



សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច
 Royal University of Law and Economics

កិច្ចការស្រាវជ្រាវ

ផែនការកិច្ចទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ស្លេកដ្រីម

Snack Dream Co. Ltd



ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ សេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍
 បច្ចៀនដោយ សាស្ត្រាចារ្យ ព្រំ ទេវី
 រៀបរៀងដោយ

ស្នាក់ដេម រសជាតិខ្មែរ

មុខវិជ្ជា សហគ្រិនភាព
 ឆ្នាំសិក្សា ២០២៤-២០២៥

និស្សិតឈ្មោះ ៖

- | | |
|-------------------|----------------|
| ១. ឡា សុខនាង | ២. រឿន ធារី |
| ៣. សំឡើង ចាន់នីតា | ៤. អាត ច័រិន |
| ៥. ម៉ុយ គីមឡា | ៦. លីម ស្រីលេង |
| ៦. ហុច លីម៉េង | ៨. ឃុន សុផាវ៉ា |

លេខកថា

យើងខ្ញុំជានិស្សិតឆ្នាំទី៣ បរិញ្ញាបត្រសេដ្ឋកិច្ចអភិវឌ្ឍន៍ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ពិតជាមានសេចក្តីសោមនស្សរីករាយយ៉ាងខ្លាំងដែល នៅក្នុងការសិក្សាលើមុខវិជ្ជា សហគ្រិនភាព បង្រៀនដោយ សាស្ត្រាចារ្យ ព្រំ ទេវី យើងខ្ញុំបានទទួលនូវប្រធានបទសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពី **ផែនការកិច្ចទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ស្នែកទ្រីម Snack Dream Co. Ltd** ដែលនឹងផ្តល់ជាប្រយោជន៍ខាង ចំណេះដឹងបន្ថែមពីលើការសិក្សារៀនសូត្រក្នុងរយៈពេលកន្លងមកនេះ ។

ចំពោះខ្លឹមសារនៃសេចក្តីស្រាវជ្រាវនេះ ត្រូវបានធ្វើឡើងដោយការយកចិត្តទុកដាក់ និងរួបរួម សាមគ្គីភ័ក្ត្រក្នុងនាមជាក្រុម ដើម្បីទទួលបាននូវលទ្ធផលល្អ ដោយមានការរៀបរាប់ពីចំណុចជាច្រើន ទៅ តាមមេរៀនដែលបានសិក្សា និងការណែនាំ កែលម្អខ្លះៗពីសំណាក់អ្នកគ្រូផងដែរ។ បើទោះបីយើងខ្ញុំ ខិតខំព្យាយាមក្នុងការរៀបរៀងកិច្ចការនេះ ព្រមទាំងទទួលបានការណែនាំពីសំណាក់អ្នកគ្រូយ៉ាងណាក្តី យើងខ្ញុំជឿជាក់ថានឹងនៅតែមានចំណុចខ្លះខាតមួយចំនួននឹងកើតមានឡើងជាក់ជាមិនខាន ប៉ុន្តែនៅក្នុង ដំណាក់កាលនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះ យើងខ្ញុំក៏ទទួលបាននូវចំណេះដឹងថ្មីៗដែលនឹងបានជាប្រយោជន៍ ទាក់ទងនឹងការធ្វើកិច្ចទីផ្សារ ក៏ដូចជាសហគ្រិនភាពសម្រាប់ទៅថ្ងៃអនាគតផងដែរ ។

ជាសេចក្តីបញ្ចប់ យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ក្នុងការចំណាយពេលដ៏មានតម្លៃ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យ ក៏ដូចជាសូមខន្តីអភ័យទោស និងរង់ចាំទទួលបាននូវការកែលម្អពីចំណុចខ្លះខាត និង កំហុសខុសឆ្គងទាំងឡាយដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងសេចក្តីស្រាវជ្រាវនេះ ពីសំណាក់អ្នកគ្រូសាស្ត្រាចារ្យ ដោយក្តីសោមនស្សរីករាយ។ យើងខ្ញុំនឹងព្យាយាមកែប្រែនូវរាល់ចំណុចខ្លះខាត និងពង្រឹងសមត្ថភាពឱ្យ កាន់តែមានភាពប្រសើរឡើងជាងមុន។

ភ្នំពេញ ថ្ងៃទី១០ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៥
ក្រុមអ្នករៀបរៀង

១. ទិដ្ឋភាពទូទៅ
២. សេចក្តីសង្ខេប
៣. ការវិភាគស្ថានភាព
៤. គោលបំណង
៥. គោលដៅ
៦. យុទ្ធសាស្ត្រកិច្ចទីផ្សារ និងមធ្យោបាយកិច្ចទីផ្សារ
៧. ថវិកា
៨. សាររបស់ម៉ាក
៩. អតិថិជនគោលដៅ
១០. ការអនុវត្ត
១១. វត្ថុតាង

