



សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

Royal University of Law and Economics

មុខវិជ្ជា៖ គ្រប់គ្រង និងវិភាគគម្រោង

**គម្រោងសំបូលទូរសព្ទ OPPO មកក្នុង
ប្រទេសកម្ពុជា**

ស្រាវជ្រាវពីសប្តាហ៍ទី១ ខែកក្កដា ដល់សប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦

រៀបរៀងដោយនិស្សិតឈ្មោះ៖

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ៖ **បណ្ឌិត ព្រ៉ុំ ទេវី**

១. លោកស្រី សង្វារ ភក្តី

២. កញ្ញា លីម ម៉ារីណេត

៣. កញ្ញា មួន ស្រីគុណ

៤. កញ្ញា ឡុង ឫទ្ធិរេតី

៥. លោក ប៉ោក យ៉ាឃឹត

៦. លោក សាំង គួន



ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ធុរកិច្ច ឯកទេសគ្រប់គ្រង

ជំនាន់២២ ជំហាន២ ក្រុមB ឆ្នាំទី២ ឆមាសទី១

ឆ្នាំសិក្សា : ២០២៦~២០២៧

ការប្តេជ្ញា

ក្រុមយើងខ្ញុំ សូមគោរព និងថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុត ចំពោះគ្រប់ភាគីដែលបានចូលរួមជាចំណែកក្នុងការបញ្ចប់ដោយជោគជ័យនូវឯកសារស្រាវជ្រាវ ដែលមានចំណងជើងថា “គម្រោងនាំចូលទូរសព្ទ OPPO មកក្នុងប្រទេសកម្ពុជា” ជាមួយនឹងលទ្ធផលគួរជាទីមោទនៈ។

ជាបឋម ក្រុមយើងខ្ញុំសូមសម្តែងនូវការដឹងគុណចំពោះ អ្នកគ្រួសារស្រាវជ្រាវបណ្ឌិត ព្រំ ទេវី ដែលជាសាស្ត្រាចារ្យដ៏ធ្វើមរតករបស់យើងខ្ញុំក្នុងមុខវិជ្ជា “គ្រប់គ្រង និងវិភាគគម្រោង” ចំពោះការណែនាំដ៏មានតម្លៃ មតិកែលម្អ ការគាំទ្រ និងការខិតខំពន្យល់ ព្រមទាំងបង្ហាត់បង្រៀនពេញមួយឆមាសនេះ។ ជំនាញ និងការលើកទឹកចិត្តរបស់អ្នកគ្រួសារស្រាវជ្រាវ គឺជាគន្លឹះដ៏សំខាន់ក្នុងការកសាងការយល់ដឹង ចំណេះដឹង និងវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗដល់ក្រុមយើងខ្ញុំចំពោះការស្រាវជ្រាវនេះ។

កិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ គឺជាកត្តាតាំងនៃការយល់ដឹងមួយ ព្រមទាំងក្លាយជាការចែករំលែកនូវចំណេះដឹងមួយចំនួនដែលក្រុមយើងខ្ញុំបានខិតខំធ្វើការសិក្សាដោយផ្អែកលើឯកសារសំខាន់ៗមួយចំនួនដែលបានចេញផ្សាយជាសាធារណៈតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត ហើយក្រុមយើងខ្ញុំក៏សង្ឃឹមដែរថាកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ អាចជាសមិទ្ធផលមូលដ្ឋានមួយដែលអាចជាជំនួយដល់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវផ្សេងៗទៀតដែលមានភាពស្រដៀងគ្នានិងពាក់ព័ន្ធនឹងមុខវិជ្ជានេះផងដែរ។

ជាចុងក្រោយ ក្រុមយើងខ្ញុំសូមធ្វើការខន្តីអភ័យទោសទុកជាមុននូវរាល់កំហុសខុសឆ្គងដែលបានកើតឡើងដោយអចេតនានៅក្នុងកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ ព្រមទាំងសូមថ្លែងអំណរគុណទុកជាមុនចំពោះលោកគ្រូ អ្នកគ្រួសារស្រាវជ្រាវ និងមិត្តនិស្សិតទាំងអស់ដែលបានជួយផ្តល់នូវការណែនាំ មតិកែលម្អដល់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវមួយនេះ ដើម្បីឱ្យកិច្ចការស្រាវជ្រាវរបស់ក្រុមយើងខ្ញុំនាពេលក្រោយកាន់តែមានភាពល្អប្រសើរ។

មាតិកា

១. សាវតាគម្រោង.....	១
២. ការរៀបចំផែនការគម្រោង	២
២.១. អំពីគម្រោង	២
២.២. គោលបំណង	២
២.៣. គោលដៅ	២
២.៤. សកម្មភាពសំខាន់ៗ	២
២.៥. ប្រភពថវិកា.....	៤
២.៦. អ្នកទទួលខុសត្រូវ.....	៦
២.៧. សូចនាករ	៨
២.៨. មធ្យោបាយឆ្លៀងផ្លាស់	១១
២.៩. ហានិភ័យ.....	១៥
៣. ដំណើរការគម្រោង.....	១៨
៣.១. ការកំណត់ប្រភពថវិកា	១៨
៣.២. ការជ្រើសរើសធនធានមនុស្ស	១៩
៣.៣. ការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង.....	២០
៣.៤. ការជ្រើសរើសផែនការពេលវេលា	២២
៣.៥. ការជ្រើសរើសធនធានគម្រោង	២៥
៣.៦. ដំណើរការដឹកជញ្ជូន និងការបំពេញបែបបទនាំចូល.....	២៦
៣.៦.១ ការស្វែងរកកន្លែងដឹកជញ្ជូន.....	២៧

៣.៦.២ ការរៀបចំ និងជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រដឹកជញ្ជូន	២៧
៣.៦.៣ ការណែនាំគ្នាភ័យជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់	២៨
៣.៦.៤ ការរៀបចំឯកសារសំបូល	២៩
៣.៦.៥ ការបំពេញបែបបទគយ និងបង់ពន្ធ (Tax 100%)	២៩
៣.៦.៦ ការត្រួតពិនិត្យ និងទទួលផលិតផល	៣០
៣.៧. ការតាមដាន ការវាយតម្លៃ និងការតាមដានបន្ត	៣១
៣.៧.១. ការតាមដាន	៣១
៣.៧.២. ការវាយតម្លៃ	៣១
៣.៧.៣. ការតាមដានបន្ត	៣១
៣.៨. ការបញ្ចប់គម្រោង	៣២
៤. ការវិភាគ SWOT	៣៣
៤.១. ចំណុចខ្លាំង	៣៣
៤.២. ចំណុចខ្សោយ	៣៤
៤.៣. ឱកាស	៣៥
៤.៤. ការគំរាមកំហែង	៣៥
៥. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន	៣៦

១. សាវតាគម្រោង

ស្ថិតក្នុងបរិបទដែលមានការរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល និងកំណើននៃការប្រើប្រាស់ស្មាតហ្វូននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាកាន់តែកើនឡើងជាលំដាប់ ទូរសព្ទដៃបានក្លាយជាឧបករណ៍ចាំបាច់សម្រាប់ការទំនាក់ទំនង ការអប់រំ ការធ្វើអាជីវកម្ម ការទូទាត់តាមប្រព័ន្ធឌីជីថល និងការប្រើប្រាស់សេវាសាធារណៈតាមអនឡាញ។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាក៏បានជំរុញការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងការពង្រីកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទូរគមនាគមន៍ ដើម្បីគាំទ្រដល់ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើបនៅទូទាំងប្រទេស។ ជាមួយនឹងការដាក់ឱ្យដំណើរការសេវា 5G និងការពង្រីកបណ្តាញទូរគមនាគមន៍នៅតាមរាជធានី និងបណ្តាខេត្ត ការប្រើប្រាស់ស្មាតហ្វូនដែលមានសមត្ថភាពគាំទ្រ 5G ត្រូវបានរំពឹងថានឹងបន្តកើនឡើង។ ការណ៍នេះបានបង្កើតជាឱកាសដ៏ល្អសម្រាប់អាជីវកម្មនាំចូល និងចែកចាយទូរសព្ទដៃដែលមានគុណភាព និងបច្ចេកវិទ្យាទំនើបមកប្រទេសកម្ពុជា។

ម៉ាកយីហោ OPPO គឺជាម៉ាកយីហោស្មាតហ្វូនមួយដែលមានការពេញនិយមនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដោយសារមានការចនាបែបទាន់សម័យ មានបច្ចេកវិទ្យាកាមេរ៉ាទំនើប សមត្ថភាពប្រើប្រាស់ល្អ តម្លៃសមរម្យ និងមានផលិតផលជាច្រើនដែលអាចបំពេញបាននូវតម្រូវការអតិថិជនយ៉ាងទូលំទូលាយ។ ដោយសារតែតម្រូវការទីផ្សារនៅតែបន្តកើនឡើង ការនាំចូលទូរសព្ទដៃម៉ាក OPPO មកកាន់ប្រទេសកម្ពុជាត្រូវបានចាត់ទុកថាជាគម្រោងដែលមានសក្តានុពលខាងផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម និងអាចបង្កើតបានប្រាក់ចំណេញក្នុងរយៈពេលវែងផងដែរ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ការនាំចូលក៏ត្រូវតែអនុវត្តតាមបទប្បញ្ញត្តិ និងស្តង់ដារបច្ចេកទេសរបស់ស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ច ដើម្បីធានាបានគុណភាពរបស់ផលិតផល ព្រមទាំងសុវត្ថិភាពជូនដល់អ្នកប្រើប្រាស់ និងការនាំចូលដោយស្របច្បាប់។

ដូច្នេះ គម្រោងនាំចូលទូរសព្ទដៃ OPPO មកក្នុងប្រទេសកម្ពុជា គឺត្រូវបានរៀបចំឡើងដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងកំណើននៃតម្រូវការទីផ្សារ ពង្រីកឱកាសអាជីវកម្ម បង្កើនការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលដែលមានគុណភាព និងរួមចំណែកគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលក្នុងប្រទេស ស្របតាមនិន្នាការបច្ចេកវិទ្យាថ្មី និងការរីកចម្រើននៃវិស័យទូរគមនាគមន៍។

២. ការរៀបចំផែនការគម្រោង

២.១. អំពីគម្រោង

ការស្រាវជ្រាវនេះត្រូវបានសិក្សាអំពី “គម្រោងនាំចូលទូរសព្ទ OPPO មកក្នុងប្រទេសកម្ពុជា”។

២.២. គោលបំណង

គម្រោងត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណង ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ទូរសព្ទ OPPO ដែលមានគុណភាពខ្ពស់ និងមានតម្លៃសមរម្យ សម្រាប់បំពេញតម្រូវការរបស់ប្រជាជនកម្ពុជា។

២.៣. គោលដៅ

ដើម្បីសម្រេចគោលបំណងខាងលើបាន គម្រោងត្រូវបានកំណត់គោលដៅធំៗចំនួន ៣ ដូចខាងក្រោម៖

- គោលដៅទី១៖ កំណត់ដៃគូផ្គត់ផ្គង់ និងចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ២ក្រុមហ៊ុន នៅប្រទេសចិន ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
- គោលដៅទី២៖ កំណត់វិធីសាស្ត្រក្នុងការនាំចូល ដែលផ្តោតលើការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស និង បំពេញបែបបទនៃការនាំចូល ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
- គោលដៅទី៣៖ រៀបចំស្តុក និងផ្តល់ផលិតផលជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ ចុងក្រោយ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ។

២.៤. សកម្មភាពសំខាន់ៗ

ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅនីមួយៗនៃគម្រោងមួយនេះ យើងមានសកម្មភាពសំខាន់ៗមួយ ចំនួនដែលមានដូចខាងក្រោម ៖

- គោលបំណងទី១៖ កំណត់ដៃគូផ្គត់ផ្គង់ និងចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ២ ក្រុមហ៊ុន ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - សកម្មភាពទី១.១៖ ស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ១០ក្រុមហ៊ុន នៅក្នុងប្រទេសចិន រួចធ្វើការ វិភាគ និងសិក្សាស្រាវជ្រាវស៊ីជម្រៅអំពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដែលមានសក្តានុពលដោយជ្រើសរើស យកក្រុមហ៊ុនចំនួន២ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។

- **សកម្មភាពទី១.២៖** ត្រួតពិនិត្យ ផ្ទៀងផ្ទាត់ស្តង់ដារគុណភាព និងសមត្ថភាពផលិតកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ ដើម្បីធានាថាផលិតផលឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារកម្ពុជា នៅសប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
- **សកម្មភាពទី១.៣៖** ចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ នូវចំនួនផលិតផលដែលបានបញ្ជាទិញជាមួយគុណភាពផលិតផល និងរយៈពេលដែលបានកំណត់ ដើម្បីធានាបានថាការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលទាន់ពេលវេលា និងបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជនបានគ្រប់ចំនួន នៅសប្តាហ៍ទី៤ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
- **សកម្មភាពទី១.៤៖** បង្កើតបណ្តាញទំនាក់ទំនងផ្លូវការ និងកំណត់ទីតាំងដឹកជញ្ជូនជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ ដើម្បីសម្រួលដល់ការតាមដានដំណើរការផលិត និងការដឹកជញ្ជូននាពេលអនាគត ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែកញ្ញា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
- **គោលដៅទី២៖** កំណត់វិធីសាស្ត្រក្នុងការនាំចូលដែលផ្ដោតលើការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស និងការបំពេញបែបបទនៃការនាំចូល ដោយចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី២.១៖** សិក្សាស្រាវជ្រាវ និងប្រៀបធៀបតម្លៃសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស ដើម្បីជ្រើសរើសដៃគូដឹកជញ្ជូនដែលមានតម្លៃសមរម្យ មានសុវត្ថិភាពខ្ពស់ និងអាចដឹកជញ្ជូនបានទាន់ពេលវេលា ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី២.២៖** រៀបចំ និងផ្ទៀងផ្ទាត់រាល់ឯកសារគតិយុត្តសម្រាប់ការនាំចូល ដូចជា Commercial Invoice, Packing List និងវិញ្ញាបនបត្រស្តង់ដារ ដើម្បីធានាឱ្យដំណើរការបំពេញបែបបទគយ និងពន្ធដារប្រព្រឹត្តទៅបានលឿនរហ័ស ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី២.៣៖** សម្របសម្រួលជាមួយក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន អាជ្ញាធរគយ និងភ្នាក់ងារពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីតាមដានស្ថានភាពផលិតផល និងដោះស្រាយបញ្ហាដែលអាចកើតមានក្នុងអំឡុងពេលនាំចូល ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែកញ្ញា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។

