ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

គោលការណ៍ណែនាំស្តីពី ការធានាគុណភាពការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា

Quality Assurance Guidelines for Agricultural Extension in Cambodia

រៀបចំដោយ កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE)
ឧបត្ថម្ភដោយ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងមូលនិធិអន្តរជាតិសម្រាប់អភិវឌ្ឍកសិកម្ម (IFAD)

IFAD
Investing in rural people

រាជធានីភ្នំពេញ ខែ វិច្ឆិកា ឆ្នាំ ២០១៨

អារម្ភកថា

ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការផ្ទេរនូវចំណេះដឹង បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ថ្មីៗដែលធន់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ។ ការផ្សព្វផ្សាយនេះរួមចំណែកក្នុងការដោះស្រាយ គ្រោះធម្មជាតិ និងបញ្ហានានាដល់កសិករ និងសហគមន៍កសិកម្ម សំដៅជំរុញការបង្កើនផលិតភាព គុណភាព សុវត្ថិភាពផលិតផលកសិកម្ម និងបង្កើនប្រាក់ចំណូលគ្រួសារ។

ឯកសារគោលការណ៍ណែនាំស្តីអំពី **ការធានាគុណភាពការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា** រៀបចំឡើងដោយអនុលោម តាមគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជាបង្ហាញថា ដើម្បីប្រសិទ្ធផលក្នុងការរៀបចំផែនការអនុវត្តគម្រោងផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដូចជាការអប់រំ បណ្តុះបណ្តាល និងផ្ទេរបច្ចេកទេស បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ថ្មីៗដល់កសិករ និងសហគមន៍កសិករជំដៅជំរុញបង្កើនផលិតភាពតាមតម្រូវការរបស់ពួកគាត់ និងពាណិជ្ជូបនីយកម្មកសិកម្មទទួលបានជោគជ័យ ជាចំបាច់ត្រូវពង្រឹងសមត្ថភាពនិងនិយ័តករ និងអ្នកផ្តល់សេវានានាឲ្យយល់ ប្រកាន់ និងអនុវត្តគោលការណ៍ធានាគុណភាពផ្សព្វផ្សាយ កសិកម្មមានលក្ខណៈស្តង់ដារ និងឯកភាពគ្នាហើយនឹងមានលក្ខណៈជំនាញ។ ទាំងនេះជាវិភាគទានដល់ការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយភាពថ្លៃថ្លា មានចីរភាព ធន់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងហានិភ័យនានាព្រមទាំងទីផ្សារ។

កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE)បានរៀបចំ " **គោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីការធានាគុណភាពការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា** " នេះឡើងដើម្បីពង្រឹងសមត្ថភាពនិយ័តករ និងអ្នកផ្តល់សេវានានាឲ្យយល់ ប្រកាន់និងអនុវត្តគោលការណ៍ធានាគុណភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមានលក្ខណៈស្តង់ដារ និងឯកភាពគ្នាហើយមានលក្ខណៈជំនាញ។

ឯកសារនេះបានរៀបចំសិក្ខាសាលាពិគ្រោះយោបល់ជាមួយអ្នកផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្ម មកពីមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទទាំង១១ខេត្តនៃកម្មវិធី សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម សាលាជាតិកសិកម្មព្រែកលាប សាលាជាតិកសិកម្មកំពង់ចាម អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម រដ្ឋបាលព្រៃឈើ រដ្ឋបាលជលផល អគ្គនាយកដ្ឋានសុខភាពសត្វ និងផលិតកម្មសត្វ វិស័យឯកជន និងអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលផងដែរ។

អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម នៃក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទសូមដាក់ចេញនូវ " **គោលការណ៍ណែនាំស្តីពីការធានាគុណភាពការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា** " ដែលជាឯកសារគ្រឹះសម្រាប់មន្ត្រីកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ រាជធានី ខេត្ត ក្រុង ស្រុក ខណ្ឌ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ភ្នាក់ងារប្រតិបត្តិនៅមូលដ្ឋាន និងអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់យកទៅអនុវត្តក្នុងការផ្ទេរបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីៗ វិធីសាស្ត្រ ការផ្លាស់ប្តូរនូវបទពិសោធន៍ ការចែករំលែកចំណេះដឹង និងនាំមកនូវកំណើនផលិតកម្មកសិកម្ម ជម្រុញឲ្យមានស្ថិរភាពសេដ្ឋកិច្ចគ្រួសារកសិករ សម្រួលដល់កសករក្នុងការសម្រួបខ្លួនតាមស្ថានភាពវិវត្តនៃសាកលភាវូបនីយកម្ម និងពាណិជ្ជូបនីយកម្មកសិកម្ម បន្សាំនិងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ រួមចំណែកក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលកសិកម្មនៅលើទីផ្សារប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

ថ្ងៃ សុក្រ ៥ រោច ខែ កត្តិក ឆ្នាំច សំរឹទ្ធិស័ក ព.ស ២៥៦២

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

អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ឯកសារស្តីពី "**ការធានាគុណភាពលើការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា**" ត្រូវបានចងក្រងឡើងដោយមានការគាំទ្រនិងចង្អុលបង្ហាញយ៉ាងមុតមាំពី នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម (GDA/DAE) លោកបណ្ឌិត ម៉ាក់ សឿន ប្រធានកម្មវិធីស្រាវជ្រាវនិងផ្សព្វផ្សាយនៃកម្មវិធី ASPIRE លោកបណ្ឌិត ម៉ៅ មីនា ប្រធាននាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងលោក សាយ តុម ប្រធានការិយាល័យអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្ស នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៃអគ្គនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

សូមថ្លែងអំណរគុណជាពិសេស ដល់ក្រុមការងារ សមាសភាពទី២ នៃកម្មវិធី ASPIRE ដែលបានផ្តល់អនុសាសន៍ ល្អៗ និងទាន់ពេលវេលា មានដូចជា លោកចាយ គង់គ្រុយ អនុប្រធានកម្មវិធី លោកប៉ូល ច័ន្ទរិទ្ធី ទីប្រឹក្សាផ្នែកគ្រប់គ្រងចំណេះដឹងផ្សព្វផ្សាយ និងបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងគមនាគមន៍ (ICT) អ្នកស្រី យឹម សំណាង ទីប្រឹក្សាផ្នែកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងលោក យឹម សុខសុភាស់ ទីប្រឹក្សាផ្នែកត្រួតពិនិត្យ និងផ្តល់សុពលភាពលើសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយដែលមានស្រាប់។

យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅផងដែរ ដល់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទ និងមូលនិធិអន្តរជាតិសម្រាប់អភិវឌ្ឍកសិកម្ម (IFAD) ដែលបានសហការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុដល់កម្មវិធី ASPIRE ជាពិសេសសម្រាប់ការពិគ្រោះយោបល់នេះ។

បើគ្មានការចូលរួម ពីសំណាក់ អស់លោក លោកស្រីខាងលើទេ ការរៀបចំគោលការណ៍ណែនាំស្តីពីការធានាគុណភាពនេះ ក៏មិនមានភាពងាយស្រួលដែរ ។ យើងសង្ឃឹមថា ឯកសារនេះនឹងរួមចំណែកលើកកំពស់គុណភាពការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា និងបង្កើនសមត្ថភាពមន្ត្រីរបស់កម្មវិធី ASPIRE និងក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជាប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់។

ឯកសារនេះនៅតែស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលសាកល្បង ហើយយើងខ្ញុំសូមស្វាគមន៍រាល់មតិយោបល់និងអនុសាសន៍ផ្សេងៗ។ សូមអធ្យាស្រ័យចំពោះការពាក្យពេចន៍ឬឃ្លាណាមួយមិនត្រឹមត្រូវ។

សូមអរគុណ។

អ្នកនិពន្ធ:

អ្នកនិពន្ធបង្គោល លោក ហ្សួត ខៀវ khieu1967@gmail.com

អ្នកនិពន្ធចូលរួម លោក ឡូឌូវីស ផេមមី Ludovic_pommier@yahoo.com

សមាសភាពទី២ នៃកម្មវិធី ASPIRE ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទ

មាតិកា

១. សេចក្តីផ្តើម 1
១.១ បរិបទរួម 1
១.២ មុខងារនៃការធានាគុណភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 2
១.៣ ការប្រើប្រាស់គោលការណ៍ណែនាំ 2
២. គោលបំណងនិងគោលការណ៍ជាគន្លឹះ 3
២.១ គោលបំណង 3
២.២ គោលការណ៍គន្លឹះនៃឯកសារនេះ 4
៣. គោលការណ៍ណែនាំលើការធានាគុណភាព 5
៣.១ ការធានាគុណភាពលើអ្នកផ្តល់សេវាសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-AESP) 5
៣.១.១.លក្ខណៈសម្បត្តិ 5
៣.១.២ ដំណើរការអនុវត្ត 8
៣.១.៣ ការរៀបចំស្ថាប័ន 10
៣.២.ការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-AEM) 11
៣.២.១ លក្ខណៈសម្បត្តិ 11
៣.២.២ ដំណើរការអនុវត្ត 12
៣.២.៣ ការរៀបចំស្ថាប័ន 18
៣.៣ ការធានាគុណភាពលើការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (QA-FNA) 20
៣.៣.១ លក្ខណៈសម្បត្តិ 20
៣.៣.២ ដំណើរការអនុវត្ត 22
៣.៣.៣ ការរៀបចំរបស់ស្ថាប័ន 24
៣.៤.ការធានាគុណភាពលើការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ (QA-MDA) 24
៣.៤.១.លក្ខណៈសប្បត្តិ 24
៣.៤.២ ដំណើរការអនុវត្ត 26
៣.៤.៣ ការរៀបចំស្ថាប័ន 27
៣.៥.ការធានាគុណភាពលើសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-AEA) 27
៣.៥.១ លក្ខណៈសម្បត្តិ 27
៣.៥.២ ដំណើរការអនុវត្ត 28
៣.៥.៣ ការរៀបចំស្ថាប័ន 29
៤.សន្និដ្ឋាន 29
ឧបសម្ព័ន្ធ 30

ឧបសម្ព័ន្ធទី ១: វាក្យស័ព្ទ និងពាក្យគន្លឹះពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 30
ឧបសម្ព័ន្ធទី ២: ការធានាគុណភាពសម្រាប់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម............ 33
ទម្រង់ទី១: បញ្ជីពិនិត្យជ្រើសរើស អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម............ 33
ទម្រង់ទី២: តារាងបញ្ជីអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 38
ទម្រង់ទី៣: ទម្រង់ការវាយតម្លៃការធានាគុណភាព សម្រាប់ជ្រើសរើស អ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 40
ទម្រង់ទី៤: ទម្រង់ធានាគុណភាពការចុះកិច្ចសន្យា............ 43
ទម្រង់ទី៥: ទម្រង់ការធានាគុណភាព សម្រាប់ប្រភេទគម្រោងដែលត្រូវផ្តល់............ 43
ឧបសម្ព័ន្ធទី ៣: ការធានាគុណភាពលើសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម............ 46
ទម្រង់ទី១: ទម្រង់វាយតម្លៃការធានាគុណភាពសម្រាប់សម្ភារៈប្រភេទអត្ថបទ 46
ទម្រង់ទី២: ទម្រង់វាយតម្លៃការធានាគុណភាពសម្រាប់សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយជាប្រភេទសម្លេង និង រូបភាព AV 47
ទម្រង់ទី៣: សូចនាករវាស់វែងសម្រាប់សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយទម្រង់ជាអត្ថបទ............ 48
ទម្រង់ទី៤: សូចនាករវាស់វែងសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយទម្រង់ជា រូបភាពនិងសម្លេង 50
ទម្រង់ទី៥: សូចនាករវាស់វែងលើមាតិកាបច្ចេកទេស 50
ទម្រង់ទី៦: ធាតុសំខាន់ៗទាំង ៥ នៃភាពធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និង ចេរភាព 54
ទម្រង់ទី៧: សូចនាករវាស់វែងលើការអនុវត្តកសិកម្មវៃឆ្លាត និងអាកាសធាតុ 56
ឧបសម្ព័ន្ធទី ៤: ការធានាគុណភាពនៃការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ 58
ទម្រង់ការធានាគុណភាពការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ............ 58
ឧបសម្ព័ន្ធទី ៥: ការធានាគុណភាពសម្រាប់ការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ............ 60
ទម្រង់វាយតម្លៃការធានាគុណភាពសម្រាប់តម្រូវការទីផ្សារ............ 60
ឧបសម្ព័ន្ធទី ៦: ការធានាគុណភាពលើសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម............ 64
ទម្រង់វាយតម្លៃការធានាគុណភាពនៃសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម............ 64
ឯកសារយោង............ 68

អក្សរកាត់ និងពាក្យបំព្រួញ

AEA	សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
AE	ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
AEAC	គណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មថ្នាក់ជាតិ
AEM	សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
AESP	អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
ASPIRE	កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ
AV	សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មជាសម្លេងនិងរូបភាព (ឧ. វីដេអូ)
AWD	អនុវត្តវិធីពន្លិចនិងបង្អោកក្នុងដំណាក់កាលលូតលាស់
AWPB	ផែនការការងារនិងថវិកាប្រចាំឆ្នាំ
CCCA	កម្មវិធីសម្ព័ន្ធភាពប្រែប្រួលអាកាសធាតុកម្ពុជា
CEW	ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយឃុំ
CSA	ការអនុវត្តកសិកម្មវៃឆ្លាត នឹងអាកាសធាតុ
DAE	នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
Demo	ធ្វើបង្ហាញ
ESMQR	ការវាយតម្លៃគុណភាពត្រួតពិនិត្យសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
EHCT	ក្រុមសម្របសម្រួលមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុំព័ត៌មានកសិកម្ម
F2F	ការរៀនសូត្រពីកសិករទៅកសិករ
FAO	អង្គការស្បៀងអាហារ និងកសិកម្មនៃសហប្រជាជាតិ
FFS	សាលារៀនស្រែកសិករ
FFD	ទិវាបង្ហាញ
FNA	ការវាយតម្លៃតម្រូវការរបស់កសិករ
GAP	ការអនុវត្តកសិកម្មល្អ
GDA	អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម
GDP	ផលិតផលសរុបក្នុងស្រុក
ICT	បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍
ID	អត្តសញ្ញាណ (ប័ណ្ណក្រីក្រ)
IFAD	មូលនិធិអន្តរជាតិសម្រាប់អភិវឌ្ឍកសិកម្ម
IPM	វិធានការណ៍ចម្រុះការពារដំណាំ
KSA	ចំណេះដឹង ជំនាញ និងឥរិយាបថ
M & E	ការតាមដាននិងវាយតម្លៃ
MoC	ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
MoE	ក្រសួងបរិស្ថាន
MAFF	ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទ
MDA	ការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ
MOFA	ក្រសួងការបរទេស

MOI	ក្រសួងមហាផ្ទៃ
MTR	ការត្រួតពិនិត្យពាក់កណ្ដាលអាណត្តិ
NATSC	អនុគណៈកម្មាធិការបច្ចេកទេសកសិកម្ម
NGOs	អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល
PDAFF	មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទខេត្ត
PIM	សៀវភៅណែនាំលើការអនុវត្តកម្មវិធី
PRA	ការវាយតម្លៃជនបទដោយមានការចូលរួម
QA	ការធានាគុណភាព
QC	ការត្រួតពិនិត្យគុណភាព
RGC	រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា
SLG	ក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច
SME	សហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម
STV	ពូជធន់និងអាកាសធាតុ
TOR	ក្រមប្រតិបត្តិដែលត្រូវអនុវត្ត
UN	អង្គការសហប្រជាជាតិ
URL	ទីតាំងធនធានសកល
WB	ធនាគារពិភពលោក
US$	រូបិយប័ណ្ណអាមេរិក

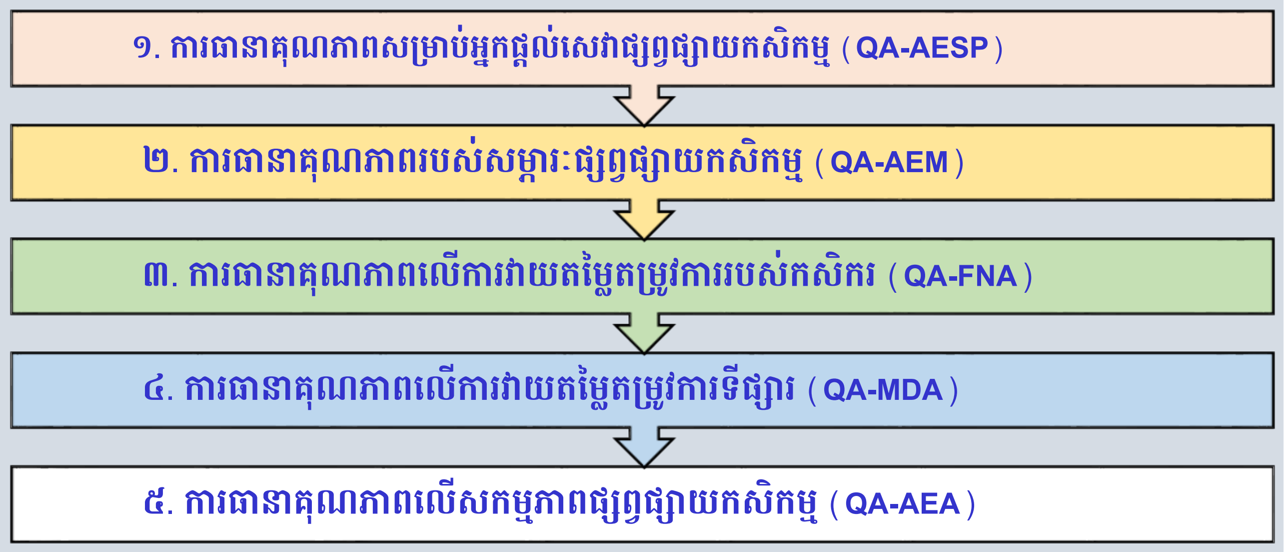
១. សេចក្តីផ្តើម

១.១ បរិបទរួម

នៅឆ្នាំ ២០១៥ ប្រទេសកម្ពុជាមានប្រជាជនសរុបចំនួន ១៥.៣ លាននាក់ ជាមួយកំណើនប្រជាជន ១.៦% ក្នុងមួយឆ្នាំ (BTI, ២០១៦) ។ ប្រជាជនកម្ពុជាជិត ៨០% (ពោលគឺប្រហែលជាង ២លានគ្រួសារ) រស់នៅតាមតំបន់ជនបទដែលទាញប្រយោជន៍ពីដីកសិកម្មចំនួន៣៩%សម្រាប់ការងារជាំជុះ (របាយការណ៍ឆ្នាំ២០១៤)។ ដូច្នេះហើយ វិស័យកសិកម្មរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ដល់ផលិតផលសរុបក្នុងស្រុករបស់ប្រទេសកម្ពុជា (GDP) ចំនួន ៣៧% (ផ្អែកតាមរបាយការណ៍របស់ធនាគារពិភពលោកឆ្នាំ២០១៥) ដែលអាចនឹងឈានដល់ជាង ២០ ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ (BTI, 2016) ។

ដើម្បីបន្តថែរក្សា និងបង្កើនកំណើនផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបតាមរយៈការផ្លាស់ប្តូរពីកសិកម្មបែបចិញ្ចឹមជីវិត ឆ្ពោះទៅរកបែបធ្វើពាណិជ្ជកម្មវិញនោះ។ដូចនេះ ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា ដើរតួនាទីជាកាតាលីករដ៏សំខាន់រួមចំណែកដល់គោលនយោបាយរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យកសិកម្ម ។

ការវិវត្តន៍នេះ ត្រូវបានរួមចំណែកពីតួអង្គសំខាន់ៗជាច្រើនពីផ្នែកសាធារណៈ និងឯកជន ដែលតួអង្គនីមួយៗមានវិធីសាស្ត្រនិងបទដ្ឋានរៀងៗខ្លួន ដែលក្នុងនោះក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទមានតួនាទីសំខាន់ក្នុងការដាក់ចេញនូវគោលនយោបាយពាក់ព័ន្ធ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ ការអនុវត្តជាបទដ្ឋាន ឧបករណ៍និងបច្ចេកទេសសម្រាប់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ជាពិសេសអនុលោមតាមគោលការណ៍ណែនាំទាំងប្រាំនៃការធានាស្តង់ដារគុណភាព (សូមមើលរូបភាពទី១) ។



រូបភាពទី១: មុខងារចម្បងនៃការធានាគុណភាព

គោលការណ៍ណែនាំទាំងប្រាំនេះ នឹងដើរតួជាអ្នកចង្អុលបង្ហាញសម្រាប់ពង្រឹងសមត្ថភាពរៀបចំផែនការ និងអនុវត្តការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មប្រកបដោយនវានុវត្តន៍មានភាពធន់ទ្រាំទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការទីផ្សារ។ ការយល់ដឹងពីវាក្យស័ព្ទនិងពាក្យនីមួយៗនៅក្នុងឯកសារការធានាគុណភាព គឺជាមូលដ្ឋានចាំបាច់មួយដើម្បីអនុវត្តឲ្យមានប្រសិទ្ធិភាព(**ឧបសម្ព័ន្ធទី ១**)។

ស្របនឹងបរិបទនេះ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម ដែលជាអង្គភាពក្រោមបង្គាប់របស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងដោយមានការឧបត្ថម្ភហិរញ្ញវត្ថុពី IFAD មានកាតព្វកិច្ចរៀបចំ

គោលនយោបាយ យុទ្ធសាស្ត្រ និងឧបករណ៍នានា។ គោលការណ៍ណែនាំនេះ និងគាំទ្រដល់ការរៀបចំផែនការនិងការអនុវត្តការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនិងប្រសិទ្ធិផល។

ដើម្បីសម្រេចបាននូវលទ្ធផលដ៏ធំធេងនៃក្របខណ្ឌគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម របស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទ ជាការចាំបាច់ណាស់ដែលយើងត្រូវបង្កើនសមត្ថភាពអង្គភាពនិយ័តករទាំងនៅថ្នាក់កណ្តាល និងថ្នាក់ខេត្តជាមុនសិន បន្ទាប់មកលើកកម្ពស់ការយល់ដឹង លើការធានាគុណភាពដល់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម វាពិតប្រាកណាស់ហើយថា នៅក្នុងអំឡុងពេលនៃការអនុវត្ត បញ្ហាប្រឈមខ្លះៗពិតជាមានដូចជាកង្វះខាតធនធានមនុស្សនិងហិរញ្ញវត្ថុនៅដំណាក់កាលដំបូង ដែលចាំបាច់ត្រូវបន្តគិតគូរនិងដោះស្រាយពេញមួយវដ្តជីវិតគម្រោង។ ផ្អែកតាមការអនុវត្តនិងមេរៀនបទពិសោធន៍ គោលការណ៍ណែនាំលើការធានាគុណភាពទាំងនេះគួរដាក់បញ្ចូលបន្ថែម ដោយធ្វើយ៉ាងណាឲ្យមានការឆ្លើយតបទៅនឹងគ្រប់លក្ខខណ្ឌកំណត់ទាំងអស់។

១.២ មុខងារនៃការធានាគុណភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

គោលការណ៍ណែនាំការធានាគុណភាព នេះគឺជាការអនុវត្តការផ្សព្វផ្សាយដែលមានលក្ខណៈប្រទាក់ក្រឡាគ្នា អាចថាពេលខ្លះមានវិធីសាស្ត្រ និងវិសាលភាពខុសៗគ្នាក៏ដោយ ប៉ុន្តែជាទូទៅវាបានគូសបញ្ជាក់និងផ្តល់នូវនីតិវិធីគំនិតនិងការវាយតម្លៃ ឆ្ពោះទៅរកលទ្ធផលដែលចង់បាន ដូច្នេះហើយតួអង្គសំខាន់ៗទាំងអស់ដែលប្រតិបត្តិការងារសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា ទោះបីគេមានប្រភពថវិកាឯករាជ្យក្តី ពួកគេគួរស្វែងយល់និងអនុវត្តដំណើរការវាយតម្លៃការធានាគុណភាព ឲ្យមានលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធនិងនៅគ្រប់ដំណាក់កាលនីមួយៗនៃវដ្តរបស់គម្រោង។ លើសពីនេះទៀត ក្នុងសមត្ថភាពនាអនាគតរបស់និយ័តករ (ឧទា.នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម) ដែលជាសេនាធិការឲ្យក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ព្រមទាំងទទួលបាននូវបទពិសោធន៍និងមេរៀននៃការអនុវត្តគោលការណ៍នៃការធានាគុណភាពនេះ តួនាទី របស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គួរជាអ្នកត្រួតពិនិត្យគុណភាព (Quality Controller [QC]) ។ កិច្ចការនេះអាចទទួលជោគជ័យគួរតែមានបទដ្ឋានគតិយុត្តក្រោមច្បាប់ ដូចជាសេចក្តីប្រកាសឬលិខិតផ្សេងៗដែលមានតម្លៃប្រហាក់ប្រហែលនឹងចេញដោយក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ព្រមទាំងកិច្ចសហការពី អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ទាំងអស់ឲ្យចុះបញ្ជីឈ្មោះស្ថាប័ន ឬ អង្គការនៅ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីធានាដល់ការអនុវត្តគោលការណ៍ការធានាគុណភាពនេះឲ្យមានប្រសិទ្ធភាពនិងចីរភាព។

គោលដៅចម្បងនៃគោលការណ៍ណែនាំការធានាគុណភាព នេះគឺដើម្បីផ្តល់នូវគំនិតទស្សនៈទានជម្រើស ឬការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តប្រកបដោយគុណភាពដល់អង្គភាពនិយ័តករនិង អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីជួយពួកគេក្នុងការធ្វើផែនការនិងអនុវត្តសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មប្រកប ដោយប្រសិទ្ធិភាពនិងប្រសិទ្ធិផល បើទោះយ៉ាងនេះ វាជាមុខងារផ្ទៃក្នុងរបស់អង្គភាពនិយ័តកម្ម និងបុគ្គលិករបស់ខ្លួន ដើម្បីធានាថាការអនុវត្តរបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺសម្រេចបានលទ្ធផលយ៉ាងល្អប្រសើរ។

ប្រសិនបើគោលការណ៍ណែនាំនេះ ត្រូវបានចែកចាយបានយ៉ាងល្អនោះវានឹងជួយពន្លឿនការអនុវត្តកម្មវិធី ហើយនឹងមិនត្រឹមតែជួយកសិករឲ្យមានការយល់ដឹង មានទំនុកចិត្ត មានសមត្ថភាពក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងជួយផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបថរបស់ពួកគេឲ្យទទួលយកនិងចែករំលែកចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ពីការអនុវត្តកសិកម្មថ្មីយ៉ាងឆាប់រហ័សទៅដល់កសិករដទៃទៀតទាំងនៅក្នុង និងក្រៅសហគមន៍របស់ពួកគេដោយស្ម័គ្រចិត្ត។

១.៣ ការប្រើប្រាស់គោលការណ៍ណែនាំ

គោលការណ៍ណែនាំនេះ ជាឯកសារ/អំណះអំណាងចង្អុលបង្ហាញពីលំហូរសកម្មភាពក្នុងកិច្ចដំណើរការតាមទម្លាប់ ឬការអនុវត្តន៍ដ៏ត្រឹមត្រូវមួយ។ គោលការណ៍ណែនាំស្តីពីការធានាគុណភាពការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវបាន

ដាក់ចេញ ហើយអង្គភាពនិយ័តកររបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ទាំងនៅថ្នាក់កណ្ដាលនិងថ្នាក់ខេត្ត និង អ្នកផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គួរប្រើគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់រៀបចំផែនការនិងសកម្មភាពសម្រាប់ការវាយតម្លៃលទ្ធផលការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឲ្យមានគុណភាពខ្ពស់។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ គោលការណ៍ណែនាំនីមួយៗមានគោលបំណងជាក់លាក់របស់ខ្លួន ពេលវេលានិងតួអង្គសំខាន់ខុសៗគ្នា ក្នុងការប្រើប្រាស់គោលការណ៍ណែនាំនេះ។

គោលការណ៍ណែនាំទី១ គឺពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការធានាគុណភាពសម្រាប់អ្នកផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ជំហានសំខាន់ៗចំនួន ៣ គួរតែត្រូវបានពិចារណាឲ្យបានដិតដល់ (១) ដំណាក់កាលរៀបចំ (២) ដំណាក់កាលជ្រើសរើស និង (៣) ដំណាក់កាលអនុវត្ត។ នៅក្នុងដំណាក់កាលដំបូងនៃវដ្ដគម្រោង វាចាំបាច់ណាស់ដែលកម្មវិធីត្រូវបង្កើតគណៈកម្មាធិការជ្រើសរើសមួយ និង/ឬមន្ត្រីទទួលខុសត្រូវដែលជាតំណាងមកពីអង្គភាពផ្សេងៗ ដូចជាលទ្ធកម្ម/ធនធានមនុស្ស និងមន្ត្រីកម្មវិធីដើម្បីបំពេញសកម្មភាពទាំងនេះ។ ចំណែកឯការវាស់ស្ទង់លទ្ធផលអនុវត្តរបស់អ្នកផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម កម្មវិធីអាចចាត់តាំងក្រុមមនុស្ស ២-៣ នាក់ដើម្បីធ្វើការវាយតម្លៃលទ្ធផលនៅអំឡុងពេលឬនៅពេលបញ្ចប់គម្រោង ដោយផ្អែកលើសូចនាករ។ លទ្ធផលពីការវាយតម្លៃអាចប្រាប់ដល់កម្មវិធីថាតើអ្នកផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អនុវត្តភារកិច្ចរបស់ខ្លួនបានកម្រឹតណា " ល្អខ្លាំងណាស់ ខ្សោយ" ។ល។

គោលការណ៍ណែនាំទី២ ដែលមានបង្ហាញនៅក្នុងឯកសារនេះ គឺពិពណ៌នាអំពីដំណើរការអនុវត្ត និងរបៀបវាយតម្លៃគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មានស្រាប់ដែលនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្មប្រមូលបានក្នុងរយៈកាលកន្លងមក ។ គោលការណ៍ណែនាំនេះក៏អាចត្រូវបានប្រើសម្រាប់អ្នកដែលចង់បង្កើតសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មថ្មី ស្របទៅនឹងតម្រូវការថ្មីផងដែរ។

គោលការណែនាំទី៣ ពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការវាយតម្លៃលើតម្រូវការរបស់កសិករ ដែលរៀបរាប់អំពីការកំណត់និងចាត់អាទិភាពលើតម្រូវការរបស់កសិករ។ សកម្មភាពនេះ គួរត្រូវបញ្ចប់នៅដំណាក់កាលដំបូងនៃការអនុវត្តគម្រោង ជាពិសេសក្រោយការចុះកិច្ចសន្យា។ ប្រសិនបើគ្មានការវាយតម្លៃតម្រូវការរបស់កសិករទេ នោះវានឹងពិបាកក្នុងការកំណត់ពីកិច្ចការអ្វីដែលត្រូវធ្វើ និងថាតើត្រូវផ្ដល់ដំណោះស្រាយដល់កសិករអ្វីខ្លះ។

គោលការណ៍ណែនាំទី៤ គឺពាក់ព័ន្ធនឹងការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ ពោលគឺការប្រមូលទិន្នន័យនិងព័ត៌មាននៃការផ្គត់ផ្គង់និងតម្រូវការទីផ្សារ រួមទាំងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនិងសេដ្ឋកិច្ចសង្គម។ កិច្ចការនេះគួរតែត្រូវបានធ្វើឡើងនៅក្នុងដំណាក់កាលដំបូងនៃការអនុវត្តគម្រោង និងមិនត្រូវប្រើប្រាស់វាត្រឹមតែជាព័ត៌មានដើមគ្រាប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏ជាមូលដ្ឋាននៃសំណើសុំសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយ ដើម្បីបំពេញគម្លាតទីផ្សារលើវិស័យអាទិភាពដូចជាដំណាំដែលមានតម្លៃខ្ពស់ ចិញ្ចឹមសត្វ និងផលិតផលកសិកម្មផ្សេងទៀត ហើយត្រូវមានផលប៉ះពាល់តិចបំផុតលើបរិស្ថាន/ធនធានធម្មជាតិ រួមទាំងបញ្ហាសង្គមនិងវប្បធម៌។

គោលការណ៍ណែនាំចុងក្រោយ គឺពាក់ព័ន្ធនឹងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដែលពិពណ៌នាអំពីវិធីសាស្ត្រសកម្មដែលបានជ្រើសរើស (ដូចជា ក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច កសិដ្ឋាន/ស្រែបង្ហាញ ទិវាបង្ហាញ ជាដើម) ដើម្បីផ្លាស់ប្ដូរ/បញ្ជូនសារកសិកម្មទៅកសិករ។ យើងអាចវាយតម្លៃសកម្មភាពនេះបានអំឡុងពេល និងក្រោយពេលគម្រោងបញ្ចប់។

២. គោលបំណងនិងគោលការណ៍ជាគន្លឹះ

២.១ គោលបំណង

គោលបំណងរួមនៃឯកសារនេះ គឺដើម្បីណែនាំដល់អង្គភាពនិយ័តករ និងមន្ត្រីរបស់ខ្លួនអំពីរបៀបត្រួតពិនិត្យនិងធានាគុណភាពនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ គោលការណ៍ណែនាំនេះក៏នឹងជួយដល់អ្នកផ្ដល់

សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ផងដែរក្នុងការរៀបចំផែនការនិងអនុវត្តគម្រោងរបស់ខ្លួនឲ្យបានកាន់តែប្រសើរឡើងដោយបញ្ចូលនូវធាតុផ្សំសំខាន់ៗនៃការធានាគុណភាព ដើម្បីសម្រេចបានលទ្ធផលដែលចង់បាន។ មានន័យថាបញ្ហារបស់កសិករ អាចត្រូវបានដោះស្រាយបានយ៉ាងល្អ ហើយសកម្មភាពកសិកម្មផ្អែកលើនវានុវត្តន៍ (បច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីៗ) ធន់ទ្រាំនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងជាគំរូសម្រាប់អាជីវកម្មកសិកម្ម តាមរយៈការរៀបចំខ្សែច្រវាក់តម្លៃ និងកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។

គោលបំណងរយៈពេលខ្លីនិងមធ្យមជាក់លាក់របស់ឯកសារនេះរួមមាន៖

១) លើកទឹកចិត្តតួអង្គសំខាន់ៗឲ្យក្តាប់បាន និងយល់ដឹងអំពីសារៈសំខាន់នៃគោលការណ៍ណែនាំលើការធានាគុណភាពការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។
២) ផ្តល់ឧបករណ៍វាយតម្លៃស្តង់ដារ ក្នុងការប្រមូលទិន្នន័យនិងព័ត៌មានសម្រាប់គ្រប់សកម្មភាព ពាក់ព័ន្ធទាំងអស់។ ព័ត៌មាននេះនឹងត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាចំណុចគោល ដើម្បីធ្វើការប្រៀបធៀបទំនាក់ទំនងស្នាដៃនៃការផ្តល់សេវា។
៣) ជួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ រួមនិងបុគ្គលិករបស់ខ្លួនក្នុងការដាក់បញ្ចូលគុណលក្ខណៈនិងសូចនាករធានាគុណភាពចម្បងៗដើម្បីធានាឲ្យការរៀបចំផែនការនិងអនុវត្តការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មប្រកប ដោយគុណភាព។
៤) រួមចំណែកចង្អុលបង្ហាញក្នុងការតាក់តែងគោលនយោបាយ និង/ឬផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាតិនាពេលអនាគត ជាពិសេសលើការអនុវត្តថវិកា និងនិងការសម្រេចបាននូវលទ្ធផលដែលគ្រោងទុក។
៥) សម្រាប់រយៈពេលវែង វានឹងរួមចំណែកដល់ការបង្កើនប្រាក់ចំណេញ និងសុខុមាលភាពរបស់កសិករខ្នាតតូច ក៏ដូចជាកំណើនផលិតផលក្នុងស្រុកសរុប។

វិសាលភាពនៃគោលការណ៍ណែនាំការធានាគុណភាព គឺត្រូវបានប្រើជាទូទៅនៅកម្រិតកម្មវិធីដោយគ្រប់ដណ្តប់លើការអនុវត្តសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មទៅតាមស្តង់ដារគុណភាព ដែលកម្មវិធីរំពឹងទុក នឹងត្រូវបានកែតម្រូវជាប្រចាំស្របតាមបទពិសោធន៍ជាក់ស្តែងដែលទទួលបានពីការអនុវត្តកម្មវិធី។

