ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

គោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
នៅកម្ពុជា

ឆ្នាំ២០១៥

បុព្វកថា

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាប្តេជ្ញាចិត្តយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់ ក្នុងការបន្តជំរុញការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី៣ ដោយបន្តលើកកម្ពស់វិស័យកសិកម្មក្នុងសន្ទុះនិងទំហំថ្មីមួយ ដើម្បីពង្រឹងនិងពង្រីកមូលដ្ឋានកំណើនសេដ្ឋកិច្ច បង្កើនល្បឿននៃការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងលើកកម្ពស់កម្រិតជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជន។

កសិកម្មគឺជាវិស័យមួយដ៏សំខាន់ និងត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលចាត់ទុកជាវិស័យអាទិភាពក្នុងការទ្រទ្រង់កំណើនសេដ្ឋកិច្ច ធានាសមធម៌ ធានាសន្តិសុខស្បៀង និងជំរុញការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចជនបទ។ វិស័យកសិកម្មស្រូបយកជិត ៦៤,៦% នៃកម្លាំងពលកម្មសរុប ហើយចូលរួមចំណែកប្រមាណ ៣១,៦% នៃផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប។ ដើម្បីសម្រេចបាននូវចក្ខុវិស័យនៃការអភិវឌ្ឍវិស័យកសិកម្ម រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានកំណត់យុទ្ធសាស្ត្របង្កើនផលិតភាព ពិពិធកាវូបនីយកម្ម និងពាណិជ្ជូបនីយកម្មកសិកម្ម តាមរយៈការអនុវត្តនូវវិធានការប្រទាក់ក្រឡាចាំបាច់មួយចំនួន ជាអាទិ៍ ការកសាងនិងកែលម្អហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្លូវថ្នល់ ធារាសាស្ត្រ ថាមពលអគ្គិសនី បច្ចេកវិទ្យាទូគមនាគមន៍ និងព័ត៌មាន ការផ្តល់សេវាបច្ចេកទេសនិងកែលម្អធាតុចូលកសិកម្ម កំណែទម្រង់ការគ្រប់គ្រងដីធ្លី ហិរញ្ញវត្ថុ ទីផ្សារ ការរៀបចំនិងអភិវឌ្ឍសហគមន៍កសិកម្ម ការកសាងនិងសម្របសម្រួលស្ថាប័ន។

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានដាក់ចេញនូវគោលនយោបាយស្តីពី «ការជំរុញផលិតកម្មស្រូវ និងការនាំចេញអង្ករ» ដោយបានកំណត់យ៉ាងច្បាស់នូវវិធានការគោលនយោបាយសំខាន់ៗតាមដំណាក់កាលនីមួយៗ ដែលរួមមាន៖ (១) វិធានការពាក់ព័ន្ធនឹងការជំរុញផលិតកម្មស្រូវ (២) វិធានការប្រមូលទិញ និងកែច្នៃស្រូវ (៣) វិធានការរៀបចំប្រព័ន្ធសម្រួលការនាំចេញ និង (៤) វិធានការស្វែងរកទីផ្សារ។ ដើម្បីចូលរួមអនុវត្តគោលនយោបាយនេះ ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ បានរៀបចំផែនការលម្អិតសម្រាប់អនុវត្តជាក់ស្តែង សំដៅឆ្លើយតបនិងសម្រេចបាននូវបណ្តាវិធានការគោលនយោបាយខាងលើ ដោយក្នុងនោះធ្វើការបង្កើនសេវាកម្មគាំទ្រនិងកិច្ចអន្តរាគមន៍នានាដូចជា ការផ្ទេរបច្ចេកទេសសមស្របដល់កសិករ ការបង្កើនការស្រាវជ្រាវអភិវឌ្ឍន៍ពូជស្រូវ ដែលស្របទៅនឹងលក្ខណៈដី កត្តាអាកាសធាតុ និងតាមតម្រូវការទីផ្សារជាដើម។

ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មពិតជាមានតួនាទីសំខាន់ណាស់នៅក្នុងការអនុវត្តគោលនយោបាយ និងយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍវិស័យកសិកម្មរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា។ យើងទទួលស្គាល់ថា ប្រព័ន្ធកសិកម្មនៅកម្ពុជា ច្រើនជាកសិកម្មផ្គត់ផ្គង់ក្នុងក្រុមគ្រួសារខ្លួនឯង ដែលតែងតែទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់ពីបាតុភូតអវិជ្ជមាននៃការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ។ នេះគឺជាមូលហេតុមួយដែលធ្វើឱ្យផលិតកម្មកសិកម្មមានការប្រែប្រួលផងដែរ។ ដើម្បីសម្រេចបាននូវការធ្វើទំនើបកម្ម ការលើកកម្ពស់ផលិតភាព ពិពិធកាវូបនីយកម្ម និងពាណិជ្ជូបនីយកម្មកសិកម្ម និងចូលរួមជួយដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមរបស់កសិករនិងសហគមន៍កសិករ ចាំបាច់ត្រូវអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមួយដែលអាចផ្ទេរ និងចែករំលែកចំណេះដឹង ព័ត៌មាន និងបច្ចេកវិទ្យា ជួយផ្សារភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងរវាងកសិករនិងសហគមន៍កសិករទៅនឹងទីផ្សារនិងតួអង្គផ្សេងៗនៅក្នុងខ្សែចង្វាក់តម្លៃ និងជាពិសេសយកចិត្តទុកដាក់ផ្តល់ការគាំទ្រដល់តំបន់ដែលមានប្រជាជនក្រីក្រ និងងាយរងគ្រោះរស់នៅច្រើនជាងគេ ក្រោមចក្ខុវិស័យតភ្ជាប់យ៉ាងស៊ីជម្រៅរវាងតំបន់ជនបទ និងទីប្រជុំជន។

បច្ចុប្បន្ននេះ ប្រព័ន្ធនិងសេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មកំពុងជួបប្រទះបញ្ហាប្រឈមជាច្រើន ដូចជាប្រព័ន្ធនិងសេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនិងលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តគាំទ្រនានានៅមានកម្រិត មានការខ្វះខាតធនធានមនុស្សថវិកា បច្ចេកទេស និងបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ក៏ដូចជាខ្វះខាតបង្គុំបច្ចេកទេសសមស្រប សម្ភារមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងវិធីសាស្ត្រសមស្របសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មជាដើម។ ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ បាននិងកំពុងខិតខំដោះស្រាយនូវបញ្ហាទាំងអស់នេះជាជំហានៗ ជាពិសេសខិតខំរៀបចំគោលនយោបាយស្តីពីការផ្សព្វផ្សាយ

កសិកម្មនៅកម្ពុជា ដែលជាឧបករណ៍ដ៏ចាំបាច់សម្រាប់រៀបចំ ពង្រឹង និងគាំទ្រដល់យន្តការ បទដ្ឋានគតិយុត្ត ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកទេសនិងបច្ចេកវិទ្យា ចលនាភូមិថ្មី ព្រមទាំងវិធីសាស្ត្រ និងមធ្យោបាយ សម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឱ្យបានសមស្របទៅតាមតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងទីផ្សារ។ គោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា ក៏ជាត្រីវិស័យមួយក្នុងការជួយផ្លាស់ប្តូរទម្លាប់ចាស់របស់ប្រជាកសិករពីការដាំដុះតាមបែបបុរាណឆ្ពោះទៅរកការធ្វើប្រពលវប្បកម្មតាមរយៈការអនុវត្តកសិកម្មល្អ ដើម្បីដើរតាមឱ្យទាន់នូវការវិវត្តនៃបច្ចេកវិទ្យាទំនើបក្នុងបរិបទនៃសាកលភាវូបនីយកម្ម។

គោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា ត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយអនុលោមទៅតាមយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណដំណាក់កាលទី៣របស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ ២០១៤-២០១៨ ព្រមទាំងបានឆ្លុះបញ្ចាំងផងដែរ ពីកិច្ចពិគ្រោះយោបល់យ៉ាងទូលំទូលាយប្រកបដោយការយកចិត្តទុកដាក់ជាមួយគ្រប់ដៃគូពាក់ព័ន្ធទាំងអស់។ ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ មានឆន្ទៈនិងការតាំងចិត្តយ៉ាងមុតមាំ ក្នុងការដឹកនាំការអនុវត្តគោលនយោបាយនេះ និងសូមអំពាវនាវ ព្រមទាំងលើកទឹកចិត្តដល់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មទាំងអស់ទាំងនៅក្នុងវិស័យសាធារណៈ និងនៅក្នុងវិស័យឯកជន ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ កសិករនិងសហគមន៍កសិករ រួមគ្នាគាំទ្រនិងចូលរួមអនុវត្តគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឱ្យទទួលបានលទ្ធផលជាផ្លែផ្កា និងមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ សំដៅរួមចំណែកលើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍវិស័យកសិកម្មសម្រាប់ទ្រទ្រង់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចជាតិ កាត់បន្ថយភាពក្រីក្ររបស់ប្រជាជនកម្ពុជា និងរួមចំណែកសម្រេចគោលដៅនៃកំណែទម្រង់ ដើម្បីចីរភាពនៃការអភិវឌ្ឍ ក្រោមការដឹកនាំប្រកបដោយគតិបណ្ឌិតរបស់ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន** នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

ធ្វើនៅរាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី០១ ខែមេសា ឆ្នាំ២០១៥

រដ្ឋមន្ត្រី

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

បណ្ឌិត **អ៊ុក រ៉ាប៊ុន**

អារម្ភកថា

ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការអប់រំ បណ្តុះបណ្តាល និងផ្ទេរបច្ចេកទេស បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ថ្មីៗដល់កសិករនិងសហគមន៍កសិកម្ម សំដៅជំរុញការបង្កើនផលិតភាព ពិពិធកាវូបនីយកម្ម និង ពាណិជ្ជូបនីយកម្មកសិកម្ម។ នៅកម្ពុជាការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មបានដំណើរការចាប់តាំងពីឆ្នាំ១៩៥៧ ដោយមាន ការបង្កើតជារចនាសម្ព័ន្ធ និងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ ដំណើរវិវត្តន៍នៃការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មបាន ឆ្លងកាត់ដំណាក់កាលជាច្រើននិងមានវឌ្ឍនភាពគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ប៉ុន្តែ នៅពុំទាន់មានក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយ សមស្រប ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងបរិបទរីកចម្រើននិងតម្រូវការជាក់ស្តែងនៅឡើយ។

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ដោយមានការគាំទ្រទាំងបច្ចេកទេស និងថវិកាពីទីភ្នាក់ងារ សហរដ្ឋអាមេរិកដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍អន្តរជាតិ (USAID) បានបង្កើតគណៈកម្មការប្រឹក្សាយោបល់ និងក្រុមការងារបច្ចេកទេស សម្រាប់រៀបចំគោលនយោបាយនិងគោលការណ៍ណែនាំស្តីពីការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា។ ដើម្បីមានមូលដ្ឋាន សម្រាប់រៀបចំឯកសារគោលនយោបាយនេះ ក្រុមការងារបានធ្វើការសិក្សាស្វែងយល់ និងដកស្រង់បទពិសោធន៍ពី ការអនុវត្តការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅប្រទេសជិតខាង និងបានប្រមូលធាតុចូលពីបណ្តាអ្នកពាក់ព័ន្ធនានា ដែល រួមមានដូចជា អង្គភាពជំនាញពាក់ព័ន្ធ ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ វិស័យឯកជន អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល និងកសិករ តាមរយៈ សិក្ខាសាលាពិគ្រោះយោបល់យ៉ាងទូលំទូលាយនៅថ្នាក់តំបន់ ថ្នាក់ជាតិ និងកិច្ចប្រជុំក្រុមការងារបច្ចេកទេសជាច្រើនលើក។

ឯកសារគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា ត្រូវបានរៀបចំឡើងស្របតាមមូលបទ «*សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដើម្បីសុខុមាលភាពនៅជនបទប្រសើរជាងមុន*» ក្នុងគោលបំណងគាំទ្រ សម្របសម្រួល និងផ្សារភ្ជាប់ទំនាក់ទំនង ការងាររបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា សំដៅជួយឱ្យកសិករនិងសហគមន៍កសិកម្មទទួលបានសេវា ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មយ៉ាងទៀងទាត់ និងជួយជានាឱ្យមានព័ត៌មានបច្ចេកទេសទាន់ពេលវេលា និងគ្រប់គ្រាន់ ដែល អាចឱ្យកសិករនិងសហគមន៍កសិកម្មទទួលបាន និងយកទៅអនុវត្តបាន។

យើងខ្ញុំសូមសម្តែងនូវការដឹងគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ចំពោះអ្នកចូលរួមក្នុងសិក្ខាសាលាពិគ្រោះយោបល់ថ្នាក់ តំបន់ទាំង០៥លើក និងសិក្ខាសាលាថ្នាក់ជាតិទាំង០៣លើក ដែលបានគាំទ្រនិងផ្តល់យោបល់ដ៏មានតម្លៃពីបញ្ហា និង តម្រូវការសំខាន់ៗសម្រាប់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា។ ជាមួយគ្នានេះដែរ យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណ ទីភ្នាក់ងារសហរដ្ឋអាមេរិកដើម្បីអភិវឌ្ឍអន្តរជាតិ (USAID) តាមរយៈកម្មវិធីកម្ពុជាហាវ៉េស (Cambodia HARVEST) ចំពោះការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកទេសនិងថវិកាក្នុងដំណើរការរៀបចំគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា និង រដ្ឋាភិបាលអូស្ត្រាលី តាមរយៈកម្មវិធីខ្សែចង្វាក់តម្លៃកសិកម្មកម្ពុជា (CAVAC) ដែលបានឧបត្ថម្ភថវិកាដល់ដំណើរ ទស្សនកិច្ចសិក្សារបស់ក្រុមការងារនៅប្រទេសវៀតណាម និងប្រទេសថៃ។ លទ្ធផលនៃការចូលរួមវិភាគទានពីគ្រប់ ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ខាងលើ ឆ្លុះបញ្ចាំងតាមរយៈការសម្រេចបាននូវឯកសារគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៅកម្ពុជា ដែលជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនិងជាត្រីវិស័យនាំឆ្ពោះទៅរកការផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយដ៏មានប្រសិទ្ធភាព ដែល អាចជួយឱ្យកសិករនិងសហគមន៍កសិកម្មធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តបានត្រឹមត្រូវ និងច្បាស់លាស់ សម្រាប់ការបង្កើន ផលិតភាពកសិកម្ម ពិពិធភាវូបនីយកម្ម ពាណិជ្ជូបនីយកម្មកសិកម្ម និងការបង្កើនប្រាក់ចំណូល។

រាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី០១ ខែ មេសា ឆ្នាំ២០១៥

ប្រតិភូរាជរដ្ឋាភិបាល ទទួលបន្ទុកជាអគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

ស៊ុ ខនឫទ្ធីគុណា

មាតិកា

១. សេចក្តីផ្តើម ១

២. ចក្ខុវិស័យ ១

៣. គោលបំណង និងគោលដៅ ២

៣.១. គោលបំណង ២

៣.២. គោលដៅ ២

៤. យុទ្ធសាស្ត្រ ២

៤.១. ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មតាមតម្រូវការអ្នកប្រើប្រាស់ ៣

៤.២. ការរៀបចំស្ថាប័ន និយ័តកម្ម និងភាពជាដៃគូ ៣

៤.៣. ការពង្រឹងស្ថាប័នអប់រំ និងបណ្តុះបណ្តាលកសិកម្ម ៥

៤.៤. ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យា បង្កុំបច្ចេកទេស និងការសិក្សាដកស្រង់បទពិសោធន៍ ៥

៤.៥. អភិក្រម និងវិធីសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ៦

៤.៦. ការបញ្ជ្រាបប្រធានបទពាក់ព័ន្ធទៅក្នុងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ៧

៤.៧. ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានប្រកបដោយនិរន្តរភាពដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ៨

៥. ផែនការសកម្មភាព ៨

៥.១. ការរៀបចំស្ថាប័ន និងក្របខ័ណ្ឌគតិយុត្ត ៩

៥.២. ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស ១២

៥.៣. ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្ម ១៤

៥.៤. ការអភិវឌ្ឍឯកសារ និងសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ១៦

៥.៥. ការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ១៧

៦. ការគាំទ្រហិរញ្ញវត្ថុ និងក្របខ័ណ្ឌនៃការអនុវត្ត ១៨

៦.១. ការគាំទ្រហិរញ្ញវត្ថុ ១៨

៦.២. ក្របខ័ណ្ឌនៃការអនុវត្ត ១៩

៧. ការត្រួតពិនិត្យតាមដាន វាយតម្លៃ និងការសិក្សាដកស្រង់បទពិសោធន៍ ១៩

៨. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន ២០

ឧបសម្ព័ន្ធ ១. តារាងណែនាំសម្រាប់ការអនុវត្តផែនសកម្មភាព ២១

ឧបសម្ព័ន្ធ ២. គោលគំនិតនៃចំណងទាក់ទងរវាងការស្រាវជ្រាវ អប់រំ ផ្សព្វផ្សាយ និងកសិករ ២៥

