ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

គោលការណ៍ណែនាំ
ស្តីពីការផ្សារភ្ជាប់ផលិតផលកសិកម្មឆ្ពោះទៅទីផ្សារ

GUIDELINES ON AGRICULTURAL PRODUCTS TO MARKET LINKAGE

រៀបចំដោយ កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE)
ឧបត្ថម្ភដោយ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងមូលនិធិអន្តរជាតិសម្រាប់អភិវឌ្ឍកសិកម្ម (IFAD)

IFAD
Investing in rural people

រាជធានីភ្នំពេញ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ ២០១៨

អារម្ភកថា

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

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទបានដាក់ចេញនូវគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជា នាឆ្នាំ ២០១៥ បានបង្ហាញថា ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវផ្លាស់ប្តូរយុទ្ធសាស្ត្រចេញពីការផ្សព្វផ្សាយដែលជម្រុញដោយផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ ដើម្បីផលិតកម្មទៅរកការផ្សព្វផ្សាយដើម្បីតម្រូវការទីផ្សារ។

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

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

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

ថ្ងៃ សុក្រ ៨ រោច ខែកត្តិក ឆ្នាំច សំរឹទ្ធិស័ក ព.ស ២៥៦២

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

អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

មាតិកា

ទំព័រ

សេចក្តីផ្តើម 1

វិធីសាស្រ្តរួម 2

ដំណើរការ 4

១. ការចុះសិក្សាតម្រូវការទីផ្សារ និងការវិភាគ.. 4

២. ការប្រជុំ និងពិភាក្សាជាមួយតួអង្គនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ 6

៣. ការបង្កើតជាបណ្តុំផលិត (Clusters) និងរចនាសម្ព័ន្ធ 7

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

៥. រៀបចំកិច្ចសន្យារវាង អ្នកផលិត និងឈ្មួញ 8

៦. គាំទ្រការអនុវត្តបណ្តុំ (មានកញ្ចប់ថវិកាជួយដល់យន្តការនេះ) 8

៧. តាមដាន និងវាយតម្លៃ 9

៨. តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់មន្ត្រីជំនាញ.. 10

សេចក្តីផ្តើម

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទបានដាក់ចេញនូវគោលនយោបាយផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជានាឆ្នាំ២០១៥ បានបង្ហាញថា ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវផ្លាស់ប្តូរយុទ្ធសាស្ត្រចេញពីការផ្សព្វផ្សាយដែលជម្រុញដោយផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ ដើម្បីផលិតកម្មទៅរកការផ្សព្វផ្សាយដើម្បីតម្រូវការទីផ្សារ។ អនុលោមទៅតាមកម្មវិធីកំណែទម្រង់របស់រាជរដ្ឋាភិបាលសេវា និងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវធ្វើវិមជ្ឈការនៅថ្នាក់មូលដ្ឋាន ដោយពង្រឹងសមត្ថភាពមន្ត្រីនៅថ្នាក់ស្រុកនិងថ្នាក់ឃុំ ជាពិសេសលើការងារធ្វើផែនការ និងការសម្របសម្រួលខ្សែច្រវាក់តម្លៃកសិកម្ម។

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

គោលការណ៍ណែនាំនេះមានបំណង៖

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

គោលការណ៍ណែនាំនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងផ្អែកតាមការសន្មត់ដូចខាងក្រោម៖

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

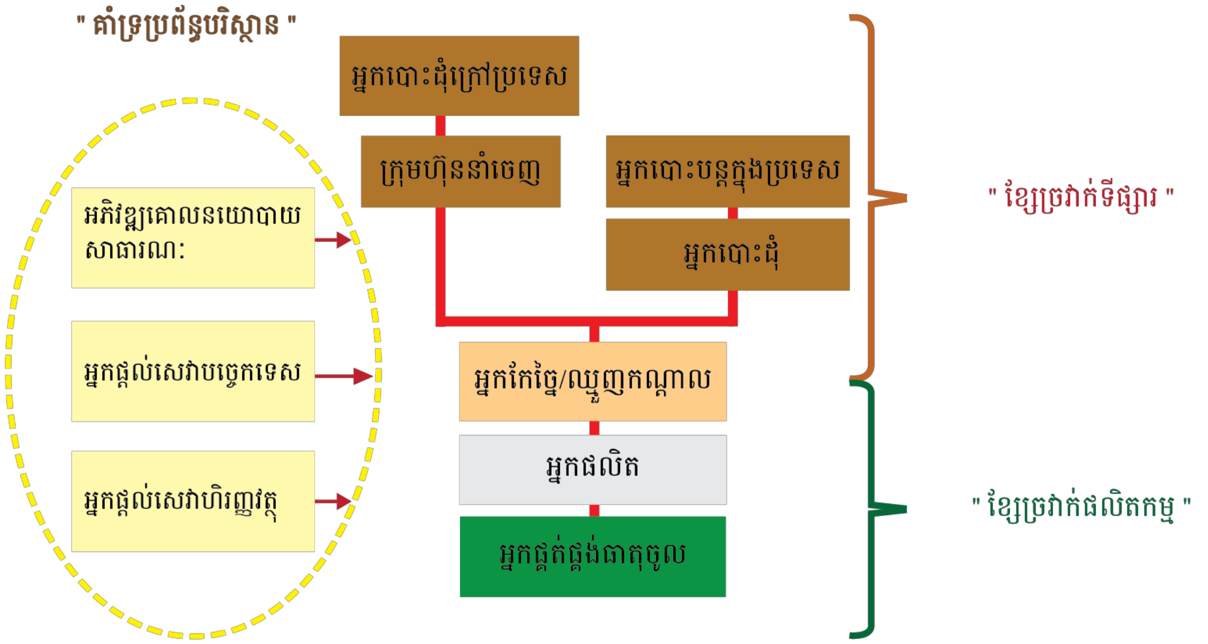
បច្ចេកវិទ្យាថ្មីទៅអនុវត្ត និងមានកិច្ចព្រមព្រៀងជាមួយក្រុមហ៊ុនលក់ធាតុចូល និងទទួលទិញផលិតកសិកម្ម បង្ហាញថាការវិនិយោគបែបនេះមានភាពពាក់ព័ន្ធនិងទទួលបានផលចំណេញ។ បណ្តុំអាជីវកម្មកសិកម្ម ផ្តល់ដល់តួអង្គក្នុងស្រុកទាំងអស់ បរិយាកាសអំណោយផល ក្នុងការបង្កើនការជឿទុកចិត្ត កិច្ចសហការ និងការវិនិយោគរួមគ្នាដើម្បីបង្កើនផលិតភាពនិងការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្ម។

វិធីសាស្ត្ររួម

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

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

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



យុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ខ្សែច្រវាក់តម្លៃ រួមបញ្ចូលនៅក្នុងតំបន់ភូមិសាស្ត្រជាក់លាក់មួយ នូវអន្តរាគមន៍បីប្រភេទផ្សេងគ្នា:

១. **យុទ្ធសាស្ត្រផលិតកម្ម**: តើត្រូវធ្វើដូចម្តេចដើម្បីផលិតទំនិញ/ផលិតផលមានទាំងគុណភាព និងបរិមាណបំពេញតាមតម្រូវការ ក្នុងពេលវេលាសមស្រប?

