ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និង សហគ្រិនភាពកសិកម្ម

រៀបរៀងដោយ ៖ លោកស្រី អាត សុផាត និងលោក ខាត់ សុផារ៉ា

ប្រឹក្សា និងត្រួតពិនិត្យដោយ៖ បណ្ឌិត YANG, JEONGHEE

២០២០

한국농어촌공사

KNU 강원대학교 KANGWON NATIONAL UNIVERSITY

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

មុខវិជ្ជា
ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងសហគ្រិនភាពកសិកម្ម

រៀបរៀង និងបកប្រែជាភាសាខ្មែរដោយ៖

១. លោកស្រី អាត សុផាត អនុប្រធានដេប៉ាតឺម៉ង់ផ្សព្វផ្សាយ និងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ

២. លោក ខាត់ សុធារ៉ា មន្ត្រីនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

ប្រឹក្សា និងត្រួតពិនិត្យដោយ៖

បណ្ឌិត Yang, Jeonghee សាស្ត្រាចារ្យ នៃសាកលវិទ្យាល័យជាតិកាងវ៉ុន សាធារណរដ្ឋកូរ៉េ

ពិនិត្យអក្ខរាវិរុទ្ធដោយ៖

១. លោក ផាន ទូច ប្រធានការិយាល័យអប់រំផ្សព្វផ្សាយ នៃនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

២. លោក វ៉ាន់ ពុទ្ធី   មន្ត្រីការិយាល័យអប់រំផ្សព្វផ្សាយនៃនាយកដ្ឋាន ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

គាំទ្រថវិកាដោយ ៖ សារជីវកម្មសហគមន៍ជនបទកូរ៉េ នៃសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ

សហការរៀបចំដោយ៖ សាកលវិទ្យាលជាតិកាងវ៉ុន និងនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

បោះពុម្ពលើកទី ១

ឆ្នាំ ២០២០

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

លិខិតថ្លែងអំណរគុណ

ក្រោមកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និងក្រសួងកសិកម្ម ស្បៀងអាហារ និងកិច្ចការជនបទនៃសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ គម្រោងស្តីពី "ការគាំទ្រការសាងសង់មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាលកសិកម្មនៅកម្ពុជា" បានចាប់ផ្តើមអនុវត្តពីឆ្នាំ២០១៨-២០២២ ក្រោមការគាំទ្រថវិកាដោយរដ្ឋាភិបាលសាធារណរដ្ឋកូរ៉េ ដោយមាននាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ សហការអនុវត្តជាមួយសារជីវកម្មសហគមន៍ជនបទកូរ៉េ ដែលមានការចូលរួមពីអ្នកជំនាញបច្ចេកទេសកសិកម្ម មកពីសាកលវិទ្យាល័យជាតិកាងវ៉ុន និងមន្ត្រីជំនាញពាក់ព័ន្ធមកពីអង្គភាពក្រោមឱវាទក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ។ ទន្ទឹមនេះសៀវភៅបច្ចេកទេសចំនួន៥មុខមានដូចជា (១)ផលិតកម្មដំណាំស្រូវ និងបច្ចេកវិទ្យាក្រោយប្រមូលផល (២)ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងសហគ្រិនភាពកសិកម្ម (៣) ដំណាំសាកវប្បកម្ម (៤)ការធ្វើទីផ្សារកសិកម្ម (៥)ការប្រើប្រាស់ និងថែទាំគ្រឿងយន្តកសិកម្ម ត្រូវបានរៀបចំចងក្រង និងបោះពុម្ព ដែលនេះគឺជាផ្នែកមួយនៃការអនុវត្តគម្រោង។

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

សៀវភៅបច្ចេកទេសទាំង៥មុខនេះ នឹងត្រូវប្រើប្រាស់ជាជំនួយស្មារតីដល់មន្ត្រី និងភ្នាក់ងារផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ហើយក៏ត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលរបស់មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាល និងផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មពាស្កាង នៃនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវគុណភាពបណ្តុះបណ្តាលបង្កើនសមត្ថភាព និងផ្ទេរចំណេះដឹងដល់អ្នកប្រើប្រាស់ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធស្របទៅតាមតម្រូវការ។