ឧបសម្ព័ន្ធ ៣. គំនូសបំព្រួញអំពីការរៀបចំស្ថាប័ន និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ២៦

ឧបសម្ព័ន្ធ ៤. គំនូសបំព្រួញអំពីគោលគំនិតនៃគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម...................... ២៧

១. សេចក្តីផ្តើម

១. កសិកម្មគឺជាវិស័យដែលមានសារៈសំខាន់ ក្នុងការរួមចំណែកទ្រទ្រង់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចនៃប្រទេសកម្ពុជា។ ប្រជាជនប្រមាណ៨០% ដែលរស់នៅជនបទ ពឹងផ្អែកជាចម្បងលើការប្រកបមុខរបរក្នុងវិស័យនេះ សម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ស្បៀងអាហារ បង្កើតប្រាក់ចំណូល និងលើកកម្ពស់កម្រិតជីវភាពរស់នៅរបស់គ្រួសារ។ ចក្ខុវិស័យរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា គឺការធ្វើទំនើបកម្មវិស័យកសិកម្មកម្ពុជា បង្កើនតម្លៃបន្ថែមក្នុងវិស័យកសិកម្ម និងអភិវឌ្ឍខ្សែចង្វាក់តម្លៃកសិកម្មឱ្យឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារ និងការប្រកួតប្រជែងក្នុងតំបន់ និងនៅលើសាកលលោក។ ក្នុងបរិបទនេះ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបន្តយកចិត្តទុកដាក់លើការបង្កើនផលិតភាព ការធ្វើពិពិធភាវូបនីយកម្ម និងពាណិជ្ជូបនីយកម្មកសិកម្ម ការលើកកម្ពស់ការចិញ្ចឹមសត្វនិងវារីវប្បកម្ម ការគ្រប់គ្រងធនធានជលផល និងព្រៃឈើប្រកបដោយចីរភាព និងការពង្រឹងស្ថាប័ន ការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសេវាគាំទ្រ និងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សក្នុងវិស័យកសិកម្ម។

២. ដើម្បីសម្រេចបាននូវចក្ខុវិស័យខាងលើនេះ ចាំបាច់ត្រូវលើកកម្ពស់ការអនុវត្តបច្ចេកទេស បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ថ្មីៗ ការប្រើប្រាស់ធាតុចូលកសិកម្មតាមបច្ចេកទេស ព្រមទាំងត្រូវមានយន្តការ និងធនធានមនុស្សសម្រាប់គាំទ្រផ្តល់សេវានិងសម្របសម្រួលប្រកបដោយសមត្ថភាពនិងប្រសិទ្ធភាព មានបច្ចេកវិទ្យា វិធីសាស្ត្រ និងឧបករណ៍គ្រប់គ្រាន់និងសមស្រប ក៏ដូចជាបរិយាកាសអំណោយផលដល់កសិករនិងសហគមន៍កសិករក្នុងការទទួលបាន និងប្រើប្រាស់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនិងប្រសិទ្ធផលខ្ពស់។

៣. ក្នុងស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ននេះ ទោះបីជាមានកិច្ចខិតខំស្រាវជ្រាវ អភិវឌ្ឍ និងផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មដោយអ្នកពាក់ព័ន្ធជាច្រើនក៏ដោយ ក៏ការទទួលបាន និងការប្រើប្រាស់បច្ចេកទេសនិងបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗរបស់កសិករនិងសហគមន៍កសិករនៅមានកម្រិតនៅឡើយ ដែលជាហេតុធ្វើឱ្យផលិតភាពកសិកម្មមានកំណើនទាប។ បញ្ហានេះបណ្តាលមកពីប្រព័ន្ធនិងសេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ក៏ដូចជាលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តនៅមានកម្រិត មានការខ្វះខាតធនធានមនុស្ស ថវិកា បច្ចេកទេស និងបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ក៏ដូចជាខ្វះខាតខាងបង្កុំបច្ចេកទេស សម្ភារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម វិធីសាស្ត្រ និងមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មផងដែរ។

៤. ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាទាំងអស់នេះ ទាមទារឱ្យមានការរៀបចំ ពង្រឹង និងគាំទ្រដល់យន្តការ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តចាំបាច់នានា អភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស អភិវឌ្ឍបច្ចេកទេស និងបច្ចេកវិទ្យា ព្រមទាំងវិធីសាស្ត្រ និងមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មសមស្របទៅតាមតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងទីផ្សារ។ ការជំរុញ និងការបង្កើនវិនិយោគលើការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នឹងអាចនាំមកនូវកំណើនដ៏ធំធេងនៃផលិតភាពរបស់ពលកម្មក្នុងផលិតកម្មកសិកម្ម និងផលិតភាពនៃដីកសិកម្ម។ ដូចនេះ គោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា គឺជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនិងជាត្រីវិស័យនាំឆ្ពោះទៅរកការផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដែលអាចជួយឱ្យកសិករ និងសហគមន៍កសិករធ្វើការសម្រេចចិត្តបានត្រឹមត្រូវ ដោយឈរលើមូលដ្ឋានច្បាស់លាស់សម្រាប់ការបង្កើនផលិតភាព ការធ្វើពិពិធភាវូបនីយកម្ម និងពាណិជ្ជូបនីយកម្មកសិកម្ម ដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូល។

២. ចក្ខុវិស័យ

៥. គោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា មានចក្ខុវិស័យពង្រីក និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីលើកកម្ពស់កម្រិតជីវភាពរស់នៅ និងសុខុមាលភាពរបស់ប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជាឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរ។

៣. គោលបំណង និងគោលដៅ

៣.១. គោលបំណង

៦. កសិករ និងសហគមន៍កសិករទាំងអស់នៅកម្ពុជា នឹងទទួលបាន និងប្រើប្រាស់ចំណេះដឹង ព័ត៌មាន និងបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មបានល្អប្រសើរ ដើម្បីលើកកម្ពស់ផលិតភាព ពិពិធភាវូបនីយកម្ម ពាណិជ្ជូបនីយកម្មកសិកម្ម និងការគ្រប់គ្រងធនធានធម្មជាតិប្រកបដោយនិរន្តរភាព។

៣.២. គោលដៅ

៧. ដើម្បីសម្រេចបាននូវចក្ខុវិស័យ និងគោលបំណងខាងលើ គោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា មានគោលដៅជាក់លាក់ដូចខាងក្រោម៖

- ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវប្រសិទ្ធភាពស្ថាប័ន និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ ដើម្បីធ្វើឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពនៃការប្រតិបត្តិ ការសហការ ការសម្របសម្រួល និងការពង្រឹងទំនាក់ទំនងរវាងតួអង្គពាក់ព័ន្ធទាំងអស់
- ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវសមត្ថភាពធនធានមនុស្ស និងសមត្ថភាពផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការនៅតាមមូលដ្ឋាន និងតម្រូវការរបស់ទីផ្សារ
- ស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាសមស្រប ដោយធ្វើឱ្យបច្ចេកវិទ្យានេះមានគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់កសិករប្រើប្រាស់ និងយកទៅអនុវត្តបាន
- អភិវឌ្ឍសម្ភារផ្សព្វផ្សាយ និងជំរុញឱ្យមានការទទួលយក និងប្រើប្រាស់នូវចំណេះដឹង ព័ត៌មាន និងបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព និង
- បង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីលើកកម្ពស់ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តរបស់កសិករនិងសហគមន៍កសិករ សំដៅបង្កើនផលិតភាព ពិពិធភាវូបនីយកម្ម ពាណិជ្ជូបនីយកម្មកសិកម្ម និងបង្កើនប្រាក់ចំណូល។

៤. យុទ្ធសាស្ត្រ

៨. ការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គប្បីផ្អែកលើចំណងទាក់ទងដ៏ខ្លាំងរវាងតួអង្គបីសំខាន់គឺ កសិករ ស្ថាប័នស្រាវជ្រាវ និងស្ថាប័នផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ យន្តការដែលប្រទាក់ក្រឡាគ្នា រួមមានគោលនយោបាយ និងបទដ្ឋានគតិយុត្ត រចនាសម្ព័ន្ធនិងអង្គការចាត់តាំងស្ថាប័ន និងប្រតិបត្តិការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ។

៩. ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ត្រូវផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដោយផ្ទាល់ទៅដល់កសិករ និងសហគមន៍កសិករ។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ក្រសួងត្រូវគ្រប់គ្រង ត្រួតពិនិត្យ និងធ្វើនិយ័តកម្មលើសេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយដែលផ្តល់ដោយភាគីនានា។ គោលគំនិតចម្បងរបស់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជាគឺ «*សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដើម្បីសុខុមាលភាពនៅជនបទប្រសើរជាងមុន*»។

១០. សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវដើរតាមយុទ្ធវិធីដែលមានការសម្របសម្រួលល្អ តាមបែបវិមជ្ឈការ បំពេញបានតាមតម្រូវការទីផ្សារ និងបើកទូលាយឱ្យមានការចូលរួម។ ការអនុវត្តដូចនេះ នឹងធានាបានថា សេវាផ្សព្វផ្សាយនឹងឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងកាលានុវត្តភាពដែលបានលេចឡើង។ ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅ និងគោលបំណងនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម យុទ្ធសាស្ត្រនិងអភិក្រមត្រូវបានកំណត់ដូចខាងក្រោម៖

៤.១. ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មតាមតម្រូវការអ្នកប្រើប្រាស់

១១. ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវផ្លាស់ប្តូរយុទ្ធសាស្ត្រចេញពីការផ្សព្វផ្សាយដែលជំរុញដោយផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ដើម្បីផលិតកម្ម ទៅរកការផ្សព្វផ្សាយដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារ ការប្រកួតប្រជែង ការបង្កើនតម្លៃបន្ថែម និងការធានានិរន្តរភាព។ ក្នុងគោលបំណងនេះ ចាំបាច់ត្រូវមានការវិភាគអំពីស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច-សង្គមរបស់កសិករ លក្ខខណ្ឌកៀស្របរិស្ថាន កាលានុវត្តភាពនៅមូលដ្ឋាន បញ្ហាប្រឈម ក៏ដូចជាស្ថានភាពហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ ជាអាទិ៍ ផ្លូវ ប្រព័ន្ធស្រោចស្រព ទឹក អគ្គិសនី និងសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុ ដែលផ្តល់នូវលក្ខខណ្ឌអំណោយផលដល់ការលើកកម្ពស់វិស័យកសិកម្ម។

១២. ចាំបាច់ត្រូវបង្កើតកម្មវិធីនិងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការអភិវឌ្ឍនិងការងារអាទិភាពនានានៅថ្នាក់ជាតិ ថ្នាក់ខេត្ត និងថ្នាក់ស្រុក។ នៅក្នុងស្រុកនីមួយៗ ត្រូវកំណត់គោលដៅនិងគោលបំណងឱ្យបានជាក់លាក់ ដោយមានកិច្ចសហការជាមួយអ្នកស្រាវជ្រាវកសិកម្ម អ្នកស្រាវជ្រាវទីផ្សារ អ្នកជំនាញអភិវឌ្ឍន៍ជនបទដែលរួមមានដូចជាមន្ត្រីអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ អ្នកជំនាញផ្នែកប្រែប្រួលអាកាសធាតុ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល អង្គការសហគមន៍មូលដ្ឋាន អង្គការកសិករ ធនាគារ និងវិស័យឯកជន។

១៣. អនុលោមទៅតាមកម្មវិធីកំណែទម្រង់របស់រាជរដ្ឋាភិបាល សេវានិងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវធ្វើវិមជ្ឈការនៅថ្នាក់ក្រោមជាតិ ដោយពង្រឹងសមត្ថភាពមន្ត្រីនៅថ្នាក់ស្រុក និងថ្នាក់ឃុំ ជាពិសេស លើការងារធ្វើផែនការ និងការសម្របសម្រួលខ្សែចង្វាក់តម្លៃកសិកម្ម។ ត្រឹមឆ្នាំ២០២០ ការិយាល័យកសិកម្មស្រុក រួមទាំងក្រុមគាំទ្របច្ចេកទេសថ្នាក់ស្រុក នឹងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកទេស និងការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅតាមមូលដ្ឋាន។ ជាគោលដៅរយៈពេលវែង មជ្ឈមណ្ឌលកសិកម្មឃុំនឹងត្រូវបង្កើតឡើងដើម្បីផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយដោយផ្ទាល់ដល់កសិករនិងអង្គការកសិករដែលនៅជិតៗនោះ។

៤.២. ការរៀបចំស្ថាប័ន និយ័តកម្ម និងភាពជាដៃគូ

១៤. ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ត្រូវពង្រឹង និងត្រូវមានធនធានគ្រប់គ្រាន់ ព្រមទាំងដើរតួនាទីក្នុងការធានាគុណភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម តាមរយៈការអភិវឌ្ឍ និងការអនុវត្តគោលការណ៍ណែនាំ និងនិយ័តកម្មថ្មីៗសម្រាប់អ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ និងតាមរយៈការលើកកម្ពស់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល អង្គការសហគមន៍មូលដ្ឋាន សាកលវិទ្យាល័យ និងវិស័យឯកជន។

១៥. ដើម្បីសម្រេចបានកិច្ចការទាំងនេះ ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ទទួលស្គាល់ថា ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ស្ថាប័នអប់រំនិងស្រាវជ្រាវ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្ម ក្រុមហ៊ុនឯកជន អង្គការសហគមន៍មូលដ្ឋាន កសិករជំនាញ កសិករគំរូ ទីប្រឹក្សា ភ្នាក់ងារកសិកម្ម ឬអាចជាស្ថាប័នសាសនា គឺជាអ្នកដើរតួនាទីដ៏សំខាន់ក្នុងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

១៦. ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ត្រូវបង្កើត **«គណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម»** ដើម្បីសម្របសម្រួលការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលអនុវត្តដោយភាគីពាក់ព័ន្ធជាច្រើនតាមបែបប្រព័ន្ធពហុភាគីនិយម។

១៧. នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៃអគ្គនាយដ្ឋានកសិកម្ម ត្រូវជំរុញឱ្យមានដៃគូចូលរួមក្នុងការត្រួតពិនិត្យតាមដាន និងវាយតម្លៃសេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ។ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវរៀបចំវេទិកាប្រចាំឆ្នាំជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធនានា ដើម្បីចែករំលែកបទពិសោធន៍ និងមេរៀនដែលទទួលបាន។

១៨. មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត ដោយមានការគាំទ្រពីនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវបង្កើតវេទិកាមួយនៅកម្រិតការិយាល័យកសិកម្មស្រុក-ខណ្ឌ ដែលមានអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗគ្នាចូលរួមជាតំណាង។ វេទិកានេះនឹងត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីជំរុញ និងសម្របសម្រួលឱ្យមានការបង្កើតបណ្តាញ និងទំនាក់ទំនង។

១៩. ការិយាល័យកសិកម្មស្រុក-ខណ្ឌ ដោយមានការគាំទ្រពីមន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត ត្រូវសម្របសម្រួលកិច្ចព្រមព្រៀង និងការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ហើយបញ្ជ្រាបការងារនេះទៅក្នុងដំណើរការរៀបចំផែនការអភិវឌ្ឍ និងកម្មវិធីវិនិយោគឃុំ-សង្កាត់ តាមរយៈសិក្ខាសាលាសមាហរណកម្មថ្នាក់ស្រុក-ខណ្ឌ និងត្រូវរៀបចំកិច្ចប្រជុំ ឬវេទិកាជាមួយអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅមូលដ្ឋាន។

២០. នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលរួមមាន៖ ការបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍ និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈ ក៏ដូចជាការបង្កើតបណ្តាញមន្ត្រីនិងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធើណិតនៅថ្នាក់រាជធានី-ខេត្ត និងស្រុក-ខណ្ឌ។ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវប្រមូលនិងបញ្ជូនព័ត៌មាននិងបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗទៅដល់បណ្តាញរបស់ខ្លួនឱ្យបានទាន់ពេលវេលា។

២១. ជាទូទៅវិស័យឯកជនត្រូវបានទទួលស្គាល់ថា ជាអ្នកប្រតិបត្តិដើម្បីរកប្រាក់ចំណេញ ដែលខុសពីវិស័យសាធារណៈ។ នៅក្នុងផ្នែកខ្លះ សេវាកម្មរបស់វិស័យឯកជនត្រូវបានរៀបចំបានយ៉ាងល្អ និងមានប្រតិបត្តិការឯករាជ្យពីរាជរដ្ឋាភិបាល។ ក៏ប៉ុន្តែ ក្នុងនាមជាតួអង្គមួយដែលផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មផងដែរនោះ វិស័យឯកជនត្រូវស្ថិតនៅក្រោមក្របខ័ណ្ឌនិយ័តកម្មរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល។

២២. ក្រោមក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ នឹងបង្កើតឱ្យមានបរិយាកាសអំណោយផល ដែលអាចឱ្យវិស័យឯកជនចូលរួមកាន់តែច្រើនក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយដល់កសិករនៅជនបទ។ កិច្ចការនេះអាចសម្រេចបានតាមរយៈ៖

ក) ធ្វើឯកជនភាវូបនីយកម្មលើការងារផ្សព្វផ្សាយ ផ្នែកខ្លះ ឬទាំងស្រុង ក្នុងករណីដែលអាចអនុវត្តបានក្នុងលក្ខខណ្ឌសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមជាក់ស្តែង