- **គោលដៅទី៣៖** រៀបចំស្តុក និងផ្តល់ផលិតផលជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ។
 - **សកម្មភាពទី៣.១៖** រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងស្តុក និងធ្វើការត្រួតពិនិត្យគុណភាពលើទូរសព្ទ OPPO ដែលបានដឹកមកដល់ មុនបញ្ចូលទៅក្នុងប្រព័ន្ធស្តុក នៅសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី៣.២៖** ករណីផលិតផលមានការខូចខាត ត្រូវមានការបញ្ជូនត្រឡប់ និងទទួលផលិតផលជំនួសមកវិញ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី២ ខែតុលា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី៣.៣៖** ធ្វើការទាក់ទងទៅតំណាងចែកចាយ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យ និងផ្ទៀងផ្ទាត់អំពីចំនួនផលិតផល មុនពេលដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ឱ្យបានទាន់ពេលវេលា ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែវិច្ឆិកា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី៣.៤៖** រៀបចំដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយនៅតាមបណ្តាធានីខេត្ត ដើម្បីធានាថាផលិតផលទៅដល់គោលដៅបានទាន់ពេលវេលា និងមានសុវត្ថិភាព ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែវិច្ឆិកា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី៣.៥៖** ប្រមូលមតិយោបល់ពីតំណាងចែកចាយ និងអតិថិជន បន្ទាប់ពីការចែកចាយរួច ដើម្បីវាយតម្លៃគុណភាពសេវាកម្ម ការគ្រប់គ្រងស្តុក និងរៀបចំផែនការនាំចូលលើកបន្ទាប់ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែធ្នូ ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ។

២.៥. ប្រភពថវិកា

ដើម្បីអនុវត្តគម្រោងនាំចូលទូរសព្ទ OPPO មកកម្ពុជាឱ្យដំណើរការបានរលូន និងសម្រេចបានតាមផែនការ (សីហា ២០២៦ - ធ្នូ ២០២៦) ក្រុមការងារបានរៀបចំ និងបែងចែកប្រភពថវិកាសរុប ៤៣៦ ២០៦ ដុល្លារអាមេរិក សម្រាប់គាំទ្រគោលដៅទាំងបីខាងលើ។ រាល់ការចំណាយគឺមានការប្រើប្រាស់ថវិការបស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម ដែលអាជីវកម្មមានទម្រង់ជាក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិ និងបានបែងចែកមុខតំណែង តួនាទី និងចំនួនភាគហ៊ុនដូចខាងក្រោម ៖

១. សហកម្មសិទ្ធិករទូទៅ

- លោកស្រី សង្ហារ ភក្តី ជាប្រធានគម្រោង មានតួនាទី ដឹកនាំ និងសម្របសម្រួលដំណើរការគម្រោង ទាំងមូល ធ្វើការសម្រេចចិត្តលើកិច្ចសន្យា និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ តាមដានកាលវិភាគ និង គ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធ ដែលមានភាគហ៊ុនចំនួន ៥០%។
- កញ្ញា លីម ម៉ារីណេត ជាប្រធានផ្នែកលទ្ធកម្ម និងចរចា មានតួនាទី ស្វែងរក និងវាយតម្លៃរោង ចក្រផ្គត់ផ្គង់ OPPO នៅប្រទេសចិន ចរចាតម្លៃ និងលក្ខខណ្ឌនៃការទិញ (Incoterms) ព្រមទាំង សម្របសម្រួលការចុះកិច្ចសន្យាទិញ-លក់ ដែលមានភាគហ៊ុនចំនួន ១៥%។

២. សហកម្មសិទ្ធិករមានកម្រិត

- លោក សាំង គួង ជាប្រធានផ្នែកកសិកម្មការកម្ម និងគយ ដែលមានតួនាទីផ្ដោតសំខាន់លើការ គ្រប់គ្រងការដឹកជញ្ជូន (Air Freight/Sea Freight) រៀបចំ និងផ្ទៀងផ្ទាត់ឯកសារនាំចូល (Invoice, Packing List) សម្របសម្រួលនីតិវិធីប្រកាសអាសន្នគយ និងបង់ពន្ធ ដែលមាន ភាគហ៊ុនចំនួន ១០%។
 - កញ្ញា ឡុង ឫទ្ធិវេរី ជាប្រធានផ្នែកគ្រប់គ្រងស្តុក និងចែកចាយ មានតួនាទី គ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធស្តុក ផលិតផល ត្រួតពិនិត្យគុណភាពទូរសព្ទមកដល់ រៀបចំផែនការដឹកជញ្ជូន និងចែកចាយ ផលិតផលជូនតំណាងចែកចាយតាមបណ្តាញជំនួញ ខេត្ត ដែលមានភាគហ៊ុនចំនួន ១០%។
 - កញ្ញា មួន ស្រីគុណ ជាប្រធានផ្នែកគ្រប់គ្រងទីផ្សារ និងទំនាក់ទំនងអតិថិជន មានតួនាទី ស្វែងរក និងបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងតំណាងចែកចាយ (Distributors/Retailers) ប្រមូលមតិ យោបល់អតិថិជន (Feedback) រៀបចំយុទ្ធនាការជំរុញការលក់ ដែលមានភាគហ៊ុនចំនួន ១០%។
 - លោក ប៉ោក យ៉ាយីត ជាប្រធានផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងគណនេយ្យ មានតួនាទី គ្រប់គ្រងលំហូរ សាច់ប្រាក់ (Cash Flow) គ្រប់គ្រងថវិកាចំណាយ និងការទូទាត់អន្តរជាតិ ព្រមទាំងរៀបចំ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងវិភាគចំណេញ-ខាត ដែលមានភាគហ៊ុនចំនួន ១០%។
- **គោលដៅទី១៖** កំណត់ដៃគូផ្គត់ផ្គង់ និងចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ២ក្រុម ហ៊ុន នៅប្រទេសចិន ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦ ដោយប្រើប្រាស់ថវិកាម្ចាស់អាជីវកម្ម។

- **គោលដៅទី២៖** កំណត់វិធីសាស្ត្រក្នុងការនាំចូល ដែលផ្តោតលើការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស និងការបំពេញបែបបទនៃការនាំចូល ផ្ដើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦ ដោយប្រើប្រាស់ថវិកាម្ចាស់អាជីវកម្ម។
- **គោលដៅទី៣៖** រៀបចំស្តុក និងផ្តល់ផលិតផលជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ចាប់ផ្ដើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ដល់ សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ ដោយប្រើប្រាស់ថវិកាម្ចាស់អាជីវកម្ម។

២.៦. អ្នកទទួលខុសត្រូវ

ដើម្បីធានាប្រសិទ្ធភាពនៃដំណើរការ និងការអនុវត្តគម្រោងនាំចូលទូរសព្ទ OPPO ឱ្យស្របតាមកាលវិភាគដែលបានកំណត់ ក្រុមការងារបានរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងគម្រោង (Project Organization Structure) ដោយបែងចែកតួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវទៅតាមគោលដៅ និងសកម្មភាពនីមួយៗយ៉ាងច្បាស់លាស់ដូចខាងក្រោម ៖

- **គោលដៅទី១៖** កំណត់ដៃគូផ្គត់ផ្គង់ និងចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ២ក្រុមហ៊ុននៅប្រទេសចិន ចាប់ផ្ដើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី១.១៖** ស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ១០ក្រុមហ៊ុន នៅក្នុងប្រទេសចិន រួចធ្វើការវិភាគ និងសិក្សាស្រាវជ្រាវស៊ីជម្រៅអំពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដែលមានសក្តានុពលដោយជ្រើសរើសយកក្រុមហ៊ុនចំនួន២ ចាប់ផ្ដើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ កញ្ញា លីម ម៉ារីណាត
 - **សកម្មភាពទី១.២៖** ត្រួតពិនិត្យ ផ្ទៀងផ្ទាត់ស្តង់ដារគុណភាព និងសមត្ថភាពផលិតកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ ដើម្បីធានាថាផលិតផលឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារកម្ពុជា នៅសប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ លោកស្រី សង្ហារ ភក្តី
 - **សកម្មភាពទី១.៣៖** ចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ នូវចំនួនផលិតផលដែលបានបញ្ជាទិញជាមួយគុណភាពផលិតផល និងរយៈពេលដែលបានកំណត់ នៅសប្តាហ៍ទី៤ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ កញ្ញា លីម ម៉ារីណាត

- **សកម្មភាពទី១.៤៖** បង្កើតបណ្តាញទំនាក់ទំនងផ្លូវការ និងកំណត់ទីតាំងដឹកជញ្ជូនជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែកញ្ញា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ **លោកស្រី សង្ហារ កក្កី**
- **គោលដៅទី២៖** កំណត់វិធីសាស្ត្រក្នុងការនាំចូលដែលផ្តោតលើការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស និងការបំពេញបែបបទនៃការនាំចូល ដោយចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី២.១៖** សិក្សាស្រាវជ្រាវ និងប្រៀបធៀបតម្លៃសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស ដើម្បីជ្រើសរើសដៃគូដឹកជញ្ជូនដែលមានតម្លៃសមរម្យ មានសុវត្ថិភាពខ្ពស់ និងអាចដឹកជញ្ជូនទាន់ពេលវេលា ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦ ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ **លោក ប៉ោក យ៉ាយីត**
 - **សកម្មភាពទី២.២៖** រៀបចំ និងផ្ទៀងផ្ទាត់រាល់ឯកសារគតិយុត្តសម្រាប់ការនាំចូល ដូចជា Commercial Invoice, Packing List និងវិញ្ញាបនបត្រស្តង់ដារ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ **លោក សាំង គួង**
 - **សកម្មភាពទី២.៣៖** សម្របសម្រួលជាមួយក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន អាជ្ញាធរគយ និងភ្នាក់ងារពាក់ព័ន្ធដើម្បីតាមដានស្ថានភាពផលិតផល និងដោះស្រាយបញ្ហាដែលអាចកើតមានក្នុងអំឡុងពេលនាំចូល ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែកញ្ញា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ **លោក សាំង គួង**
- **គោលដៅទី៣៖** រៀបចំស្តុក និងផ្តល់ផលិតផលជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ។
 - **សកម្មភាពទី៣.១៖** រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងស្តុក និងធ្វើការត្រួតពិនិត្យគុណភាព លើទូរសព្ទ OPPO ដែលបានដឹកមកដល់ មុនបញ្ចូលទៅក្នុងប្រព័ន្ធស្តុក នៅសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ **កញ្ញា ឡុង ឫទ្ធិវេរី**

- **សកម្មភាពទី៣.២៖** ករណីមានផលិតផលដែលមានការខូចខាត ត្រូវមានការបញ្ជូនត្រឡប់ និងទទួលផលិតផលជំនួសមកវិញ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី២ ខែតុលា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ កញ្ញា ឡុង ឫទ្ធិវេតី
- **សកម្មភាពទី៣.៣៖** ធ្វើការទាក់ទងទៅតំណាងចែកចាយ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យ និងផ្ទៀងផ្ទាត់អំពីចំនួនផលិតផល មុនពេលដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយឱ្យបានទាន់ពេលវេលា ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែវិច្ឆិកា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២៦។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ កញ្ញា ឡុង ឫទ្ធិវេតី
- **សកម្មភាពទី៣.៤៖** រៀបចំដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយនៅតាមបណ្តាធានី ខេត្ត ដើម្បីធានាថាផលិតផលទៅដល់គោលដៅបានទាន់ពេលវេលា និងមានសុវត្ថិភាព ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែវិច្ឆិកា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២៦។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ កញ្ញា ឡុង ឫទ្ធិវេតី
- **សកម្មភាពទី៣.៥៖** ប្រមូលមតិយោបល់ពីតំណាងចែកចាយ និងអតិថិជន បន្ទាប់ពីការចែកចាយរួច ដើម្បីវាយតម្លៃគុណភាពសេវាកម្ម ការគ្រប់គ្រងស្តុក និងរៀបចំផែនការនាំចូលលើកបន្ទាប់ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែធ្នូ ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ។
 - អ្នកទទួលខុសត្រូវ៖ កញ្ញា មួន ស្រីគុណ ។

២.៧. សូចនាករ

សូចនាករត្រូវបានកំណត់ ដើម្បីវាស់វែងវឌ្ឍនភាព និងកម្រិតជោគជ័យនៃគម្រោងទៅតាមគោលដៅ និងសកម្មភាពនីមួយៗ ៖

- **គោលដៅទី១៖** កំណត់ដៃគូផ្គត់ផ្គង់ និងចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ២ក្រុមហ៊ុន នៅប្រទេសចិន ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី១.១៖** ស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ១០ក្រុមហ៊ុន រួចធ្វើការវិភាគ និងសិក្សាស្រាវជ្រាវ ស៊ីជម្រៅអំពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដែលមានសក្តានុពលដោយជ្រើសរើសយកក្រុមហ៊ុនចំនួន២ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។

