ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និង សហគ្រិនភាពកសិកម្ម

រៀបរៀងដោយ ៖ លោកស្រី អាត សុផាត និងលោក ខាត់ សុជា៉ា

ប្រឹក្សា និងត្រួតពិនិត្យដោយ៖ បណ្ឌិត YANG, JEONGHEE

២០២០

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

មុខវិជ្ជា
ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងសហគ្រិនភាពកសិកម្ម

រៀបរៀង និងបកប្រែជាភាសាខ្មែរដោយ៖

១. លោកស្រី អាត សុជាត អនុប្រធានដេប៉ាតឺម៉ង់ផ្សព្វផ្សាយ និងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ

២. លោក ខាត់ សុធារ៉ា មន្ត្រីនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

ប្រឹក្សា និងត្រួតពិនិត្យដោយ៖

បណ្ឌិត Yang, Jeonghee សាស្ត្រាចារ្យ នៃសាកលវិទ្យាល័យជាតិកាងវ៉ុន សាធារណរដ្ឋកូរ៉េ

ពិនិត្យអក្ខរាវិរុទ្ធដោយ៖

១. លោក ជាន ទូច ប្រធានការិយាល័យអប់រំផ្សព្វផ្សាយ នៃនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

២. លោក វ៉ាន់ ពុទ្ធី មន្ត្រីការិយាល័យអប់រំផ្សព្វផ្សាយនៃនាយកដ្ឋាន ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

គាំទ្រថវិកាដោយ ៖ សារជីវកម្មសហគមន៍ជនបទកូរ៉េ នៃសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ

សហការរៀបចំដោយ៖ សាកលវិទ្យាលជាតិកាងវ៉ុន និងនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

បោះពុម្ពលើកទី ១

ឆ្នាំ ២០២០

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

លិខិតថ្លែងអំណរគុណ

ក្រោមកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និងក្រសួងកសិកម្ម ស្បៀងអាហារ និងកិច្ចការជនបទនៃសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ គម្រោងស្ដីពី "ការគាំទ្រការសាងសង់មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាលកសិកម្មនៅកម្ពុជា" បានចាប់ផ្ដើមអនុវត្តពីឆ្នាំ២០១៨-២០២២ ក្រោមការគាំទ្រថវិកាដោយរដ្ឋាភិបាលសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ ដោយមាននាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ សហការអនុវត្តជាមួយសារជីវកម្មសហគមន៍ជនបទកូរ៉េ ដែលមានការចូលរួមពីអ្នកជំនាញបច្ចេកទេសកសិកម្ម មកពីសាកលវិទ្យាល័យជាតិកាង៉ុន និងមន្ត្រីជំនាញពាក់ព័ន្ធមកពីអង្គភាពក្រោមឱវាទក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ។ ទន្ទឹមនេះសៀវភៅបច្ចេកទេសចំនួន៥មុខមានដូចជា (១)ផលិតកម្មដំណាំស្រូវ និងបច្ចេកវិទ្យាក្រោយប្រមូលផល (២)ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងសហគ្រិនភាពកសិកម្ម (៣) ដំណាំសាកវប្បកម្ម (៤)ការធ្វើទីផ្សារកសិកម្ម (៥)ការប្រើប្រាស់ និងថែទាំគ្រឿងយន្តកសិកម្ម ត្រូវបានរៀបចំចងក្រង និងបោះពុម្ព ដែលនេះគឺជាផ្នែកមួយនៃការអនុវត្តគម្រោង។

នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ នៃក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ក្រោមការដឹកនាំប្រកបដោយភាពវៃឆ្លាតរបស់ឯកឧត្តម **វេង សាខុន** រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ សូមថ្លែងអំណរគុណដ៏ជ្រាលជ្រៅចំពោះរដ្ឋាភិបាលនៃសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ តាមរយៈសារជីវកម្មសហគមន៍ជនបទកូរ៉េ និងសាកលវិទ្យាល័យជាតិកាំងវ៉ុន ដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងចូលរួមចំណែក ទាំងបច្ចេកទេស និងថវិកាក្នុងការរៀបចំ ចងក្រង និងបោះពុម្ពផ្សាយសៀវភៅបច្ចេកទេសទាំង៥មុខខាងលើនេះ ក្នុងគោលបំណងប្រើប្រាស់សម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេស និងផ្សព្វផ្សាយបន្ត ដើម្បីរួមចំណែកលើកកម្ពស់គុណភាព និងនវានុវត្តន៍ការបណ្តុះបណ្តាលធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យកសិកម្មនៅកម្ពុជា។