ខ) អនុវត្តជាបណ្តើរៗនូវដំណើរការនៃការជួយចែករំលែកចេញចំណាយ លើសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ហើយបន្ទាប់មក នឹងឈានទៅធ្វើឯកជនភាវូបនីយកម្មទាំងស្រុង ដោយឈរលើលទ្ធភាពរបស់អតិថិជនក្នុងការបង់ថ្លៃសេវាកម្ម និង

គ) បង្កើតកិច្ចសន្យាសេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រវាងអ្នកផ្តល់សេវាកម្មរបស់វិស័យឯកជន របស់អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល និងវិស័យសាធារណៈ។

២៣. នៅពេលជាមួយគ្នានេះដែរ អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និងអង្គភាពពាក់ព័ន្ធត្រូវ៖

ក) ដាក់ចេញនូវវិធានការចាំបាច់និងច្បាស់លាស់ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យតាមដាន និងវាយតម្លៃសកម្មភាពនិងលទ្ធផលការងាររបស់អ្នកផ្ដល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនានា ដើម្បីធានាឱ្យមានគណនេយ្យភាព និងប្រសិទ្ធភាព និង

ខ) បង្កើតបទដ្ឋានយកកម្រៃសម្រាប់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដូចជា ប្រាក់ឧបត្ថម្ភ សោហ៊ុយចំណាយប្រចាំថ្ងៃ និងការចំណាយផ្សេងៗ ដែលកើតចេញពីការអនុវត្តកម្មវិធី ឬគម្រោងផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនានា នៅពេលមន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មសហការជាមួយដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ វិស័យឯកជន អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល អាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន និងអង្គការកសិករនានា។

៤.៣. ការពង្រឹងស្ថាប័នអប់រំ និងបណ្ដុះបណ្ដាលកសិកម្ម

២៤. នៅកម្ពុជាមានស្ថាប័នអប់រំកសិកម្មពីរប្រភេទគឺ ក្នុងប្រព័ន្ធ និងក្រៅប្រព័ន្ធ។ ការអប់រំកសិកម្មក្នុងប្រព័ន្ធ រួមមានការបណ្ដុះបណ្ដាលថ្នាក់ក្រោមឧត្តមសិក្សា ឧត្តមសិក្សា និងក្រោយឧត្តមសិក្សា ដែលផ្ដល់ដោយសាកលវិទ្យាល័យ សាលាជាតិកសិកម្ម និងមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុះបណ្ដាលកសិកម្មនានា។ ការអប់រំកសិកម្មក្រៅប្រព័ន្ធ ដែលផ្ដោតលើប្រធានបទជាក់លាក់ដូចជា ដំណាំ សត្វ វារីវប្បកម្ម និងក្សេត្រ-រុក្ខកម្ម ត្រូវបានផ្ដល់ដោយភ្នាក់ងារជាច្រើន ដូចជា នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវ និងបណ្ដុះបណ្ដាល នៅតាមតំបន់នានារបស់អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល កសិករគំរូ ពាណិជ្ជករ និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្ម។

២៥. ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ត្រូវពង្រឹងស្ថាប័នអប់រំ និងបណ្ដុះបណ្ដាលកសិកម្មដោយអនុវត្តវិធានការដូចខាងក្រោម៖

ក) បង្កើនការវិនិយោគលើស្ថាប័នអប់រំ និងបណ្ដុះបណ្ដាលកសិកម្ម ដើម្បីធានាឱ្យបានថា មានធនធានគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ពង្រីកនិងពង្រឹងសមត្ថភាពស្ថាប័ន សំដៅដោះស្រាយបញ្ហាខ្វះខាតធនធានមនុស្សរាប់ទាំងបរិមាណ ចំណេះដឹង និងជំនាញ

ខ) បណ្ដុះបណ្ដាលភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មជាបុរសនិងស្ត្រីឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់ និងបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងក្នុងទីផ្សារការងារ ដើម្បីឱ្យភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយដែលមានសមត្ថភាពនៅបន្តការងារក្នុងអាជីពរបស់ខ្លួន

គ) បញ្ចូលកម្មវិធីសិក្សានិងប្រធានបទផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ក្នុងកម្មវិធីអប់រំ និងបណ្ដុះបណ្ដាលកសិកម្មទាំងអស់ និង

ឃ) លើកទឹកចិត្តយុវជនឱ្យចូលរួមក្នុងកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

៤.៤. ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យា បង្កំបច្ចេកទេស និងការសិក្សាជាក្រុមបទពិសោធន៍

២៦. ការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍បច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ដែលឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ គឺជាកត្តាដ៏សំខាន់ ដើម្បីធានាបាននូវការផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយល្អប្រសើរ។ នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ មួយផ្នែកធំនៃការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍ ត្រូវបានគាំទ្រដោយថវិកាសាធារណៈនៅតាមបណ្ដាស្ថានីយស្រាវជ្រាវដែលស្ថិតនៅក្រោមអគ្គនាយកដ្ឋាន

កសិកម្ម និងវិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍន៍នានាដូចជា វិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍន៍កសិកម្មកម្ពុជា (CARDI) និងវិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍន៍ផ្សេងៗទៀត។

២៧. សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវដោះស្រាយបញ្ហាដែលរាំងដល់ការងារស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍ខាងលើតាមរយៈ៖

ក) បង្កើតគណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដែលមានតួនាទីពេញលេញគាំទ្រដល់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅថ្នាក់ជាតិ ដើម្បីអនុវត្តការងារសម្របសម្រួល តម្រង់ទិស និងត្រួតពិនិត្យ សំដៅធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវការផ្សារភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងរវាងបណ្តាស្ថាប័នស្រាវជ្រាវ អប់រំ និងបណ្តុះបណ្តាល

ខ) ផ្តល់ធនធាន និងតម្រូវឱ្យគ្រឹះស្ថានស្រាវជ្រាវនិងអប់រំកសិកម្ម ធ្វើការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យា ព័ត៌មាន និងចំណេះដឹង ទៅតាមលក្ខខណ្ឌតំបន់ជាក់លាក់ និងបំពេញបានតាមតម្រូវការជាក់ស្តែង សម្រាប់ជួយដល់កសិករនិងសហគមន៍កសិករ

គ) រៀបចំវេទិកាដើម្បីចែករំលែកនូវបច្ចេកទេសនិងបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ និងការអនុវត្តល្អៗ រវាងអ្នកពាក់ព័ន្ធនានា និង

ឃ) បង្កើតនូវប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យតាមដាន វាយតម្លៃ និងសិក្សា ដើម្បីតាមដានលើវឌ្ឍនភាពនៃការងារឈានឆ្ពោះទៅសម្រេចឱ្យបាននូវគោលបំណង និងគោលដៅនៃសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

៤.៥. អភិក្រម និងវិធីសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

២៨. សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវអនុវត្តតាមអភិក្រម និងវិធីសាស្ត្រប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងភាពច្នៃប្រឌិត ជាពិសេស ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍ (ICT) ជាយានចម្បងក្នុងការផ្សព្វផ្សាយបញ្ជូនសារ។ កិច្ចការនេះអាចសម្រេចបានតាមរយៈ៖

ក) អនុវត្តតាមអភិក្រមប្រព័ន្ធកសិកម្មចម្រុះ សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍកសិកម្មប្រកបដោយនិរន្តរភាព

ខ) គាំទ្រដល់កសិករគ្រប់ប្រភេទ តាមរយៈការលើកកម្ពស់អភិក្រមដែលបំពេញទៅតាមតម្រូវការទីផ្សារ និងអ្នកទទួលផល នៅក្នុងដំណើរការជ្រើសរើសបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ និងការអនុវត្តនានា ដែលនាំមកនូវការបង្កើនទិន្នផល និងទទួលបានប្រាក់ចំណេញខ្ពស់

គ) សហការជាមួយគ្រប់ក្រុមកសិករទាំងអស់ និងគិតគូរអំពីសារៈសំខាន់នៃចំណេះដឹង និងគំនិតច្នៃប្រឌិតថ្មីៗដែលកសិករនៅមូលដ្ឋានរកឃើញ

ឃ) បង្កើតយន្តការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមួយដែលមាននិរន្តភាព ដូចជាយន្តការចូលរួមជួយចេញចំណាយ និងបន្តិចម្តងៗឈានទៅដល់ការបង់ថ្លៃសេវាទាំងស្រុង ព្រមទាំងលុបបំបាត់ទម្លាប់ពឹងផ្អែកលើការទទួលសេវាដោយមិនបង់ថ្លៃ

ង) គាំទ្រការផ្តល់សេវាកម្មតាមបែបពហុភាគីនិយម (Pluralism) ដូចជាការចូលរួមពីគ្រប់អ្នកពាក់ព័ន្ធក្នុងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយដល់កសិករ ព្រមទាំងលើកកម្ពស់កិច្ចសហការ និងការបង្កើតបណ្តាញទំនាក់ទំនងរវាងអ្នកពាក់ព័ន្ធនានា និងពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ធនធាន

ច) ប្រើប្រាស់ក្រុមការងារពហុជំនាញ សម្រាប់វិនិច្ឆ័យដោះស្រាយបញ្ហាផ្សេងៗរបស់កសិករ

ឆ) ប្រើប្រាស់វិធីផ្សព្វផ្សាយចម្រុះដូចជា បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍ ស្រែបង្ហាញ សាលារៀនស្រែកសិករ ទស្សនកិច្ចសិក្សា មជ្ឈមណ្ឌលឆ្លើយឆ្លងព័ត៌មាន ការបណ្តុះបណ្តាលកសិករ ការធ្វើយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយតាមបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈ ការបោះពុម្ពផ្សាយ វិទ្យុ ទូរទស្សន៍ និងពិព័រណ៍ ដើម្បីលើកកម្ពស់ការប្រមូលផ្តុំនិងផ្តល់ព័ត៌មាន

ជ) លើកកម្ពស់វិស័យឯកជនឱ្យបង្កើត និងដំណើរការមជ្ឈមណ្ឌលបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍នៅតាមជនបទ ដូចជា ការប្រើប្រាស់ទូរស័ព្ទ (Smart Phones) សម្រាប់ផ្តល់បច្ចេកទេសនិងព័ត៌មានទីផ្សារ និងបង្កើតកម្មវិធីវិទ្យុនិងទូរទស្សន៍នៅតាមមូលដ្ឋាន និង

ឈ) វិនិយោគលើការរៀបចំកែលម្អគុណភាពប្រធានបទ និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពសម្ភារនិងសារផ្សព្វផ្សាយជាប្រចាំ ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការនិងការងារអាទិភាពរបស់កសិករ។

៤.៦. ការបញ្ជ្រាបប្រធានបទពាក់ព័ន្ធទៅក្នុងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

២៩. នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម ត្រូវសហការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនានា ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និងអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាផ្សេងៗ ដូចជាការធ្វើផែនការនិងការគ្រប់គ្រងទឹកកសិកម្ម បញ្ហាពាក់ព័ន្ធនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ភាពរាំងស្ងួត ទឹកជំនន់ និងសត្វល្អិតបំផ្លាញ) ជំងឺឆ្លងរាលដាលនានា សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ សារធាតុពុលពីការប្រើប្រាស់ធាតុចូលកសិកម្មគ្មានសុវត្ថិភាព និងបញ្ហាអាហារូបត្ថម្ភ។

៣០. កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយត្រូវបញ្ជ្រាបបញ្ហាដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹងធនធានធម្មជាតិ និងបរិស្ថាន ក៏ដូចជាបញ្ហាសុខភាព ទៅក្នុងឯកសារសម្ភារនិងសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម តាមរយៈការចែករំលែកចំណេះដឹងអំពី៖

ក) ការអនុវត្តល្អលើការគ្រប់គ្រងទីជម្រាល ការគ្រប់គ្រងនិងការអភិរក្សដីនិងទឹក និងក្សេត្រ-រុក្ខកម្ម

ខ) ការអនុវត្តតាមវិធីសាស្ត្រប្រកបដោយសុវត្ថិភាពនិងការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ ក្នុងការប្រើប្រាស់ និងការកម្ទេចចោលនូវកាកសំណល់ឬសារធាតុមិនប្រើប្រាស់ ឬសារធាតុគីមី ដែលមានឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដល់សុខភាពមនុស្ស-សត្វ និង

គ) ការគ្រប់គ្រងកាកសំណល់កសិដ្ឋានឱ្យបានត្រឹមត្រូវ ដែលរួមមានដូចជាកាកសំណល់មកពីដំណាំនិងសត្វ ដោយត្រូវប្រើប្រាស់ឱ្យអស់លទ្ធភាព និងកាត់បន្ថយឱ្យបានជាអតិបរមានូវឥទ្ធិពលអវិជ្ជមានដែលអាចកើតមានមកលើបរិស្ថាន និងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ។

៣១. ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់អំពីសមភាពយេនឌ័រ ដោយបញ្ចូលបញ្ហានេះទៅក្នុងការធ្វើផែនការ និងការផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

៣២. ត្រូវលើកទឹកចិត្តនិងទទួលស្គាល់ការចូលរួមរបស់ស្ត្រីដោយស្មើភាពក្នុងការរៀបចំផែនការ និងការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តនៅក្នុងកម្មវិធីនិងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ ការផ្សព្វផ្សាយត្រូវដោះស្រាយបញ្ហាយេនឌ័រក្នុងការអភិវឌ្ឍកសិកម្មតាមរយៈ៖

ក) ការជ្រើសរើស និងបណ្តុះបណ្តាលភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយជាស្ត្រី

ខ) ការបង្កើតបច្ចេកវិទ្យាដែលមានការគិតគូរអំពីបញ្ហាយេនឌ័រ

គ) ការសិក្សាវាយតម្លៃពីតម្រូវការក្នុងតំបន់

ឃ) ការរៀបចំកម្មវិធីដើម្បីដោះស្រាយតម្រូវការក្នុងតំបន់

ង) ការប្រមូលស្ថិតិដោយមានការបែងចែកតាមភេទ និងអាយុ

ច) ការត្រួតពិនិត្យគោលដៅរបស់យេនឌ័រ និង

ឆ) ការបញ្ជ្រាបបញ្ហាយេនឌ័រទៅក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលអំឡុងពេលបំពេញការងារ និងទៅក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលនៅវិទ្យាស្ថានផ្សេងៗ។

៤.៧. ការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានប្រកបដោយនិរន្តរភាពដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

៣៣. បច្ចុប្បន្នប្រភពមូលនិធិសម្រាប់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម បានមកពីរាជរដ្ឋាភិបាល ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល និងវិស័យឯកជន។ ទៅអនាគត រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាក៏នៅតែជាប្រភពផ្តល់មូលនិធិដ៏សំខាន់សម្រាប់ការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ ជាពិសេសសម្រាប់កសិករខ្នាតតូច។ ការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នឹងនៅតែជាកិច្ចការរបស់រដ្ឋ ដោយមានការធ្វើឯកជនភាវូបនីយកម្មបន្តិចម្តងៗនៅកន្លែងណាដែលមានផលចំណេញខាងផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចនិងសង្គម។ ដើម្បីពង្រីកសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្មត្រូវ៖

ក) ធានាឱ្យមានការគាំទ្រផ្នែកថវិកាឱ្យបានទៀងទាត់ពីរាជរដ្ឋាភិបាលសម្រាប់ប្រតិបត្តិការ និងការផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ខ) ស្វែងរកមូលនិធិពីដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ដើម្បីគាំទ្រដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលជាសកម្មភាពស្នូល

គ) បង្កើតបរិយាកាសអំណោយផលដល់ការធ្វើធុរកិច្ចរបស់វិស័យឯកជន លើសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ឃ) អនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្របង់ថ្លៃសេវាដោយខ្លួនឯង ដោយអ្នកប្រើប្រាស់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និង

ង) បង្កើតឱ្យមានការចូលរួមផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ឬភាពជាដៃគូរវាងវិស័យសាធារណៈ និងវិស័យឯកជន និង/ឬប្រព័ន្ធបង់ថ្លៃសេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

៥. ផែនការសកម្មភាព

៣៤. នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និងអង្គភាពជំនាញនានារបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ត្រូវរៀបចំផែនការសកម្មភាពនិងកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

៥.១. ការរៀបចំស្ថាប័ន និងក្របខ័ណ្ឌគតិយុត្ត

៣៥. តួនាទីរបស់រដ្ឋក្នុងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាភ្នាក់ងារកណ្តាលសម្របសម្រួលរវាងកសិករ និងអ្នកស្រាវជ្រាវ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្ម អ្នកផ្តល់ឥណទាន និងវិស័យឯកជន ព្រមទាំងជាអ្នកធ្វើអន្តរាគមន៍ផ្នែកបច្ចេកទេសនិងព័ត៌មានកសិកម្ម។ ក្រៅពីនេះ តួនាទីរបស់រដ្ឋ គឺធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវដំណើរការសិក្សាដកស្រង់បទពិសោធន៍ដោយមានអ្នកផ្សព្វផ្សាយ និងកសិករចូលរួម។ មុខងារចម្បងនៃការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មរួមមាន៖