- **សូចនាករ១.១:** បានសិក្សាស្រាវជ្រាវលើអ្នកផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ១០ក្រុមហ៊ុន នៅក្នុងប្រទេសចិន និងជ្រើសរើសបានក្រុមហ៊ុនដែលមានសក្តានុពលចំនួន ២ក្រុមហ៊ុនរួចរាល់ ត្រឹមសប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី១.២:** ត្រួតពិនិត្យ ផ្ទៀងផ្ទាត់ស្តង់ដារគុណភាព និងសមត្ថភាពផលិតកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ ដើម្បីធានាថាផលិតផលឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទីផ្សារកម្ពុជា នៅសប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សូចនាករ១.២:** បានត្រួតពិនិត្យ និងផ្ទៀងផ្ទាត់ស្តង់ដារគុណភាព និងសមត្ថភាពផលិតកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំង២ រួចរាល់ដោយឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទីផ្សារកម្ពុជា ១០០% ក្នុងសប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី១.៣:** ចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ នូវចំនួនផលិតផលដែលបានបញ្ជាទិញជាមួយគុណភាពផលិតផល និងរយៈពេលដែលបានកំណត់ នៅសប្តាហ៍ទី៤ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សូចនាករ១.៣:** បានចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញផ្លូវការ (Sales Contract/Purchase Order) ជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ២ក្រុមហ៊ុន រួចរាល់ ក្នុងសប្តាហ៍ទី៤ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី១.៤:** បង្កើតបណ្តាញទំនាក់ទំនងផ្លូវការ និងកំណត់ទីតាំងដឹកជញ្ជូនជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែកញ្ញា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សូចនាករ១.៤:** បានបង្កើតបណ្តាញទំនាក់ទំនងផ្លូវការ និងកំណត់ទីតាំងដឹកជញ្ជូន/ប្រគល់ទំនិញជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ រួចរាល់ ត្រឹមសប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
- **គោលដៅទី២:** កំណត់វិធីសាស្ត្រក្នុងការនាំចូលដែលផ្តោតលើការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស និងការបំពេញបែបបទនៃការនាំចូល ដោយចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
- **សកម្មភាពទី២.១:** សិក្សាស្រាវជ្រាវ និងប្រៀបធៀបតម្លៃសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស ដើម្បីជ្រើសរើសដៃគូដឹកជញ្ជូនដែលមានតម្លៃសមរម្យ មានសុវត្ថិភាព និងអាចដឹកជញ្ជូនទាន់ពេលវេលា ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សូចនាករ២.១:** បានជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាសដែលមានតម្លៃសមរម្យ និងមានសុវត្ថិភាពខ្ពស់រួចរាល់ ក្នុងសប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។

- **សកម្មភាពទី២.២៖** រៀបចំ និងផ្ទៀងផ្ទាត់រាល់ឯកសារគតិយុត្តសម្រាប់ការនាំចូល ដូចជា Commercial Invoice, Packing List និងវិញ្ញាបនបត្រស្តង់ដារ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សូចនាករ២.២៖** បានរៀបចំ និងផ្ទៀងផ្ទាត់ឯកសារនាំចូលប្រកបដោយភាពត្រឹមត្រូវ រួចរាល់ ១០០% ត្រឹមសប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
- **សកម្មភាពទី២.៣៖** សម្របសម្រួលជាមួយក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន អាជ្ញាធរគយ និងភ្នាក់ងារពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីតាមដានស្ថានភាពផលិតផល និងដោះស្រាយបញ្ហាដែលអាចកើតមានក្នុងអំឡុងពេល នាំចូល ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែកញ្ញា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សូចនាករ២.៣៖** បានធ្វើការសម្របសម្រួល តាមដានស្ថានភាពផលិតផល និងបំពេញ បែបបទបញ្ជាព្រឹត្តិការណ៍គយប្រើរយៈពេលមិនលើសពី ១៤ថ្ងៃ រួចរាល់ ត្រឹមសប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
- **គោលដៅទី៣៖** រៀបចំស្តុក និងផ្តល់ផលិតផលជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុង ក្រោយ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ។
 - **សកម្មភាពទី៣.១៖** រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងស្តុក និងធ្វើការត្រួតពិនិត្យគុណភាព លើទូរសព្ទ OPPO ដែលបានដឹកមកដល់ មុនបញ្ចូលទៅក្នុងប្រព័ន្ធស្តុក នៅសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សូចនាករ៣.១៖** បានរៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងស្តុក និងត្រួតពិនិត្យគុណភាពទូរសព្ទ OPPO មុនបញ្ចូលក្នុងស្តុកបានរួចរាល់ ១០០% ក្នុងសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី៣.២៖** ករណីមានផលិតផលដែលមានការខូចខាត ត្រូវមានការបញ្ចូលត្រឡប់ និង ទទួលផលិតផលជំនួសមកវិញ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី២ ខែតុលា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សូចនាករ៣.២៖** រាល់ផលិតផលដែលមានការខូចខាត (បើមាន) ត្រូវបានចាត់ចែង បញ្ជូនត្រឡប់ និងទទួលយកផលិតផលជំនួសវិញបានរួចរាល់ ១០០% ត្រឹមសប្តាហ៍ទី៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី៣.៣៖** ធ្វើការទាក់ទងទៅតំណាងចែកចាយ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យ និងផ្ទៀងផ្ទាត់អំពី ចំនួនផលិតផល មុនពេលដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយឱ្យ បានទាន់ពេលវេលា ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែវិច្ឆិកា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២៦។

- **សូចនាករ៣.៣៖** បានទាក់ទង ត្រួតពិនិត្យ និងផ្ទៀងផ្ទាត់ចំនួនបញ្ជាទិញជាមួយតំណាងចែកចាយបានរួចរាល់ ១០០% ត្រឹមសប្តាហ៍ទី២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២៦។
- **សកម្មភាពទី៣.៤៖** រៀបចំដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយនៅតាមបណ្តាញជំនី ខេត្តដើម្បីធានាថាផលិតផលទៅដល់គោលដៅបានទាន់ពេលវេលា និងមានសុវត្ថិភាពខ្ពស់ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២៦ ដល់ សប្តាហ៍ទី៤ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ ២០២៦។
 - **សូចនាករ៣.៤៖** បានដឹកជញ្ជូនផលិតផលជូនតំណាងចែកចាយនៅតាមបណ្តាញជំនី ខេត្ត បានទាន់ពេលវេលា និងមានសុវត្ថិភាព យ៉ាងតិចរួចរាល់ ៩៥% ត្រឹមសប្តាហ៍ទី៤ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២៦។
- **សកម្មភាពទី៣.៥៖** ប្រមូលមតិយោបល់ពីតំណាងចែកចាយ និងអតិថិជន បន្ទាប់ពីការចែកចាយរួចដើម្បីវាយតម្លៃគុណភាពសេវាកម្ម ការគ្រប់គ្រងស្តុក និងរៀបចំផែនការនាំចូលលើកបន្ទាប់ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែធ្នូ ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ។
 - **សូចនាករ៣.៥៖** បានប្រមូលទិន្នន័យ និងរៀបចំរបាយការណ៍វាយតម្លៃការពេញចិត្តពីតំណាងចែកចាយ និងអតិថិជន រួចរាល់ ១០០% (ដែលកម្រិតពេញចិត្ត $\geq ៨៥\%$) ត្រឹមសប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ។

២.៨. មធ្យោបាយឆ្លៀងឆ្លាត

ដើម្បីផ្ទៀងផ្ទាត់ថាសូចនាករខាងលើពិតជាបានសម្រេចប្រាកដមែន ក្រុមការងារបានប្រមូល និងរក្សាទុកនូវឯកសារយោងជាផ្លូវការដូចខាងក្រោម ៖

- **គោលដៅទី១៖** កំណត់ដៃគូផ្គត់ផ្គង់ និងចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ២ក្រុមហ៊ុននៅប្រទេសចិន ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
- **សកម្មភាពទី១.១៖** ស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ១០ក្រុមហ៊ុន រួចធ្វើការវិភាគ និងសិក្សាស្រាវជ្រាវស៊ីជម្រៅអំពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដែលមានសក្តានុពលដោយជ្រើសរើសយកក្រុមហ៊ុនចំនួន២ ចាប់ពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់១.១៖** របាយការណ៍សិក្សាស្រាវជ្រាវទីផ្សារ និងតារាងវិភាគប្រៀបធៀបទិន្នន័យ/លក្ខណៈសម្បត្តិអ្នកផ្គត់ផ្គង់ទាំង ១០ក្រុមហ៊ុន។

- **សកម្មភាពទី១.២៖** ត្រួតពិនិត្យ ផ្ទៀងផ្ទាត់ស្តង់ដារគុណភាព និងសមត្ថភាពផលិតកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ ដើម្បីធានាថាផលិតផលឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារកម្ពុជា នៅសប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់១.២៖** របាយការណ៍វាយតម្លៃសមត្ថភាពរោងចក្រ និងវិញ្ញាបនបត្រត្រួតពិនិត្យស្តង់ដារគុណភាពផលិតផល (Quality & Factory Audit Report / Certificates)។
- **សកម្មភាពទី១.៣៖** ចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ នូវចំនួនផលិតផលដែលបញ្ជាទិញជាមួយគុណភាពផលិតផល និងរយៈពេលដែលបានកំណត់ នៅសប្តាហ៍ទី៤ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់១.៣៖** កិច្ចសន្យាទិញ-លក់អន្តរជាតិផ្លូវការ (Sales Contracts / Purchase Orders - PO) ដែលមានចុះហត្ថលេខា និងត្រាពីភាគីទាំងពីរ។
- **សកម្មភាពទី១.៤៖** បង្កើតបណ្តាញទំនាក់ទំនងផ្លូវការ និងកំណត់ទីតាំងដឹកជញ្ជូនជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែកញ្ញា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់១.៤៖** បញ្ជីផ្លូវការនៃចំណុចទំនាក់ទំនង (Contact List) កំណត់ត្រាអ៊ីម៉ែលផ្លូវការ (Official Email Correspondences) និងឯកសារកំណត់ទីតាំងប្រគល់-ទទួលទំនិញ (Logistics Protocol Document)។
- **គោលដៅទី២៖** កំណត់វិធីសាស្ត្រក្នុងការនាំចូលដែលផ្តោតលើការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស និងការបំពេញបែបបទនៃការនាំចូល ដោយចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **សកម្មភាពទី២.១៖** សិក្សាស្រាវជ្រាវ និងប្រៀបធៀបតម្លៃសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស ដើម្បីជ្រើសរើសដៃគូដឹកជញ្ជូនដែលមានតម្លៃសមរម្យ មានសុវត្ថិភាពខ្ពស់ និងអាចដឹកជញ្ជូនទាន់ពេលវេលា ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់២.១៖** តារាងប្រៀបធៀបតម្លៃ (Freight Quotation Comparison) និងកិច្ចសន្យាសេវាកម្មដឹកជញ្ជូន (Freight Service Agreement)។

- **សកម្មភាពទី២.២៖** រៀបចំ និងផ្ទៀងផ្ទាត់រាល់ឯកសារគតិយុត្តសម្រាប់ការនាំចូល ដូចជា Commercial Invoice, Packing List និងវិញ្ញាបនបត្រស្តង់ដារ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់២.២៖** សំណុំឯកសារនាំចូលរួមមាន Commercial Invoice, Packing List, Certificate of Origin (CO) និងវិញ្ញាបនបត្រស្តង់ដារបច្ចេកទេស។
- **សកម្មភាពទី២.៣៖** សម្របសម្រួលជាមួយក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន អាជ្ញាធរគយ និងភ្នាក់ងារពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីតាមដានស្ថានភាពផលិតផល និងដោះស្រាយបញ្ហាដែលអាចកើតមានក្នុងអំឡុងពេលនាំចូល ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែកញ្ញា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់២.៣៖** លិខិតដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស (Airway Bill - AWB), លិខិតប្រកាសនីយបត្រគយ (Customs Declaration) និងវិក្កយបត្របង់ពន្ធនាំចូលផ្លូវការ (Tax Payment Receipts)។
- **គោលដៅទី៣៖** រៀបចំស្តុក និងផ្តល់ផលិតផលជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ ២០២៦ តទៅ។
 - **សកម្មភាពទី៣.១៖** រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងស្តុក និងធ្វើការត្រួតពិនិត្យគុណភាព លើទូរសព្ទ OPPO ដែលបានដឹកមកដល់ មុនបញ្ចូលទៅក្នុងប្រព័ន្ធស្តុក នៅសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់៣.១៖** របាយការណ៍ត្រួតពិនិត្យគុណភាព នៅពេលទំនិញមកដល់ (Inspection Report) និងរបាយការណ៍បញ្ចូលទិន្នន័យស្តុកដើមក្នុងប្រព័ន្ធ (Warehouse Stock Entry Report)។
 - **សកម្មភាពទី៣.២៖** ករណីមានផលិតផលដែលមានការខូចខាត ត្រូវមានការបញ្ចូលត្រឡប់ និងទទួលផលិតផលជំនួសមកវិញ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី២ ខែតុលា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់៣.២៖** បណ្ណាទាមទារសំណង/ប្តូរទំនិញ (Return Material Authorization - RMA) របាយការណ៍ទំនិញខូចខាត (Defective Product Report) និងបណ្ណទទួលទំនិញជំនួស (Replacement Goods Receipt)។

- **សកម្មភាពទី៣.៣៖** ធ្វើការទាក់ទងទៅតំណាងចែកចាយ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យ និងផ្ទៀងផ្ទាត់អំពីចំនួនផលិតផល មុនពេលដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយឱ្យបានទាន់ពេលវេលា ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែវិច្ឆិកា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់៣.៣៖** បញ្ជីផ្ទៀងផ្ទាត់ការបញ្ជាទិញ (Order Verification Checklist) និងលិខិតបញ្ជាទិញផ្លូវការពីតំណាងចែកចាយ (Distributor Purchase Orders)។
- **សកម្មភាពទី៣.៤៖** រៀបចំដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយនៅតាមបណ្តាញជំនាញ ខេត្តដើម្បីធានាថាផលិតផលទៅដល់គោលដៅបានទាន់ពេលវេលា និងមានសុវត្ថិភាព ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែវិច្ឆិកា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ ២០២៦។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់៣.៤៖** បណ្ណប្រគល់-ទទួលផលិតផល (Delivery Notes / Delivery Orders - DO) ដែលមានហត្ថលេខា និងត្រារបស់តំណាងចែកចាយ។
- **សកម្មភាពទី៣.៥៖** ប្រមូលមតិយោបល់ពីតំណាងចែកចាយ និងអតិថិជន បន្ទាប់ពីការចែកចាយរួច ដើម្បីវាយតម្លៃគុណភាពសេវាកម្ម ការគ្រប់គ្រងស្តុក និងរៀបចំផែនការនាំចូលលើកបន្ទាប់ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែធ្នូ ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ។
 - **មធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់៣.៥៖** ទម្រង់ស្ទង់មតិ (Survey Forms) និងរបាយការណ៍វាយតម្លៃការពេញចិត្តរបស់អតិថិជន និងតំណាងចែកចាយ (Customer & Distributor Satisfaction Report)។