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

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

ប្រធាននាយកដ្ឋាន
ផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

បណ្ឌិត ម៉ៅ មិនា

អាសយដ្ឋានលេខ ២០០ មហាវិថីព្រះនរោត្តម សង្កាត់ទន្លេបាសាក់ ខណ្ឌចំការមន រាជធានីភ្នំពេញ កម្ពុជា
Nº 200 Preah Norodom Blvd., Sangkat Tonle Basac, Khan Chamkarmon, Phnom Penh, Cambodia
ទូរស័ព្ទលេខ: (៨៥៥)២៣ ៩៦៥ ៤៤៣ អ៊ីមែល: deaff.maff@gmail.com, គេហទំព័រ: khmeragri.info
Phone : (855)23 965 443 Email: deaff.maff@gmail.com, Website: khmeragri.info

អារម្ភកថា

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

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

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

មាតិកា

មេរៀនទី ១ លំនាំដើម និងវិធីសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 4

១.១ ប្រវត្តិនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 5

១.២ និយមន័យនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 6

១.៣ គោលការណ៍នៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 6

១.៤ ប្រភេទ និងលក្ខណៈសម្បត្តិនៃភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 9

១.៥ វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 9

១.៦ តួនាទីភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 17

១.៧ ការធ្វើផែនការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 17

មេរៀនទី ២ ជំនាញទំនាក់ទំនង និងសម្របសម្រួលក្នុងការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 21

២.១ តើទំនាក់ទំនងជាអ្វី? 21

២.២ កម្រិតនៃទំនាក់ទំនង 22

២.៣ ដំណើរការនៃទំនាក់ទំនង 24

២.៤ ឧបសគ្គក្នុងការទំនាក់ទំនង 25

២.៥ តើត្រូវធ្វើបែបណាទើបអាចក្លាយជាអ្នកទាក់ទងដ៏ល្អម្នាក់បាន? 27

២.៦ តើការសម្របសម្រួលជាអ្វី? 27

២.៧ តើជម្លោះជាអ្វី? 29

មេរៀនទី ៣ សហគ្រិនភាពកសិកម្ម 31

៣.១. តើសហគ្រិនភាពជាអ្វី? 31

៣.២. សហគ្រិនភាពក្នុងការងារកសិកម្ម 33

៣.៣ ការវាយតម្លៃ ជំនាញសម្រាប់សហគ្រិនកសិកម្ម 35

៣.៤.ការកំណត់ទីផ្សារ 36

៣.៥ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងហានិភ័យ 40

មេរៀនទី ៤ ការយល់ឃើញរបស់មនុស្ស 43

មេរៀនទី ៥ លក្ខណៈរបស់កសិករ និងចំណេះដឹងថ្មីៗ 46

៥.១ លក្ខណៈរបស់កសិករ 46

៥.២. ចំណេះដឹងថ្មីៗ 47

មេរៀនទី ៦ ការសម្រេចចិត្តធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ 49

មេរៀនទី ៧ កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 51

៧.១ និយមន័យ 51

៧.២ គោលបំណង 51

៧.៣ ដំណើរការនៃការជ្រើសរើសកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 52

៧.៣.១ ការជ្រើសរើស 52

៧.៣.២ ការគាំទ្របច្ចេកទេស និងសម្ភារ 53

៧.៣.៣ ការទទួលស្គាល់ជាកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 53

៧.៣.៤ ការតាមដាន និងវាយតម្លៃសមត្ថភាពកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម 53