ក) វិភាគស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចសង្គមរបស់កសិករ និងលក្ខខណ្ឌក្សេត្របរិស្ថាន កាលានុវត្តភាពនិងបញ្ហាប្រឈម បន្ទាប់មកដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនេះ

ខ) បញ្ជូនសារតាមរយៈវគ្គបណ្តុះបណ្តាល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈ និងតាមរយៈការទំនាក់ទំនងដោយផ្ទាល់រវាងអ្នកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនិងកសិករ

គ) ផ្តល់ព័ត៌មានត្រឡប់ទាន់ពេលវេលា អំពីប្រតិកម្មរបស់កសិករទៅលើបច្ចេកទេសថ្មីៗ ដើម្បីធ្វើការកែតម្រូវ កម្មវិធីនៃការស្រាវជ្រាវ និង

ឃ) បង្កើតបណ្តាញទំនាក់ទំនង រវាងអ្នកស្រាវជ្រាវ អ្នកធ្វើផែនការរបស់រដ្ឋ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល អង្គការកសិករ អង្គការសហគមន៍មូលដ្ឋាន កសិករគំរូ គ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុ និងផ្នែកឯកជន។

៣៦. អាណត្តិផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មរដ្ឋនៅកម្ពុជា គឺស្ថិតនៅក្នុងនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម ដែលស្ថិតនៅក្រោមក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ហើយនៅថ្នាក់ក្រោមជាតិ គឺស្ថិតនៅក្នុងការិយាល័យផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃមន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត និងការិយាល័យកសិកម្មស្រុក-ខណ្ឌ។ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម ត្រូវបានគាំទ្រដោយអង្គភាពបច្ចេកទេសពាក់ព័ន្ធនានានៅក្រោមឱវាទក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ។

៣៧. ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ នឹងផ្តល់គោលនយោបាយ និងគោលការណ៍ណែនាំជារួមស្តីពីសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ធ្វើការសម្របសម្រួលសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយ ជំរុញការអនុវត្តច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិនានាសម្របសម្រួលការអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្រនិងផែនការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ព្រមទាំងផ្តល់ជំនួយបច្ចេកទេសដែលចាំបាច់នានា។ ក្រសួងនឹងផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយរបស់រដ្ឋតាមរបៀបសម្របសម្រួលមួយ លើផលិតកម្មកសិកម្ម ទីផ្សារ និងការកែច្នៃដំណាំសំខាន់ៗ ជាអាទិ៍ ដំណាំស្រូវ ដំណាំបន្លែ កៅស៊ូ ដំណាំកសិឧស្សាហកម្ម ព្រមទាំងវារីវប្បកម្ម ក្សេត្ររុក្ខកម្ម ផលិតកម្មនិងបសុព្យាបាល មានដូចជាការចិញ្ចឹមសត្វ។

៣៨. ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ នឹងបង្កើតគណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីធ្វើការណែនាំនិងសម្របសម្រួលកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយ។ គណៈកម្មាធិការនេះរួមមានសមាសភាពមកពីអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម វិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍន៍កសិកម្មកម្ពុជា សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម សាលាកសិកម្មជាតិព្រែកលៀប សាលាកសិកម្មជាតិកំពង់ចាម រដ្ឋបាលជលផល រដ្ឋបាលព្រៃឈើ នាយកដ្ឋានផលិតកម្មនិងបសុព្យាបាល នាយកដ្ឋានផែនការនិងស្ថិតិ អគ្គនាយកដ្ឋានកៅស៊ូ និងផ្នែកឯកជន។ មុខងារសំខាន់ៗរបស់គណៈកម្មាធិការនេះរួមមាន ការសម្របសម្រួលសកម្មភាពទាក់ទងនឹងការស្រាវជ្រាវ ការផ្សព្វផ្សាយ និងការបណ្តុះបណ្តាល ព្រមទាំងផ្តល់ការណែនាំដល់ការស្រាវជ្រាវនិងការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ (R&D) និងការទំនាក់ទំនង។ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នឹងដើរតួនាទីជាលេខាធិការដ្ឋានរបស់គណៈកម្មាធិការជាតិនេះ។

៣៩. ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ នឹងបង្កើតអនុគណៈកម្មាធិការបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្នាក់ជាតិ ដែលស្ថិតក្រោមគណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីណែនាំដល់ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្ម។ អនុគណៈកម្មាធិការនេះមានសមាសភាពមកពី៖ អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម វិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍន៍កសិកម្មកម្ពុជា សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម សាលាកសិកម្មជាតិព្រែកលៀប សាលាកសិកម្មជាតិកំពង់ចាម រដ្ឋបាលជលផល រដ្ឋបាលព្រៃឈើ នាយកដ្ឋានផលិតកម្មនិងបសុព្យាបាល អគ្គនាយកដ្ឋានកៅស៊ូ និងផ្នែកឯកជន។ មុខងារសំខាន់ៗរបស់អនុគណៈកម្មាធិការនេះរួមមាន សកម្មភាពសម្របសម្រួលទាក់ទងនឹងការស្រាវជ្រាវ និងការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ។ អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្មនឹងដើរតួនាទីជាលេខាធិការដ្ឋានរបស់អនុគណៈកម្មាធិការនេះ។

៤០. រាជរដ្ឋាភិបាលនឹងផ្តល់មូលនិធិ និងគាំទ្រដល់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងអង្គភាពជំនាញពាក់ព័ន្ធក្រោមឱវាទក្រសួងក្នុងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈ។ ម្យ៉ាងវិញទៀត សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយមួយចំនួនអាចនឹងត្រូវធ្វើឯកជនភាវូបនីយកម្ម និងពាណិជ្ជូបនីយកម្ម។ សេវាកម្មទាំងនេះ មានដូចជាការជួយដល់កសិដ្ឋានកសិកម្មខ្នាតធំនិងមធ្យម (រួមមានអ្នកដាំកៅស៊ូ និងក្រុមអ្នកផលិតដំណាំកសិឧស្សាហកម្ម ដំណាំម្រេច) កសិដ្ឋានចិញ្ចឹមសត្វ និងកសិដ្ឋានវារីវប្បកម្ម។ល។

៤១. ដោយមានការទទួលស្គាល់អំពីតួនាទីកាន់ច្រើនឡើងរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធ នៅក្នុងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្មត្រូវ៖

ក) លើកកម្ពស់ការអនុវត្តទស្សនៈពហុនិយម ក្នុងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ តាមរយៈបណ្តាញនិងវេទិកាផ្សព្វផ្សាយ ដែលមានការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធជាច្រើន ដើម្បីសម្របសម្រួលសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម សំដៅលើកកម្ពស់គុណភាពសេវា

ខ) បន្តចូលរួមផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៅកន្លែងដែលពុំមានការចូលរួមពីវិស័យឯកជនច្រើន

គ) វិនិយោគលើការកសាងសមត្ថភាពរបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អតិថិជនផ្នែកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ

ឃ) លើកកម្ពស់ការអនុវត្តតាមបែបវិមជ្ឈការ និងវិសហមជ្ឈការ ក្នុងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈក្រុមអតិថិជនផ្សព្វផ្សាយនិងស្ថាប័ននៅថ្នាក់ក្រោមជាតិគ្រប់កម្រិត ដោយអនុលោមតាមរចនាសម្ព័ន្ធរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និង

ង) តាមដានត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ ដើម្បីធានាគុណភាព និងការអនុវត្តសេវាផ្សព្វផ្សាយនៅគ្រប់កម្រិត។

៤២. ការបង្កើតភាពជាដៃគូ កិច្ចសហការ និងបណ្តាញទំនាក់ទំនង គឺជាទិដ្ឋភាពដ៏សំខាន់នៃសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលមានលក្ខណៈពហុភាគីនិយម។ ប្រសិទ្ធភាពនៃសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អាចទទួលបានដោយផ្ទាល់ពីកិច្ចសហការនិងការចងបណ្តាញរវាងអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់។

៤៣. សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលទទួលបានមូលនិធិពីរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា នឹងផ្តល់នៅថ្នាក់ជាតិ និងនៅថ្នាក់ក្រោមជាតិ តាមរយៈអង្គភាពរដ្ឋដូចជា មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត ការិយាល័យកសិកម្មស្រុក-ខណ្ឌ និងមជ្ឈមណ្ឌលកសិកម្មឃុំ។ តួនាទី និងមុខងារសំខាន់ៗរបស់អង្គភាពទាំងនេះមានដូចខាងក្រោម។

៤៤. ក្រោមការណែនាំរបស់គណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវដឹកនាំកិច្ចប្រតិបត្តិ និងការគ្រប់គ្រងសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដូចតទៅ៖

ក) កំណត់អាទិភាពការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មជាតិ ដោយអនុលោមតាមយុទ្ធសាស្ត្រ និងគោលនយោបាយរបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

ខ) គ្រប់គ្រងមន្ត្រី និងបណ្តុះបណ្តាលការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

គ) គាំទ្រការធ្វើផែនការថវិកាសម្រាប់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ឃ) បង្កើតបរិយាកាសលើកទឹកចិត្តឱ្យផ្នែកឯកជន អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ចូលរួមក្នុងផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ង) ពង្រឹងការផ្សារភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងរវាងការស្រាវជ្រាវ អប់រំ និងផ្នែកឯកជន តាមរយៈកិច្ចប្រជុំប្រចាំត្រីមាសជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធ

ច) គ្រប់គ្រងអង្គភាពព័ត៌មាននិងទំនាក់ទំនង ដែលជាអ្នកសម្របសម្រួលក្នុងការផ្តល់រូបភាព និងសម្ភារផ្សព្វផ្សាយ ដើម្បីបំពេញបន្ថែមដល់កម្មវិធី និងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ឆ) អនុវត្តប្រព័ន្ធគណនេយ្យភាព ដើម្បីបង្ហាញពីប្រសិទ្ធភាព តាមរយៈការផ្តួចផ្តើមបង្កើតឱ្យមានប្រព័ន្ធតាមដានត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃដ៏រឹងមាំមួយ ដោយមានរួមបញ្ចូលទាំងប្រព័ន្ធព័ត៌មានគ្រប់គ្រង (MIS) សម្រាប់ស្រុកនីមួយៗ និង

ជ) បង្កើតប្រព័ន្ធទទួលព័ត៌មានជាសំឡេងតាមរយៈទូរស័ព្ទ និងជាសារអេឡិចត្រូនិក សម្រាប់រាយការណ៍អំពីជំងឺសត្វ សកម្មភាពបំផ្លាញព្រៃឈើ និងសម្រាប់សេវាសួរឆ្លើយអំពីបញ្ហាកសិកម្ម។

៤៥. នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម ដោយមានកិច្ចសហការជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធនានា ត្រូវបង្កើតគោលការណ៍ណែនាំ និងវិធាននៃការអនុវត្តស្តង់ដារការងារសម្រាប់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីធានាបាននូវគុណភាពនិងប្រសិទ្ធភាពនៃសេវាផ្សព្វផ្សាយ។ ការធានាគុណភាពក្នុងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មអាចនឹងសម្រេចបានតាមរយៈវិធានការដូចខាងក្រោម៖

ក) កំណត់កម្រិតអប្បបរមានៃគុណវុឌ្ឍិ ដែលអាចទទួលយកបានសម្រាប់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ខ) បង្កើតគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការអនុវត្តកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយនៅថ្នាក់ស្រុក និង

គ) បង្កើតនិងអនុវត្តប្រព័ន្ធគណនេយ្យភាព និងដាក់ពិន្ទុលើអង្គភាពផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

៤៦. មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី ខេត្ត មានភារកិច្ចដូចខាងក្រោម៖

ក) ត្រូវបង្កើតក្រុមមន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងអ្នកជំនាញបច្ចេកទេស ដែលមានការទទួលខុសត្រូវក្នុងការផ្សារភ្ជាប់ការស្រាវជ្រាវ និងផ្សព្វផ្សាយ ការត្រួតពិនិត្យ តាមដានកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មក្នុងស្រុក និងការបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិកថ្នាក់ស្រុក

ខ) ត្រូវសម្របសម្រួលកម្មវិធី និងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មជាមួយអង្គភាពពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ ដូចជាខណ្ឌរដ្ឋបាលជលផល និងខណ្ឌរដ្ឋបាលព្រៃឈើ ការិយាល័យកសិកម្មស្រុក ស្ថានីយស្រាវជ្រាវកសិកម្ម មជ្ឈមណ្ឌលអភិវឌ្ឍកសិកម្ម មជ្ឈមណ្ឌលកសិកម្មឃុំ សមាគមកសិករ សហគមន៍កសិកម្ម និងផ្នែកឯកជន ដែលរួមមានដូចជា អ្នកផ្គត់ផ្គង់ពូជ ជីគីមី ថ្នាំកសិកម្ម និងគ្រឿងយន្តកសិកម្មជាដើម និង

គ) ត្រូវបង្កើតក្រុមគាំទ្របច្ចេកទេសថ្នាក់ស្រុក ដើម្បីជួយការិយាល័យកសិកម្មស្រុក-ខណ្ឌ ក្នុងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

៤៧. ការិយាល័យកសិកម្មស្រុក-ខណ្ឌ មានភារកិច្ចដូចខាងក្រោម៖

ក) ត្រូវទទួលខុសត្រូវក្នុងការបង្កើត និងគ្រប់គ្រងកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយសម្រាប់ស្រុក-ខណ្ឌ

ខ) ត្រូវធានាឱ្យបាននូវការសម្របសម្រួលកម្មវិធី និងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មជាមួយនឹងផែនការអភិវឌ្ឍ និងកម្មវិធីវិនិយោគឃុំ-សង្កាត់ និង

គ) មន្ត្រីការិយាល័យកសិកម្មស្រុក ត្រូវទទួលបានការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកទេសពីមន្ត្រីជំនាញបច្ចេកទេសមកពីមន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត។ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវធានានូវការអភិវឌ្ឍជំនាញផ្សព្វផ្សាយដល់មន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម តាមរយៈការរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងសិក្ខាសាលាផ្សេងៗជាទៀងទាត់។

៤៨. សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មអាចផ្តល់ដោយអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទៀតដូចខាងក្រោម៖

ក) សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មអាចផ្តល់ដោយដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ អង្គការសង្គមស៊ីវិល ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ទីប្រឹក្សាកសិកម្ម សាកលវិទ្យាល័យ មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាល វិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវ ក្រុមកសិករ អង្គការកសិករ អង្គការសហគមន៍ ស្ថាប័នសាសនានិងវត្តអារាម/ព្រះសង្ឃ ដោយសហការជាមួយនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងមន្ទីរកសិកម្មរាជធានី ខេត្ត និង

ខ) ដៃគូពាក់ព័ន្ធដែលផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់ ត្រូវសហការជាមួយនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និងមន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត និងការិយាល័យកសិកម្មស្រុក-ខណ្ឌ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានានាដែលកើតមានឡើងចេញពីការសហការគ្នាមិនបានល្អនៅពេលអនុវត្តគម្រោង និងកម្មវិធីនានា។

៤៩. ការធ្វើផែនការ និងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវមានការចូលរួមពីអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល អង្គការសហគមន៍មូលដ្ឋាន និងក្រុមហ៊ុនឯកជននានាដូចជា ក្រុមហ៊ុនលក់គ្រាប់ពូជ និងក្រុមហ៊ុនអាជីវកម្មកសិកម្ម។ ការចូលរួមនេះ គឺដើម្បីប្រើប្រាស់ភាពជាដៃគូរវាងវិស័យសាធារណៈ និងវិស័យឯកជន (PPP) បង្កើនលទ្ធភាពប្រកួតប្រជែង និងធានាបាននូវគុណភាពក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្ម ការផ្តល់ឥណទាន ទីផ្សារ ការកែច្នៃ និងការបង្កើនតម្លៃបន្ថែម។

៥.២. ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស

៥០. ស្ថាប័ននិងអង្គភាពផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មទាំងអស់ ទាំងនៅថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិ ត្រូវផ្តើមការវាយតម្លៃអំពីតម្រូវការនៃការបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់មន្ត្រីរបស់ខ្លួន និងអនុវត្តផែនការផ្សេងទៀតដោយក្នុងនោះ៖

ក) កម្មវិធីសិក្សា នៅសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម និងសាលាបច្ចេកទេសកសិកម្មនានា សម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលមុនពេលចូលបម្រើការងារ ត្រូវធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការស្នូលក្នុងការបង្កើនសមត្ថភាពរបស់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយក្រោមកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយថ្មីប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត

ខ) ត្រូវបង្កើតផែនការអភិវឌ្ឍន៍ជំនាញ ដែលមានការបណ្តុះបណ្តាលថ្មី និងការបណ្តុះបណ្តាលបំប៉នឡើងវិញដល់មន្ត្រីនិងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយ ដើម្បីបន្សាំជាមួយនឹងគោលគំនិតក្នុងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយថ្មីៗ

គ) ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់អំពីយេនឌ័រ នៅក្នុងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស ការជ្រើសរើសបុគ្គលិក និងការចាត់តាំងឱ្យធ្វើការងារ