២. **យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ**: តើត្រូវប្រមូលទំនិញ/ផលិតផលដែលផលិតបានទាន់ពេលវេលាបែបណា ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ដល់អតិថិជន នៅពេលដែលមានការប្រកួតប្រជែង?

៣. **យុទ្ធសាស្ត្រគាំទ្រ**: តើត្រូវផ្តល់សេវាអភិវឌ្ឍន៍ជំនាញ ព័ត៌មាននិងចំណេះដឹង ហិរញ្ញវត្ថុ ការសម្របសម្រួលកិច្ចសន្ទនា និងជម្រុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងអ្នកដើរតួអង្គពាក់ព័ន្ធដើម្បីពន្លឿនការអភិវឌ្ឍ និងជម្រុញទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព?

ដើម្បីធ្វើឱ្យយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ខ្សែច្រវាក់តម្លៃនេះជោគជ័យ ជាចាំបាច់ណាស់ដែលតួអង្គទាំងអស់នៃប្រព័ន្ធខ្សែច្រវាក់តម្លៃរក្សានៅការជជែកគ្នាពិភាក្សាជាមួយគ្នាទៅវិញទៅមកជាប់ជាប្រចាំ។

បណ្តុំអ្នកផលិត គឺជាការប្រមូលផ្តុំអ្នកពាក់ព័ន្ធដែលមានទំនាក់ទំនងជាមួយគ្នាក្នុងភូមិសាស្ត្រណាមួយ ដើម្បីទាញប្រយោជន៍ដោយផ្ទាល់ និងដោយប្រយោលក្នុងចំណោមកិច្ចការរបស់ពួកគេឱ្យបានច្រើនបំផុត តាមរយៈកិច្ចសហការនិងទទួលបានលទ្ធផលគាប់ល្អប្រសើរជាងមុន។ ចងក្រងបណ្តុំអ្នកផលិតតាមភូមិសាស្ត្រ តួអង្គសំខាន់ៗនៅតាមខ្សែច្រវាក់តម្លៃនៅក្នុងតំបន់តែមួយ។ តួអង្គសំខាន់រួមមាន អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្ម កសិករ អ្នកទិញ អ្នកផ្តល់សេវាកម្ម និងភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលដែលបានចូលរួមពិភាក្សាគ្នាលើបញ្ហាដែលបានរកឃើញនៅក្នុងកិច្ចប្រជុំភាគីអ្នកពាក់ព័ន្ធ ហើយបង្កើតផែនការសកម្មភាពរួមគ្នា ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនោះ។

បណ្តុំអ្នកផលិតនេះ អាចត្រូវបានមើលឃើញថាជា "សមាគមន៍អ្នកពាក់ព័ន្ធ" ដែលជាឧបករណ៍មួយដើម្បី:

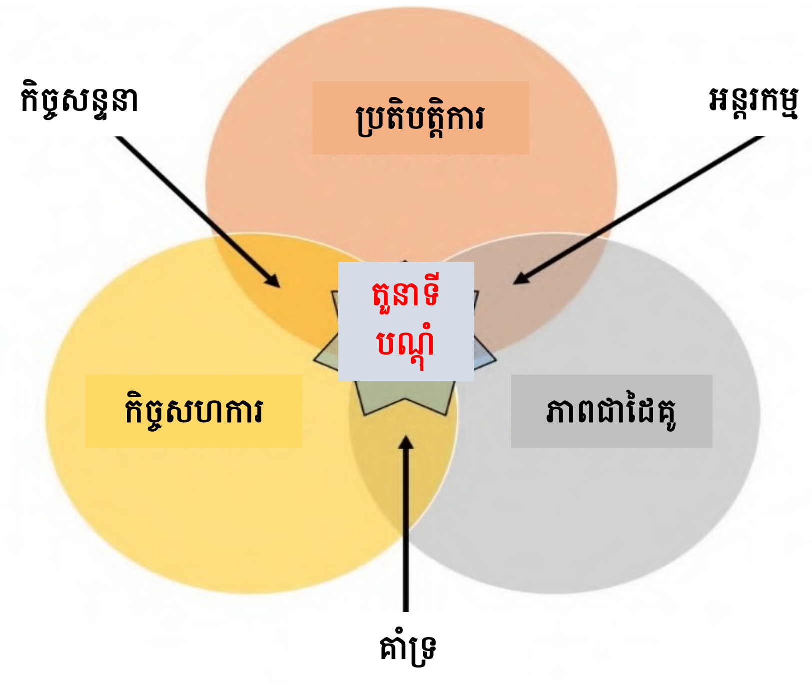
១. ពន្លឿនកំណើននៅក្នុងខ្សែច្រវាក់ផលិតកម្មនូវច្រវាក់ទំនិញដែលបានជ្រើសរើស។

២. ជម្រុញឱ្យកសិករខ្នាតតូចចូលរួមបានយូរអង្វែងក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃដែលបានជ្រើសរើស។

៣. ធ្វើឱ្យខ្សែច្រវាក់ផលិតកម្មបានប្រសើរឡើង ទាំងការប្រកួតប្រជែង ស្មើភាព ការសម្របសម្រួល និងការជឿទុកចិត្ត។

៤. បង្កើនភាពជាដៃគូរវាងវិស័យសាធារណៈ ផ្នែកឯកជននិងស៊ីវិល។

គោលបំណងនៃការរៀបចំបណ្តុំនីមួយៗនេះ សំដៅពន្លឿនប្រតិបត្តិការនិងកាត់បន្ថយការចំណាយ ជម្រុញកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មនៅតាមខ្សែច្រវាក់ និងបង្កើតភាពជាដៃគូរវាងអ្នកផ្តល់សេវាកម្មនិង ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល។ កិច្ចសន្ទនា អន្តរកម្មនិងការគាំទ្រ នឹងមានផ្តល់ជូនតាមរយៈកិច្ចប្រជុំភាគីពាក់ព័ន្ធ ។



ដំណើរការ

ដំណើរការនេះ ត្រូវអនុវត្តតាម ៧ជំហានដូចតទៅ៖

១. ការចុះសិក្សាតម្រូវការទីផ្សារ និងការវិភាគ។

២. ការប្រជុំ និងពិភាក្សាជាមួយតួអង្គសំខាន់ក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ។

៣. ការបង្កើតជាបណ្តុំ និងរចនាសម្ព័ន្ធ។

៤. រៀបចំវេទិការវាងភាគីពាក់ព័ន្ធ (បណ្តុំអ្នកផលិត អ្នកប្រមូលទិញ អ្នកលក់សម្ភារៈកសិកម្ម និងគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ)។

៥. រៀបចំកិច្ចសន្យារវាង អ្នកផលិត និងឈ្មួញ។

៦. គាំទ្រការអនុវត្តន៍បណ្តុំ (មានកញ្ចប់ថវិកាជួយដល់យន្តការនេះ)។

៧. តាមដាន និងវាយតម្លៃ។

១. ការចុះសិក្សាតម្រូវការទីផ្សារ និងការវិភាគ

គោលបំណង

- កំណត់តួអង្គសំខាន់ៗនៃខ្សែច្រវាក់ផលិតកម្ម: តួអង្គនៃខ្សែច្រវាក់ផលិតកម្ម (អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម អ្នកផលិត អ្នកកែច្នៃ អ្នកផ្សព្វផ្សាយ ...) តួអង្គនៃខ្សែច្រវាក់ទីផ្សារ (អ្នកប្រមូលទិញ ឈ្មួញកណ្តាល

