິນລະຍຸດ - ວິທີສິ່ງເສີມທາງການຕະຫລາດ ແລະ ການຂາຍ.
- ການຜະລິດ, ທີ່ຕັ້ງໂຮງງານ, ການພະຍາກອນສິນຄ້າ ລວມເຖິງແຜນການຂອງທຸລະກິດໃນອະນາຄົດ.
- ການສະຫລຸບທາງການເງິນ ແລະ ການຄາດຄະເນຍອດຂາຍ.

ແນວຄິດການສ້າງຕັ້ງຂອງທຸລະກິດ

ແມ່ນການສະເຫນີຄວາມເປັນມາຂອງໂຄງການເຊັ່ນ: ຊື່ກິດຈະການ, ຜູ້ກໍ່ຕັ້ງ, ປີກໍ່ຕັ້ງ, ຄວາມສໍາເລັດ , ການເຕີບໂຕ, ແນວຄິດ ແລະ ເຫດຜົນໃນການກໍ່ຕັ້ງກິດຈະການ...

ເວົ້າອີກຢ່າງຫນຶ່ງວ່າ ເປັນການສະແດງຜົນງານທີ່ຜ່ານມາຂອງທຸລະກິດ, ຄວນສະແດງຜົນການດໍາເນີນງານທີ່ຜ່ານມາຢ່າງນ້ອຍ 3ປີ. ແຕ່ກໍລະນີທຸລະກິດໃໝ່ ອາດຈະສະແດງຜົນໄດ້ຮັບລ່າສຸດ ອີງຕາມຄວາມເຫມາະສົມຕາມແຕ່ລະກໍລະນີ.

ການຂຽນປະຫວັດຫຍໍ້ຂອງທຸລະກິດ

ປະຫວັດຫຍໍ້ຂອງທຸລະກິດຄວນຈະເປັນຂໍ້ມູນທີ່ງ່າຍ ຕໍ່ການເຂົ້າໃຈ ກັບການຂຽນຈະເປັນຮູບແບບ ຕາຕະລາງ ຫຼື ເອກະສານອ້າງອີງ ເມື່ອເບິ່ງຈາກຫຼາຍມູມມອງແລ້ວມັນກໍ່ຄ້າຍຄືກັບຊີວະປະຫວັດສໍາລັບທຸລະກິດຂອງທ່ານນັ້ນເອງ.

ແນວຄວາມຄິດຂອງນັກທຸລະກິດທີ່ຄວນຈະຮູ້

- ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຫຍັງແດ່ ທີ່ທຸລະກິດຂອງທ່ານຈະຂາຍ.
- ທ່ານຈະຂາຍໃຫ້ໃຜ, ຂາຍສິນຄ້າຊະນິດໃດ.
- ຄວນເລືອກປັດໄຈທີ່ຈຳເປັນອັນໃດ, ຈະສ້າງຄວາມເພິ່ງພໍໃຈໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າແບບໃດດີ.

4

ການວິໄຈຕະຫລາດ(ວິເຄາະຕະຫລາດ)ຂອງທຸລະກິດ

ຜູ້ປະກອບກິດຈະການໃໝ່

ຜູ້ປະກອບກິດຈະການໃໝ່ຫຼາຍຄົນ ມັກຈະພົບພໍ້ກັບຂໍ້ຜິດພາດໃນເວລາພັດທະນາທາງດ້ານທຸລະກິດຂອງຕົນເອງ ເນື່ອງຈາກທຸລະກິດຂອງຕົນເປັນທຸລະກິດທີ່ເປີດໃໝ່, ຢູ່ໃນຊ່ວງຂອງການນຳສະເໜີສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການໃໝ່ໆ ຕ້ອງຂາຍໃນລາຄາທີ່ຖືກກວ່າ ແລະ ມີຄຸນນະພາບທີ່ດີກວ່າຄູ່ແຂ່ງໃນທ້ອງຖິ່ນ ເພື່ອຫາລູກຄ້າ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ຊື້ໃນຊຸມຊົນ ແຕ່ອາດຈະບໍ່ຈິງສະເໝີໄປ ແລະ ກໍ່ເປັນພຽງສົມມຸດຖານຂອງຕົນເອງເທົ່ານັ້ນ.

