ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

គោលការណ៍ណែនាំ
ស្តីពីការផ្សារភ្ជាប់ផលិតផលកសិកម្មឆ្ពោះទៅទីផ្សារ

GUIDELINES ON
AGRICULTURAL PRODUCTS TO MARKET LINKAGE

រៀបចំដោយ កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE)
ឧបត្ថម្ភដោយ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងមូលនិធិអន្តរជាតិសម្រាប់អភិវឌ្ឍកសិកម្ម (IFAD)

IFAD
Investing in rural people

រាជធានីភ្នំពេញ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ ២០១៨

អារម្ភកថា

ការផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្ម ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការផ្ទេរនូវចំណេះដឹង បច្ចេកវិទ្យា និងការអនុវត្តន៍ថ្មីៗ ដែលធន់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ។ ការផ្សព្វផ្សាយនេះរួមចំណែកក្នុងការដោះស្រាយគ្រោះធម្មជាតិ និងបញ្ហានានា ដល់កសិករ និងសហគមន៍កសិកម្ម សំដៅជំរុញ ការបង្កើនផលិតភាព គុណភាព សុវត្ថិភាពផលិតផលកសិកម្ម និងបង្កើនប្រាក់ចំណូលគ្រួសារ ។

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទបានដាក់ចេញនូវគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា នាឆ្នាំ ២០១៥ បានបង្ហាញថា ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវផ្លាស់ប្តូរយុទ្ធសាស្ត្រចេញពីការផ្សព្វផ្សាយដែលជម្រុញដោយផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ ដើម្បីផលិតកម្មទៅរកការផ្សព្វផ្សាយដើម្បីតម្រូវការទីផ្សារ។

កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មី ដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE) បានរៀបចំ “ **គោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីការផ្សារភ្ជាប់ផលិតផលកសិកម្មឆ្ពោះទៅទីផ្សារ** ” នេះឡើង ដោយបានរៀបចំជាសិក្ខាសាលាពិគ្រោះយោបល់ជាមួយអ្នកផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្ម អ្នកឯកទេស និងអ្នកពាក់ព័ន្ធមកពីស្ថាប័ន និងអង្គភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អង្គភាពជំនាញបច្ចេកទេសនានា ដែលមកពីគម្រោង PADEE, AIM និងកម្មវិធី ASPIRE ។

ឯកសារគោលការណ៍ណែនាំនេះ ជាមូលដ្ឋានគ្រឹះដែលពិព័ណ៌នាពី ជំហាននៃការចងក្រងបណ្តុំអាជីវកម្មកសិកម្ម សម្រាប់ការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដែលជួយដល់មន្ត្រីបច្ចេកទេស មន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មស្រុក និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយនៅមូលដ្ឋាននានា យកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងការបណ្តុះបណ្តាល និងផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេស ដើម្បីផ្ទេរចំណេះដឹង ព័ត៌មាននិងបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មដល់ប្រជាកសិករ និងប្រតិបត្តិករក្នុងកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងគម្រោងអភិវឌ្ឍកសិកម្មនានានៅកម្ពុជា។

អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម នៃក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទសូមដាក់ចេញនូវគោលការណ៍ណែនាំ និងស្តីពីការផ្សារភ្ជាប់ផលិតផលកសិកម្មឆ្ពោះទៅទីផ្សារ ដែលជាឯកសារគ្រឹះសម្រាប់មន្ត្រីកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ រាជធានី ខេត្ត ក្រុង ស្រុក ខណ្ឌ អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល ភ្នាក់ងារប្រតិបត្តិនៅមូលដ្ឋាន និងអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់យកទៅអនុវត្តក្នុងការផ្ទេរបច្ចេកវិទ្យា និងវិធីសាស្ត្រ រួមចំណែកដល់ផលិតកម្មរបស់កសិករខ្នាតតូច តម្លៃនៃការលក់ផលិតផល និងកំណើនប្រាក់ចំណេញ។

ថ្ងៃ សុក្រ ៨ រោច ខែកត្តិក ឆ្នាំច សំរឹទ្ធិស័ក ព.ស ២៥៦២

រាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី...៣០.....ខែ...វិច្ឆិកា.....ឆ្នាំ២០១៨

អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

មាតិកា

ទំព័រ

សេចក្តីផ្តើម 1

វិធីសាស្រ្តរួម 2

ដំណើរការ 4

១. ការចុះសិក្សាតម្រូវការទីផ្សារ និងការវិភាគ 4

២. ការប្រជុំ និងពិភាក្សាជាមួយតួអង្គនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ 6

៣. ការបង្កើតជាបណ្តុំផលិត (Clusters) និងរចនាសម្ព័ន្ធ 7

៤. រៀបចំវេទិកាពហុភាគីពាក់ព័ន្ធ (MSP-Multi Stakeholder Platform Meeting) 7

៥. រៀបចំកិច្ចសន្យារវាង អ្នកផលិត និងឈ្មួញ 8

៦. គាំទ្រការអនុវត្តបណ្តុំ (មានកញ្ចប់ថវិកាជួយដល់យន្តការនេះ) 8

៧. តាមដាន និងវាយតម្លៃ 9

៨. តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់មន្រ្តីជំនាញ........ 10

សេចក្តីផ្តើម

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទបានដាក់ចេញនូវគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា នាឆ្នាំ២០១៥ បានបង្ហាញថា ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវផ្លាស់ប្តូរយុទ្ធសាស្ត្រចេញពីការផ្សព្វផ្សាយដែលជម្រុញដោយផ្អែកផ្គង់ផ្គង់ ដើម្បីផលិតកម្មទៅរកការផ្សព្វផ្សាយដើម្បីតម្រូវការទីផ្សារ។ អនុលោមទៅតាមកម្មវិធីកំណែទម្រង់របស់រាជរដ្ឋាភិបាលសេវា និងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវធ្វើវិមជ្ឈការនៅថ្នាក់មូលដ្ឋាន ដោយពង្រឹងសមត្ថភាពមន្ត្រីនៅថ្នាក់ស្រុកនិងថ្នាក់ឃុំ ជាពិសេសលើការងារធ្វើផែនការ និងការសម្របសម្រួលខ្សែច្រវាក់តម្លៃកសិកម្ម។

គោលការណ៍ណែនាំនេះ ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយផ្អែកលើបទពិសោធន៍នៃវិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍បណ្តុំអាជីវកម្មកសិកម្ម ដែលផ្តួចផ្តើមដោយគម្រោងអភិវឌ្ឍវិស័យកសិកម្ម និងជម្រុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច (PADEE) ដែលគាំទ្រថវិកាដោយ IFAD ។វិធីសាស្ត្រនេះត្រូវបានបង្កើត និងសាកល្បងដោយជោគជ័យលើបណ្តុំអាជីវកម្មកសិកម្ម ចំនួន១៥ នៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃចំនួន៤ រួមមាន បន្លែ សាច់និងស៊ុត ផ្សិតនិងសិប្បកម្ម។

គោលការណ៍ណែនាំនេះមានបំណង៖

១. បង្កើតឲ្យមានបរិយាកាសអំណោយផលសម្រាប់ ការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារប្រកបដោយប្រសិទ្ធិភាព។
២. រួមចំណែកដល់ផលិតកម្មរបស់កសិករខ្នាតតូច តម្លៃនៃការលក់ផលិតផលនិងកំណើនប្រាក់ចំណេញ។
៣. ប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រធុរកិច្ចដើម្បីកែលម្អជីវភាពរស់នៅរបស់កសិករតូចតាច តាមរយៈការបង្កើនដើមទុនធនធានមនុស្ស សង្គមកិច្ច រូបវ័ន្ត ហិរញ្ញវត្ថុនិងបរិស្ថាន។