ឃ) មន្ត្រីវិជ្ជាជីវៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវមានឋានៈស្មើនឹងអ្នកជំនាញឯកទេសកសិកម្មដទៃទៀត

ង) ត្រូវមានឯកសណ្ឋានភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដូចគ្នាសម្រាប់បុរស និងនារី និង

ច) ត្រូវរៀបចំវេទិកាថ្នាក់ជាតិស្តីពីការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីបង្កើនការយល់ដឹង បង្កើតចំណេះដឹងផ្លាស់ប្តូរគំនិតយោបល់ និងចែករំលែកបទពិសោធន៍ និងមេរៀននានា។

៥១. ភ្នាក់ងារផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា យ៉ាងហោចណាស់ត្រូវមានបួនប្រភេទគឺ៖ អ្នកឯកទេសផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ទីប្រឹក្សាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឃុំ និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មភូមិ។ ដើម្បីឱ្យអ្នកផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់ អាចបំពេញតួនាទីរបស់ខ្លួនបានជោគជ័យ ត្រូវមានការកំណត់កម្រិតអប្បបរមាក្នុងការអប់រំ ឬការបណ្តុះបណ្តាល សម្រាប់ប្រភេទអ្នកផ្សព្វផ្សាយនីមួយៗ។ គោលបំណង គឺដើម្បីឱ្យអ្នកផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់ទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលគ្រប់គ្រាន់ មានជំនាញ មានការលើកទឹកចិត្ត និងទទួលបានការសម្របសម្រួលល្អក្នុងពេលអនុវត្តកាតព្វកិច្ចរបស់ខ្លួន។ រាល់មន្ត្រីជំនាញផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់ ដែលដាក់ឱ្យបម្រើការងារនៅការិយាល័យកសិកម្មស្រុក និងនៅថ្នាក់កម្រិតលើនេះ ត្រូវមានសញ្ញាបត្រយ៉ាងទាបណាស់ក៏បរិញ្ញាបត្ររងដែរ។ មន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយនឹងទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលតាមផ្នែកដោយទៀងទាត់ នៅវិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវនិងបណ្តុះបណ្តាលកសិកម្មក្នុងតំបន់ លើប្រធានបទថ្មីៗ និងសំខាន់ៗ។ ជារៀងរាល់ឆ្នាំ មន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយមួយចំនួន នឹងទទួលបានអាហារូបករណ៍ដើម្បីសិក្សាបន្ថែមពាក់ព័ន្ធនឹងជំនាញរបស់ខ្លួន ។

តារាងទី១. តម្រូវការអប្បបរមាសម្រាប់ការអប់រំនិងការបណ្តុះបណ្តាលរបស់អ្នកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ប្រភេទភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	តម្រូវការផ្នែកអប់រំអប្បបរមា
១- អ្នកឯកទេសផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (Agricultural Extension Specialist)	បញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រផ្នែកកសិកម្មរយៈពេល ៤ ឆ្នាំ និងវិញ្ញាបនបត្រជំនាញផ្សព្វផ្សាយ (៦ ទៅ ៩ខែ)
២- ទីប្រឹក្សាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (Agricultural Extension Adviser)	បញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្ររងរយៈពេល ២ឆ្នាំ និងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលជំនាញផ្សព្វផ្សាយរយៈពេល ៣ ទៅ ៦ខែ
៣- ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយឃុំ (Commune Extension Worker)	បញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលជំនាញផ្សព្វផ្សាយរយៈពេល ២ខែ យ៉ាងតិច
៤- ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយភូមិ (Village Extension Worker)	ទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលស្តីពីវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងជំនាញបច្ចេកទេស ២សប្តាហ៍យ៉ាងតិច

៥២. ស្ថាប័នបណ្ដុះបណ្ដាលកសិកម្មដែលរួមមាន សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម សាលាកសិកម្មជាតិព្រែកលៀប សាលាកសិកម្មជាតិកំពង់ចាម និងស្ថាប័នអប់រំផ្សេងទៀត នឹងផ្ដល់វគ្គសិក្សាថ្នាក់វិញ្ញាបនបត្រ និងការបណ្ដុះបណ្ដាលនានា ដល់មន្ត្រី និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅក្នុងពេលបម្រើការងារ។

៥៣. ការបណ្ដុះបណ្ដាលភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយឃុំ និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយភូមិ ត្រូវពឹងផ្អែកលើតម្រូវការជាក់ស្ដែងនៅតាមមូលដ្ឋាន និងអាស្រ័យទៅតាមគោលការណ៍ណែនាំរបស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ ការជ្រើសរើសភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយជាស្ត្រីនឹងត្រូវបានលើកទឹកចិត្ត។

៥៤. ស្ថានីយស្រាវជ្រាវឬមជ្ឈមណ្ឌលអភិវឌ្ឍន៍និងបណ្ដុះបណ្ដាលកសិកម្ម នៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និងអង្គភាពជំនាញនានា អាចជាទីកន្លែងសម្រាប់ចុះកម្មសិក្សារបស់សិក្ខាកាមមកពីសាកលវិទ្យាល័យ និងសាលាកសិកម្មនានា។ ស្ថាប័នអប់រំឯកជនដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្រសួងពាក់ព័ន្ធ ក៏ត្រូវបានផ្ដល់ឱកាសសម្រាប់បើកវគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលជំនាញផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រួមទាំងថ្នាក់វិញ្ញាបនបត្រផងដែរ។

៥៥. នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និងអង្គភាពជំនាញពាក់ព័ន្ធក្រោមឱវាទក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ នឹងវិនិយោគលើការងារលើកកម្ពស់គុណភាពរបស់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មតាមរយៈវិធានការដូចតទៅ៖

ក) សម្របសម្រួលនិងទំនាក់ទំនងដល់ការផ្ដល់អាហារូបករណ៍សម្រាប់ការសិក្សាក្នុងនិងក្រៅប្រទេស

ខ) ផ្ដល់វគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលគ្រូបង្គោល និងវគ្គបំប៉នឡើងវិញ សម្រាប់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម លើសមត្ថភាពស្នូលក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ

គ) កសាងសមត្ថភាពរបស់អ្នកបណ្ដុះបណ្ដាលផ្នែកផ្សព្វផ្សាយ តាមរយៈវគ្គបំពាក់បំប៉ន និងទស្សនកិច្ចសិក្សា

ឃ) បង្កើតម៉ូឌីលបណ្ដុះបណ្ដាលសម្រាប់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានដល់កម្រិតស្តង់ដារក្នុងតំបន់

ង) ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធវាយតម្លៃមន្ត្រី និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីទទួលស្គាល់ និងផ្ដល់ការលើកទឹកចិត្ត និងរង្វាន់ដល់អ្នកដែលមានស្នាដៃឆ្នើម

៥៦. ដើម្បីបង្កើតបាននូវប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលមានលក្ខណៈពហុភាគីនិយម និងមានប្រសិទ្ធភាព ទិសដៅក្នុងរយៈពេល០៥ឆ្នាំក្រោយពីការអនុម័តគោលនយោបាយនេះ គឺយ៉ាងហោចណាស់ត្រូវមានមន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មម្នាក់ (ជាអ្នកឯកទេស ឬទីប្រឹក្សាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម) សម្រាប់បម្រើកសិករ ១.០០០គ្រួសារ។ ដូចនេះ ទៅអនាគតចាំបាច់ត្រូវមានមន្ត្រី ២.០០០នាក់សម្រាប់បម្រើការផ្សព្វផ្សាយដល់គ្រួសារកសិករចំនួន២លាន។

៥.៣. ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្ម

៥៧. ការអភិវឌ្ឍ ការផ្សព្វផ្សាយ និងការអនុវត្តបច្ចេកវិទ្យា គឺជាការងារដ៏សំខាន់នៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលមានលក្ខណៈពហុភាគីនិយមប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ស្ថាប័ន និងអង្គការជាច្រើន នឹងចូលរួមចំណែកតាមមធ្យោបាយផ្សេងៗ។

៥៨. ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ តាមរយៈកិច្ចសហការជាមួយវិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវ សាកលវិទ្យាល័យ និងសាលាកសិកម្ម អង្គភាពជំនាញក្រោមឱវាទក្រសួង សង្គមស៊ីវិល និងភាគីពាក់ព័ន្ធនានា ចាំបាច់ត្រូវចាត់វិធានការដូចតទៅ៖

ក) កំណត់ការងារជាអាទិភាពសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវកសិកម្ម និងអភិវឌ្ឍយន្តការសម្រាប់ផ្តល់មូលនិធិប្រកបដោយនិរន្តរភាព ដើម្បីបង្កើនកម្រិតឱកាសសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យា ការបង្កើតបង្គុំបច្ចេកទេស និងការផ្សព្វផ្សាយ

ខ) អនុគណៈកម្មាធិការបច្ចេកទេសកសិកម្មជាតិ ត្រូវរៀបចំវេទិកាប្រចាំឆ្នាំសម្រាប់អ្នកស្រាវជ្រាវកសិកម្មពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីពង្រឹងការសម្របសម្រួលសកម្មភាពស្រាវជ្រាវរបស់ស្ថាប័ន និងអង្គភាពនានា

គ) ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាត្រូវតម្រង់ទិសទៅរកទីផ្សារ និងតម្រូវការជាក់ស្តែង

ឃ) អង្គភាពជំនាញពាក់ព័ន្ធ ស្ថាប័នស្រាវជ្រាវ និងស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាល ត្រូវបង្កើតទំនាក់នងផ្សារភ្ជាប់រវាងការស្រាវជ្រាវ-ផ្សព្វផ្សាយ-អប់រំ ជាមួយនឹងអង្គការកសិករ និង

ង) លើកកម្ពស់ការស្រាវជ្រាវនិងធ្វើទស្សនកិច្ចផ្លាស់ប្តូរបទពិសោធន៍ជាមួយស្ថាប័នអន្តរជាតិនានា។

៥៩. ការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មត្រូវផ្តោតលើ៖

ក) ដំណាំស្រូវ ដំណាំរួមផ្សំ សាកវប្បកម្ម (ផ្លែឈើ បន្លែ និងរុក្ខជាតិលម្អ) និងដំណាំឧស្សាហកម្ម

ខ) ផលិតកម្មកៅស៊ូ

គ) ផលិតកម្ម និងបសុព្យាបាល

ឃ) វារីវប្បកម្ម និងជលផល

ង) រុក្ខវប្បកម្ម

ច) ការបន្សាំទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ

ឆ) ទីផ្សារកសិកម្ម និងកាលានុវត្តភាពទីផ្សារថ្មីៗ

ជ) ការទុកដាក់ និងការកែច្នៃក្រោយប្រមូលផល និង

ឈ) គុណភាពនិងសុវត្ថិភាពផលិតផលកសិកម្ម និងសុវត្ថិភាពស្បៀងអាហារ។

៦០. បច្ចេកវិទ្យា ការអនុវត្ត និងសារបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីៗត្រូវផ្តោតទៅលើ៖

ក) ការស្រាវជ្រាវបច្ចេកវិទ្យាផ្អែកតាមទីកន្លែងជាក់លាក់ សំដៅបង្កើនផលិតកម្មនិងប្រសិទ្ធផល

ខ) ខ្សែចង្វាក់តម្លៃផលិតកម្មទាំងមូល ដែលរួមមាន ផលិតកម្ម ការបង្កើតតម្លៃបន្ថែម ការទុកដាក់ ការរកទីផ្សារ និងការប្រើប្រាស់

គ) ការប្រែក្លាយកសិកម្មពីការផលិតសម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់ខ្លួនឯង ទៅជាកសិកម្មសម្រាប់ធ្វើធុរកិច្ចរកប្រាក់ចំណេញ

ឃ) ស្តង់ដារគុណភាពនៃធាតុចូលកសិកម្មនិងផលិតផល វិធានការសុវត្ថិភាពស្បៀងអាហារ និងការកំណត់ថ្លៃសមស្រប ដើម្បីទទួលបានផលិតផលដែលមានគុណភាពកាន់តែល្អប្រសើរ និង

ង) ការបង្កើតបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ផ្ទេរឱ្យកសិករ ដែលស្របទៅនឹងបរិបទសង្គម ព្រមទាំងផ្តល់ផលប្រយោជន៍ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងមិនប៉ះពាល់បរិស្ថាន។

៥.៤. ការអភិវឌ្ឍឯកសារ និងសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

៦១. នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងអង្គភាពជំនាញពាក់ព័ន្ធក្រោមឱវាទក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ព្រមទាំងអ្នកពាក់ព័ន្ធនានាលើការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវរៀបចំឯកសារផ្សព្វផ្សាយដែលបានមកពីសកម្មភាពស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍន៍។ ខ្លឹមសារឯកសារនិងសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវគ្របដណ្តប់ឱ្យបានច្រើនផ្នែកដូចតទៅ៖

ក) ការងារដាំដុះ និងបច្ចេកទេសផលិតកម្មដូចជា ផលិតកម្មដំណាំ ការការពារដំណាំ ផលិតកម្មកៅស៊ូ ការប្រើប្រាស់ធាតុចូលកសិកម្ម ការចិញ្ចឹមសត្វ និងបសុព្យាបាល វារីវប្បកម្ម ក្សេត្ររុក្ខកម្ម និងប្រព័ន្ធកសិកម្ម

ខ) ការគ្រប់គ្រងកសិដ្ឋាន ដូចជាការចុះបញ្ជីគណនេយ្យ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ រចនាសម្ព័ន្ធអង្គការ និងបញ្ហាបទដ្ឋានគតិយុត្តផ្សេងៗ

គ) ព័ត៌មានទីផ្សារ និងការកែច្នៃ ដូចជាតម្លៃ និងយុទ្ធសាស្ត្រកំណត់ថ្លៃ ជម្រើសទីផ្សារ បច្ចេកទេសក្រោយប្រមូលពេលផល ដែលរួមមានការវេចខ្ចប់ និងនីតិវិធីស្តុកទុក និង

ឃ) ការអភិវឌ្ឍសហគមន៍ដូចជា ការសម្របសម្រួលនៃការអភិវឌ្ឍក្រុមកសិករ អង្គការកសិករ និងសហគមន៍កសិកម្ម។

៦២. ខ្លឹមសារនៃប្រធានបទនិងសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវផ្តោតលើតម្រូវការជាក់ស្តែង។ ក្នុងក្របខ័ណ្ឌនៃខ្លឹមសារខាងលើនេះ ប្រធានបទផ្សព្វផ្សាយត្រូវបញ្ចូលនូវព័ត៌មានស្តីពីកត្តាជាក់លាក់ដូចខាងក្រោម៖

ក) គុណភាព និងសុវត្ថិភាពផលិតផល

ខ) ថ្លៃដែលរួមបញ្ចូលតម្លៃបន្ថែម និងថ្លៃមានស្ថេរភាពតាមរយៈការអនុវត្តផលិតកម្មកសិកម្មតាមកិច្ចសន្យា និងស្តង់ដារដែលកំណត់ដោយកិច្ចសន្យាសមម្យ និងស្មើភាព

គ) ប្រតិទិនដាំដុះ

ឃ) បច្ចេកទេសផលិតកម្ម

ង) រូបរាងខាងក្រៅរបស់ផលិតផល

ច) ការនិយមចូលចិត្តរបស់អតិថិជន

ឆ) និន្នាការទីផ្សារ

ជ) ការវិភាគសេដ្ឋកិច្ចកសិដ្ឋាន និង

ឈ) សេវាគាំទ្រ ដែលផ្តល់ដោយផ្នែកឯកជន សង្គមស៊ីវិល និងរដ្ឋ។

៦៣. នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងអង្គភាពជំនាញពាក់ព័ន្ធក្រោមឱវាទក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ បន្តបង្កើនគុណភាពឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មជាលំដាប់ ដោយត្រូវធ្វើការត្រួតពិនិត្យឡើងវិញ នូវកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការផ្លាស់ប្តូររបស់អតិថិជននិងនិន្នាការនៅក្នុងតំបន់និងសាកលលោក។

៥.៥. ការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

៦៤. ការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដល់សហគមន៍កសិករ អាចប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រ និងប្រព័ន្ធព័ត៌មានរូបភាពនានាដូចខាងក្រោម៖

ក) ការធ្វើស្រែចំការបង្ហាញ

ខ) សាលារៀនស្រែកសិករ

គ) ទស្សនកិច្ចសិក្សា

ឃ) មជ្ឈមណ្ឌលផ្តល់ព័ត៌មាន

ង) ការបណ្តុះបណ្តាលកសិករ

ច) ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍

ឆ) យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈ ដូចជា វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍ និង

ជ) ការបោះពុម្ពខិតប័ណ្ណ កូនសៀវភៅតូចៗ ផ្ទាំងរូបភាព និងការរៀបចំពិព័រណ៍។

៦៥. ការរីកចម្រើនខាងបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍ (ICTs) និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទូលំទូលាយមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងទៅលើការផ្សព្វផ្សាយ។ បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍ ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការផ្ទេរបច្ចេកវិទ្យា ការផ្សារភ្ជាប់ជាមួយទីផ្សារ ការផ្តល់ប្រព័ន្ធព័ត៌មានជាមុន និងការបន្សាំទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ។ ដូច្នេះ ការទាញយកប្រយោជន៍ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពពីការរីកចម្រើនផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍ គឺជាកិច្ចការចាំបាច់នៅក្នុងការផ្សព្វផ្សាយលទ្ធផលស្រាវជ្រាវឱ្យបានទូលំទូលាយ និងឆាប់រហ័ស។ ដោយមានការទទួលស្គាល់ពីសារៈប្រយោជន៍នេះ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និងអង្គភាពជំនាញពាក់ព័ន្ធក្រោមឱវាទក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ត្រូវបង្កលក្ខណៈដល់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយឱ្យមានជំនាញច្រើននិងមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីផ្តល់សេវា ក្នុងនោះរួមមាន៖