ການຕະຫຼາດ

ການຕະຫຼາດປຽບເໝືອນທຸກສິ່ງຢ່າງໃຫ້ທ່ານຄົ້ນຫາລູກຄ້າວ່າແມ່ນໃຜ ແລະ ສິນຄ້າປະເພດໃດ ທີ່ພວກເຂົາຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຊື້ ແລະ ສິນຄ້າປະເພດໃດທີ່ພວກເຂົາຕ້ອງການ ມັນແມ່ນວິທີການໃນການສ້າງ ຄວາມເພິ່ງພໍໃຈໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າໃນຂະນະທີ່ທ່ານກຳລັງສ້າງກຳໄລດ້ວຍ:

ການຕະຫຼາດ

- ການສະໜອງສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການທີ່ຈໍາເປັນຕ້ອງໄດ້ຊື້.
- ການຕັ້ງລາຄາເພື່ອໃຫ້ລູກຄ້າເຕັມໃຈທີ່ຈະຈ່າຍ.
- ການຂາຍສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ.
- ການແຈ້ງ ແລະ ດຶງດູດລູກຄ້າໃຫ້ຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຂອງທ່ານ.

ຂໍ້ມູນຈຳເປັນຕໍ່ແຜນທຸລະກິດ

- ລັກສະນະສຳຄັນຂອງຕະຫຼາດທຸລະກິດ.
- ລູກຄ້າຫຼັກ.
- ຄູ່ແຂ່ງ.

ຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ

+ ຂັ້ນຕອນທຳອິດໃນການພັດທະນາແຜນການວິເຄາະຕະຫຼາດຄື:

ການເຮັດການວິໄຈຕະຫຼາດ ເພື່ອຮຽນຮູ້ເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບລູກຄ້າ ແລະ ຄູ່ແຂ່ງ ຈາກການພັດທະນາແນວຄິດທາງທຸລະກິດ ທ່ານອາດຮູ້ສຶກວ່າຕົນເອງຮູ້ຫຼາຍພໍສົມຄວນແລ້ວກ່ຽວກັບຕະຫຼາດ ແຕ່ຍິ່ງຮູ້ຫຼາຍເທົ່າໃດມັນຍິ່ງເປັນການດີ ແລະ ຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຊອກຫາຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມຈາກແຫຼ່ງຕ່າງໆອີກ ນີ້ແມ່ນບາງຕົວຢ່າງທີ່ຈະຊ່ວຍໃນການຄົ້ນຄວ້າເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບລູກຄ້າ ແລະ ຄູ່ແຂ່ງ

ຕົວຢ່າງ (Example):

- ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຫຍັງແດ່ທີ່ພວກເຂົາຕ້ອງການຊື້.
- ພວກເຂົາຄິດແນວໃດກ່ຽວກັບຄູ່ແຂ່ງ.

ຕົວຢ່າງ (Example):

- + ສຶກສາທຸລະກິດຄູ່ແຂ່ງຂອງທ່ານ ໂດຍຊອກຫາຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບ:
 - ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຂອງຄູ່ແຂ່ງ, ຍົກຕົວຢ່າງ: ຄຸນນະພາບ ແລະ ການອອກແບບ.
 - ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ ມີມູນຄ່າເທົ່າໃດ.
 - ວິທີການດຶງດູດລູກຄ້າໃຫ້ມາຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການດ້ວຍແບບໃດ .

ຕົວຢ່າງ (Example):

- + ສອບຖາມຈາກຜູ້ສະໜອງ ແລະ ຄູ່ຮ່ວມງານທາງທຸລະກິດ:
- ສິນຄ້າໃດແດ່ທີ່ຂາຍດີໃນທຸລະກິດ.
- ຜູ້ສະໜອງຄູ່ ຄິດແບບໃດ ກ່ຽວກັບທຸລະກິດທ່ານ.
- ຜູ້ສະໜອງຄິດແນວໃດ ກ່ຽວກັບສິນຄ້າຂອງຄູ່ແຂ່ງ.