អ្នកលក់ដុំ អ្នកលក់រាយ អ្នកចែកចាយ អ្នកនាំចេញ ...) និងតួអង្គគាំទ្រប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី (ដែលផ្តល់សេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុ និងមិនមែនហិរញ្ញវត្ថុ រួមទាំងការអភិវឌ្ឍជំនាញ និងចំណេះដឹងទីផ្សារ)

- សម្រាំងតួអង្គសំខាន់ៗ និងបណ្តុំដែលមានសក្តានុពល
- កំណត់ឧបសគ្គនិងឱកាស ហើយចង្អុលបង្ហាញពីបទអន្តរាគមន៍ដែលមានសក្តានុពលសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍខ្សែច្រវាក់តម្លៃ។

លទ្ធផលរំពឹងទុក

- មន្ត្រីនិងបុគ្គលិកពាក់ព័ន្ធបានយល់អំពីនីតិវិធីឬវិធីសាស្ត្រនៃការសិក្សាទីផ្សារ និងការប្រមូលទិន្នន័យ
- បញ្ជីឈ្មោះតួអង្គក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ
- បញ្ជីសម្រាំងបណ្តុំដែលមានសក្តានុពល និងតួអង្គ
- តារាងបរិយាយពីឧបសគ្គ ឱកាស និងកិច្ចអន្តរាគមន៍សាធារណៈដែលមានសក្តានុពលសម្រាប់បណ្តុំនីមួយៗ។

សង្ខេបពីដំណើរការសិក្សាតម្រូវការទីផ្សារ

1. ផ្សព្វផ្សាយគោលការណ៍ណែនាំដល់មន្ត្រីបង្គោល
2. ការកំណត់តួអង្គសំខាន់ៗយ៉ាងឆាប់រហ័ស
3. កំណត់ផលិតផល អ្នកប្រមូលទិញឬដៃគូរសម្រាប់ទីផ្សារ

១.១ ផ្សព្វផ្សាយគោលការណ៍ណែនាំដល់មន្ត្រីបង្គោល

គោលបំណង

ផ្សព្វផ្សាយគោលការណ៍ណែនាំស្តីពីការចុះសិក្សាតម្រូវការទីផ្សារ ដល់មន្ត្រីកសិកម្មខេត្ត ស្រុក។

លទ្ធផលរំពឹងទុក

មន្ត្រីមានចំណេះដឹងពីដំណើរការ និងវិធីសាស្ត្រសិក្សាតម្រូវការទីផ្សារ ។

ក្រុមការងារនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម នឹងចុះតាមខេត្តគោលដៅដើម្បីពន្យល់ពីគោលបំណង និងវិធីសាស្ត្រនៃការកំណត់តួអង្គសំខាន់ៗយ៉ាងរហ័ស និងការព្រមព្រៀងសហការដោយផ្តល់បុគ្គលិកចូលរួម ពេលវេលានិងបញ្ហាភស្តុភារ។

១.២ ការកំណត់ព័ត៌មានរហ័ស

ការកំណត់ព័ត៌មានរហ័ស នឹងត្រូវធ្វើឡើងលើទំនិញ/ផលិតផលពាក់ព័ន្ធទាំងអស់នៅក្នុងឃុំ ស្រុកនិងខេត្តគោលដៅ។

- **ការប្រមូលទិន្នន័យ (សម្ភាសន៍)**:នៅតាមស្រុក និងខេត្តនីមួយៗ មន្ត្រីកសិកម្មខេត្តនិងស្រុកត្រូវ៖ ១.រៀបចំបញ្ជីអ្នកដែលត្រូវសម្ភាសន៍ (អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្ម អ្នកផលិត និងអ្នកបោះដុំ) ២. សម្ភាសន៍អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល និងឈ្មួញទិញដុំ (ទម្រង់ ១-២) ៣. ពិភាក្សាជាមួយក្រុមអ្នកផលិតដែលមានសក្តានុពល និងកំណត់តំបន់ដាំដុះ។ សម្រាប់កិច្ចពិភាក្សាជាមួយក្រុមអ្នកផលិត សូមប្រើទម្រង់ ៣ ។ សម្រាប់ការកំណត់តំបន់ដាំដុះ សូមប្រើ GPS និង/ឬកម្មវិធីដូចជា Agribuddy ។
- **ការបញ្ចូលទិន្នន័យ**: មន្ត្រីទទួលបន្ទុកផ្នែកទីផ្សារនៅថ្នាក់ខេត្តនិងមន្ត្រីកសិកម្មស្រុក ទទួលបន្ទុកបញ្ចូលទិន្នន័យនិងកំណត់តំបន់ដាំដុះដោយប្រើប្រាស់ទម្រង់ ៤ ។

១.៣ កំណត់ផលិតផល ឈ្មួញអ្នកទិញឬដៃគូទីផ្សារ

ក្រោយពេលបញ្ចប់ការកំណត់តំបន់ដាំដុះ មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ (PDAFF) នឹងផ្តល់បញ្ជីសម្រាំងឈ្មោះបណ្តុំអ្នកផលិតដែលមានសក្តានុពល (កន្លែងប្រមូលផ្តុំ) និងសមាជិកក្រុមសម្រាប់ផលិតផលជាក់លាក់ (ទម្រង់៥)។

បណ្តុំអ្នកផលិត គឺជាការប្រមូលផ្តុំក្នុងភូមិសាស្ត្រមួយ នៅអ្នកផលិត អាជីវកម្ម អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងស្ថាប័នដែលពាក់ព័ន្ធ ដែលបង្កើតឱ្យមានការប្រមូលផ្តុំដោយផ្ទាល់និងដោយប្រយោល តាមរយៈទំនាក់ទំនងទីផ្សារ។

វិធីសាស្ត្រចងក្រងបណ្តុំអ្នកផលិត គឺចងក្រងក្រុមតួអង្គពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់ផលិតកម្មក្នុងតំបន់តែមួយ។ តួអង្គសំខាន់រួមមាន អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល កសិករ អ្នកទិញ អ្នកផ្តល់សេវាកម្ម និងភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលដែលបានចូលរួមពិភាក្សានិងគិតគូរពីបញ្ហាដែលកើតមានឡើងនានា តាមរយៈកិច្ចប្រជុំភាគីពាក់ព័ន្ធ ហើយបង្កើតផែនការសកម្មភាពរួមដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនោះ។ ការចងក្រងជាបណ្តុំនេះ ជាជំហានដំបូងមួយក្នុងដំណើរឆ្ពោះទៅរកការបង្កើតជាសហគមន៍កសិកម្ម។

អត្ថប្រយោជន៍ជាសក្តានុពលសម្រាប់តួអង្គសំខាន់ៗនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃនៃបណ្តុំអ្នកផលិតនេះ រួមមាន:
អត្ថប្រយោជន៍ដល់កសិករ: (ការបារម្ភពាក់ព័ន្ធទៅនឹងតម្លៃ ផែនការផលិតកម្ម និងធាតុចូល/ពេលវេលាដែលមាន):