២.២ គោលការណ៍គន្លឹះនៃឯកសារនេះ

គោលការណ៍គន្លឹះនៃការធានាគុណភាព មានដូចតទៅ៖

- **ផ្តល់ឧបករណ៍ស្តង់ដារ និងតម្លៃវិជ្ជាជីវៈរបស់ស្ថាប័ន** មានន័យថាបុគ្គលគ្រប់រូបមានសម្លេង និងទំនុកចិត្តដូចគ្នាក្នុងការបំពេញភារកិច្ចរបស់ខ្លួនតាមស្តង់ដារកម្រិតខ្ពស់។ គោលការណ៍នេះមិនគ្រាន់តែជាឱកាសបន្ថែមសម្រាប់បុគ្គលមួយរូបៗប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែសម្រាប់ស្ថាប័នរបស់ពួកគេផងដែរ ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សមត្ថភាពអនុវត្ត។
- **ផ្តល់តម្លៃបន្ថែម** មានន័យថាជាការច្របាច់បញ្ចូលនិងពង្រឹងផែនការ និងការអនុវត្តដំណើរការកសិកម្មដែលមានស្រាប់ដោយផ្តល់នូវការវិភាគជាយុទ្ធសាស្ត្រនិងអនុសាសន៍ដែលមានប្រយោជន៍បានទាន់ពេលវេលាដល់អ្នកធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តថ្នាក់កណ្តាល និងគាំទ្រដល់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ។
- **ផ្តោតលើលទ្ធផលដែលចង់សម្រេចបាន** មានន័យថាផ្តោតទៅលើការវាស់វែងលទ្ធផលដែលកម្មវិធីសម្រេចបានជាជាងផ្តោតលើសកម្មភាព។ លើសពីនេះទៅទៀតវិធីសាស្ត្រដែលពួកគេប្រើប្រាស់គួរផ្តោតលើ ប្រព័ន្ធនវានុវត្តន៍ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ ភាពធន់ទ្រាំនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងឆ្លើយតបទីផ្សារ តាមរយៈវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយបែបសកម្ម។
- **ពង្រឹងគណនេយ្យភាព ភាពជាម្ចាស់និងការសម្រេចចិត្ត តាមរយៈការប្រើប្រាស់ភស្តុតាងជាក់ ស្តែង** មានន័យថាការវាស់វែងលើស្នាដៃ ត្រូវពឹងផ្អែកលើមូលដ្ឋានអប្បបរមានៃសូចនាករ ដើម្បីលើកកម្ពស់ការសម្រេចចិត្តផ្អែកលើព័ត៌មានជាក់ស្តែង។

- **ប្រសិទ្ធភាពតម្លៃ** មានន័យថាគោលការណ៍ណែនាំលើការធានាគុណភាពនេះនឹងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍បន្ទាប់បន្សំ និងតម្លៃប្រតិបត្តិការដែលធ្វើការវិនិយោគតាមអភិក្រម និងវិធីសាស្ត្របែបនេះ។
- **សម្របសម្រួល សហប្រតិបត្តិការ និងចងជាបណ្តាញ** មានន័យថាគោលការណ៍ណែនាំលើការធានាគុណភាពនឹងបង្កើនកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ កិច្ចសហការនិងការចងក្រងបណ្តាញក្នុងចំណោមអង្គភាពនិយ័តករ និងអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ។
- **ដកស្រង់មេរៀន/រៀនសូត្រ** មានន័យថាគោលការណ៍ណែនាំលើការធានាគុណភាព មិនសំដៅធ្វើការត្រួតពិនិត្យ និងសវនកម្មទេ ប៉ុន្តែដើម្បីការពាររាល់បញ្ហា និងភាពយឺតយ៉ាវដែលអាចកើតមាននៅពេលអនុវត្តពីដើមដំបូងរួចផ្តល់អនុសាសន៍ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនោះ។ វាជាការពិតដែលថាសមត្ថភាពក្នុងការអនុវត្តជាទូទៅចាំបាច់តែត្រូវពង្រឹងជាបន្តបន្ទាប់។

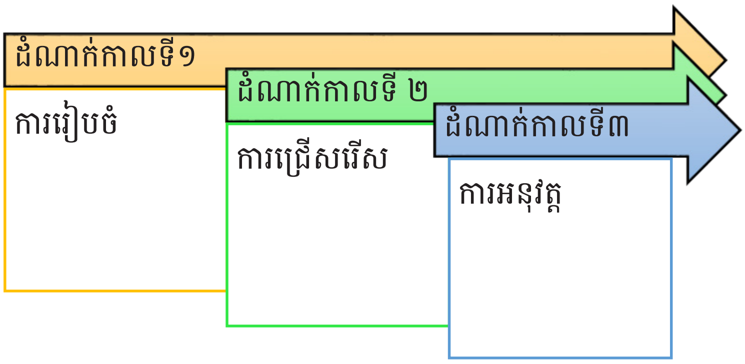
៣. គោលការណ៍ណែនាំលើការធានាគុណភាព

ក្នុងការអនុវត្តជាទូទៅ ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយដោយមានការធានាគុណភាពគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការធានាឲ្យមានលក្ខណៈស្តង់ដារក្នុងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ ការគ្រប់គ្រងនិងវាយតម្លៃលើអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ប្រកបដោយលក្ខណៈវិជ្ជាជីវៈ មិនថាអ្នកចូលរួមនោះជាអ្នកណានោះទេ។ ដូច្នេះហើយ យើងសូមលើកយកគោលការណ៍ណែនាំការធានាគុណភាព ទាំងប្រាំនេះមកពន្យល់។

៣.១ ការធានាគុណភាពលើអ្នកផ្តល់សេវាសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-AESP)

៣.១.១.លក្ខណៈសម្បត្តិ

ផ្អែកតាមការសិក្សាស្រាវជ្រាវបទពិសោធន៍ពីអតីតកាលនិងការទទួលមតិយោបល់ពីភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗ លក្ខណៈសម្បត្តិរបស់ការធានាគុណភាពអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវបានកំណត់ក្នុងដំណាក់កាលសំខាន់ៗបីដូចតទៅ ១) ការរៀបចំ ២) ការជ្រើសរើស និង ៣) ការអនុវត្ត(រូបភាពទី ២) ។



រូបភាពទី ២: ដំណាក់កាលសំខាន់ៗទាំងបីនៃការធានាគុណភាពអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ដំណាក់កាលរៀបចំ

តាមសៀវភៅណែនាំលើការអនុវត្តគម្រោង (**PIM**) **នៃកម្មវិធី ASPIRE** (**ឆ្នាំ ២០១៥**) បានលើកឡើងពីសារៈសំខាន់នៃការប្រមូលព័ត៌មានបឋមនៃអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលប្រតិបត្តការងារនៅក្នុងតំបន់គោលដៅមុននឹងរៀបចំសកម្មភាព។ ព័ត៌មាននេះនឹងជួយឲ្យការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តកាន់តែប្រសើរក្នុងដំណើរការជ្រើសរើស និងរួមចំណែកដល់គុណភាពនៃសេវាកម្ម។

ជាទូទៅក្នុងដំណើរការជ្រើសរើសស្ថាប័នណាមួយក៏ដោយនៅក្នុងពិភពលោក គួរអនុវត្តសកម្មភាពដូចខាងក្រោមនេះ៖

- ការរៀបចំក្រមប្រតិបត្តិដែលត្រូវអនុវត្ត(TOR)

- ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ
- បង្កើតគណៈកម្មការសម្ភាសន៍មួយដែលមានតំណាងពីអង្គភាពពាក់ព័ន្ធរបស់កម្មវិធី និង
- ដំណើរការសម្ភាសន៍។

កត់សំគាល់ថា រាល់ទម្រង់(ឧទា.ក្រមប្រតិបត្តិដែលត្រូវអនុវត្ត) និងដំណើរការ (ឧទា.ជ្រើសរើសបុគ្គលិក) របស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និង/ឬកម្មវិធីលទ្ធកម្ម ដែលមានស្រាប់គួរជំរុញយកមកប្រើ។

ដំណាក់កាលជ្រើសរើស

Hanyani-Mlambo, B (ឆ្នាំ ២០០២) បានលើកឡើងថា អ្នកផ្តល់សេវាកម្មដែលមានគុណភាពត្រូវមានមូលដ្ឋានប្រតិបត្តិការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនិងប្រសិទ្ធផល សមត្ថភាពនៃការផ្តល់សេវាកម្មប្រកប ដោយភាពបត់បែននិងភាពជឿជាក់ មានទីតាំងភូមិសាស្ត្រ សមត្ថភាពបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន កិច្ចសហការនិងបណ្តាញ ស្ថិរភាពរបស់ក្រុមហ៊ុននិងបង្ហាញថាជា "សេវាដែលគេចង់បានច្រើន" ឬជាតម្រូវការរបស់អតិថិជន។

លោក Kalim Qamar (ឆ្នាំ ២០០៥) លើកឡើងពីទិដ្ឋភាពសំខាន់ៗ ដែលអ្នកផ្តល់សេវាត្រូវផ្តល់រួមមានរយៈពេលនៃការបង្កើតអង្គភាព ទីតាំងប្រតិបត្តិការ បរិក្ខាររូបវ័ន្តដូចជាមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនសម្ភារៈការិយាល័យ បរិក្ខារទំនាក់ទំនង សម្ភារៈជំនួយផ្នែកសម្លេងនិងរូបភាព ទំនាក់ទំនងប្រតិបត្តិការជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ប្រភពមូលនិធិនិងនិរន្តរភាព (ដែលត្រូវរក្សាជាការសម្ងាត់) ។

ធនាគារពិភពលោក (១៩៩៩) បានកំណត់លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដើម្បីវាយតម្លៃអ្នកផ្តល់សេវា ហើយចំណុចនីមួយៗត្រូវបានផ្តល់ពិន្ទុ (និងមានទម្ងន់) រួមមានៈ ១) បទពិសោធន៍/សាវតារបស់ស្ថាប័ន (២៥%) ២) អភិក្រម និងវិធីសាស្ត្រនៃការផ្តល់សេវា (៥០%) ៣) សមត្ថភាពរបស់បុគ្គលិកបង្គោល (១៥%) និងផ្នែកពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត (១០%)។ ស្រដៀងគ្នានេះផងដែរ សិក្ខាសាលាផ្តល់សុពលភាពស្តីពីការវាយតម្លៃលើតម្រូវការរបស់កសិករ ក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច និងសាលារៀនស្រែកសិករ ដែលបានធ្វើឡើងកាលពីខែកក្កដា ឆ្នាំ ២០១៧ ដោយនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម បានស្នើឲ្យមានការដាក់ពិន្ទុឬទម្ងន់ ៤០% សម្រាប់អត្តសញ្ញាណរបស់អង្គភាព ៣០%សម្រាប់សមត្ថភាពនិងបទពិសោធន៍របស់អង្គភាព ២០% សម្រាប់ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រង និង១០% ទៀតនៅសល់គឺសម្រាប់កត្តាផ្សេងទៀត។

ដំណាក់កាលអនុវត្ត

John, S (ឆ្នាំ ២០០១) លើកឡើងថាអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ល្អបំផុត គឺជាស្ថាប័នដែលអាចបំពេញតម្រូវការ និងការជឿជាក់របស់អតិថិជនបាន។ លើសពីនេះ ការងាររបស់ពួកគេត្រូវផ្អែកលើលទ្ធផលជាមូលដ្ឋាន មានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងទិន្នន័យល្អ មានសេវាឆ្លើយតបច្រើន ស្របតាមតម្រូវការច្បាប់ និងមានការគិតគូរខាងក្រមសីលធម៌។

LEAD (ឆ្នាំ ២០១៥) បានផ្តល់នូវគោលការណ៍គ្រប់គ្រងគុណភាពនៃអ្នកផ្តល់សេវា ដើម្បីអនុវត្តលំហូរប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការដូចខាងក្រោម: ១) យកចិត្តទុកដាក់លើអតិថិជន បំពេញតម្រូវការអតិថិជន និងខិតខំប្រឹងប្រែងសម្រេចឲ្យបានលើសពីការរំពឹងទុករបស់អតិថិជន ២) ថ្នាក់ដឹកនាំគ្រប់កម្រិត គួរបង្កើតឲ្យមានគោលបំណងរួម ទិសដៅ និងបង្កើតលក្ខខណ្ឌដែលបុគ្គលិកគ្រប់រូបអាចចូលរួមក្នុងការសម្រេចគោលដៅប្រកបដោយគុណភាពរបស់ស្ថាប័ន ៣) មានការចូលរួមពីបុគ្គលិកដែលមានសមត្ថភាព ផ្តល់អំណាចនិងឲ្យបុគ្គលិកចូលរួមដើម្បីបង្កើនសមត្ថភាពក្នុងការបង្កើតនិងផ្តល់តម្លៃ ៤) វិធីសាស្ត្រដំណើរការ ដោយមានលទ្ធផលច្បាស់លាស់អាចព្យាករណ៍បាន មានប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធផល ៥) បន្តការកែលម្អ និងបង្កើតឱកាសថ្មីៗ។

Murari, S និង **Michael, K** (**ឆ្នាំ ២០១៦**) ផ្តល់នូវ ៩ ចំណុចសម្រាប់វាយតម្លៃគុណភាពអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដូចជា: ១) មានផែនការល្អ ២) មានការសម្របសម្រួល / សហការក្នុងការអនុវត្តគម្រោង ៣) បន្ទាបខ្លួន ៤) ទំនាក់ទំនងប្រកបដោយទំនុកចិត្ត ៥) កសាងទំនាក់ទំនងជាសាធារណៈ ៦) ឲ្យតម្លៃលើភាពសម្បូរបែប ៧) ទទួលបានការអប់រំ និងបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន ៨) វាយតម្លៃលទ្ធផល និង ៩) ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពចំណេះដឹង។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរ**សាកលវិទ្យាល័យ Wisconsin Extension** (**ឆ្នាំ ២០១៤**) ផ្តល់គំរូ/មគ្គុទេសន៍តក្កវិជ្ជានៃគុណភាពការធ្វើផែនការ និងអនុវត្តកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយដែលផ្តោតទៅលើធាតុចូល *(តើគោលដៅអ្វីដែលយើងត្រូវសម្រេចបាន?) ទិន្នផល (តើយើងត្រូវធ្វើអ្វីខ្លះដើម្បីធានាសម្រេចបានគោលដៅ ?)* និង លទ្ធផល/ផលជះឬឥទ្ធិពល(តើការផ្លាស់ប្តូរអ្វីដែលយើងរំពឹងឬសង្ឃឹមទុកថាកើតមានក្នុងរយៈពេលខ្លី មធ្យម និងវែង?)។ រយៈពេលខ្លី ទាក់ទងនឹងការទទួលបាននូវចំណេះដឹង។ រយៈពេលមធ្យម ពាក់ព័ន្ធលើការផ្លាស់ប្តូរកាឥរិយាបថ និងគោលដៅចុងក្រោយ/រយៈពេលវែង គឺអំពីគុណភាពជីវិត/និរន្តភាព នៃការផ្លាស់ប្តូរ។

អនុសាសន៍លើការធានាគុណភាពអ្នកផ្តល់សេវា ដែលទទួលបានពីកិច្ចប្រជុំរបស់អនុគណៈកម្មាធិការបច្ចេកទេសកសិកម្ម (NATC) ដែលធ្វើឡើងនៅថ្ងៃទី០៤ ខែសីហា ឆ្នាំ២០១៧ រួមមាន i) ដាក់បញ្ចូលឧបករណ៍ឬវិធីសាស្ត្រដើម្បីវាស់វែងការផ្លាស់ប្តូរចំណេះដឹង ឥរិយាបថ និងការអនុវត្តរបស់កសិករ ii) បញ្ជាក់លើអំណះអំណាងធានាជួយដល់កសិករក្នុងការលក់ផលិតផលរបស់គេ iii) ទទួលយកការជ្រើសរើសក្នុងករណីដែលមានសហគមន៍កសិកម្ម (AC) ចូលរួមក្នុងគម្រោងនិង iv) លើកទឹកចិត្តការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍ (ឧ. ហ្វេសប៊ុក តេលេក្រាម) ជាមធ្យោបាយមួយដ៏មានប្រសិទ្ធិភាពក្នុងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

ផ្អែកតាមការរៀបរាប់ខាងលើរូបភាពទី៣ បង្ហាញពីក្របខណ្ឌទូទៅលើការវាយតម្លៃស្នាដៃហើយ ចំណុចលម្អិតគឺមានបង្ហាញជូននៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធទី៣ នៃឯកសារនេះ។

ចរិតលក្ខណៈគ្រប់ការធានាគុណភាពនៃអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម AESP

១. ដំណាក់កាលត្រៀមរៀបចំ
- ១.១ ធ្វើបញ្ជីសារពើភណ្ឌនៃ អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (AESP)
- ១.២ រៀបចំលក្ខខណ្ឌយោងការងារសម្រាប់ អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (AESP)
- ១.៣ ការផ្សព្វផ្សាយ
- ១.៤ ការបង្កើតលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសម្រាប់បញ្ជីសម្រាំងនៃអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (AESP)
- ១.៥ រៀបចំសម្ភាសន៍

២. ដំណាក់កាលជ្រើសរើស
- ២.១ អត្តសញ្ញាណស្ថាប័ន
- ២.២ សមត្ថភាពរបស់ស្ថាប័ន
- ២.៣ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ស្ថាប័ន
- ២.៤ កិច្ចសហប្រតិបត្តិការនិងការភ្ជាប់បណ្តាញជាមួយអ្នកដទៃ

៣. ដំណាក់កាលអនុវត្ត
- ៣.១ គុណភាពផ្អែកលើធាតុចូល
- ៣.២ គុណភាពផ្អែកលើសកម្មភាព
- ៣.៣ គុណភាពផ្អែកលើលទ្ធផលរយៈពេលខ្លី និង
- ៣.៤ គុណភាពផ្អែកលើលទ្ធផលរយៈពេលមធ្យមនិងវែង

រូបភាពទី ៣: លក្ខណៈសម្បត្តិចំបងការធានាគុណភាព អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA AESP)

៣.១.២ ដំណើរការអនុវត្ត

ដំណាក់កាលរៀបចំ

ដំណាក់កាលនេះសំដៅជ្រើសរើសឲ្យបានអ្នកផ្ដល់សេវាដែលមានគុណភាព ដែលគួរស្ថិតនៅក្រោមការទទួលខុសរបស់ផ្នែកលទ្ធកម្មរបស់កម្មវិធី។ ចំនួនសកម្មភាពជាច្រើនដែលត្រូវបំពេញមានដូចជា i) ការប្រមូលព័ត៌មានស្ដីពីអ្នកផ្ដល់សេវាដែលមានស្រាប់នៅក្នុងតំបន់ (សូមមើលទម្រង់ ទី១ នៃការធានាគុណភាពអ្នកផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ក្នុង **ឧបសម្ព័ន្ធទី ២**) និង ii) ការរៀបចំក្រមប្រតិបត្តិដែលត្រូវអនុវត្ត(TOR) iii) ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយសមស្រប និង iv) ការរៀបចំលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យវាយតម្លៃសម្រាប់បញ្ជីសម្រាំង និងសំណួរគន្លឹះសម្រាប់ការសម្ភាសន៍ និងគណៈកម្មការជ្រើសរើស (សូមមើលទម្រង់ទី២ នៃការធានាគុណភាពអ្នកផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ក្នុង **ឧបសម្ព័ន្ធទី ២**)។ គួរកត់សំគាល់ថារាល់ឯកសារគតិយុត្តក្រោមច្បាប់និងបទដ្ឋាននានាដែលមានស្រាប់របស់កម្មវិធី ASPIRE រួមទាំងទម្រង់នានាគួរយកមកអនុវត្តដូចជា ដំណើរការជ្រើសរើស និងបែបបទក្រមប្រតិបត្តិដែលត្រូវអនុវត្ត។

ដំណាក់កាលជ្រើសរើស

ការជ្រើសរើសអ្នកផ្ដល់សេវាមានគោលបំណងជ្រើសរើសអ្នកផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដែលមានសមត្ថភាពបំពេញការងារហើយគួរស្ថិតនៅក្រោមការទទួលខុសត្រូវ របស់សមាជិកគណៈកម្មការដែលបានតែងតាំងដោយកម្មវិធី ឬអង្គភាពតាមខ្សែបណ្ដោយពាក់ព័ន្ធ (ដូចជា នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម ឬមន្ទីរកសិកម្មខេត្ត)។ សកម្មភាពចម្បងៗមួយចំនួន ត្រូវអនុវត្តរួមមានៈ i) ការរៀបចំសំណួរគន្លឹះសម្រាប់សម្ភាសន៍ (ii) រៀបចំសមាជិកគណៈកម្មការ (iii) ការសម្ភាសន៍ iv) ការវាយតម្លៃបេក្ខជនដោយប្រើប្រាស់ទម្រង់ទី៣ ការធានាគុណភាពអ្នកផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៅក្នុង **ឧបសម្ព័ន្ធទី ២** v) ការរៀបចំកំណត់ហេតុនៃការសម្ភាសន៍ ហើយជំហានចុងក្រោយគឺត្រូវប្រកាសអ្នកទទួលបានកិច្ចសន្យា (សូមមើលទម្រង់ទី៤ ការធានាគុណភាពអ្នកផ្ដល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ នៅក្នុង **ឧបសម្ព័ន្ធទី ២**។

ក្នុងការសម្រេចចិត្តជ្រើសរើស អ្នកផ្ដល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម វិធានការណ៍ចំនួនបី ត្រូវបានស្នើឡើងៈ

១. មាត្រដ្ឋានវាយតម្លៃ (សូមមើលតារាងទី ១)
២. ចំណាត់ថ្នាក់ពិន្ទុ (សូមមើលតារាងទី ២) និង
៣. មាត្រដ្ឋានទម្ងន់ (សូមមើលតារាងទី ៣) ។

តារាងទី ១: មាត្រដ្ឋានវាយតម្លៃនៃការជ្រើសរើសការធានាគុណភាពអ្នកផ្ដល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ

ពិន្ទុ	មានន័យថា
១	ត្រូវ ឬ ត្រូវតិចតួច
២	ប្រហែលជាត្រូវខ្លះ ប៉ុន្តែតិចបំផុត
៣	ហាក់ត្រូវច្រើន
៤	ត្រូវបានច្រើនល្អ
៥	ស្ដែងចេញ ឬបង្ហាញពីស្តង់ដាគុណភាព

តារាងទី ២: ចំណាត់ថ្នាក់ពិន្ទុនៃការជ្រើសរើសការធានាគុណភាពអ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ

ពិន្ទុជាមធ្យម	ចំណាត់ថ្នាក់	កំណត់ចំណាំ
លើសពី ៨០-១០០	ល្អឥតខ្ចោះ	ទទួលយកបាន
ពី ≥ ៦០ ទៅ ៨០	ល្អ	ទទួលយកបាននិងរក្សាទុកនៅក្នុងបញ្ជីឈ្មោះ ប្រសិនបើមិនត្រូវបានជ្រើសរើស
ក្រោម ៦០	មិនល្អ	មិនអាចទទួលយកបាន

តារាងទី ៣: មាត្រដ្ឋានទម្ងន់នៃការជ្រើសរើសការធានាគុណភាពអ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ

លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យវាយតម្លៃសម្រាប់ការជ្រើសរើសអ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ	ទម្ងន់
១. អត្តសញ្ញាណស្ថាប័ន	៣០%
២. សមត្ថភាពរបស់ស្ថាប័ន	៣០%
៣. ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ស្ថាប័ន	២០%
៤. កិច្ចសហប្រតិបត្តិការនិងបណ្តាញការងារ	២០%
សរុប	**១០០%**

ដំណាក់កាលអនុវត្ត

ដំណាក់កាលអនុវត្តគឺជាដំណាក់កាលមួយដ៏សំខាន់នៃការធានាគុណភាពរបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ។ វាមានបំណងវាយតម្លៃគុណភាពស្នាដៃរបស់អ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ ក្នុងអំឡុងពេលអនុវត្ត និងក្រោយពេលគម្រោងបញ្ចប់ ឬជាការវាយតម្លៃពាក់កណ្តាលអាណត្តិ (MTR) ។

ឧបករណ៍និង/ឬទម្រង់សមស្របត្រូវយកមកវាយតម្លៃលើប្រភេទសេវាកម្ម (**សូមមើលតារាងទី៤**) ហើយត្រូវពន្យល់ថាហេតុអ្វីបានជាទម្រង់នេះត្រូវជ្រើសរើសយកមកវាយតម្លៃសមិទ្ធិលទ្ធកម្មរបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើអ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ ត្រូវចូលរួមអនុវត្តគម្រោងទាំងមូលនោះ ត្រូវប្រើទម្រង់ដូចមានផ្តល់ក្នុងទម្រង់ទី៥ ការធានាគុណភាពអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ (សូមមើល **ឧបសម្ព័ន្ធទី ២**) តែបើអ្នកផ្តល់សេវា ផ្សព្វផ្សាយគ្រាន់តែបំពេញការងារលើការវាយតម្លៃតម្រូវការរបស់កសិករ (FNA)ទេ ទម្រង់ការធានាគុណភាពសម្ភារៈបណ្តុះបណ្តាលនៅក្នុង**ឧបសម្ព័ន្ធទី ៣** ត្រូវយកមកប្រើ។

តារាងទី ៤: សំណុំបែបបទជ្រើសរើសទម្រង់សម្រាប់ការវាយតម្លៃលទ្ធផលរបស់អ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ

ទម្រង់ត្រូវប្រើ / ភារកិច្ចត្រូវបំពេញ	សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (AEM)	វាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA)	តម្រូវការទីផ្សារ (MDA)	សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (AEA)	គម្រោង			
					ការវាស់វែងធៀបនឹងធាតុចូល	ការវាស់វែងធៀបនឹងសកម្មភាព	ការវាស់វែងធៀបនឹងទិន្នផល	ការវាស់វែងធៀបនឹងលទ្ធផល
សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (AEM)	XX							

វាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA)		xx						
តម្រូវការទីផ្សារ (MDA)			xx					
សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម(AEA)				xx				
គម្រោង					xx	xx	xx	xx

សម្រាប់ការវាស់វែងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពលើស្នាដៃការងាររបស់អ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយសូមប្រើប្រាស់តារាងទី១ និងទី២ មាត្រដ្ឋានវាយតម្លៃ និងចំណាត់ថ្នាក់ពិន្ទុ និងតារាងទី ៥ មាត្រដ្ឋានទម្ងន់ ។

តារាងទី ៥: មាត្រដ្ឋានវាយតម្លៃលើលទ្ធផលការធានាគុណភាពអ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ

ការធានាគុណភាពលើលទ្ធផលការងាររបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	**ទម្ងន់**
១. ការធានាគុណភាពស្នាដៃផ្អែកលើធាតុចូល	១៥%
២. ការធានាគុណភាពស្នាដៃផ្អែកលើសកម្មភាព	៤៥%
៣. ការធានាគុណភាពស្នាដៃផ្អែកលើលទ្ធផលរយៈពេលខ្លី	២០%
៤. ការធានាគុណភាពស្នាដៃផ្អែកលើលទ្ធផលចុងក្រោយ	២០%
សរុប	**១០០%**

លទ្ធផលវាយតម្លៃស្នាដៃរបស់អ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយ នឹងជួយដល់អ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយខ្លួនឯងផ្ទាល់ដើម្បីស្វែងយល់ថាតើពួកគេរួមទាំងបុគ្គលិកសំខាន់ៗធ្វើការបានល្អប៉ុណ្ណា? ហើយមានកង្វះចន្លោះអ្វីដែលត្រូវកែលម្អសម្រាប់ គម្រោងបន្ទាប់ប្រសិនបើកិច្ចសន្យារបស់ពួកគេអាចនឹងបន្ត/ឬពន្យារពេលនោះ។

កត់សំគាល់ថាបើមានអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកម្រិតមូលដ្ឋាន(មានន័យថាសហគមន៍កសិករ) ដែលគម្រោងចង់លើកតម្កើងចូលរួមក្នុងគម្រោង ជាការប្រសើរគួរធ្វើចំណាត់ថ្នាក់ និងវាយតម្លៃអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ កម្រិតមូលដ្ឋាននោះផ្សេងពីអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយជំនាញ។

៣.១.៣ ការរៀបចំស្ថាប័ន

ដើម្បីទទួលបានប្រសិទ្ធិផល និងប្រសិទ្ធភាព ក្រុមការងារដែលបានបង្កើតឡើងគួរនៅដែលនិងបន្តរក្សាឲ្យនៅដដែលទាំងគ្រប់បីដំណាក់កាល។ ក្នុងមួយក្រុមអាចមានមនុស្សពី ៣-៤ នាក់មកពីផ្នែកគ្រប់គ្រងលទ្ធកម្ម/ធនធានមនុស្ស និងកម្មវិធី។

ក្រុមនេះគួរមានការទទួលខុសត្រូវដូចជា៖

- រៀបចំលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសម្រាប់ជ្រើសសម្រាំងអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
- ផ្តល់ការណែនាំពីគោលការណ៍នេះដល់មន្ត្រីរបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
- រៀបចំកម្រងសំនួរសម្រាប់សម្ភាសន៍ សម្ភាសន៍និងធ្វើរបាយការណ៍

- បង្កើតកម្រងសំណួរ ឬប្រើប្រាស់គោលការណ៍ណែនាំសមស្របសម្រាប់ការវាយតម្លៃការអនុវត្ត/ធ្វើការវាយតម្លៃលទ្ធផលការងារ និងចែករំលែកលទ្ធផលវាយតម្លៃ ការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយដោយរាបបញ្ចូលទាំងមេរៀន និងបទពិសោធន៍ល្អ និងចែករំលែកមេរៀនល្អ+បទពិសោធន៍ល្អៗនេះទៅក្នុងវេទិកាផ្សេងៗ។
- រាយការណ៍ជូន អនុគណៈកម្មាធិការបច្ចេកទេសកសិកម្ម (NATSC) ឬ គណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មថ្នាក់ជាតិ (AEAC) ពាក់ព័ន្ធ តាមរយៈមន្ត្រីបង្គោលសំខាន់ៗរបស់កម្មវិធីប្រសិនជាចំបាច់។

ការទទួលខុសត្រូវទាំងនេះ ត្រូវបានអនុវត្តចំពោះគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ក្រោមការចង្អុលបង្ហាញពីគណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មថ្នាក់ជាតិ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយ កសិកម្ម និងត្រូវដឹកនាំលើការងារប្រតិបត្តិការ និងគ្រប់គ្រងសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ នៅថ្នាក់ខេត្តមន្ទីរកសិកម្មរុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទត្រូវបង្កើតឲ្យមានក្រុមមន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើម្បីទទួលខុសត្រូវក្នុងការរៀបចំ អនុវត្តនិងវាយតម្លៃគម្រោង ដោយត្រូវសម្របសម្រួលរាល់កម្មវិធីនិងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់នៅក្នុងខេត្តនីមួយៗ ហើយធានាថាគោលការណ៍ណែនាំលើការធានាគុណភាពនេះត្រូវបានដាក់បញ្ចូលនិងប្រើប្រាស់។

៣.២.ការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-AEM)

៣.២.១ លក្ខណៈសម្បត្តិ

គន្លឹះសំខាន់មួយដើម្បីសម្រេចបានភាពជោគជ័យនៃការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺត្រូវពឹងផ្អែកលើសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយដែលមានគុណភាព ដែលអាចធានាបានថាកសិករអាចយកបច្ចេកវិទ្យាថ្មីនេះទៅអនុវត្តបាន។ ដូច្នេះវាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការកំណត់ឲ្យបានច្បាស់លាស់ពីលក្ខណៈចំបង និងកត្តាជម្រុញ និងសូចនាករសំខាន់ៗ ហើយផលិតអាចបញ្ចូលធាតុទាំងនោះទៅក្នុងការរចនានិងផលិតកម្មរបស់ខ្លួនឲ្យមានលក្ខណៈទាក់ទាញនិងមានសារ/ខ្លឹមសារសំខាន់ៗនៅក្នុងសម្ភារៈទាំងនោះ។ មានការសិក្សាជាច្រើនលើប្រធានបទនេះដែលចាំបាច់ត្រូវយកមកពិចារណាក្នុងការពិនិត្យឡើងវិញនូវអ្វីដែលមានស្រាប់ និងការបង្កើតថ្មី។

Cummins (**ឆ្នាំ២០១៧**)បានរកឃើញនូវលក្ខណៈសម្បត្តិនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយដែលមានគុណភាព i) ការដាក់បញ្ចូលការស្រាវជ្រាវ និងវិទ្យាសាស្ត្រកសិកម្ម និងគោលការណ៍កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មចុងក្រោយបំផុតទៅក្នុងមាតិកានៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ ii) ការអនុវត្តជាក់ស្តែង ត្រូវបានដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងអនុសាសន៍ iii) ព័ត៌មាន គំនិត និងទស្សនទាននានា ត្រូវបង្ហាញឲ្យបានជាក់លាក់និងច្បាស់លាស់ (ពោលគឺ ប្រើប្រាស់ពាក្យតិចតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន និងដាក់បញ្ចូលសារជារូបភាព ដូចជា ក្រាហ្វិច រូបថត និង iv) ប្រើប្រាស់បទពិសោធន៍ជាក់ស្តែងនិងការអនុវត្តរបស់កសិករ គាំទ្រការរៀនសូត្រក្នុងចំណោមកសិករ។ ដូចគ្នាទៅនិង Pommier ទីប្រឹក្សាផ្នែក **ICT** និងគ្រប់គ្រងចំណេះដឹងអន្តរជាតិរបស់កម្មវិធី ASPIRE ដែលបានកត់សម្គាល់ឃើញថា ខ្លឹមសារបច្ចេកទេស ទម្រង់ និងទិន្នន័យធំៗ ដែលជាផ្នែកមួយនៃការធានាគុណភាពផងដែរ។

Bell, Hill និង Atallah (2013) បានផ្តល់អនុសាសន៍សំខាន់ៗដើម្បីបង្កើនគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយដោយត្រូវសង្កត់ធ្ងន់លើព័ត៌មានដែលអាចផ្លាស់ប្តូរបាន ការរៀបចំព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធ និងការរចនាបង្កើត សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយសមស្រប ប្រើប្រាស់ភាសាបច្ចេកវិទ្យាសាមញ្ញៗ ដោយត្រូវធានាការចូលរួមយ៉ាងសកម្មជាបន្តបន្ទាប់ពីអ្នកពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗរួមមានកសិករ អ្នកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អ្នកវិទ្យាសាស្ត្រ លើការរចនា និងតេស្តសាកល្បងមុនពេលដាក់ឲ្យប្រើប្រាស់យ៉ាងទូលំទូលាយនោះ។

ពាក់ព័ន្ធនិងខ្លឹមសាររបស់ការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម **សៀវភៅណែនាំលើការអនុវត្តកម្មវិធី ASPIRE (PIM)** បានរៀបរាប់ពីគោលការណ៍សំខាន់ៗចំនួន ៤ ដែលត្រូវដាក់បញ្ចូលនិងបញ្ជ្រាបនៅក្នុងកម្មវិធី ការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដែលរួមមានៈ ១.ការយកចិត្តទុកដាក់លើអ្នកទន់ខ្សោយ ២.សមភាពយេនឌ័រ ៣.អាជីវកម្មកសិកម្មដែលមានភាពធន់ទ្រាំ និងផលចំណេញ និង៤.ភាពធន់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ។ ការវាយតម្លៃពាក់កណ្តាលអាណត្តិរបស់ IFAD បានស្នើឲ្យមានការពិចារណាពីការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់លើបរិស្ថាន ធនធានធម្មជាតិ សេដ្ឋកិច្ចសង្គម និងវប្បធម៌អោយនៅតិចបំផុត។

ក្នុងន័យស្រដៀងគ្នានេះ នៅឆ្នាំ២០១៧ ក្រសួងបរិស្ថានបានចងក្រងសៀវភៅណែនាំ **"មាតិកានៃការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព"** ដោយបានលើកឡើងពីការព្រួយបារម្ភនៃផលប៉ះពាល់ខាងលើដែរ (សូមមើលរូបភាពខាងលើ)។

MRC (**ឆ្នាំ ២០០៧**) បានចង្អុលបង្ហាញពីរចនាបថដែលគួរប្រើ នៅពេលផ្សព្វផ្សាយឯកសារជាសាធារណៈ។ ឯកសារនេះមានគោលបំណងធានានូវភាពដូចគ្នា រូបភាពបែបវិជ្ជាជីវៈ ការសរសេរនិងទម្រង់ដ៏ល្អប្រពៃ នៃព្រឹត្តិប័ត្របោះពុម្ពផ្សាយឯកសារ និងរបាយការណ៍។ លក្ខណៈសម្បត្តិនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយដែលមានគុណភាពចំនួន៧ ត្រូវបានកំណត់ដូចខាងក្រោម៖

i) រចនាបថនៃការសរសេរជាភាសាអង់គ្លេស ii) ការប្រើប្រាស់ឯកសារយោង និងសម្រង់ឯកសារនានា
iii) ការប្រើតារាងនិងគំនូសតាង iv) ការបង្ហាញអំពីអ្នកនិពន្ធ (ទិន្នន័យចម្បង) v) ការដាក់បញ្ចូលសទ្ទានុក្រម
vi) ការដាក់បញ្ចូលអក្សរកាត់និងពាក្យកាត់ និង vii) ឈ្មោះទីកន្លែង រួមនិងលក្ខណៈភូមិសាស្ត្រ។

ចំណុចខាងលើត្រូវបានលើកយកមកពិភាក្សានៅក្នុងសិក្ខាសាលារបស់ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្មស្តីអំពី ការពិនិត្យ និងផ្តល់សុពលភាពលើសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលបានធ្វើឡើងពីថ្ងៃទី៣០ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៧ នៅភោជនីយដ្ឋានទន្លេបាសាក់២ ក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ប្រទេសកម្ពុជា។

សរុបមកវិញ រូបភាពទី៤ បង្ហាញអំពីក្របខ័ណ្ឌការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ អ្វីដែលត្រូវចងចាំគឺថាក្នុងការអភិវឌ្ឍសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មថ្មីៗ ត្រូវការចូលរួមយ៉ាងសកម្មពីភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗ (រួមទាំងអ្នកទទួលផល) ក្នុងការរៀបចំចងក្រង វិភាគនិងវាយតម្លៃ (រួមទាំងការធ្វើតេស្តជាមុន) ជាការចាំបាច់។

៣.២.២ ដំណើរការអនុវត្ត

សម្រាប់ការធានាគុណភាពលើការត្រួតពិនិត្យមើលសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ សូមអនុវត្តជំហានសំខាន់ៗចំនួនប្រាំបីដូចខាងក្រោមនេះ:

ជំហានទី ១: បំពេញព័ត៌មានអំពីអ្នកត្រួតពិនិត្យ

នេះជាជំហានដ៏សាមញ្ញមួយ ដែលតម្រូវឲ្យអ្នកត្រួតពិនិត្យបំពេញ / សរសេរព័ត៌មានរបស់គាត់នៅលើទម្រង់ទី១ ការធានាគុណភាព សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម សម្រាប់ឯកសារឬសម្ភារៈប្រភេទអត្ថបទ ឬ ទម្រង់ទី២ ការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម សម្រាប់សម្ភារៈឬឯកសាររូបភាពនិងសម្លេង នៅក្នុង **ឧបសម្ព័ន្ធទី ២** ។