សៀវភៅបច្ចេកទេសទាំង៥មុខនេះ នឹងត្រូវប្រើប្រាស់ជាជំនួយស្មារតីដល់មន្ត្រី និងភ្នាក់ងារផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ហើយក៏ត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលរបស់មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាល និងផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មតាស្គាង នៃនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវគុណភាពបណ្តុះបណ្តាល បង្កើនសមត្ថភាព និងផ្ទេរចំណេះដឹងដល់អ្នកប្រើប្រាស់ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធស្របទៅតាមតម្រូវការ។

នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ នៃក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ សង្ឃឹមថាសៀវភៅបច្ចេកទេសទាំងនេះ ពិតជាបានបម្រើដល់ផលប្រយោជន៍រួម ហើយបានប្រើប្រាស់ដោយទូលំទូលាយក្នុងវិស័យកសិកម្ម ទាំងអ្នកបច្ចេកទេស ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយ អ្នកប្រើប្រាស់ ផលិតករ កសិករ និងសហគមន៍មូលដ្ឋាន។

ថ្ងៃ ព្រហ ១១ កើត ខែ បុស្ស ឆ្នាំជូត ទោស័ក ព.ស ២៥៦៤
រាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី២៤ ខែ ធ្នូ ឆ្នាំ២០២០

ប្រធាននាយកដ្ឋាន
ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

បណ្ឌិត ម៉ៅ មិនា

អាសយដ្ឋានលេខ ២០០ មហាវិថីព្រះនរោត្តម សង្កាត់ទន្លេបាសាក់ ខណ្ឌចំការមន រាជធានីភ្នំពេញ កម្ពុជា
N° 200 Preah Norodom Blvd., Sangkat Tonle Basac, Khan Chamkarmon, Phnom Penh, Cambodia
ទូរស័ព្ទលេខ: (៨៥៥)២៣ ៩៦៥ ៤៤៣ អ៊ីមែល: deaff.maff@gmail.com, គេហទំព័រ: khmeragri.info
Phone : (855)23 965 443 Email: deaff.maff@gmail.com, Website: khmeragri.info

អារម្ភកថា

ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ បានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជួយលើកកម្ពស់កម្រិតជីវភាពគ្រួសារកសិករ ជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច តាមរយៈការផ្តល់ព័ត៌មាន ការអប់រំ ការបណ្តុះបណ្តាល និងការផ្ទេរបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មសមស្របប្រកបដោយនវានុវត្តន៍។ យើងបានដឹងហើយថា កសិកម្មគឺជាវិស័យអាទិភាពមួយក្នុងចំណោម វិស័យដទៃទៀតដែលជួយទ្រទ្រង់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាតិ និងធានាសន្តិសុខស្បៀង ជាពិសេសជំរុញការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចជនបទ។ ដើម្បីរក្សាបាននូវតុល្យភាពសេដ្ឋកិច្ចកសិកម្ម បង្កើនផលិតភាពកសិកម្ម និងការប្រកួតប្រជែងតាមតម្រូវការទីផ្សារ ធនធានមនុស្សសម្រាប់ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងកសិករចាំបាច់ត្រូវតែយកចិត្តទុកដាក់ក្នុងការពង្រឹង និងធ្វើការអភិវឌ្ឍន៍ឱ្យមានភាពប្រសើរឡើង។ សកម្មភាពទាំងនេះបានទាមទារឱ្យមានការចូលរួមពីអនុវិស័យផ្សេងៗ ជាពិសេសនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទដែលមានតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការទំនាក់ទំនង និងសម្របសម្រួលការផ្ទេរបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្ម។ ជាការពិតណាស់ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមានតាំងពីមុនទសវត្សរ៍ទី ៦០មកម្ល៉េះ។ ទោះបីជា នៅចន្លោះឆ្នាំ១៩៧៥ ដល់ឆ្នាំ១៩៧៩ រចនាសម្ព័ន្ធធនធានមនុស្ស និងសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវបានបំផ្លិចបំផ្លាញយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏រាជរដ្ឋាភិបាល ជាពិសេសក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទបានបន្តយកចិត្តទុកដាក់ រៀបចំ និងគាំទ្រឱ្យមានដំណើរការឡើងវិញនូវការងារនេះ។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះ អង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិ ជាច្រើនបានក្លាយជាដៃគូអភិវឌ្ឍន៍លើការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ជាក់ស្តែងរាជរដ្ឋាភិបាលនៃសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ តាមរយៈសាជីវកម្មសហគមន៍ជនបទកូរ៉េ នៃក្រសួងកសិកម្ម ចំណីអាហារ និងកិច្ចការជនបទ បានធ្វើការគាំទ្រលើការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សដោយបានផ្តល់ទាំងសម្ភារ និងថវិកា។