២.៩. ហានិភ័យ

ការវិភាគហានិភ័យ គឺជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៅក្នុងការគ្រប់គ្រងគម្រោង ដើម្បីធានាបាននូវការត្រៀមលក្ខណៈទុកជាមុន ៖

- **គោលដៅទី១៖** កំណត់ដៃគូផ្គត់ផ្គង់ និងចុះកិច្ចសន្យាក្នុងត្រាការងារជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ២ក្រុមហ៊ុននៅប្រទេសចិន ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។

- **សកម្មភាពទី១.១៖** ស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ១០ក្រុមហ៊ុន រួចធ្វើការវិភាគ និងសិក្សាស្រាវជ្រាវ ស៊ីជម្រៅអំពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដែលមានសក្តានុពលដោយជ្រើសរើសយកក្រុមហ៊ុនចំនួន២ ចាប់ពីសប្តាហ៍ ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **ហានិភ័យ១.១៖** ព័ត៌មានពីក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់អាចខ្វះខាតច្បាស់លាស់ ឬខ្វះខាតទិន្នន័យ ស៊ីជម្រៅ នាំឱ្យជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនមិនបានត្រឹមត្រូវ ទៅតាមស្តង់ដារដែលបានកំណត់។
 - **សកម្មភាពទី១.២៖** ត្រួតពិនិត្យ ផ្ទៀងផ្ទាត់ស្តង់ដារគុណភាព និងសមត្ថភាពផលិតកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ ដើម្បីធានាថាផលិតផលឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារកម្ពុជា នៅសប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **ហានិភ័យ១.២៖** ស្តង់ដារគុណភាពទូទៅ ឬសមត្ថភាពផលិតកម្មរបស់អ្នកផ្គត់ផ្គង់អាច មិនទាន់ឆ្លើយតបត្រូវតាមតម្រូវការបច្ចេកទេស ឬបទប្បញ្ញត្តិក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។
 - **សកម្មភាពទី១.៣៖** ចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយដៃគូផ្គត់ផ្គង់ នូវចំនួនផលិតផលដែលបាន បញ្ជាទិញជាមួយគុណភាពផលិតផល និងរយៈពេលដែលបានកំណត់ នៅសប្តាហ៍ទី៤ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **ហានិភ័យ១.៣៖** អាចមានការពន្យារពេលក្នុងការចរចាលក្ខខណ្ឌកិច្ចសន្យា បញ្ជាប្រែប្រួល អត្រាប្តូរប្រាក់ ឬលក្ខខណ្ឌកិច្ចសន្យាមិនច្បាស់លាស់ ដែលនាំឱ្យមានវិវាទ។
 - **សកម្មភាពទី១.៤៖** បង្កើតបណ្តាញទំនាក់ទំនងផ្លូវការ និងកំណត់ទីតាំងដឹកជញ្ជូនជាមួយក្រុមហ៊ុន ផ្គត់ផ្គង់ទាំង២ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែកញ្ញា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **ហានិភ័យ១.៤៖** អាចមានការអាក់អន់នៃប្រព័ន្ធទំនាក់ទំនង ឧបសគ្គខាងភាសា ឬល្បែង ម៉ោង ដែលនាំឱ្យមានការយល់ច្រឡំក្នុងដំណើរការផលិត និងដឹកជញ្ជូន។
- **គោលដៅទី២៖** កំណត់វិធីសាស្ត្រក្នុងការនាំចូលដែលផ្តោតលើការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស និងការ បំពេញបែបបទនៃការនាំចូល ដោយចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ ២០២៦។

- **សកម្មភាពទី២.១៖** សិក្សាស្រាវជ្រាវ និងប្រៀបធៀបតម្លៃសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស ដើម្បីជ្រើសរើសដៃគូដឹកជញ្ជូនដែលមានតម្លៃសមរម្យ មានសុវត្ថិភាពខ្ពស់ និងអាចដឹកជញ្ជូនទាន់ពេលវេលា ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **ហានិភ័យ២.១៖** ថ្លៃសេវាដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាសអាចមានការប្រែប្រួលកើនឡើងភ្លាមៗ ឬមានការពន្យារពេលជើងហោះហើរ។
 - **សកម្មភាពទី២.២៖** រៀបចំ និងផ្ទៀងផ្ទាត់រាល់ឯកសារគតិយុត្តសម្រាប់ការនាំចូល ដូចជា Commercial Invoice, Packing List និងវិញ្ញាបនបត្រស្តង់ដារ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែសីហា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **ហានិភ័យ២.២៖** ការរៀបចំឯកសារនាំចូលអាចមានកំហុសបច្ចេកទេស ឬខ្វះខាតឯកសារចាំបាច់ ដែលធ្វើឱ្យមានការពន្យារពេលក្នុងការប្រកាសអាសន្នគយ។
 - **សកម្មភាពទី២.៣៖** សម្របសម្រួលជាមួយក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន អាជ្ញាធរគយ និងភ្នាក់ងារពាក់ព័ន្ធដើម្បីតាមដានស្ថានភាពផលិតផល និងដោះស្រាយបញ្ហាដែលអាចកើតមានក្នុងអំឡុងពេលនាំចូល ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែកញ្ញា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **ហានិភ័យ២.៣៖** អាចមានការកកស្ទះដំណើរការបញ្ចេញផលិតផលពីគយ ឬការប្រែប្រួលនីតិវិធី ឬបទប្បញ្ញត្តិពន្ធដារ និងគយភ្លាមៗ។
- **គោលដៅទី៣៖** រៀបចំស្តុក និងផ្តល់ផលិតផលជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ។
- **សកម្មភាពទី៣.១៖** រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងឃ្លាំងស្តុក និងធ្វើការត្រួតពិនិត្យគុណភាព លើទូរសព្ទ OPPO ដែលបានដឹកមកដល់ មុននឹងបញ្ចូលទៅក្នុងប្រព័ន្ធស្តុក នៅសប្តាហ៍ទី១ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **ហានិភ័យ៣.១៖** ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងស្តុកអាចមានបញ្ហាបច្ចេកទេស ឬការត្រួតពិនិត្យគុណភាពក្នុងឃ្លាំងមានភាពចន្លោះប្រហោង។

- **សកម្មភាពទី៣.២៖** ករណីមានផលិតផលដែលមានការខូចខាត ត្រូវមានការបញ្ចូលត្រឡប់ និងទទួលផលិតផលជំនួសមកវិញ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី២ ខែតុលា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **ហានិភ័យ៣.២៖** អាចមានការពន្យារពេលពីខាងរោងចក្រ (អ្នកផ្គត់ផ្គង់) ក្នុងការធ្វើផលិតផលជំនួស ឬរឹតទុក្ខការទទួលខុសត្រូវលើការខូចខាត។
- **សកម្មភាពទី៣.៣៖** ធ្វើការទាក់ទងទៅតំណាងចែកចាយ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យ និងផ្ទៀងផ្ទាត់អំពីចំនួនផលិតផល មុនពេលដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ឱ្យបានទាន់ពេលវេលា ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែវិច្ឆិកា ដល់សប្តាហ៍ទី២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **ហានិភ័យ៣.៣៖** តំណាងចែកចាយអាចកែប្រែ ឬលុបចោលចំនួនបញ្ជាទិញភ្លាមៗ ធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ផែនការចែកចាយ និងស្តុក។
- **សកម្មភាពទី៣.៤៖** រៀបចំផែនការដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយនៅតាមបណ្តាញជំនីវខេត្ត ដើម្បីធានាថាផលិតផលទៅដល់គោលដៅបានទាន់ពេលវេលា និងមានសុវត្ថិភាព ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី៣ ខែវិច្ឆិកា ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០២៦។
 - **ហានិភ័យ៣.៤៖** អាចមានភាពយឺតយ៉ាវ ឬហានិភ័យខូចខាត ឬបាត់បង់ផលិតផលអំឡុងពេលដឹកជញ្ជូនតាមបណ្តាញជំនីវ ខេត្ត។
- **សកម្មភាពទី៣.៥៖** ប្រមូលមតិយោបល់ពីតំណាងចែកចាយ និងអតិថិជន បន្ទាប់ពីការចែកចាយរួច ដើម្បីវាយតម្លៃគុណភាពសេវាកម្ម ការគ្រប់គ្រងស្តុក និងរៀបចំផែនការនាំចូលលើកបន្ទាប់ ចាប់ផ្តើមពីសប្តាហ៍ទី១ ខែធ្នូ ដល់សប្តាហ៍ទី៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦ តទៅ។
 - **ហានិភ័យ៣.៥៖** អត្រានៃការឆ្លើយតប (Response Rate) ពីអតិថិជន និងតំណាងចែកចាយអាចមានកម្រិតទាប ឬព័ត៌មានត្រឡប់មិនគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ធ្វើការវាយតម្លៃ។

៣. ដំណើរការគម្រោង

ដំណើរការគម្រោង គឺជាដំណាក់កាលនៃការបំប្លែងផែនការដែលបានកំណត់ទៅជាសកម្មភាពអនុវត្តជាក់ស្តែង ដើម្បីធានាថាគម្រោងអាចសម្រេចបាននូវគោលបំណង និងគោលដៅដែលបានកំណត់។

សម្រាប់គម្រោង “ការនាំចូលទូរសព្ទ OPPO មកក្នុងប្រទេសកម្ពុជា” ការអនុវត្តគម្រោងត្រូវផ្ដោតសំខាន់ទៅលើការគ្រប់គ្រងថវិកា ធនធានមនុស្ស រចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង ពេលវេលា ធនធានគម្រោង និងដំណើរការដឹកជញ្ជូន ព្រមទាំងការបំពេញបែបបទនាំចូល។

ការអនុវត្តត្រូវធ្វើឡើងជាប្រព័ន្ធ និងមានការសម្របសម្រួលរវាងអ្នកទទួលខុសត្រូវគ្រប់ផ្នែកចាប់តាំងពីការស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ការចរចា និងចុះកិច្ចសន្យា ការរៀបចំឯកសារ ការដឹកជញ្ជូន ការបំពេញបែបបទគយ រហូតដល់ការទទួលផលិតផលចូលស្តុក និងចែកចាយទៅកាន់ទីផ្សារ។

៣.១. ការកំណត់ប្រភពថវិកា

ថវិកាជាធនធានសំខាន់មួយ ដែលកំណត់សមត្ថភាពរបស់គម្រោងក្នុងការអនុវត្តសកម្មភាពនីមួយៗ។ ដើម្បីឱ្យគម្រោងនាំចូលទូរសព្ទ OPPO អាចដំណើរការបានរលូន និងទាន់ពេលវេលាតាមផែនការពេលវេលា គម្រោងបានកំណត់ឱ្យប្រើប្រាស់ ថវិការបស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម ជាប្រភពហិរញ្ញប្បទានសំខាន់។

អាជីវកម្មត្រូវបានរៀបចំក្នុងទម្រង់ក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិ ដែលមានការចូលរួមពីសមាជិកចំនួន ៦ នាក់ និងមានថវិកាសរុប ៤៣៦ ២០៦ ដុល្លារអាមេរិក ដោយចំនួនភាគហ៊ុនត្រូវបានកំណត់ដូចខាងក្រោម ៖

- លោកស្រី សង្ហារ ភក្តី មានភាគហ៊ុន ៥០% ជាប្រធានគម្រោង ដែលមានតួនាទីដឹកនាំ និងសម្របសម្រួលគម្រោងទាំងមូល។
- កញ្ញា លីម ម៉ារីណេត មានភាគហ៊ុន ១៥% ជាប្រធានផ្នែកលទ្ធកម្ម និងចរចា ដែលទទួលខុសត្រូវលើការស្វែងរក វាយតម្លៃ និងចរចាជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់។
- លោក សាំង គួង មានភាគហ៊ុន ១០% ជាប្រធានផ្នែកកសាងការកម្ម និងគយ ដែលទទួលខុសត្រូវលើការដឹកជញ្ជូន និងឯកសារនាំចូល។
- កញ្ញា ឡុង ប្រឌីវេតី មានភាគហ៊ុន ១០% ជាប្រធានផ្នែកគ្រប់គ្រងស្តុក និងចែកចាយ ដែលទទួលខុសត្រូវលើការគ្រប់គ្រងឃ្លាំង និងការចែកចាយផលិតផល។
- កញ្ញា មួន ស្រីគុណ មានភាគហ៊ុន ១០% ជាប្រធានផ្នែកទីផ្សារ និងទំនាក់ទំនងអតិថិជន ដែលទទួលខុសត្រូវទំនាក់ទំនងជាមួយតំណាងចែកចាយ និងការប្រមូលមតិអតិថិជន។
- លោក ប៉ោក យ៉ាយីត មានភាគហ៊ុន ១០% ជាប្រធានផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងគណនេយ្យ ដែលទទួលខុសត្រូវលំហូរសាច់ប្រាក់ ថវិកាចំណាយ ការទូទាត់អន្តរជាតិ និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។

ក្នុងការអនុវត្តជាក់ស្តែង ថវិកាត្រូវបានបែងចែកសម្រាប់ចំណាយសំខាន់ៗ ដូចជា ការទិញទូរសព្ទ ពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ការទូទាត់អន្តរជាតិ ថ្លៃដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស ថ្លៃធានារ៉ាប់រង ពន្ធ និងអាករនាំចូល ថ្លៃសេវាភ្នាក់ងារគយ ការគ្រប់គ្រងឃ្លាំង និងការចែកចាយទៅតំណាងចែកចាយ។