*ນອກນີ້ໃຫ້ຊອກຮູ້ ອ່ານນຳໜັງສືພິມ, ການໂຄສະນາ
ສິນຄ້າ, ແຜ່ນລາຍການສິນຄ້າ ແລະ ວາລະສານອື່ນໆ ເພື່ອນຳ
ເອົາຂໍ້ມູນ ແລະ ແນວຄິດຕ່າງໆມາປັບໃຊ້ໃນສິນຄ້າ ແລະ
ບໍລິການ.*

5

ຍຸດທະສາດທາງການຕະຫຼາດ

ຍຸດທະສາດທາງການຕະຫຼາດ

ຍຸດທະສາດທາງການຕະຫຼາດຄື : ການເລືອກວິທີການ, ການວາງແຜນ, ແລະ ລຳດັບຂັ້ນຕອນໃນການເຮັດການຕະຫຼາດດ້ວຍ 'ຍຸດທະວິທີ' ເພື່ອ ບັນລຸເປົ້າໝາຍການຕະຫຼາດ ຫຼື ເປົ້າໝາຍທຸລະກິດທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້. ມີຫຼາຍວິທີທີ່ແຕກຕ່າງກັນຂອງຍຸດທະສາດການຕະຫຼາດ. ບໍ່ວ່າຈະເປັນ ການເລືອກຊ່ອງທາງທີ່ຈະໃຊ້ສິ່ງຕ່າງໆ ຮ່ວມມືໃນການນຳສະເຫນີແຄມ ເປນ, ການເລືອກວິທີການໂຄສະນາ, ແລະອື່ນໆ ໂດຍຍຸດທະສາດການ ຕະຫຼາດ. ພວກເຮົາສາມາດວາງຍຸດທະສາດທັງໄລຍະສັ້ນແລະໄລຍະ ຍາວ.

ແຜນການຂາຍ ແລະ ການສົ່ງເສີມການຂາຍ

ແຜນການຂາຍ ຈະລວມທັງສິ່ງຂອງຕ່າງທີ່ທຸລະກິດສາມາດສະເໜີໃຫ້
ລູກຄ້າ ເປັນສິ່ງດຶງດູດໃຈ
ເພື່ອຊື້ຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການ

ແຜນການຂາຍ ແລະ ການສົ່ງເສີມການຂາຍ

ຕົວຢ່າງ:

- ຊື້ສິນຄ້າສອງຢ່າງ ຮັບຟຣີໜຶ່ງຢ່າງ
- ມີສ່ວນຫຼຸດລາຄາ ໃນເມື່ອຜະລິດຕະພັນເປ່ເພ

ແຜນການສົ່ງເສີມການຂາຍ ແມ່ນເປັນຍຸດທະສາດໄລຍະຍາວ ເພື່ອດຶງດູດລູກຄ້າເຂົ້າຫາທຸລະກິດຂອງທ່ານ ແລະ ສ້າງສາຍສໍາພັນທີ່ດີ ແຜນການສົ່ງເສີມການຂາຍ ແມ່ນເປັນສິ່ງທີ່ທ່ານສາມາດຊ່ວຍລູກຄ້າຮັບຮູ້ທຸລະກິດ ແລະ ຜະລິດຕະພັນ ເພື່ອສ້າງພາບພົດທີ່ດີແກ່ທຸລະກິດ ແລະ ເປັນສິ່ງດຶງດູດລູກຄ້າຈາກຄູ່ແຂ່ງຂັ້ນຂອງທ່ານ

6

ການບໍລິຫານຈັດການ

ແຜນບໍລິຫານ ແລະ ຈັດການ

ແມ່ນຂະບວນການເຮັດວຽກຢ່າງເປັນລະບົບ ເພື່ອບັນລຸເປົ້າໝາຍທີ່ກຳນົດເຊັ່ນ ວ່າ: ຫລັງຈາກເລີກໂຮງຮຽນແລ້ວ ເຮົາມັກຈະຄິດວ່າຫລັງຈາກຮອດເຮືອນເຮົາ ຈະເຮັດຫຍັງ, ເຂົ້າແລງກິນຫຍັງ, ຄັນໄປຕະຫລາດຕ້ອງໄປຊື້ຫຍັງແດ່, ແລ້ວຕ້ອງ ເຮັດຫຍັງແດ່ກ່ອນເຂົ້ານອນ.