ក) ការប្រើប្រាស់កុំព្យូទ័រសម្រាប់ទទួលបាននិងផ្ទេរព័ត៌មាន

ខ) ការប្រើប្រាស់សេវាផ្តល់ព័ត៌មានជាសម្លេង ដូចជាមជ្ឈមណ្ឌលផ្តល់ព័ត៌មានតាមរយៈទូរស័ព្ទ

គ) ការផ្សព្វផ្សាយតាមវិទ្យុ ដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មានទាន់ពេលវេលាអំពីថ្លៃទីផ្សារ ផលិតកម្មដំណាំ សត្វល្អិត ជំងឺ ឬព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទៀត

ឃ) ការប្រើប្រាស់សេវាជាសារតាមទូរស័ព្ទដៃ ដើម្បីប្រមូល និងផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន

ង) ការបង្កើតសម្ភារសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធើណិត ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនទទួលបានព័ត៌មានតាមអ៊ីនធើណិត ជាពិសេសការប្រើប្រាស់កម្មវិធីភូមិសាស្ត្រ ដើម្បីកំណត់ព័ត៌មានភូមិសាស្ត្រកសិអេកូឡូស៊ីជាក់លាក់

ច) ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទូលំទូលាយ មាន វិទ្យុ ទូរទស្សន៍ កាសែត បណ្ដាញសង្គម និងអ៊ីនធើណិត សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយ និង

ឆ) ការចែករំលែកព័ត៌មានតាមអ៊ីនធើណិត និងទូរស័ព្ទដៃ។

៦. ការគាំទ្រហិរញ្ញវត្ថុនិងក្របខ័ណ្ឌនៃការអនុវត្ត

៦.១. ការគាំទ្រហិរញ្ញវត្ថុ

៦៦. រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា គឺជាប្រភពចម្បងក្នុងការផ្ដល់ហិរញ្ញប្បទានដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ តាមរយៈក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ការផ្ដល់ហិរញ្ញប្បទាននេះនឹងអនុវត្តតាមយន្តការផ្ដល់ថវិកាតាមកម្មវិធី។ ការធានាឱ្យមានស្ថេរភាពនៃការផ្ដល់ហិរញ្ញវត្ថុនេះ គឺអាស្រ័យទៅលើលទ្ធភាពនៃការលើកសំណើ និងការអនុវត្តរបស់អង្គភាពពាក់ព័ន្ធនៅថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិ នូវកម្មវិធីរយៈពេលវែងនិងផែនការប្រចាំឆ្នាំ រួមទាំងផែនការថវិកានៅថ្នាក់ឃុំ។

៦៧. មូលនិធិពីដៃគូអភិវឌ្ឍន៍សម្រាប់បំពេញបន្ថែមលើការផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល ក៏ជាប្រភពដ៏សំខាន់ផងដែរ។ គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍កសិកម្មដែលផ្ដល់ហិរញ្ញប្បទានដោយដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ទោះបីជាគម្រោងទាំងនេះអនុវត្តដោយអង្គភាពរាជរដ្ឋាភិបាល ឬអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលក្ដី ជាទូទៅមានទំហំធំគួរឱ្យកត់សម្គាល់ និងត្រូវបន្តតួនាទីក្នុងការផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៅក្នុងរយៈពេលខ្លី និងរយៈពេលមធ្យម នាពេលអនាគត។ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ក៏នៅតែជាដៃគូដ៏សំខាន់ក្នុងការចូលរួមចំណែកផ្ដល់ហិរញ្ញប្បទាន និងអនុវត្តគម្រោងផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដោយផ្ទាល់ជាមួយកសិករ ឬតាមរយៈអង្គភាពរាជរដ្ឋាភិបាល។

៦៨. ក្រៅពីនេះ វិស័យឯកជននឹងត្រូវបានលើកទឹកចិត្តឱ្យវិនិយោគថវិកាសម្រាប់ផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ និងការបណ្ដុះបណ្ដាល។ ក៏ប៉ុន្តែ វិស័យឯកជនអាចចូលរួមផ្ដល់ថវិកាដោយស្ម័គ្រចិត្ត ក្នុងការផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មរបស់រដ្ឋ និងការបណ្ដុះបណ្ដាលធនធានមនុស្ស ប្រសិនបើការផ្ដល់ហិរញ្ញប្បទាននេះនាំមកនូវប្រាក់ចំណេញសម្រាប់ពួកគេ។ ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងអង្គភាពក្រោមឱវាទ ក៏អាចជួយគាំទ្រវិស័យឯកជនឱ្យវិនិយោគរកចំណេញផងដែរ ឱ្យតែការវិនិយោគនោះផ្ដល់ផលប្រយោជន៍ដល់កសិករ និងប្រទេសជាតិ។

៦៩. ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ នឹងខិតខំសហការបង្កើត និងដំណើរការ «កញ្ចប់មូលនិធិរួម (Trust Fund)» ដែលគ្រប់គ្រងដោយក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ដើម្បីផ្ដល់ហិរញ្ញប្បទានដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយតាមបែបពហុភាគីនិយម។ ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និងផ្នែកឯកជន អាចរួមវិភាគទានដល់កញ្ចប់មូលនិធិរួមនេះផងដែរ។ ប្រព័ន្ធបញ្ចេញថវិកាដែលមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែង នឹងត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីបែងចែកមូលនិធិទៅឱ្យស្ថាប័នរដ្ឋ (រួមមានអង្គភាពជំនាញរបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងសាកលវិទ្យាល័យ) អង្គការសង្គមស៊ីវិល និងផ្នែកឯកជន។ អង្គការកសិករនៅមូលដ្ឋានអាចលើកសំណើសុំទៅមូលនិធិនេះទៅតាមអាទិភាពការងារ និងតម្រូវការរបស់ពួកគេ។

៧០. ដើម្បីធានាបាននូវនិរន្តរភាពក្នុងការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងអង្គភាពជំនាញក្រោមឱវាទ និងភាគីពាក់ព័ន្ធនានា នឹងខិតខំធ្វើឯកជនភាវូបនីយកម្មនៃការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ ដោយចាប់ផ្តើមចេញពីគំរូនៃការចូលរួមជួយចេញចំណាយ ហើយបន្តិចម្តងៗ នឹងឈានដល់ការបង់ថ្លៃទាំងស្រុង ដោយផ្អែកលើសមត្ថភាពរបស់អតិថិជនក្នុងការបង់ថ្លៃសេវានេះ។

៦.២. ក្របខ័ណ្ឌនៃការអនុវត្ត

៧១. ក្នុងក្របខ័ណ្ឌនៃការអនុវត្ត ត្រូវរៀបចំកម្មវិធី គម្រោង និងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដោយមានចែងអំពីគោលបំណង គោលដៅ និងសកម្មភាពជាក់លាក់ ដូចដែលមានចែងក្នុងគោលនយោបាយនេះ និងតារាងណែនាំសម្រាប់អនុវត្តផែនការសកម្មភាពនៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ១។

៧២. ការអនុវត្តគោលនយោបាយនេះ នឹងត្រូវសម្របសម្រួលដោយគណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មក្រោមក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ។ គណៈកម្មាធិការនឹងដឹកនាំរៀបចំក្របខ័ណ្ឌអនុវត្ត ព្រមទាំងដឹកនាំផ្តល់មូលនិធិដល់យុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់អនុវត្តគោលនយោបាយនេះ។

៧៣. ឯកសារគោលនយោបាយនេះ នឹងត្រូវពិនិត្យឡើងវិញក្នុងរយៈពេលប្រាំឆ្នាំម្តង ដោយមានការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធ និងមានការសម្របសម្រួលដោយក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ។

៧. ការត្រួតពិនិត្យតាមដាន វាយតម្លៃ និងការសិក្សាដកស្រង់បទពិសោធន៍

៧៤. ត្រូវបង្កើត និងអនុវត្តប្រព័ន្ធរួមមួយនៃការត្រួតពិនិត្យតាមដាន វាយតម្លៃ និងសិក្សាដកស្រង់បទពិសោធន៍ (Monitoring, Evaluation and Learning – MEL) ដើម្បីត្រួតពិនិត្យតាមដាន និងវាយតម្លៃជាប្រព័ន្ធនូវឥទ្ធិពលនៃការសេវាផ្សព្វផ្សាយនៅទូទាំងប្រទេស។

៧៥. ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ នឹងតាមដានរាល់សកម្មភាពនៃការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មទាំងអស់ ដើម្បីធានាឱ្យមានបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មមានស្តង់ដារអាចទទួលយកបាន និងធានាឱ្យមានការផ្តល់ធាតុចូលមានគុណភាពដោយអ្នកផ្តល់សេវាទាំងអស់ រួមមានអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្ម អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល និងវិស័យឯកជន។ ក្រសួងនឹងរៀបចំ និងអនុវត្តប្រព័ន្ធគណនេយ្យភាពមួយ ដែលមានរួមបញ្ចូលការលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មប្រកបដោយគុណភាព ព្រមទាំងមានការដាក់ពិន័យលើសកម្មភាពទាំងឡាយណាដែលអនុវត្តផ្ទុយពីច្បាប់និងបទដ្ឋានគតិយុត្តនានា ឬមិនគោរពតាមកិច្ចសន្យា។ ការលើកទឹកចិត្ត អាចរួមមានការចេញវិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ពីគុណវុឌ្ឍិរបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ និងការកំណត់វិធានការគណនេយ្យភាពជាក់លាក់នៅថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិ។

៧៦. ការត្រួតពិនិត្យតាមដានសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នឹងត្រូវអនុវត្តដោយនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មន្ទីរកសិកម្មខេត្ត រាជធានី និងអង្គភាពជំនាញដែលពាក់ព័ន្ធ។ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនិងអង្គភាពជំនាញពាក់ព័ន្ធក្រោមឱវាទក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ នឹងធ្វើការអង្កេតជាប្រចាំទៅលើការពេញចិត្តរបស់អ្នកទទួលសេវា តាមរយៈរៀបចំកិច្ចពិភាក្សាជាក្រុមជាក់លាក់ (Focus Group Discussion) និងការរៀបចំវេទិកាស្តាប់យោបល់ជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធក្នុងមូលដ្ឋាន នៅតាមស្រុកមួយចំនួនដែលជ្រើសរើសដោយចៃដន្យ។ ការវាយតម្លៃកម្មវិធី និងសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នឹងត្រូវអនុវត្តដោយក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងអ្នកវាយតម្លៃឯករាជ្យ។

៧៧. ការត្រួតពិនិត្យតាមដាន និងវាយតម្លៃពីឥទ្ធិពល នឹងត្រូវអនុវត្តតាមវិធីផ្សេងៗ។ ការិយាល័យកសិកម្មស្រុក ត្រូវសហការជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធតាមរយៈការបង្កើតវេទិកាជាប្រចាំ ដើម្បីវាយតម្លៃគុណភាពសេវាផ្សព្វផ្សាយដែលផ្តល់ដោយអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយនានា។ ការិយាល័យកសិកម្មស្រុក ត្រូវរៀបចំរបាយការណ៍គណនេយ្យភាពប្រចាំឆ្នាំ ដើម្បីដាក់ជូនទៅនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងមន្ទីរកសិកម្មខេត្តពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ។

៧៨. ទោះបីជាការដាក់ពិន័យជាផ្នែកមួយនៃប្រព័ន្ធក៏ដោយ ក៏ការលើកទឹកចិត្ត គឺជាការងារអាទិភាពនិងត្រូវបានជំរុញដើម្បីធានាឱ្យមានការផ្តល់សេវាទាន់ពេលវេលា និងមានគុណភាព។ ក្នុងករណីដែលមានការផ្តល់សេវាមិនល្អ ឬមានការរំលោភបំពានទៅនឹងនិយ័តកម្ម អ្នកទទួលសេវាផ្សព្វផ្សាយជាលក្ខណៈបុគ្គលក្តី ជាក្រុមកសិករ ឬសហគមន៍កសិកម្មក្តី អាចធ្វើការប្តឹងតវ៉ាជាផ្លូវការទៅការិយាល័យកសិកម្មស្រុក ហើយការិយាល័យកសិកម្មស្រុកអាចបញ្ជូនបណ្តឹងតវ៉ានេះទៅឱ្យមន្ទីរកសិកម្មខេត្ត និងនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ ដោយមានការប្រឹក្សាយោបល់ជាមួយមន្ត្រីជំនាញផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវបង្កើតប្រព័ន្ធដាក់ពិន័យដើម្បីពង្រឹងការអនុវត្តឱ្យតាមស្តង់ដារនិងតម្រូវការបទដ្ឋានសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

៨. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

៧៩. គោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាផែនទីចង្អុលផ្លូវក្នុងការពង្រីកនិងការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីលើកកម្ពស់កម្រិតជីវភាពរស់នៅ និងសុខុមាលភាពរបស់ប្រជាពលរដ្ឋកម្ពុជា។ គោលនយោបាយនេះ នឹងរួមចំណែកបង្កើនផលិតភាព ជំរុញការធ្វើពិពិធភាវូបនីយកម្ម និងពាណិជ្ជូបនីយកម្មកសិកម្ម ព្រមទាំងរួមចំណែកគ្រប់គ្រងធនធានធម្មជាតិប្រកបដោយចីរភាព និងឆ្លើយតបទៅនឹងបរិបទសមាហរណកម្ម និងការប្រកួតប្រជែងលើបច្ចេកវិទ្យា និងទីផ្សារនៅក្នុងតំបន់និងនៅលើសាកលលោក។

៨០. ក្នុងការអនុវត្តក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយនេះ តម្រូវឱ្យគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ រួមទាំងអង្គភាពរាជរដ្ឋាភិបាល ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ វិស័យឯកជន អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល អង្គការសហគមន៍មូលដ្ឋាន កសិករគំរូ និងអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មទាំងអស់ ចូលរួមសហការ គាំទ្រ និងអនុវត្ត ដើម្បីផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដល់កសិករ និងសហគមន៍កសិករឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធផលខ្ពស់ ព្រមទាំងមានសេវានិងបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រាន់តាមតម្រូវការ និងដែលអាចយកទៅអនុវត្តបានដោយកសិករ និងសហគមន៍កសិករ។

៨១. ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ មានជំនឿយ៉ាងមុតមាំថា គ្រប់អង្គភាពទាំងអស់នៃក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនានារបស់រាជរដ្ឋាភិបាលនៅថ្នាក់ជាតិនិងថ្នាក់ក្រោមជាតិ រួមទាំងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ វិស័យឯកជន អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល អង្គការសហគមន៍មូលដ្ឋាន និងប្រជាកសិករកម្ពុជាទាំងអស់នឹងចូលរួមចំណែកយ៉ាងសស្រាក់សស្រាំក្នុងការអនុវត្តគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា ដើម្បីលើកកម្ពស់វិស័យកសិកម្ម និងទ្រទ្រង់កំណើនសេដ្ឋកិច្ច ធានាសមធម៌ ធានាសន្តិសុខស្បៀង និងជំរុញការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចជនបទ។