- ទីផ្សារប្រមូលផ្តុំនិងលទ្ធភាពចូលកាន់ទីផ្សារកាន់តែប្រសើរ ក៏ដូចជាអំណាចក្នុងការចរចាតម្លៃកាន់តែប្រសើរ
- ការកើនឡើងប្រាក់ចំណូល ដោយសារផលិតផលមានតម្លៃខ្ពស់និងកំណើនផលិតកម្ម
- ចំណងទាក់ទងកាន់តែល្អប្រសើរជាងមុនរវាងអ្នកផលិតនិងតួអង្គផ្សេងទៀត
- អន្តរកម្មជាមួយអ្នកទិញកាន់តែល្អឡើង ដោយសារតែទំនាក់ទំនងល្អនិងការជឿទុកចិត្តកាន់តែប្រសើរឡើង
- ចំណាយផលិតកម្មទាបដោយសារតែទំនាក់ទំនងល្អប្រសើរជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល
- ការអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មក្រុមរយៈពេលវែង។

អត្ថប្រយោជន៍ចំពោះអ្នកទិញ: (ការបារម្ភអំពីបរិមាណ គុណភាព និងភាពជឿជាក់បាននៃការផ្គត់ផ្គង់)

- ការទទួលបានការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលក្នុងបរិមាណច្រើន (បរិមាណ គុណភាព និងភាពទៀងទាត់)
- បង្កើនទំនុកចិត្តរវាងអ្នកផ្គត់ផ្គង់និងសមាជិកក្នុងបណ្តុំអ្នកផលិតផ្សេងទៀត
- ការធានាបានការផ្គត់ផ្គង់ជាទៀងទាត់នូវផលិតផលក្នុងបរិមាណសមស្រប មានគុណភាពក្នុងតម្លៃសមរម្យ
- ការប្រាស្រ័យទាក់ទងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនៃការឆ្លើយតប និងការចង់បានរបស់ទីផ្សារ ដើម្បីឆ្លើយតបឲ្យបានរហ័សទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារ។

២. ការប្រជុំ និងពិភាក្សាជាមួយតួអង្គនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ

គោលបំណង: បង្ហាញលទ្ធផលនៃការសិក្សាវាយតម្លៃតម្រូវការទីផ្សារ បង្ហាញនិងបញ្ជាក់ពីផលប្រយោជន៍នៃការបង្កើតបណ្តុំផលិត។

លទ្ធផលរំពឹងទុក: ការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពបញ្ជីសម្រាំងបណ្តុំអ្នកផលិត។ តាមរយៈបញ្ជីសម្រាំងបណ្តុំអ្នកផលិតដែលមានសក្តានុពល មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទនឹងរៀបចំកិច្ចប្រជុំជាមួយតួអង្គនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃនេះ ដើម្បីផ្តល់សុពលភាពលើរបាយការណ៍ និងស្វែងយល់ពីចំណាប់អារម្មណ៍របស់តួអង្គទាំងនេះក្នុងការធ្វើការរួមគ្នាដោយមានការគាំទ្រពី មន្ទីរកសិកម្ម ។ កិច្ចប្រជុំដាច់ដោយឡែកចំនួនពីរ នឹងត្រូវរៀបចំឡើងដោយ មន្ទីរកសិកម្ម: (១) កិច្ចប្រជុំជាមួយអ្នកលក់ធាតុចូល និងអ្នកបោះដុំ (២) កិច្ចប្រជុំជាមួយអ្នកផលិតដែលមានសក្តានុពល។

កិច្ចប្រជុំនេះនឹងផ្តោតលើ:

- បង្ហាញបញ្ជីសម្រាំងបណ្តុំអ្នកផលិត បញ្ហានិងដំណោះស្រាយដែលអាចអនុវត្តបាន
- បង្ហាញពីលទ្ធភាពដែល មន្ទីរកសិកម្ម អាចគាំទ្រដល់បណ្តុំអ្នកផលិតនិងតួអង្គក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ
- បញ្ជាក់ពីចំណាប់អារម្មណ៍របស់តួអង្គក្នុងការចូលរួមក្នុងបណ្តុំអ្នកផលិត។

ក្រោយកិច្ចប្រជុំនេះ មន្ទីរកសិកម្ម ត្រូវធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពតារាងបញ្ជីសម្រាំង (ទម្រង់ ៥) ។

៣. ការបង្កើតជាបណ្តុំផលិត (Clusters) និងរចនាសម្ព័ន្ធ

គោលបំណង

រៀបចំបណ្តុំផលិត អ្នកទិញ និងផែនការផ្គត់ផ្គង់ទីផ្សារ ។

លទ្ធផលរំពឹងទុក

ក្រុមអ្នកផលិតស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារ (Producer Market Linked-PML) ត្រូវបានបង្កើតឡើង។

មន្ត្រីកសិកម្មស្រុកនឹងរៀបចំកិច្ចប្រជុំបណ្តុំអ្នកផលិតក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ ដោយជ្រើសរើសចេញពីបញ្ជីសម្រាំង។ តួអង្គសំខាន់ៗនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ រួមមានអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល អ្នកផលិតក្នុងស្រុក និងអ្នកបោះដុំ ពិនិត្យរួមគ្នាលើបញ្ហារាំងស្ទះនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃលើទំនិញជាក់លាក់ និងស្វែងរកដំណោះស្រាយដែលមានសក្តានុពល។

ក្រោយកិច្ចប្រជុំក្រុមអ្នកផលិតស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារ (PML) ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងចំណោមអ្នកផលិតទាំងនោះ។ ការជ្រើសរើសសមាជិកក្រុមអ្នកផលិតស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារ (Market Producer Linked-MPL) គឺសម្រាប់តែកសិករណាដែលមានឆន្ទៈក្នុងការអនុវត្តកសិកម្មល្អ (GAP) និងផលិតសម្រាប់លក់។ ការងាររបស់ក្រុមអ្នកផលិតស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារ ដំបូងឡើងចាប់ផ្តើមពីការប្រមូលផ្តុំផលិតផលតាមគ្រួសារ និងការលក់ពីសមាជិកម្នាក់ៗ ក្រោយមកឈានទៅរកការបង្កើតជាសហគមន៍កសិកម្ម នៅពេលដែលត្រៀមលក្ខណៈបានរួចរាល់។

ការបង្កើត ក្រុមអ្នកផលិតស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារ រួមមានការបោះឆ្នោតជ្រើសរើសប្រធានក្រុម ការបង្កើតបទបញ្ជាផ្ទៃក្នុងដែលងាយស្រួល ការកំណត់ទីតាំងប្រមូលផ្តុំ កំណត់ប្រព័ន្ធកត់ត្រានិងទូទាត់ថវិកា។

៤. រៀបចំវេទិកាពហុភាគីពាក់ព័ន្ធ (MSP-Multi Stakeholder Platform Meeting)

គោលបំណង

បង្កើតផែនការអាជីវកម្ម និងយុទ្ធសាស្រ្តអភិវឌ្ឍន៍ទីផ្សារ ។

លទ្ធផលរំពឹងទុក

ការជ្រើសរើសតួអង្គក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃដើម្បីបង្កើតផលិតកម្មកសិកម្មតាមកិច្ចសន្យា។

ក្រោយពេលបង្កើត ក្រុមអ្នកផលិតស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារ មន្ត្រីកសិកម្មស្រុកនឹងរៀបចំកិច្ចប្រជុំរវាងក្រុម (PML) នីមួយៗជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលនិងអ្នកបោះដុំ ដើម្បីពិនិត្យលើលទ្ធភាពនៃផលិតកម្មកសិកម្មតាមកិច្ចសន្យា។ កិច្ចប្រជុំនេះ នឹងពិភាក្សាលើ:

ជំហាន ទី ១: បទបង្ហាញពីមន្ត្រីការិយាល័យកសិកម្មស្រុក (DoA) លើគោលការណ៍នៃការគាំទ្រជាសាធារណៈ
ជំហានទី ២: បទបង្ហាញពីអ្នកបោះដុំ អំពីមុខទំនិញដែលត្រូវទិញ និងបរិមាណ។ ល។
ជំហានទី ៣: បទបង្ហាញពីក្រុម ក្រុមអ្នកផលិតស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារ

ជំហានទី ៤: បទបង្ហាញពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល
ជំហានទី ៥: បំពេញទម្រង់ ៦ ។

៥. រៀបចំកិច្ចសន្យារវាង អ្នកផលិត និងឈ្មួញ

គោលបំណង

ភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងរវាងតួអង្គក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃ

លទ្ធផលរំពឹងទុក

ផលិតកម្មកសិកម្មតាមកិច្ចសន្យា ត្រូវបានចុះហត្ថលេខា។

ក្រោយបំពេញទម្រង់ ៦ ចប់ មន្ត្រីកសិកម្មស្រុក ត្រូវសម្របសម្រួលការពិភាក្សារវាងអ្នកបោះដុំដែលមានការប្តេជ្ញាចិត្ត ក្រុម ក្រុមអ្នកផលិតស្របតាមតម្រូវការទីផ្សារ និងអ្នកលក់ធាតុចូល - តាមក្រុមនីមួយៗដាច់ដោយឡែកដើម្បីបង្កើតកិច្ចសន្យា។ កិច្ចសន្យាជាមួយអ្នកបោះដុំ ត្រូវធ្វើមុន បន្ទាប់មកគឺកិច្ចសន្យាជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល។

កិច្ចសន្យានេះ ត្រូវគ្របដណ្តប់លើកិច្ចប្រតិបត្តិការ និងការគាំទ្រផ្នែផ្សព្វផ្សាយ។ សម្រាប់អ្នកទិញ ការគាំទ្រលើការងារផ្សព្វផ្សាយ គួរផ្តោតលើលក្ខណៈលម្អិត ចំណាត់ថ្នាក់ កាលវិភាគ បរិមាណនិងលទ្ធភាពការងារគ្រប់គ្រងក្រោយពេលប្រមូលផល និងសេវាប្រមូលផ្តុំដែលត្រូវផ្តល់ដល់សមាជិកដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ (MIG) ។ សម្រាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល ត្រូវផ្តល់ដំបូន្មានពីបច្ចេកទេសផលិត និងសេវាក្រោយពេលលក់ ដែលត្រូវដាក់បញ្ចូលក្នុងកិច្ចសន្យា។

កិច្ចសន្យាជាមួយអ្នកប្រមូលទិញដុំ ត្រូវគ្របដណ្តប់យ៉ាងហោចណាស់ចំណុចមួយចំនួនដូចតទៅ: (i) យន្តការកំណត់តម្លៃ (ii) លក្ខណៈលម្អិតរបស់ទំនិញ (iii) ចំណាត់ថ្នាក់គុណភាពនិងការវេចខ្ចប់ (iv) កាលវិភាគនៃការដឹកជញ្ជូន/ប្រគល់ទំនិញ (v) របៀបទូទាត់សង និង (vi) ការអនុវត្តន៍តម្រូវការអប្បបរមានៃការអនុវត្តកសិកម្មល្អ (GAP) ។ ផ្នែកសេវាកម្ម រួមបញ្ចូលការត្រួតពិនិត្យគុណភាព ការបណ្តុះបណ្តាលនិងការប្រមូលទំនិញ។ កិច្ចសន្យាជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល ត្រូវគ្របដណ្តប់យ៉ាងហោចណាស់លើចំណុចតទៅនេះ: (i) ការវេចខ្ចប់ធាតុចូលកសិកម្ម (ii) ការបណ្តុះបណ្តាល និង (iii) សេវាកម្មក្រោយពេលលក់។

៦. គាំទ្រការអនុវត្តបណ្តុំ (មានកញ្ចប់ថវិកាជួយដល់យន្តការនេះ)

គោលបំណង

ដើម្បីមានការទុកចិត្តគ្នារវាង បណ្តុំអ្នកផលិត អ្នកប្រមូលទិញ និងការរក្សាតម្លៃកសិផលបានល្អ។

លទ្ធផលរំពឹងទុក

អនុវត្តកិច្ចសន្យាឱ្យបានរលូន។

ក្រោយពេលមានកិច្ចសន្យា មន្ត្រីកសិកម្មស្រុកនឹងរៀបចំកិច្ចប្រជុំជាមួយតួអង្គពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ នៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃវេទិកាពហុភាគីពាក់ព័ន្ធ (MSP) ដើម្បីពិនិត្យមើលរួមគ្នាបញ្ហារាំងស្ទះក្នុងការអនុវត្តកិច្ចសន្យា និងស្វែងរកដំណោះស្រាយដែលមានសក្តានុពល។

លទ្ធភាពនៃការគាំទ្រពីផ្នែករដ្ឋ រួមមាន៖

ក. ពង្រឹងសមត្ថភាពកសិករ

- ការអនុវត្តកសិកម្មល្អ (GAP)

- ផ្ទះសំណាញ់
- សមត្ថភាពទីផ្សារ
- ការទាមទារជាក់ស្តែងដែលបានលើកឡើងនៅក្នុងវេទិកាពហុភាគីពាក់ព័ន្ធ ។

ខ. គាំទ្រវិនិយោគសាធារណៈ ផ្តល់ជូន អតិបរមា ៩៥% នៃទុនសរុប

- ផ្សារប្រមូលទិញដុំ
- កន្លែងប្រមូលផ្តុំផលិតផលកសិកម្ម (កន្លែងរក្សាផលិតផលដែលមានសភាពត្រជាក់ ឧបករណ៍សម្រាប់ធ្វើតេស្ត ស្អាត ម៉ាស៊ីនវេចខ្ចប់)
- ហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធផលិតនិងទីផ្សារ (ផ្លូវ ប្រឡាយទឹក ស្រះ អណ្តូង អាងស្តុក ស្ទូឡា...)
- សត្តឃាតដ្ឋានបក្សី។

គ. មូលនិធិសម្រាប់គំនិតផ្តួចផ្តើមថ្មី

ដើមទុនសរុបចំនួន ២០% ត្រូវបានផ្តល់ជូន។

ឃ. ផ្សារភ្ជាប់បណ្តុំអាជីវកម្មទៅនឹងមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ

ង. ផ្សព្វផ្សាយផលិតផលរបស់បណ្តុំអាជីវកម្មកសិកម្ម

ពិព័ណ៌ផលិតផលកសិកម្មប្រចាំឆ្នាំ ។

ច.ការគាំទ្រនិងតាមដាន។

៧. តាមដាន និងវាយតម្លៃ

គោលបំណង

ជំរុញឲ្យបណ្តុំអាជីវកម្មដំណើរការមានប្រសិទ្ធភាព ។

៧.១ តាមដាន និងវាយតម្លៃលទ្ធផលការផ្គត់ផ្គង់ទីផ្សារ

- តាមដានការផលិតរបស់បណ្តុំ
- សមាជិកបណ្តុំត្រូវមានសៀវភៅកត់ត្រាៈ បរិមាណលក់ (ក្រុម) ការទទួលយកបច្ចេកទេស(ក្រុម) ប្រាក់ចំណូល ចំណាយ និងប្រាក់ចំណេញ(សមាជិក)
- បញ្ចូលក្នុងប្រព័ន្ធMIS ។