១. ទិដ្ឋភាពទូទៅ

ក្រុមហ៊ុន ស្នេកទ្រីម ជាក្រុមហ៊ុនអាហារសម្រន់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលគ្រប់អាហារសម្រន់គឺផលិតនៅក្នុងស្រុក និងផលិតពីវត្ថុធាតុដើមដែលមាននៅក្នុងស្រុកស្រាប់ ដែលផលិតផលដំបូងគឺ គ្រាប់ស្វាយចន្ទី។ ក្រុមហ៊ុនផលិត និងចែកចាយផលិតផលអាហារសម្រន់ដែលផ្ដោតលើគុណភាព រសជាតិ ព្រមទាំងតម្លៃសមរម្យផងដែរ។



ក្រុមហ៊ុននេះត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងគោលដៅពង្រឹងការកែច្នៃផលិតផលនៅក្នុងស្រុក ធានានូវស្តង់ដារផលិតផល ជួយដល់វិស័យការងារ ដើម្បីកាត់បន្ថយចំណាកស្រុកពង្រីកឱ្យមានទីផ្សារក្នុងស្រុកកាន់តែមានភាពទូលំទូលាយ និងបង្កើតឱកាសក្នុងការឈានដើងចូលទៅកាន់ទីផ្សារអន្តរជាតិផងដែរ។ ក្រុមហ៊ុនមានចក្ខុវិស័យក្នុងការជំរុញជីវភាពសហគមន៍ និងរក្សានូវភាពជាខ្មែរ ដោយប្រើវិធីសាស្ត្រកែច្នៃតាមបែបទំនើប។ ចំពោះបេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនវិញគឺ បង្កើតនិងផ្តល់អាហារសម្រន់ដែលមានគុណភាពខ្ពស់ មានរសជាតិឆ្ងាញ់ និងមិនប៉ះពាល់ដល់សុខភាព។

ក្រុមហ៊ុនមានរោងចក្រសម្រាប់ផលិតនៅទីតាំង ភូមិបែកអន្លូង ឃុំអារក្សត្នោត ស្រុកស្ទឹងត្រង់ ខេត្តកំពង់ចាម និងមានដេប៉ូចែកចាយទីតាំងកណ្តាលនៅ ខណ្ឌស្ទឹងមានជ័យ រាជធានីភ្នំពេញ។

២. សេចក្តីសង្ខេប

ផលិតផល (Product)

គ្រាប់ស្វាយចន្ទី មានបរិសជាតិ និងការវេចខ្ចប់មានច្រើនជម្រើស ទាំងជាកញ្ចប់ (មានតាមទម្ងន់ ១០០ក្រាម, ២៥០ក្រាម, និង ៥០០ក្រាម) និងដាក់ក្នុងក្រឡសម្រាប់ជាកាដូ ។ ដោយយើងប្រើកញ្ចប់ប្លាស្ទិច ដែលអាចបិទមាត់វិញបាន និងក្រឡថ្មីមានទម្ងន់ស្រាល។



ចំពោះការវេចខ្ចប់ជាក្រឡ គឺមានតែទម្ងន់ ២៥០ក្រាម និង ៥០០ ក្រាមប៉ុណ្ណោះ ហើយតម្លៃគឺរវាងលើសពីការវេចខ្ចប់ធម្មតាបន្តិច ដោយសារតម្លៃនៃសំបកវេចខ្ចប់ និងគុណតម្លៃរបស់វាសម្រាប់ជាកាដូប្រអំណោយ។

យើងក៏មានការវេចខ្ចប់ក្នុងបរិមាណច្រើន ប្រសិនបើមានការកម្លាំងទុកជាមុន ចាប់ពី១គីឡូក្រាម ឡើងទៅផងដែរ ។

តម្លៃ (Price)

- សម្រាប់កញ្ចប់
 - ១០០ ក្រាមតម្លៃ ១.៥\$
 - ២៥០ ក្រាមតម្លៃ ៣.៥\$
 - ៥០០ ក្រាមតម្លៃ ៦\$
- សម្រាប់ក្រឡូជាកាដូ
 - ២៥០ ក្រាមតម្លៃ ៤\$
 - ៥០០ ក្រាមតម្លៃ ៦.៥\$



កន្លែងលក់ (Placement)