ឯកសារយោង 54

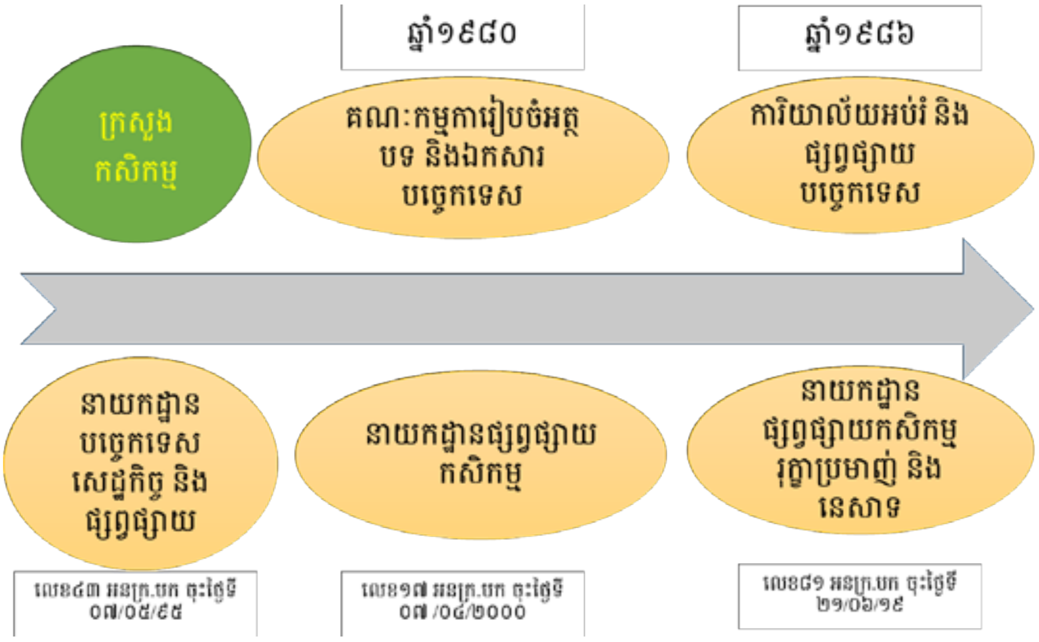
មេរៀនទី ១
លំនាំដើម និងវិធីសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

១.១ ប្រវត្តិនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមានប្រភពមកពីចក្រភពអង់គ្លេស ហើយវាត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាការអប់រំក្រៅផ្លូវការមួយដើម្បីពង្រឹងចំណេះដឹង ទស្សនៈវិស័យ បច្ចេកវិទ្យា និងការផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិត និងត្រូវបានគេពិពណ៌នាថាជាការអប់រំផ្សព្វផ្សាយ។ ពាក្យថា **ការអប់រំផ្សព្វផ្សាយ** វាគឺជាប្រព័ន្ធពិសេសមួយដើម្បីបញ្ជ្រាបចំណេះដឹងដល់ប្រជាជននៅតាមជនបទនៅហ្នឹងកន្លែង។

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

រាជរដ្ឋាភិបាលនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា បានយកចិត្តទុកដាក់អភិវឌ្ឍវិស័យផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនេះតាំងពីឆ្នាំ១៩៩២មកម្ល៉េះ បន្ទាប់មកក៏បានរៀបចំបង្កើតឱ្យមានស្ថាប័នផ្លូវការរបស់ជាតិនៅខែមេសា ឆ្នាំ១៩៩៦ ។ រចនាសម្ព័ន្ធនៃស្ថាប័ននេះគឺរាប់ចាប់ពីថ្នាក់ជាតិរហូតដល់ខេត្ត ក្រុង និងផ្នែកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មស្រុក (Liv Leang Hy, 1998)។



រូបភាពទី១. ដំណើរការបង្កើតអង្គភាពផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