ព័ត៌មានចាំបាច់ត្រូវមាន: ១) កាលបរិច្ឆេទនៃការវាយតម្លៃ ដែលគួរសរសេរតាមទ្រង់ទ្រាយនេះថ្ងៃ/ខែ/ឆ្នាំ (ឧ. ១០/១២/២០១៧) ២) ពិនិត្យចប់សព្វគ្រប់ដោយ (ឧ. លោក សៅ សំបូរ) ៣) ឈ្មោះ ស្ថាប័នត្រួតពិនិត្យ (ឧ. នាយកដ្ឋាន

ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម) និង ៤) ដោយមានការចូលរួមយោបល់ពីអ្នកត្រួតពិនិត្យផ្សេងទៀត ប្រសិនបើមាន ឧទាហរណ៍ ការត្រួតពិនិត្យបច្ចេកទេស។ មិនតម្រូវឲ្យមានលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ បទដ្ឋានគោល មាត្រដ្ឋានវាយតម្លៃ ចំណាត់ថ្នាក់ពិន្ទុ មាត្រដ្ឋានទម្ងន់ នៅក្នុងផ្នែកនេះទេ។ នៅពេលបញ្ចប់ សូមបន្តទៅផ្នែកត្រួតពិនិត្យលើ "**ទិន្នន័យស្នូល**" ។

ជំហានទី ២: ការត្រួតពិនិត្យ និងបំពេញព័ត៌មានអំពីទិន្នន័យស្នូល

អ្នកត្រួតពិនិត្យ នៅពេលពិនិត្យមើលឡើងវិញនូវសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ ត្រូវស្វែងរកព័ត៌មានស្នូលយ៉ាងហោចណាស់ប្រាំមួយ (០៦) នៅក្នុងផ្នែកទី ២ នៃខ្លឹមសារខាងលើ។ ទាំងនេះរួមមាន៖

១. ចំណងជើងនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ (ពិពណ៌នាពីរឬបីបន្ទាត់)
២. ឈ្មោះអ្នកនិពន្ធ / ស្ថាប័ន និងព័ត៌មានលម្អិតសម្រាប់ទំនាក់ទំនងប្រសិនបើអាច
៣. ឆ្នាំបោះពុម្ភ (ប្រសិនបើអាចធ្វើទៅបាន មានទាំងថ្ងៃនិងខែ)
៤. ឈ្មោះគ្រឹះស្ថានបោះពុម្ពផ្សាយ
៥. ប្រភេទសម្ភារៈ (ឧទាហរណ៍ ប័ណ្ណប្រកាស ខិត្តប័ណ្ណ វីដេអូជាដើម)
៦. កំណែឬច្បាប់លេខ។

១. ព័ត៌មានអំពីអ្នកត្រួតពិនិត្យ

- កាលបរិច្ឆេទនៃការវាយតម្លៃ
- បានពិនិត្យចប់សព្វគ្រប់ដោយ
- ឈ្មោះរបស់ស្ថាប័ន
- មតិយោបល់ពីអ្នកត្រួតពិនិត្យផ្សេងទៀត។

២. ទិន្នន័យស្នូល

- ចំណងជើងសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ
- ឆ្នាំបោះពុម្ព និងកំណែប្រែលេខ #
- ឈ្មោះអ្នកនិពន្ធ / ស្ថាប័ន
- ឈ្មោះអ្នកផ្សព្វផ្សាយ
- ប្រភេទសម្ភារៈ (ឧទាហរណ៍ ផ្ទាំងរូបភាព ខិត្តប័ណ្ណវីដេអូ)
- កំណលេខ ។

៣. ការពិនិត្យផ្អែកលើទម្រង់

- បរិបទរួម
- អត្ថបទសំណេរ
- ប្លង់និងទម្រង់
- រយៈពេលនៃរូបភាពនិងសំឡេង(សម្រាប់ឯកសារជាប្រភេ AV)។

៤. ការពិនិត្យផ្អែកលើខ្លឹមសារបច្ចេកទេស

- ប្រព័ន្ធនិវានុវត្តរ៍
- ភាពធន់ទៅនឹងអាកាសធាតុនិងនិរន្តរភាព
- ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មកសិកម្ម
- ផលិតភាពនិងបច្ចេកវិទ្យា/សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ
- ជំនាញនិងសមត្ថភាពមូលដ្ឋាន
- បរិយាប័ន្ននិង/ឬសមធម៌យេនឌ័រនិងការបញ្ជ្រាប
- សារស្នូលសំខាន់ដែលកសិករអាចអនុវត្តបាន
- ផលប៉ះពាល់អប្បបរមាលើបរិស្ថាន ធនធានធម្មជាតិ សេដ្ឋកិច្ចសង្គមនិងវប្បធម៌ ។

រូបភាពទី៤: លក្ខណៈសម្បត្តិសំខាន់ៗនៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈកសិកម្ម **(QA-AEM)**

ធ្វើសកម្មភាពបន្តក្នុងករណីដែលយើងអាចរកបានព័ត៌មានយ៉ាងហោចចំនួនបួន (៤) ក្នុងចំណោមទិន្នន័យស្នូលទាំងប្រាំមួយខាងលើ អាចថាមានព័ត៌មានខ្លះខ្វះចន្លោះនិង/ឬមិនច្បាស់លាស់នោះ អ្នកត្រួតពិនិត្យអាចធ្វើទាក់ទងនឹងអ្នកនិពន្ធ និង/ឬស្ថាប័នដើម្បីទទួលបានការបញ្ជាក់លើព័ត៌មាននេះ។ ក្នុងករណីដែលមិនអាចរកប្រភពបញ្ជាក់លើព័ត៌មាននេះបាន អ្នកត្រួតពិនិត្យអាចបញ្ឈប់ការពិនិត្យបន្ត។ នៅពេលបញ្ចប់ សូមបន្តទៅជំហានបន្ទាប់ ការត្រួតពិនិត្យ

ឡើងវិញលើ "សម្ភារៈផ្នែកតាមទម្រង់"។ ផ្នែកនេះមិនតម្រូវឲ្យមានលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ បទដ្ឋានគោល មាត្រដ្ឋានវាយតម្លៃ ចំណាត់ថ្នាក់ពិន្ទុ មាត្រដ្ឋានទម្ងន់ ។

ជំហានទី ៣: ការពិនិត្យលើទម្រង់នៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ

នេះគឺជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៃដំណើរការពិនិត្យទម្រង់សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ។ សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មានពីរប្រភេទគឺ: ១) ជាប្រភេទអត្ថបទ និង ២) រូបភាពនិងសម្លេង ។ ទម្រង់ទាំងពីរនេះ ត្រូវត្រួតពិនិត្យដូចគ្នាគឺលើរចនាបថនៃការសរសេរនិងប្លង់។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ទម្រង់នៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយត្រូវបានដាក់ទម្ងន់ ២០% ចំណែកឯខ្លឹមសារបច្ចេកទេសគឺ ៨០%[1] (**សូមមើលតារាងទី ៦**)។ សូមកត់សម្គាល់ថា ការត្រួតពិនិត្យលើទម្រង់ ត្រូវធ្វើឡើងដោយអ្នកត្រួតពិនិត្យ ១-២ នាក់ដែលមានចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍វិជ្ជាជីវៈលើផ្នែកអត្ថបទនិងរូបភាព-សម្លេង (AV)។ ឬអាចថាត្រឹមមនុស្សតែម្នាក់ ប៉ុន្តែអាចធ្វើបានទាំងអត្ថបទនិងសម្លេង ។

តារាងទី ៦: មាត្រដ្ឋានទម្ងន់ការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-AEM)

សេចក្តីពណ៌នា	ទម្ងន់
ទម្រង់	២០%
ខ្លឹមសារបច្ចេកទេស	៨០%

លក្ខណៈ/គុណសម្បត្តិនីមួយៗ ក្នុងការត្រួតពិនិត្យលើទម្រង់ ត្រូវពិនិត្យដោយប្រុងប្រយ័ត្នទៅលើសូចនាករវាស់វែង ដែលមាននៅក្នុង ការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ទី៣ និង ការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ទី៤ នៃ **ឧបសម្ព័ន្ធទី ២ ។** ដើម្បីធានាបានកម្រិតគុណភាពនៃវាស់វែងធៀបទៅនឹងលក្ខណៈនិងគុណសម្បត្តិនីមួយៗនោះ មាត្រដ្ឋានក្នុងដាក់ពិន្ទុប្រាំផ្សេងគ្នាត្រូវបានប្រើ(ដូចក្នុងតារាងទី១) ។ អ្នកពិនិត្យត្រូវផ្តល់ពិន្ទុតាមលក្ខណៈ/គុណសម្បត្តិនីមួយៗ ក្នុងជួរដាក់ពិន្ទុដោយឲ្យពិន្ទុអតិបរមា ១០ប្រសិនបើលក្ខណសម្បត្តិនោះ បានបំពេញតាមស្តង់ដាគុណភាពល្អគ្រប់គ្រាន់។ ផ្ទុយទៅវិញពិន្ទុអប្បបរមា១ ឬ២ ប្រសិនបើលក្ខណៈសម្បត្តិនោះ មិនត្រូវតាមបទដ្ឋានគោល/ស្តង់ដារ។

ក្រោយបញ្ចប់ការពិនិត្យលើទម្រង់ ហើយមានការពេញចិត្តនិងការដាក់ពិន្ទុរួមរួចរាល់ហើយនោះ(**សូមមើលតារាងទី ២**) សូមបន្តទៅជំហានទី ៤ "ការត្រួតពិនិត្យលើខ្លឹមសារបច្ចេកទេស" ។ ក្នុងករណីដែលពិន្ទុក្រោម១២ ឧទាហរណ៍សំណេរជាភាសាបរទេស ឬដោយមានបញ្ហាខ្វះខាតផ្សេងទៀតត្រូវបញ្ឈប់ការពិនិត្យបន្ត (ពោលគឺមិនបន្តពិនិត្យនៅជំហានទី៤ ខាងក្រោមនេះទេ)។

ជំហានទី ៤: ការត្រួតពិនិត្យខ្លឹមសារបច្ចេកទេសនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ

ការពិនិត្យមើលយ៉ាងឆាប់រហ័ស ថាតើសម្ភារៈមានខ្លឹមសារគ្របដណ្តប់លើគោលការណ៍សំខាន់របស់ ASPIRE យ៉ាងហោចណាស់ចំនួនពីរដែរ ដូចជាភាពធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងនិរន្តភាព (រួមទាំង កសិកម្មវៃឆ្លាតបន្សាំនឹងបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ - Climate Smart Agriculture) ដូចមានចែងនៅក្នុងទម្រង់ទី៦ និងទម្រង់ទី៧ នៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈកសិកម្ម នៃ**ឧបសម្ព័ន្ធទី ៣** និងផលិតផលស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារ (អាចទទួលបានព័ត៌មានតាមរយៈក្រសួងកសិកម្មរុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និង/ឬ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនិង/ឬប្រភពផ្សេងទៀត)។ ប្រសិនបើមិនមានសូមបញ្ឈប់ការពិនិត្យបន្ត។

---

[1] *ឯកសារយោង: សិក្ខាសាលាផ្តល់សុពលភាពដែលបានរៀបចំឡើងដោយ GDA / DAE កាលពីខែឧសភា ឆ្នាំ ២០១៧ និងកិច្ចប្រជុំ NATC បានធ្វើឡើងនៅថ្ងៃទី ០៤ ខែសីហា ឆ្នាំ ២០១៧*

បន្ទាប់មក អ្នកត្រួតពិនិត្យត្រូវផ្ញើទម្រង់ទី១ ឬទី២ នៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈកសិកម្ម រួមជាមួយទម្រង់ទី៥ និងទម្រង់ទី៦ នៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈកសិកម្ម ដែលពេញលេញដូចមាននៅក្នុង **ឧបសម្ព័ន្ធទី ៣** ទៅឲ្យមន្ត្រីជំនាញរបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទពិនិត្យលើមាតិកាបច្ចេកទេសរបស់សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើប្រធានបទពាក់ព័ន្ធនឹងស្រូវ ត្រូវបញ្ជូនទៅនាយកដ្ឋានក្សេត្រសាស្ត្រនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម)។ សូមចងចាំថា មុននឹងស្នើសុំឲ្យអ្នកជំនាញពិនិត្យឡើងវិញនូវខ្លឹមសារនៃឯកសារដែលបានផ្ដល់ឲ្យនោះ អ្នកត្រួតពិនិត្យបង្គោលត្រូវផ្ដល់ការណែនាំដល់មន្ត្រីនោះអំពីរបៀបប្រើសំណុំបែបបទ ប័ណ្ណដាក់ពិន្ទុ (ចងចាំថាពិន្ទុជាអតិបរមាវាស់លើខ្លឹមសារ នីមួយៗគឺមិនលើសពី ៥ឡើយ) បន្ទាប់មកបន្តតាមដានកិច្ចការនេះជាមួយមន្ត្រីរូបនោះ។ ប្រសិនបើមន្ត្រីរូបនោះធ្លាប់ទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលពីមុនមកហើយលើកិច្ចការនេះ មិនចាំបាច់ធ្វើដូចនេះទេ។ នៅពេលអ្នកត្រួតពិនិត្យទទួលបានយោបល់ត្រលប់ ហើយមិនមានមតិយោបល់បន្ថែមណាទៀតទេ សូមបន្តទៅជំហានទី៥ ។ ជម្រើសមួយទៀតប្រសិនបើអាចធ្វើទៅបាន គឺបណ្តុះបណ្តាលមន្ត្រីជំនាញដែលគ្រប់គ្រងទិន្នន័យស្នូលនេះ លើប្រធានបទពាក់ព័ន្ធនិង (ឧទាហរណ៍ ប្រភេទ ពាក្យគន្លឹះ ក្រុមគោលដៅ តំបន់ក្សេត្របរិស្ថាន ...)។ សូមចងចាំថា នឹងមានការពិភាក្សា និងការរៀនសូត្របន្ថែមទៀតពីក្រុមការងារពិនិត្យមើលសម្ភារៈ/ឯកសារផ្សព្វផ្សាយឡើងវិញ លើការបែងចែកការងារ (ពោលគឺ ថាតើមានអ្នកណាខ្លះ និងប៉ុន្មាននាក់ដែលត្រូវចាត់ឲ្យទទួលខុសត្រូវក្នុងជំហាននីមួយៗ)។

ជំហានទី ៥: ការបូកសរុបពិន្ទុ

បូកសរុបពិន្ទុ។ ប្រសិនបើពិន្ទុសរុបនៃការត្រួតពិនិត្យបច្ចេកទេសនេះលើសពី៤៨ នោះត្រូវបន្តទៅជំហានទី ៦។

ជំហានទី ៦: ធ្វើរបាយការណ៍សង្ខេប

ក្នុងជំហាននេះ អ្នកត្រួតពិនិត្យ ត្រូវរៀបចំបញ្ជីសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់ដែលបានពិនិត្យរួចរាល់ ដោយធ្វើការរៀបចំនិងចំណាត់ថ្នាក់សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយនេះ តាមចំណងជើង / ប្រធានបទ (ឧ. ព្រៃឈើ ក្សេត្រសាស្ត្រ ។ល។) នៅក្នុងទម្រង់ទី៧ នៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈកសិកម្ម ដូចមានបង្ហាញក្នុងតារាងទី៧ (សូមកត់សម្គាល់ថាគ្រាន់តែគូសរង្វង់ទទួលយក ឬមិនទទួលយកលើសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយណាដែលមិនពេញចិត្តនៅក្នុងរបាយការណ៍សង្ខេប) ។ ចំណាំថាពិន្ទុដែលខ្ពស់ជាងគេ ទទួលបានអាទិភាពខ្ពស់ ហើយត្រូវស្ថិតនៅផ្នែកខាងលើនៃបញ្ជី។

តារាងទី ៧ : របាយការណ៍សង្ខេបនៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈកសិកម្ម (ទទួលយក / មិនទទួលយក)

ចំណាត់ថ្នាក់សម្ភារៈ តាមចំណងជើង	ចំណងជើងនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ	ពិន្ទុសរុប	កំណត់ចំណាំ

អ្នកត្រួតពិនិត្យអាចបង្ហាញនិងពិភាក្សាជាមួយប្រធានកម្មវិធី និង/ឬគណៈកម្មធិការដឹកនាំមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុំព័ត៌មានកសិកម្ម (EHLC) ដើម្បីទទួលបានយោបល់និងការណែនាំបន្ថែមរួមទាំងព័ត៌មានត្រលប់ពី កម្មវិធីសម្ព័ន្ធភាពប្រែប្រួលអាកាសធាតុកម្ពុជា (CCCA) មុនកិច្ចប្រជុំអនុគណៈកម្មាធិការបច្ចេកទេសកសិកម្ម(NATSC) និង/ឬគណៈកម្មាធិការប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មថ្នាក់ជាតិ (AEAC) ដើម្បី អនុម័ត និងអនុញ្ញាតឲ្យប្រើប្រាស់ជាផ្លូវការនូវឯកសារទាំងនោះ។ បើយល់ឃើញថា AEAC មានការងាររវល់ច្រើនគណៈកម្មាធិការនេះអាចផ្តល់សិទ្ធិ

អំណាចលើការអនុម័តទៅដល់ ក្រុមសម្របសម្រួលមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុំព័ត៌មានកសិកម្ម (EHLC) ឬតាមរយៈគណៈកម្មាធិការណាមួយ(ឧទាហរណ៍ NATSC)។ បើសិនជាដូច្នោះមែន សូមបន្តទៅជំហានទី៨ (ពោលគឺ រំលងជំហានទី៧)។

ជំហានទី ៧: រៀបចំកិច្ចប្រជុំរបស់ NATC និង / ឬ AEAC

ក្នុងជំហាននេះសម្ភារៈចាំបាច់នានា រួមទាំងរបៀបវារៈកិច្ចប្រជុំ ផែនការប្រជុំ បទបង្ហាញ និងឯកសារសម្រាប់កិច្ចប្រជុំ ចាំបាច់ត្រូវរៀបចំដើម្បីត្រួតពិនិត្យឡើងវិញ។ កំណត់ហេតុកិច្ចប្រជុំ ត្រូវបានកត់ត្រានិងចែកជូនដល់សមាជិកទាំងអស់។

ជំហានទី ៨: ការផ្សព្វផ្សាយ / ដាក់ឲ្យប្រើប្រាស់ជាផ្លូវការនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយដល់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយឃុំ (CEWs)

ក្នុងករណីដែលឯកសារទទួលបានការឯកភាព អ្នកត្រួតពិនិត្យត្រូវពិភាក្សានិងសហការជាមួយបុគ្គលិកជំនាញពាក់ព័ន្ធ(ឧ.បុគ្គលិក IT និងបណ្ណារក្ស។ល។) និង/ឬក្រុមសម្របសម្រួលមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុំព័ត៌មានកសិកម្ម (EHCT) ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយឯកសារ និងសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយទាំងនោះ។

តារាងទី៨ ពិពណ៌នាអំពីជំហានសកម្មភាពសំខាន់ៗចំនួន៨ និងដំណើរការលម្អិតនៃការត្រួតពិនិត្យសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយឡើងវិញជាប្រព័ន្ធដែលទីប្រឹក្សាអន្តរជាតិផ្នែកចំណេះដឹង និងការគ្រប់គ្រងរបស់កម្មវិធី ASPIRE និងចែករំលែកនៅពេលក្រោយ ។ សូមកត់សម្គាល់ថា នេះជាជម្រើសនៃដំណើរការត្រួតពិនិត្យដែលមានមនុស្សច្រើនជាង២នាក់ចូលរួមដែលមកពី នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃ អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និងនាយកដ្ឋានជំនាញ។ ក្នុងករណីដែលមានការព្រមព្រៀងថាមានតែមនុស្សម្នាក់មកពីនាយកដ្ឋានជំនាញ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យឡើងវិញរាល់ឯកសារទាំងអស់នោះ ចាំបាច់ត្រូវបណ្ដុះបណ្ដាលមន្ត្រីម្នាក់នោះអំពីការធានាគុណភាពនៃទម្រង់សិន។

តារាងទី៨: ជំហានសំខាន់ៗក្នុងការត្រួតពិនិត្យការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-AEM)

លេខរៀងជំហាន	សេចក្ដីពណ៌នាលើភារកិច្ច	ទម្រង់លេខ	អ្នកទទួលខុសត្រូវ	ពេលវេលាដែលត្រូវការ
១	បំពេញព័ត៌មានរបស់អ្នកត្រួតពិនិត្យ	ទម្រង់ទី ១, ទម្រង់ទី៣ នៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	អ្នកត្រួតពិនិត្យរបស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	< កន្លះថ្ងៃ
២	ពិនិត្យមើលនិងបំពេញព័ត៌មានទិន្នន័យស្នូល	ទម្រង់ទី ១, ទម្រង់ទី៣ នៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	អ្នកត្រួតពិនិត្យ របស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	៥-១០ថ្ងៃ[2]
៣	ត្រួតពិនិត្យមើលទម្រង់សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ	ទម្រង់ទី ១, ទម្រង់ទី៣ នៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ទម្រង់ទី ២, ទម្រង់ទី៤ នៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	អ្នកត្រួតពិនិត្យ របស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	២-៣ថ្ងៃ

[2] ប្រសិនបើ ត្រូវការបញ្ជាក់បន្ថែមពីអ្នកផលិត

៤	ពិនិត្យមើលខ្លឹមសារបច្ចេកទេសនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ	ទម្រង់ទី ១, ទម្រង់ទី៣ នៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ទម្រង់ទី ៥,៦,៧ នៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	មន្ត្រីមកពីនាយកដ្ឋានជំនាញ	៥-១០ថ្ងៃ
៥	បូកសរុបពិន្ទុ	ទម្រង់ទី ១, ទម្រង់ទី៣ នៃការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	អ្នកត្រួតពិនិត្យ របស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	< កន្លះថ្ងៃ
៦	សង្ខេបលទ្ធផលនៃការត្រួតពិនិត្យនិងសុំយោបល់ពីប្រធានកម្មវិធី/ក្រុមសម្របសម្រួលមជ្ឈមណ្ឌលព័ត៌មានកសិកម្ម	តារាងទី៧	អ្នកត្រួតពិនិត្យ របស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	< កន្លះថ្ងៃ
៧	ការអនុម័តលើសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលបាន ត្រួតពិនិត្យចប់សព្វគ្រប់	គ្មាន	NATC[3]/ AEAC[4]	<២-៣ ថ្ងៃ
៨	ការដាក់ឲ្យប្រើប្រាស់ជាផ្លូវការ/ចែកចាយសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយដល់ CEWs	គ្មាន	ក្រុមសម្របសម្រួលមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុំព័ត៌មានកសិកម្ម (EHCT)	< កន្លះថ្ងៃ
			សរុប	**១៥-៣០ ថ្ងៃ**

៣.២.៣ ការរៀបចំស្ថាប័ន

ក្រុមការងារសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលទើបបង្កើតឡើងដោយនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម មានភារកិច្ចចម្បងមួយដើម្បីពិនិត្យឡើងវិញនូវសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយដែលមានស្រាប់ទាំងអស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជានិងដើម្បីធានាថាសម្ភារៈទាំងនោះអាចទទួលបានទាំងទម្រង់ និងខ្លឹមសារពាក់ព័ន្ធទៅនឹងភាពធន់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុនិងតម្រូវការទីផ្សារជាដើម។ សមត្ថភាពនិងបទពិសោធន៍របស់ក្រុមការងារ ក៏ដូចជាមន្ត្រីមួយរូបៗក្នុងការអនុវត្តតួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវ ត្រូវបានលើកយកពិភាក្សានៅក្នុងសិក្ខាសាលាផ្ដល់សុពលភាពរបស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម ដែលបានប្រារព្ធធ្វើឡើងនៅខែឧសភាឆ្នាំ២០១៧ និងដែលមានសរសេរនៅក្នុងរបាយការណ៍របស់សិក្ខាសាលាផងដែរ។

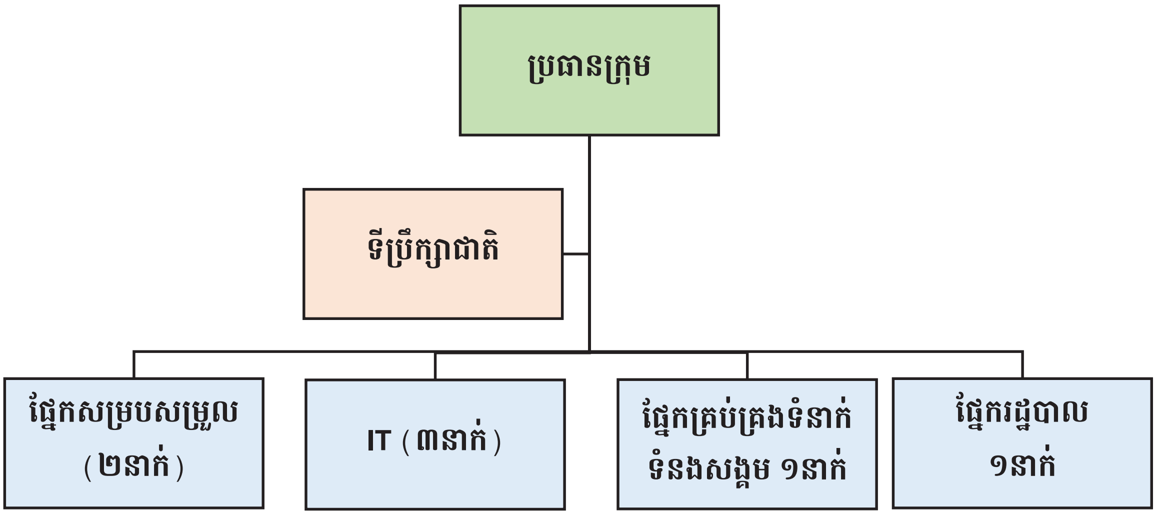
[3] អាចថាត្រូវធ្វើឡើងរៀងរាល់ ៣ ខែម្ដង

[4] អាចថាត្រូវធ្វើឡើងរៀងរាល់ ៦ ខែម្ដង

ក្រុមការងារនេះដឹកនាំដោយតំណាងមកពីនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និង នាយកដ្ឋានជំនាញផ្សេងទៀតរបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ដែលត្រូវធ្វើការពិនិត្យឡើងវិញសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយជាអត្ថបទឯកសារនិងខ្សែវីដេអូចំនួនរាប់សិបក្នុងមួយខែៗ។ លទ្ធផលនៃការត្រួតពិនិត្យ នឹងត្រូវបង្ហាញនិងស្នើសុំអនុសាសន៍ពីAEACតាមរយៈNATSC។ មានការបារម្ភពីនិរន្តភាព ដោយហេតុថានៅពេលនេះមិនសូវមានការប្រជុំទៀងទាត់ ក៏ដូចជាការធានាថារាល់សមាជិកទាំងអស់នឹងបន្តនៅក្នុងក្រុម ។ ដូច្នេះហើយវាមានសារៈសំខាន់ណាស់ដែលត្រូវមានការលើកទឹកចិត្ត និងដំណើរការក្នុងសកម្មភាពនេះនេះឲ្យបានច្បាស់លាស់ជាមួយក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងការចូលរួមរបស់នាយកដ្ឋានជំនាញនីមួយៗ។ ការផលិតសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ នឹងបន្តពីមួយពេលទៅមួយពេល ដូចនេះរាល់ធាតុចូលមុននឹងដាក់ឲ្យប្រើប្រាស់គឺជារឿងមួយចាំបាច់ដើម្បីធានាបាននូវលទ្ធផលធំធេងនៃការអភិវឌ្ឍន៍វិស័យកសិកម្មនៅកម្ពុជា។

បន្ថែមលើនេះទៀតក៏មានការគិតគូរថាបញ្ជីនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយទាំងនេះនឹងត្រូវរៀបចំជាឌីជីថល ហើយរក្សាទុកនៅ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម ហើយឯកសារទាំងអស់ត្រូវបានប្ដូរឈ្មោះដោយនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដើម្បីជៀសវាងឈ្មោះស្ទួនគ្នា និងមិនត្រូវបានមើលរំលងក៏ព្រោះតែមានចំណងជើងដូចគ្នា តែខ្លឹមសារខុសគ្នាក៏ដោយ។

ក្រោយពេល AEAC ឯកភាពលើសម្ភារៈទាំងនោះហើយ សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយទាំងនោះនឹងត្រូវផ្ដល់ដល់ក្រុមសម្របសម្រួលមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុំព័ត៌មានកសិកម្ម (Extension Hub Coordiantion Team) ដែលស្ថិតនៅក្រោមឱវាទរបស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ សូមមើលអង្គការលេខរបស់ក្រុមបណ្ដុំព័ត៌មានផ្សព្វផ្សាយក្នុងរូបទី៥នេះ។ ក្រុមមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុំព័ត៌មានកសិកម្ម មានតួនាទីជាក់លាក់ក្នុងការប្រមូលផ្ដុំ និងទាញយកឯកសារដែលបានអនុម័តទាំងអស់ដោយ AEAC បញ្ចូលទៅក្នុងប្រព័ន្ធមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុំព័ត៌មានកសិកម្ម (Extension Hub) ដែលអនុញ្ញាតឲ្យអ្នកប្រើប្រាស់ប្រើបានយ៉ាងទូលំទូលាយនិងងាយស្រួលទៀតផង។



រូបភាពទី៥: រចនាសម្ព័ន្ធផ្នែក ក្រុមសម្របសម្រួលមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុំព័ត៌មានកសិកម្ម

ការត្រួតពិនិត្យសម្រេចចុងក្រោយ នឹងត្រូវធ្វើឡើងដោយសមាជិកណាម្នាក់របស់ក្រុមសម្របសម្រួលមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុំព័ត៌មានកសិកម្ម។ ចាំបាច់ត្រូវមានការឯកភាពពីAEACឬNATSC ដើម្បីអនុវត្តជំហាននេះ។ ក្នុងកាលៈទេសៈមួយចំនួនគណៈកម្មាធិការអាចផ្ដល់សិទ្ធិអំណាចលើការអនុម័តទៅដល់ ក្រុមសម្របសម្រួលមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុំព័ត៌មានកសិកម្ម (EHCT) ។

មានការលើកឡើងជាអនុសាសន៍ថា សម្រាប់ពេលអនាគតនិងផ្អែកតាមមេរៀនបទពិសោធន៍ដែលទទួលបានភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ គួរឯកភាពបង្កើតឲ្យមានស្ថាប័នជាអចិន្ត្រៃយ៍មួយសម្រាប់ប្រព័ន្ធការធានាគុណភាព។ នេះគឺជាលក្ខខណ្ឌចាំបាច់ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមធំៗ នៅពេលអនុវត្តគម្រោង។

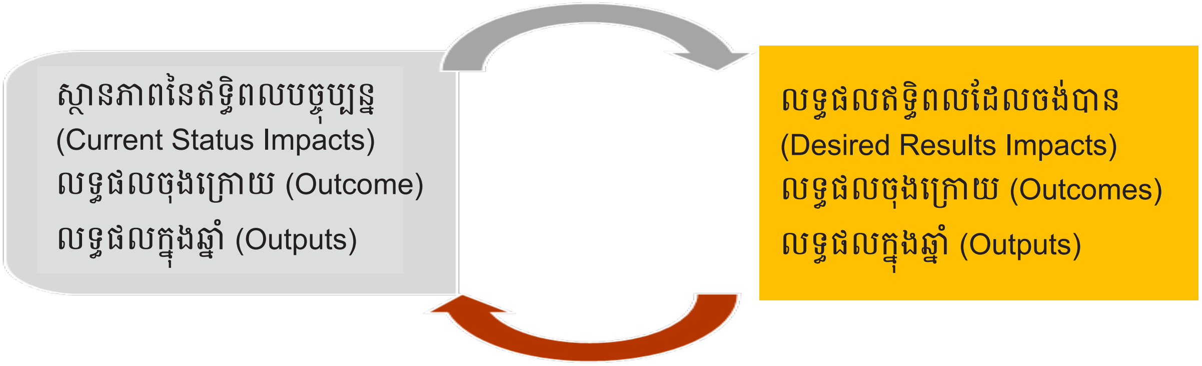
៣.៣ ការធានាគុណភាពលើការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (QA-FNA)

៣.៣.១ លក្ខណៈសម្បត្តិ

ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA) គឺជាឧបករណ៍ដើម្បីប្រមូលព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធនឹងការធ្វើកសិកម្ម និងកំណត់ពីតម្រូវការរបស់កសិករ។ លទ្ធផលការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិកររួមចំណែកដល់ការសម្រេចចិត្តរបស់គម្រោងក្នុងការជួយដោះស្រាយបញ្ហាកសិកម្មទូទៅនៅក្នុងសហគមន៍។ ក្នុងន័យនេះ តម្រូវឲ្យមានការចូលរួមពីអ្នកពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗ ដើម្បីអនុវត្តកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឲ្យបានជោគជ័យ។ ជាការប្រសើរត្រូវយល់ដឹងពីសហគមន៍ជាមុនសិនមុននឹងវាយតម្លៃលើតម្រូវការរបស់កសិករ។ ព័ត៌មាននេះនឹងជួយក្នុងការចងក្រង និងរកសំណួរគន្លឹះពាក់ព័ន្ធនិងការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ដើម្បីជួយឲ្យមានការពិភាក្សាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

GDA/DAE (**ឆ្នាំ ២០១៧**) កំណត់បានឧបករណ៍សំខាន់ចំនួន៦ ដែលត្រូវប្រើនៅក្នុងការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ រួមមានៈ ១) ការវិភាគស្ថានភាព និងធនធានធម្មជាតិ (ពោលគឺ តារាងពំនុះកាត់ទទឹងភូមិ) ២) ការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់នៃការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ឧទាហរណ៍. តារាងវិភាគផលប៉ះពាល់វិស័យនៃការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងប្រតិទិនដាំដុះ) ៣) ការវិភាគយេនឌ័រក្នុងវិស័យកសិកម្ម (តារាងវិភាគយេនឌ័រ) ៤) ការវិភាគលើអាជីវកម្មកសិកម្ម (ពោលគឺការវិភាគនិន្នាការអាជីវកម្ម និងប្រភេទអាជីវកម្ម) ៥) កំណត់បញ្ហា ដំណោះស្រាយ និងសកម្មភាព (ឧទាហរណ៍ ប្រធានបទបណ្តុះបណ្តាលដែលផ្តោតលើបច្ចេកវិទ្យាថ្មី ភាពធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងអាជីវកម្មកសិកម្ម) និង ៦) ការធ្វើផែនការសាលារៀនស្រែកសិករ (ឧទាហរណ៍ ក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច កសិដ្ឋាន/ស្រែបង្ហាញ ទិវាស្រែបង្ហាញ។ល។)។

Ryan W, et al (**ឆ្នាំ ២០១២**) បានកំណត់ពីវិស័យដែលគួរយកចិត្តទុកដាក់ គម្លាតឬកង្វះចន្លោះដែលគម្រោងឬកម្មវិធី ត្រូវបំពេញដើម្បីសម្រេចលទ្ធផលដែលចង់បាន។ រូបភាពទី៦ បង្ហាញពីគំរូតក្កភាពនៃលទ្ធផលក្របខ័ណ្ឌវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករៈ



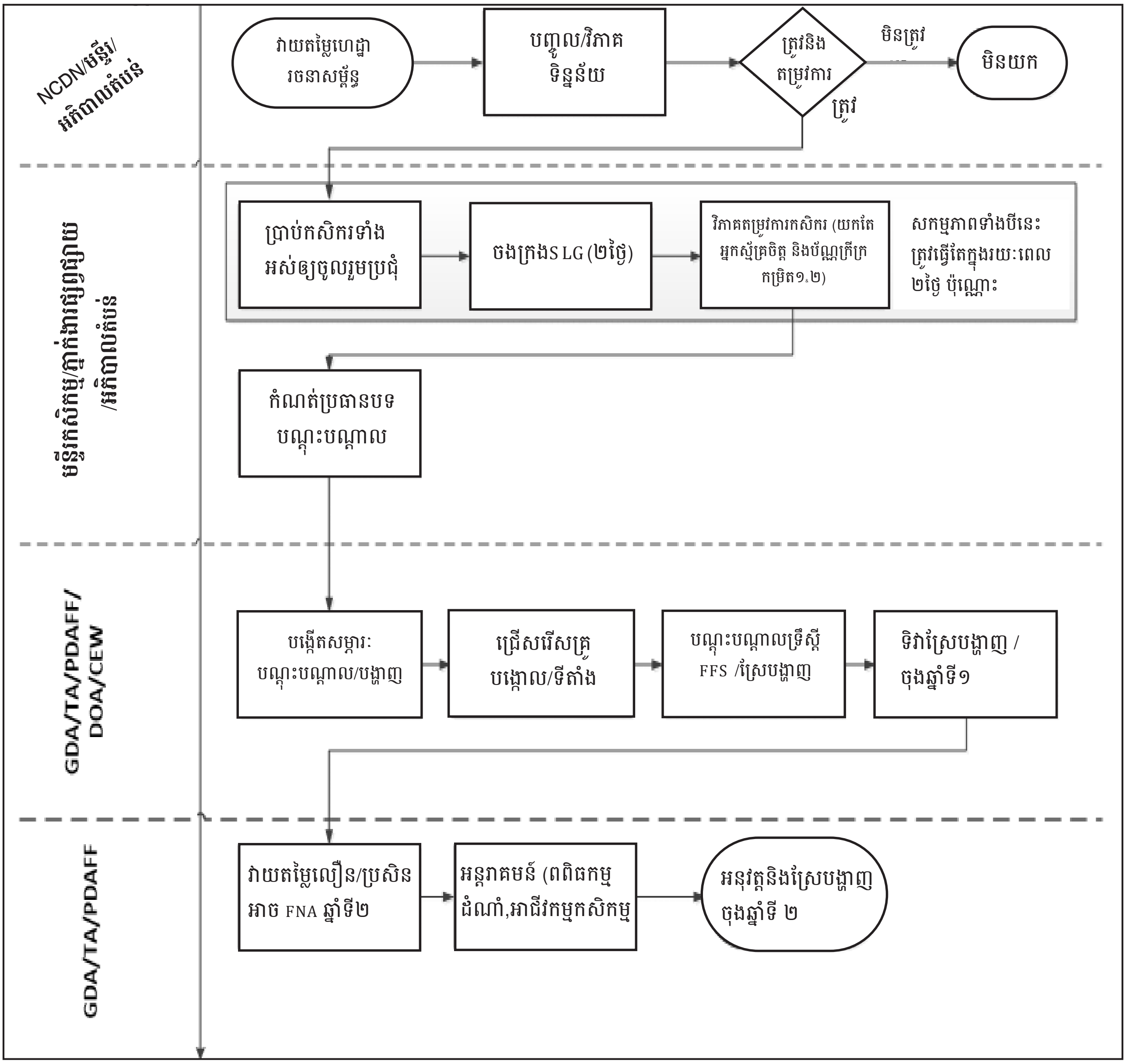
រូបភាពទី ៦: ក្របខ័ណ្ឌគំរូតក្កវិទ្យា ការធានាគុណភាព ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ - (QA FNA)