ដោយមានកិច្ចសហការជាមួយសាកលវិទ្យាល័យជាតិកាងវ៉ុននៃសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ សៀវភៅស្តីពី **ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងសហគ្រិនភាពកសិកម្ម** ត្រូវបានរៀបរៀងដោយមន្ត្រីជំនាញ ដើម្បីជាសម្ភារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ជាឯកសារសម្រាប់ជំនួយស្មារតីដល់កសិករ និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដែលវាបានបង្ហាញឱ្យឃើញពីសារៈសំខាន់នៃការ អនុវត្តវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ លើសពីនេះទៀត ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងកសិករនឹងទទួលបានចំណេះដឹងជាច្រើនលើការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដូចជាការទំនាក់ទំនង ការសម្របសម្រួល និងចេះដោះស្រាយបញ្ហាផ្សេងៗដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងការងារប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគាត់។ ចំណេះដឹងទាំងនេះ នឹងជំរុញឱ្យពួកគាត់មានភាពជាអ្នកដឹកនាំ និងក្លាយជាកសិករដែលមានអាជីវកម្មកសិកម្ម។

ខ្ញុំមានជំនឿចិត្តយ៉ាងមុតមាំថា សៀវភៅស្តីពី **ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងសហគ្រិនភាពកសិកម្ម** នឹងបានចូលរួមចំណែកក្នុងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មបានយ៉ាងល្អ ព្រមទាំងទទួលបាននូវការគាំទ្រ និងការប្រើប្រាស់បានយ៉ាងទូលំទូលាយពីកសិករ និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅតាមមូលដ្ឋាន។

មាតិកា

មេរៀនទី ១ លំនាំដើម និងវិធីសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 4

១.១ ប្រវត្តិនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 5

១.២ និយមន័យនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 6

១.៣ គោលការណ៍នៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 6

១.៤ ប្រភេទ និងលក្ខណៈសម្បត្តិនៃភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 9

១.៥ វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 9

១.៦ តួនាទីភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 17

១.៧ ការធ្វើផែនការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 17

មេរៀនទី ២ ជំនាញទំនាក់ទំនង និងសម្របសម្រួលក្នុងការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 21

២.១ តើទំនាក់ទំនងជាអ្វី? 21

២.២ កម្រិតនៃទំនាក់ទំនង 22

២.៣ ដំណើរការនៃទំនាក់ទំនង 24

២.៤ ឧបសគ្គក្នុងការទំនាក់ទំនង 25

២.៥ តើត្រូវធ្វើបែបណាទើបអាចក្លាយជាអ្នកទាក់ទងដ៏ល្អម្នាក់បាន? 27

២.៦ តើការសម្របសម្រួលជាអ្វី? 27

២.៧ តើជម្លោះជាអ្វី? 29

មេរៀនទី ៣ សហគ្រិនភាពកសិកម្ម 31

៣.១. តើសហគ្រិនភាពជាអ្វី? 31

៣.២. សហគ្រិនភាពក្នុងការងារកសិកម្ម 33

៣.៣ ការវាយតម្លៃ ជំនាញសម្រាប់សហគ្រិនកសិកម្ម 35

៣.៤.ការកំណត់ទីផ្សារ 36

៣.៥ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងហានិភ័យ 40

មេរៀនទី ៤ ការយល់ឃើញរបស់មនុស្ស 43

មេរៀនទី ៥ លក្ខណៈរបស់កសិករ និងចំណេះដឹងថ្មីៗ 46

៥.១ លក្ខណៈរបស់កសិករ 46

៥.២. ចំណេះដឹងថ្មីៗ 47

មេរៀនទី ៦ ការសម្រេចចិត្តធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ 49

មេរៀនទី ៧ កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 51

៧.១ និយមន័យ 51

៧.២ គោលបំណង 51

៧.៣ ដំណើរការនៃការជ្រើសរើសកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 52