ផលិតផលអាចរកបាននៅ ទីតាំងសម្រាប់លក់គឺនៅផ្សារស្ទឹងមានជ័យថ្មី ស្ថិតលើមហាវិថី សម្តេច មុនីរ័ត (២១៧), ភ្នំពេញ ឬនៅពេលមានកម្មវិធីតាំងពិពរណ៍ផ្សេងៗនៅតាមសាកលវិទ្យាល័យ ផ្សារ ទំនើប ឬនៅតាមទីតាំងផ្សេងៗទៀត។ អតិថិជនក៏អាចដាវបានតាមរយៈប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គមមាន Facebook, Instagram ជាដើម។ យើងក៏មានសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនសម្រាប់អតិថិជនផងដែរ ។

ការលក់ (Promotion)

- Event Marketing
- Print Advertising
- Online Marketing
- Incentive Program
- Influencer Marketing
- Video/Photo Production

៣. ការវិភាគស្ថានភាពការណ៍

៤. គោលបំណង

គោលបំណងរបស់ផែនការគឺ កំណត់យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយផលិតផល ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន គោលដៅ និងបង្កើតផែនការក្នុងការលក់ដោយជោគជ័យតាមរយៈការកំណត់តម្លៃសមរម្យ ការជ្រើសរើស វេចខ្ចប់ និងការលក់មានប្រសិទ្ធភាពដោយផ្តោតលើអត្តសញ្ញាណម៉ាកខ្មែរ និងរសជាតិខ្មែរ ។

៥. គោលដៅ

គោលដៅផែនការកិច្ចផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ស្នេកទ្រីម ដែលមានគម្រោងនឹងធ្វើការសម្រេចឱ្យ បានក្នុងរយៈពេលមួយឆ្នាំដំបូង មានដូចជា ៖

- ❖ ការផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលឱ្យមានការស្គាល់ច្រើន ជាពិសេសក្នុងរង្វង់យុវវ័យ និងមនុស្សពេញវ័យ អាយុចន្លោះពី ១៨ ទៅ៣៥

- ❖ បង្កើនការផ្សព្វផ្សាយតាមគ្រប់ថ្នាលកិច្ចទីផ្សារតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ទាំងថ្នាលកិច្ចទីផ្សារបែបប្រពៃណី និងថ្នាលកិច្ចទីផ្សារឌីជីថលដូចជា
 - ការផ្សព្វផ្សាយតាមកម្មវិធីEventផ្សេងៗនៅតាមសាកលវិទ្យាល័យ ផ្សារទំនើបជាដើម
 - បង្កើនការលក់ឱ្យបានច្រើន ជាពិសេសតាមរយៈប្រព័ន្ធអនឡាញ

៦. យុទ្ធសាស្ត្រកិច្ចទីផ្សារ និងមធ្យោបាយកិច្ចទីផ្សារ

ដើម្បីបង្កើនការទទួលស្គាល់ម៉ាក និងលក់ផលិតផលអាហារសម្រន់ "Snack Dream" យើងបានកំណត់យុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងកិច្ចទីផ្សារដែលមានលក្ខណៈសមស្របនឹងស្ថានភាពទីផ្សារ និងទម្លាប់ប្រើប្រាស់របស់អតិថិជនគោលដៅ។ ការរួមបញ្ចូលរវាងការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធបច្ចេកវិទ្យាទំនើប និងវិធីសាស្ត្រប្រពៃណី គឺជាចំណុចសំខាន់ក្នុងការធ្វើឲ្យផលិតផលមានការរីកចម្រើនលើទីផ្សារ។

ខាងក្រោមនេះមធ្យោបាយកិច្ចទីផ្សារដែលបានជ្រើសរើស ៖

1. Event Marketing

ក្រុមហ៊ុននឹងធ្វើការចូលរួម និងរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗ ដូចជា ពិព័រណ៍អាហារ ការតាំងពិព័រណ៍ផលិតផលក្នុងផ្សារទំនើប ឬព្រឹត្តិការណ៍ជុំវិញសហគមន៍។ ព្រឹត្តិការណ៍ទាំងនេះនឹងជួយអោយអតិថិជនមានឱកាសសាករសជាតិ និងស្គាល់ផ្ទាល់ពីគុណភាពផលិតផល ហើយក៏អាចប្រមូលមតិវិញនូវ ការមតិកែតម្រូវពីអតិថិជន ដើម្បីយកមកកែប្រែនូវចំណុចខ្វះខាតរបស់ផលិតផលបន្ថែមទៀតផងដែរ។