១) **ឥទ្ធិពល** ជាលទ្ធផលរយៈពេលវែងឬជាការសម្រេចបានគោលដៅរបស់កម្មវិធី(ឧទាហរណ៍ កសិករកម្ពុជាភាគច្រើននិងសហគមន៍កសិករនឹងបង្កើនផលិតភាពកសិកម្ម ភាវូបនីយកម្ម ពាណិជ្ជូបនីយកម្ម និងការគ្រប់គ្រងធនធានធម្មជាតិប្រកបដោយនិរន្តរភាពសម្រាប់គុណភាពនៃជីវិត) ។

២) **លទ្ធផលចុងក្រោយ** សំដៅទៅលើការផ្លាស់ប្តូរដោយសារតែអន្តរាគមន៍របស់គម្រោងឬកម្មវិធី។ ឧទាហរណ៍: សហគមន៍គោលដៅ មិនត្រឹមតែទទួលបានចំណេះដឹង និងបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មល្អប្រសើរប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែពួកគេក៏បានចូលរួមផងដែរក្នុងការផ្ទេរព័ត៌មានថ្មីៗ ចំណេះដឹង និងការអនុវត្តថ្មីៗទៅកាន់សហគមន៍ដទៃទៀត។

៣) **លទ្ធផលក្នុងឆ្នាំ** សំដៅដល់សេវាផ្គត់ផ្គង់ឬផលិតផល ដែលកើតចេញដោយសារតែសកម្មភាពរបស់គម្រោង / កម្មវិធី។

ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការសម្រេចចិត្តប្រកបគុណភាពចេញពីការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA) ជាកិច្ចការលំបាកមួយ។ ដូច្នេះត្រូវប្រុងប្រយ័ត្នខ្ពស់ក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានមាននានា ដោយត្រូវអនុវត្តតាមជំហាន នៃការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA) ទាំង៥ ដូចខាងក្រោមនេះ (សូមមើលរូបទី៧)។



រូបភាពទី ៧: ដំណើរការអនុវត្តការធានាគុណភាព នៃការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ -(QA-FNA)

រូបភាពខាងលើ អាចសង្ខេបបានដូចខាងក្រោមនេះ៖

១. វាយតម្លៃលើហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ រួមមានការបញ្ចូលទិន្នន័យនិងការវិភាគ។ ភារកិច្ចនេះត្រូវបានអនុវត្តដោយសមាសភាគមួយផ្សេងទៀត(ឧទាហរណ៍ NCDD/PDAFF) នៃកម្មវិធី ASPIRE ។ ប្រសិនបើវាស្របនឹងតម្រូវការកម្មវិធី ផ្លាស់ទីទៅអនុវត្តជំហានបន្ទាប់។

២. បង្កើតក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច (SLG) ដោយពិភាក្សាអំពីរចនាសម្ព័នរបស់ស្ថាប័ន (ឧ. ការជ្រើសរើសប្រធានក្រុម អនុប្រធាន និងលេខាធិការ) និងកំណត់តួនាទីនិងការទទួលខុសត្រូវរបស់ពួកគេ។ នៅក្នុង

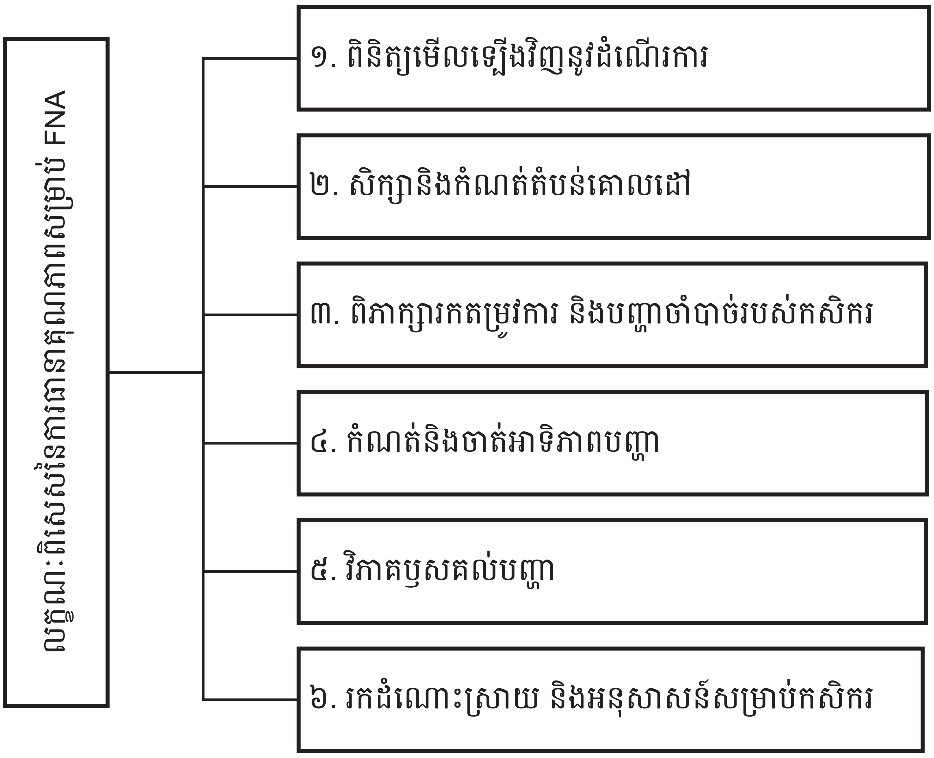
ជំហាននេះ កសិករទទួលបានការតម្រង់ទិសពីគម្រោង និងព័ត៌មានអំពីការអនុវត្តការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA) នាពេលខាងមុខ។

៣. រៀបចំធ្វើការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA) ពីរថ្ងៃនៅភូមិឃុំគោលដៅ។ បុគ្គលិករបស់ GDA/DAE ត្រូវផ្តល់ការណែនាំដោយសង្ខេបអំពី គោលបំណង និងសារៈសំខាន់នៃការធ្វើ ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA) របៀបធ្វើ ឧបករណ៍អ្វីខ្លះដែលត្រូវប្រើប្រាស់ និងនរណាខ្លះគួរចូលរួម?

៤. ដោយតាមការវិភាគប្រធានបទនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលមួយចំនួននឹងត្រូវបានកំណត់និងយល់ព្រម ពីសហគមន៍ ហើយជំហានចុងក្រោយគឺត្រូវ

៥. រៀបចំនិងបង្កើតសម្ភារៈបណ្តុះបណ្តាល ស្របតាមប្រធានបទនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល រួមទាំងការជ្រើសរើសអ្នកសម្របសម្រួលសមស្រប ទីកន្លែង និងកាលវិភាគសម្រាប់ការបណ្តុះបណ្តាលជាដើម។ សកម្មភាពទាំងនេះគួរតែត្រូវបានរៀបចំដោយ GDA / DAE ក្រោមកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយក្រុមការងារគ្រប់គ្រងក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច (SLG) ។

យោងតាមខាងលើ លក្ខណៈសំខាន់ៗចំនួនប្រាំមួយ (សូមមើលរូបទី ៨) គួរត្រូវបានកំណត់ និងវាស់វែងផ្អែកលើសូចនាករទាំងនេះ (សូមមើលលម្អិតក្នុង **ឧបសម្ព័ន្ធទី ៤**) ។



រូបភាពទី ៨: លក្ខណៈសម្បត្តិសំខាន់ៗ នៃការធានាគុណភាព នៃការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ -(QA-FNA)

៣.៣.២ ដំណើរការអនុវត្ត

គោលបំណងសំខាន់នៃឧបករណ៍នេះ គឺដើម្បីវាយតម្លៃការបំពេញការងាររបស់អ្នកផ្តល់សេវា ក្នុងការធ្វើការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ(FNA)ដែលជាផ្នែកមួយនៃការធានាគុណភាពលទ្ធផលការងាររបស់ អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។ លើសពីនេះទៀត វាអាចជាឧបករណ៍ណែនាំដ៏ល្អមួយសម្រាប់ អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងមន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយរបស់ខ្លួន យល់ដឹងនិងប្រើប្រាស់សូចនាករសម្រាប់ធានាគុណភាពនៃការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ។ សកម្មភាពនេះគួរអនុវត្តនៅដំណាក់កាលដំបូងរបស់គម្រោងនិងមាន ៦ជំហាន ។

ជំហានទី ១: ការបង្កើតក្រុមវាយតម្លៃ

ក្នុងជំហាននេះ គួរតែងតាំងមន្រ្តីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗដើម្បីប៉ាន់ប្រមាណ/វាយតម្លៃគុណភាពនៃអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ក្នុងការរៀបចំផែនការនិងអនុវត្តការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA) ។ គោលការណ៍នេះអាចធ្វើឡើងក្នុងអំឡុងពេលអនុវត្តគម្រោង និង/ឬក្រោយចប់គម្រោង។

ជំហានទី ២: បណ្តុះបណ្តាលក្រុមវាយតម្លៃ

បន្ទាប់ពីក្រុមការងារវាយតម្លៃត្រូវបានបង្កើតហើយ ពួកគេគួរទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីឲ្យយល់ដឹងពីគោលបំណងនៃការវាយតម្លៃ និងចេះប្រើប្រាស់ទម្រង់ការធានាគុណភាព ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (QA-FNA) នៅក្នុង**ឧបសម្ព័ន្ធទី ៤** ។

ជំហានទី ៣: កំណត់កាលវិភាគនៃការវាយតម្លៃ

ក្រុមការងារត្រូវរៀបចំសកម្មភាពចាំបាច់នានា ដូចជាត្រួតពិនិត្យលើរបាយការណ៍ដែលមានទាំងអស់ និងរៀបចំកាលវិភាគសម្រាប់ដំណើរការការវាយតម្លៃ។ ក្រោយពេលឯកភាពគ្នាលើកាលវិភាគហើយ ត្រូវជូនដំណឹងទៅអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

ជំហានទី ៤: អនុវត្តន៍ការវាយតម្លៃ

ក្រុមការងារត្រូវធ្វើការវាយតម្លៃគុណភាពការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA) ផ្អែកតាមលក្ខណៈសម្បត្តិ និងសូចនាករដែលមានក្នុងទម្រង់ទី២ ការធានាគុណភាព ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ក្នុង**ឧបសម្ព័ន្ធទី៤** ។ ចំណាត់ថ្នាក់វាយតម្លៃចំនួន៥ផ្សេងគ្នា (សូមមើល តារាងទី១) ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីវាស់កម្រិតគុណភាពនៃការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ។ តារាងទី៩ ផ្តល់នូវមាត្រដ្ឋានទម្ងន់សម្រាប់ ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ។

តារាងទី៩: មាត្រដ្ឋានទម្ងន់ការធានាគុណភាព នៃការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ -(QA-FNA)

សេចក្តីពណ៌នា	**ទម្ងន់**
១. ពិនិត្យឡើងវិញនូវដំណើរការ	១០%
២. សិក្សានិងកំណត់តំបន់គោលដៅ	១០%
៣. ពិភាក្សារកតម្រូវការ និងបញ្ហាចាំបាច់របស់កសិករ	២០%
៤. កំណត់និងចាត់អាទិភាពបញ្ហា	២០%
៥. វិភាគឫសគល់នៃបញ្ហា	២០%
៦. រកដំណោះស្រាយនិងផ្តល់អនុសាសន៍សម្រាប់កសិករ	២០%
សរុប	**១០០%**

ជំហានទី ៥: ការវាយតម្លៃ

បូកសរុបពិន្ទុ និងចាត់ជាបីប្រភេទ: ១) លើសពី៨០ អាចវាយតម្លៃថា អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម បានធ្វើការងារល្អបំផុតក្នុងការធ្វើការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ២) ចន្លោះពី ៦០-៨០ ត្រូវបានចាត់ទុកថា ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ធ្វើបានល្អ និង ៣) ក្រោម៦០មានន័យថាការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ដែលអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មបានធ្វើគឺមិនអាចទទួលយកបានទេ (**សូមមើលតារាងទី ២**) ។

ជំហានទី ៦: ការតាមដានលទ្ធផលនៃការវាយតម្លៃលើប្រព័ន្ធ

ក្រោយពេលបញ្ចប់សកម្មភាពខាងលើ ត្រូវកត់ត្រាលទ្ធផលទៅក្នុងប្រព័ន្ធតាមដានការអនុវត្តការងាររបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ក្នុងការធ្វើការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ។ដោយមានជំនួយពីបុគ្គលិក IT កម្មវិធីត្រូវរៀបចំនិងបង្កើតប្រព័ន្ធតាមដានវាយតម្លៃ សមិទ្ធិផលការងារការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ។

៣.៣.៣ ការរៀបចំរបស់ស្ថាប័ន

ក្រុមការងារត្រូវបានស្នើឲ្យបង្កើតឡើងនៅក្រោមកម្មវិធី/គម្រោងដើម្បីជួយគាំទ្រលើការអនុវត្តក៏ដូចជាប៉ាន់ប្រមាណ/វាយតម្លៃការអនុវត្តរបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ។ ក្រុមនេះគួរមានគ្នាពី ២-៣ នាក់ដែលជាតំណាងពីផ្នែកគ្រប់គ្រងនិងបុគ្គលិកជំនាញដែលពាក់ព័ន្ធ ហើយបើអាចគួរមានតំណាងមកពីផ្នែកលទ្ធកម្ម ឬអង្គភាពធនធានមនុស្ស។

ក្រុមនេះគួរមានការទទួលខុសត្រូវដូចខាងក្រោម៖

- ពិនិត្យនិងរៀបចំលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសម្រាប់វាយតម្លៃ អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
- ចុះតាមទីតាំងការងាររបស់គម្រោងជួបជាមួយកសិករនិង / ឬបុគ្គលិករបស់ អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
- ពិគ្រោះយោបល់និងធ្វើរបាយការណ៍វាយតម្លៃ និងកិច្ចការផ្សេងទៀត។

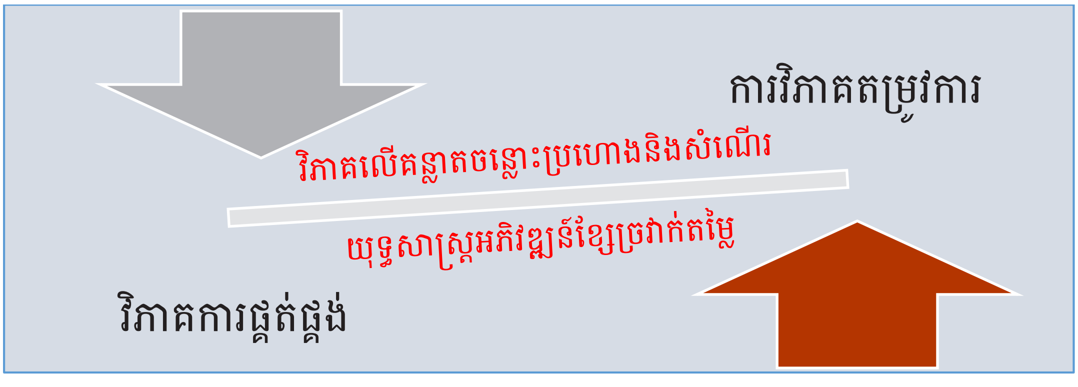
ទោះបីមិនមានកាលវិភាគជាក់លាក់ចុះតាមទីតាំងការងារក៏ដោយ ប៉ុន្តែពួកគេគួររៀបចំផែនកាសកម្មភាពដើម្បីជួបប្រជុំគ្នាតាមការចាំបាច់។

៣.៤.ការធានាគុណភាពលើការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ (QA-MDA)

៣.៤.១.លក្ខណៈសម្បត្តិ

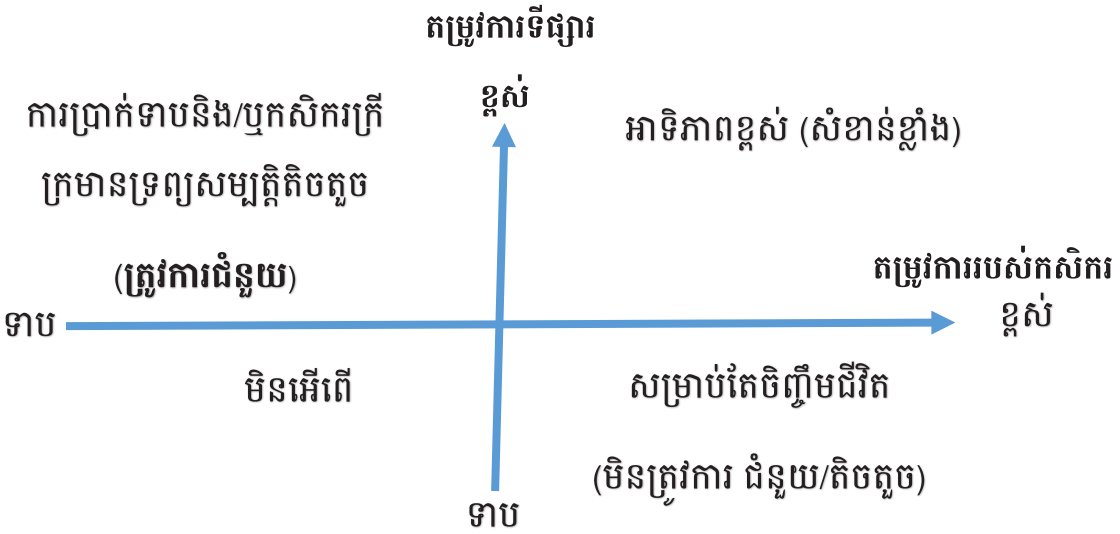
គោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា បានសង្កត់ធ្ងន់លើកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងដើម្បីបង្កើនតម្លៃបន្ថែមក្នុងខ្សែច្រវាក់ផលិតកម្មនិងការវិនិយោគក្នុងវិស័យកសិកម្ម ដោយមិនគ្រាន់តែឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់កសិករប៉ុណ្ណោះទេ តែដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការទីផ្សារសម្រាប់ផលិតផលកសិកម្មដូចជា ស្រូវ សាកវប្បកម្ម បសុសត្វ និងវារីវប្បកម្មជាដើម។ ក្នុងពេលជាមួយគ្នានោះផងដែរ ពួកគេក៏ត្រូវយល់ដឹងដែរថាតើពួកគេត្រូវផលិតអ្វីខ្លះ នៅពេលណា និងផ្គត់ផ្គង់ទៅឲ្យអ្នកណា នៅទីផ្សារណា ក្នុងបរិមាណប៉ុណ្ណា រួមទាំងព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធទៅនឹងហិរញ្ញវត្ថុ និងតម្រូវការទីផ្សារ។

ជាទូទៅ ការវិភាគគម្លាតទីផ្សារ (សូមមើលរូបភាពទី៩) សំដៅលើការវិភាគ ឬការព្យាករណ៍ទីផ្សារដែលមានសក្តានុពល ដែលនឹងត្រូវការផលិតផលដូចជាសហគ្រាសធុនតូចនិងមធ្យម ក្រុមហ៊ុន អង្គភាពសាធារណៈនិងសង្គមស៊ីវិលមួយចំនួនរួមទាំងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលផងដែរ។ ដើម្បីព្យាករណ៍ទីផ្សារឲ្យបានល្អ វាចាំបាច់ណាស់ក្នុងការប្រមូលទិន្នន័យពាក់ព័ន្ធទីផ្សារទាំងអស់ និងព័ត៌មានផ្ទៃក្នុងពីសមាគមពាណិជ្ជកម្ម និងរដ្ឋាភិបាលជាដើម។



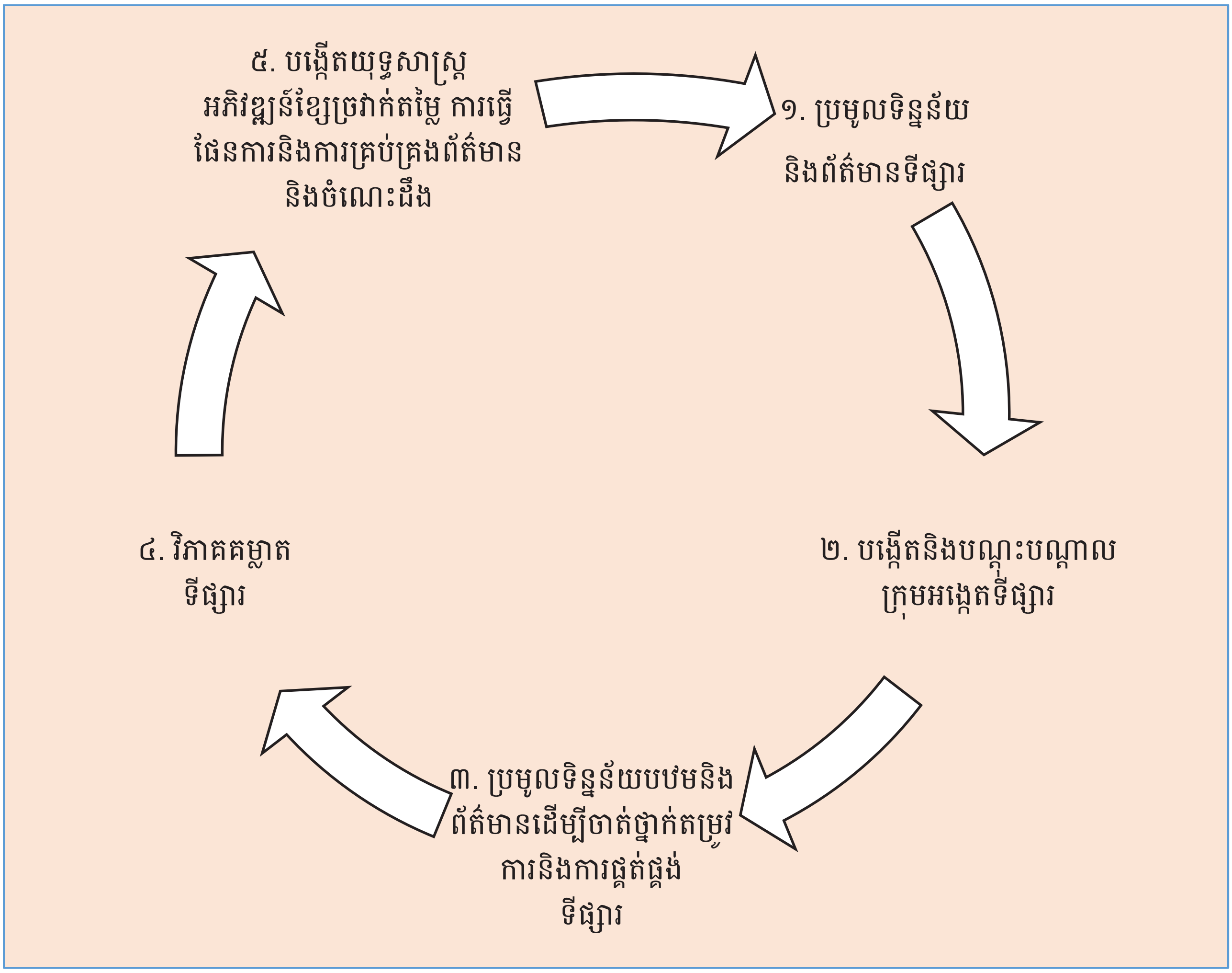
រូបភាពទី ៩: ការវិភាគតម្រូវការនិងការផ្គត់ផ្គង់ទីផ្សារ

ថ្វីបើទីផ្សារគឺជាកត្តាចំបងក៏ដោយប៉ុន្តែយើងក៏មិនអាចមិនអើពើពីតម្រូវការពិតប្រាកដ ចំណាប់អារម្មណ៍និងសមត្ថភាពរបស់អ្នកទទួលផលក្នុងការផលិតកសិផលជាអាហារនិងមិនមែនអាហារ រួមទាំងសត្វចិញ្ចឹមផងដែរទេ។ រូបភាពទី១០ បង្ហាញពីលទ្ធភាពគម្រោងដែលអាចគ្របដណ្តប់លើទិដ្ឋភាពទាំងពីរបាន។



រូបភាពទី ១០: ដំណោះស្រាយផ្អែកលើតម្រូវការអាទិភាពសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

GDA/DAE នៃក្រសួងកសិកម្មរុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទ (នៅឆ្នាំ២០១៧) បានផ្តល់គោលការណ៍ណែនាំលើការភ្ជាប់ផលិតផលកសិកម្មទៅនឹងទីផ្សារ ដោយដាក់ចេញអន្តរាគមន៍បីប្រភេទ ដោយសម្រេចដាក់រួមបញ្ចូលយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ខ្សែច្រវាក់តម្លៃនៅក្នុងតំបន់ភូមិសាស្ត្រជាក់លាក់មួយ។ អន្តរាគមន៍ទាំងបីនេះ រួមមាន ១) យុទ្ធសាស្ត្រផលិត (ពោលគឺ តើត្រូវផលិតផលិតផលកសិកម្មក្នុងបរិមាណ និងគុណភាពបែបណាឲ្យឆ្លើយតបនិងតម្រូវការ និងទាន់ពេលវេលា ?) ២) យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ (ពោលគឺ របៀបប្រមូលផលិតផលកសិកម្មឲ្យបានទាន់ពេលវេលា ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ទៅដល់អតិថិជនចុងក្រោយនៅពេលត្រូវការប្រកបដោយលក្ខណៈប្រកួតប្រជែង ? និង ៣) យុទ្ធសាស្ត្រគាំទ្រ (ពោលគឺ តើត្រូវផ្តល់សេវា អភិវឌ្ឍជំនាញ ព័ត៌មាននិងចំណេះដឹង ហិរញ្ញវត្ថុនិងសម្របសម្រួលកិច្ចសន្ទនាដើម្បីជំរុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងតួអង្គទាំងឡាយដើម្បីពន្លឿនការចងក្រង និងលើកទឹកចិត្តដល់ទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពបែបណា? ការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រនេះអាចទទួលបានជោគជ័យល្លឹកណាតួអង្គនៅក្នុងប្រព័ន្ធខ្សែច្រវាក់តម្លៃជួបនិយាយគ្នាជាទៀងទាត់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធិភាពនិងមានគំនិតយល់ស្របគ្នា។ ដោយសារតែចំណុចខាងលើនេះ លក្ខណៈសម្បត្តិនិងសូចនាករវាស់វែងសំខាន់ៗរបស់ ការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ (MDA) ត្រូវបានកំណត់ដើម្បីផ្តល់ការធានាគុណភាពបន្ថែម (សូមមើលរូបភាពទី១១ និង **ឧបសម្ព័ន្ធទី ៥** ទម្រង់វាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ (MDA) ។



រូបភាពទី១១: លក្ខណៈសម្បត្តិសំខាន់ៗរបស់ ការធានាគុណភាពក្នុងការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ (QA-MDA)

ទោះបីគម្រោងមានគោលដៅបង្កើនប្រាក់ចំណេញនិងលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពរបស់កសិករខ្នាតតូចនៅកម្ពុជាតាមរយៈអាជីវកម្មកសិកម្ម-និងប្រព័ន្ធនិរានុវត្តន៍ទីផ្សារក៏ដោយ ចំណុចសំខាន់ត្រូវធានាថារាល់គម្រោងអាជីវកម្មកសិកម្មនឹងបង្កផលប៉ះពាល់តិចតួចបំផុតទៅលើបរិស្ថាន ធនធានធម្មជាតិ (ដូចជា ជម្រាលទឹកភ្លៀង ដីនិងទឹក កសិរុក្ខកម្ម ការគ្រប់គ្រងគីមីកសិកម្ម យោងតាមគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា របស់ក្រសួងកិសកម្ម ឆ្នាំ២០១៥) សេដ្ឋកិច្ចសង្គម និងវប្បធម៌ ។

ដើម្បីសម្រេចចក្ខុវិស័យនេះបាន វាតម្រូវឲ្យមានការប្រើប្រាស់បច្ចេកទេសថ្មីៗ បច្ចេកវិទ្យា ការច្នៃប្រឌិតការប្រើប្រាស់ធនធានកសិកម្មដែលមិនត្រឹមតែធន់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារផងដែរ ក្នុងពេលជាមួយគ្នានោះក៏ត្រូវពិចារណាលើផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានណាមួយដែលបណ្តាលមកពីគម្រោងនានា។

៣.៤.២ ដំណើរការអនុវត្ត

គោលបំណងសំខាន់នៃឧបករណ៍នេះគឺដើម្បីឲ្យកម្មវិធីអាចវាយតម្លៃការធានាគុណភាព អ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មក្នុងការអនុវត្តការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារដោយប្រើប្រាស់ជំហានដូចគ្នា នឹងការធានាគុណភាពនៃការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ។ចំណាត់ថ្នាក់វាយតម្លៃនិងចំណាត់ថ្នាក់ពិន្ទុ នឹងត្រូវអនុវត្តឡើងដូចគ្នាក្នុងតារាងទី១ និងតារាងទី២លើកលែងតែចំណាត់ថ្នាក់ទម្ងន់។ សូមមើលតារាងទី១០។

តារាងទី១០: ចំណាត់ថ្នាក់ទម្ងន់ ការធានាគុណភាព ការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ (QA-MDA)

សេចក្តីពណ៌នា	ទម្ងន់
១. ប្រមូលទិន្នន័យ និងព័ត៌មានទីផ្សារ	១០%
២. បង្កើតនិងបណ្តុះបណ្តាលក្រុមអង្កេតទីផ្សារ	១០%
៣. ប្រមូលទិន្នន័យបឋមនិងព័ត៌មានដើម្បីចាត់ថ្នាក់តម្រូវការនិងការផ្គត់ផ្គង់ទីផ្សារ	២០%
៤. វិភាគគម្លាតទីផ្សារ	៣០%
៥. បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ខ្សែសង្វាក់តម្លៃ ការធ្វើផែនការនិងការគ្រប់គ្រងព័ត៌មាននិងចំណេះដឹង	៣០%
សរុប	១០០%

៣.៤.៣ ការរៀបចំស្ថាប័ន

ការរៀបចំស្ថាប័នសម្រាប់វាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារគឺដូចគ្នាទៅនឹងការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករដែរ។

៣.៥.ការធានាគុណភាពលើសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-AEA)

៣.៥.១ លក្ខណៈសម្បត្តិ

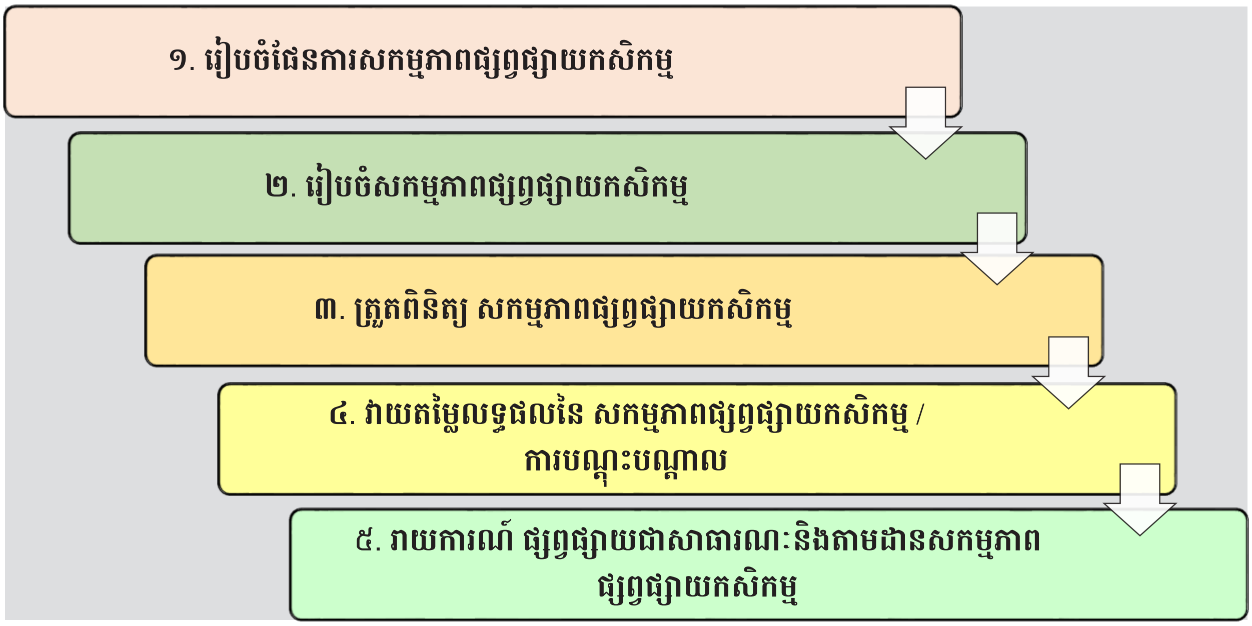
ឯកសារគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា បានកំណត់ពីសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយជាច្រើន ដូចជា កសិដ្ឋានបង្ហាញ សាលារៀនស្រែកសិករ ការបណ្តុះបណ្តាលកសិករ យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ខិត្តប័ណ្ណ សៀវភៅណែនាំ ផ្ទាំងរូបភាព និងពិព័រណ៍ ដែលត្រូវប្រើប្រាស់ក្នុងការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម តាមពេលវេលា និងទីកន្លែងសមស្រប។

FAO (**ឆ្នាំ ២០០៣**) បានលើកឡើងថាវិធីសាស្ត្រសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាវិធីសាស្ត្ររៀនសូត្រប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត មានការចូលរួម និងអន្តរកម្មដែលសង្កត់ធ្ងន់លើការដោះស្រាយបញ្ហា និងរកឃើញតាមការរៀនសូត្រ ក៏ដូចជាលើកទឹកចិត្តដល់កសិករឲ្យអនុវត្តតាម កិច្ចប្រតិបត្តិដែលសមស្របបំផុតចំពោះប្រព័ន្ធកសិកម្មរបស់ពួកគេ។ ការធានាគុណភាពក្នុងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវចាត់ទុកកសិករជាអ្នកជំនាញ ស្រែឬកសិដ្ឋានជាកន្លែងរៀនសូត្រដ៏ល្អបំផុត ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយ ជាអ្នកសម្របសម្រួលមិនមែនជាគ្រូទេ បង្កើតកម្មវិធីសិក្សាចម្រុះពោលគឺការបណ្តុះបណ្តាលគួរអនុវត្តតាមរដូវកាលដាំដុះ និងកិច្ចប្រជុំក្រុមទៀងទាត់របស់ក្រុមកសិករ និងសម្ភារៈរៀនសូត្រគួរត្រូវបានបង្កើតចេញពីការយល់ឃើញរបស់កសិករ ផ្អែកតាមការសាកល្បងលើទីស្រែរបស់គេដោយខ្លួនឯង vi) ផ្តល់ឱកាសសម្រាប់ការកសាងក្រុម / ថាមវន្តក្រុម រួមទាំងជំនាញក្នុងទំនាក់ទំនង ការដោះស្រាយបញ្ហា និងភាពជាដឹកនាំ និងវិធីសាស្ត្រដឹកនាំកិច្ចពិភាក្សា។ **Mwada M at All** (**ឆ្នាំ ២០១៥**) ស្នើសុំឲ្យយកចិត្តទុកដាក់លើគុណភាពនៃការរៀនសូត្រ ឧទាហរណ៍: ត្រូវរៀបចំឧបករណ៍កសិកម្មឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់ ជី និងវិធីសាស្ត្រអន្តរាគមន៍ជាដើម។

ការត្រៀមរៀបចំបែបនេះ មិនត្រឹមតែជួយឲ្យកសិករងាយយល់អំពីឧបសគ្គដែលខ្លួនជួបប្រទះទេ ប៉ុន្តែលើកទឹកចិត្តនិងជំរុញឲ្យកសិករមានឆន្ទៈបន្តចូលរួមជាមួយកម្មវិធីតទៅមុខទៀត។ បន្ថែមលើនេះទៀតវានាំមកនូវប្រសិទ្ធភាពចំណាយនិងនិរន្តរភាពហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់ការពង្រីកកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយនៅក្នុងភូមិ។