ຂໍ້ມູນທີ່ມີຄວາມຈໍາເປັນຕ້ອງມີໃນແຜນທຸລະກິດ

- ບົດບາດຜູ້ບໍລິຫານ
- ພະນັກງານ
- ຈຸດແຂງ
- ຈຸດອ່ອນ ແລະ ສິ່ງທີ່ທ້າທາຍ
- ການລົງທຶນ ຂອງເຈົ້າຂອງ
- ທີ່ປຶກສາ ແລະ ສະຫນັບສະຫນູນ

7

ແຜນການເງິນ

ຂໍ້ມູນທີ່ມີຄວາມຈໍາເປັນຕ້ອງມີໃນແຜນທຸລະກິດ

ແມ່ນເພື່ອ ບັນລຸເປົ້າຫມາຍທາງການເງິນ, ບໍລິຫານຄວາມສ່ຽງ, ສ້າງຄວາມຫມັ້ນຄົງ
ທາງການເງິນ

ຕົວຢ່າງ: ເປົ້າຫມາຍທາງການເງິນ

1. ເກັບເງິນເພື່ອຕອນກະສຽນ
2. ຊື້ບ້ານ
3. ຊື້ລົດ
4. ທ່ອງທ່ຽວ
5. ລົງທຶນ

ທຶນເລີ່ມຕົ້ນທຸລະກິດ

ໝາຍເຖິງເງິນທຶນທີ່ໃຊ້ໃນການເລີ່ມຕົ້ນທຸລະກິດໃຫມ່ ໃນພາກສ່ວນທຳອິດ ຂອງແຜນການເງິນທີ່ຈຳເປັນຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ ສຳຫລັບເຈົ້າຂອງທຸລະກິດ ຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ແຫລ່ງທີ່ມາຂອງທຶນສ່ວນຫລາຍແມ່ນໄດ້ມາຈາກ:

1. ເງິນອອມສ່ວນຕົວ
2. ເງິນກູ້ຈາກທະນາຄານ
3. ເງິນລົງທຶນຈາກນັກລົງທຶນ

ປະເພດຂອງທຶນເລີ່ມຕົ້ນ ແບ່ງອອກເປັນ 2 ປະເພດຄື:

1. ຊັບສິນ ແມ່ນຊັບສິນອັນໃດອັນ 1 ທີ່ເຮົາເປັນເຈົ້າຂອງ, ສາມາດນຳໃຊ້ໃນໄລຍະຍາວໄດ້ ແລະ ສາມາດຂາຍອອກໃນລະຫວ່າງທີ່ເຮົາຫຍຸ້ງຍາກໄດ້ເຊັ່ນ: ທີ່ດິນ, ທອງຄຳ, ເຮືອນ ເປັນຕົ້ນ.

ແຜນຄາດຄະເນກະແສເງິນສົດ

ປະໂຫຍດຂອງແຜນຄາດຄະເນກະແສເງິນສົດ

- ຊ່ວຍໃຫ້ສາມາດຄາດການຄວາມຕ້ອງການເງິນທຶນໃນອະນາຄົດ
- ຊ່ວຍໃຫ້ສາມາດຈັດການສະພາບຄ່ອງຂອງເງິນທຶນໄດ້
- ຊ່ວຍໃຫ້ສາມາດຕັດສິນໃຈທາງການເງິນໄດ້ຢ່າງມີຂໍ້ມູນ
- ຊ່ວຍໃຫ້ສາມາດລະບຸຄວາມສ່ຽງທາງການເງິນໄດ້ລ່ວງໜ້າ

ການຄາດຄະເນແຜນການເງິນ ແລະ ຂາດທຶນ

ແມ່ນການຄາດການລ່ວງໜ້າວ່າທຸລະກິດຈະໄດ້ກຳໄລ ຫລື ຂາດທຶນ ຈາກຍອດການຂາຍ, ການຕັ້ງຄ່າຕົ້ນທຶນ ໃນ 12 ເດືອນໃດ ແລະ ມີວິທີຄາດຄະເນດັ່ງນີ້:

- ວິເຄາະທາງການເງິນ
- ການວິເຄາະຕະຫລາດ
- ການວິເຄາະຄວາມສ່ຽງ
- ການຈັດເຮັດງົບປະມານ

8

ບົດສະຫຼຸບຫຍໍ້

ບົດສະຫຼຸບຫຍໍ້

ເປັນການສະເໜີພາບລວມຂອງແນວຄິດທຸລະກິດຂອງທ່ານ ມັນມີເນື້ອໃນກວມລວມເອົາຂໍ້ມູນ ສໍາຄັນທັງໝົດຈາກແຜນທຸລະກິດ ບົດສະຫຼຸບຫຍໍ້ ແລະ ພາກອື່ນໆ ຈໍາເປັນຕ້ອງສະເໜີໃຫ້ຖືກກັບຄວາມສົນໃຈ ຂອງທີ່ທ່ານຈະເອົາແຜນທຸລະກິດໃຫ້.

ຍົກຕົວຢ່າງ ແຜນທຸລະກິດສໍາລັບສະເໜີ ເພື່ອຂໍຮູ້ຢືມເງິນ ອາດຈະຕ້ອງມີວິທີການອື່ນແຕກຕ່າງຈາກ ບ່ອນອື່ນເພື່ອປະເມີນຜົນການດໍາເນີນທຸລະກິດ ສະນັ້ນ ທ່ານຈະສາ ມາດກໍານົດຂອບເຂດໃນການປັບປຸງໄດ້

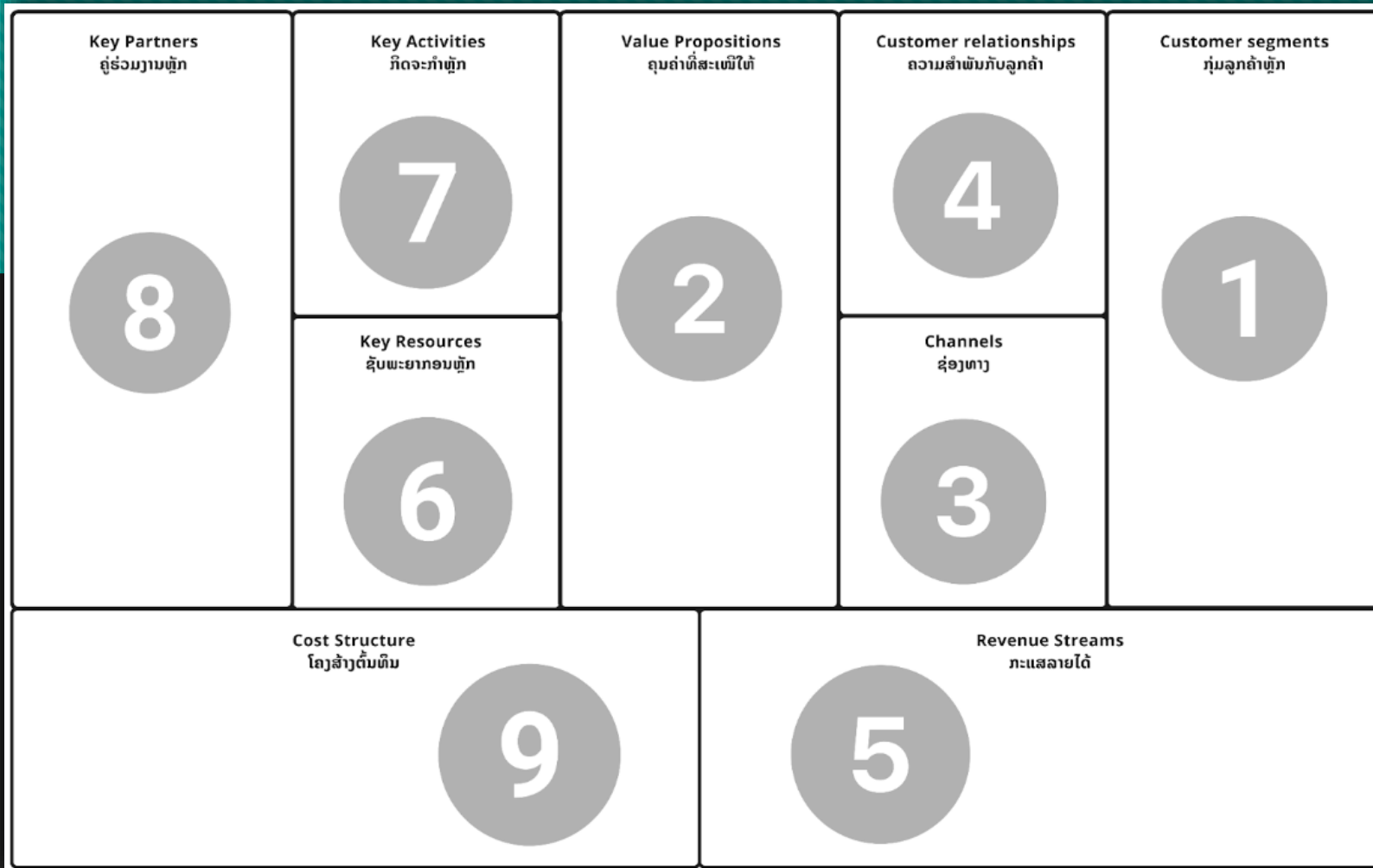
ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ

ໃນເວລາສ້າງແຜນທຸລະກິດ ທ່ານຕ້ອງໄດ້ເຮັດການສຳຫຼວດຕະຫຼາດກ່ອນ ແລະ ປະເມີນແນວຄິດຂອງທ່ານ, ພັດທະນາແຜນດຳເນີນງານ ທີ່ທ່ານກຳລັງດຳເນີນຢູ່. ໃນຕອນທ້າຍ ຂອງແຜນທຸລະກິດແມ່ນບ່ອນ ໃສ່ ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ ເຊິ່ງມັນຈະເປັນການຢັ້ງຢືນສິ່ງທີ່ທ່ານກຳລັງວາງແຜນ.

ເອກະສານທີ່ຄວນຈະໃສ່ຊ້ອນທ້າຍນັ້ນ ທ່ານຄວນອ່ານແຜນທຸລະກິດຄືນອີກ ແລະ ບັນດາກິດຈະກຳ ທີ່ໄດ້ເຮັດ ໃຫ້ພະຍາຍາມຄິດວ່າ ຈະເອົາແຜນທຸລະກິດໄປໃຫ້ໃຜອ່ານ ແລະ ແມ່ນຫຍັງທີ່ເຂົາສິນ ໃຈທີ່ສຸດ

9

ຂັ້ນຕອນການຂຽນແຜນທຸລະກິດ Lean Canvas



Source of image:

www.thebizhub.la:

<https://www.thebizhub.la/blog-detail/6565b8cc660f82deb77e26bc>

Lean Canvas

1. Customer Segments

1. Customer Segments (ກຸ່ມລູກຄ້າເປົ້າໝາຍ) ລະບຸກຸ່ມເປົ້າໝາຍທັງໝົດທີ່ເປັນລູກຄ້າໂດຍຈັດລຳດັບກ່ອນ - ຫລັງ ກຸ່ມທີ່ມີໂອກາດເປັນລູກຄ້າຈາກຫລາຍທີ່ສຸດໄປຫາໜ້ອຍທີ່ສຸດ ໂດຍລະບຸເພດ, ຊ່ວງອາຍຸ, ລະດັບການສຶກສາ, ພຶດຕິກຳ, ຄວາມມັກ ຫລື ຄວາມສົນໃຈໃຫ້ຊັດເຈນ.

2. Problem

2. Problem (ບັນຫາ) ຫົວໃຈຫລັກຂອງ Lean Canvas ວິເຄາະບັນຫາ, ຄວາມຕ້ອງການທັງໝົດຂອງກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ລະບຸບັນຫາຫລັກ 3 ຂໍ້ ຂອງກຸ່ມເປົ້າໝາຍທີ່ຄາດວ່າມີໂອກາດເປັນລູກຄ້າຫລາຍທີ່ສຸດ ໂດຍລຽງຈາກບັນຫາສໍາຄັນຫລາຍໄປຫາສໍາຄັນໜ້ອຍ ພ້ອມນຳສະເໜີທາງເລືອກອື່ນທີ່ຜູ້ບໍລິໂພກໃຊ້ໃນການຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການ ຫລື ແກ້ບັນຫາໃນປະຈຸບັນ.