2. Print Advertising

ក្រុមហ៊ុនមានការប្រើប្រាស់សារពាណិជ្ជកម្មតាមរយៈផ្លាកផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផល(posters) ដែលក្នុងនោះមាននិយាយពីផលិតផល តម្លៃ រសជាតិ និងការវេចខ្ចប់។ ក្រដាសផ្សព្វផ្សាយ (flyers) សម្រាប់ចែកជូនអ្នកចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Eventនានា និងកាតពាណិជ្ជកម្ម (brochures) ដើម្បីបង្ហាញព័ត៌មានអំពីផលិតផល និងតម្លៃឲ្យអតិថិជននៅតាមកន្លែងផ្សេងៗ ដូចជា ផ្សារទំនើប ឬហាងកាហ្វេជាដើម។

3. Online Marketing

ក្រុមហ៊ុនធ្វើការផ្សព្វផ្សាយតាមបណ្តាញសង្គម ដូចជា Facebook, Instagram និង TikTok ដើម្បីបង្កើនការទទួលស្គាល់ម៉ាក និងបង្កើនការចូលរួមរបស់អតិថិជន។ ការផ្សាយប្រកាសអំពីការផ្តល់ជូនពិសេស និងការបង្ហាញមតិកាដែលទាក់ទាញ (content) គឺជាចំណុចសំខាន់ក្នុងការទាក់ទាញអតិថិជនថ្មី។

4. Incentive Program

ក្រុមហ៊ុនមានការផ្តល់ជូនការបញ្ចុះតម្លៃ ការផ្តល់សំបុត្រចូលរួមឆ្នោត ឬការផ្តល់ទំនិញបន្ថែមសម្រាប់ការទិញចំនួនច្រើន ដើម្បីលើកទឹកចិត្តអតិថិជនក្នុងការទិញជាបន្តបន្ទាប់ និងបង្កើតភាពស្មោះត្រង់ចំពោះម៉ាក។ ជាពិសេស នៅក្នុងឱកាសបុណ្យប្រពៃណីជាតិផ្សេងៗ ដែលក្រុមហ៊ុននឹងមានជាអំណោយសម្រាប់អតិថិជនដែលជាវក្នុងអំឡុងពេលនោះផងដែរ។

5. Influencer Marketing

បច្ចុប្បន្ន ដោយសារតែមានការរីកចម្រើនផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា មនុស្សភាគច្រើន ជាពិសេសយុវវ័យ ចូលចិត្តបង្ហាញពីជីវិតរស់នៅរបស់ពួកគេតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត ឬចូលចិត្តធ្វើការពេញនិយមនានាក្នុង ប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គម ក្រុមហ៊ុននឹងធ្វើការសហការជាមួយអ្នកមានឥទ្ធិពលលើបណ្តាញសង្គមក្នុងស្រុក ដែលធ្វើមតិកាទាក់ទងនឹងម្ហូបអាហារ(influencers) ដែលមានអ្នកតាមដានច្រើន និងមានប្រភេទទស្សនិកជនស្របជាមួយអតិថិជនគោលដៅ។ ការផ្សព្វផ្សាយដោយអ្នកមានឥទ្ធិពលអាចជួយបង្កើនទំនុកចិត្ត និងភាពទាក់ទាញរបស់ផលិតផល។

6. Video/Photo Production

មានការផលិតជាវីដេអូ និងរូបភាពមានគុណភាពខ្ពស់សម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ ដោយ ផ្ដោតលើការបង្ហាញភាពស្រស់ស្អាត និងភាពទាក់ទាញនៃផលិតផល ក៏ដូចជាការបង្ហាញដំណើរការផលិត ឲ្យឃើញភាពសុវត្ថិភាព និងគុណភាពខ្ពស់របស់ផលិតផលផងដែរ។

៧. ថវិកា

សម្រាប់ការអនុវត្តផែនការនេះ ក្រុមហ៊ុនមានការកំណត់ថវិកាសរុបចំនួនខ្ទង់ ៥០០០ ដុល្លារ ដើម្បីធានាថា ការផ្សព្វផ្សាយនិងសកម្មភាពទាំងអស់អាចប្រតិបត្តិបានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ថវិកា នេះត្រូវបានបែងចែកតាមមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយនិងសកម្មភាពផ្សេងៗ ដោយមានការផ្ដោតទៅលើការរួម បញ្ចូលទាំងការផ្សព្វផ្សាយប្រពៃណី និងការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត។

មធ្យោបាយទីផ្សារដំបូងគឺ Event Marketing ដែលទទួលបានថវិកាចំនួន ១២០០ដុល្លារ ដើម្បីរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ ផ្សព្វផ្សាយ ផ្តល់ឱកាសឱ្យអតិថិជនទំនាក់ទំនងផ្ទាល់ជាមួយផលិតផល និងបង្កើនការយល់ដឹងអំពីម៉ាក។ បន្ទាប់មក Print Advertising ទទួលបានថវិកាចំនួន ៣០០ដុល្លារ សម្រាប់ការបោះពុម្ពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយដូចជា ប័ណ្ណផ្សព្វផ្សាយ ស្លាកសញ្ញា និងការផ្សាយក្នុងទស្សនាវដ្តី។