៧.៣.១ ការជ្រើសរើស 52

៧.៣.២ ការគាំទ្របច្ចេកទេស និងសម្ភារ 53

៧.៣.៣ ការទទួលស្គាល់ជាកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 53

៧.៣.៤ ការតាមដាន និងវាយតម្លៃសមត្ថភាពកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 53

ឯកសារយោង 54

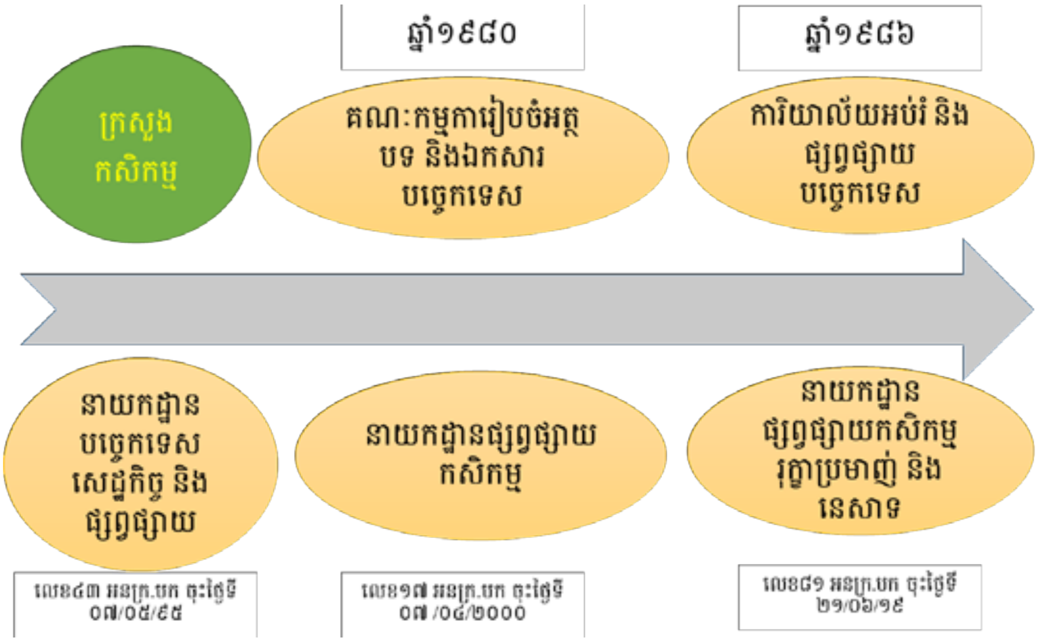
មេរៀនទី ១
លំនាំដើម និងវិធីសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

១.១ ប្រវត្តិនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមានប្រភពមកពីចក្រភពអង់គ្លេស ហើយវាត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាការអប់រំក្រៅផ្លូវការមួយ ដើម្បីពង្រឹងចំណេះដឹង ទស្សនៈវិស័យ បច្ចេកវិទ្យា និងការផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិត និងត្រូវបានគេពិពណ៌នាថាជាការអប់រំផ្សព្វផ្សាយ។ ពាក្យថា **ការអប់រំផ្សព្វផ្សាយ** វាគឺជាប្រព័ន្ធពិសេសមួយដើម្បីបញ្ជ្រាបចំណេះដឹងដល់ប្រជាជននៅតាមជនបទនៅហ្នឹងកន្លែង។

ការងារផ្សព្វផ្សាយត្រូវបានគេមើលឃើញពីអត្ថប្រយោជន៍ និងសារៈសំខាន់ ហើយត្រូវបានគេប្រើប្រាស់យ៉ាងទូលំទូលាយនៅតាមតំបន់មួយចំនួនដូចជា អាមេរិកខាងជើង និងតំបន់ទ្វីបអឺរ៉ុប។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានអង្គការ ក្រុមហ៊ុន និងស្ថាប័នជាច្រើននៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាកំពុងប្រើប្រាស់កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រួមមាន ស្ថាប័នរាជរដ្ឋាភិបាល (នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ) អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល ទីភ្នាក់ងារ ព្រមទាំងស្ថាប័នអន្តរជាតិជាច្រើន។