១.២ និយមន័យនៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

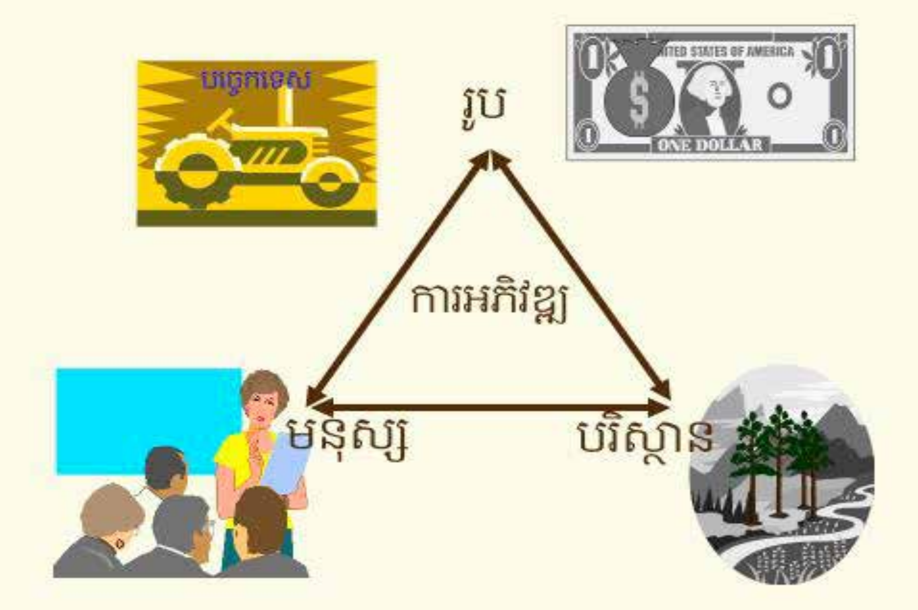
ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគឺជាវិធីសាស្ត្រ និងមធ្យោបាយផ្សេងៗក្នុងការទំនាក់ទំនងដើម្បីផ្តល់និងទទួលព័ត៌មានផ្តល់ការអប់រំ ផ្តល់យោបល់ ព្រមទាំងការជួយកសិករក្នុងការសម្រេចចិត្តឱ្យបានត្រឹមត្រូវគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ដើម្បីជំរុញការផ្លាស់ប្តូររបស់កសិករក្នុងគោលបំណងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍រួម ឬជាសារធារណៈ។ វាក៏ជាការអប់រំក្រៅប្រព័ន្ធដែលមនុស្សពេញវ័យ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

មានចំនុចសំខាន់ ៣ ដែលជំរុញការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដើម្បីឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរតាមបែបនិរន្តរភាព ៖

១) ផ្នែករូប (វិធីសាស្ត្រផលិតកម្មកសិកម្ម ការជ្រើសរើសពូជ ការគ្រប់គ្រងកសិកម្ម ...)

២) ទស្សនៈ (ចរិតលក្ខណៈ ជំនឿ...)

៣) បរិស្ថាន (ការគ្រប់គ្រងបរិស្ថាន និងការអភិរក្ស)។



រូបភាពទី២. ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដើម្បីជំរុញឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរតាមបែបនិរន្តរភាព

១.៣ គោលការណ៍នៃការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាសកម្មភាពប្រកបដោយគោលបំណងជាក់លាក់របស់ស្ថាប័នមួយដែលមាន តួនាទីជំរុញឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងសហគមន៍ដើម្បីធានានូវជោគជ័យ និងលទ្ធផលរំពឹងទុក។ ការអនុវត្តកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ត្រូវផ្អែកលើគោលការណ៍ចំបងៗដែលបានកំណត់មានដូចជា៖

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

ដូច្នេះព័ត៌មានថ្មីៗត្រូវតែផ្តល់ដល់កសិករឱ្យបានច្បាស់ នោះមានន័យថា កសិករជាអ្នកសម្រេចចិត្តទទួលយកការអនុវត្តន៍កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដោយស្ម័គ្រចិត្ត និងមិនមានការបង្ខិតបង្ខំនោះឡើយ។

រូបភាពទី៣. សកម្មភាពមន្ត្រីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មធ្វើការអប់រំកសិករ