របាយការណ៍បេសកកម្មរបស់ IFAD ដែលបានធ្វើឡើងនៅពាក់កណ្ដាលឆ្នាំ២០១៧ បានជូនយោបល់ថា ដើម្បីអនុវត្តសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មជោគជ័យត្រូវពិចារណាលើទិដ្ឋភាពមួយចំនួនដូចខាងក្រោម: i) កសាងសមត្ថភាពក្រុមកសិករ ii) រៀបចំស្រែបង្ហាញ ស្របតាមប្រធានបទដែលបានកំណត់ដោយកសិករ ហើយត្រូវប្រាកដថាកសិករគំរូ អាចទទួលបានលទ្ធផលល្អនិងមានផលចំណេញពីស្រែបង្ហាញ iii) ត្រូវគិតគូឲ្យមានកសិករនាំមុខក្នុងក្រុមកសិករ និងលើកទឹកចិត្តការរៀនសូត្រតាមបែបចូលរួម និងបណ្ដាញរៀនសូត្រ។ ចំណុចនេះក៏ត្រូវបានលើកឡើងដោយ **មាស** (**ឆ្នាំ ២០១៦**) ថាការធានាគុណភពការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គួរផ្ដោតលើ: ១) ការកំណត់ កសិករគោលដៅ ២) ចងក្រងពួកគេជាក្រុម ៣) រៀបចំវគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលផ្អែកតាមលទ្ធផលរបស់ ការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ និងការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA) ៤) ជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយសមស្រប ៥) តាមដានសកម្មភាពនៅទីស្រែ ៦) ពិនិត្យឡើងវិញនិងចែករំលែកមេរៀនបទពិសោធន៍។

រូបភាពទី ១២: បង្ហាញជូនពីដំណើរការហ្មត់ចត់និងលក្ខណៈសម្បត្តិសំខាន់ៗសម្រាប់អនុវត្ត ការធានាគុណភាពការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-AEA)។ ព័ត៌មានលំអិតមានផ្ដល់ជូនក្នុង **ឧបសម្ព័ន្ធទី ៦**។



រូបភាពទី១២ : លក្ខណៈសម្បត្តិសំខាន់ៗរបស់ ការធានាគុណភាព សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-AEA)

៣.៥.២ ដំណើរការអនុវត្ត

ដំណើរការនៃការអនុវត្តគឺដូចគ្នាទៅនឹង ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA) និង ការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ (MDA) ដែរ។ ចំណុចខុសគ្នា គឺនៅលើមាត្រដ្ឋានទម្ងន់ ដែលមានបង្ហាញនៅក្នុងតារាងទី ១១។

តារាងទី១១: មាត្រដ្ឋានទម្ងន់នៃ ការធានាគុណភាពនៃ សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

សេចក្ដីពណ៌នា	ទម្ងន់
១. រៀបចំផែនការសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	១៥%
២. រៀបចំសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	១៥%
៣. ត្រួតពិនិត្យមើលសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	៣០%
៤. វាយតម្លៃលទ្ធផលសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម/បណ្ដុះបណ្ដាល/អប់រំ	៣០%
៥. រាយការណ៍ ផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈនិងតាមដាន សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	១០%
សរុប	**១០០%**

៣.៥.៣ ការរៀបចំស្ថាប័ន

ការរៀបចំស្ថាប័នសម្រាប់ ការធានាគុណភាពនៃសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺដូចគ្នាទៅនឹង ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករនិងការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារដែរ។

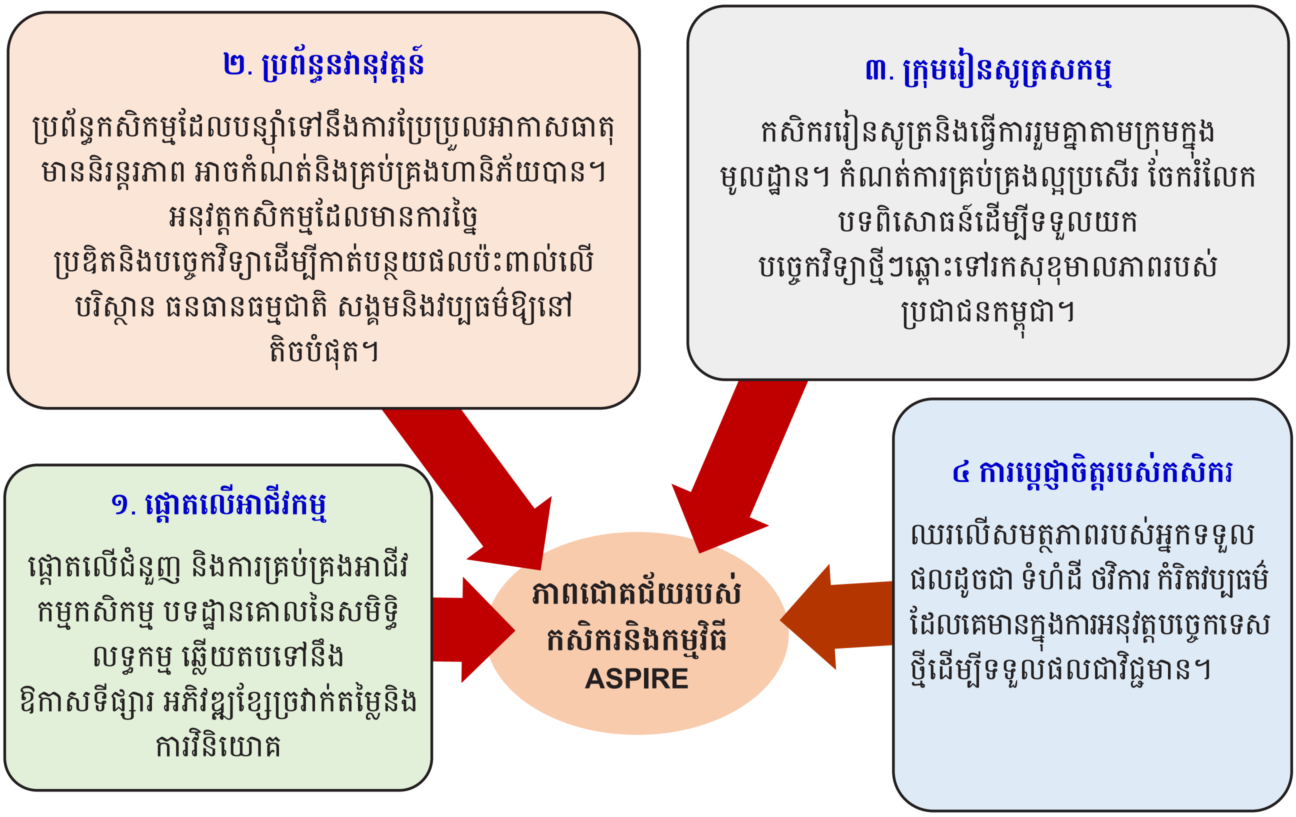
៤.សន្និដ្ឋាន

លទ្ធផលសម្រេចបានរហូតមកដល់ពេលនេះត្រូវបានចូលរួមជាបន្តបន្ទាប់ពីការពិគ្រោះយោបល់ និងសិក្ខាសាលាជាច្រើនដែលរៀបចំដោយ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម។ ដូច្នេះគេរំពឹងថាការអនុវត្តគោលការណ៍ណែនាំនេះនឹងអាចសម្រេចបានទោះបីត្រូវការការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពបន្តក៏ដោយ។

ការចូលរួមជាទម្រង់ពហុភាគី គឺជាការចាំបាច់ណាស់ត្រូវមានគោលការណ៍ណែនាំនិងនីតិវិធីប្រតិបត្តិ ដែលអាចជួយចង្អុលផ្លូវដល់ពួកគេក្នុងការរៀបចំផែនការនិងអនុវត្តសកម្មភាពរបស់ខ្លួនឲ្យបានល្អប្រសើរដើម្បីសម្រេចបានលទ្ធផលដែលមានគុណភាពខ្ពស់និងមានការទទួលស្គាល់ស្ថាប័នមួយមានវិជ្ជាជីវៈនិងឧបករណ៍ស្តង់ដារ។ ជាមួយនឹងកត្តាទាំងនេះ លទ្ធផលការងារដំបូងរបស់អ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មបានដែលអាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាព័ត៌មានដើមគ្រាសម្រាប់ប្រៀបធៀបនឹងលទ្ធផលក្រោយពេលផ្តល់សេវា។ ព័ត៌មាននេះនឹងជួយមិនត្រឹមតែជួយឲ្យអ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មយល់ពីកម្រិតមូលដ្ឋាននៃការបំពេញការងាររបស់ខ្លួនប៉ុណ្ណោះទេប៉ុន្តែវាក៏ជួយដល់ភ្នាក់ងារនិយ័តករឲ្យមើលឃើញនិងមានមូលដ្ឋានវាស់វែងច្បាស់លាស់ក្នុងការផ្តល់វិញ្ញាបនប័ត្រ ការលើកទឹកចិត្តនិងចំណាត់ថ្នាក់នៃសេវាកម្ម។ ល។ ក្រៅអំពីនេះ គោលការណ៍ណែនាំលើការធានាគុណភាពក៏អាចប្រើដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនាពេលបច្ចុប្បន្ននិងអនាគតផងដែរ ដូចជាបញ្ហាការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងតម្រូវការទីផ្សារ។

ទោះបីយ៉ាងណាដើម្បីធានាចីរភាពនិងលទ្ធផលគម្រោងបានល្អ វាមានសារៈសំខាន់ណាស់បញ្ចូលកិច្ចការនិងការទទួលខុសត្រូវលើការធានាគុណភាព និងថែមទាំងការត្រួតពិនិត្យគុណភាព ផងដែរដល់មន្ត្រីពាក់ពន្ធ័នៃស្ថាប័ននិយត័ករទៅក្នុងការវាយតម្លៃការងារ។ធ្វើដូចនេះចាំបាច់ឲ្យមានការផ្តល់ធនធានសម្រាប់ដំណើរការអនុវត្តជាប្រចាំ។

នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ យើងអាចនិយាយបានថាការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងតម្រូវការទីផ្សារជាកត្តាពីរដែលលេចធ្លោសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច*តាមរយៈ*វិស័យសំខាន់ៗពីរគឺការអភិវឌ្ឍកសិកម្មនិង ជនបទនៅកម្ពុជា។ ពិតប្រាកដណាស់ហើយថាដើម្បីសម្រេចមហិច្ឆតានេះ គឺមិនមានយុទ្ធវិធីនិងវិធីសាស្ត្រតែមួយគត់ណានោះទេដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប៉ុន្តែយើងគួរផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍខ្សែច្រវាក់ផលិតកម្មនិងការវិនិយោគហិរញ្ញវត្ថុទៅក្នុងវិស័យកសិកម្ម ដោយជំរុញវិសាលភាពចំនួនបួនៈ (១) ផ្តោតលើទីផ្សារ (២) ប្រព័ន្ធនវានុវត្តន៍ និង (៣) វិធីសាស្ត្រសិក្សាសកម្ម និង ៤)ការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់កសិករ (សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែមសូមមើលរូបទី១៣) ។



រូបភាពទី១៣: ធាតុផ្សំសំខាន់ៗដែលមានសម្រាប់ភាពជោគជ័យនៃកម្មវិធី ASPIRE (Jay Model)

ឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធទី ១: វាក្យស័ព្ទ និងពាក្យគន្លឹះពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ពាក្យ / វាក្យស័ព្ទ	និយមន័យ
កសិកម្ម	វិទ្យាសាស្ត្រ សិល្បះ ឬការអនុវត្តការដាំដុះនៅលើដី ផលិតផលដំណាំ និងការចិញ្ចឹមសត្វ ការរៀបចំនិងលក់ផលិតផលកសិកម្មតាមរូបភាពផ្សេងគ្នា។
ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	ការប្រើប្រាស់វិទ្យាសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ និងចំណេះដឹងថ្មីលើកិច្ចប្រតិបត្តិកសិកម្ម តាមរយៈការអប់រំកសិករ។
សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	ឧបករណ៍ / ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដែលត្រូវបានប្រើដើម្បីផ្ទេរព័ត៌មានអំពីបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មថ្មី - ដែលខុសពីការអនុវត្តតាមបែបប្រពៃណី - ទៅឲ្យកសិករ។ វាអាចជាយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយ តាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយខ្នាតធំ (ឧ.វិទ្យុ ទូរទស្សន៍ យុទ្ធនាការសាធារណៈ)។ ការបោះពុម្ពផ្សាយ (ឧ. ខិត្តប័ណ្ណ កូនសៀវភៅផ្សព្វផ្សាយ ផ្ទាំងរូបភាព និងការតាំងពិព័រណ៍ (ឯកសារគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា របស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ឆ្នាំ២០១៥) និងព័ត៌មានជារូបភាពនិងសម្លេង (ឧ. វីដេអូ) ។

ការប៉ាន់ប្រមាណ
មានន័យថាជាដំណើរការ ឬសកម្មភាពដើម្បីកំណត់ វិភាគនិងចាត់អាទិភាពតម្រូវការរបស់កសិករ ដើម្បីសម្រេចចិត្តលើកិច្ចការបន្ទាប់។

ការធានា
ចំណាត់ការដើម្បីផ្តល់ទំនុកចិត្ត ស្ថានភាពនៃភាពជាក់លាក់ ឬសកម្មភាពធ្វើឲ្យប្រាកដ។

កត្តារួមផ្សំ
គុណភាពឬលក្ខណៈពិសេសមួយដែលត្រូវបានចាត់ទុកថាជាលក្ខណៈ ឬជាផ្នែកមួយដែលមានស្រាប់ជាប់ជារបស់នរណាម្នាក់ឬអ្វីមួយ។

បទដ្ឋានគោល
ស្តង់ដារឬបណ្តុំបទដ្ឋានដែលត្រូវបានប្រើជាចំណុចចាប់ផ្តើមយោងសម្រាប់វាយតម្លៃកម្រិតនៃគុណភាពអ្វីមួយ។

លក្ខណៈសម្បត្តិ
លក្ខណៈពិសេស ឬគុណសម្បត្តិដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់បុគ្គលណាម្នាក់ ទីកន្លែង ឬវត្ថុដែលបម្រើដល់ការកំណត់អត្តសញ្ញាណខ្លួន។

តម្រូវការទីផ្សារ
បរិមាណនៃទំនិញដែលទីផ្សារមានបំណងនិងលទ្ធភាពក្នុងការទិញ តាមតម្លៃជាក់លាក់មួយផ្តល់ទៅឲ្យអ្នកផលិតរាល់ពេលទិញ។ និយាយម៉្យាងទៀតបានថាជាបរិមាណសរុបនៃតម្រូវការក្នុងមួយពេលៗ។

កសិករ
ជាទូទៅ សំដៅទៅលើបុគ្គលដែលចូលរួមក្នុងវិស័យកសិកម្ម ចិញ្ចឹមសារពាង្គកាយដែលមានជីវិត ធ្វើជាអាហារនិង/ឬសម្រាប់លក់។

សាលារៀនស្រែកសិករ
សំដៅលើដំណើរការសិក្សាតាមក្រុមនៅតាមកសិដ្ឋានដែលត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយមកពីស្ថាប័នជាច្រើន មានរដ្ឋាភិបាល អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល និងទីភ្នាក់ងារអន្តរជាតិនានាដើម្បីលើកកម្ពស់ការអនុវត្តបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មវៃឆ្លាត និងទូលំទូលាយ ដើម្បីបង្កើនជីវភាពរស់នៅរបស់កសិករ។

ការវាយតម្លៃតម្រូវការរបស់កសិករ
សំដៅលើដំណើរការឬចំណាត់ការដើម្បីកំណត់ វិភាគនិងចាត់អាទិភាព លើតម្រូវការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដល់កសិករ ដែលចូលរួមក្នុងការងារកសិកម្ម ការចិញ្ចឹមសារពាង្គកាយមានជីវិតធ្វើជាម្ហូបអាហារ និង/ឬសម្រាប់លក់ ដោយទទួលយកនូវបច្ចេកវិទ្យាថ្មី និងធានាថាសកម្មភាពដាំដុះរបស់ខ្លួន មានភាពធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ។

គម្លាតនៃទីផ្សារ
ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការមិនអាចបំពេញបានតាមតម្រូវការអតិថិជន ឬក្រុមអតិថិជនដែលមានសក្តានុពលដែលមិនទាន់បានទិញសេវាកម្ម ឬទំនិញ។ **គម្លាត** ក្នុង **ទីផ្សារ** ជាឱកាសសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីពង្រីកមូលដ្ឋានអតិថិជនរបស់ខ្លួនតាមរយៈការបង្កើនការយល់ដឹងនិងបង្កើត គោលដៅឬយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយដើម្បីឈានដល់ទីផ្សារដែលមិនទាន់បានចាប់យក។

ទិន្នន័យស្នូល	ទិន្នន័យស្នូល គឺជាទិន្នន័យបរិបទ ឬដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មានបន្ថែមដល់ទិន្នន័យផ្សេងទៀត។ ឧទាហរណ៍ ព័ត៌មានអំពីចំណងជើង ប្រធានបទ អ្នកនិពន្ធ *(ឯកសារយោង: វចនានុក្រមធុរកិច្ច)*។
តម្រូវការ	សម្រាប់គម្រោងនេះ តម្រូវការសំដៅលើតម្រូវការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដើម្បីធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវផលិតផលកសិកម្ម ផ្អែកតាមតម្លៃ តម្រូវការទីផ្សារ និងភាពធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ រួមទាំងសុវត្ថិភាពចំណីអាហារផងដែរ។ តម្រូវការសំដៅទៅលើអ្វីដែលត្រូវបានចាត់ទុកថាចាំបាច់ ឬត្រូវការដើម្បីអាចសម្រេចគោលបំណងណាមួយ ហើយវាខុសគ្នាពី "ការចង់បាន" និង "ចំណាប់អារម្មណ៍" ។
គុណភាព	ស្តង់ដារនៃអ្វីមួយដែលត្រូវបានគេវាស់វែងធៀបជាមួយនឹងអ្វីមួយផ្សេងទៀត ប្រភេទស្រដៀងគ្នា និងកម្រិតឧត្តមភាពនៃអ្វីមួយ។ ទោះបីជាដូចនេះក្តី ដើម្បីធានាបានការវិវឌ្ឍន៍ឥតឈប់ឈរ កម្រិតគុណភាពមិនគួរត្រូវបានរក្សាទុកឲ្យនៅដដែលក្នុងរយៈពេលយូរពេកទេ ក្នុងន័យនេះបទដ្ឋានគោលចាំបាច់ត្រូវកំណត់នៅពេលចាប់ផ្តើមកម្មវិធីកែលម្អគុណភាព។
ការធានាគុណភាព	ដើម្បីធានាថាអ្វីមួយ (ឬផលិតផល) និងសេវាកម្មត្រូវបានផ្តល់ជូនតាមគុណភាពដែលចង់បាន។ សម្រាប់កម្មវិធី ASPIRE វាសំដៅទៅលើសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ ដែលត្រូវបានត្រួតពិនិត្យ ហើយរកឃើញថាមានគុណភាពបច្ចេកទេសល្អ និងសមស្របប្រើប្រាស់ក្នុងការបណ្តុះបណ្តាលកសិករខ្មែរ។ ការធានាគុណភាព ក៏បង្កប់អត្ថន័យក្នុងវដ្តនៃការផ្តល់ព័ត៌មានត្រលប់ក្នុងការរចនាឡើងវិញផលិតផល ឬសេវាកម្មនិងការកែលំអឥតឈប់ឈរ ធៀបនឹងស្តង់ដារដែលមានការកើនឡើង។
អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	ផ្អែកតាមគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា របស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទ គឺសំដៅទៅលើអ្នកដែល (ជាបុគ្គលឬក្រុម) ចូលរួមក្នុងកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា ដូចជារៀបចំកម្មវិធីកសិកម្ម បង្កើតសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយជាដើម។ អាចជាភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល (ឧ. ក្រសួងកសិកម្ម មន្ទីរកសិកម្ម) ក្រុមហ៊ុនឯកជន អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល សមាគមកសិករ អង្គការសហគមន៍ជនបទ ស្ថាប័នសិក្សាវិស័យ កសិកម្ម និងតាមរយៈកិច្ចសន្យា/កិច្ចសន្យាម៉ៅការបន្តជាមួយកម្មវិធីដោយមិនបានវិនិយោគទុនរបស់ខ្លួនផ្ទាល់។
ការផ្គត់ផ្គង់	គំនិតសេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋានដែលពិពណ៌នាអំពីបរិមាណសរុបនៃទំនិញដែលអាចរកបាននៅលើទីផ្សារ ក្នុងបរិមាណមួយដែលអាចរកបានក្នុងតម្លៃជាក់លាក់។
គោលដៅ/បទដ្ឋានគោល	ស្តង់ដារឬខ្នាតគំរូឬបណ្តុំបទដ្ឋាន ដែលត្រូវបានប្រើជាចំណុចចាប់ផ្តើមយោសម្រាប់វាយតម្លៃកម្រិតនៃគុណភាពអ្វីមួយ។

ឧបសម្ព័ន្ធទី ២: ការធានាគុណភាពសម្រាប់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ទម្រង់ទី១: បញ្ជីពិនិត្យជ្រើសរើស អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

សេចក្តីពណ៌នា	ពេលកំណត់	អ្នកទទួលខុសត្រូវ
១. ធ្វើបញ្ជីអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលមានស្រាប់ ◻ លេខចុះបញ្ជីផ្លូវការ (កំណត់អត្តសញ្ញាណស្ថាប័នចុះបញ្ជីជាពិសេសពីក្រសួងមហាផ្ទៃ ក្រសួងការបរទេសជាដើម) ◻ ឈ្មោះរបស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (សូមបញ្ជាក់ឈ្មោះស្ថាប័ន មិនមែនឈ្មោះកម្មវិធី/គម្រោងទេ) ◻ ឈ្មោះបុគ្គលសំខាន់ក្នុងស្ថាប័នសម្រាប់ទំនាក់ទំនង (ឈ្មោះ មុខតំណែង អាស័យដ្ឋាន ទូរស័ព្ទ អ៊ីម៉ែល បើអាចគេហទំព័រ) ◻ ទម្រង់ស្ថាប័ន (ប្រាប់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រនៃការអន្តរាគមន៍ ប្រភេទសេវាកម្មវិជ្ជាជីវៈ កាលបរិច្ឆេទចាប់ផ្តើម និងចំនួនឆ្នាំ) ◻ សមត្ថភាព (ចំនួនបុគ្គលិកជំនាញផ្នែកផ្សព្វផ្សាយ សូមភ្ជាប់សញ្ញាប័ត្រច្បាប់ចតចម្លងនិងបទពិសោធន៍វិជ្ជាជីវៈរបស់ពួកគេ) ◻ សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយដែលបានផលិត (បង្ហាញយ៉ាងតិចបំផុត ២) ◻ បទពិសោធន៍សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (រៀបរាប់វិធីសាស្ត្រ ផ្សព្វផ្សាយដែលសកម្មឬកំពុងអនុវត្តចំនួនពីរ) ◻ ចំណាប់អារម្មណ៍លើការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនាពេលបច្ចុប្បន្ន និងទៅអនាគត ។ មើលព័ត៌មានលម្អិតក្នុងទម្រង់សារពើភ័ណ្ឌ ក្នុងទម្រង់ទី២ការធានាគុណភាពអ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-Form AESP ២) *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* …………………………………………………………………	យ៉ាងហោចណាស់៣ ខែមុន	
២. រៀបចំក្រមប្រតិបត្តិការងារ (TOR) សម្រាប់ការជ្រើសរើសអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ◻ សេចក្តីផ្តើម (ច្រើនបំផុត កន្លះទំព័រ) ដោយផ្តល់ព័ត៌មានសង្ខេបអំពីសាវតាររបស់កម្មវិធី តំបន់គោលដៅអន្តរាគមន៍ សេចក្តីសង្ខេបពីចក្ខុវិស័យ គោលដៅនិងយុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គោលការណ៍សំខាន់ៗរបស់កម្មវិធី គោលបំណងរួមនិងជាក់លាក់នៃសេវាផ្សព្វផ្សាយ លទ្ធផលរំពឹងទុក និងតំបន់អន្តរាគមន៍	ឲ្យបានមុនពី២-៣ខែ	

សេចក្តីពណ៌នា	ពេលកំណត់	អ្នកទទួលខុសត្រូវ
☐ វិសាលភាពការងារ (អតិបរមា កន្លះទំព័រ) រៀបរាប់ពីទំហំគម្រោងទីតាំងភូមិសាស្ត្រ និងចំនួនអ្នកទទួលផលឬគ្រួសារដែលចង់បាន ☐ លទ្ធផលរំពឹងទុក/កិច្ចការសំខាន់ៗ (អតិបរមា១ទំព័រ) រៀបរាប់អំពីលទ្ធផល/សកម្មភាពសំខាន់ៗ រួមជាមួយអភិក្រម/យុទ្ធវិធីអន្តរាគមន៍ដែលបានស្នើឡើង ថវិកាប៉ាន់ស្មាននិងផែនការដើម្បីសម្រេចឲ្យបាន) ☐ តួនាទីនិងការទទួលខុសត្រូវសំខាន់ៗ (តិចជាងកន្លះទំព័រ ដោយត្រូវរៀបរាប់អំពីតួនាទីសំខាន់ៗ និងការទទួលខុសត្រូវជាក់លាក់របស់អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រួមទាំងចំណាត់ការត្រួតពិនិត្យ) ☐ ការរៀបចំរបាយការណ៍និង ខ្សែបណ្តាញទំនាក់ទំនង (តិចជាងកន្លះទំព័រ) រៀបរាប់ពីតម្រូវការរបាយការណ៍សំខាន់ៗ ដូចជារបាយការណ៍ចាប់ផ្តើមគម្រោង វឌ្ឍនភាពនិងបញ្ចប់គម្រោង អ្នកណាអ្នកសរសេរ ហើយពេលណា ☐ តម្រូវការអប្បបរមា (ច្រើនបំផុត កន្លះទំព័រ រៀបរាប់អំពីគុណវុឌ្ឍិបទពិសោធន៍និងជំនាញវិជ្ជាជីវៈផ្សេងទៀតដែលត្រូវការ។ ល។) ☐ ព័ត៌មានបន្ថែម ដែលត្រូវផ្តល់ដែរ រួមមានៈ ✓ ថ្ងៃផុតកំណត់នៃការផ្តល់ជូនរបាយការណ៍ ✓ របៀបបញ្ជូន (ឧ. តាមប៉ុស្តិ៍ ទូរសារ អ៊ីម៉ែល) ✓ គម្រោងសំណើបច្ចេកទេស និងហិរញ្ញវត្ថុ ✓ ឯកសារផ្សេងទៀត តាមការចាំបាច់ដូចជាទម្រង់ ចំនួននៃច្បាប់ថតចម្លង សំណួរត្រូវសួរបញ្ជាក់ ។ល។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។*		
៣. ការជូនដំណឹង/ផ្សាយដំណឹង ☐ រយៈពេល (កាលបរិច្ឆេទផុតកំណត់នៃការដាក់ពាក្យពី ២-៤ សប្តាហ៍ អាស្រ័យលើទំហំគម្រោង)។ កាលកំណត់ត្រូវសសេរ ឲ្យច្បាស់ ឧ.ថ្ងៃទី ៣១ ខែមេសា ឆ្នាំ២០១៨ វេលាម៉ោង ០២:០០ ម៉ោងក្នុងស្រុក ☐ វិធីសាស្ត្រផ្សាយដំណឹង (អាចរកគេហទំព័រនិង/ឬប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយណាដែលពេញនិយម និងមានតម្លៃសមល្មម ពី ២-៣ ប្រភពគឺល្អ)	មុន១-២ ខែ	

សេចក្តីពណ៌នា	ពេលកំណត់	អ្នកទទួលខុសត្រូវ
☐ ការផ្សាយឡើងវិញ (ត្រូវធ្វើឡើងក្នុងរយៈពេលពីរទៅបីសប្តាហ៍ក្រោយបើមានបេក្ខជនតិចជាង ៣នាក់ ឬ មិនមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់) ☐ ផ្តល់ព័ត៌មានលំអិតសម្រាប់ទំនាក់ទំនង ប្រសិនបើអ្នកដាក់ពាក្យមានអ្វីត្រូវបំភ្លឺនិងបញ្ជាក់ មធ្យោបាយនៃការដាក់ពាក្យ ដោយអ៊ីម៉ែលទៅកាន់មន្ត្រីទទួលបន្ទុក ឬផ្ញើទៅការិយាល័យជាដើម ☐ ពន្យល់ពីតម្រូវការនៃការដាក់ពាក្យ៖ • លិខិតបង្ហាញពីចំណាប់អារម្មណ៍របស់ស្ថាប័ន ចំណេះដឹង ជំនាញ និងលទ្ធភាព ។ • គម្រោងសំណើរបច្ចេកទេស (អតិបរមា ២ ទំព័រ) • ផ្តល់ការគណនាចំណាយនិងហិរញ្ញវត្ថុ (ច្រើនបំផុតកន្លះទំព័រ) • ច្បាប់ចតចម្លងលិខិតចុះបញ្ជីជាឬឯកសារប្រហាក់ប្រហែល • បញ្ជីលំអិតជាទម្រង់ Excel បង្ហាញពីបុគ្គលិកផ្នែកផ្សព្វផ្សាយសំខាន់ៗដែលមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈ (រួមទាំង អាយុ សញ្ញាប័ត្រ បទពិសោធន៍វិជ្ជាជីវៈ) ឬ ប្រវត្តិរូបរបស់ពួកគេ • ប្រវត្តិរូបរបស់ស្ថាប័នប្រាប់ពីចំនួនឆ្នាំប្រតិបត្តិការនិងសកម្មភាពសំខាន់ៗដែលទាក់ទងនឹងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា គំរូសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយមួយចំនួនដែលបានបង្កើត និងរូបថតការបណ្តុះបណ្តាល/ការអប់រំនិងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ។ល។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* …………………………………………………………………		
៤. បង្កើតលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យវាយតម្លៃសម្រាំងអ្នកដាក់ពាក្យសុំ និងរៀបចំសំនួរគន្លឹះសម្រាប់សម្ភាសន៍ ☐ អត្តសញ្ញាណស្ថាប័ន (ទម្ងន់ ៣០%)។ ពិនិត្យមើលថាតើទស្សនវិស័យ បេសកកម្ម គុណតម្លៃ និងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ AESP ដូចគ្នាទៅនឹងកម្មវិធី ការទទួលស្គាល់របស់រដ្ឋាភិបាល មានកិត្តិនាម មានគេស្គាល់ ពេលប្រតិបត្តិការ និងបទពិសោធន៍ការងារក្នុងទីតាំងភូមិសាស្ត្រឬយ៉ាងហោចណាស់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ☐ សមត្ថភាពលើការងារផ្សព្វផ្សាយ (ទម្ងន់ ៣០%) ។ មើលថាតើអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មានសមត្ថភាពបំពេញការងារមួយដោយជោគជ័យ ឬមានប្រសិទ្ធិភាពដែរឬទេ។ សមត្ថភាពស្នូលពាក់ព័ន្ធរបស់ស្ថាប័ននិងបុគ្គលិកបង្គោលក្នុងការបំពេញការងារ (ឧ. ដូចជាការតម្រង់ទិសលើស្វ័យគ្រប់គ្រង វិជ្ជាជីវៈ ផ្តោតលើលទ្ធផល	មុនពេលសម្ភាសន៍ ២-៣ សប្តាហ៍	

សេចក្តីពណ៌នា	ពេលកំណត់	អ្នកទទួលខុសត្រូវ
ការងារក្រុម និងការតម្រង់ទិសសេវាកម្មជាដើម) ។ ចំនួនឆ្នាំនៃបទពិសោធលើការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា គុណវុឌ្ឍិផ្នែកអប់រំពាក់ព័ន្ធ ជំនាញទន់ និងសមត្ថភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ (ឧ.យ៉ាងហោចណាស់មានប្រាក់បញ្ញើនៅធនាគារ ១០០.០០០ ដុល្លារអាមេរិក) ☐ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រង (ទម្ងន់ ២០%) ។ លទ្ធភាពក្នុងការពន្យល់អំពីគោលនយោបាយ ដំណើរការនិងនីតិវិធី/គោលការណ៍ណែនាំផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់អង្គការ ផ្នែករដ្ឋបាល សៀវភៅណែនាំកិច្ចលទ្ធកម្ម ផែនការអភិវឌ្ឍបុគ្គលិក និងប្រព័ន្ធពិនិត្យតាមដាននិងវាយតម្លៃ ☐ កិច្ចសហការនិងបណ្តាញ (ទម្ងន់ ២០%) ។ អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម អាចបង្ហាញបានថាខ្លួនបានផ្តល់ធនធានដល់ស្ថាប័នផ្សេងទៀត។ ការចំណាយពេលវេលាដើម្បីសម្របសម្រួលសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មជាមួយស្ថាប័នដទៃ។ អាចមានតំណាង ត្រូវបានតែងតាំងជាភ្នាក់ងារ នាំមុខ មានការទទួលខុសត្រូវរួម សមាជិកភាពនៃស្ថាប័នណាមួយ ចូលរួមប្រជុំជាទៀងទាត់និងសកម្មជាមួយស្ថាប័នដ៏ទៃ។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។*		
៥. សម្ភាសន៍អ្នកដាក់ពាក្យ (ពោលគឺ អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម) មុនពេលសម្ភាសន៍: ☐ ផ្តល់ច្បាប់ចម្លងដល់សមាជិកក្រុមទាំងអស់ឲ្យបានគ្រប់គ្នា រួមមានគម្រោងសំណើបច្ចេកទេសនិងហិរញ្ញវត្ថុ រួមនិងសំណួរគន្លឹះ តារាងដាក់ពិន្ទុ និងទម្ងន់ ☐ ចាត់តាំងប្រធានក្រុមសម្ភាសន៍ ☐ សមាជិកក្រុមនេះគួរតែមានមនុស្សប្រហែល ៣-៤ នាក់ស្ថិតនៅក្នុងតួនាទីគ្រប់គ្រង ពីអង្គភាពជំនាញ តំណាងផ្នែកលទ្ធកម្ម/ធនធានមនុស្ស ហើយត្រូវមានម្នាក់ក្នុងចំណោមនោះជាអ្នកកត់ត្រាកំណត់ហេតុនៃកិច្ចប្រជុំ ☐ ចាត់តួនាទីគ្នាក្នុងការសួរសំណួរទៅកាន់បេក្ខជន ហើយត្រូវរៀបចំឲ្យបានល្អ សំណួរគន្លឹះ: គួរតែផ្តោតទៅលើការពិពណ៌នាអំពី៖ • បទពិសោធកន្លងមកនិងពេលបច្ចុប្បន្នរបស់ស្ថាប័នក្នុងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រួមទាំងចំណុចខ្លាំងក្នុងការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មប្រកបដោយគុណភាព	អំឡុងពេលដំណើរការ	

សេចក្តីពណ៌នា	ពេលកំណត់	អ្នកទទួលខុសត្រូវ
• រចនាសម្ព័ន្ធស្ថាប័ន ចំនួនបុគ្គលិកជំនាញសំខាន់ៗ សមត្ថភាពពួកគេ រួមទាំងវិធីសាស្រ្តនិងអភិក្រមដែលបានស្នើឡើងសម្រាប់សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយនិងមេរៀនបទពិសោធន៍ • ការគ្រប់គ្រងលទ្ធផលនិងប្រព័ន្ធ • ការភ្ជាប់បណ្តាញជាមួយអ្នកដទៃ និងទុនចូលរួមក្នុងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយ • សំណូមពរ/មតិយោបល់លើសេវាផ្សព្វផ្សាយដែលចង់បាន។ **<u>អំឡុងពេលសម្ភាសន៍:</u>** ☐ ដំបូង គណៈកម្មការសម្ភាសន៍ត្រូវប្រាប់អំពីគម្រោង និង សារៈសំខាន់នៃកម្មវិធី ☐ បន្ទាប់ សមាជិកក្រុមសួរសំណួរទៅកាន់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើតាមសំណួរគន្លឹះដែលបានរៀបចំរួច ☐ ចុងបញ្ចប់ អនុញ្ញាតឲ្យអ្នកដាក់ពាក្យបញ្ជាក់សំណួរ និងលើកឡើងនូវក្តីកង្វល់ បេក្ខជននឹងទទួលបានដំណឹងក្នុងរយៈពេល ពីរឬបីសប្តាហ៍។ **<u>ក្រោយសម្ភាសន៍:</u>** ☐ បូកសរុបពិន្ទុអ្នកដាក់ពាក្យម្នាក់ម្តងៗលើបច្ចេកទេស (ទម្ងន់ ៦០%) និងហិរញ្ញវត្ថុ (ទម្ងន់ ៤០%) ។ ☐ ក្រុមពិភាក្សាគ្នាលើចំណុចខ្លាំងនិងចំណុចខ្សោយរបស់អង្គភាព/បេក្ខជនដែលបានសម្ភាស។ ឆ្លងតាមការពិភាក្សា សមាជិកក្រុមម្នាក់ៗអាចចាត់លំដាប់ថ្នាក់អ្នកដាក់ពាក្យសុំ និងពិភាក្សា ក៏ដូចជាស្តាប់ការសន្និដ្ឋានរបស់ប្រធាន ☐ សរសេររបាយការណ៍សម្ភាសន៍និងដាក់ជូនប្រធានស្ថាប័នដើម្បីចុះហត្ថលេខា បន្ទាប់មកទូរស័ព្ទ/ផ្តល់ដំណឹងទៅដល់អ្នកដាក់ពាក្យដែលទទួលបានជោគជ័យ ដើម្បីចរចាបន្ត។ ☐ សម្រាប់អ្នកដែលត្រូវបានគេជ្រើសរើស និង/ឬ មិនត្រូវបានជ្រើសរើសក៏ដោយត្រូវជូនដំណឹងតាមអ៊ីម៉ែលក្នុងរយៈពេល២-៤សប្តាហ៍ក្រោយសម្ភាសន៍។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* …………………………………………………………		

ទម្រង់ទី២: តារាងបញ្ជីអ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ទិន្នន័យទូទៅ

ឈ្មោះស្ថាប័ន *(ផ្តល់ឈ្មោះពេញ)*	
ប្រភេទស្ថាប័ន	☐ អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម/នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ☐ មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទ ☐ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលក្នុងស្រុក ☐ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលអន្តរជាតិ ☐ ក្រុមកសិករ ☐ ក្រុមហ៊ុនឯកជន ☐ ផ្សេងទៀត
ឈ្មោះទំនាក់ទំនង *(មុខងារ នាមត្រកូល នាមខ្លួននិងមុខតំណែង)*	
ទំនាក់ទំនងលម្អិត *(លេខទូរស័ព្ទ ៩ខ្ទង់ អ៊ីម៉ែល/គេហទំព័រ ហ្វេសប៊ុក)*	
កាលបរិច្ឆេទចុះឈ្មោះនៅកម្ពុជា *(ថ្ងៃ/ខែ/ ឆ្នាំ)*	
វិញ្ញាបនបត្រ ចេញឲ្យដោយ:	☐ ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទ ☐ ក្រសួងមហាផ្ទៃ ☐ ក្រសួងការបរទេស ☐ ផ្សេងទៀត
រយៈពេលប្រតិបត្តិការសរុបនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា *(ត្រឹម ២ ខ្ទង់)*	
ចំនួនបុគ្គលិកសរុបនៅកម្ពុជា *(ខ្ពស់បំផុតចំនួន៤ ខ្ទង់)*	
រយៈពេលសរុបនៃការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយ *(ត្រឹម ២ ខ្ទង់)*	
ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ *(ឈ្មោះខេត្ត ស្រុក និងឃុំ) - អាចភ្ជាប់ជាទម្រង់ Excel បាន។*	
ចំនួនបុគ្គលិកដែលមានបទពិសោធន៍ផ្នែកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម *(ត្រឹម ២ ខ្ទង់)*	
សញ្ញាប័ត្រខ្ពស់បំផុតក្នុងចំណោមបុគ្គលិកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម	☐ វិទ្យាល័យនិង # .... ☐ ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រនិង # .... ☐ បញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រនិង .... ☐ ក្រោយឧត្តមសិក្សានិង # .... ☐ អ្នកផ្សេងទៀត .... និង # ....