ដើម្បីធានាប្រសិទ្ធភាពហិរញ្ញវត្ថុ អ្នកទទួលខុសត្រូវផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុត្រូវកត់ត្រាចំណូល-ចំណាយ តាមដានលំហូរសាច់ប្រាក់ និងប្រៀបធៀបចំណាយជាក់ស្តែងជាមួយថវិកាដែលបានគ្រោងទុក។ ការគ្រប់គ្រងបែបនេះអាចកាត់បន្ថយការចំណាយលើសផែនការ និងធានាបាននូវតម្លាភាពនៃការ ប្រើប្រាស់ថវិកាគម្រោង។

៣.២. ការជ្រើសរើសធនធានមនុស្ស

ក្រុមការងារនៅក្នុងគម្រោងនេះមានសមាជិកសរុបចំនួន ៣០ នាក់ ដែលត្រូវបានបែងចែកគ្នាទី និងភារកិច្ចទៅតាមផ្នែកនីមួយៗ ដើម្បីធានាឱ្យការអនុវត្តគម្រោងប្រព្រឹត្តទៅប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និង មានរបៀបរៀបរយ។

ក្នុងចំណោមសមាជិកទាំងអស់ មានបុគ្គលិកសំខាន់ចំនួន ៦ នាក់ ដែលត្រូវបានជ្រើសរើស និង ចាត់តាំងដោយប្រធានគម្រោង ដើម្បីទទួលខុសត្រូវលើផ្នែកសំខាន់ៗ រួមមាន៖

- ផ្នែកដឹកនាំ និងគ្រប់គ្រងគម្រោង ចំនួន ១ នាក់ ដោយលោកស្រី សង្ហារ ភក្តី
- ផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ និងទិញទំនិញ ចំនួន ១ នាក់ ដោយកញ្ញា លីម ម៉ារីណេត
- ផ្នែកដឹកជញ្ជូន និងនាំចូល ចំនួន ១ នាក់ ដោយលោក សាំង គួង
- ផ្នែកឃ្លាំង និងចែកចាយ ចំនួន ១ នាក់ ដោយកញ្ញា ឡុង ឫទ្ធិវេរី
- ផ្នែកទីផ្សារ និងទំនាក់ទំនងអតិថិជន ចំនួន ១ នាក់ ដោយកញ្ញា មួន ស្រីគុណ
- ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ចំនួន ១ នាក់ ដោយលោក ប៉ោក យ៉ាយីត ។

បន្ថែមពីលើបុគ្គលិកសំខាន់ទាំង ៦ នាក់ខាងលើ គម្រោងក៏បានចាត់តាំង បុគ្គលិកផ្នែកប្រតិបត្តិ ការចំនួន ១៨ នាក់ ដើម្បីអនុវត្តការងារប្រចាំថ្ងៃ និងគាំទ្រដល់ដំណើរការរបស់គម្រោង។ ជាមួយគ្នានេះ គម្រោងមាន បុគ្គលិកសន្តិសុខចំនួន ៦ នាក់ ដែលទទួលខុសត្រូវក្នុងការថែរក្សាសុវត្ថិភាព និងសន្តិសុខ នៅក្នុងតំបន់ប្រតិបត្តិការរបស់គម្រោង។

សរុបមក ការបែងចែកក្រុមការងារទាំង ៣០ នាក់ ទៅតាមតួនាទី និងជំនាញរៀងៗខ្លួននេះ មានគោលបំណងធានាឱ្យការគ្រប់គ្រង និងការអនុវត្តគម្រោងមានភាពច្បាស់លាស់ មានការសម្របសម្រួលល្អ និងអាចសម្រេចបានតាមគោលដៅដែលបានកំណត់។

៣.៣. ការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រង

ការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធ ដើម្បីសម្រេចបានគោលដៅរបស់គម្រោងត្រូវបានបែងចែកទៅតាមផ្នែក តួនាទី និងបទពិសោធន៍ការងាររបស់បុគ្គលិកម្នាក់ៗ។ ក្រុមការងារត្រូវបានបែងចែកជាផ្នែកសំខាន់ៗរួមមាន ៖

១. ផ្នែកដឹកនាំ និងគ្រប់គ្រងគម្រោង៖ ទទួលខុសត្រូវលើការដឹកនាំ និងសម្របសម្រួលដំណើរការគម្រោងទាំងមូល ការសម្រេចចិត្ត ការតាមដានកាលវិភាគ ការអនុម័តកិច្ចសន្យា និងការសម្របសម្រួលជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធ។
២. ផ្នែកលទ្ធកម្ម និងចរចា៖ ទទួលខុសត្រូវលើការស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ១០ ក្រុមហ៊ុន វិភាគ និងជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនចំនួន២ នៅក្នុងប្រទេសចិន ដែលមានសក្តានុពល ព្រមទាំងចរចាតម្លៃលក្ខខណ្ឌទិញ និងសម្របសម្រួលការចុះកិច្ចសន្យាទិញ-លក់។
៣. ផ្នែកកសាងសង់ និងគយ៖ ទទួលខុសត្រូវលើការស្វែងរក និងជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនរៀបចំឯកសារនាំចូល តាមដានការដឹកជញ្ជូន និងសម្របសម្រួលជាមួយនឹងភ្នាក់ងារគយ។
៤. ផ្នែកគ្រប់គ្រងស្តុក និងចែកចាយ៖ ទទួលខុសត្រូវទទួលផលិតផល ត្រួតពិនិត្យចំនួន ម៉ូដែល និងគុណភាព រៀបចំផលិតផលចូលប្រព័ន្ធស្តុក និងចែកចាយទៅតំណាងចែកចាយតាមរាជធានី និងបណ្តាខេត្ត។
៥. ផ្នែកទីផ្សារ និងទំនាក់ទំនងអតិថិជន៖ ទទួលខុសត្រូវចំពោះទំនាក់ទំនងជាមួយតំណាងចែកចាយ និងអតិថិជន ប្រមូលទិន្នន័យមតិយោបល់ពីអតិថិជន និងរៀបចំយុទ្ធនាការជំរុញការលក់។
៦. ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងគណនេយ្យ៖ ទទួលខុសត្រូវគ្រប់គ្រងថវិកា លំហូរសាច់ប្រាក់ ការទូទាត់អន្តរជាតិ ចំណូល-ចំណាយ ការវិភាគប្រាក់ចំណេញ-ខាត និងរៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។

ការបែងចែកធនធានមនុស្សតាមជំនាញនេះ ជួយកាត់បន្ថយភាពស្ទួននៃការងារ បង្កើនការទទួលខុសត្រូវ និងធ្វើឱ្យមានភាពងាយស្រួលក្នុងការតាមដានលទ្ធផលរបស់សមាជិកម្នាក់ៗ។



៣.៤. ការប្រើប្រាស់ផែនការពេលវេលា

ដើម្បីធានាឱ្យការការនាំចូលទូរសព្ទ OPPO មកក្នុងប្រទេសកម្ពុជាសម្រេចបានតាមគោលដៅ និងមានលក្ខណៈត្រឹមត្រូវស្របច្បាប់ពេញលេញ គម្រោងនេះ បានរៀបចំកាលវិភាគសកម្មភាពលម្អិតសម្រាប់រយៈពេល ៥ខែ គិតចាប់ពីខែសីហា ដល់ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៦។

គោលដៅ	ល.រ.	ផែនការសកម្មភាព	ចំនួនថ្ងៃ	ថ្ងៃចាប់ផ្តើម	ថ្ងៃបញ្ចប់	២០២៦																							
						សីហា				កញ្ញា				តុលា				វិច្ឆិកា				ធ្នូ							
						សប្តាហ៍				សប្តាហ៍				សប្តាហ៍				សប្តាហ៍				សប្តាហ៍							
						១	២	៣	៤	១	២	៣	៤	១	២	៣	៤	១	២	៣	៤	១	២	៣	៤				
១	១	ស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ចំនួន ១០ ក្រុមហ៊ុននៅប្រទេសចិន ហើយវិភាគ និងជ្រើសរើសយកក្រុមហ៊ុនដែលមានសក្តានុពលចំនួន២	១៦	១/៨/២៦	១៦/៨/២៦																								
	២	ត្រួតពិនិត្យ ផ្ទៀងផ្ទាត់ស្តង់ដារគុណភាព និងសមត្ថភាពផលិតកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២	៧	១៧/៨/២៦	២៣/៨/២៦																								
	៣	ចុះកិច្ចសន្យាបញ្ជាទិញជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២	៨	២៤/៨/២៦	៣១/៨/២៦																								
	៤	បង្កើតបណ្តាញទំនាក់ទំនងផ្លូវការ និងកំណត់ទីតាំងដឹកជញ្ជូនជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់ទាំង២	១៤	១/៩/២៦	១៤/៩/២៦																								

គោលដៅ	ល.រ.	ផែនការសកម្មភាព	ចំនួនថ្ងៃ	ថ្ងៃចាប់ផ្តើម	ថ្ងៃបញ្ចប់	២០២៦																			
						សីហា				កញ្ញា				តុលា				វិច្ឆិកា				ធ្នូ			
						សប្តាហ៍				សប្តាហ៍				សប្តាហ៍				សប្តាហ៍				សប្តាហ៍			
						១	២	៣	៤	១	២	៣	៤	១	២	៣	៤	១	២	៣	៤	១	២	៣	៤
២	៥	សិក្សាស្រាវជ្រាវ និងប្រៀបធៀបតម្លៃសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស	១៦	១/៨/២៦	១៦/៨/២៦																				
	៦	រៀបចំ និងផ្ទៀងផ្ទាត់រាល់ឯកសារគតិយុត្តសម្រាប់ការនាំចូល	២៨	១៧/៨/២៦	១៣/៩/២៦																				
	៧	ដឹកជញ្ជូន និងសម្របសម្រួលជាមួយអាជ្ញាធរគយ និងភ្នាក់ងារពាក់ព័ន្ធ	១៧	១៤/៩/២៦	៣០/៩/២៦																				
៣	៨	រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងស្តុក និងធ្វើការត្រួតពិនិត្យគុណភាព លើទូរសព្ទ OPPO ដែលបានដឹកមកដល់ មុនបញ្ចូលទៅក្នុងប្រព័ន្ធស្តុក	៧	១/១០/២៦	៧/១០/២៦																				
	៩	ករណីផលិតផលមានការខូចខាត ត្រូវបញ្ជូនត្រឡប់ និងទទួលផលិតផលជំនួសមកវិញ	២៤	៨/១០/២៦	៣១/១០/២៦																				

គោលដៅ	ល.រ.	ផែនការសកម្មភាព	ចំនួនថ្ងៃ	ថ្ងៃចាប់ផ្តើម	ថ្ងៃបញ្ចប់	២០២៦																			
						សីហា				កញ្ញា				តុលា				វិច្ឆិកា				ធ្នូ			
						សប្តាហ៍				សប្តាហ៍				សប្តាហ៍				សប្តាហ៍				សប្តាហ៍			
						១	២	៣	៤	១	២	៣	៤	១	២	៣	៤	១	២	៣	៤	១	២	៣	៤
	១០	ទាក់ទងទៅតំណាងចែកចាយ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យ និងផ្ទៀងផ្ទាត់អំពីចំនួនផលិតផល មុនពេលដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ឱ្យបានទាន់ពេលវេលា	១៥	១/១១/២៦	១៥/១១/២៦																				
	១១	ដឹកជញ្ជូនទៅកាន់តំណាងចែកចាយនៅតាមបណ្តាញជំនាញ ខេត្ត ដើម្បីធានាថាផលិតផលទៅដល់គោលដៅបានទាន់ពេលវេលា និងមានសុវត្ថិភាព	១៥	១៦/១១/២៦	៣០/១១/២៦																				
	១២	ប្រមូលមតិយោបល់ពីតំណាងចែកចាយ និងអតិថិជន បន្ទាប់ពីការចែកចាយរួច ដើម្បីវាយតម្លៃគុណភាពសេវាកម្ម ការគ្រប់គ្រងស្តុក និងរៀបចំផែនការនាំចូលលើកបន្ទាប់	៣១	១/១២/២៦	៣១/១២/២៦																				

៣.៥. ការប្រើប្រាស់ធនធានគម្រោង

ល.រ	ប្រភេទចំណាយ	ឯកតា	ចំនួន	ថ្លៃឯកតា (\$)	សរុប (\$)
I	ចំណាយចាប់ផ្តើម (Start-up)				
១	ឧបករណ៍កុំព្យូទ័រ និងបច្ចេកវិទ្យា	ឈុត	1	3,500	3,500
២	តុ ទូ និងគ្រឿងសង្ហារឹម	ឈុត	1	4,000	4,000
៣	ការតុបតែងហាងបញ្ចាំងទំនិញ (Showroom)	គម្រោង	1	12,000	12,000
៤	ការរៀបចំឃ្លាំងស្តុក និងសម្ភារៈរក្សាទុកទំនិញ	គម្រោង	1	5,000	5,000
៥	ម៉ាស៊ីន POS និងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងស្តុក	ឈុត	2	1,250	2,500
៦	ប្រព័ន្ធសន្តិសុខព័ត៌មាន	ឈុត	1	1,800	1,800
៧	ការចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម និងអាជ្ញាប័ណ្ណ	គម្រោង	1	1,200	1,200
	សរុប I				30,000
II	ចំណាយទិញ និងនាំចូល (Procurement & Import)				
១	ការទិញទូរសព្ទ OPPO ពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ (តម្លៃ FOB)	គ្រឿង	2,000	150	300,000
២	ថ្លៃដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស (Air Freight)	លើក	1	6,000	6,000
៣	ថ្លៃធានារ៉ាប់រងទំនិញ	លើក	1	2,601	2,601
៤	ពន្ធ និងអាករនាំចូល (អត្រា ១៥,៥%)	លើក	1	47,833	47,833
៥	ថ្លៃសេវាភ្នាក់ងារគយ និងបែបបទនាំចូល	លើក	1	850	850
៦	ថ្លៃទូទាត់អន្តរជាតិ (T/T)	ដង	2	250	500
៧	ការដឹកជញ្ជូន និងចែកចាយក្នុងស្រុក	លើក	6	400	2,400
	សរុប II				360,184
III	ចំណាយប្រតិបត្តិការ (Operating)				
១	ការសិក្សាទីផ្សារ	ខែ	2	500	1,000
២	ការស្វែងរកប្រភពទំនិញ	ខែ	2	750	1,500
៣	ប្រាក់បៀវត្សបុគ្គលិក (ប្រធានផ្នែក)	នាក់/ខែ	6	600	3,600
៤	ប្រាក់បៀវត្សបុគ្គលិក (ប្រតិបត្តិការ)	នាក់/ខែ	18	300	5,400
៥	សេវាសន្តិសុខ	ខែ	6	250	1,500