3. Solution

3. Solution (ວິທີແກ້ໄຂບັນຫາ) ນຳສະເໜີວິທີແກ້ໄຂບັນຫາແບບໃໝ່ຫຼາກຫຼາຍທາງເລືອກ ເພື່ອເປັນແນວທາງໃນການຜະລິດສິນຄ້າ ຫລື ບໍລິການຕອບສະໜອງຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຢ່າງແທ້ຈິງ

4. Unique Value Proposition

4. Unique Value Proposition (ຄຸນຄ່າທີ່ມອບໃຫ້ລູກຄ້າ) ລະບຸຈຸດເດັ່ນ ຄຸນສົມບັດປະໂຫຍດຂອງສິນຄ້າ ຫລື ບໍລິການທີ່ກົງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງ ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ແລະ ເຫດຜົນທີ່ກຸ່ມເປົ້າໝາຍຕ້ອງຕັດສິນໃຈຊື້ສິນຄ້າ ຫຼື ການ ບໍລິການ.

5. Unfair Advantage

5. Unfair Advantage (ຂໍ້ໄດ້ປຽບ) ລະບຸຂໍ້ໄດ້ປຽບ ຈຸດເດັ່ນຂອງສິນຄ້າ ຫລື ການບໍລິການ ຄວາມໂດດເດັ່ນຂອງທຸລະກິດທີ່ເໝືອນກວ່າຄູ່ແຂ່ງ ແລະ ຍາກ ທີ່ຈະກັອບປີ

6. Channels

6. Channels (ຊ່ອງທາງຕິດຕໍ່) ລະບຸຊ່ອງທາງໃນການປະຊາສໍາພັນ, ການຕະຫລາດ, ການຈັດສົ່ງທີ່ສາມາດສື່ສານຄຸນຄ່າ ລວມທັງຈໍາໜ່າຍສິນຄ້າ ຫລື ການບໍລິການໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າເປົ້າໝາຍ ໂດຍແບ່ງຊ່ອງທາງເຂົ້າເຖິງອອກເປັນ 5 ໄລຍະ

6. Channels

- Awareness (ຈິດສໍານຶກ) ສ້າງການຮັບຮູ້ໃຫ້ກັບກຸ່ມເປົ້າໝາຍຮັບຮູ້ເຖິງສິນຄ້າ ຫລື ການບໍລິການ
- Purchase (ການຊື້) ຮູບແບບ ແລະ ຊ່ອງທາງທີ່ກຸ່ມເປົ້າໝາຍຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ
- Delivery (ການຈັດສົ່ງ) ຮູບແບບ ແລະ ຊ່ອງທາງການສົ່ງສິນຄ້າ ຫລື ການບໍລິການ- After - sales (ການເບິ່ງແຍງລູກຄ້າ) ວິທີການເບິ່ງແຍງຮັກສາລູກຄ້າ ແລະ ຊ່ອງທາງການຕິດຕໍ່ສື່ສານ
- Evaluation (ການປະເມີນ) ຊ່ອງທາງທີ່ກຸ່ມສາມາດສົ່ງຄໍາຕໍາໜິຕິຊົມເພື່ອປະເມີນສິນຄ້າ ຫລື ການບໍລິການ.

7. Revenue Stream

7. Revenue Stream (ກະແສລາຍໄດ້) ກຳນົດລາຄາສິນຄ້າ, ບໍລິການ ແລະ ລະບຸແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງລາຍໄດ້ໃຫ້ຄົບຖ້ວນເພື່ອສະແດງເຖິງກະແສລາຍຮັບຂອງ ທຸລະກິດ ນອກຈາກນີ້ຕ້ອງປະເມີນຄວາມໝັ້ນຄົງຂອງທຸລະກິດ ຄາດການລາຍໄດ້ຕໍ່ເດືອນ ແລະ ໄລຍະເວລາການຄືນທຶນ.