Online Marketing ទទួលបានថវិកាចំនួន ៥០០ ដុល្លារ ដើម្បីធ្វើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមបណ្តាញសង្គម Facebook, TikTok, Instagram និងប្រព័ន្ធផ្សាយផ្សេងៗ ដើម្បីឈានដល់អតិថិជនទូលំទូលាយ។ ចំណែកឯ Incentive Program ទទួលបានថវិកាចំនួន ៦០០ ដុល្លារ សម្រាប់ការផ្តល់ការបញ្ចុះតម្លៃ និងអំណោយដល់អតិថិជន ដើម្បី លើកទឹកចិត្តក្នុងការទិញ។

ក្នុងផ្នែក Influencer Marketing ក្រុមហ៊ុនបានបែងចែកថវិកាចំនួន ១០០០ ទៅ១២០០ ដុល្លារ ដើម្បីជួលអ្នក មានឥទ្ធិពលលើបណ្តាញសង្គម ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយផលិតផលទៅកាន់ក្រុមគោលដៅ។ ចុងក្រោយ

Video/Photo Production ទទួលបានថវិកាចំនួន ៤០០ ដុល្លារ សម្រាប់ផលិតវីដេអូ និងរូបភាពដែលមានគុណភាព ខ្ពស់ ដើម្បីប្រើប្រាស់ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់។

ការបែងចែកថវិកាដោយប្រុងប្រយ័ត្ននេះ នឹងធានាថា ផែនទីផ្សារអាចអនុវត្តបានយ៉ាងស្របតាម គោលដៅ និងទទួលបានលទ្ធផលដែលចង់បាន ។

៨. សាររបស់ម៉ាក

សាររបស់ម៉ាក Snack Dream គឺផ្ដោតលើការផលិត និងផ្តល់អាហារសម្រន់ដែលមានគុណភាពខ្ពស់ សុវត្ថិភាព និងរសជាតិឆ្ងាញ់ ដែលផ្តល់បទពិសោធន៍ដ៏ល្អឥតខ្ចោះដល់អតិថិជន ។ ដើម្បីអាចបំពេញបាន នូវសារនេះ អតិថិជនរបស់យើងមានការរំពឹងទុកខ្ពស់ក្នុងការទទួលបានផលិតផលដែលមានគុណភាព និងសុវត្ថិភាព ។ ពួកគេចង់បានអាហារដែលមានសារធាតុចិញ្ចឹមពេញលេញ និងផលិតពីគ្រឿងផ្សំធម្មជាតិ ដូច្នេះពួកគេអាចទុកចិត្តបានលើសុខភាពរបស់ខ្លួន និងគ្រួសាររបស់ពួកគេ ។

នៅផ្នែកទីផ្សារ ការរំពឹងទុកគឺផ្ដោតលើភាពច្នៃប្រឌិតនៃផលិតផល និងការប្រើបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗក្នុងការ ផ្សព្វផ្សាយ និងចែកចាយ ដើម្បីធ្វើឲ្យផលិតផលរបស់Snack Dream មានភាពត្រជាក់ចិត្ត និងទាក់ទាញ មនុស្សច្រើនជាងមុន ។ ទីផ្សារត្រូវការថាSnack Dream បង្កើតអត្តសញ្ញាណម៉ាកដែលសមរម្យនិងបង្ហាញពី ភាពខ្មែរដែលពោរពេញដោយទំនុកចិត្ត និងសុចរិតភាព ។

ការរំពឹងទុកទាំងនេះ បង្ហាញថា Snack Dream មិនត្រឹមតែផ្តល់ផលិតផលសម្រន់ប៉ុណ្ណោះទេ តែថែមទាំងជា ក្រុមហ៊ុនដែលសំរាប់ការថែរក្សាសុខភាព និងការអភិវឌ្ឍសហគមន៍កសិករ ខណៈដែលបន្តទំនាក់ទំនងជា មួយអតិថិជនដោយការបង្ហាញពីគុណតម្លៃ និងភាពជឿជាក់លើម៉ាក ។

៩. អតិថិជនគោលដៅ

អតិថិជនគោលដៅរបស់ផលិតផលក្រុមហ៊ុនស្នេកដ្រឹម គឺយុវវ័យ និងមនុស្សវ័យកណ្តាល ។