៦	ការរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ (វីដេអូខ្លីៗ)	គម្រោង	1	2,000	2,000
៧	ការផ្សព្វផ្សាយតាមបណ្តាញសង្គម (Facebook, TikTok)	ខែ	5	800	4,000
៨	ការគ្រប់គ្រងឃ្លាំង និងការជួលទីតាំង	ខែ	5	900	4,500
៩	ទឹក ភ្លើង និងអ៊ីនធឺណិត	ខែ	5	350	1,750
សរុប III					25,250
IV	ថវិកាបម្រុង (Contingency ៥%)				20,772
សរុបចំណាយទាំងអស់					436,206

កញ្ចប់ថវិកាសរុប \$៤៣៦ ២០៦ (បួនរយសាមសិបប្រាំមួយពាន់ពីររយប្រាំមួយដុល្លារអាមេរិក) ត្រូវបានបែងចែកជាបីផ្នែកសំខាន់ៗគឺ ៖ (ទី I) ចំណាយចាប់ផ្តើម \$៣០ ០០០ (សាមសិបពាន់ដុល្លារអាមេរិក) សម្រាប់រៀបចំទីតាំង បរិក្ខារ ឧបករណ៍ ប្រព័ន្ធសន្តិសុខ និងការចុះបញ្ជី (ទី II) ចំណាយទិញ និងនាំចូល \$៣៦០ ១៨៤ (បីរយហុកសិបពាន់មួយរយប៉ែតសិបបួនដុល្លារអាមេរិក) សម្រាប់ការទិញទូរសព្ទ ដឹកជញ្ជូន និងនីតិវិធីនាំចូល និង (ទី III) ចំណាយប្រតិបត្តិការ \$២៥ ២៥០ (ម្ភៃប្រាំពាន់ពីររយហាសិបដុល្លារអាមេរិក) សម្រាប់ស្វែងរកទីផ្សារ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ប្រាក់បៀវត្ស ការរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ ការគ្រប់គ្រងស្តុក និងសេវាសាធារណៈ (ទឹក ភ្លើង និងអ៊ីនធឺណិត)។ គម្រោងនេះ ប្រើប្រាស់ប្រភពហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួន ដើម្បីធានានិរន្តរភាពអាជីវកម្ម និងប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងចាប់ពីដំណាក់កាលចាប់ផ្តើមរហូតដល់ដឹកជញ្ជូនផលិតផលដល់ដៃអតិថិជន។

៣.៦. ដំណើរការដឹកជញ្ជូន និងការបំពេញបែបបទនាំចូល

ដំណើរការដឹកជញ្ជូន និងការបំពេញបែបបទនាំចូល គឺជាជំហានសំខាន់មួយក្នុងការធានាថាផលិតផលទូរសព្ទ OPPO អាចនាំចូលមកដល់ប្រទេសបានទាន់ពេលវេលា សុវត្ថិភាព និងស្របតាមច្បាប់គយនៃប្រទេសកម្ពុជា។

៣.៦.១ ការស្វែងរកភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូន

ការស្វែងរក និងជ្រើសរើសភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូន គឺជាជំហានសំខាន់មួយក្នុងដំណើរការនាំចូល ផលិតផលទូរសព្ទ OPPO ដើម្បីធានាថាផលិតផលត្រូវបានដឹកជញ្ជូនដោយសុវត្ថិភាព ទាន់ពេលវេលា និងមានតម្លៃសមរម្យ។

ដំណើរការស្វែងរកភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូន រួមមាន៖

- ស្វែងយល់អំពីភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូន៖ ភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនគឺសំដៅទៅលើ Agent/Forwarder ។
 - Agent គឺជាភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនក្នុងស្រុកដែលមានតួនាទីក្នុងការសម្របសម្រួល ជាមួយនឹង Forwarder និងបំពេញបែបបទនាំចូលរហូលទំនិញដល់ដែអតិចីជន។
 - Forwarder គឺជាភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនក្រៅស្រុក (ប្រទេសដែលត្រូវនាំចេញ) មានតួនាទីក្នុងការសម្របសម្រួលជាមួយនឹងអ្នកផ្គត់ផ្គង់។
- ស្វែងរកភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនដែលមានបទពិសោធន៍៖ ជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូនដែលមានជំនាញ និងជឿទុកចិត្តបាន។
- ប្រៀបធៀបតម្លៃ និងសេវាកម្ម៖ ប្រៀបធៀបថ្លៃដឹកជញ្ជូន រយៈពេល និងសេវាកម្មចេញពីក្រុមហ៊ុនផ្សេងៗ។
- ពិនិត្យមើលសារតារាងរបស់ក្រុមហ៊ុន៖ ពិនិត្យអាជ្ញាប័ណ្ណ ប្រវត្តិក្រុមហ៊ុន និងមតិយោបល់ពីអតិថិជនមុនៗ ដើម្បីធានាថាភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនអាចទុកចិត្តបាន។
- ជ្រើសរើសភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនដែលសមស្រប និងធ្វើកិច្ចព្រមព្រៀង៖ បន្ទាប់ពីប្រៀបធៀបព័ត៌មានទាំងអស់ ត្រូវជ្រើសរើសភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនដែលផ្តល់តម្លៃសមរម្យ និងសេវាកម្មមានគុណភាព ហើយធ្វើកិច្ចព្រមព្រៀងលើលក្ខខណ្ឌដឹកជញ្ជូន។

៣.៦.២ ការរៀបចំ និងជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រដឹកជញ្ជូន

សម្រាប់វិធីសាស្ត្រដឹកជញ្ជូន គឺជ្រើសរើស FCA (Free Carrier) និងដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស (Air Freight) ។ សមស្របសម្រាប់ផលិតផលដែលមានតម្លៃខ្ពស់ ត្រូវការដឹកជញ្ជូនរហ័ស និងមានទំហំតូច ដូចជា ទូរសព្ទដៃ (Mobile Phone/Smartphone) កុំព្យូទ័រយួរដៃ (Laptop) គ្រឿងទូរសព្ទ OPPO និងគ្រឿងបន្លាស់ទូរសព្ទ OPPO ។

FCA (Free Carrier) គឺជា Incoterm ដែលប្រើញឹកញាប់ក្នុងការនាំចូល ផលិតផលតាម ផ្លូវ អាកាស (Air Freight)។ អ្នកលក់ទទួលខុសត្រូវប្រគល់ផលិតផលដល់ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន ដែលអ្នកទិញ ជ្រើសរើស ហើយបន្ទាប់ពីការប្រគល់នោះ ការចំណាយបន្តនឹងផ្ទេរទៅអ្នកទិញ។

៣.៦.៣ ការណែនាំភ្នាក់ងារជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់

បន្ទាប់ពីការជ្រើសរើសភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូន និងវិធីសាស្ត្រដឹកជញ្ជូនរួចរាល់ ក្រុមការងារត្រូវមានការ ណែនាំភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដើម្បីធានាថាការនាំចូលផលិតផលទូរសព្ទ OPPO ប្រព្រឹត្ត ទៅដោយរលូន និងទាន់ពេលវេលា ដោយធ្វើការណែនាំ និងទំនាក់ទំនងជាមួយភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូន ឬក្រុមហ៊ុន ដឹកជញ្ជូន (Agent/Forwarder) ឱ្យសហការជិតស្និទ្ធជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ក្នុងការរៀបចំការដឹកជញ្ជូន។ ការសម្របសម្រួលនេះរួមមាន ៖

ក. ការបញ្ជាក់ព័ត៌មានផលិតផល និងការវិភាគជីវភាព

ការជូនដំណឹងទៅភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូន ឬ Forwarder អំពីព័ត៌មានលម្អិតនៃផលិតផល ដូចជា ប្រភេទផលិតផល បរិមាណ ទំហំ និងទម្ងន់ ព្រមទាំងកាលបរិច្ឆេទដែលអ្នកផ្គត់ផ្គង់ត្រៀមផលិតផលរួចជា ស្រេចសម្រាប់ដឹកជញ្ជូន។

ខ. ការណែនាំឱ្យទាក់ទងផ្ទាល់ជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់

ក្រុមហ៊ុនឱ្យភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនទាក់ទងផ្ទាល់ជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដើម្បីរៀបចំការទទួលផលិតផល កំណត់ថ្ងៃ Pick-up និងបញ្ជាក់ឯកសារដឹកជញ្ជូនឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។

គ. ការតាមដានស្ថានភាពជីវភាពជាប្រចាំ

ក្រុមហ៊ុនតម្រូវឱ្យភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនផ្តល់ព័ត៌មានអំពីស្ថានភាពដឹកជញ្ជូនជាបន្តបន្ទាប់ ដូចជា កាលបរិច្ឆេទចេញដំណើរ (ETD) និងថ្ងៃមកដល់ (ETA) ដើម្បីអាចរៀបចំផែនការទទួល ផលិតផលបានល្អ។

ឃ. ការពិនិត្យ និងឆ្លៀតផ្លាស់ឯកសារជីវភាព

ក្រុមហ៊ុនណែនាំឱ្យភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនពិនិត្យឯកសារពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដូចជា វិក័យប័ត្រ (Commercial Invoice) បញ្ជីវេចខ្ចប់ (Packing List) វិក័យប័ត្រដឹកជញ្ជូន (Bill of Lading) ដើម្បីជៀសវាងកំហុសក្នុងការបំពេញបែបបទគយ។

ខ. ការដោះស្រាយបញ្ហាបន្ទាន់ និងសម្របសម្រួលឱ្យទាន់ពេល

ក្នុងករណីមានបញ្ហាពន្យារពេល ឬបញ្ហាផ្សេងៗ ត្រូវឱ្យភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូនសហការជាមួយ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងជូនដំណឹងមកក្រុមពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ ឱ្យបានឆាប់រហ័ស ដើម្បីរកដំណោះស្រាយសមស្រប។

៣.៦.៤ ការរៀបចំឯកសារនាំចូល

ការរៀបចំឯកសារនាំចូលត្រូវត្រៀមឯកសារចាំបាច់សម្រាប់ការនាំចូល ដូចជា៖

- វិក័យប័ត្រ (Commercial Invoice)
- បញ្ជីវេចខ្ចប់ (Packing List)
- វិក័យប័ត្រដឹកជញ្ជូន (Air Waybill_AWB)
- លិខិតបញ្ជាក់ប្រភពផលិតផល (Certificate of Origin)
- អាជ្ញាប័ណ្ណនាំចូល (ប្រសិនបើត្រូវការ)
- ឯកសារមួយចំនួនទៀតដែលត្រូវត្រៀម ប្រសិនបើគេត្រូវការដូចជា ឯកសារការផ្ទេរ ប្រាក់តាមធនាគារ (Bank TT) កិច្ចសន្យា (Contract) និងឯកសារការបញ្ជាទិញ (Purchase order) ។

៣.៦.៥ ការបំពេញបែបបទគយ និងបង់ពន្ធ (Tax 100%)

ការធ្វើការប្រកាសផលិតផលតាមប្រព័ន្ធគយ និងបំពេញបែបបទនាំចូលជាមួយអាជ្ញាធរគយ ដើម្បីគណនា និងបង់ពន្ធ៖

- ពន្ធនាំចូល (Import Duty) ៖ ការគណនាពន្ធនាំចូលនេះត្រូវយកទឹកប្រាក់ ដែលសរុបនៅក្នុង វិក័យប័ត្រ គុណនឹង អត្រាកាតយដាក់ស្តែងរបស់ផលិតផល ដែលគយបានកំណត់។

Duty and Tax (%)		Imp. Exp.	
CD	ST	VAT	ET
0	5	10	0
T			

◆ Duty and Tax (%)

- Customs Duty (CD) = ពន្ធនាំចូលត្រូវបានគិតលើផលិតផលនាំចូល។

- Specific Tax (ST) = ពន្ធលើផលិតផលក្នុងស្រុក ត្រូវបានអនុវត្តចំពោះផលិតផលមួយចំនួន (រួមទាំងស្ថាពរនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា) ។
- Value Added Tax (VAT) = ពន្ធដែលត្រូវបង់លើតម្លៃផលិតផលនាំចូល ឬកន្លែងអាករ និងពន្ធជាធរមាន។
- Export Tax (ET) = ពន្ធលើផលិតផលនាំចេញ (មិនអនុវត្តចំពោះការនាំចូល) ។
- Treatment (T) = តម្រូវការបទប្បញ្ញត្តិ ឬលក្ខខណ្ឌពិសេស

➢ គណនាអត្រាពន្ធតាមរូបមន្តរបស់គយកម្ពុជាទូទៅ

$$\begin{aligned} \text{Rate} &= (1+ST) \times (1+VAT) - 1 \\ &= (1+0.05) \times (1+0.10) - 1 \\ &= 1.155 - 1 = 0.155 \end{aligned}$$

$$\text{Rate} = 15.5\%$$

➢ ថ្លៃដឹកជញ្ជូន (Freight) = 6,000\$

➢ ធានារ៉ាប់រង = តម្លៃវិក័យប័ត្រ FOB + ថ្លៃដឹកជញ្ជូន (Freight) x 0.85%

➢ គណនាពន្ធនាំចូលតាមរូបមន្តរបស់គយកម្ពុជា

ការគណនា៖ វិក័យប័ត្រ 300,000\$ + (ថ្លៃដឹកជញ្ជូន+ធានារ៉ាប់រង) x អត្រា 15.5%

យើងមាន៖

- តម្លៃវិក័យប័ត្រ FOB = 300,000\$
- ថ្លៃដឹកជញ្ជូន (Freight) = 6,000\$
- ធានារ៉ាប់រង = 300,000\$ + 6,000\$ x 0.85% = 2,601\$
- អត្រាពន្ធគយ = 15.5%

$$\text{ដូចនេះ ពន្ធនាំចូល} = (300,000\$ + 6,000\$ + 2,601\$) \times 15.5\% = 47,833\$$$