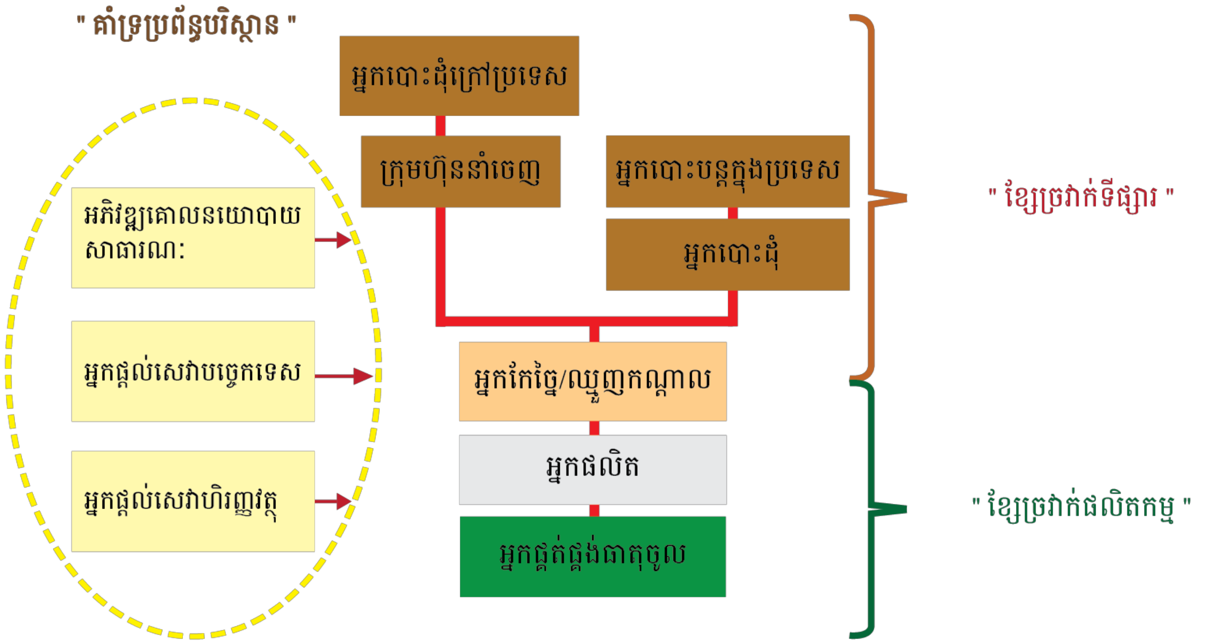
គោលការណ៍ណែនាំនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងផ្អែកតាមការសន្មត់ដូចខាងក្រោម៖

១. ការផ្សព្វផ្សាយគឺកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព នៅពេលដែលហានិភ័យទីផ្សារសម្រាប់អ្នកផលិតត្រូវបានកាត់បន្ថយ។
២. ផលិតកម្មកើនឡើង ខណៈពេលដែលការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយនិងបច្ចេកទេសដែលផ្តល់ជូននៅក្នុងបណ្តុំអាជីវកម្មកសិកម្ម ត្រូវបានចរចានិងឯកភាពដោយឈ្មួញលក់សម្ភារៈនិងធាតុចូលកសិកម្ម ជាមួយអ្នកទិញ។ សេវាបច្ចេកទេស និងការផ្សព្វផ្សាយឆ្លើយតបទៅនិងតម្រូវការទីផ្សារ គួរតែអាចបង្កើននូវលទ្ធភាពទទួលយកនូវបច្ចេកទេស និងបច្ចេកវិជ្ជាថ្មីទៅអនុវត្តប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងទទួលបានផលចំណេញពីការវិនិយោគភ្លាមៗផងដែរ។
៣. ចំណូលពីការលក់ មិនមែនកើនឡើងដោយសារតែការលក់ផលិតផលក្នុងបរិមាណច្រើននោះទេ ប៉ុន្តែដោយសារកំណើនតម្លៃផលិតផលដែលបានលក់នោះ ផងដែរដូចជា: បន្លែមានតម្លៃខ្ពស់ដោយសារមានតម្រូវការច្រើនពីអ្នកទិញ កែលម្អនិងបង្កើនគុណភាពនៃផលិតផលសិប្បកម្ម បង្កើនគុណភាពផ្សិតនិងសាច់មាន់ឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។ អ្នកទិញអាចផ្តល់តម្លៃបន្ថែមបាន ក្រោយពេលចចារគ្នានិងកំណត់ចំណុចប្រមូលផ្តុំផលិតផល ដែលអាចកាត់បន្ថយចំណាយប្រតិបត្តិការផ្សេងៗ។
៤. វិធីសាស្ត្របណ្តុំអាជីវកម្មកសិកម្ម អាចបង្កើនប្រាក់ចំណេញនិងបន្ថយហានិភ័យបានច្រើន (ទាំងហានិភ័យក្នុងការផលិត និងទីផ្សារ) ។ តាមរយៈការសាកល្បងក្រោមគម្រោង PADEE លើកសិករដែលទទួលយក