❖ ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាការទទួលខុសត្រូវ៖

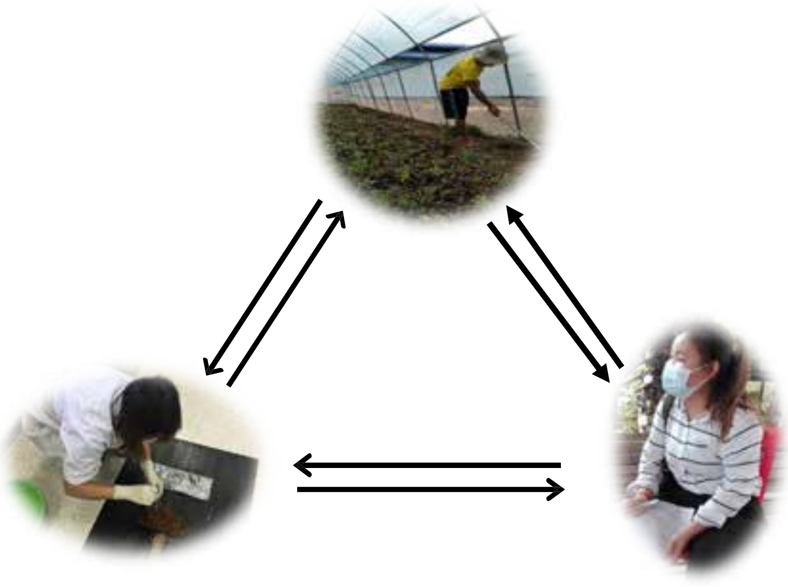
អ្នកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺត្រូវតែអនុវត្តតាមគោលនយោបាយអភិវឌ្ឍន៍ និងទទួលខុសត្រូវនូវអ្វីដែលពួកគេបានធ្វើចំពោះមុខប្រធានរបស់ពួកគេហើយធ្វើការដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់ប្រជាជននៅតាមជនបទ។

❖ មានវិធីចំនួន ២ ដែលអាចធ្វើការវាយតម្លៃវាស់វែងប្រសិទ្ធភាពការងារទាំងនោះបាន៖

- ទី១ គឺត្រូវធ្វើការតាមដាននូវសកម្មភាពរបស់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ថាតើពួកគេបានអនុវត្តតាមផែនការសកម្មភាពបានល្អកម្រិតណា។
- ទី២ គឺធ្វើការវាយតម្លៃនូវការកើនឡើងចំណូល និងជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាកសិករ ។

❖ ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាដំណើរការទំនាក់ទំនងទៅមក៖

ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគឺត្រូវទំនាក់ទំនងទៅមករវាង អ្នកស្រាវជ្រាវ អ្នកផ្សព្វផ្សាយ និងកសិករ ។ អ្នកផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវប្រមូលត្រឡប់មកវិញនូវគំនិតយោបល់ សំណូមពរ ពីកសិករទៅអ្នកស្រាវជ្រាវហើយផ្តល់ព័ត៌មានចាំបាច់នានាត្រឡប់ទៅគេវិញ។



រូបភាពទី៤. ដំណើរការទំនាក់ទំនងទៅមក

- **ការសហកាជាមួយអង្គការ ស្ថាប័នមូលដ្ឋាន និងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ៖**

កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយ និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគួរតែសហការឱ្យបានជិតស្និតជាមួយអង្គការ ឬស្ថាប័នដែលផ្តល់សេវាដល់កសិករ និងគ្រួសាររបស់ពួកគេ។ ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺមានទំនាក់ទំនងជាមួយផ្នែកមួយនៃសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចសង្គម និងនយោបាយរបស់ប្រជាជនជនបទដែលព្យាយាមធ្វើឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរ ដើម្បីកែលម្អជីវភាពរស់នៅក្នុងសង្គម។

- **ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺធ្វើការជាមួយអតិថិជនគោលដៅ៖**

កសិករទាំងអស់ក្នុងតំបន់មួយគឺមិនសុទ្ធតែមានបញ្ហា និងតម្រូវការដូចៗគ្នានោះទេ ហើយការផ្សព្វផ្សាយ កសិកម្ម គឺមិនអាចផ្តល់នូវបច្ចេកវិទ្យា ឬដំបូលន្មានតែមួយដល់គ្រប់កសិករបានដែរ។ ដូចនេះគេត្រូវការកំណត់ក្រុម ឬប្រភេទកសិករផ្សេងៗ ហើយរៀបចំកម្មវិធីឱ្យបានសមស្របសម្រាប់ក្រុមនីមួយៗ។