៣.៦.៦ ការត្រួតពិនិត្យ និងទទួលផលិតផល

បន្ទាប់ពីបញ្ចប់នីតិវិធីគយ ត្រូវត្រួតពិនិត្យស្ថានភាព និងបរិមាណផលិតផលដើម្បីធានាថាត្រឹមត្រូវតាមការបញ្ជាទិញ មុននឹងដឹកជញ្ជូនទៅស្តុករបស់ម្ចាស់ផលិតផល(អតិថិជន)។

៣.៧. ការតាមដាន ការវាយតម្លៃ និងការតាមដានបន្ត

៣.៧.១. ការតាមដាន

ប្រធានគម្រោង ត្រូវធ្វើការតាមដានគ្រប់សកម្មភាព ដែលទាក់ទងទៅនឹងដំណើរការនាំចូល ផលិតផលទូរសព្ទ OPPO ចាប់ពីការស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ក្រៅប្រទេស ការចរចាតម្លៃ ការរៀបចំឯកសារនាំចូល ការដឹកជញ្ជូន រហូតដល់ការចែកចាយផលិតផលជូនអតិថិជនក្នុងស្រុក។

ក្នុងអំឡុងពេលអនុវត្តគម្រោង ត្រូវតាមដានវឌ្ឍនភាពការងារ ថវិកាចំណាយ គុណភាពផលិតផល និងស្ថានភាពទីផ្សារជាប្រចាំ ដើម្បីធានាថាគម្រោងដំណើរការទៅតាមផែនការដែលបានកំណត់។ ការគ្រប់គ្រង ថវិកាត្រូវអនុវត្តយ៉ាងម៉ត់ចត់ ដើម្បីធានាបាននូវប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ និងមានតម្លាភាព ក្នុងការប្រើប្រាស់ធនធាន។

៣.៧.២. ការវាយតម្លៃ

ការវាយតម្លៃគម្រោងត្រូវធ្វើឡើងជា ៤ ដំណាក់កាល ដើម្បីពិនិត្យលទ្ធផល និងកែលម្អចំណុចខ្វះខាត៖

- ការវាយតម្លៃមុនអនុវត្តគម្រោង៖ ធ្វើឡើងក្នុងដំណាក់កាលសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងរៀបចំផែនការ គម្រោង ដូចជា ការវិភាគតម្រូវការទីផ្សារ ការជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងការរៀបចំឯកសារចាំបាច់ សម្រាប់ការនាំចូល។
- ការវាយតម្លៃកំពុងអនុវត្តគម្រោង៖ ធ្វើឡើងក្នុងអំឡុងពេលដំណើរការនាំចូល ដើម្បីត្រួតពិនិត្យការ ដឹកជញ្ជូន ស្ថានភាពគយ ការបំពេញបែបបទនាំចូល និងគុណភាពផលិតផលមុនបញ្ជូនចេញ ទៅកាន់ទីផ្សារ។
- ការវាយតម្លៃបញ្ចប់គម្រោង៖ ធ្វើឡើងនៅពេលផលិតផលបានមកដល់ និងបានចែកចាយជូន អតិថិជន ដើម្បីវាស់វែងថាគោលដៅ គម្រោងត្រូវបានសម្រេចតាមផែនការដែរឬទេ។
- ការវាយតម្លៃបន្ទាប់ពីបញ្ចប់គម្រោង៖ ធ្វើឡើងបន្ទាប់ពីការលក់ និងប្រើប្រាស់ផលិតផល ដើម្បី ប្រមូលមតិយោបល់ពីអតិថិជន វាស់វែងសេចក្តីពេញចិត្ត និងវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់ជាក់ស្តែង នៃគម្រោង។

៣.៧.៣. ការតាមដានបន្ត

បន្ទាប់ពីគម្រោងបានអនុវត្តដោយជោគជ័យ ក្រុមការងារនឹងបន្តតាមដានស្តុកផលិតផល ការលក់ ចំណូល-ចំណាយ និងមតិយោបល់ពីអតិថិជនជាប្រចាំ។

លើសពីនេះ នឹងធ្វើការកែលម្អយុទ្ធសាស្ត្រនាំចូល ដូចជាការពង្រីកប្រភេទផលិតផលថ្មីៗ ការជ្រើសរើសអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដែលមានគុណភាពខ្ពស់ និងការកែលម្អសេវាកម្មផ្គត់ផ្គង់ ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារបានកាន់តែល្អ។

៣.៨. ការបញ្ចប់គម្រោង

ការបញ្ចប់គម្រោង គឺជាដំណាក់កាលចុងក្រោយនៃវគ្គគម្រោង ដែលទាមទារឱ្យមានការបិទបញ្ចប់ជាផ្លូវការទាំងផ្នែកសកម្មភាព ហិរញ្ញវត្ថុ និងឯកសារ។ ទោះបីជាគម្រោងបានបញ្ចប់ជាផ្លូវការ ក្រុមការងារនៅតែបន្តអនុវត្តសកម្មភាពក្រោយបញ្ចប់គម្រោង (Post-Project Activities) ដើម្បីធានាថាលទ្ធផលដែលសម្រេចបានមិនត្រូវបានបាត់បង់ ហើយអាជីវកម្មអាចដំណើរការបានដោយខ្លួនឯងជាបន្តបន្ទាប់ដូចខាងក្រោម៖

- ការបិទបញ្ជីហិរញ្ញវត្ថុ និងសវនកម្មផ្ទៃក្នុង៖ ផ្ទៀងផ្ទាត់ចំណូល-ចំណាយ បញ្ជីស្តុក និងបញ្ជីបំណុលទាំងអស់ រួចបិទបញ្ជីគម្រោង និងធ្វើសវនកម្មផ្ទៃក្នុងលើការប្រើប្រាស់ថវិកា។
- ការផ្ទេរការកិច្ច និងទ្រព្យសម្បត្តិគម្រោង៖ ផ្ទេរស្តុកផលិតផល កិច្ចសន្យាអ្នកផ្គត់ផ្គង់ បញ្ជីអតិថិជន និងតួនាទីគ្រប់គ្រង ពីក្រុមគម្រោងទៅក្រុមប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មប្រចាំថ្ងៃ ដោយមានឯកសារផ្ទេរសិទ្ធិច្បាស់លាស់។
- ការវាយតម្លៃចុងក្រោយ និងមេរៀនដែលទទួលបាន (Lessons Learned)៖ ប្រមូលមតិយោបល់ពីសមាជិកក្រុម អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ភ្នាក់ងារដឹកជញ្ជូន និងអតិថិជន ដើម្បីកំណត់ចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ ទុកជាបទពិសោធន៍សម្រាប់អនុវត្តគម្រោងបន្ទាប់។
- សេវាកម្មក្រោយការលក់ និងការធានាផលិតផល៖ បន្តផ្តល់សេវាកម្មធានា ការជួសជុល និងការឆ្លើយតបបញ្ហាបច្ចេកទេស ដើម្បីរក្សាទំនុកចិត្ត និងភាពស្មោះត្រង់របស់អតិថិជនចំពោះម៉ាកយីហោ។
- ការតាមដានទីផ្សារ និងផែនការពង្រីកអាជីវកម្ម៖ តាមដានតម្រូវការទីផ្សារ តម្លៃ និងតួប្រកួតប្រជែង ដើម្បីរៀបចំផែនការនាំចូលវគ្គបន្ទាប់ ពង្រីកប្រភេទផលិតផល និងបើកចំណុចចែកចាយថ្មី។

- ការរក្សាទុកឯកសារ និងការគោរពតាមបទប្បញ្ញត្តិ៖ រក្សាទុកឯកសារនាំចូល បែបបទគយ វិក្កយបត្រ និងឯកសារពន្ធដារជាប្រព័ន្ធ ទាំងទម្រង់បោះពុម្ព និងឌីជីថល ដើម្បីងាយស្រួលពិនិត្យ និងធានាការអនុលោមតាមច្បាប់។

ជាចុងក្រោយ ការបញ្ចប់គម្រោងនេះនឹងក្លាយជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ និងពង្រីកអាជីវកម្ម នាំចូលផលិតផលទូរសព្ទឱ្យកាន់តែរីកចម្រើននាពេលអនាគត។ គម្រោងនៃការនាំចូលផលិតផលទូរសព្ទ គឺ មានសក្តានុពលខ្ពស់ ដោយសារតម្រូវការនៅលើទីផ្សារក្នុងប្រទេសកម្ពុជាកំពុងកើនឡើង និងមានការ រីកចម្រើនយ៉ាងខ្លាំងលើផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបែបឌីជីថល។ ទោះបីជាមានការប្រកួតប្រជែង និងហានិភ័យខ្លះៗ ក៏អាជីវកម្មនៅតែអាចទទួលបានជោគជ័យ ប្រសិនបើមានការគ្រប់គ្រងល្អ យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារខ្ពស់សមស្រប និងជាពិសេស ការជ្រើសរើសផលិតផលមានគុណភាពល្អ ដើម្បីដាក់លក់ជូនដល់អ្នកប្រើប្រាស់។

៤. ការវិភាគ SWOT

ការវិភាគ SWOT ខាងក្រោមនេះ ធ្វើឡើងលើគម្រោងនាំចូលទូរសព្ទ OPPO មកប្រទេសកម្ពុជា ដោយពិនិត្យទាំងកត្តាខាងក្នុងរបស់អាជីវកម្ម (ចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ) និងកត្តាខាងក្រៅនៃ ទីផ្សារ (ឱកាស និងការគំរាមកំហែង)។ គោលបំណងនៃការវិភាគនេះ គឺដើម្បីកំណត់មូលដ្ឋានសម្រាប់ ការសម្រេចចិត្តយុទ្ធសាស្ត្រ ការបែងចែកថវិកា និងការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ ឱ្យសមស្របតាមគោលដៅ ទាំងបីរបស់គម្រោង។

៤.១. ចំណុចខ្លាំង

- ម៉ាកយីហោ OPPO គឺជាម៉ាកផលិតផលស្នាមមួយដែលមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីស្រាប់ បើធៀបនឹង ម៉ាកយីហោផ្សេងទៀតក្នុងទីផ្សារប្រទេសកម្ពុជា ដែលជួយកាត់បន្ថយថ្លៃដើម និងពេលវេលា ក្នុង ការផ្សព្វផ្សាយ និងកៀរគរការទទួលស្គាល់ម៉ាកថ្មី។
- ផលិតផលមានគុណភាពខ្ពស់ និងបច្ចេកវិទ្យាទំនើប ដូចជាការម៉ោងឆ្លាតវៃ ការសាកថ្មរហ័ស និង សមត្ថភាពគាំទ្របណ្តាញ 5G ដែលឆ្លើយតបនឹងនិន្នាការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាបច្ចុប្បន្ន។
- ជម្រើសផលិតផលមានច្រើនកម្រិត ចាប់ពីម៉ូដែលដែលមានតម្លៃសមរម្យ រហូតដល់ម៉ូដែលលំដាប់ ខ្ពស់ ដែលបំពេញតម្រូវការអតិថិជនបានគ្រប់កម្រិតចំណូល។

- វត្តមាននៃបណ្តាញចែកចាយ និងមជ្ឈមណ្ឌលសេវាកម្មជួសជុលរបស់ម៉ាកយីហោនៅកម្ពុជា បានបង្កើនទំនុកចិត្តអតិថិជន និងកាត់បន្ថយបន្ទុកសេវាកម្មក្រោយការលក់របស់គម្រោង។
- ការតាំងតម្លៃដោយប្រើយុទ្ធសាស្ត្រប្រកួតប្រជែង ធៀបនឹងស្ថាតហ្វូនដែលមានលក្ខណៈបច្ចេកទេសប្រហាក់ប្រហែលគ្នា។
- គម្រោងមានរចនាសម្ព័ន្ធគ្រប់គ្រងច្បាស់លាស់ ដោយបែងចែកតួនាទី ការទទួលខុសត្រូវ និងសមាមាត្រភាគហ៊ុនរបស់សហកម្មសិទ្ធិករនីមួយៗ គិតចាប់ពីការចរចាជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់រហូតដល់ការគ្រប់គ្រងស្តុក និងហិរញ្ញវត្ថុ។
- ថវិកាចំនួន ៤៣៦ ២០៦ ដុល្លារអាមេរិក ត្រូវបានផ្គត់ផ្គង់ដោយម្ចាស់អាជីវកម្មផ្ទាល់ ដែលធ្វើឱ្យគម្រោងគ្មានបន្ទុកការប្រាក់ និងមានភាពបត់បែនក្នុងការសម្រេចចិត្តផ្នែកលំហូរសាច់ប្រាក់។
- ការជ្រើសរើសការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាស ជួយកាត់បន្ថយរយៈពេលនាំចូល និងបង្កើនលទ្ធភាពដាក់ផលិតផលលក់ទាន់និទ្ទាការទីផ្សារ។
- គម្រោងមានប្រព័ន្ធសូចនាករ និងមធ្យោបាយផ្ទៀងផ្ទាត់ជាក់លាក់សម្រាប់សកម្មភាពនីមួយៗដែលងាយស្រួលក្នុងការតាមដាន វាយតម្លៃ និងកែសម្រួលការអនុវត្តទាន់ពេលវេលា។