៧.២ តាមដាន វាយតម្លៃបណ្តុំ និងការគាំទ្របន្ត

- មន្ត្រីបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្នាក់ខេត្ត និងថ្នាក់ស្រុកត្រូវធ្វើការពិភាក្សាជាមួយបណ្តុំផលិត តើបណ្តុំមានជួបប្រទះបញ្ហាអ្វីខ្លះ តើបណ្តុំផលិតសំណូមពរជួយគាំទ្រអ្វីខ្លះបន្តទៀតក្នុងឆ្នាំទី៣
- កសាងសមត្ថភាព (បច្ចេកទេស GAP ទស្សនៈកិច្ចសិក្សា...) អាស្រ័យតាមតម្រូវការជាក់ស្តែងរបស់បណ្តុំ
- បណ្តុះបណ្តាលពីការទទួលព័ត៌មានទីផ្សារ (សារខ្លីៗតាមទូរស័ព្ទ) ដើម្បីទទួលបានតម្លៃទីផ្សារ និងស្គាល់អ្នកប្រមូលទិញថ្មីទៀត
- បណ្តុះបណ្តាលការទុកដាក់ ដឹកជញ្ជូន និងវេចខ្ចប់ក្រោយពេលប្រមូលផល
- ផែនការផ្គត់ផ្គង់ទីផ្សារ និងការកត់ត្រា/ការគ្រប់គ្រងផែនការជំនួញ
- ការចងក្រងកិច្ចសន្យាជាមួយឈ្មួញកណ្តាល។

៨. តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់មន្ត្រីជំនាញ

គោលបំណង

បែងចែកតួនាទីនិងភារកិច្ចរបស់មន្ត្រីជំនាញ តាមនាយកដ្ឋាន មន្ទីរ ការិយាល័យពាក់ព័ន្ធក្នុងការគាំទ្រដល់សកម្មភាពបណ្តុំផលិតកម្មកសិកម្ម។

លទ្ធផលរំពឹងទុក

មន្ត្រីជំនាញ តាមនាយកដ្ឋាន មន្ទីរ ការិយាល័យពាក់ព័ន្ធ យល់ច្បាស់ពីតួនាទី និងភារកិច្ចក្នុងការគាំទ្របណ្តុំផលិតកម្មកសិកម្ម។

៨.១ តួនាទី និងភារកិច្ច ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

- សហការក្នុងការរៀបចំគោលការណ៍ណែនាំ ការផ្សារភ្ជាប់ផលិតផលកសិកម្មឆ្ពោះទៅទីផ្សារ
- សហការក្នុងការគាំទ្របច្ចេកទេស និងផ្តល់ថវិកាក្នុងការអនុវត្តបណ្តុំអាជីវកម្មកសិកម្ម
- សហការតាមដាន និងផ្តល់ការវាយតម្លៃក្នុងការអនុវត្តបណ្តុំអាជីវកម្មកសិកម្ម។

៨.២ តួនាទី និងភារកិច្ច នាយកដ្ឋានផែនការនិងស្ថិតិ/ការិយាល័យទីផ្សារកសិកម្ម

- សហការជាមួយនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រៀបចំគោលការណ៍ណែនាំ និងផ្សព្វផ្សាយគោលការណ៍ណែនាំដល់មន្ត្រីជំនាញតាមខេត្តសម្រាប់ជួយគាំទ្រក្រុមផលិត
- ចុះពិនិត្យការប្រមូលទិន្នន័យ និងជួយវិភាគទិន្នន័យឬផ្តល់យោបល់
- ចូលរួមប្រជុំ ពិនិត្យនិងផ្តល់យោបល់លើលទ្ធផលនៃការប្រមូល និងវិភាគទិន្នន័យ
- ពង្រឹងសមត្ថភាពលើការងារជំនាញដល់មន្ត្រីជំនាញ សហគមន៍ និងបណ្តុំផលិតសម្រាប់ទីផ្សារ
- ចុះតាមដានអំពីដំណើរការរបស់បណ្តុំផលិតសម្រាប់ទីផ្សារ។

៨.៣ តួនាទីនិងភារកិច្ចរបស់នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៃអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

- សហការជាមួយការិយាល័យទីផ្សារកសិកម្ម ដើម្បីរៀបចំនិងផ្សព្វផ្សាយគោលការណ៍ណែនាំដល់មន្ត្រីបច្ចេកទេស
- ចូលរួមប្រជុំដើម្បីពិនិត្យឡើងវិញនិងផ្តល់យោបល់លើលទ្ធផលវាយតម្លៃ
- ផ្តល់ការគាំទ្របច្ចេកទេសជាបន្ត
- ចុះតាមដានអំពីដំណើរការរបស់បណ្តុំផលិតសម្រាប់ទីផ្សារ។

៨.៤ តួនាទីនិងភារកិច្ចរបស់មន្ត្រីទីផ្សារនៃក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

- ផ្សព្វផ្សាយគោលការណ៍ដល់ភ្នាក់ងារអនុវត្ត ថ្នាក់ស្រុក ឃុំ និងបណ្តុំផលិតសម្រាប់ទីផ្សារ
- ប្រមូលទិន្នន័យ វិភាគ និងបូកសរុបរបាយការណ៍
- ពិនិត្យនិងផ្តល់យោបល់លើ របាយការណ៍លទ្ធផលចុះសិក្សាជាមួយ ថ្នាក់ស្រុក និងឃុំ
- ចូលរួមប្រជុំផ្សព្វផ្សាយជាមួយក្រុមកសិករ និងចងក្រងបណ្តុំផលិតសម្រាប់ទីផ្សារ
- ជួយរៀបចំឯកសារកិច្ចសន្យារវាងបណ្តុំផលិត និងអ្នកប្រមូលទិញ
- ពិនិត្យរាល់សកម្មភាព និងផ្តល់ការគាំទ្រដល់បណ្តុំផលិត
- ពង្រឹងសមត្ថភាពលើការងារជំនាញដល់មន្ត្រីជំនាញថ្នាក់ស្រុក ឃុំ សហគមន៍ និងបណ្តុំផលិត
- តាមដានសកម្មភាពបណ្តុំផលិតសម្រាប់ទីផ្សារ។

៨.៥ មន្ត្រីបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្នាក់ស្រុក និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយឃុំ

- សហការជាមួយមន្ត្រីបច្ចេកទេសផ្នែកទីផ្សារថ្នាក់ខេត្ត ក្នុងការកំណត់ទីផ្សារ និងឈ្មួញទិញដុំ ឈ្មួញកណ្តាល អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្ម គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុដែលត្រូវធ្វើសម្ភាសន៍
- ចុះសម្ភាសន៍តាមទីផ្សារ
- មន្ត្រីថ្នាក់ស្រុកបញ្ចូលទិន្នន័យ និងបញ្ជូនទិន្នន័យដល់មន្ត្រីទីផ្សារថ្នាក់ខេត្ត
- រៀបចំនិងសម្របសម្រួល វេទិការវាងបណ្តុំផលិត និងអ្នកប្រមូលទិញ
- សម្របសម្រួលរៀបចំប្រជុំពិភាក្សាជាមួយក្រុមកសិករ និងបណ្តុំផលិត ដើម្បីរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម
- តាមដាន និងផ្តល់ការគាំទ្របច្ចេកទេសដល់បណ្តុំផលិត
- រាយការណ៍លទ្ធផលដែលអនុវត្តន៍បានជូនដល់ថ្នាក់ខេត្ត។

សំណួរណែនាំសម្រាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្ម

១- ព័ត៌មានទូទៅ

- ឈ្មោះ.............................ភេទ.............លេខទូរស័ព្ទ........................ អ៊ីម៉ែល.....................
- ហៀសប៊ុក...អាស័យដ្ឋាន ភូមិ.................. ឃុំ..............................
ស្រុក.................................... ខេត្ត...................................
- ឈ្មោះតំបន់គោលដៅដែលអ្នកកំពុងប្រតិបត្តិការៈ
  - ភូមិ...
  - ឃុំ...
  - ស្រុក...