រាជរដ្ឋាភិបាលនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា បានយកចិត្តទុកដាក់អភិវឌ្ឍវិស័យផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនេះតាំងពីឆ្នាំ១៩៩២ មកម្ល៉េះ បន្ទាប់មកក៏បានរៀបចំបង្កើតឱ្យមានស្ថាប័នផ្លូវការរបស់ជាតិនៅខែមេសា ឆ្នាំ១៩៩៦ ។ រចនាសម្ព័ន្ធនៃស្ថាប័ននេះគឺរាប់ចាប់ពីថ្នាក់ជាតិរហូតដល់ខេត្ត ក្រុង និងផ្នែកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មស្រុក (Liv Leang Hy, 1998)។



រូបភាពទី១. ដំណើរការបង្កើតអង្គភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

១.២ និយមន័យនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

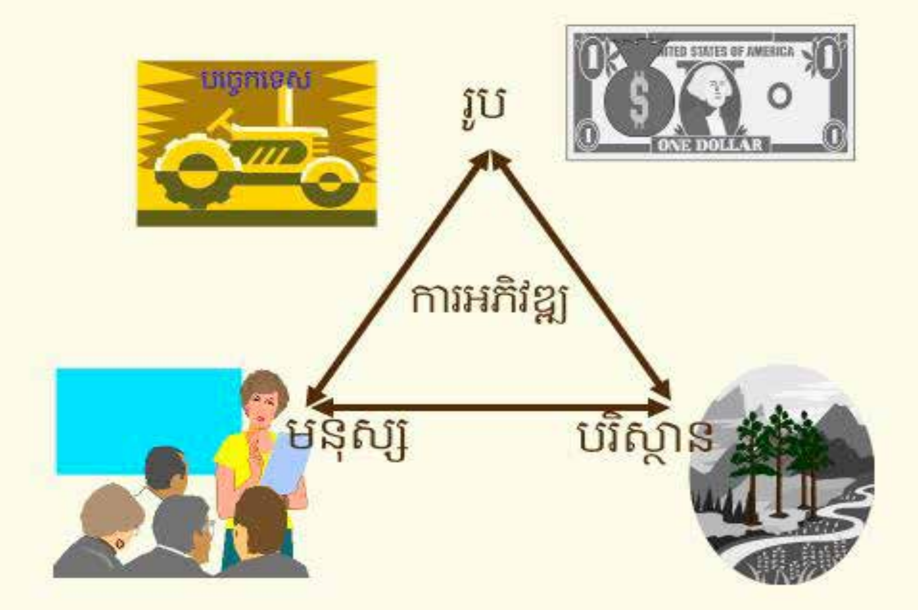
ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគឺជាវិធីសាស្ត្រ និងមធ្យោបាយផ្សេងៗក្នុងការទំនាក់ទំនងដើម្បីផ្តល់និងទទួលព័ត៌មានផ្តល់ការអប់រំ ផ្តល់យោបល់ ព្រមទាំងការជួយកសិករក្នុងការសម្រេចចិត្តឱ្យបានត្រឹមត្រូវគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ដើម្បីជំរុញការផ្លាស់ប្តូររបស់កសិករក្នុងគោលបំណងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍រួម ឬជាសារធារណៈ។ វាក៏ជាការអប់រំក្រៅប្រព័ន្ធដែលមនុស្សពេញវ័យ និងយុវជនរៀនសូត្រដោយការអនុវត្តផ្ទាល់សម្រាប់លើកកម្ពស់ជីវភាពរស់នៅតាមជនបទផងដែរ (**Chauhan, 2007**) ។

មានចំនុចសំខាន់ ៣ ដែលជំរុញការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដើម្បីឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរតាមបែបនិរន្តរភាព ៖

១) ផ្នែករូប (វិធីសាស្ត្រផលិតកម្មកសិកម្ម ការជ្រើសរើសពូជ ការគ្រប់គ្រងកសិកម្ម ...)

២) ទស្សនៈ (ចរិតលក្ខណៈ ជំនឿ...)