សេវាកម្មដែលបានផ្តល់ (រាប់ទាំងអស់)

សេវាកម្មបានផ្តល់	**ចំនួនឆ្នាំនៃបទពិសោធន៍ (ឬ គ្មានព័ត៌មាន)**	**ចំនួនអ្នកទទួលផល (ឬគ្មានព័ត៌មាន)**	**ចំនួនគម្រោង / ការសម្រេចបាន (មិនដាច់ខាតទេ)**
ផលិតកម្មសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ			ចំនួននិងតំណ URL (អាចច្រើនជាង១តំណភ្ជាប់)
ការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេស (ផលិតកម្មឬបច្ចេកទេសទុកដាក់ក្រោយពេលប្រមូលផល)			ចំនួននិងតំណភ្ជាប់ទៅនឹងកំណត់ត្រាគម្រោងដែលមានស្រាប់ (មិនចាំបាច់គ្រប់កំណត់ត្រាទាំងអស់នោះទេ)
ការបណ្តុះបណ្តាលក្រៅផលិតកម្ម (ទីផ្សារ, ការចងក្រងក្រុម ...)			ចំនួននិងតំណភ្ជាប់ទៅកំណត់ត្រាគម្រោងដែលមានស្រាប់[5]
ការវាយតម្លៃលើតម្រូវការ			ចំនួននិងតំណភ្ជាប់ទៅកំណត់ត្រាគម្រោងដែលមានស្រាប់ឬ ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ [6]
ការលក់វត្ថុធាតុដើមកសិកម្ម (សេវាបន្ទាប់បន្សំ)			មែន/មិនមែន - បើមែន សួរថែម: ថ្នាំកំចាត់កត្តាចង្រៃ ថ្នាំសម្លាប់សត្វល្អិត ជី គ្រឿងយន្តកសិកម្ម វត្ថុធាតុដើមសរីរាង្គ
ការទិញផលកសិកម្ម (សេវាបន្ទាប់បន្សំ)			មែន/មិនមែន -បើមែន សូមជ្រើសរើស ក្នុងចំណោម: ប្រភេទ: ស្តង់ដារ សរីរាង្គ/ការអនុវត្តកសិកម្មល្អ (GAP) ទំនិញ: ផលិតផលត្រី ផលិតផលសាច់ បន្លែ ដំណាំឧស្សាហកម្ម សាកវប្បកម្ម ផ្សិត ដំណាំកៅស៊ូ បរិមាណប៉ាន់ស្មាននៅថ្នាក់ជាតិ: តូច មធ្យម និងធំ។

(យោងតាម: Ludovic Pommier)

*** ផ្នែកឯកទេស/ជំនាញ - យ៉ាងហោចណាស់មួយ**

[5] មិនចាំបាច់កត់ត្រាទាំងអស់ទេ

[6] មិនចាំបាច់កត់ត្រាទាំងអស់ទេ

វារីវប្បកម្ម បសុសត្វ បសុបក្សី កសិឧស្សាហកម្ម ដំណាំស្រូវ ដំណាំឧស្សាហកម្ម ផ្លែឈើ បន្លែ រុក្ខជាតិលំអរ ដំណាំផ្សិត អនុផលព្រៃឈើ កៅស៊ូ យេនឌ័រក្នុងវិស័យកសិកម្ម កសិកម្មវៃឆ្លាតបន្សាំនិងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ អាជីវកម្មកសិកម្ម ទីផ្សារនិងច្រវាក់តម្លៃ ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងកសិដ្ឋាន បច្ចេកទេសទុកដាក់ក្រោយប្រមូលផល ការរក្សាទុកនិងការកែច្នៃផលិតផលដំណាំ ការកែច្នៃផលិតផលសត្វ ការគ្រប់គ្រងទឹក ដីនិងវត្ថុធាតុដើមកសិកម្ម បទដ្ឋានគុណភាពនិងសុវត្ថិភាព (GAP, សរីរាង្គ ...) សហគមន៍ ក្រុមនិងសហករណ៍។

កត់ត្រាដោយ (ឈ្មោះ មុខតំណែង): ....

កាលបរិច្ឆេទ:.......................................

ទម្រង់ទី៣: ទម្រង់ការវាយតម្លៃការធានាគុណភាព សម្រាប់ជ្រើសរើស អ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ព័ត៌មានអំពីអ្នកសម្ភាសន៍	
កាលបរិច្ឆេទនៃការសម្ភាសន៍ (ថ្ងៃ / ខែ / ឆ្នាំ):	
ទីកន្លែងសម្ភាសន៍:	
ឈ្មោះអ្នកសម្ភាសន៍ តួនាទី ភេទ លេខទូរស័ព្ទ	
ឈ្មោះស្ថាប័ន និងអាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង:	

លក្ខណៈនិងព័ត៌មានពិស្តារអំពីសូចនាករវាស់វែង	**ពិន្ទុ**
១. អត្តសញ្ញាណស្ថាប័ន (**ពិន្ទុអតិបរមា ៣០**): ដូចជាយីហោអាចទំនាក់ទំនងបានរបស់ស្ថាប័ន។ សម្រាប់កម្មវិធីជោគជ័យមួយចំនួន ជាពិសេសជាមួយអង្គការ មិនស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ ជាសំខាន់គួរស្គាល់អត្តសញ្ញាណ យល់ច្បាស់អំពីបេសកកម្ម គុណតម្លៃនិងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ស្ថាប័ននោះ។ ខាងក្រោមនេះជាលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសំខាន់ៗមួយចំនួនដើម្បីស្គាល់ពីស្ថាប័នដែលមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះ៖ ☐ ការចុះបញ្ជីផ្លូវការជាមួយអង្គភាពរដ្ឋ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ជាស្ថាប័នមិនរកប្រាក់ចំណេញ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ បញ្ជាក់ពីភាពល្បីល្បាញរបស់ស្ថាប័ន ដូចជាមានវិញ្ញាបនប័ត្រទទួលស្គាល់ ប័ណ្ណសសើរ ជាដើម (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ មានអត្តសញ្ញាណរបស់ស្ថាប័នអំឡុងពេលប្រតិបត្តិការ (ឧ.កាតសម្គាល់ខ្លួន សំលៀកបំពាក់ឯកសណ្ឋាន (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ មានបទពិសោធន៍ពី ២-៣ ឆ្នាំនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ស្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្ររបស់គម្រោង/កម្ពុជាច្បាស់ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* ………………………………………………………………………………………………	
២. ការវាយតម្លៃលើសមត្ថភាពរបស់ស្ថាប័ន (**ពិន្ទុអតិបរមា ៣០**): សមត្ថភាពក្នុងបរិបទនេះសំដៅទៅលើការបង្ហាញនូវចំណេះដឹងនិងជំនាញគ្រប់គ្រាន់ ដែលបុគ្គលម្នាក់អាចប្រើប្រាស់ក្នុង	

លក្ខណៈនិងព័ត៌មានពិស្តារអំពីសូចនាករវាស់វែង	ពិន្ទុ
ស្ថានភាពជាច្រើន។ ខាងក្រោមនេះជាលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសំខាន់សម្រាប់ធានាគុណភាពសមត្ថភាពរបស់ស្ថាប័ន៖ ☐ អាកប្បកិរិយាស្នូលរបស់ស្ថាប័ន ដូចជាការតម្រង់ទិសស្វ័យគ្រប់គ្រង វិជ្ជាជីវៈ ផ្តោតលើលទ្ធផលការងារ ការងារជាក្រុមនិងផ្តោតលើសេវាកម្ម(មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ យ៉ាងហោចណាស់មានបទពិសោធន៏ផ្នែកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជាពី២-៣ឆ្នាំ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ យ៉ាងហោចណាស់ក៏មានបុគ្គលិកបង្គោល ២ នាក់ដែលមានសញ្ញាប័ត្រថ្នាក់បណ្ឌិត/អនុបណ្ឌិត/បរិញ្ញាបត្រ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ បុគ្គលិកបង្គោលមានជំនាញស្នូលច្បាស់លាស់ ដូចជា ការប្រាស្រ័យទាក់ទង ជំនាញសម្របសម្រួល ICT ការចងក្រងក្រុម។ល។ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ការគ្រប់គ្រងលទ្ធផល ការអភិវឌ្ឍបុគ្គលិក និងការលើកទឹកចិត្ត (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ លទ្ធភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់ស្ថាប័ន មានប្រាក់តម្កល់នៅធនាគារយ៉ាងហោចណាស់ ១០០.០០០ ដុល្លារ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* …………………………………………………………………………………	
៣. ពិនិត្យមើលប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ស្ថាប័ន (ពិន្ទុអតិបរមា ២០) ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងរបស់ស្ថាប័នគឺផ្តោតលើក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយ ដំណើរការនិងនីតិវិធីដែលស្ថាប័នប្រើប្រាស់ដើម្បីធានាថាអាចបំពេញនូវភារកិច្ចទាំងអស់ដែលត្រូវការដើម្បីសម្រេចគោលបំណង។ ខាងក្រោមនេះជាលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសំខាន់សម្រាប់ការធានាគុណភាពនៃប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងស្ថាប័ន: ☐ ស្ថាប័នគួរមានឯកសារគោលនយោបាយនិងយុទ្ធសាស្ត្រ ស្តីពីការអភិវឌ្ឍកសិកម្ម (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ស្ថាប័នគួរមានសៀវភៅណែនាំនិងនីតិវិធីហិរញ្ញវត្ថុ រដ្ឋបាល និងលទ្ធកម្ម (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ស្ថាប័នគួរមានផែនការអភិវឌ្ឍសមត្ថភាព ដូចជាផែនការអប់រំនិងបណ្តុះបណ្តាលដល់បុគ្គលិកបង្គោល (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ស្ថាប័នគួរមានប្រព័ន្ធតាមដាននិងវាយតម្លៃ ដូចជាក្របខ័ណ្ឌ M & E ពិធីសារ/ស្តង់ដារគុណភាពនិងយន្តការចែករំលែកទិន្នន័យនិងព័ត៌មាន (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* …………………………………………………………………………………	

លក្ខណៈនិងព័ត៌មានពិស្តារអំពីសូចនាករវាស់វែង	ពិន្ទុ
៤. កំណត់ពីរបៀបសហការ សម្របសម្រួល សហប្រតិបត្តិការនិងចងជាបណ្តាញជាមួយស្ថាប័នដ៏ទៃ (**ពិន្ទុអតិបរមា ២០**) វាមានភាពចាំបាច់ណាស់ម្រាប់ភាពជោគជ័យរបស់ស្ថាប័ន។ តាមរយៈសកម្មភាពបែបនេះ ស្ថាប័នទាំងអស់អាចធ្វើការរួមគ្នាបានយ៉ាងល្អដើម្បីសម្រេចបានគោលដៅស្ថាប័ន។ មនុស្សមិនអាចធ្វើការតែម្នាក់ឯងបានទេ ដើម្បីអាចបំពេញភារកិច្ចដ៏អស្ចារ្យបាន ពោលគឺទាមទារឲ្យមានធាតុចូលដទៃទៀតដូចជា ជំនាញ មូលនិធិ និងពេលវេលាដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាគម្រោង។ ខាងក្រោមនេះជាលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសំខាន់សម្រាប់ការធានាគុណភាពនៃ ស្ថាប័នៈ ☐ ស្ថាប័នផ្តល់ធនធានដល់ស្ថាប័នផ្សេងទៀត (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ បុគ្គលិកស្ថាប័នចំណាយពេលវេលាដើម្បីសម្របសម្រួលសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ស្ថាប័នមានបុគ្គលិកត្រូវបានចាត់តាំងជាភ្នាក់ងារដឹកនាំ ការទទួលខុសត្រូវរួម ដាក់ធនធានរួម/បដិភាគ ជាសមាជិកស្ថាប័នណាមួយ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ស្ថាប័នមានបុគ្គលិកចូលរួមប្រជុំយ៉ាងទៀងទាត់ជាមួយបណ្តាញផ្សេងទៀត (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* …………………………………………………………………………………………	
ពិន្ទុសរុប	

ទម្រង់ទី៤: ទម្រង់ធានាគុណភាពការចុះកិច្ចសន្យា

ការចុះហត្ថលេខាផ្តល់កិច្ចសន្យា	សូចនាករវាស់វែង
ត្រូវរៀបចំកិច្ចសន្យាដែលមានលក្ខណៈស្តង់ដារ ជាផ្នែកមួយឆ្លើយតបទៅនឹងនីតិវិធីលទ្ធកម្ម ។	☐ មាន ☐ មិនមាន ☐ ផ្សេងៗ
ប្រើប្រាស់គោលការណ៍ណែនាំទាំងអស់ដូចជា ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ សាលារៀនស្រែកសិករ ការចងក្រងក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច គោលការណ៍រៀនសូត្ររបស់មនុស្សពេញវ័យ ការធានាផលិតផលកសិកម្មជាដើម។ និងសេចក្តីណែនាំផ្សេងៗទៀតដែលមានចែងក្នុងកិច្ចសន្យាដូចជាអភិក្រម/វិធីសាស្រ្តផ្សព្វផ្សាយ ជាដើម។	☐ ចាស/ បាទ ☐ មិនមាន ☐ ផ្សេងៗ
ក្របខ័ណ្ឌសំណងតាមការព្រមព្រៀង (ជាបទដ្ឋានស្តង់ដារ) ផ្អែកតាមកិច្ចការដែលបានចុះកិច្ចសន្យា ដែលត្រូវតែសម្រេចនិងផ្តល់ឲ្យបាន (ឧទាហរណ៍ ការទូទាត់/ការសម្រេចបានលទ្ធផល និងកាលវិភាគ) ។	☐ មាន ☐ មិនមាន ☐ ផ្សេងៗ
ការណែនាំពីអត្រាទូទាត់ រួមមានជំនាញនិងបទពិសោធន៍ដែលត្រូវការ លក្ខណៈពិសេសនៃជំនាញ និងប្រភេទនៃការងារឬសកម្មភាពដែលបុគ្គលិកត្រូវមាន។	☐ មាន ☐ មិនមាន ☐ ផ្សេងៗ
កាលវិភាគក្នុងការទូទាត់ ត្រូវផ្អែកតាមលទ្ធផលសម្រេចបានតាមការព្រមព្រៀង ឬតាមកាលកំណត់ដោយមិនមានការពន្យារពេល និងស្របតាមថវិកា គ្រោងទុក។	☐ មាន ☐ មិនមាន ☐ ផ្សេងៗ
សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។ ………………………………………………………………………………………	

ចំណាំ: សូមមើលសេចក្តីណែនាំលម្អិតលើគោលការណ៍ប្រើប្រាស់ថវិកា សម្រាប់កម្មវិធីថ្នាក់ខេត្ត (ការផ្តល់កិច្ចសន្យាជូនអ្នកខាងក្រៅ) ដែលរៀបចំដោយកម្មវិធី ASPIRE នៅខែកក្កដា ឆ្នាំ ២០១៧ ។

ទម្រង់ទី៥: ទម្រង់ការធានាគុណភាព សម្រាប់ប្រភេទគម្រោងដែលត្រូវផ្តល់

ព័ត៌មានអំពីអ្នកសម្ភាសន៍	
កាលបរិច្ឆេទនៃការសម្ភាសន៍ (ថ្ងៃ / ខែ / ឆ្នាំ)	
ឈ្មោះអ្នកសម្ភាសន៍ តួនាទី ភេទ លេខទូរស័ព្ទ	
ឈ្មោះស្ថាប័ន និងអាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង	
ដោយមានការចូលរួមពី (ប្រសិនបើមាន)	

លក្ខណៈនិងព័ត៌មានពិស្តារអំពីសូចនាករវាស់វែង	ពិន្ទុ
១. ការធានាគុណភាពឈរលើមូលដ្ឋានធាតុចូល (ពិន្ទុអតិបរមា ១៥) ធាតុចូលរួមមានជា មនុស្ស សម្ភារៈ ព័ត៌មាន ឬហិរញ្ញវត្ថុដែលត្រូវបានដាក់ចូលទៅក្នុងសេវា ឬសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយដើម្បីទទួលបានទិន្នផលនិងលទ្ធផលដែលចង់បាន។ ដូច្នេះ ការធានាគុណភាពត្រូវផ្តោតលើលក្ខណៈ វិនិច្ឆ័យដូចខាងក្រោម: ☐ ស្ថាប័នយ៉ាងហោចណាស់ត្រូវមានបុគ្គលិកផ្សព្វផ្សាយដែលមានវិជ្ជាជីវៈ ២ រូប (មានម្នាក់ជាស្ត្រី) ដែលអាចចំណាយពេលយ៉ាងហោចណាស់ ១៨ សប្តាហ៍ / ឆ្នាំ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ស្ថាប័នត្រូវបញ្ជាក់ឲ្យច្បាស់ពីធនធានមិនមែនបុគ្គលិកសម្រាប់បំពេញការងារគ្រប់គ្រាន់ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ការចំណាយលើបុគ្គលិកនៅក្នុងស្ថាប័នត្រូវតិចជាង ៤៥% ជាប្រសិទ្ធិផល (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* …………………………………………………………………………………………	
២. ការធានាគុណភាពដោយផ្អែកលើសកម្មភាព (ពិន្ទុអតិបរមា ៤៥) ការធានាគុណភាពសេវាផ្សព្វផ្សាយរបស់ស្ថាប័ន ត្រូវផ្តោតលើបទពិសោធន៍ក្នុងសកម្មភាពដូចខាងក្រោម៖ ☐ ការណែនាំអំពីគម្រោង ដោយត្រូវធានាថាបុគ្គលិកបង្គោលទាំងអស់ រួមនិងសមាជិក ក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច (SLG) ជាង ៧០% មិនត្រឹមតែបានចូលរួមស្តាប់ការបង្ហាញឬតម្រង់ទិសពីគម្រោងទេ តែអាចរៀបរាប់ប្រាប់បានពីគោលដៅ គោលបំណង និងសកម្មភាពរបស់គម្រោង (មាន/មិនច្បាស់/មិនមាន) ☐ មានការអង្កេតទិន្នន័យដើមគ្រា (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ប្រើប្រាស់សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដែលមានស្រាប់ដែលទទួលបានការអនុម័ត ឬយ៉ាងហោចណាស់បង្កើតសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មចំនួន ២ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ប្រើប្រាស់ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ដែលបានអនុម័ត និង/ឬយ៉ាងហោចណាស់បានធ្វើ ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ មួយ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ប្រើប្រាស់ការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ (MDA) ដែលបានអនុម័ត និង/ឬយ៉ាងហោចណាស់បានធ្វើ ការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ មួយ(មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រក្រុមរៀនសូត្រសកម្មយ៉ាងហោចណាស់ ២ ហើយធានាថាសមាជិកជាង ៧០% មានភាពប្រសើរឡើងទាំងចំណេះដឹង និងចំណេះធ្វើក្រោយការរៀនសូត្រ/ ការបណ្តុះបណ្តាល (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ រៀបចំក្រុមតូចៗប្រកបដោយប្រសិទ្ធផលនិងប្រសិទ្ធភាព (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ប្រើប្រាស់ជីគីមីដែលបានចុះបញ្ជីនិងអនុញ្ញាត (មាន/មិនច្បាស់/មិនមាន) ☐ ប្រើប្រាស់ថ្នាំសម្លាប់សត្វល្អិតដែលបានចុះបញ្ជីនិងអនុញ្ញាត្ត (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)	

លក្ខណៈនិងព័ត៌មានពិស្តារអំពីសូចនាករវាស់វែង	**ពិន្ទុ**
សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។ ………………………………………………………………………………………	
៣. ការធានាគុណភាពដោយផ្អែកលើលទ្ធក្នុងឆ្នាំ (ពិន្ទុអតិបរមា ២០) ក្នុងបរិបទនេះ ទិន្នផលសំដៅលើភាគរយលទ្ធផលដែលអនុវត្តបាន និង/ ឬបានអន្តរាគមន៍ដោយស្ថាប័ន។ ខាងក្រោមនេះគឺលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសំខាន់ៗដើម្បីធានាគុណភាពលទ្ធផលរបស់ អ្នកផ្តល់សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម: ☐ ជាមធ្យម សមាជិកក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច (SLG) ច្រើនជាង ៨០% ចង់បន្តដំណើរការ (មានបានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ជាមធ្យម សមាជិក SLG ច្រើនជាង ៧០% បានចូលរួមក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលទាំងអស់ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ជាមធ្យមសមាជិក SLG ច្រើនជាង ៥០% ដែលបានចូលរួមក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល អាចប្រាប់បានពីសារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មសំខាន់ៗ ដែលបង្កើនទំនុកចិត្តរបស់ខ្លួនក្នុងការសម្រេចចិត្ត (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)។ ☐ បរិមាណ និងគុណភាពទិន្នន័យស្នូល ការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ និងលទ្ធភាពប្រើប្រាស់ រួមទាំងរបាយការណ៍ពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត ក៏ដូចជាការបោះពុម្ពផ្សាយ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* ………………………………………………………………………………………	
៤. ការធានាគុណភាពផ្អែកលើលទ្ធផលចុងក្រោយ (ពិន្ទុអតិបរមា ២០) នេះគឺជាលទ្ធផលកម្រិតខ្ពស់ ហើយអាចត្រូវបានពិពណ៌នាថាជាការផ្លាស់ប្តូរវិជ្ជមានតាមរយៈអន្តរាគមន៍របស់គម្រោង / កម្មវិធីតាមរយៈធាតុចូលដែលបានផ្តល់។ ខាងក្រោមនេះគឺជាលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសម្រាប់ការធានាគុណភាពនៃលទ្ធផលគម្រោង: ☐ ជាមធ្យមគ្រួសារសមាជិក SLG ច្រើនជាង ៧០% នៅក្នុងសហគមន៍គោលដៅបានយកកិច្ចប្រតិបត្តិកសិកម្មថ្មីទៅអនុវត្ត (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ច្រើនជាង ២៥% នៃគ្រួសាររបស់សហគមន៍គោលដៅផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបថលើការអនុវត្តកសិកម្មថ្មី (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ជាមធ្យម ច្រើនជាង ១៥% គ្រួសារក្នុងសហគមន៍គោលដៅបានបង្កើនផលិតកម្មកសិកម្មរបស់ខ្លួន (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ លទ្ធផលនៃអន្តរាគមន៍មិនមានផលប៉ះពាល់ខ្លាំងទៅលើបរិស្ថាន ធនធានធម្មជាតិ សេដ្ឋកិច្ចសង្គមនិងវប្បធម៌ ហើយត្រូវបានបង្រួមស្របតាមស្តង់ដាររបស់ក្រសួងជំនាញរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)។	

លក្ខណៈនិងព័ត៌មានពិស្តារអំពីសូចនាករវាស់វែង	ពិន្ទុ
សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។	
ពិន្ទុសរុប	

ចំណាំ: ទម្រង់នេះប្រើសម្រាប់ការអនុវត្តគម្រោងពេញលេញ មិនមែនតាមកិច្ចការមួយមុខៗនោះទេ។

ឧបសម្ព័ន្ធទី ៣: ការធានាគុណភាពលើសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ទម្រង់ទី១: ទម្រង់វាយតម្លៃការធានាគុណភាពសម្រាប់សម្ភារៈប្រភេទអត្ថបទ

១. ព័ត៌មានអំពីអ្នកត្រួតពិនិត្យ *(ត្រូវបំពេញដោយអ្នកត្រួតពិនិត្យ)*	
១.១ កាលបរិច្ឆេទនៃការវាយតម្លៃ (ថ្ងៃ / ខែ / ឆ្នាំ)	
១.២ ឈ្មោះអ្នកវាយតម្លៃ តួនាទី ភេទនិងលេខទូរស័ព្ទ	
១.៣ ឈ្មោះស្ថាប័ន និងអាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង	
១.៤ ដោយមានការចូលរួមពី (ប្រសិនបើមាន)	
២. ទិន្នន័យស្នូល សូមស្វែងរកព័ត៌មាននៅក្នុងឯកសារសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ	
២.១ ចំណងជើងនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ (ពន្យល់ ពីរឬបីបន្ទាត់)	
២.២ កាលបរិច្ឆេទបោះពុម្ព (ថ្ងៃ / ខែ / ឆ្នាំ)	
២.៣ ឈ្មោះអ្នកនិពន្ធ/ស្ថាប័ន និងព័ត៌មានទំនាក់ទំនង	
២.៤ ឈ្មោះអ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ	
២.៥ ប្រភេទសម្ភារៈ	
២.៦ កំណែឬច្បាប់លេខ #	
សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។	

៣. សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយផ្អែកតាមទម្រង់ ។ វាយតម្លៃការឆ្លើយតបទៅនឹងចំណុចខាងក្រោម	ពិន្ទុ[7]
៣.១ ប្រធានបទ / ចំណងជើង	
៣.២ បរិបទរួម	
៣.៣ អត្ថបទសំណេរ	
៣.៤ ប្លង់ឬទ្រង់ទ្រាយនៃសម្ភារៈ	
សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។	

[7] ការដាក់ពិន្ទុលើចំនុចខ្លឹមសារនិមួយៗគឺមានពី១ដល់៥

៤. សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយផ្អែកតាមខ្លឹមសារបច្ចេកទេស ។ វាយតម្លៃការឆ្លើយតបទៅនឹងចំណុចខាងក្រោម	**ពិន្ទុ**[8]
៤.១ ប្រព័ន្ធនវានុវត្តន៍	
៤.២ ភាពធន់នឹងកាប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងនិរន្តរភាព	
៤.៣ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មកសិកម្ម	
៤.៤ ផលិតភាព និងបច្ចេកវិទ្យា	
៤.៥ សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ	
៤.៦ ជំនាញនិងសមត្ថភាពជាមូលដ្ឋាន	
៤.៧ ការដាក់បញ្ចូល និងការបញ្ជ្រាបយេនឌ័រ	
៤.៨ ផលប៉ះពាល់អប្បបរមាលើបរិស្ថាន ធនធានធម្មជាតិ សង្គមសេដ្ឋកិច្ច និងវប្បធម៌	
សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។	
ពិន្ទុសរុប (៣ + ៤)	

ទម្រង់ទី២: ទម្រង់វាយតម្លៃការធានាគុណភាពសម្រាប់សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយជាប្រភេទសម្លេង និង រូបភាព AV

១. ព័ត៌មានអំពីអ្នកត្រួតពិនិត្យ *(ត្រូវបំពេញដោយអ្នកត្រួតពិនិត្យ)*	
១.១ កាលបរិច្ឆេទនៃការវាយតម្លៃ (ថ្ងៃ / ខែ / ឆ្នាំ)	
១.២ ឈ្មោះអ្នកវាយតម្លៃ តួនាទី ភេទនិងលេខទូរស័ព្ទ	
១.៣ ឈ្មោះស្ថាប័ន និងអាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង	
១.៤ ដោយមានការចូលរួមពី (ប្រសិនបើមាន)	
២. ទិន្នន័យស្នូល សូមស្វែងរកព័ត៌មាននៅក្នុងឯកសារសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ	
២.១ ចំណងជើងនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ (ពន្យល់ ពីរឬបីបន្ទាត់)	
២.២ កាលបរិច្ឆេទបោះពុម្ភ (ថ្ងៃ / ខែ / ឆ្នាំ)	
២.៣ ឈ្មោះអ្នកនិពន្ធ/ស្ថាប័ន និងព័ត៌មានទំនាក់ទំនង	
២.៤ ឈ្មោះអ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ	
២.៥ ប្រភេទសម្ភារៈ	
២.៦ កំណែឬច្បាប់លេខ #	
សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។	

[8] លើកលែងតែផ្នែកនេះ ការដាក់ពិន្ទុអាចមានពី១ដល់១០

៣. សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយជាទម្រង់ ។ វាយតម្លៃការឆ្លើយតបទៅនឹងចំណុចខាងក្រោម	ពិន្ទុ[9]
៣.១ អត្ថបទសាច់រឿង	
៣.២ សម្លេង	
៣.៣ រូបភាព	
៣.៤ រយៈពេលនៃវីដេអូ	
សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។	
៤. សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយផ្អែកតាមខ្លឹមសារបច្ចេកទេស។ វាយតម្លៃការឆ្លើយតបទៅនឹងចំណុចខាងក្រោម	**ពិន្ទុ**[10]
៤.១ ប្រព័ន្ធនវានុវត្តន៍	
៤.២ ភាពធន់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងនិរន្តរភាព	
៤.៣ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មកសិកម្ម	
៤.៤ ផលិតភាព និងបច្ចេកវិទ្យា	
៤.៥ សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ	
៤.៦ ជំនាញនិងសមត្ថភាពជាមូលដ្ឋាន	
៤.៧ ការដាក់បញ្ចូល និងការបញ្ជ្រាបយេនឌ័រ	
៤.៨ ផលប៉ះពាល់អប្បបរមាលើបរិស្ថាន ធនធានធម្មជាតិ សង្គមសេដ្ឋកិច្ច និងវប្បធម៌	
សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។	
ពិន្ទុសរុប (៣ + ៤)	

ទម្រង់ទី៣: សូចនាករវាស់វែងសម្រាប់សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយទម្រង់ជាអត្ថបទ

១. **ប្រធានបទ / ចំណងជើង** នៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយត្រូវ៖

- ☐ ខ្លី ងាយយល់និងទាក់ទាញដល់អ្នកប្រើ (៨-១០ ពាក្យឬតិចជាងនេះ)
- ☐ សរសេរនៅផ្នែកខាងលើក្រដាស
- ☐ រំលេចពីគោលបំណងនិងឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការដែលមានអាទិភាព/ជាក់ស្តែង និងផលប្រយោជន៍របស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា។

២. បរិបទរួម នៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយត្រូវ៖

- ☐ បានពន្យល់ស្របនឹងបរិស្ថានមូលដ្ឋាន (ពោលគឺ សមស្របទៅនឹងការពិតជាក់ស្តែងក្នុងមូលដ្ឋាន)
- ☐ បង្ហាញពីជីវិតរស់នៅបែបសាមញ្ញនិង/ឬតម្លៃរបស់សហគមន៍ (ពោលគឺ មិនប៉ះពាល់ដល់វប្បធម៌)

៣. អត្ថបទសរសេរ នៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ។ សាច់រឿងត្រូវតែ៖

---

[9] ការដាក់ពិន្ទុលើចំណុចខ្លឹមសារនីមួយៗគឺមានពី១ដល់៥

[10] លើកលែងតែផ្នែកនេះ ការដាក់ពិន្ទុអាចមានពី១ដល់១០

- ☐ សរសេរដៅចំណុចៗប្រហែល ១៥-២០ ពាក្យក្នុងមួយប្រយោគ ពី៤០-៧០ពាក្យក្នុងមួយកថាខណ្ឌ និង៥០០ពាក្យក្នុងមួយទំព័រឬតិចជាងនេះ
- ☐ សាមញ្ញនិងប្រើប្រាស់ពាក្យ កិរិយាស័ព្ទ[11] និងឃ្លារបស់មូលដ្ឋាន/ក្នុងស្រុក។ ប្រសិនបើមាន ភាសាបរទេស ពាក្យបច្ចេកទេស វិទ្យាសាស្ត្រ ពិបាកយល់ ពាក្យឬអក្សរកាត់ ដែលមានន័យបង្កប់ ដូចជាប្រយោគបច្ចេកទេស ទាំងអស់នេះត្រូវបង្ហាញជាក្រាហ្វិក
- ☐ ប្រើប្រាស់ប្រយោគបែបសកម្មជាងអកម្ម
- ☐ ក្នុងមួយកថាខណ្ឌផ្តល់គំនិតតែមួយបានហើយ
- ☐ សម្រាប់ពាក្យគន្លឹះ ត្រូវបញ្ជាក់ឲ្យបានច្បាស់លាស់ សង្ខេប ចំពោះនិងសង្កត់ធ្ងន់
- ☐ សរសេរបែបខ្មែរ ឧទាហរណ៍ ប្រភាគ ទសភាគ លំដាប់ កាលបរិច្ឆេទ និងពេលវេលា។

៤. **ប្លង់ឬទម្រង់** នៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ

- ☐ ***ការរៀបចំខ្លឹមសារ*** គួរតែគ្របដណ្តប់លើខ្លឹមសារយ៉ាងហោចណាស់បី ១) អ្វីដែលមានអត្ថប្រយោជន៍ និងការទាក់ទាញបំផុតសម្រាប់កសិករ "ឥទ្ធិពល" ២) កត្តាដែលលើកទឹកចិត្តកសិករ ខ្លាំងបំផុត "ហេតុផល" និង៣) បញ្ជីសកម្មភាព/នីតិវិធីដែលកសិករត្រូវការដើម្បី "ធ្វើសកម្មភាព"
- ☐ **ពាក្យ** គួររត់ពីឆ្វេងទៅស្តាំ
- ☐ **ពុម្ពអក្សរ** គួរតែប្រើ Khmer OS Muol Light សម្រាប់ចំណងជើងនិង/ឬចំណងជើងរង និង Khmer OS Battambang សម្រាប់ការសរសេរប្រយោគ/ឃ្លា
- ☐ **ពណ៌** ប្រើ **តិចតួចបានហើយ** និងមិនត្រូវមាន **ស្រមោលច្រើន**
- ☐ **បន្ទាត់** ប្រើក្នុងតារាងក្រាហ្វិក គួរតែ**ស្តើង**
- ☐ អត្ថបទ តារាងនិងក្រាហ្វិកគួរតែមើលទៅ **ចូលសាច់គ្នា**
- ☐ **រូបថត / រូបភាព / ប្លង់** ត្រូវប្រើឲ្យបានច្រើនជាងពាក្យសរសេរ (ពោលគឺ សម្រាប់សារមួយ គួរមាន រូបថត / រូបភាព / ប្លង់ណាមួយ មើលទៅឃើញច្បាស់ ទាំងរូបរាង ទម្រង់ និងរចនាសម្ព័ន្ធ) ។
- ☐ **ទំហំ** នៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ
  - ***ផ្ទាំងរូបភាព*** *គួរតែមានទំហំប្រហាក់ប្រហែល A0 (ឬ ៨៤១មម x ១.១៨៩មម) ។ ប្រសិនបើមានអក្សរ និងរូបភាពច្រើន ត្រូវមានទំហំចាប់ពី A3 និង A2 ។ សម្រាប់ការកំណត់រឹមទំព័រ អាចបង្កើនសមាមាត្រតាមទំហំសម្ភារៈ។*
  - ***ខិត្តប័ណ្ណ / កូនសៀវភៅ*** *គួរតែមានទំហំប៉ុនក្រដាស A4 បត់ជាពីរ បោះពុម្ពសងខាង លើក្រដាសដែលមានគុណភាពខ្ពស់។ ការកំណត់គែម/រឹមទំព័រ គួរតែ ២.៥សង់ទីម៉ែត្រនៅផ្នែកខាងឆ្វេង ១.៥ សង់ទីម៉ែត្រនៅផ្នែកខាងស្តាំ ១ សង់ទីម៉ែត្រផ្នែកខាងលើនិង ១.៥ សង់ទីម៉ែត្រ សម្រាប់គែមខាងក្រោម។*

---

[11] *ពាក្យ / កិរិយាស័ព្ទដែលសមស្រប អាចរកបានពីសៀវភៅណែនាំលើការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញទំនាក់ទំនងនិងការសម្របសម្រួល ដែលរៀបចំដោយលោក ម៉ាក់សឿន និង សាយថម ឆ្នាំ ២០១៥។*

ទម្រង់ទី៤: សូចនាកវាស់វែងសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយទម្រង់ជា រូបភាពនិងសម្លេង

១. ការសរសេរស្គ្រីប (អត្ថបទ)