២ - សំណួរណែនាំ

១	តើវត្ថុធាតុដើមកសិកម្មសំខាន់ៗអ្វីខ្លះដែលអ្នកកំពុងលក់?
២	តើក្នុងផលិតផលមួយមុខៗជាក់លាក់ដែលអ្នកកំពុងលក់មានបរិមាណ/ទំហំប៉ុន្មានដែរ?
៣	តើអតិថិជនធំៗរបស់អ្នកជានរណាខ្លះ? តើពួកគេនៅទីណា? តើអាចប៉ាន់ស្មានពីចំនួនអតិថិជនធំៗបានដែរឬទេ?
៤	ប្រភពនៃធាតុចូលកសិកម្ម?
៥	តើសេវាកម្មអ្វីខ្លះដែលអ្នកអាចផ្តល់ដល់អតិថិជនទាំងនេះបាន?
៦	តើអ្នកលក់យកជាលុយសុទ្ធឬឱ្យជំពាក់?
៧	តើមានឧបសគ្គអ្វីខ្លះក្នុងការលក់វត្ថុធាតុដើមទាំងនេះ?
៨	តើមានដំណោះស្រាយអ្វីខ្លះដែលអ្នកចង់លើកឡើងដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា/ឧបសគ្គទាំងនេះ និងអាចមានលទ្ធភាពទទួលបានឱកាសទាំងនោះ?

សំណួរណែនាំសម្រាប់អ្នកលក់ដុំ ឈ្មួញកណ្ដាលនិងអ្នកកែច្នៃ

១-ព័ត៌មានទូទៅ

- ឈ្មោះ............................ភេទ.............លេខទូរស័ព្ទ.......................អ៊ីម៉ែល......................
- ហ្វេសប៊ុក..អាស័យដ្ឋាន ភូមិ.................. ឃុំ.............................
  ស្រុក.................................... ខេត្ត....................................
- ឈ្មោះតំបន់គោលដៅដែលអ្នកកំពុងប្រតិបត្តិការៈ
  - ភូមិ..
  - ឃុំ..
  - ស្រុក...

២ - សំណួរណែនាំ

១	តើផលិតផលកសិកម្មសំខាន់ៗអ្វីខ្លះដែលអ្នកកំពុងទិញ?
២	សម្រាប់មុខទំនិញនីមួយៗ តើអ្នកទិញក្នុងបរិមាណប៉ុន្មានក្នុងមួយលើកៗ?
៣	សម្រាប់មុខទំនិញនីមួយៗ សូមបញ្ជាក់ពីគុណភាពដែលអ្នកចង់បាន?
៤	ចំពោះមុខទំនិញនីមួយៗ តើអ្នកអាចទិញក្នុងបរិមាណច្រើនបំផុតប៉ុន្មាន?
៥	តើអ្នកត្រូវការផលិតផលទាំងនេះនៅពេលណា/ញឹកញាប់ប៉ុណ្ណាដែរ?
៦	តើអ្នកអាចប្រាប់ឬបញ្ជាក់ពីលក្ខខណ្ឌតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់តាមរដូវកាលបានដែរឬទេ? (អំឡុងពេលដែលមានតម្រូវការទាប/ខ្ពស់, អំឡុងពេលដែលមានការផ្គត់ផ្គង់ទាប/ខ្ពស់)?
៧	តើអ្នកអាចប្រាប់ឬបញ្ជាក់អំពីការប្រែប្រួលតម្លៃបានទេ? (អំឡុងពេលដែលតម្លៃចុះទាប/ឡើងខ្ពស់)
៨	តើភូមិសាស្ត្រនៃតំបន់ផលិតកម្មណាដែលអ្នកអាចមើលឃើញពីលទ្ធភាពក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ និងការដឹកជញ្ជូន?
៩	តើជម្រើសនៃការដឹកជញ្ជូនដែលអ្នកមើលឃើញមានអ្វីខ្លះ?
១០	តើអ្នកបាននិងកំពុងធ្វើការជាមួយកសិករនិង / ឬក្រុមកសិកររួចហើយឬនៅ? ប្រសិនបើមិនទាន់ទេ តើអ្នកចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការធ្វើការឱ្យបានកាន់តែជិតស្និទ្ធជាមួយកសិករដែរឬទេ?
	ប្រសិនបើបានធ្វើរួចហើយ សូមពន្យល់ (តើអ្នកណា (កសិករនិង / ឬក្រុមកសិករ) នៅទីណាដែរ ច្រើនប៉ុណ្ណាដែរ ញឹកញាប់ប៉ុណ្ណា តើអ្នកពេញចិត្តដែរឬទេ)?
១១	តើអ្នកមានការរៀបចំអ្វីខ្លះជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់នាពេលបច្ចុប្បន្នរបស់អ្នក?
១២	តើអ្នកប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាអ្វីខ្លះជាមួយក្រុមហ៊ុនផ្គត់ផ្គង់បច្ចុប្បន្នរបស់អ្នក?
១៣	តើអ្នកមានតម្រូវការអ្វីខ្លះសម្រាប់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ថ្មី?
១៤	តើអ្នកជាបណ្ដាញនៃអ្នកបោះដុំដែរឬទេ ប្រសិនបើដូច្នេះមែន ហេតុអ្វីបានជាបណ្ដាញនេះមានសារៈសំខាន់ចំពោះអ្នក?