រូបភាពទី៥. ការប្រជុំវាយតម្លៃតម្រូវការកសិករ

១.៤ ប្រភេទ និងលក្ខណៈសម្បត្តិនៃភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

យ៉ាងតិចមានភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ៥កម្រិត ដើម្បីបម្រើសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជាក្នុងនោះមានដូចជាៈ អ្នកឯកទេសផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ទីប្រឹក្សាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឃុំ ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មភូមិ និង កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

តារាងទី១. តម្រូវការអប្បបរមាសម្រាប់ការអប់រំ និងការបណ្តុះបណ្តាលរបស់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

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

លក្ខណៈសម្បត្តិដែលភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មគួរមាន ៖

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

អាកប្បកិរិយា ៖

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

១.៥ វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

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

១) **<u>ការផ្សព្វផ្សាយបុគ្គល និងបុគ្គល៖</u>** គឺត្រូវបានគេប្រើក្នុងដំណើរការបង្រៀន ឬពន្យល់រវាងមនុស្សម្នាក់ និងមនុស្សម្នាក់ទៀត គឺវាសំដៅទៅលើការសន្ទនា ឬការពិភាក្សាជាលក្ខណៈមួយទល់នឹងមួយ។ ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មអាចជួបកសិករនៅផ្ទះ ឬនៅទីវាល ជជែកគ្នាដោយអារម្មណ៍រីករាយ បង្ហាញពីចំណាប់អារម្មណ៍ និងផ្តល់យោបល់ផ្សេងៗ ។

ក) ការប្រើទង់ជាសញ្ញា (Punna Rao et al., 2013)**៖**

វាត្រូវបានគេប្រើប្រាស់នៅពេលដែលភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មចុះទៅតាមជនបទ និងទីវាលដូចជា ស្រែ ចម្ការផ្សេងៗជាដើម។ នៅពេលភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មទាំងនោះឃើញបញ្ហាជាក់ស្តែងដែលកើតមានចំពោះស្រែចម្ការរបស់កសិករ ពួកគេនឹងសរសេរអំពីបញ្ហា និងដំណោះស្រាយនៅលើទង់ ឬក្រដាស់ដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មានដល់កសិករ។ វិធីសាស្រ្តនេះបានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍មួយចំនួនដូចជា៖

- ដោះស្រាយបញ្ហា និងផ្តល់ព័ត៌មានត្រឡប់ទាន់ពេលវេលា
- បង្កើនទំនាក់ទំនងរវាងកសិករ និងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយ
- ធ្វើការវិនិច្ឆ័យបញ្ហាបានច្បាស់លាស់ កសិករមានអារម្មណ៍កក់ក្តៅ
- សាមញ្ញ មិនចំណាយខ្ពស់ ចំណេញពេលវេលា។

រូបភាពទី៦. ការប្រើទង់ជាសញ្ញានៅវាលស្រែ (**Taejin Kwon,** 2013) (**Punna Rao et al.,** 2013)

ខ) ការណាត់ជួបនៅការិយាល័យ ឬនៅផ្ទះកសិករ៖

វិធីសាស្រ្តនេះអាចកើតមានឡើងរវាងកសិករជាមួយភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅការិយាល័យផ្ទាល់។ នៅពេលកសិករជួបបញ្ហា ឬមានចម្ងល់អំពីការងារកសិកម្ម ពួកគាត់អាចមកជួបពិភាក្សា និងទទួលការណែនាំដោយចំៗពីអ្នកជំនាញ ឬភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

រូបភាពទី៧. ការណាត់ជួបរវាងភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយ និងកសិករ