ឧបសម្ព័ន្ធ ១. តារាងណែនាំសម្រាប់ការអនុវត្តផែនសកម្មភាព

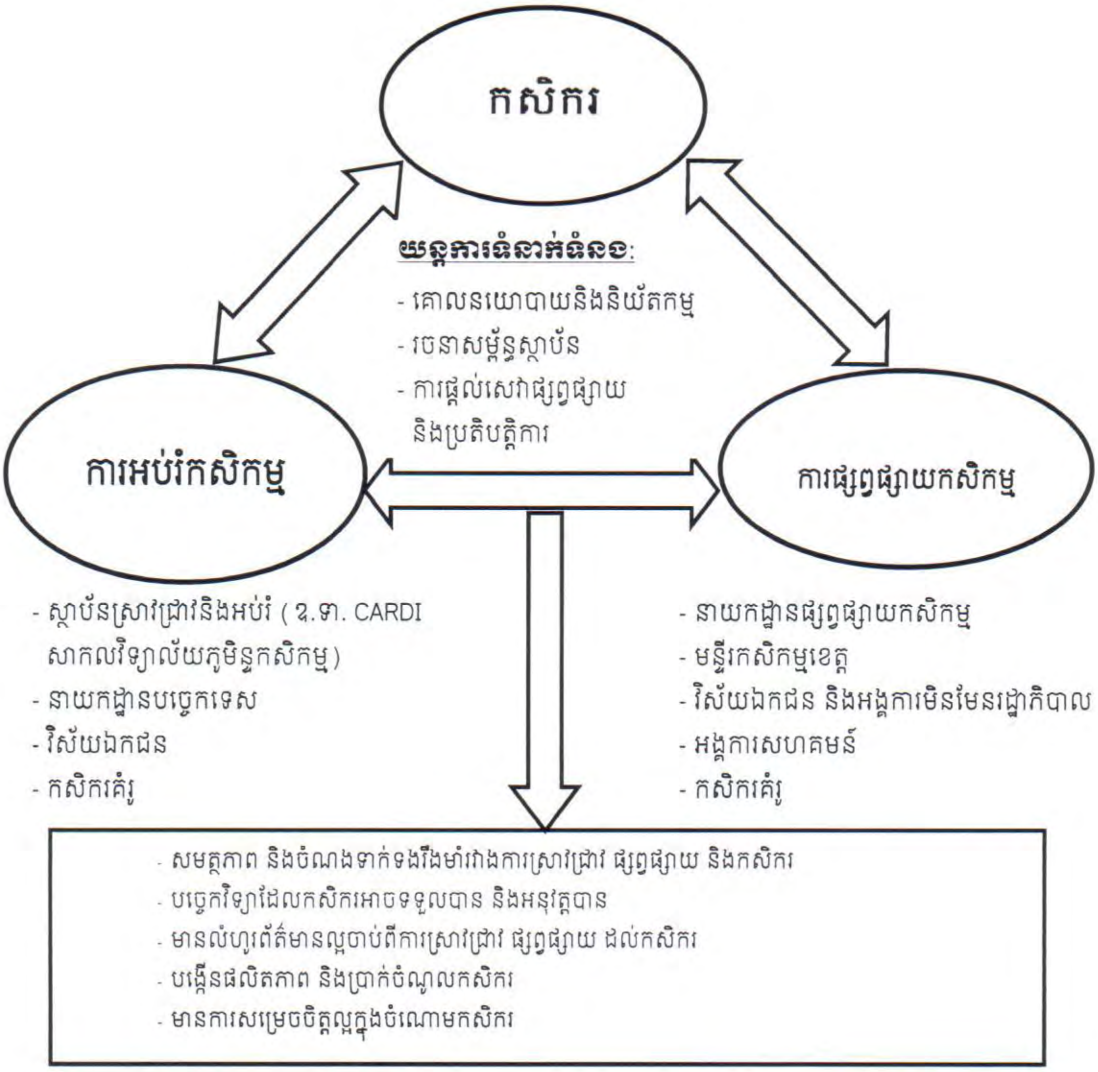
វិធានការគោលនយោបាយ	ចំណុចដោះស្រាយ	ផែនការសកម្មភាព	ស្ថាប័នទទួលខុសត្រូវ
១. ការរៀបចំស្ថាប័ន និងក្របខ័ណ្ឌគតិយុត្ត			
ការសម្របសម្រួលអង្គភាពជំនាញក្រោមឱវាទក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ (កសក)	តម្រូវការឱ្យមានការសម្របសម្រួលការផ្សព្វផ្សាយ ដោយអង្គភាពជំនាញក្រោមឱវាទក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ	បង្កើតគណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទ
	តម្រូវការគណៈកម្មាធិការដើម្បីអនុម័តលើទិដ្ឋភាពបច្ចេកទេសនៃអត្ថបទផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	បង្កើតអនុគណៈកម្មាធិការបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្នាក់ជាតិ	ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
ការបង្កើតឱ្យមានបណ្តាញតួអង្គផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	តម្រូវការឱ្យមានកិច្ចសហការរឹងមាំ និងការចងជាបណ្តាញរវាងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ អង្គការសង្គមស៊ីវិល និងវិស័យឯកជន	បង្កើតវេទិកាប្រចាំឆ្នាំ សម្រាប់ដៃគូទាំងអស់ជួបគ្នា និងចែករំលែកបទពិសោធន៍ នៅថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិ	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត ការិយាល័យកសិកម្មស្រុក
ការធានាគុណភាពនៃការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	តម្រូវការបង្កើត និងអនុវត្តគោលការណ៍ណែនាំ និងនិយ័តកម្មសម្រាប់តួអង្គផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនានា	រៀបចំសិក្ខាសាលាពិគ្រោះយោបល់ជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីបង្កើតនិងអនុវត្តគោលការណ៍ណែនាំ និងនិយ័តកម្ម សម្រាប់ភ្នាក់ងារផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
		បង្កើតក្រុមផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មចម្រុះនៅថ្នាក់ខេត្ត	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត
		បង្កើតក្រុមគាំទ្របច្ចេកទេសថ្នាក់ស្រុក	មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត
		បង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលកសិកម្មឃុំ	ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ (ន.បុគ្គលិក និងអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្ស) មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត

២. ការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស			
ការបង្កើនការបណ្តុះបណ្តាលអ្នកជំនាញផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	តម្រូវការបង្កើនចំនួនអ្នកឯកទេសផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	បង្កើតវគ្គសិក្សាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ពី៦ ទៅ ៩ខែ បន្ថែមលើបរិញ្ញាបត្រជំនាញកសិកម្ម	គ្រឹះស្ថានអប់រំ និងបណ្តុះបណ្តាលកសិកម្ម
	តម្រូវការបង្កើនចំនួនទីប្រឹក្សាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	បង្កើតវគ្គសិក្សាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ពី៣ ទៅ ៦ខែ បន្ថែមលើបរិញ្ញាបត្ររងជំនាញកសិកម្ម	គ្រឹះស្ថានអប់រំ និងបណ្តុះបណ្តាលកសិកម្ម
	តម្រូវការបង្កើនចំនួនភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឃុំ	បង្កើតវគ្គបណ្តុះបណ្តាលផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ពី២ ទៅ ៤ខែ	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត ស្ថាប័នផ្សេងទៀត
	តម្រូវការបង្កើនចំនួនភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មភូមិ	បង្កើតវគ្គបណ្តុះបណ្តាលផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ពី២ ទៅ ៤សប្តាហ៍	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត ស្ថាប័នផ្សេងទៀត
ការកសាងសមត្ថភាពមន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយបន្ថែម	តម្រូវការផ្តល់ការគាំទ្រជាបន្ត ដើម្បីកសាងសមត្ថភាពមន្ត្រី និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយនៅគ្រប់កម្រិត	បណ្តុះបណ្តាលបន្ថែមដល់មន្ត្រី និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម តាមស្ថានីយស្រាវជ្រាវ និងមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាល និងអប់រំកសិកម្ម	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អង្គភាពក្រោមឱវាទ កសក
		ផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលគ្រូបង្គោល និងវគ្គរំលឹកឡើងវិញ អំពីជំនាញស្នូលក្នុងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងអង្គភាពក្រោមឱវាទ កសក
		សម្របសម្រួលការផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលដោយដៃគូនានា និងការផ្តល់ឋវិកាសម្រាប់ការសិក្សានៅក្នុង និងក្រៅប្រទេស រយៈពេលខ្លី និងវែង	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងអង្គភាពក្រោមឱវាទ កសក
៣. ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្ម			
ការលើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យា បង្កបច្ចេកទេស និងសារបច្ចេកទេសកសិកម្ម	តម្រូវការបង្កើនឋវិកាសម្រាប់ការងារស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍន៍កសិកម្ម	កំណត់អាទិភាពនៃការស្រាវជ្រាវកសិកម្ម និងបង្កើតយន្តការនិរន្តរភាព ដើម្បីបង្កើនឋវិកាដល់ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្ម	គណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
	តម្រូវការពង្រឹងទំនាក់ទំនងរវាងការអប់រំ	រៀបចំវេទិកាប្រចាំឆ្នាំ ដើម្បីសម្របសម្រួល	គណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់

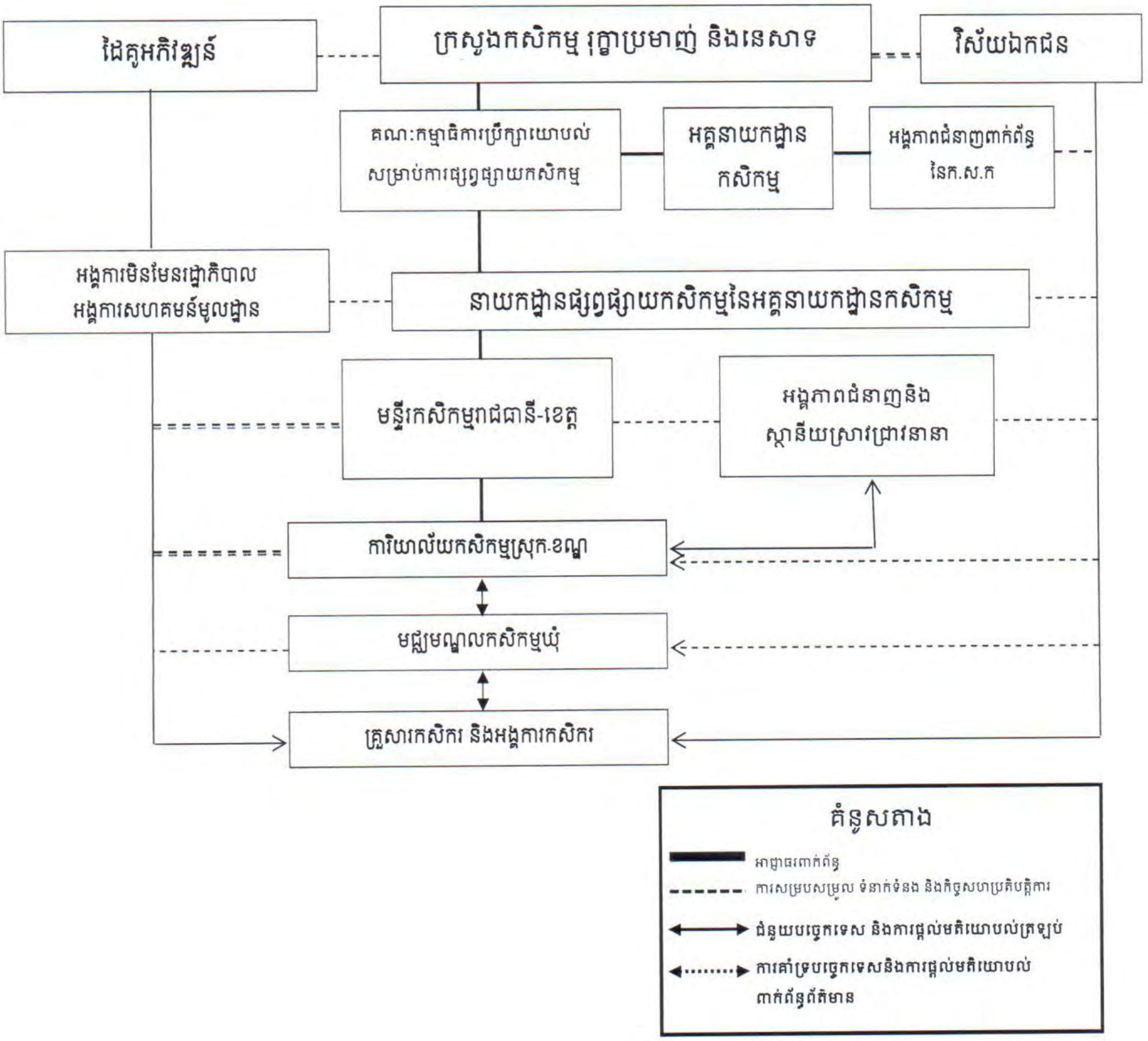
	ការស្រាវជ្រាវ និងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	សកម្មភាពស្រាវជ្រាវដែលអនុវត្តដោយស្ថាប័ន និងអង្គភាពស្រាវជ្រាវនានា	សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
		រៀបចំវេទិកាប្រចាំឆ្នាំសម្រាប់ភាគីពាក់ព័ន្ធនឹងការស្រាវជ្រាវចូលរួម តាមរយៈបង្កើតចំណងទាក់ទងរស់រវើករវាងការអប់រំ ស្រាវជ្រាវ និងផ្សព្វផ្សាយ ជាមួយនឹងកសិករ	អនុគណៈកម្មាធិការបច្ចេកទេសកសិកម្ម
៤. ការអភិវឌ្ឍឯកសារ និងសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម			
ការបង្កើនគុណភាពឯកសារ និងសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	តម្រូវការឯកសារនិងសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការរបស់កសិករ	រៀបចំបង្កើតឯកសារនិងសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលកសិករងាយយល់ ដោយចេញពីរបកគំហើញ និងលទ្ធផលស្រាវជ្រាវ គុណភាពតាមបច្ចេកទេស និងតម្រូវការទីផ្សារ	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អង្គភាពជំនាញក្រោមឱវាទ កសក មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត
		ធ្វើការពិនិត្យឡើងវិញជាប្រចាំ លើកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងនិន្នាការនៅក្នុងតំបន់ និងពិភពលោក	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អង្គភាពជំនាញក្រោមឱវាទ កសក មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត
	តម្រូវការពង្រីកឯកសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីគ្របដណ្តប់លើផ្នែកសំខាន់ៗនៃផលិតកម្ម និងទីផ្សារ	រៀបចំបង្កើតឯកសារនិងសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលមានគុណភាពតាមបច្ចេកទេស តាមតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់និងទីផ្សារ	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អង្គភាពជំនាញក្រោមឱវាទ កសក មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត
៥. ការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម			
ការពង្រីកសេវាផ្សព្វផ្សាយដល់កសិករនិងសហគមន៍កសិករឱ្យបានទូលំទូលាយ	កសិករភាគច្រើននៅមិនទាន់ទទួលបានសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ឬទទួលបានមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់នៅឡើយ	រៀបចំឯកសារគោលការណ៍ណែនាំស្តីពីមធ្យោបាយ វិធីសាស្ត្រ ឧបករណ៍ និងប្រព័ន្ធព័ត៌មានរូបភាពនានាសម្រាប់ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អង្គភាពជំនាញក្រោមឱវាទ កសក មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត
ការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម តាមបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍	តម្រូវការសេវាផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍ (ICT) និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈ	បង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលផ្តល់ព័ត៌មានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មតាមបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍(ICT) និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈនៅថ្នាក់ជាតិ	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អង្គភាពជំនាញក្រោមឱវាទ កសក មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត

(ICT) និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈ		និងថ្នាក់ក្រោមជាតិ	
		កសាងសមត្ថភាពមន្ត្រីនិងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មលើការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍ (ICT) ក្នុងការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អង្គភាពជំនាញក្រោមឱវាទ កសក មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត
៦. ការត្រួតពិនិត្យតាមដាន និងវាយតម្លៃ			
ការបង្កើតប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យតាមដាន វាយតម្លៃ និងសិក្សាដកស្រង់បទពិសោធន៍	តម្រូវការបង្កើតប្រព័ន្ធមួយ សម្រាប់ធ្វើការត្រួតពិនិត្យតាមដាន វាយតម្លៃ និងសិក្សាដកស្រង់បទពិសោធន៍អំពីប្រសិទ្ធភាពនៃសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៅគ្រប់កម្រិតទូទាំងប្រទេស	បង្កើតនិងអនុវត្តប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យតាមដាន វាយតម្លៃ និងសិក្សាដកស្រង់បទពិសោធន៍អំពីប្រសិទ្ធភាពនៃសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម សហការជាមួយអង្គភាពជំនាញក្រោមឱវាទ កសក មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត ដៃគូពាក់ព័ន្ធនានា
		ធ្វើអង្កេតជាប្រចាំតាមរយៈការពិភាក្សាតាមក្រុមជាក់លាក់ និងរៀបចំវេទិកាស្តាប់យោបល់របស់អ្នកពាក់ព័ន្ធនៅតាមស្រុកអំពីប្រសិទ្ធភាពនៃសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត ការិយាល័យកសិកម្មស្រុក
		រៀបចំវេទិកាជាប្រចាំ និងធ្វើរបាយការណ៍អំពីឥទ្ធិពលនិងគុណភាពសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មរបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនានា	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត ការិយាល័យកសិកម្មស្រុក
		បង្កើត និងអនុវត្តប្រព័ន្ធគណនេយ្យភាពមួយសម្រាប់ដាក់ពិន័យ ការលើកសរសើរ និងលើកទឹកចិត្តដល់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនានា	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម សហការជាមួយអង្គភាពក្រោមឱវាទ កសក មន្ទីរកសិកម្មរាជធានី-ខេត្ត ដៃគូពាក់ព័ន្ធនានា