- ◻ បង្ហាញឈុតឆាក/ប្លង់/សកម្មភាព តាមលំដាប់លំដោយ ហើយបង្ហាញការសន្ទនាឲ្យបានច្បាស់ថាអ្នកណានិយាយនិងកំពុងធ្វើអ្វី ហើយពួកគេនិយាយឬធ្វើវានៅពេលណា
- ◻ សង្ខេប ខ្លីនិងជាអក្សរធំៗងាយស្រួលក្នុងការអានស្គ្រីប
- ◻ មិនត្រូវមានកំហុសនៅក្នុងស្គ្រីប និងឃ្លាមិនសមស្របស្ទួនច្រើនពេក
- ◻ ផ្តោតលើគំនិតស្នូលនៅក្នុងសារ និងជៀសវាងដាក់ព័ត៌មានច្រើនពេក
- ◻ ត្រូវឲ្យស៊ីគ្នានៅពេលណា ប្រើខ្ញុំ អ្នក អតីតកាលនិងបច្ចុប្បន្នកាលឲ្យបានច្បាស់
- ◻ វីដេអូនីមួយៗ ត្រូវមានសេចក្តីផ្តើមនិងការបិទបញ្ចប់

ចំណាំ ខ្លឹមសារយ៉ាងហោចណាស់មានបី ១) អ្វីដែលមានអត្ថប្រយោជន៍និងទាក់ទាញបំផុតសម្រាប់កសិករ "ឥទ្ធិពល" ២) កត្តាដែលលើកទឹកចិត្តកសិករខ្លាំងបំផុត "ហេតុផល" និង ៣) បញ្ជីសកម្មភាព/នីតិវិធីដែលកសិករត្រូវការដើម្បី "ធ្វើសកម្មភាព" ។

២. សម្លេង

- ◻ នៅពេលនិយាយ ត្រូវប្រើវីដេអូដែលសម្លេងសង្កត់ កន្ត្រាក់ឲ្យបានច្បាស់
- ◻ សម្លេងនៃការសន្ទនាក្នុងវីដេអូ ត្រូវឆ្លុះបញ្ចាំងពីបុគ្គលិកលក្ខណៈរបស់តួអង្គ
- ◻ ការផ្គូរផ្គងចន្លោះវីដេអូ តែមួយនាទី និងសម្លេង
- ◻ ផ្ទៃក្រោម សម្លេង រូបភាព និងអត្ថបទលំអិត។

៣. រូបភាព

- ◻ វីដេអូត្រូវមើលទៅចាប់អារម្មណ៍និងរីករាយ ដោយដាក់បញ្ចូលរូបភាព ក្រាហ្វិក តារាង ឬការសើចសប្បាយនៅក្នុងឈុតឆាក (រូបភាពត្រូវ ទាំងទ្រង់ទ្រាយ និងរចនាសម្ព័ន្ធ) ។
- ◻ ប្រើព័ណតិចតួចបានហើយ និងមិនត្រូវមានស្រមោលច្រើន
- ◻ បន្ទាត់ប្រើក្នុងតារាងក្រាហ្វិកត្រូវស្តើង
- ◻ អត្ថបទ តារាងនិងក្រាហ្វិកគួរតែមានទំនាក់ទំនងនឹងគ្នា។

៤. រយៈពេលនៃវីដេអូ

- ◻ វីដេអូខ្លី ជាទូទៅមានរយៈពេលឬប្រវែងប្រហែល ១-២ នាទី
- ◻ វីដេអូមធ្យម ជាទូទៅមានរយៈពេលឬប្រវែងប្រហែលជា ២-៣ នាទី
- ◻ វីដេអូពេញវែង មានរយៈពេលឬប្រវែងប្រហែល ៥-១០ នាទី។

ទម្រង់ទី៥: សូចនាកវាស់វែងលើមាតិកាបច្ចេកទេស

១. ប្រព័ន្ធនវានុវត្តន៍ សំដៅទៅលើលំហូរបច្ចេកវិទ្យានិងព័ត៌មានក្នុងចំណោមប្រជាជននិងសហគមន៍របស់ពួកគេ ដើម្បីដាក់គំនិតថ្មីឲ្យទៅជាដំណើរការ ផលិតផលឬសេវាកម្ម នៅលើទីផ្សារ។ ដូច្នេះការធានាគុណភាពនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយគួរតែឆ្លុះបញ្ចាំងនូវ៖

- ◻ ការអភិវឌ្ឍ / ការអនុវត្តបច្ចេកវិទ្យាថ្មី
- ◻ ការតម្រង់ទិសលើអាជីវកម្មកសិកម្ម

- ផ្តោតលើទីផ្សារ និងវិធីឆ្លើយតប
- ភាពរឹងមាំនៃការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម
- ឱកាសរៀនសូត្រក្នុងចំណោមកសិករលើប្រព័ន្ធកសិកម្មចម្រុះនិងខ្សែច្រវាក់ផលិតកម្ម
- និវានុវត្តន៍បច្ចេកទេសដែលអាចជួយឲ្យកសិករកាត់បន្ថយថ្លៃដើមផលិតកម្ម
- ការណែនាំច្បាស់លាស់លើការគ្រប់គ្រងកត្តាចង្រៃចម្រុះ។

២. ភាពធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ អាចត្រូវបានកំណត់ជាទូទៅថា ជាសមត្ថភាពនៃប្រព័ន្ធសង្គមអេកូឡូស៊ី ដើម្បីស្រូបយកភាពតានតឹង/សម្ពាធ និងរក្សាមុខងារពេលប្រឈមមុខនឹងសម្ពាធខាងក្រៅដែលបណ្តាលមកពីការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ។

គោលបំណងចម្បងនៃការដាក់បញ្ចូលភាពធន់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុនិងនិរន្តភាព ទៅក្នុងការគិតគូរពីការអនុវត្តកសិកម្មវៃឆ្លាតនឹងអាកាសធាតុ (Climate SMART) និងខ្លឹមសារផ្សេងទៀតដែលនឹងមានការវិវត្តគឺជាការរៀបចំឲ្យបានកាន់តែច្រើនធ្វើយ៉ាងណាកែលម្អនិងធានាបានការបង្កើនប្រាក់ចំណូលរបស់កសិករ ការបន្សាំ និងកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ទៅនិងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុនៃការអនុវត្តន៍កសិកម្មផ្ទាល់របស់កសិករ ក៏ដូចជាការធានានិរន្តរភាពរបស់សហគមន៍កសិករ ។ ក្នុងនេះយើងត្រូវវាស់វែងធាតុសំខាន់ៗទាំងប្រាំ (05)[12] ដែលរួមមានៈ

- កសិកម្មបែបចម្រុះ
- ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងទឹក
- ការគ្រប់គ្រងដីប្រកបដោយចីរភាព
- ការទុកដាក់ក្រោយពេលប្រមូលផលនិងការកែច្នៃ
- វិញ្ញាបនបត្រទទួលស្គាល់ការប្រើជីរនិងថ្នាំកម្ចាត់សត្វចង្រៃ។ល។
  សម្រាប់ព័ត៌មានលម្អិត សូមពិនិត្យមើល ទម្រង់ទី៦ការធានាគុណភាព(QA-Form AEM 6) នៅទំព័របន្ទាប់នៃឧបសម្ព័ន្ធនេះ។

៣. ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មកសិកម្ម សំដៅលើការបង្កើនចំណេះនិងការយល់ដឹងរបស់ប្រតិបត្តិករអាជីវកម្មកសិកម្ម លើគោលការណ៍អាជីវកម្មកសិកម្ម សម្រាប់សម្រេចចិត្តលើការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មកសិកម្មប្រកប ដោយភាពត្រឹមត្រូវ តាមរយៈការធ្វើឲ្យប្រសើរឡើងនូវកំណត់ត្រា ការវិភាគកសិដ្ឋាន និងការត្រួតពិនិត្យលំហូរសាច់ប្រាក់។ ល។ ដូច្នេះការធានាគុណភាពនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ ត្រូវឆ្លុះបញ្ចាំងនូវៈ

- សកម្មភាពបន្ថែមតម្លៃ (ឧទាហរណ៍ ការផ្តល់ការណែនាំដ៏ទូលំទូលាយលើការគ្រប់គ្រងមុននិងក្រោយពេលប្រមូលផល ដើម្បីទទួលបានតម្លៃបន្ថែមនៅពេលលក់)
- ចែករំលែកការសម្រេចចិត្តលើអាជីវកម្ម (ពោលគឺ ពិគ្រោះជាមួយអ្នកដែលចាប់អារម្មណ៍ដើម្បីសម្រេចចិត្តធ្វើអាជីវកម្មកសិកម្ម)
- ការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលកសិកម្មដោយផ្ទាល់ និងឆ្លើយតបទៅនិងតម្រូវការទីផ្សារ ឬផលិតកម្មតាមកិច្ចសន្យា

---

[12] ពួកគេត្រូវបានអនុម័តដោយ IFAD MTR នៅខែវិច្ឆិកាឆ្នាំ 2017 ។

- ☐ ការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ (ឧ. រាល់ការធ្វើផែនការសកម្មភាពដែលកសិករចាត់ទុកថាផលិតកម្មរបស់ខ្លួនមានហានិភ័យ ដូចជាផលិតកម្មដំណាំ ការចិញ្ចឹមសត្វ ចិញ្ចឹមត្រី។ ល។)
- ☐ ការកត់ត្រាបញ្ជីការគណនេយ្យ / កំណត់ត្រាផ្សេងទៀត និងផែនការអាជីវកម្ម (មានន័យថារាល់ព័ត៌មានដែលចាំបាច់ត្រូវតែកត់ត្រា អាចរកបាននិងចែករំលែកបាននៅពេលត្រូវការ)
- ☐ យុទ្ធសាស្ត្រថ្លៃនិងការកំណត់តម្លៃ ផ្តល់ព័ត៌មានពីជម្រើសទីផ្សារ និងដំណាំដែលមានតម្លៃខ្ពស់នៅលើទីផ្សារ និងអាជីវកម្មសម្រាប់ទីផ្សារក្នុងស្រុក និងខាងក្រៅ
- ☐ ការណែនាំ ឬបង្ហាត់បង្រៀនពីរបៀបផ្សារភ្ជាប់ផលិតផលទៅនឹងទីផ្សារ (ឧ. ប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយចម្រុះ ដូចជាការធ្វើកសិដ្ឋានបង្ហាញ សាលារៀនស្រែកសិករ យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយតាមវិទ្យុនិងទូរទស្សន៍ ដើម្បីគ្របដណ្តប់ឲ្យបានទូលំទូលាយនិងការចែករំលែកព័ត៌មានទីផ្សារ)។

៤. ផលិតភាព និងបច្ចេកវិទ្យា គឺជាសមាមាត្រនៃទិន្នផលធៀបនឹងធាតុចូលក្នុងការបង្កើតផលិតផលនិងសេវាកម្ម ផ្អែកតាមបច្ចេកវិទ្យាដែលមានជ្រើសរើស។ ដូច្នេះ ការធានាគុណភាពនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ ត្រូវឆ្លុះបញ្ចាំងនូវ៖

- ☐ ការផ្លាស់ប្តូរកសិកម្មពីកសិកម្មចិញ្ចឹមជីវិតទៅកសិកម្មបែបអាជីវកម្មដែលរកបានប្រាក់ចំណេញ
- ☐ បរិបទនៃបច្ចេកវិទ្យាដែលត្រូវបង្កើតនិងផ្ទេរ និង/ឬទីតាំងជាក់លាក់ បច្ចេកវិទ្យាដែលមានមូលដ្ឋានលើការស្រាវជ្រាវ ដើម្បីបង្កើនផលិតកម្មនិងប្រសិទ្ធភាព
- ☐ ប្រព័ន្ធផលិតកម្មខ្ពស់ដោយប្រើបច្ចេកវិទ្យាទំនើប និង/ឬកសិកម្មវៃឆ្លាតទៅនិងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (SCA) ។ សូមមើលព័ត៌មានលម្អិតបន្ថែមនៅក្នុង ទម្រង់ទី៧ការធានាគុណភាពការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (QA-Form AEM 7) នៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធនេះ។

៥. សុវត្ថិភាពចំណីអាហារ អាចនិយាយបានថាជាស្ថានភាពមួយ នៅពេលដែលមនុស្សគ្រប់គ្នា ទទួលបានទាំងផ្នែករូបកាយ សង្គម និងសេដ្ឋកិច្ច នូវអាហារដែលមានជីវជាតិ សុវត្ថិភាព គ្រប់គ្រាន់ឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបបអាហារ អាហារដែលចូលចិត្ត និងជាប្រយោជន៍ជួយឲ្យសុខភាពល្អ។ ដូច្នេះការធានាគុណភាពនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ ត្រូវឆ្លុះបញ្ចាំងនូវ៖

- ☐ បទដ្ឋានគុណភាពនៃវត្ថុធាតុដើមនិងផលិតផល
- ☐ វិធានការសុវត្ថិភាពចំណីអាហារ
- ☐ តម្លៃសមរម្យដើម្បីទទួលបានទំនិញដែលមានគុណភាពល្អ
- ☐ ផ្តល់ការណែនាំបច្ចេកទេសអំពីរបៀបផលិតផលិតផលសុវត្ថិភាពសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់
- ☐ ការណែនាំដល់កសិករឲ្យអនុវត្តតាមបទដ្ឋានបច្ចេកទេសនៃការប្រើប្រាស់ថ្នាំពុល។

៦. សមត្ថភាពនិងជំនាញមូលដ្ឋាន អាចពន្យល់បានថា តើវត្ថុធាតុដើមដែលបានផលិតនោះ ស្ថិតនៅកម្រិតមួយដែលអ្នកអាន អាចយល់បានដែរឬទេ (ឧទាហរណ៍ ពួកគេអាចអាននិងយល់ពីសម្ភារៈ ផ្សព្វផ្សាយ ផ្លាស់ប្តូរការអនុវត្តនាពេលបច្ចុប្បន្នរបស់ពួកគេ និងអាចចែករំលែកព័ត៌មានទៅអ្នកដទៃ ដើម្បីសម្រេចគោលដៅរួម។ ដូច្នេះការធានាគុណភាពនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ ត្រូវឆ្លុះបញ្ចាំងនូវ៖

- ☐ លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពីឱកាសផ្អែកតាមការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (FNA)
- ☐ បង្ហាញអំពីអត្ថប្រយោជន៍ពីការងារកសិកម្មឈរលើវិធីសាស្ត្រកសិករចូលរួម ដូចជា សាលារៀនស្រែកសិករ (FFS) ការរៀនសូត្រក្នុងក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច (SLG)

- ផ្តោតលើការរៀនសូត្រមនុស្សពេញវ័យ រួមទាំងស្មារតីសហការក្នុងចំណោមកសិករ
- កសិករគឺជាអ្នកជំនាញ ខណៈពេលដែលតួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយជាអ្នកត្រួតការ / អ្នកគាំទ្រ / គ្រូបង្វឹក។

៧. ការដាក់បញ្ចូល និងការបញ្ច្រាបយេនឌ័រ មានន័យថា ប្រសិនបើសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយមានដាក់បញ្ចូល និង ពិចារណាលើត្រូវផ្តោតលើគោលដៅ ដែលរួមមានកសិករខ្នាតតូចនិងស្ត្រីដូចដែលបានកំណត់ដោយកម្មវិធីនៅក្នុងវដ្តនៃគម្រោង (ដូចជាការធ្វើផែនការ ការអនុវត្តន៍និងការវាយតម្លៃជាដើម)។ ដូច្នេះការធានាគុណភាពនៃសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយ គួរតែពិចារណាដូចចំណុចខាងក្រោម៖

- កសិករដែលមានប្រាក់ចំណូលតិច (ឧ. កសិករដែលមានប័ណ្ណក្រីក្រ ជាមនុស្សដែលមានប្រាក់ចំណូល តិចជាង US $ ១.០២៥ ក្នុងមួយឆ្នាំ[13])
- កសិករមានដីតិច (ឧទាហរណ៍ < ២ ហិកតា)
- ការច្នៃប្រឌិតដោយប្រើប្រាស់សមាជិកគ្រួសារផ្ទាល់ជាកម្លាំងពលកម្ម
- ស្ត្រីមានឱកាសស្មើគ្នាក្នុងការចូលរួមជាមួយកម្មវិធីនិងមានឱកាសស្មើគ្នា[14] ដើម្បីទទួលបានប្រយោជន៍ពីកម្មវិធីនេះ
- កាត់បន្ថយបន្ទុកការងាររបស់ស្ត្រី
- កាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ពេលវេលារបស់ស្ត្រី
- ពង្រឹងតួនាទីរបស់ស្ត្រីក្នុងការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត
- ការបង្កើនសិទ្ធិអំណាចដល់ស្ត្រី
- អ្នកផ្សេងទៀតដែលអ្នកមើលឃើញទៅមានភាពស្រដៀងគ្នា។

៨. កាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់លើបរិស្ថាន ធនធានធម្មជាតិ សេដ្ឋកិច្ចសង្គម និងវប្បធម៌ឲ្យនៅតិចបំផុត។ លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យនៃការវាយតម្លៃសម្រាប់ការធានាគុណភាពសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នឹងត្រូវដាក់បញ្ចូលសំណួរបច្ចេកទេសដែលជួយសម្រួលដល់ការពិនិត្យមើលថាតើគម្រោងនឹងមានការពិពណ៌នាអំពីផលប៉ះពាល់ជាវិជ្ជមានណាមួយលើការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន/ធនធានធម្មជាតិ និងសេដ្ឋកិច្ចសង្គម រួមទាំងបញ្ហាសុខភាពនិងវប្បធម៌ដែរឬទេ។

- ការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន/ធនធានធម្មជាតិ (ឧ. ការគ្រប់គ្រងដីនិងទឹក ជីហាមឃាត់ ហានិភ័យ/ភាពមិនច្បាស់លាស់ និងនិរន្តរភាពនៃជម្រើសដែលបានស្នើឡើង) ។
- បញ្ហាសង្គម - សេដ្ឋកិច្ច (ឧ. ការអប់រំ សុខាភិបាល ភាពក្រីក្រ ហិរញ្ញវត្ថុ ។ល។ សូមមើលព័ត៌មានលំអិតអំពីសូចនាករសេដ្ឋកិច្ចសង្គមរបស់ប្រទេសកម្ពុជា) ។
- បញ្ហាវប្បធម៌ (ឧ. ប្រពៃណី ទំនៀមទម្លាប់ បញ្ហាសាសនាជាដើម) ។

---

[13] យោងតាមកាសែតភ្នំពេញប៉ុស្តិ៍ លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់ធនាគារពិភពលោកលើចំណូលជាតិសរុប (GNI)

[14] ឱកាសស្មើគ្នាមិនមានន័យថាមានតែស្ត្រីប៉ុណ្ណោះទេ

ទម្រង់ទី៦: ធាតុសំខាន់ៗទាំង ៥ នៃភាពធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និង ចេរភាព

ក	ប្រព័ន្ធកសិដ្ឋានចម្រុះ	ធាតុផ្សំនៅក្នុងប្រព័ន្ធកសិកម្មដែលបង្កើតបានចំនួនលើសតាមរយៈប្រព័ន្ធកសិដ្ឋានចម្រុះការជ្រើសរើសពូជដំណាំ ការគ្រប់គ្រងបន្សាំទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុតាមលក្ខខណ្ឌរដូវកាលជាដើម។
១		ស្រូវវស្សា ដីទំនាបកណ្តាល
២	ស្រូវ	ស្រូវបង្កើនរដូវ ដីទំនាបកណ្តាល
៣		ស្រូវប្រាំង ដំទំនាបកណ្តាល
៤		ស្រូវបុកដាំ តំបន់ខ្ពង់រាប
៥	បន្លែ	បន្លែនៅរដូវវស្សា
៦		បន្លែនៅរដូវប្រាំង
៧	មុខដំណាំពាណិជ្ជកម្មផ្សេងទៀត	ពោតផ្អែម ដំឡូងមី សណ្តែក
៨	ផ្លែឈើ	ចេក ម្នាស់ ត្រសក់ផ្អែម ...
៩	ទំនិញឧស្សាហកម្ម	កៅស៊ូ គ្រាប់ស្វាយចន្ទី ពោតសម្រាប់ធ្វើចំណីសត្វ
១០	ដំណាំពាក់ព័ន្ធ	ស្ពួនបន្លែ (ដំណាំចម្រុះពេញមួយឆ្នាំ និងដំណាំឆ្លងកាត់ និងរួមទាំងពីរ)
១១	សត្វពាហនៈ	គោ ក្របី
១២	ជ្រូក	ជ្រូកយកសាច់ ជ្រូកយកកូន
១៣	បក្សី	មានញាស់យកពង មាន់សាច់ ទា
១៤	ត្រីនិងផលិតផលវារីវប្បកម្ម	ការចិញ្ចឹមត្រី (នៅក្នុងស្រែ ស្រះ ធុង)
១៥	ផលិតកម្មផ្សេងទៀត	ផ្សិត ស្រូវក្រអូប គ្រឿងទេស ទឹកឃ្មុំជាដើម
ខ	**ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងទឹក**	ការអនុវត្តការគ្រប់គ្រងទឹកនិងបច្ចេកវិទ្យាដែលត្រូវបានប្រើនៅក្នុងតំបន់គោលដៅ
១៦	លទ្ធភាពទទួលបានទឹកពីប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រ	ទទួលទឹកដោយផ្ទាល់ពីប្រលាយមេ ឬប្រលាយរង
១៧	អណ្តូងទឹកតាមកសិដ្ឋាន	អណ្តូងរាក់ ជ្រៅ និងអណ្តូងខួង

១៨	ស្រះឬអណ្តូងទឹកតាមកសិដ្ឋាន	ស្រះទឹកធម្មជាតិ ស្រះស្តារ ស្រះជីក
១៩	អាងផ្ទុកទឹកតាមកសិដ្ឋាន	លើកឲ្យខ្ពស់ ពាង ធុង
២០	ប្រព័ន្ធរំដោះទឹកតាមកសិដ្ឋាន	បែបធម្មជាតិ លើកបន្ថែម និងតាមបណ្តាញឬសម្ពាធ
២១	ម៉ាស៊ីនបូម	ប្រើប្រេងឥន្ធនៈ អគ្គិសនី
២២	ម៉ាស៊ីនបូមបែបវៃឆ្លាត	សូឡា ស្នប់ដៃ បង្គំធារាសាស្ត្រជាដើម
២៣	ការចែកចាយទឹក	ប្រឡាយ រងទឹក អាង
២៤	ការបែងចែកទឹកបែបវៃឆ្លាត	ប្រព័ន្ធតំណក់ទឹក ក្បាលរ៉ូប៊ីណេវិលបាញ់ស្រោច ទុយោទឹក
គ	**ការគ្រប់គ្រងដីធ្លីប្រកបដោយនិរន្តភាព**	ការអនុវត្តការគ្រប់គ្រងដីធ្លីប្រកបដោយនិរន្តរភាពនៅក្នុងប្រព័ន្ធកសិកម្មបានអនុវត្តយ៉ាងហោចណាស់លើផ្ទៃដី ៥០% នៃផ្ទៃដីបម្រុងទុកសម្រាប់ប្រព័ន្ធកសិកម្មនីមួយៗ
២៥	ទម្រង់ដី	ដីលាត ដីខ្នងទួល ដីសម្រាប់ដំណាំបន្លែ ដីប្រភេទរង
២៦	គម្របដីសរីរាង្គ	ការគ្រប់គ្រងដំណាំ គម្របដំណាំ
២៧	គម្របដីប្លាស្ទិក	ការគ្របដីដោយប្លាស្ទិកជីវសាស្ត្រ
២៨	សំណល់ដំណាំត្រូវបានយកប្រើ	កាកសំណល់នៅលើទីស្រែ កញ្ច្រាំង/គល់ (មិនដុត)
២៩	រូបធាតុសរីរាង្គដើមត្រូវបានប្រើ	ត្រូវបានប្រើដោយផ្ទាល់នៅលើទីវាលឬជីកំប៉ុស
៣០	ដំណាំវិលជុំ	ការដាំដំណាំផ្សេងៗលើដីតែមួយកន្លែង
៣១	ដីភ្ជួរលុបដំណាំ	ដីទុកចោលដោយគ្មានដាំដំណាំអ្វីពេញមួយរដូវ / ឆ្នាំ
៣២	បណ្តុំដំណាំ	ដំណាំចំនួន២ ឬលើសពីនេះទៀតនៅលើដីដែលបានផ្តល់ឲ្យ
ឃ	**បច្ចេកទេសទុកដាក់ក្រោយប្រមូលផលនិងការកែច្នៃ**	ការទុកដាក់ក្រោយប្រមូលផលនិងកែច្នៃដោយកសិករ
៤២	ការទុកដាក់ក្រោយពេលប្រមូលផលនៅលើកសិដ្ឋាន	ហាលស្ងួត តម្រៀប វេចខ្ចប់ ផ្សេងទៀត
៤៣	ការទុកដាក់ជាមួយសហករណ៍ និងក្រុមកសិករ	ហាលស្ងួត តម្រៀប វេចខ្ចប់ ផ្សេងទៀត

៤៤	ការកែច្នៃនៅកសិដ្ឋាន	ការកែច្នៃវត្ថុធាតុដើម ផលិតផលពាក់កណ្ដាលសម្រេច ឬ ផលិតផលសម្រេច
៤៥	ការកែច្នៃជាមួយសហករណ៍ និងក្រុមកសិករ	ការកែច្នៃវត្ថុធាតុដើម ផលិតផលពាក់កណ្ដាលសម្រេច ឬ ផលិតផលសម្រេច
ង	**វិញ្ញាបនប័ត្រសម្រាប់ថ្នាំកំចាត់កត្តាចង្រៃនិងជីកសិកម្ម**	ធានានិរន្តរភាព និងកំណើនផលិតភាពដំណាំប៉ុន្តែមានការបារម្ភពីផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានដល់បរិស្ថាន ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី ធនធានធម្មជាតិនិងបរិយាកាសជុំវិញ។
៤៦	បញ្ជីថ្នាំកម្ចាត់សត្វល្អិតរឹតបន្តឹង	សូមមើលបញ្ជី ដូចមាននៅក្នុងឯកសាររបស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់និងនេសាទ លើនីតិវិធីស្តង់ដារលើការគ្រប់គ្រងថ្នាំកម្ចាត់កត្តាចម្រៃនិងជីកសិកម្ម។ ប្រសិនបើមិនមានចែងនៅក្នុងឯកសារ ត្រូវចុះបញ្ជីនិងអនុញ្ញាតឲ្យប្រើប្រាស់ដោយក្រសួងកសិកម្ម។
៤៧	បញ្ជីថ្នាំកំចាត់សត្វល្អិតហាមឃាត់	
៤៨	ជីគីមីប្រភេទទូទៅដែលត្រូវបានអនុញ្ញាតឲ្យប្រើប្រាស់	

ទម្រង់ទី៧: សូចនាករវាស់វែងលើការអនុវត្តកសិកម្មវៃឆ្លាត និងអាកាសធាតុ

ចំណងជើង	**ចំណុចសំខាន់ដែលរៀបរាប់អំពី ការអនុវត្តកសិកម្មវៃឆ្លាតនឹងអាកាសធាតុ (CSA)**
ផលិតភាពដំណាំស្រូវ	**១. ពូជស្រូវដែលធន់ (STV)** • ពូជដែលធន់ទៅនឹងសីតុណ្ហភាពខ្ពស់ គ្រោះរាំងស្ងួត ទឹកជំនន់ • ពូជដែលធន់ទៅនឹងសត្វល្អិត និងជម្ងឺ • ជាប្រភេទស្រូវស្រាលដែលផ្តល់ទិន្នផល និងគុណភាពខ្ពស់។
	២. បច្ចេកទេសដាំដុះ • យោងទៅតាមនិន្នាការ នៃប្រតិទិនដាំដុះតាមរដូវកាល • ការរៀបចំដីធ្លី: ការភ្ជួររាស់និងប្រព័ន្ធធារាសាស្រ្ត ។ល។ • វិធីសាស្រ្តដាំដុះ (វិធីសាស្រ្តដាំដុះតាម SRI ស្រូវពង្រោះគ្រាប់ពូជស្ងួតឬសើមជាដើម) • ការគ្រប់គ្រងដី (ប្រើជីធម្មជាតិ)។
	៣. ការគ្រប់គ្រងដំណាំស្រូវ • ការគ្រប់គ្រងជីជាតិដី (ជីធម្មជាតិឬជីគីមីតាមដំណាក់កាលលូតលាស់ នីមួយៗ - SSNM) • ការគ្រប់គ្រងទឹក, អនុវត្តវិធីពន្លិចនិងបង្ហោកក្នុងដំណាក់កាលលូតលាស់ (AWD) • វិធានការណ៍ចម្រុះការពារដំណាំ (IPM) • ការកម្ចាត់ស្មៅ (ដោយដៃឬប្រើម៉ាស៊ីន)
	៤. បច្ចេកទេសប្រមូលផលនិងទុកដាក់ក្រោយពេលប្រមូលផល

ចំណងជើង	ចំណុចសំខាន់ដែលរៀបរាប់អំពី ការអនុវត្តកសិកម្មវៃឆ្លាតនឹងអាកាសធាតុ (CSA)
	• ប្រមូលផល បោកបែន ហាលសម្ងួត ដាក់ឃ្លាំង/ជង្រុក • ការគ្រប់គ្រងចំបើង និងគញ្ជាំង។
	៥. ផែនការអាជីវកម្មផលិតកម្មដំណាំស្រូវ • ការប៉ាន់ស្មានពីប្រភេទនិងបរិមាណនៃតម្រូវការទីផ្សារ • កំណត់ចក្ខុវិស័យ និងគោលដៅ • ធនធាននិងវត្ថុធាតុដើម ប្រើប្រាស់សម្រាប់ផលិតកម្ម • សកម្មភាព។ • វិភាគសេដ្ឋកិច្ចលើផលិតកម្ម (ចំណេញឬខាត) ។
ផលិតកម្មបន្លែ	**១. ពូជបន្លែធន់** • ពូជដែលធន់ទៅនឹងសីតុណ្ហភាពខ្ពស់ គ្រោះរាំងស្ងួត ទឹកជំនន់ • ពូជដែលធន់ទៅនឹងសត្វល្អិត និងជម្ងឺ • ជាប្រភេទបន្លែឆាប់ប្រមូលផលដែលផ្តល់ទិន្នផលនិងគុណភាពខ្ពស់។
	២. បច្ចេកទេសដាំដុះបន្លែ • គ្រាប់ពូជ និងការរៀបចំការដាំដុះ • ការរៀបចំដី: ការភ្ជួរ រៀបចំទ្រនាប់បាតរង ប្រព័ន្ធស្រោចស្រព និងបង្ហូរទឹកតាមរង ។ ល។ • វិធីសាស្រ្តដាំ (ដាំកូន សំណាប) • ការគ្រប់គ្រងដី (ប្រើជីធម្មជាតិ)។
	៣. ការគ្រប់គ្រងបន្លែ • ការគ្រប់គ្រងជីជាតិដី (ជីធម្មជាតិឬជីគីមីតាមដំណាក់កាលលូតលាស់ នីមួយៗ - SSNM) • ការគ្រប់គ្រងទឹក (បូមស្រោច ឬប្រើតំណក់ទឹក) • វិធានការណ៍ចម្រុះការពារដំណាំ (IPM) • ការដកស្មៅ (ដោយដៃឬប្រើម៉ាស៊ីន)។
	៤. បច្ចេកទេសទុកដាក់ក្រោយពេលប្រមូលផល • ប្រមូលផលនិងវាស់ស្ទង់ផលិតកម្ម • ដឹកជញ្ជូននិងស្តុកទុក • ការគ្រប់គ្រងកាកសំណល់នៅក្នុងចំការ ។
ការចិញ្ចឹមមាន់	**១. ការជ្រើសរើសនិងការប្រើប្រាស់ពូជបង្កាត់** • ពូជធន់ទៅនឹងអាកាសធាតុនិងជម្ងឺ • ពូជផលិតភាពខ្ពស់ ទាំងស៊ុតនិងសាច់ជាដើម។
	២. បច្ចេកទេសក្នុងការរៀបចំទ្រុងនិងទីតាំង • ទ្រុងឬកន្លែងចិញ្ចឹម • ឧបករណ៍និងសម្ភារៈ • ការរៀបចំទ្រុង ជីវសុវត្ថិភាព

ចំណុចងជើង	ចំណុចសំខាន់ដែលរៀបរាប់អំពី ការអនុវត្តកសិកម្មវៃឆ្លាតនឹងអាកាសធាតុ (CSA)
	៣. វិធីសាស្ត្រថែទាំនិងដាក់ចំណី • កែលំអរលើការដាក់ចំណី • ការថែទាំនិងការគ្រប់គ្រង • ការការពារសុខភាពនិងការព្យាបាល • ការគ្រប់គ្រងសំណល់។
	៤. ផែនការអាជីវកម្មលើចិញ្ចឹមសាច់មាន់ • ការប៉ាន់ស្មានពីប្រភេទនិងបរិមាណនៃតម្រូវការទីផ្សារ • កំណត់ចក្ខុវិស័យ និងគោលដៅ • ធនធាននិងវត្ថុធាតុដើមប្រើប្រាស់សម្រាប់ចិញ្ចឹម • សកម្មភាពចិញ្ចឹម • វិភាគសេដ្ឋកិច្ចលើផលិតកម្ម (ចំណេញឬខាត)។

ឧបសម្ព័ន្ធទី ៤: ការធានាគុណភាពនៃការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ

ទម្រង់ការធានាគុណភាពការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ

ព័ត៌មានអំពីអ្នកវាយតម្លៃ	
កាលបរិច្ឆេទនៃការវាយតម្លៃ (ថ្ងៃ / ខែ / ឆ្នាំ)	
ឈ្មោះអ្នកវាយតម្លៃ តួនាទី ភេទ និងលេខទូរស័ព្ទ	
ឈ្មោះស្ថាប័ន និងអាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង	
មានការរួមយោបល់ពី (ប្រសិនបើមាន)	

លក្ខណៈនិងព័ត៌មានពិស្តារអំពីសូចនាករវាស់វែង	**ពិន្ទុ**
១. ពិនិត្យឡើងវិញនូវដំណើរការ (**ពិន្ទុអតិបរមា ១០**) សកម្មភាពនេះ អាចត្រូវបានពិពណ៌នាថាជាការប្រមូលទិន្នន័យនិងព័ត៌មានចាំបាច់សម្រាប់ការជ្រើសរើសតំបន់ដែលតំណាងឲ្យការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ។ ដូច្នេះការធានាគុណភាពនៃទិដ្ឋភាពទូទៅនៃដំណើរការរបស់ ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ គួរតែវាស់វែងតាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដូចខាងក្រោម៖ ☐ ប្រមូលព័ត៌មានដែលមានស្រាប់ដូចជា តួអង្គសំខាន់ៗ ប្រភេទដំណាំ ប្រតិទិនដាំដុះ ស្ថិតិប្រជាពលរដ្ឋ ស្ថិត្តិទឹកភ្លៀង ផែនទីទីតាំងភូមិសាស្ត្រ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ប្រើប្រាស់ទិន្នន័យ និងព័ត៌មានក្នុងការសម្រេចជ្រើសយកវិស័យតំណាងឲ្យ ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។*	
២. សិក្សានិងកំណត់តំបន់គោលដៅ (**ពិន្ទុអតិបរមា ១០**) សកម្មភាពនេះ អាស្រ័យទាំងស្រុងលើតំបន់ឬទីតាំងដែលបានកំណត់នៅក្នុងភូមិ និង/ឬឃុំសង្កាត់ ដែលមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នា	

ក្នុងតំបន់មួយចំនួន ។ ដូច្នេះ ការធានាគុណភាពលើការកំណត់តំបន់តំណាងឲ្យការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ គួរតែបំពេញតាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដូចខាងក្រោម៖ ☐ ចាត់ថ្នាក់តំបន់ដែលបានជ្រើសរើស (ឧ.លទ្ធភាពដែលអាចចាត់ថ្នាក់តំបន់តាមប្រភេទផ្សេងគ្នានៃកត្តាបរិស្ថាន ប្រព័ន្ធដាំដុះ អាជីវកម្មកសិកម្ម របបទឹកភ្លៀង (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ រៀបចំផែនការ ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ ឲ្យបានយ៉ាងល្អដើម្បីត្រៀមបណ្តុះបណ្តាលលើការធ្វើ ការវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ (ឧទាហរណ៍ ផ្តល់បញ្ជីសកម្មភាពតាមលំដាប់រយៈពេល ចំនួនថ្ងៃ បុគ្គលិកថវិកានិងសម្ភារៈដែលត្រូវការ និងការជូនដំណឹងដល់សមាជិកក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច អំពីការបណ្តុះបណ្តាល (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* ……………………………………………………………………………	
៣. ពិភាក្សារកតម្រូវការនិងបញ្ហាចាំបាច់របស់កសិករ (ពិន្ទុអតិបរមា ២០) សកម្មភាពនេះ គឺកំណត់តម្រូវការ និងបញ្ហាកសិករ។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* ……………………………………………………………………………………	
៤. កំណត់និងចាត់អាទិភាពលើបញ្ហាសហគមន៍ (ពិន្ទុអតិបរមា ២០) សកម្មភាពនេះ សំដៅលើការប្រើប្រាស់បច្ចេកទេសសាមញ្ញដើម្បីវិភាគនិងកំណត់អាទិភាពបញ្ហា ។ ដូច្នេះ ការធានាគុណភាពនៃការវិភាគនិងចាត់អាទិភាពបញ្ហា គួរអនុវត្តតាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ មួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖ ☐ ការប្រមូលទិន្នន័យនិងអង្កេតមូលដ្ឋាន (ឧទាហរណ៍ លទ្ធផលល្អនៃការប្រមូល ទិន្នន័យ/ព័ត៌មានបានគ្រប់គ្រាន់ តាមរយៈពំនុះកាត់ទទឹងភូមិ) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ជម្រុញឲ្យមានការចូលរួមយ៉ាងសកម្មពីសមាជិកក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូច (គ្រួសារ ក្រុមកសិករសិក្សាខ្នាតតូចជាង ច្រើនជាង ៦០%) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ការប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រដែលមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការកំណត់បញ្ហា (ឧទាហរណ៍ ការសម្ភាសន៍/ការពិភាក្សាក្នុងក្រុម អ្នកផ្តល់ព័ត៌មានសំខាន់ៗ ការឯកភាពគ្នាក្នុងក្រុម។ ល។) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ វិធីសាស្ត្រចាត់អាទិភាព (ឧទាហរណ៍ ប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រប្រៀបធៀបជាគូរ ការបោះឆ្នោត ការដាក់ពិន្ទុដោយអ្នកចូលរួម ។ល។) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* ………………………………………………………………………………	
៥. ការវិភាគឬសគល់នៃបញ្ហាសហគមន៍ (ពិន្ទុអតិបរមា ២០) សកម្មភាពនេះអាចត្រូវបានចាត់ទុកថាជាមូលដ្ឋាន សម្រាប់ផ្តួចផ្តើមនីតិវិធីស្របច្បាប់លើសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយ ឬសកម្មភាពដែលអាចនាំមកនូវការផ្លាស់ប្តូរវិជ្ជមាន ឥទ្ធិពលនិងលទ្ធផលរបស់កម្មវិធី/គម្រោង ។ ហេតុដូច្នេះ ការធានាគុណភាពលើការកំណត់មូលហេតុឬឬសគល់នៃបញ្ហា ត្រូវអនុវត្តដូចខាងក្រោម៖	