គ) ការទស្សនកិច្ចកសិដ្ឋានផ្ទាល់៖

វិធីសាស្ត្រនេះគឺជាការពេញនិយមសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយរវាងបុគ្គល និងបុគ្គល ហើយវាបានចំណាយពេលរបស់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងច្រើន។ ម្យ៉ាងទៀត វិធីសាស្ត្រនេះអាចបញ្ជាក់ពីគោលបំណងបានច្បាស់។

រូបភាពទី៨. ទស្សនកិច្ចនៅកសិដ្ឋានផ្ទាល់ជាមួយភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយ

ឃ) ការហៅតាមទូរស័ព្ទ៖

ការហៅតាមទូរស័ព្ទ គឺជាវិធីមួយដែលមានការងាយស្រួលក្នុងការផ្តល់ព័ត៌មានដល់កសិករដោយផ្ទាល់ និងច្បាស់លាស់ ប៉ុន្តែភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមិនអាចផ្តល់ព័ត៌មានឱ្យបានគ្រប់គ្នានៅក្នុងសហគមន៍នោះទេ។ ប្រសិនបើការសន្ទនាមានរយៈពេលវែង នោះកសិករមានការលំបាកក្នុងការកត់ត្រានូវរាល់ព័ត៌មាននានា។

រូបភាព៩. ការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មតាមប្រព័ន្ធទូរស័ព្ទ

<u>២).ការផ្សព្វផ្សាយជាក្រុម</u> ៖ វាមានអត្ថប្រយោជន៍ច្រើនជាងការផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈ ពីព្រោះរាល់បញ្ហា និងចម្ងល់ផ្សេងៗរបស់កសិករត្រូវបានសួរត្រឡប់មកភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយវិញភ្លាមៗ។ ដូចនេះ វាអាចដោះស្រាយបញ្ហា និងកាត់បន្ថយចម្ងល់របស់កសិករបានទាន់ពេលវេលា ហើយអ្វីដែលសំខាន់សម្រាប់វិធីសាស្ត្រការផ្សព្វផ្សាយជាក្រុមនេះគឺកសិករអាចចែករំលែកបទពិសោធន៍ ចំណេះដឹង និងបញ្ហាប្រឈមរបស់ពួកគេទៅកាន់កសិករដទៃទៀតនៅក្នុងក្រុម ក៏ដូចជាភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

ក) ការធ្វើស្រែ/ ចម្ការ/ ចិញ្ចឹមបង្ហាញ ៖ ការធ្វើស្រែ ឬចម្ការបង្ហាញ គឺជាវិធីសាស្ត្រដែលមានការនិយមប្រើនៅតាមទីវាល និងមានគោលបំណងជួយឱ្យកសិករ ៖

- អនុវត្តចំណេះដឹងថ្មីៗខ្លួនឯងផ្ទាល់
- បង្ហាញពីបញ្ហា និងដំណោះស្រាយ
- យល់ដឹងពីការប្រើប្រាស់បច្ចេកទេសកសិកម្ម
- បង្កើនភាពជឿជាក់ដល់កសិករ

រូបភាពទី១០. ការធ្វើបង្ហាញ

ខ) ការពិភាក្សាក្រុម ៖

ការពិភាក្សាក្រុម គឺជាវិធីសាស្ត្ររៀន និងបង្រៀនមួយដ៏មានប្រជាប្រិយភាព ដែលគេប្រើនៅក្នុងការអប់រំមនុស្សពេញវ័យ និងនៅក្នុងការផ្សព្វផ្សាយជាក្រុម។ ការពិភាក្សាជាក្រុមគឺដើម្បី ៖

- ប្រមូលព័ត៌មាន
- ផ្លាស់ប្តូរមតិយោបល់គ្រប់ៗគ្នា
- ផ្តល់បទពិសោធន៍ពីគ្នាទៅវិញទៅមក
- ស្រាយបំភ្លឺនូវរាល់ចំណុចដែលស្រពិចស្រពិល។