8. Cost structure

8. Cost structure (ໂຄງສ້າງຕົ້ນທຶນ) ລະບຸຕົ້ນທຶນຄົງທີ່ ແລະ ຕົ້ນທຶນ
ໜຸນວຽນ ເພື່ອເຂົ້າໃຈໂຄງສ້າງຕົ້ນທຶນທັງໝົດຂອງທຸລະກິດ

9. Key Metrics

9. Key Metrics (ຕົວຊີ້ວັດທີ່ສໍາຄັນ) ລະບຸປັດໄຈ ໂຕຊີ້ວັດສໍາຄັນທີ່ມີຜົນຕໍ່ ການເຕີບໂຕໃນອານາຄົດ ແລະ ການປະສົບຄວາມສໍາເລັດຂອງທຸລະກິດ.

ປະໂຫຍດຂອງ Lean Canvas

- ຈາກການວິເຄາະລູກຄ້າ ແລະ ບັນຫາຈະເຮັດໃຫ້ເຮົາເຂົ້າໃຈຕະຫລາດ ຊຶ່ງກໍແມ່ນຄວາມຕ້ອງການ ຫລື ບັນຫາທີ່ແທ້ຈິງຂອງລູກຄ້າເປົ້າໝາຍ.

ນອກຈາກນັ້ນເຮົາຍັງເຂົ້າໃຈໃນສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການຂອງຕົນເອງວ່າມີຈຸດເດັ່ນ, ຈຸດອ່ອນ ແລະ ສາມາດສົ່ງມອບຄຸນຄ່າໃຫ້ແກ່ກຸ່ມລູກຄ້າເປົ້າໝາຍໄດ້ ຫລື ບໍ່.

ປະໂຫຍດຂອງ Lean Canvas

ແນວໃດກໍຕາມ, ລວມທັງຊ່ວຍໃຫ້ເຂົ້າໃຈໃນຊ່ອງທາງການເຮັດການຕະຫລາດທີ່ຈະເຊື່ອມຕໍ່ກັບກຸ່ມລູກຄ້າ ເບົາໝາຍໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ເຂົ້າໃຈໃນພາບລວມທຸລະກິດຂອງຕົນ ກ່ຽວກັບໂຄງສ້າງດ້ານການເງິນທັງ ລາຍໄດ້ ແລະ ຕົ້ນທຶນ, ກຳໄລ ຊຶ່ງຈະຊ່ວຍປະເມີນຄວາມໝັ້ນຄົງທາງທຸລະກິດ ແລະ ໄລຍະເວລາຄືນທຶນໄດ້ ຢ່າງຖືກຕ້ອງ ລວມທັງເຂົ້າໃຈໃນຕົນເອງວ່າເໝາະສົມກັບທຸລະກິດທີ່ຕ້ອງການສ້າງ ຫລື ບໍ່? ສິ່ງໃດຈະ ສາມາດນຳມາໃຊ້ຕໍ່ຍອດທຸລະກິດ ແລະ ຄວນຮຽນຮູ້ສິ່ງໃດເພີ່ມເຕີມເພື່ອຫລຸດຈຸດອ່ອນຂອງຕົນ.

ວຽກບ້ານ/Home work

- 1) ໃຫ້ນັກສຶກສາ ຂຽນແຜນທຸລະກິດ ມາ 1 ທຸລະກິດໂດຍອີງຕາມໂຄງສ້າງຂອງການຂຽນແຜນທຸລະກິດ
- 2) ຂຽນແຜນທຸລະກິດໂດຍຫຍໍ້ໂດຍໃຊ້ **Lean Canvas**

Reference

Thongvanh, S. (2007). *Small Business Management*. published by the Faculty of Economics and Business Management, National University.

Douangmaly, KH. (2016). *Market Extension and Small and Medium Enterprise (SME) Development*. SURAFCO Project, North agriculture and forest college.

THEBIZHUB. (2023, February 13). What is the difference between Startup and SME. Retrieved from [www.thebizhub.la: https://www.thebizhub.la/blog-detail/6565b8cc660f82deb77e26bc](https://www.thebizhub.la/blog-detail/6565b8cc660f82deb77e26bc)

ຂອບໃຈ Thank you