៤.២. ចំណុចខ្សោយ

- ការពឹងផ្អែកទាំងស្រុងលើការនាំចូលផលិតផលពីបរទេស ធ្វើឱ្យគម្រោងងាយរងផលប៉ះពាល់ពីការប្រែប្រួលអត្រាប្តូរប្រាក់ ថ្លៃដឹកជញ្ជូន និងការពន្យារពេលនៃការផ្គត់ផ្គង់។
- ការជ្រើសរើសការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវអាកាសមានថ្លៃដើមខ្ពស់ជាងការដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវសមុទ្រ ដែលបង្កើនថ្លៃដើមផលិតផលពេលមកដល់ និងបង្រួមគម្លាតប្រាក់ចំណេញ។
- បន្ទុកពន្ធនាំចូល និងបែបបទគយធ្វើឱ្យតម្លៃលក់រាយកើនឡើង និងកាត់បន្ថយភាពប្រកួតប្រជែងផ្នែកតម្លៃ ជាពិសេសបើធៀបនឹងផលិតផលដែលចូលមកតាមបណ្តាញមិនផ្លូវការ។
- ការពឹងផ្អែកលើអ្នកផ្គត់ផ្គង់តែ ២ក្រុមហ៊ុន បង្កើតហានិភ័យប្រមូលផ្តុំ ប្រសិនបើដៃគូម្ខាងមិនអាចផ្គត់ផ្គង់បានតាមកិច្ចសន្យា។
- ការចំណាយលើការផ្សព្វផ្សាយ និងសកម្មភាពទីផ្សារនៅកម្រិតខ្ពស់ ដើម្បីរក្សាចំណែកទីផ្សារឱ្យមានស្ថិរភាព។

- ក្រុមការងារមានទំហំតូច ហើយគួរនាំទៅសំខាន់ៗត្រូវបានប្រគល់ទៅបុគ្គលតែម្នាក់ក្នុងមួយផ្នែក ដែលអាចប៉ះពាល់ដល់ដំណើរការគម្រោង ប្រសិនបើបុគ្គលនោះមិនអាចបំពេញការងារបាន។
- គម្រោងមិនមានហាងលក់រាយផ្ទាល់ខ្លួន ដោយពឹងផ្អែកលើតំណាងចែកចាយ ដែលធ្វើឱ្យការ គ្រប់គ្រងតម្លៃ និងបទពិសោធន៍អតិថិជននៅចំណុចលក់មានកម្រិត។
- ទុនមួយចំណែកធំត្រូវជាប់នៅក្នុងស្តុកផលិតផល ដែលបង្កើតហានិភ័យខាតបង់តម្លៃ ប្រសិនបើ ម៉ូដែលចាស់លក់មិនអស់ទាន់ពេលវេលា។

៤.៣. ឱកាស

- តម្រូវការស្ថាតហូរនៅកម្ពុជាបន្តកើនឡើង ដោយសារការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលកាន់តែ ទូលំទូលាយក្នុងវិស័យអប់រំ អាជីវកម្ម និងសេវាសាធារណៈ។
- ការពង្រីកបណ្តាញ 5G និងគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល បង្កើន តម្រូវការទូរសព្ទដែលមានសមត្ថភាពគាំទ្របច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ។
- ការកើនឡើងនៃការទិញតាមអនឡាញ និងការទូទាត់តាមប្រព័ន្ធឌីជីថល បង្កើតឱកាសពង្រីក បណ្តាញលក់ ដោយមិនចាំបាច់បង្កើនចំណាយក្នុងការបង្កើតហាងលក់រាយ។
- កំណើននៃប្រជាជនវ័យក្មេង និងអ្នកប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិត ជាក្រុមអតិថិជនគោលដៅដែលមាន សក្តានុពលខ្ពស់ និងមានវដ្តផ្លាស់ប្តូរទូរសព្ទក្នុងរយៈពេលខ្លី។
- ការពង្រីកបណ្តាញតំណាងចែកចាយទៅតាមបណ្តាខេត្ត ដែលនៅមានការប្រកួតប្រជែងតិចជាង រាជធានី ជាឱកាសបង្កើនចំណែកទីផ្សារ។
- បន្ទាប់ពីវដ្តនាំចូលដំបូងមានស្ថិរភាពតាមគោលការណ៍តម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ គម្រោងអាច ប្តូរមកដឹកជញ្ជូនតាមផ្លូវសមុទ្រសម្រាប់បរិមាណធំ ដើម្បីកាត់បន្ថយថ្លៃដើម និងបង្កើនគម្លាតប្រាក់ ចំណេញ។
- លទ្ធភាពពង្រីកសេវាកម្មក្រោយការលក់ និងការលក់ឧបករណ៍បន្ថែម ដែលអាចក្លាយជាប្រភព ចំណូលបន្ថែមក្រៅពីការលក់ទូរសព្ទ។

៤.៤. ការគំរាមកំហែង

- កំណើននៃការប្រកួតប្រជែងតម្លៃ និងបច្ចេកវិទ្យាពីក្រុមហ៊ុនផលិតស្ថាតហូរផ្សេងៗ។

- ការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយពន្ធ ការនាំចូល និងបទប្បញ្ញត្តិរបស់រដ្ឋាភិបាល ដែលអាចបង្កើនថ្លៃដើមអាជីវកម្មនៃការនាំចូល។
- ការប្រែប្រួលសេដ្ឋកិច្ច អត្រាប្តូរប្រាក់ និងអតិផរណា ដែលអាចប៉ះពាល់ដល់កម្លាំងទិញរបស់អតិថិជន។
- ការវិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាយ៉ាងឆាប់រហ័ស ដែលអាចធ្វើឱ្យម៉ូដែលចាស់ៗអាចបាត់បង់តម្លៃក្នុងរយៈពេលខ្លីជាពិសេសការដាក់ចេញនូវផលិតផលថ្មីៗច្រើនពេកអាចធ្វើឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់មានការកាន់ច្រលំ។

៥. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

គម្រោងនាំចូលផលិតផលទូរសព្ទ OPPO គឺមានសក្តានុពលខ្ពស់ ដោយសារតម្រូវការនៅលើទីផ្សារក្នុងប្រទេសកម្ពុជាកំពុងកើនឡើង និងមានការរីកចម្រើនយ៉ាងខ្លាំងលើផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាតាមបែបឌីជីថល។ តាមរយៈការវិភាគ SWOT អាចសន្និដ្ឋានបានថា គម្រោងនាំចូលទូរសព្ទដៃ OPPO មកក្នុងប្រទេសកម្ពុជា មានសក្តានុពលល្អក្នុងការវិនិយោគ និងអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មនាពេលបច្ចុប្បន្ន។ ម៉ាកយីហោស្មាតហ្វូន OPPO មានភាពល្បីល្បាញ គុណភាពផលិតផលល្អ និងមានផលិតផលជាច្រើនសម្រាប់បំពេញតម្រូវការអតិថិជនគ្រប់កម្រិត ដែលជាចំណុចខ្លាំងសម្រាប់ការប្រកួតប្រជែងនៅលើទីផ្សារ។

ទន្ទឹមនឹងនេះផងដែរ គម្រោងទទួលបានឱកាសជាច្រើនពីការកើនឡើងនៃតម្រូវការប្រើប្រាស់ស្មាតហ្វូន ការរីកចម្រើននៃសេដ្ឋកិច្ចបែបឌីជីថល ព្រមទាំងការពង្រីកនូវបណ្តាញ 5G នៅកម្ពុជាថែមទៀតផង។ ទោះជាយ៉ាងណា អ្នកនាំចូលត្រូវតែត្រៀមខ្លួនជាស្រេច ព្រមទាំងរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រគ្រប់គ្រងរាល់ហានិភ័យ ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ការប្រែប្រួលបទប្បញ្ញត្តិ ការប្រែប្រួលអត្រាប្តូរប្រាក់ និងការផ្លាស់ប្តូរផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាយ៉ាងឆាប់រហ័សផងដែរ។

ជារួម គម្រោងនេះមានលទ្ធភាពទទួលបានជោគជ័យខ្ពស់ ខណៈពេលដែលអ្នកគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មមានការគ្រប់គ្រងការនាំចូលប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ផ្តល់សេវាកម្មលក់ប្រកបដោយគុណភាព និងអនុវត្តនូវយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ ដែលសមស្របទៅនឹងតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងស្ថានភាពទីផ្សារនៅកម្ពុជា។ ប្រសិនបើយើងបានអនុវត្តត្រឹមត្រូវរាល់ចំណុចសំខាន់ៗទាំងអស់ ដែលយើងបានគ្រោងទុកនោះ នាំឱ្យគម្រោងនេះនឹងក្លាយជាអាជីវកម្មដែលមាននិរន្តរភាព និងអាចរីកចម្រើនបានយ៉ាងខ្លាំងនៅអនាគតជាក់ជាមិនខាន។

ឯកសារយោង

១. ឯកសារយោងច្បាប់គយ

- ច្បាប់ស្តីពីគយ ២០០៧ (NS/RKM/0707/017)
- ច្បាប់ស្តីពីការពើពន្ធ ២០២៣ — VAT និង ST
- ប្រកាសលេខ ១៤៤៧ សហវ (២៦.១២.២០០៧) — បែបបទប្រកាសគយ (SAD)
- ប្រកាសលេខ ៣៨៧ សហវ (២២.០៥.២០០៨) — កំណត់តម្លៃគយ
- ប្រកាសលេខ ៧៨៨ សហវ (២៧.១០.២០២៣) — ប្រកាសមុនពេលផលិតផលមកដល់
- អនុក្រឹត្យលេខ ១២២ (០៦.០៦.២០២៣) — កែតម្រូវអត្រាពន្ធ
- ATIGA (Form D) · Incoterms® 2020 (FCA) · IATA 600a (AWB)

២. ឯកសារយោងច្បាប់គយកម្ពុជា

1. Primary legislation

No.	Instrument	Relevance
1.1	Law on Customs, promulgated 20 July 2007 (NS/RKM/0707/017)	Core legal basis for import and export. All goods entering the customs territory are subject to import duties and taxes under the Customs Tariff. Art. 18(B) and Art. 21 — customs value; Art. 23 — value declared in Riel; Art. 51 — customs declaration obligation.
1.2	Law on Taxation (NS/RKM/0523/010, 16 May 2023)	Legal basis for Value Added Tax (VAT) and Specific Tax (ST) charged at importation.
1.3	Law on Investment of the Kingdom of Cambodia (2021)	Customs duty and VAT exemptions available to Qualified Investment Projects (QIP).
1.4	Law on Commercial Enterprises / Law on Commercial Rules and Register	Company standing required to register as an importer with the GDCE.

2. Sub-decrees, Prakas and Instructions (procedure)

No.	Instrument	Relevance
2.1	Prakas No. 1447 MEF, 26 December 2007	Provisions and procedures on the customs declaration (Single Administrative Document — SAD). Governs §6.5.

No.	Instrument	Relevance
2.2	Instruction No. 1308 GDCE, 24 November 2009	Detailed procedures and responsibilities for lodging the SAD electronically through ASYCUDA.
2.3	Prakas No. 387 MEF, 22 May 2008	Determination of the customs value of imported goods. Customs value = transaction value, i.e. the price actually paid or payable for the goods sold for export to Cambodia (WTO Valuation Agreement method).
2.4	Prakas No. 788 MEF, 27 October 2023	Pre-Arrival Processing. Cargo must be declared electronically before arrival: containerised sea cargo 24 hours before loading at the last departure port; air cargo before departure from the overseas airport; truck cargo 1 hour before arrival at the border. The duty falls on carriers, NVOCCs, freight forwarders and express couriers — directly relevant to the agent briefing in §6.3.
2.5	Sub-Decree No. 122 ANK/BK, 6 June 2023	Adjustment of customs duty and specific tax rates on certain goods, including electronic and telecommunication equipment. Effective 1 July 2023.
2.6	Customs Tariff Book / AHTN 2022 nomenclature	Applicable CD / ST / VAT / ET rates by 8-digit AHTN code. Online tariff database: customs.gov.kh.
2.7	Prakas on customs brokers (MEF)	Licensing requirement for the customs broker or agent engaged under §6.1.

3. International and commercial references

No.	Instrument	Relevance
3.1	WTO Agreement on Customs Valuation (implemented by Cambodia from 2009)	Basis of the transaction-value method applied under Prakas 387 MEF.
3.2	ASEAN Trade in Goods Agreement (ATIGA) — Form D	Preferential tariff treatment for ASEAN-origin goods; supports the Certificate of Origin listed in §6.4.
3.3	Incoterms® 2020, ICC Publication No. 723E	FCA (Free Carrier) rule selected in §6.2 — delivery and risk transfer at the named place to the carrier nominated by the buyer.

No.	Instrument	Relevance
3.4	IATA Resolution 600a — Air Waybill	Governs the Air Waybill (AWB), the transport document for the air-freight method chosen in §6.2.

4. Corrections required in the draft

4.1 6.5 — the worked example is incorrect

The document states: invoice USD 10,000 × 15.5% = USD 4,850. The correct result is USD 1,550.

4.2 6.5 — the shortcut formula only holds when CD = 0

Cambodian Customs applies the three charges in cascade on the CIF value, not on the invoice value alone:

- Customs Duty (CD) = CIF × CD rate
- Specific Tax (ST) = (CIF + CD) × ST rate
- Value Added Tax (VAT) = (CIF + CD + ST) × 10%

The shortcut Rate = $(1 + ST) \times (1 + VAT) - 1 = 15.5\%$ is valid only because the CD rate on HS 8517.13 is 0%. Applying it to a line carrying 7%, 15% or 35% duty will understate the liability. The condition should be stated explicitly in the text.

Correct worked example (HS 8517.13 — CD 0% / ST 5% / VAT 10%, CIF USD 10,000):

Step	Calculation	Amount (USD)
CD	$10,000 \times 0\%$	0.00
ST	$(10,000 + 0) \times 5\%$	500.00
VAT	$(10,000 + 0 + 500) \times 10\%$	1,050.00
Total	Effective rate 15.5%	1,550.00

4.3 6.5 — taxable base

The base is the CIF value (Cost + Insurance + Freight), not the commercial invoice amount on its own. Insurance and freight must be evidenced by documents and reflected consistently on the invoice and transport documents submitted to Customs.

4.4 6.4 — transport document

Section 6.4 lists the Bill of Lading, but the method selected in §6.2 is FCA by air freight, for which the transport document is the Air Waybill (AWB). Section 6.3(ឃ) already states this correctly; the two sections should be aligned.

4.5 6.5 — Export Tax

The treatment of Export Tax (ET) in the draft is correct: it applies to exported goods only and is not charged on imports. No change required.

Prepared for NPHC Trading Co., Ltd — Logistics & Import Operations. Rates and instruments should be verified against the GDCE tariff database (customs.gov.kh) at the time of each declaration.