☐ កំណត់បញ្ហាឲ្យបានច្បាស់(ឧទាហរណ៍បញ្ជីបញ្ហាជាអាទិភាព) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ប្រើវិធីសាស្ត្រធម្មតា សាមញ្ញដើម្បីវិភាគបញ្ហា (មាន/មិនច្បាស់/មិនមាន) ☐ កំណត់និងឯកភាពលើឫសគល់/ហេតុផលចុងបង្អស់ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ទទួលបានការព្រមព្រៀងលើកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលទាំងមូល (អ្នកចូលរួម ច្រើនជាង ៧០% យល់ស្រប) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។*	
៦. រកដំណោះស្រាយនិងអនុសាសន៍សមស្របសម្រាប់កសិករ (ពិន្ទុអតិបរមា ២០) សកម្មភាពនេះជាការដាក់ចេញនូវរបាយការណ៍ ឬការលើកឡើងដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហារបស់កសិករ ឬ ស្ថានភាពលំបាកដែលពួកគេជួបប្រទះ។ ដូច្នេះ ការធានាគុណភាពលើការកំណត់ដំណោះស្រាយនិងអនុសាសន៍លើបញ្ហា អាចត្រូវបានវាស់វែងដូចខាងក្រោម៖ ☐ ត្រូវពាក់ព័ន្ធនឹងគោលបំណងរបស់កម្មវិធី (ឧទាហរណ៍ ភាពធន់និងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ ឆ្លើយតបនិងតម្រូវការទីផ្សារ បរិយាប័ន្ន នវានុវត្តន៍ ផ្អែកតាមសកម្មភាពគម្រោង) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ត្រូវស្របគ្នានឹងប្រព័ន្ធកសិកម្មរបស់កសិករ (មានន័យថា វាត្រូវតែដោះស្រាយបញ្ហាដាំដុះរបស់កសិករ និងតម្រូវការពិតប្រាកដរបស់អ្នកទទួលផលគោលដៅភាគច្រើន) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ អាចអនុវត្តបាន ស្របតាមសមត្ថភាពរបស់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយ/អ្នកផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងអ្នកទទួលផល) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានទៅលើបរិស្ថានធនធានធម្មជាតិ បញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចសង្គមនិងវប្បធម៌ក្នុងកម្រិតដែលអាចទទួលយកបាន (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។*	
ពិន្ទុសរុប	

ឧបសម្ព័ន្ធទី ៥: ការធានាគុណភាពសម្រាប់ការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ

ទម្រង់វាយតម្លៃការធានាគុណភាពសម្រាប់តម្រូវការទីផ្សារ

ព័ត៌មានអំពីអ្នកវាយតម្លៃ	
កាលបរិច្ឆេទនៃការវាយតម្លៃ (ថ្ងៃ / ខែ / ឆ្នាំ)	
ឈ្មោះអ្នកវាយតម្លៃ តួនាទី ភេទនិងលេខទូរស័ព្ទ	
ឈ្មោះស្ថាប័ននិងអាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង	
ក្នុងករណីមានការរួមយោបល់ពីអ្នកដទៃ	
លក្ខណៈនិងការពិពណ៌នាអំពីសូចនាករវាស់វែង	**ពិន្ទុ**

១. ប្រមូលទិន្នន័យនិងព័ត៌មានទីផ្សារបន្ទាប់បន្សំ (**ពិន្ទុអតិបរមា ១០**): សកម្មភាពនេះ ពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការប្រមូលទិន្នន័យពីប្រភពជាច្រើនទាំងពីខាងរដ្ឋាភិបាល និងសហគមន៍អន្តរជាតិរួមទាំងការរៀបចំការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ ដែលអាចទទួលបានទិន្នន័យនិងវិភាគបានយ៉ាងងាយស្រួល ក៏ដូចជាវាយតម្លៃព័ត៌មានទីផ្សារ។ ព័ត៌មាននេះនឹងផ្តល់មូលដ្ឋានសម្រាប់ការសម្រេចចិត្ត ដូចជាការអភិវឌ្ឍន៍និងកែលម្អផលិតផលរួមមានការកំណត់តម្លៃការវេចខ្ចប់ ការចែកចាយ ការជ្រើសរើសប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងការផ្សព្វផ្សាយពីផលិតផលជាដើម។ ☐ ការប្រមូលទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំនិងព័ត៌មានដែលត្រូវការ។ មើលព័ត៌មានលម្អិត[15] នៅក្នុងចំណុចយោងខាងក្រោម (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ វិភាគស្ថានភាពនៃសមត្ថភាពផ្គត់ផ្គង់ និងតម្រូវការទីផ្សារ និងកំណត់ពីគោលដៅជាក់លាក់ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាទីផ្សារចំពោះមុខ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* ……………………………………………………………………………	
២. បង្កើតនិងបណ្តុះបណ្តាលក្រុមស្ទង់មតិទីផ្សារ (**ពិន្ទុអតិបរមា ១០**): សកម្មភាពនេះសំដៅលើការបង្កើតក្រុមស្ទង់មតិទីផ្សារ ដោយត្រូវចែកចាយតំបន់កំណត់ទៅឲ្យសមាជិកក្រុមនៅតាមភូមិឬឃុំដែលមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នាក្នុងតំបន់មួយចំនួន។ ដូច្នេះការធានាគុណភាពនៃការកំណត់វិស័យតំណាងឲ្យ ការវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ គួរតែបំពេញតាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដូចខាងក្រោម៖ ☐ ក្រុមការងារដែលបានបង្កើត ត្រូវតែមានជំនាញ បទពិសោធន៍ និងសមត្ថភាពចាំបាច់ ហើយត្រូវកំណត់ឲ្យបានច្បាស់លាស់។ ជាមន្ត្រីមកពីស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល អាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន អ្នកទទួលផល (រួមទាំងសមាគមកសិករ) និងបើអាចធ្វើត្រូវដាក់បញ្ចូលវិស័យឯកជនពាក់ព័ន្ធ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ណែនាំនិងការបណ្តុះបណ្តាលលើការស្ទង់មតិនេះឲ្យបានយ៉ាងល្អិតល្អន់រួមទាំងកំណត់ឲ្យច្បាស់ពីគោលដៅ និងគោលបំណងនៃការស្ទង់មតិ វិធីសាស្ត្រនិងសកម្មភាពដើម្បីធានាបានសង្គតិភាពនិងគុណភាពពីការស្ទង់មតិនេះ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។* ……………………………………………………………………………	

[15] ទិន្នន័យនិងព័ត៌មានអាចដាក់បញ្ចូលបាន មានដូចជា បំណុល អត្រាការប្រាក់នៃប្រាក់កម្ចី ភាគរយនៃប្រាក់ចំណូលគ្រួសារក្រៅពីការងារកសិកម្ម ប្រសិទ្ធភាពនៃកម្លាំងពលកម្ម ទិន្នផលពីកម្លាំងពលកម្ម ទិន្នផលស្រូវក្នុងមួយម៉ោងដោយប្រើកម្លាំងពលកម្ម សក្តានុពលនៃទិន្នផលដំណាំទទួលបាន កំណើនផលិតភាព ភាពប្រែប្រួលផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុប្រចាំឆ្នាំ អត្រាកំណើតផលិតភាពបសុសត្វ សូចនាករកសិកម្មដើម្បីចិញ្ចឹមជីវិត ការផ្គត់ផ្គង់ដោយផ្ទាល់ឬតាមរយៈកិច្ចសន្យា ការរួមសម្រេចចិត្តលើអាជីវកម្ម សហគ្រាសកសិកម្មសម្បូរបែប និងការគ្រប់គ្រងបន្សាំតាមលក្ខខណ្ឌរដូវកាល។

៣. ប្រមូលទិន្នន័យនិងព័ត៌មានសំខាន់ៗដើម្បីចាត់ថ្នាក់ការផ្គត់ផ្គង់និងតម្រូវការទីផ្សារ (ពិន្ទុអតិបរមា ២០): សកម្មភាពនេះគឺជាគំនិតទីផ្សារ ដោយត្រូវពិនិត្យលើថាតើការផ្គត់ផ្គង់ ត្រូវតាមទីកន្លែង តាមការចង់បាន ទាំងបរិមាណនិងគុណភាព ពេលវេលានិងតម្លៃដែលអតិថិជនចង់ទិញ។ ក្រៅពីនេះទិន្នន័យ គួរផ្សារភ្ជាប់និងទីផ្សារ។ ដូច្នេះហើយសម្រាប់គម្រោងទីផ្សារមួយជោគជ័យបាន ទាំងគម្រោងនិងកសិករត្រូវតែយល់ ពីទីផ្សារឲ្យបានច្បាស់៖ ☐ កំណត់ និងជ្រើសរើសប្រភេទទីផ្សារ (ឧ. ផ្សារណាត់ ផ្សារដេញថ្លៃ ទីផ្សារលក់ដុំទីផ្សារលក់រាយ និងផ្សារទំនើប) ។ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ កំណត់អតិថិជនធំៗនិងចំណែកទីផ្សាររួមទាំងអ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅ អាយុ ភេទ ភូមិសាស្ត្រ បុគ្គលិកលក្ខណៈ ភូមិសាស្ត្រនិងប្រាក់ចំណូល។ ចំណែកទីផ្សារផ្សេងៗគ្នា សេចក្ដីត្រូវការផលិតផលក៏ខុសគ្នាដែរ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ចុះជួបអ្នកផលិតនិងឈ្មួញ (អ្នកផ្គត់ផ្គង់) មើលថាពួកគេមានឆន្ទៈនិងអាចផ្តល់តម្លៃជាក់លាក់បាន ហើយសម្ភាសន៍ពួកគេ (ក្នុងន័យនេះ យើងសន្មតថា ការចុះតាមទីផ្សារត្រូវបានគ្រោងទុក ទាំងបញ្ជីសម្រាប់សម្ភាសន៍ត្រូវបានបង្កើតកំណត់គោលដៅជាក់លាក់ និងលទ្ធផលរំពឹងទុក ភារកិច្ចសំខាន់ៗ នីតិវិធីក្នុងការស្ទង់មតិ ។ សូមមើលកត្តាចម្បង[16] នៅក្នុងលេខយោងខាងក្រោម (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ចុះតាមផ្សារនិងសម្ភាសអ្នកផ្តល់ព័ត៌មានសំខាន់ៗ (អ្នកដែលមានតម្រូវការ) ។ មើលថាតើអតិថិជនដែលទិញក្នុងតម្លៃខុសគ្នានោះ តើវាអាស្រ័យលើបរិមាណនៃផលិតផលឬសេវាកម្ម) សូមមើលកត្តាសំខាន់ៗ[17] ដែលប៉ះពាល់ដល់តម្រូវការក្នុងវិស័យកសិកម្មនៅក្នុងលេខយោង (មាន/មិនច្បាស់/មិនមាន) <u>ចំណាំ:</u> នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម បានបង្កើតសំណួរណែនាំមួយចំនួន ហើយទទួលបានការឯកភាពពី IFAD MTR នៅខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ ២០១៧ ។ សូមប្រើទម្រង់ទាំងប្រាំមួយនិងគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការផ្សារភ្ជាប់ផលិតផលកសិកម្មទៅទីផ្សារតាមពេលវេលានិងទីកន្លែងសមស្រប។ ទម្រង់ទី ១: សំណួរគន្លឹះសម្រាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្ម ទម្រង់ទី ២: សំណួរគន្លឹះសម្រាប់ឈ្មួញលក់ដុំ ឈ្មួញនិងអ្នកកែច្នៃ ទម្រង់ទី ៣: សំណួរគន្លឹះសម្រាប់ក្រុមអ្នកផលិតដែលមានសក្តានុពល ទម្រង់ទី ៤: បញ្ជីរួមនៃការធ្វើផែនទីទីផ្សារ ទម្រង់ទី ៥: បញ្ជីសម្រាំងក្រុមដែលមានសក្តានុពល ទម្រង់ទី ៦: បញ្ជីតួអង្គសំខាន់ៗក្នុងការធ្វើកសិកម្មតាមកិច្ចសន្យា។	

[16] កត្តាដែលជះឥទ្ធិពលដល់ការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលកសិកម្មរួមមាន (ក) អាកាសធាតុ; (ខ) ថ្លៃដើមផលិត (គ) តម្លៃ; (ឃ) មធ្យោបាយនិងហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូន ង) ប្រភេទផលិតផល ទំហំ ការចំណាយ អតិថិជនគោលដៅ ដៃគូប្រកួតប្រជែង ពេលវេលានៃការលក់ តំបន់ផ្គត់ផ្គង់/លក់ដូរសព្វថ្ងៃ រួមទាំងទំហំ សក្តានុពលនៃការផ្គត់ផ្គង់បច្ចុប្បន្ននិងការព្យាករណ៍និងផែនការផ្គត់ផ្គង់

[17] វារួមបញ្ចូលទាំងតម្លៃ ប្រាក់ចំណូល ចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន ផលិតផលប្រកួតប្រជែងឬជំនួស និងគុណភាពជាដើម។ យើងសន្មត់ថា យើងបានគ្រោងចុះតាមទីផ្សារ បញ្ជីត្រួតពិនិត្យការសម្ភាសន៍ត្រូវបានបង្កើត គោលដៅនិងលទ្ធផលរំពឹងទុក ត្រូវបានកំណត់និងភារកិច្ចសំខាន់ៗ និងនីតិវិធីស្ទង់មតិ។

និងគោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការផ្សារភ្ជាប់ផលិតផលកសិកម្មទៅទីផ្សារ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។*	
៤. ធ្វើការវិភាគពីគម្លាតទីផ្សារ (អតិបរមា ៣០ ពិន្ទុ): ក្រោយពេលប្រមូលទិន្នន័យរួចរាល់ ដំណាក់កាលមួយទៀតគឺធ្វើការវិភាគតាមរយៈឧបករណ៍ផ្សេងៗ។ លទ្ធផលពីការវិភាគនេះនឹងជួយយើងឲ្យយល់ពីស្ថានភាព និងសក្តានុពលរបស់ទីផ្សារបានកាន់តែច្បាស់។ ដើម្បីធានាបានគុណភាពព័ត៌មានទីផ្សារ ត្រូវវិភាគដូចខាងក្រោម៖ ☐ វិភាគជាមួយអ្នកផលិតនិងឈ្មួញលើបញ្ហាអាកាសធាតុ ថ្លៃដើមផលិត តម្លៃ ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធដឹកជញ្ជូននិងមធ្យោបាយ រួមបញ្ចូលប្រភេទផលិតផល ទំហំការចំណាយ អតិថិជនគោលដៅ ដៃគូប្រកួតប្រជែង ពេលវេលានៃការលក់តំបន់ផ្គត់ផ្គង់/លក់ដូរបច្ចុប្បន្ន សក្តានុពលនៃការផ្គត់ផ្គង់បច្ចុប្បន្ននិងការព្យាករណ៍និងផែនការផ្គត់ផ្គង់ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ វិភាគអ្នកពាក់ព័ន្ធដែលផ្តោតលើអតិថិជនគោលដៅគម្រោង (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ វិភាគលើផលិតផលផ្តោតលើផលិតផលរបស់គូប្រកួតប្រជែង ទីតាំងលក់ដូរ រាល់ថ្ងៃ ទំហំទីផ្សារ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ វិភាគនិន្នាការទីផ្សារ សហគ្រាសកសិដ្ឋានថ្មី និងដែលមានសក្តានុពល រួមទាំងការតភ្ជាប់ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ព្យាករណ៍ពីតម្រូវការនិងភាពមិនប្រាកដប្រជា(មាន/មិនច្បាស់/មិនមាន) ☐ វិភាគពីការអភិវឌ្ឍខ្សែសង្វាក់តម្លៃនិងការវិនិយោគហិរញ្ញវត្ថុ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។*	
៥. រៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ខ្សែច្រវាក់តម្លៃរួមទាំងការគ្រប់គ្រងព័ត៌មាននិងចំណេះដឹង (អតិបរមា ៣០ ពិន្ទុ): ក្រោយពេលបញ្ចប់កិច្ចការខាងលើ ចាំបាច់ត្រូវបង្កើតប្រព័ន្ធទិន្នន័យទីផ្សារសាធារណៈដែលអនុញ្ញាតឲ្យមានការប្រើប្រាស់កាន់តែទូលំទូលាយនិងបង្កើតផែនការអភិវឌ្ឍខ្សែច្រវាក់តម្លៃ និងផែនការ។ យុទ្ធសាស្ត្រចំនួនបី ដែលគួរ បង្កើតរួមមាន ១) យុទ្ធសាស្ត្រផលិតកម្ម ២) យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារនិង ៣) យុទ្ធសាស្ត្រគាំទ្រ។ លើសពីនេះទៅទៀតសម្រាប់ការធានាគុណភាពលើកិច្ចការទាំងនេះ លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដូចខាងក្រោមចាំបាច់ត្រូវវាស់វែង៖ ☐ ការបង្កើតប្រព័ន្ធព័ត៌មានទីផ្សារសាធារណៈ (MIS) ជាមធ្យោបាយមួយដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃប្រព័ន្ធទីផ្សារនិងលើកកម្ពស់ការបង្កើតថ្លៃដើមតាមរយៈ 'ASPIRE Extension Hub' (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ត្រួតពិនិត្យគុណភាពនិងត្រួតពិនិត្យទិន្នន័យនិងព័ត៌មានដែលប្រមូលបានរក្សាទុកទិន្នន័យក្នុងមូលដ្ឋានទិន្នន័យនិងបង្កើតទិន្នន័យចូលទៅក្នុងព័ត៌មាននិងចំណេះដឹងដែលចង់បាន (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)	

☐ បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាននិងការចែករំលែកចំណេះដឹងនិងទំនាក់ទំនង (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ការស្នើសុំដំណោះស្រាយនិងការបង្កើតសេណារីយ៉ូដើម្បីបំពេញចំនុចខ្វះខាតនៅលើទីផ្សារ (ពោលគឺ យុទ្ធសាស្ត្រផលិត ទីផ្សារ និងគាំទ្រនិងផែនការ) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ វាយតម្លៃពីផលប៉ះពាល់នៃគម្រោងលើបរិស្ថាន / ធនធានធម្មជាតិ បញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចសង្គមនិងវប្បធម៌ (យោងតាម ខ្លឹមសារនៃការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាពឆ្នាំ ២០១៧ របស់ក្រសួងបរិស្ថាន) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ កំណត់ខ្លឹមសារពាក់ព័ន្ធនិងភាពធន់ទ្រាំនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ និងតម្រូវការទីផ្សារ បរិយាប័ន្ន វិធីសាស្ត្រនវានុវត្តន៍ ផ្អែកលើមូលដ្ឋាននៃសកម្មភាពរបស់គម្រោង (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។*	
ពិន្ទុសរុប	

ឧបសម្ព័ន្ធទី ៦: ការធានាគុណភាពលើសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ទម្រង់វាយតម្លៃការធានាគុណភាពនៃសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ព័ត៌មានអំពីអ្នកវាយតម្លៃ	
កាលបរិច្ឆេទនៃការវាយតម្លៃ (ថ្ងៃ / ខែ / ឆ្នាំ)	
ឈ្មោះអ្នកវាយតម្លៃ តួនាទី ភេទនិងលេខទូរស័ព្ទ	
ឈ្មោះស្ថាប័ននិងអាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង	
ក្នុងករណីមានយោបល់ចូលរួមពីអ្នកដទៃ	

លក្ខណៈនិងការពិពណ៌នាអំពីសូចនាករវាស់វែង	**ពិន្ទុ**
១. រៀបចំផែនការសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (**១៥ ពិន្ទុអតិបរមា**): នេះអាចត្រូវបានពិពណ៌នាថាជាមធ្យោបាយសាមញ្ញនិងដំណើរការដ៏ហ្មត់ចត់ក្នុងការទទួលបានអ្វីដែលបានបំពេញតាមគោលដៅសិក្សាអប់រំ សកម្មភាពបន្តបន្ទាប់ កំណត់ធនធានមនុស្សនិងធនធានមិនមែនមនុស្សក្នុងការបំពេញការងារតាពេលវេលានិងទីកន្លែង។ ដើម្បីធានាគុណភាពនៃការធ្វើផែន ត្រូវពិនិត្យលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យខាងក្រោម៖ ☐ ចាត់គោលដៅសិក្សា/អប់រំនៃកិច្ចអន្តរាគមន៍/សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ឲ្យមានលក្ខណៈឆ្លាតវៃ (SMART) និងដាក់ចេញកិច្ចការជាច្រើនដើម្បីសម្រេចបាននូវលទ្ធផលរំពឹងទុក (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ បែងចែកធនធានឲ្យបានសមរម្យតាមទីកន្លែងនិងពេលវេលាសម្រាប់ សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម នីមួយៗ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)	

☐ កំណត់អត្តសញ្ញាណនិងស្នើសុំនូវយុទ្ធសាស្ត្រដែលអាចធ្វើទៅបានដើម្បីគ្រប់គ្រងនិងកាត់បន្ថយហានិភ័យ[18] នៃការអនុវត្តសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើមិនអាចបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលនេះ ហើយតើត្រូវធ្វើអ្វីបន្ថែមទៀតដើម្បីបំពេញបានតាមស្តង់ដារនាពេលអនាគត។*	
២. ការរៀបចំសកម្មភាព (ពិន្ទុអតិបរមា ១៥) សកម្មភាពនេះ មានន័យថាត្រូវត្រៀមខ្លួនឲ្យបានរួចរាល់សម្រាប់សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងរំពឹងថាទទួលបានលទ្ធផលល្អពីសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ។ ដើម្បីធានាបានគុណភាពនៃការរៀបចំ ត្រូវឆ្លើយតបនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដូចខាងក្រោម៖ ☐ សកម្មភាពនិងដំណើរការដែលបានគ្រោងទុកទាំងអស់ត្រូវបានយល់យ៉ាងច្បាស់ដោយកសិករនាំមុខនិងបុគ្គលិកផ្សព្វផ្សាយហើយបើអាចធ្វើទៅបានគ្រូបង្វឹកអាចធ្វើការហាត់សមសិនប្រសិនបើចាំបាច់។ ត្រូវមានបញ្ជីផ្ទៀងផ្ទាត់ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ ចុះទៅទីតាំងជាមុនដើម្បីធ្វើឲ្យប្រាកដថាការរៀបចំទាំងអស់គឺស្ថិតនៅក្នុងលំដាប់និងរៀបចំបានល្អ ទីតាំងគឺសមស្របសម្រាប់ព្រឹត្តិការណ៍ កសិករ ចូលរួមទទួលបានដំណឹង (ចំពោះសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយនីមួយៗ ចំនួនអ្នកចូលរួមគួរតែម្នាក់ ទៅពីរឬបីប៉ុណ្ណោះ ហើយបើជាក្រុមអាចមានកសិករពី ១៥ ទៅ ២០ នាក់ឬអាចតូចជាងនេះកាន់តែប្រសើរ) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ☐ រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ស្របតាមបញ្ជីចាត់ចែង [19] (មាន/មិនច្បាស់/មិនមាន)។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើបច្ចុប្បន្នពួកគេមិនអាចបំពេញតាមបទដ្ឋាននេះហើយអ្វីដែលនឹងត្រូវធ្វើដើម្បីបំពេញតាមស្តង់ដារឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់នាពេលអនាគត។*	
៣. ត្រួតពិនិត្យសកម្មភាព (អតិបរមា ៣០ ពិន្ទុ): សកម្មភាពនេះអាចត្រូវបានពិពណ៌នាថាជាត្រួតពិនិត្យមើលមនុស្សនិងសកម្មភាពដើម្បីធានាថាមនុស្សគ្រប់គ្នានិងអ្វីគ្រប់យ៉ាងត្រូវបានរៀបចំជាក់លាក់និង ត្រឹមត្រូវ។ ខាងក្រោមនេះជាលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសំខាន់ៗដើម្បីធានានូវគុណភាពនៃការត្រួតពិនិត្យ: ☐ ចាប់ផ្តើមព្រឹត្តិការណ៍នេះ (ជាមួយពាក្យស្វាគមន៍ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច រួចប្រាប់គោលបំណង អាចលេងល្បែងណែនាំឲ្យស្គាល់គ្នា ស្វាគមន៍កសិករនិងក្រុមគ្រួសាររបស់គាត់ គោរពពេលវេលា សរសើរការងាររបស់អ្នករៀបចំ) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)	

[18] ហានិភ័យ រួមមានភាពរឹករវ ភាពមិនប្រក្រតី លក្ខខណ្ឌអាកាសធាតុមិនអំណោយផល កខ្វះការចូលរួម។ ល។

[19] បញ្ជីផ្ទៀងផ្ទាត់ត្រូវមានការរៀបចំកន្លែងអង្គុយ ការដំឡើងឧបករណ៍សម្លេង សម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយនិងវត្ថុធាតុដើមដែលបានបង្ហាញដូចជាឧបករណ៍កសិកម្ម ជីកសិកម្ម ដំណាំជាដើម។ ល។ រួមទាំងរបៀបវារៈ មេរៀនសម្រាប់អ្នកចូលរួម វាគ្មិន អ្នកឯកទេស មន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយ កសិករគម្រូ និងអ្នកចូលរួម ស្របតាមបំណែងចែកតួនាទីនិងការទទួលខុសត្រូវរបស់បុគ្គល/ក្រុមតូចៗ។

◻ ការពិភាក្សា / ព្រឹត្តិការណ៍គួរអនុវត្តតាមការរៀបចំតាមមាតិកាដូចជាគុណសម្បត្តិនៃការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិជ្ជា មូលហេតុមិនប្រើបច្ចេកវិទ្យា និងផ្តល់សារសំខាន់ៗដែលចង់បានហើយសាមញ្ញ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ◻ អនុវត្តគោលការណ៍សិក្សាសកម្មនិងការរៀនសូត្រមនុស្សពេញវ័យ (ឧទាហរណ៍ ៥-២០-៥០-២០-៥) (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ◻ ប្រើបច្ចេកទេសសកម្មផ្សេងៗនិងវត្ថុធាតុដើមដែលទាក់ទាញសម្រាប់ការជម្រុញការពិភាក្សានិងទទួលបានមតិត្រឡប់ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ◻ រក្សាឬលើកទឹកចិត្តឲ្យមានការទំនាក់ទំនងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់ព្រឹត្តិការណ៍ទាំងមូល (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ◻ សង្ខេបបញ្ហាឬចំណុចសំខាន់ៗដែលបានលេចឡើងហើយបន្ទាប់មកសន្និដ្ឋានព្រឹត្តិការណ៍នេះធ្វើឲ្យមានការថ្លែងអំណរគុណដល់អ្នកដែលពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ហើយជូនដំណឹងលើសកម្មភាពតាមដាន ដោយដាក់បញ្ចូលមតិយោបល់ដ៏រឹងមាំពីអ្នកពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើបច្ចុប្បន្នពួកគេមិនអាចបំពេញតាមបទដ្ឋាននេះហើយអ្វីដែលនឹងត្រូវធ្វើដើម្បីបំពេញតាមស្តង់ដារឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់នាពេលអនាគត។*	
៤. កំណត់ឥទ្ធិពលពីការបណ្តុះបណ្តាល (អតិបរមា ៣០ ពិន្ទុ): នេះសំដៅទៅលើលទ្ធផលភ្លាមៗឬលទ្ធផលនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនិង / ឬការអប់រំ។ ដើម្បីទទួលបានផលវិជ្ជមាននេះការធានាគុណភាពគួរតែឆ្លើយតបឲ្យបានល្អតាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដូចខាងក្រោម៖ ◻ ៣/៤នៃអ្នករៀនបានយល់ដឹងអំពីការអនុវត្តថ្មីៗ(មាន/មិនច្បាស់/មិនមាន) ◻ ៣/៤នៃអ្នកចូលរួមអាចរំលឹកឡើងវិញពីគោលការណ៍បណ្តុះបណ្តាលនិង / ឬការអនុវត្តល្អ ៗ (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ◻ អ្នកសិក្សាពាក់កណ្តាលនឹងផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយាជាវិជ្ជមានលើការព្រមព្រៀងនិងការយល់ស្រប (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ◻ អ្នកសិក្សាពាក់កណ្តាលនឹងមានទំនុកចិត្តនិងបង្កើនទំនុកចិត្តក្នុងការសម្រេចចិត្ត (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ◻ អ្នកសិក្សារបស់សិស្សពាក់កណ្តាលមានសមត្ថភាពដោះស្រាយបញ្ហាបង្កើនសមត្ថភាពរបស់ពួកគេដើម្បីកំណត់និងដោះស្រាយបញ្ហាជាក់លាក់ក្នុងសហគមន៍ដែលបណ្តាលឲ្យផលិតកម្មទាបនិងការអនុវត្តកសិកម្មមិនបានល្អ(មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) ◻ ១/៤នៃសិក្ខាកាមនិយាយថាពួកគេនឹងអនុវត្តវិធីថ្មីៗនិង / ឬជំរុញអ្នកដទៃក្នុងសហគមន៍របស់ពួកគេឲ្យទទួលយក(មាន/បានខ្លះ/មិនមាន)។ *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើបច្ចុប្បន្នពួកគេមិនអាចបំពេញតាមបទដ្ឋាននេះហើយអ្វីដែលនឹងត្រូវធ្វើដើម្បីបំពេញតាមស្តង់ដារឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់នាពេលអនាគត។*	
៥. រាយការណ៍ ផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈនិងតាមដានព្រឹត្តិការណ៍ (ពិន្ទុអតិបរមា ១០): សកម្មភាពទាំងនេះ អាចត្រូវបានពិពណ៌នាថាជាការគ្រប់គ្រងដ៏ល្អនៃកិច្ចអន្តរាគមន៍ និង	

ធានាគុណភាពនៃសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយបានយ៉ាងទូលំទូលាយនិង ជាមេរៀនបទពិសោធន៍ដ៏ល្អ។ លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យខាងក្រោមគួរតែឆ្លើយតបៈ □ រៀបចំរបាយការណ៍ព្រឹត្តិការណ៍ [20] (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) □ ធ្វើផែនការតាមដានដោយផ្តល់នូវបញ្ជីសកម្មភាពគាំទ្រនាពេលអនាគតសម្រាប់កំណត់រកប្រធានបទបណ្តុះបណ្តាថ្មី កាលវិភាគនិងកន្លែងរៀបចំនៅពេលបន្ទាប់ទៀត (មាន/បានខ្លះ/មិនមាន) *សូមបន្ថែមមតិយោបល់ប្រសិនបើបច្ចុប្បន្នពួកគេមិនអាចបំពេញតាមបទដ្ឋាននេះហើយអ្វីដែលនឹងត្រូវធ្វើដើម្បីបំពេញតាមស្តង់ដារឲ្យបានគ្រប់គ្រាន់នាពេលអនាគត។*	
ពិន្ទុសរុប	

[20] របាយការណ៍នេះ ត្រូវបញ្ជាក់ឈ្មោះចូលរួម កំណត់ភាពខ្លាំងនិងភាពខ្សោយ ប្រសិទ្ធិភាពនិងចំណាប់អារម្មណ៍ផ្ទាល់ខ្លួនលើអត្ថប្រយោជន៍នៃព្រឹត្តិការណ៍នេះ រួមទាំងការចែករំលែកព័ត៌មាននិង / ឬមេរៀនបទពិសោធន៍។

ឯកសារយោង

ASPIRE (2017). Guidelines for Review and Providing Quality Assurance of Agricultural Document and Extension Materials in Cambodia. *ASPIRE program working document.*

ASPIRE (2017). Quality Assurance of Agriculture Extension Materials. *Workshop Proceeding.*

ASPIRE (2017). Quality Assurance of Agriculture Extension Materials. *Draft working paper.*

ASPIRE (2015). Financial Management Manual. IFAD LOAN NO. 2000000744. ASAP.

ASPIRE (2017). Farmer Needs Assessment (FNA). *Manual drafted in June 2017*.

ASPIRE (2017). Faciliators'Guide for Farmer Filed School. *ASPIRE program working document in Khmer (final version on 20 June 2017).*

ASPIRE (2017). Guielines for Selection and Formulation of Smallholder Learnign Group (SLG). *ASPIRE program working document in Khmer (revised version 3 dated 20 June 2017).*

FAO (2013). Climate-Smart Agriculture. *Sourcebook.*

FAO (2011). Integrating Gender into Extension Services. *Facilitator's Guide.*

FAO (2016). Farmer Field School Guidance Document. *Planning for Quality Program.*

IFAD (2017). Strategy for Farmer Field School (small Learning group) from 2016-2021.

IFAD field mission in Mid-2017. Working paper.

GDA/DAE and ASPIRE Sec (2017). Guidelines for Agricultural Product to the Market Linkage. *They are approved by IFAD MTR in November 2017.*

Jay, C (2017). Guidelines for the Development of Quality Extension Services for the ASPIRE Program through Adopting a Quality Assurance Approach. *ASPIRE program working document*

JICA/EIAR (2014). Guideline for Extension Material Development for Researcher. *Manual.*

Jim, R (2001). Introduction to the CARE International DME Standards & Guidelines.

PowerPoint presentation.

Hanyani-Mlambo, B (2002). Strengthening the pluralistic agricultural extension system.

A Zimbabwe case study.

Khieu, H (2017). Guidelines for Agricultural Extension Materials Development. *ASPIRE working document.*

John, S (2001). Checklist for Selecting the Very Best Executive Search Firm.

LEAD (2015). What is ISO 9001? Quality Management System. *Organization website.*

Ludovic P (2017). Assigning Focal Points for Format and Technical Review of Extension Materials. *Briefing note.*

Ludovic P (2017). Farmer Tracking Tool. *Briefing note*

M. Kalim Qamar (2005). Modernizing National Agricultural Extension System. *A Practical guidelines for modernizing national extension systems. FAO Corporate document repository.*

MAFF (2015). Policy for Agricultural Extension in Cambodia. *Booklet*

MAFF (2015). Program Implementation Manual (Final version). *Program document.*

MAFF (2015). Guideline for Writing Official Letter. *MAFF Declaration*.

MAFF (2016). MAFF (2016). Standardized Procedure in the Management of Pesticides and Fertilizers.

Manish, B (2014). Developing Learning Resource Material Using Different Media.

Fenn M (2017). Overview and Outline of the 2017 3-Month TOT. *Power Pont Presentation for the TOT facilitators.*

Mel, S (2006). Active Training. *Handbook*

MOE (2017). Table of Content for a Sustainable Development. *Handbook.*

MRC (2007). A Style Guide for MRC Publications. *Handbook.*

Murari, S and Michael, K (2016). Process Skills and Competency Tools. What every extension workers should know-core competency. *Handbook.*

Mwada M at all (2015). Review of Farmer Field Schools Approach to Extension Service Delivery: Utilization and Impact in Nigeria. *World Journal of Agricultural Sciences 11.*

Charlesworth, P (2017): A guideline for Implementation of the Provincial Program Funding Options-Contracting-out*). 2nd version document of the ASPIRE Program.*

Ryan W, et al. (2012). A Guide to Assessing Needs: Essential Tools for Collecting Information, Making Decisions, and Achieving Development Results. *The World Bank Publication.*

RUA (2017). 3 Month Training of Trainers as Agricultural Extension Advisors for ASPIRE Program. *Approved concept note.*

Swanson and Claar (1984). Definition of Extension.

World Bank (1999). Selection of Consultants.

Yadav, A (date unknown). Guidelines for Service Providers. Training Manual.

Yan, S (2010): Lesson Plan Development.

Cambodia Country Report via https://www.btiproject.org/fileadmin/files/BTI/Downloads/Reports/2016/pdf/BTI_2016_ Cambodia.pdf

Definition of Development via http://www.merriam-webster.com/dictionary/development

Definition of Quality Assurance in Customer Service via http://smallbusiness.chron.com/definition-quality-assurance-customer-service-39829.html

Farmer Field School Implementation Guide. Part I: Key Principles of Farmer Field School Via www.fao.org/docrep/016/i2561e/i2561e01.pdf

Project Development Cycle via http://www.slideshare.net/ashwinprince/project-development-cycle

New Products Development Process via https://nyccto.wordpress.com/2011/06/10/new-product-development-process-building-launching-products-the-right-way/

Market and demand analysis via https://www.slideshare.net/joybutt5033/market-and-demand-analysis-2

Market and demand analysis via https://www.scribd.com/doc/260513602/Chapter-4-Market-and-Demand-Analysis

Cambodia Agricultural Marketing Information Service via

https://www.agriculturalmarketinformation.org.kh/agricultural-marketing-office/history/

បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៨ ដោយ

កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE)
អាសយដ្ឋាន ២០០ ផ្លូវនរោត្តម សង្កាត់ទន្លេបាសាក់ ខណ្ឌចំការមន រាជធានីភ្នំពេញ កម្ពុជា
ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
គេហទំព័រ WWW.ASPIREKH.ORG និង WWW.KHMERAGRI.INFO