បច្ចេកវិទ្យាថ្មីទៅអនុវត្ត និងមានកិច្ចព្រមព្រៀងជាមួយក្រុមហ៊ុនលក់ធាតុចូល និងទទួលទិញផលិតកសិកម្ម បង្ហាញថាការវិនិយោគបែបនេះមានភាពពាក់ព័ន្ធនិងទទួលបានផលចំណេញ។ បណ្តុំអាជីវកម្មកសិកម្ម ផ្តល់ដល់តួអង្គក្នុងស្រុកទាំងអស់ បរិយាកាសអំណោយផល ក្នុងការបង្កើនការជឿទុកចិត្ត កិច្ចសហការ និងការវិនិយោគរួមគ្នាដើម្បីបង្កើនផលិតភាពនិងការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្ម។

វិធីសាស្ត្ររួម

ច្រវាក់តម្លៃ គឺជាសំណុំនៃការផ្សារភ្ជាប់គ្នារវាងតួអង្គដែលស្វែងរកការគាំទ្រគ្នាទៅវិញទៅមកយ៉ាងសកម្ម ដែលអាចបង្កើនប្រសិទ្ធភាព និងការប្រកួតប្រជែង។ ពួកគេចំណាយពេលវេលា កិច្ចខំប្រឹងប្រែង និងថវិកាដើម្បីកសាងទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកតួអង្គផ្សេងទៀត ដើម្បីសម្រេចបានគោលដៅរួម គឺបំពេញតម្រូវការរបស់អតិថិជន ដែលចុងក្រោយគឺពួកគេអាចសហការគ្នាដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណេញរបស់ខ្លួនបាន។

តួអង្គសំខាន់ៗ នៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ រួមមានអ្នកពាក់ព័ន្ធក្នុងការផលិត ការកែច្នៃ ការជួញដូរ ឬប្រើប្រាស់ផលិតផលកសិកម្មជាក់លាក់ណាមួយ។ ទាំងនេះរួមមានតួអង្គដែលពាក់ព័ន្ធផ្ទាល់ទៅនឹងការលក់ដូរ ក្នុងច្រវាក់តម្លៃ (អ្នកផលិត ឈ្មួញ អ្នកលក់រាយ និងអ្នកប្រើប្រាស់) និងតួអង្គមិនផ្ទាល់ដែលផ្តល់សេវាគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុឬមិនមែនហិរញ្ញវត្ថុ ដូចជាធនាគារ និងស្ថាប័នឥណទាន អ្នកផ្តល់សេវាអាជីវកម្ម រដ្ឋាភិបាល អ្នកស្រាវជ្រាវនិងអ្នកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

គេអាចនិយាយម៉្យាងទៀតបានថា នៅក្នុងប្រព័ន្ធខ្សែច្រវាក់តម្លៃ មានតួអង្គចំនួនបី : **តួអង្គខ្សែច្រវាក់ផលិតកម្ម** (អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម អ្នកផលិត អ្នកកែច្នៃ អ្នកផ្សព្វផ្សាយ ...) **អ្នកសម្របសម្រួលទីផ្សារ** (អ្នកប្រមូលទិញ ឈ្មួញកណ្តាល អ្នកលក់ដុំ អ្នកលក់រាយ អ្នកចែកចាយ អ្នកនាំចេញ ...) និង **អ្នកគាំទ្រប្រព័ន្ធបរិស្ថាន** ដែលផ្តល់សេវាហិរញ្ញវត្ថុនិងមិនមែនហិរញ្ញវត្ថុ រួមទាំងការអភិវឌ្ឍជំនាញ និងចំណេះដឹងពីទីផ្សារ។