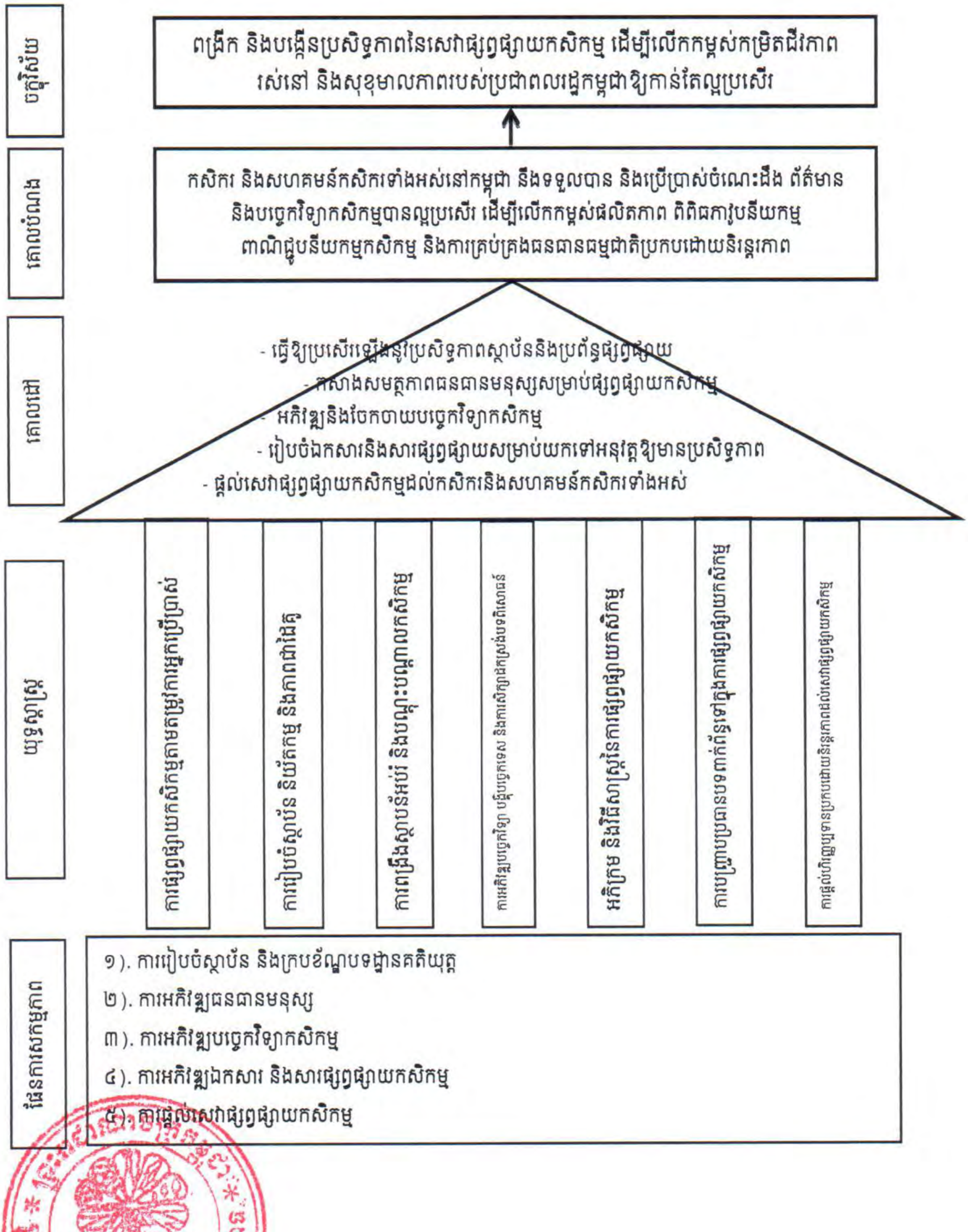
ឧបសម្ព័ន្ធ ២. គោលគំនិតនៃចំណងទាក់ទងរវាងការស្រាវជ្រាវ អប់រំ ផ្សព្វផ្សាយ និងកសិករ



ឧបសម្ព័ន្ធ ៣. គំនូសបំព្រួញអំពីការរៀបចំស្ថាប័ន និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម



ឧបសម្ព័ន្ធ ៤. គំនូសបំព្រួញអំពីគោលគំនិតនៃគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម



ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និង នេសាទ

លេខៈ ២៩៧ សសរ.កសក

សេចក្ដីសម្រេច
ស្ដីពី
ការបង្កើតគណៈកម្មការប្រឹក្សាយោបល់ សម្រាប់រៀបចំគោលនយោបាយ និងគោលការណ៍ណែនាំស្ដីពីការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា ក្រោមក្របខណ្ឌគម្រោង (HARVEST-USAID)

រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

-បានឃើញរដ្ឋធម្មនុញ្ញនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

-បានឃើញព្រះរាជក្រឹត្យលេខ នស/រកត/០៩១៣/៩០៣ ចុះថ្ងៃទី២៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០១៣ ស្ដីពីការតែងតាំងរាជរដ្ឋាភិបាលនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

-បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ ០២/នស/៩៤ ចុះថ្ងៃទី២០ ខែកក្កដា ឆ្នាំ១៩៩៤ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្ដីពីការរៀបចំនិងការប្រព្រឹត្តទៅនៃគណៈរដ្ឋមន្ត្រី

-បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០១៩៦/១៣ ចុះថ្ងៃទី២៤ ខែមករា ឆ្នាំ១៩៩៦ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្ដីពីការបង្កើតក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

-បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ១៧ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី០៧ ខែមេសា ឆ្នាំ២០០០ ស្ដីពីការរៀបចំនិងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

-បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ១៨៨ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី១៤ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០០៨ ស្ដីពីការកែសម្រួលអគ្គនាយកដ្ឋាននៃក្រសួងទៅជាអគ្គលេខាធិការដ្ឋាន ការដំឡើងរដ្ឋបាលព្រៃឈើ រដ្ឋបាលជលផល ឱ្យមានថ្នាក់ស្មើអគ្គនាយកដ្ឋាន ការដំឡើងនាយកដ្ឋានក្សេត្រសាស្ត្រនិងកែលំអដីកសិកម្មឱ្យទៅជាអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និងការកែសម្រួលអគ្គនាយកដ្ឋានចម្ការកៅស៊ូទៅជាអគ្គនាយកដ្ឋានកៅស៊ូ ស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

-បានឃើញការចាំបាច់របស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

ស ម្រេ ច

ប្រការ១: បង្កើតគណៈកម្មការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់រៀបចំគោលនយោបាយ និងគោលការណ៍ណែនាំស្ដីពី ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា ក្រោមក្របខ័ណ្ឌ គម្រោង (HARVEST-USAID) ដែលមានសមាសភាពដូចខាងក្រោម :

១-ឯកឧត្តម ម៉ម អំណត់ រដ្ឋលេខាធិការក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ប្រធាន

២-ឯកឧត្តម ស្វូ ខនឫទ្ធីគុណា ប្រតិភូរាជរដ្ឋាភិបាលទទួលបន្ទុកជាអគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម អនុប្រធាន

អាស័យដ្ឋានលេខ ២០០ មហាវិថីព្រះនរោត្តម សង្កាត់ទន្លេបាសាក់ ខណ្ឌចំការមន រាជធានីភ្នំពេញ កម្ពុជា
№ 200 Preah Norodom Sangkat Tonle Basak Khan Chamkarmon B V D Phnom Penh, Cambodia
ទូរស័ព្ទលេខ : (០២៣) ២១១ ៣៥១ / ២១១ ៣៥២ ទូរសារលេខ : (៨៥៥) ២៣-២១៧ ៣២០
Phone : (023) 211 351/211 352, Fax : (855) 23 - 217 320

៣-ឯកឧត្តម ង៉ោ ប៊ុនថាន	សាកលវិទ្យាធិការនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម	អនុប្រធាន
៤-ឯកឧត្តម ណៅ ធូក	ប្រតិភូរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាទទួលបន្ទុកជាប្រធានរដ្ឋបាលជលផល	សមាជិក
៥-ឯកឧត្តម លី ផល្លា	ប្រតិភូរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាទទួលបន្ទុកជាអគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកៅស៊ូ	សមាជិក
៦-ឯកឧត្តម ឆេង គីមស៊ុន	ប្រតិភូរាជរដ្ឋាភិបាលទទួលបន្ទុកប្រធានរដ្ឋបាលព្រៃឈើ	សមាជិក
៧-ឯកឧត្តម កៅ ផល	ប្រធាននាយកដ្ឋានផលិតកម្មនិងបសុព្យាបាល	សមាជិក
៨-ឯកឧត្តម សំ សារ៉ែន	នាយកសាលាជាតិកសិកម្មកំពង់ចាម	សមាជិក
៩-លោក ស្រី វុឌ្ឍី	ប្រធាននាយកដ្ឋានផែនការនិងស្ថិតិ	សមាជិក
១០-លោក អ៊ុក ស៊ីផាន	ប្រធាននាយកដ្ឋាននីតិកម្មកសិកម្ម	សមាជិក
១១-លោក ម៉ៅ សុភារ៉េត	ប្រធាននាយកដ្ឋានកសិ-ឧស្សាហកម្ម	សមាជិក
១២-លោក អ៊ុក ម៉ាការា	នាយកវិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវនិងអភិវឌ្ឍន៍កសិកម្មកម្ពុជា	សមាជិក
១៣-លោក ធន់ វឌ្ឍនា	នាយកសាលាជាតិកសិកម្មព្រែកលៀប	សមាជិក
១៤-លោក ម៉ាក់ សឿន	ប្រធាននាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	លេខាធិការអចិន្ត្រៃយ៍

ប្រការ២: គណៈកម្មការនេះមានភារកិច្ចរៀបចំគោលនយោបាយ និងគោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា ដើម្បីពង្រឹងនិងពង្រីកប្រព័ន្ធសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឱ្យបានកាន់តែស៊ីជម្រៅ និងដើម្បីលើកកម្ពស់ការទទួលយកនូវបច្ចេកទេស និងការអនុវត្តល្អៗនៅក្នុងខ្សែចង្វាក់ផលិតកម្មកសិកម្ម។

ប្រការ៣ : សមាជិកគណៈកម្មការ ត្រូវចូលរួមប្រជុំតាមការអញ្ជើញរបស់ប្រធាន ។

ប្រការ៤ : អគ្គលេខាធិការ អគ្គាធិការ នាយកខុទ្ទកាល័យ ប្រធាននាយកដ្ឋានបុគ្គលិកនិងអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្ស ប្រធានអង្គភាពពាក់ព័ន្ធ និងសាមីខ្លួន ត្រូវទទួលបន្ទុកអនុវត្តសេចក្តីសម្រេចនេះឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ចាប់ពីថ្ងៃចុះហត្ថលេខាតទៅ ។

រាជធានីភ្នំពេញ, ថ្ងៃទី២០ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ ២០១៤

រដ្ឋមន្ត្រី

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

បណ្ឌិត អ៊ុក រ៉ាប៊ុន

កន្លែងទទួល:

-ទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រី
"ដើម្បីជូនជ្រាប"
-គ្រប់អង្គភាពចំណុះក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
-ដូចប្រការ៤
"ដើម្បីអនុវត្ត"
-ឯកសារ កាលប្បវត្តិ

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

លេខ........៧៥៨........ អ.ន.ក

សេចក្ដីសម្រេច

ស្ដីពី

ការបង្កើតក្រុមការងាររៀបចំគោលនយោបាយនិងគោលការណ៍ណែនាំស្ដីពីការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

(Agricultural Extension Policy and Guidelines)

ប្រតិភូរាជរដ្ឋាភិបាលទទួលបន្ទុកជាអគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

-បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ១៧អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី០៧ ខែមេសា ឆ្នាំ២០០០ ស្ដីពីការរៀបចំនិងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

-បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ១៨៨អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី១៤ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០០៨ ស្ដីពីការកែសម្រួលអគ្គនាយកដ្ឋាននៃក្រសួងទៅជាអគ្គលេខាធិការដ្ឋាន ការដំឡើងរដ្ឋបាលព្រៃឈើ រដ្ឋបាលជលផលឱ្យមានថ្នាក់ស្មើអគ្គនាយកដ្ឋាន ការដំឡើងនាយកដ្ឋានក្សេត្រសាស្ត្រនិងកែលំអដីកសិកម្មឱ្យទៅជាអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និងការកែសម្រួលអគ្គនាយកដ្ឋានចម្ការកៅស៊ូទៅជាអគ្គនាយកដ្ឋានកៅស៊ូ ស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

-បានឃើញប្រកាសលេខ១០៩ប្រក.កសក.ប ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១២ ស្ដីពីការរៀបចំនិងប្រព្រឹត្តទៅរបស់ការិយាល័យនិងអង្គភាពចំណុះនាយកដ្ឋាននិងមន្ទីរពិសោធន៍ជាតិកសិកម្មក្រោមឱវាទអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

-យោងតាមការចាំបាច់របស់អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

សម្រេច

ប្រការ១: បង្កើតក្រុមការងារសម្រាប់ជំរុញរៀបចំគោលនយោបាយនិងគោលការណ៍ណែនាំស្ដីពីការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលមានសមាសភាពដូចខាងក្រោម៖

១-ឯកឧត្ដម សូ ខនឫទ្ធីគុណ	ប្រតិភូរាជរដ្ឋាភិបាលទទួលបន្ទុកជាអគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម	ប្រធាន
២-លោក ស្រ៊ុន សុខុម	អគ្គនាយករងនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម	អនុប្រធាន
៣-លោក ម៉ាក់ សឿន	ប្រធាននាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	អនុប្រធាន
៤-លោក ងិន ឆាយ	ប្រធាននាយកដ្ឋានដំណាំស្រូវ	សមាជិក
៥-លោក សាម៉េង កែវមុនីន	អនុប្រធាននាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	សមាជិក
៦-លោក សាយ តុម	ប្រធានការិ.អភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សនៃន.ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	លេខាធិការ
៧-លោកស្រី រាត់ មល្លិកា	មន្ត្រីការិ.ប្រព័ន្ធកសិកម្មនិងសេដ្ឋកិច្ចនៃន.ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	សមាជិក

អាសយដ្ឋានលេខ: ៥៤បេ/៤៩អេហ្វ ផ្លូវលេខ ៣៩៥-៦៥៦ សង្កាត់ទឹកល្អក់៣ ខណ្ឌទួលគោក រាជធានីភ្នំពេញ ទូរស័ព្ទលេខ: (០២៣) ៨៨៣ ៤២៧. ទូរសារលេខ:(០២៣) ៨៨៣ ៤២៧
Address # 54B/49F, Street 395-656, Sangkat Toeuk Laak 3, Khan Tuol Kok, Phnom Penh. Cambodia, Phone : (023) 883 427, Fax : (023) 883 427

ប្រការ២: ក្រុមការងារខាងលើមានភារៈកិច្ចដូចខាងក្រោម៖

- សហការសម្របសម្រួលជាមួយអង្គភាពពាក់ព័ន្ធក្រោមឱវាទក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងក្រុមទីប្រឹក្សាបច្ចេកទេសរបស់គម្រោង HARVEST-USAID សម្រាប់ការរៀបចំសេចក្តីព្រាងគោលនយោបាយនិងគោលការណ៍ណែនាំស្តីពីការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
- ប្រមែប្រមូល ចងក្រង ព័ត៌មាន ទិន្នន័យ និងឯកសារបច្ចេកទេសពាក់ព័ន្ធជាធាតុចូលសម្រាប់ការវិភាគ និងការរៀបចំគោលនយោបាយនិងគោលការណ៍ណែនាំស្តីពីការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
- សហការសម្របសម្រួល ពិភាក្សា ពិនិត្យផ្តល់យោបល់ និងតម្រែតម្រង់ទិសការងាររបស់ក្រុមទីប្រឹក្សាបច្ចេកទេសរបស់គម្រោង HARVEST-USAID សម្រាប់ការរៀបចំសេចក្តីព្រាងគោលនយោបាយនិងគោលការណ៍ណែនាំស្តីពីការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
- សម្របសម្រួលនិងចាត់ចែងរៀបចំកិច្ចប្រជុំត្រួតពិនិត្យវឌ្ឍនភាពការងារ និងវេទិកាពិគ្រោះយោបល់ផ្សេងៗជាមួយក្រសួង-ស្ថាប័នជាតិនិងអន្តរជាតិ ដៃគូអភិវឌ្ឍ ផ្នែកឯកជន អង្គការកសិករ និងសង្គមស៊ីវិលពាក់ព័ន្ធ
- រៀបចំរបាយការណ៍នៃកិច្ចប្រជុំពាក់ព័ន្ធនិងរបាយការណ៍វឌ្ឍនភាពការងារដាក់ជូនគណៈកម្មការតម្រែតម្រង់ទិសឱ្យបានទៀងទាត់
- អនុវត្តភារកិច្ចផ្សេងៗទៀតតាមការចាំបាច់។

ប្រការ៣: ក្រុមការងារអាចជ្រើសរើសសមាសភាពបន្ថែមដើម្បីជំនួយការក្នុងករណីចាំបាច់ ហើយសមាជិកក្រុមការងារត្រូវចូលរួមប្រជុំតាមការអញ្ជើញរបស់ប្រធាន។

ប្រការ៤: ប្រធាននាយកដ្ឋានរដ្ឋបាល ផែនការ គណនេយ្យ និងសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ ប្រធាននាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ប្រធាននទ.ដំណាំស្រូវ និងសាមីខ្លួនក្នុងប្រការ១ ត្រូវទទួលបន្ទុកអនុវត្តសេចក្តីសម្រេចនេះចាប់ពីថ្ងៃចុះហត្ថលេខា។

រាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី ១១ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១៤

អគ្គនាយក

ស្រូ_ខនឫទ្ធីគុណា

កន្លែងទទួល ៖

-នាយកដ្ឋានបុគ្គលិកនិងអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្ស

"ដើម្បីជ្រាប"

-ដូចក្នុងប្រការ៤

"ដើម្បីអនុវត្ត"

-ឯកសារ កាលប្បវត្តិ