១៥	តើអ្នកមានទំនាក់ទំនងជាមួយស្ថាប័នឥណទាន / ប្រាក់កម្ចី និងសេវាកម្មផ្សេងទៀតរួច ហើយដែរឬទេ? បើដូច្នេះមែន តើនរណាខ្លះ?
១៦	តើអ្នកបានផ្តល់សេវាកម្មអ្វីខ្លះទៅឱ្យអ្នកផលិតឬអ្នកផ្គត់ផ្គង់របស់អ្នក
១៧	តើអ្នកលក់នៅឯណា ហើយលក់ឱ្យនរណា (ទីផ្សារ ឈ្មោះ ប្រភេទ ចំនួនអ្នកទិញ និងបរិមាណជាដើម) ?
១៨	តើអ្នកណាជាអ្នកកំណត់តម្លៃសម្រាប់ទំនិញរបស់អ្នក និងដោយរបៀបណា តាមប្រភេទអ្នកទិញនីមួយៗ?
១៩	តើបរិមាណនៃការលក់របស់អ្នកតាមប្រភេទអ្នកទិញ ១ ២ ៣ មួយៗយ៉ាងដូចម្តេច? (ក្នុងមួយឆ្នាំ / ខែ / រដូវ)
២០	បើប្រៀបធៀបទៅនឹងឆ្នាំមុន តើបរិមាណលក់កើនឡើងដែរឬទេ (តាមប្រភេទអ្នកទិញមួយៗ)?
២១	តើអ្នករំពឹងថាទីផ្សារនេះនឹងមានការកែប្រែឬអភិវឌ្ឍយ៉ាងដូចម្តេចនៅក្នុងរយៈពេលបីឆ្នាំទៅមុខទៀត?
២២	ប្រសិនបើមានតម្រូវការខ្ពស់ តើអ្វីដែលរារាំងអ្នកទិញមិនឱ្យទិញក្នុងបរិមាណច្រើន ឬឱ្យតម្លៃខ្ពស់?
២៣	តើអ្នកធ្វើអ្វីខ្លះដើម្បីលើកកម្ពស់/បង្កើនការលក់ផលិតផលរបស់អ្នក?
២៤	តើអ្នកជួបបញ្ហាក្នុងការលក់ផលិតផលរបស់អ្នកដែរឬទេ? ប្រសិនបើមាន តើអ្វីខ្លះ? តើអ្នកមានយោបល់ដូចម្តេចខ្លះ ដើម្បីកាត់បន្ថយបញ្ហាទាំងនេះ?
២៥	តើដំណោះស្រាយអ្វីខ្លះដែលអ្នកចង់លើកឡើងដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា/ឧបសគ្គទាំងនេះ និងអាចមានលទ្ធភាពទទួលឱកាសទាំងនោះបាន?

សំណួរណែនាំសម្រាប់ក្រុមអ្នកផលិតដែលមានសក្តានុពល

១-ព័ត៌មានទូទៅ

ឈ្មោះទីកន្លែង:

ចំនួនអ្នកផលិតដែលមានសក្តានុពល:

មុខទំនិញ:

អង្គភាពរបស់អ្នកផលិត: មិនមែនជាអង្គភាព សហគមន៍កសិកសម្ម ក្រុមមិនផ្លូវការ ក្រុមផ្លូវការ

២ - សំណួរណែនាំ

១	តើបរិមាណផលិតផលសរុបក្នុងក្រុមសម្រាប់លក់មានប៉ុន្មាន?
២	តើអ្នកផលិតមានសហការជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ អ្នកដើរប្រមូលទិញ ឈ្មួញកណ្តាលឬអ្នកទិញជាក់លាក់ណាដែរឬទេ? ប្រសិនបើមាន សូមប្រាប់ឈ្មោះ
៣	សូមប្រាប់ឬបញ្ជាក់ពីលក្ខខណ្ឌតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់តាមរដូវកាល (អំឡុងពេលដែលមានតម្រូវការទាប / ខ្ពស់, អំឡុងពេលដែលមានការផ្គត់ផ្គង់ទាប / ខ្ពស់)?
៤	តើសក្តានុពលផលិតកម្មជាអតិបរមាមានប៉ុន្មាន?
៥	សូមប្រាប់ឬបញ្ជាក់អំពីការប្រែប្រួលតម្លៃ? (អំឡុងពេលដែលតម្លៃចុះទាប / ឡើងខ្ពស់)
៦	តើមានបញ្ហាអ្វីខ្លះដែលជួបប្រទះក្នុងការផលិត?
៧	តើបញ្ហាប្រឈមក្នុងការលក់មានអ្វីខ្លះ?
៨	តើដំណោះស្រាយអ្វីខ្លះដែលអ្នកចង់លើកឡើងដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា/ឧបសគ្គទាំងនេះ និងអាចមានលទ្ធភាពទទួលឱកាសទាំងនោះបាន?

៣. ប្រតិទិន

	ខែ												កំណត់ចំណាំ
	១	២	៣	៤	៥	៦	៧	៨	៩	១០	១១	១២	
ការដាំដុះ													
ការកំណត់តម្លៃ													

បញ្ជីរួមនៃការធ្វើផែនទីទីផ្សារ

ខេត្ត..................................

I. ក្រុមអ្នកផលិត

១.១ ឈ្មោះទីកន្លែងផលិតទី១ ....

១.១.១ ក្រុមអ្នកផលិតទី១ ....

១.១.២ ក្រុមអ្នកផលិតទី២ ....

១.២ ឈ្មោះទីកន្លែងផលិតទី២ ....

II. អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម

២.១ ឈ្មោះទីកន្លែង**លក់ធាតុចូលកសិកម្ម**ទី១ ....

២.១.១ អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មទី១ ....

២.១.២ អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មទី២ ....

២.២ ឈ្មោះទីកន្លែងលក់ធាតុចូលទី២ ....

III. អ្នកទិញដុំ

២.១ ឈ្មោះទីកន្លែងទិញដុំទី១ ....

២.១.២ អ្នកទិញដុំទី១ ....

២.១.២ អ្នកទិញដុំទី២ ....

២.២ ឈ្មោះទីកន្លែងទិញដុំទី២ ....

បញ្ជីសម្រាំងក្រុមដែលមានសក្តានុពល

ខេត្ត................................

I. ក្រុមទី ១

១.១ ឈ្មោះទីកន្លែង ....

១.២ ក្រុមអ្នកផលិត ....

១.៣ ក្រុមអ្នកផ្គត់ផ្គង់វត្ថុធាតុដើម ....

១.៤ អ្នកទិញដុំ ....

១.៥ បញ្ហា ....

១.៦ ដំណោះស្រាយមានសក្តានុពល ....

I. ក្រុមទី ២

១.១ ឈ្មោះទីកន្លែង ....

១.២ ក្រុមអ្នកផលិត ....

១.៣ ក្រុមអ្នកផ្គត់ផ្គង់វត្ថុធាតុដើម ....

១.៤ អ្នកទិញដុំ ....

១.៥ បញ្ហា ....

១.៦ ដំណោះស្រាយមានសក្តានុពល ....

បញ្ជីឈ្មោះតួអង្គចូលរួមក្នុងការធ្វើផលិតកម្មកសិកម្មតាមកិច្ចសន្យា

ក្រុម............................

I. អ្នកទិញយកទៅបោះដុំ

ល.រ	អ្នកទិញយកទៅបោះដុំ	ព័ត៌មានទំនាក់ទំនង	បញ្ជីរាយមុខទំនិញ	ចំនួន/បរិមាណត្រូវទិញ	សេវាកម្មដែលនឹងមានផ្តល់ជូន

II. អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលកសិកម្ម

ល.រ	អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល	ព័ត៌មានទំនាក់ទំនង	បញ្ជីរាយមុខវត្ថុធាតុដើម	តម្លៃ	សេវាកម្មដែលនឹងមានផ្តល់ជូន

បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៨ ដោយ

កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE)

អាសយដ្ឋាន ២០០ ផ្លូវនរោត្តម សង្កាត់ទន្លេបាសាក់ ខណ្ឌចំការមន រាជធានីភ្នំពេញ កម្ពុជា

(ក្រសួងកសិកម្មរុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ)

គេហទំព័រ WWW.ASPIREKH.ORG និង WWW.KHMERAGRI.INFO