៣) បរិស្ថាន (ការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន និងការអភិរក្ស)។



រូបភាពទី២. ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដើម្បីជំរុញឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរតាមបែបនិរន្តរភាព

១.៣ គោលការណ៍នៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាសកម្មភាពប្រកបដោយគោលបំណងជាក់លាក់របស់ស្ថាប័នមួយដែលមាន តួនាទីជំរុញឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងសហគមន៍ដើម្បីធានានូវជោគជ័យ និងលទ្ធផលរំពឹងទុក។ ការអនុវត្តកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវផ្អែកលើគោលការណ៍ចំបងៗដែលបានកំណត់មានដូចជា៖

- ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺធ្វើជាមួយមនុស្ស ប៉ុន្តែមិនមែនធ្វើជំនួសឱ្យគេទេ
- ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មជាអ្នកដែលផ្តល់នូវបច្ចេកទេស ដំបូលន្មាន និងសម្ភារដល់កសិករ
- កសិករជាអ្នកសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសបញ្ហាមកដោះស្រាយជាមួយភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនិងទទួលយកបច្ចេកទេសដោយខ្លួនឯង
- កសិករជាអ្នកស្គាល់ច្បាស់អំពី បញ្ហាប្រឈម តម្រូវការ និងបញ្ហាអាទិភាព។

ដូច្នេះព័ត៌មានថ្មីៗត្រូវតែផ្តល់ដល់កសិករឱ្យបានច្បាស់ នោះមានន័យថា កសិករជាអ្នកសម្រេចចិត្តទទួលយកការអនុវត្តន៍កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដោយស្ម័គ្រចិត្ត និងមិនមានការបង្ខិតបង្ខំនោះឡើយ។

រូបភាពទី៣. សកម្មភាពមន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មធ្វើការអប់រំកសិករ

❖ ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាការទទួលខុសត្រូវៈ

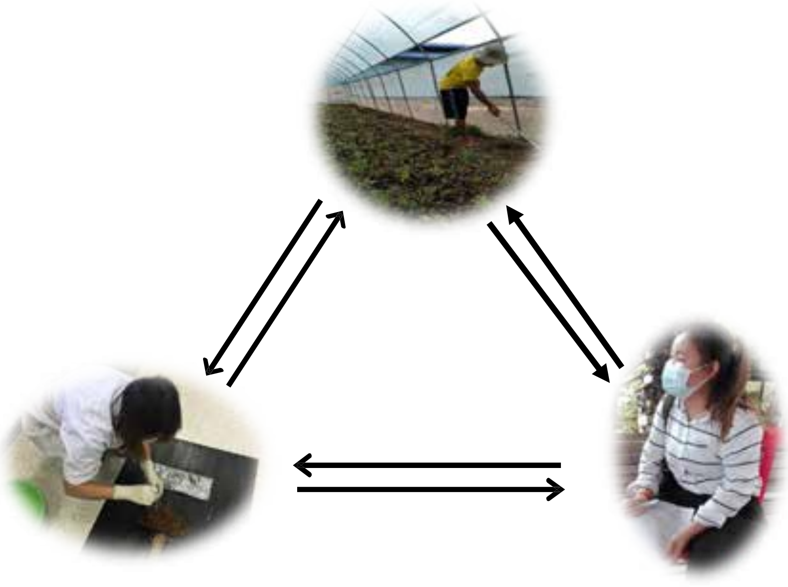
អ្នកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺត្រូវតែអនុវត្តតាមគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍន៍ និងទទួលខុសត្រូវនូវអ្វីដែលពួកគេបានធ្វើចំពោះមុខប្រធានរបស់ពួកគេហើយធ្វើការដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់ប្រជាជននៅតាមជនបទ។

❖ មានវិធីចំនួន ២ ដែលអាចធ្វើការវាយតម្លៃវាស់វែងប្រសិទ្ធភាពការងារទាំងនោះបានៈ

- ទី១ គឺត្រូវធ្វើការតាមដាននូវសកម្មភាពរបស់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ថាតើពួកគេបានអនុវត្តតាមផែនការសកម្មភាពបានល្អកម្រិតណា។
- ទី២ គឺធ្វើការវាយតម្លៃនូវការកើនឡើងចំណូល និងជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាកសិករ ។

❖ ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាដំណើរការទំនាក់ទំនងទៅមកៈ

ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគឺត្រូវទំនាក់ទំនងទៅមករវាង អ្នកស្រាវជ្រាវ អ្នកផ្សព្វផ្សាយ និងកសិករ ។ អ្នកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវប្រមូលត្រឡប់មកវិញនូវគំនិតយោបល់ សំណូមពរ ពីកសិករទៅអ្នកស្រាវជ្រាវហើយផ្តល់ព័ត៌មានចាំបាច់នានាត្រឡប់ទៅគេវិញ។



រូបភាពទី៤. ដំណើរការទំនាក់ទំនងទៅមក

- **ការសហការជាមួយអង្គការ ស្ថាប័នមូលដ្ឋាន និងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ៖**

កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយ និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគួរតែសហការឱ្យបានជិតស្និតជាមួយអង្គការ ឬស្ថាប័នដែលផ្តល់សេវាដល់កសិករ និងគ្រួសាររបស់ពួកគេ។ ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺមានទំនាក់ទំនងជាមួយផ្នែកមួយនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចសង្គម និងនយោបាយរបស់ប្រជាជនជនបទដែលព្យាយាមធ្វើឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរ ដើម្បីកែលម្អជីវភាពរស់នៅក្នុងសង្គម។

- **ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺធ្វើការជាមួយអតិថិជនគោលដៅ៖**

កសិករទាំងអស់ក្នុងតំបន់មួយគឺមិនសុទ្ធតែមានបញ្ហា និងតម្រូវការដូចៗគ្នានោះទេ ហើយការផ្សព្វផ្សាយ កសិកម្ម គឺមិនអាចផ្តល់នូវបច្ចេកវិទ្យា ឬដំបូលន្មានតែមួយដល់គ្រប់កសិករបានដែរ។ ដូចនេះគេត្រូវការកំណត់ក្រុម ឬប្រភេទកសិករផ្សេងៗ ហើយរៀបចំកម្មវិធីឱ្យបានសមស្របសម្រាប់ក្រុមនីមួយៗ។

រូបភាពទី៥. ការប្រជុំវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ

១.៤ ប្រភេទ និងលក្ខណៈសម្បត្តិនៃភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

យ៉ាងតិចមានភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ៥កម្រិត ដើម្បីបម្រើសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជាក្នុងនោះមានដូចជាៈ អ្នកឯកទេសផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ទីប្រឹក្សាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឃុំ ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មភូមិ និង កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

តារាងទី១. តម្រូវការអប្បបរមាសម្រាប់ការអប់រំ និងការបណ្តុះបណ្តាលរបស់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ប្រភេទ	តម្រូវការអប់រំ
១) អ្នកឯកទេសផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	បញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រផ្នែកកសិកម្ម រយៈពេល ៤ឆ្នាំ និងវិញ្ញាបនបត្រជំនាញផ្សព្វផ្សាយ (៦ ទៅ ៩ ខែ)
២) ទីប្រឹក្សាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	បញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្ររងរយៈពេល ២ឆ្នាំ និងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលជំនាញផ្សព្វផ្សាយ រយៈពេល ៣ ទៅ ៦ ខែ
៣) ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយឃុំ	បញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលជំនាញផ្សព្វផ្សាយរយៈពេល ២ខែយ៉ាងតិច
៤) ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយភូមិ	ទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលស្តីពីវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងជំនាញបច្ចេកទេស ២សប្តាហ៍យ៉ាងតិច
៥) កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	ទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលស្តីពីវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងជំនាញបច្ចេកទេស ១០ថ្ងៃយ៉ាងតិច

លក្ខណៈសម្បត្តិដែលភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគួរមាន ៖

- ចំណេះដឹង ៖ វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ ការគ្រោងផែនការការងារ បច្ចេកទេស/ទីផ្សារកសិកម្ម ការអភិវឌ្ឍន៍ សហគមន៍ ការគ្រប់គ្រងការងារ និងពេលវេលា
- ទេព្យកោសល្យ ៖ ប្រាស្រ័យទាក់ទង ការគ្រប់គ្រង និងចាត់ចែង ដឹកនាំ សម្របសម្រួលការរាយការណ៍ និងការដោះស្រាយបញ្ហា។

អាកប្បកិរិយា ៖

ជំរុញឱ្យកសិករមានជំនឿចិត្តលើខ្លួនឯង ការគោរពឱ្យតម្លៃ ស្មោះត្រង់ និងជំរុញ ឱ្យមានការចូលរួមទាក់ទង (ជួប) ជាប្រចាំជាមួយកសិករ ។ល។

១.៥ វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ជាធម្មតាដើម្បីទទួលបានលទ្ធផលល្អគេត្រូវប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយជាច្រើន។ នៅក្នុងចំណោមវិធីសាស្ត្រ និង បច្ចេកទេសផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់ដែលគេអាចប្រើនោះគេអាចបែងចែកជា បី ក្រុមធំៗគឺ **១) ការផ្សព្វផ្សាយបុគ្គល និងបុគ្គល ២) ការផ្សព្វផ្សាយជាក្រុម ៣) ការផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈ**។