រូបភាពទី១១. ការប្រជុំក្រុមពិភាក្សា

សាលារៀនស្រែ/ចម្ការកសិករ គឺជាសាលារៀនមួយសាមញ្ញមិនផ្លូវការសម្រាប់ប្រមូលផ្តុំកសិករឱ្យមកចូលរៀនអំពីបច្ចេកទេសដាំដុះ/វិធានការចម្រុះគ្រប់គ្រងសត្វល្អិតចង្រៃលើដំណាំ "អាយ ភី អឹម" (IPM) នៅតាមក្រោមផ្ទះ ឬក្រោមដើមឈើក្បែរស្រែ ឬចម្ការ វិធីសាស្ត្រនេះមានគោលបំណងឱ្យកសិករយល់ដឹង ៖

- បច្ចេកទេសដាំដុះ និងវិធានការចម្រុះគ្រប់គ្រងសត្វល្អិតចង្រៃ) អាយ ភី អឹម(
- របៀបប្រើប្រាស់ជី ថ្នាំពុលកសិកម្មតាមកម្រិតសមស្រប
- ឥទ្ធិពលអាក្រក់របស់ថ្នាំពុលកសិកម្មទៅលើសុខភាពមនុស្ស សត្វ និងបរិស្ថានជុំវិញ

រូបភាពទី១២ សាលារៀនស្រែកសិករ

គ) ទិវាស្រែ/ ចម្ការ៖

ទិវាស្រែគឺជាពិធីមួយដែលប្រមូលក្រុមមនុស្ស ឬក្រុមកសិករ និងមានការចូលរួមពីភ្ញៀវគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ដែលបានអញ្ជើញមកពីក្រុមស្ថាប័ននានាមកទស្សនា ដើម្បីពិនិត្យពីលទ្ធផល និងបទពិសោធន៍នៃការធ្វើស្រែ ឬចម្ការកន្លងមកទៅតាមលក្ខណៈបច្ចេកទេសសាលារៀនស្រែកសិករ និងផ្សព្វផ្សាយដល់តំបន់ដែលស្ថិតនៅជិតកន្លែងពិសោធន៍។ វាមានអត្ថប្រយោជន៍មួយចំនួនដូចជា៖

- បង្ហាញពីលទ្ធផលដែលបានអនុវត្តកន្លងមក
- ផ្សព្វផ្សាយ និងសាយភាយដល់កសិករដែលមិនបានចូលរៀន
- ឱ្យអង្គការនានាជួយគាំទ្រដល់គម្រោងនេះ
- បង្កើនសមត្ថភាពកសិករឱ្យជួយផ្សព្វផ្សាយដល់កសិករផ្សេងៗទៀត។

រូបភាពទី១៣. កម្មវិធីទិវាស្រែ/ចម្ការ

ឃ) ទស្សនកិច្ចសិក្សា ៖

គោលបំណនៃទស្សនកិច្ចសិក្សា គឺដើម្បីបង្ហាញកសិករឱ្យបានឃើញពីការអភិវឌ្ឍន៍បច្ចេកវិទ្យាថ្មី ដែលកំពុងត្រូវបានអនុវត្ត បានជោគជ័យដោយកសិករ ឬស្ថានីយស្រាវជ្រាវ។

រូបភាពទី១៤. ការធ្វើទស្សនៈកិច្ចសិក្សារបស់កសិករ

ង) ការបណ្តុះបណ្តាល ៖

ការបណ្តុះបណ្តាលជាវិធីសាស្ត្រមួយដែលមានគោលបំណងដើម្បីបង្កើនចំណេះដឹង និងពង្រឹងសមត្ថភាព កសិករអំពីបច្ចេកទេសក្នុងការដាំដុះ ថែទាំ និងចិញ្ចឹមសត្វជាដើម។

រូបភាពទី១៥. សកម្មភាពការបណ្តុះបណ្តាល

៣) ការផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈ៖

វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយជាក្រុម ឬការផ្សព្វផ្សាយបុគ្គល និងបុគ្គលមិនអាចសាយភាយដល់ប្រជាកសិករដែលត្រូវការ និងចង់បានព័ត៌មាននោះទេ ដូច្នេះការផ្សព្វផ្សាយសាធារណៈតាមរយៈវិទ្យុ ទូរទស្សន៍ រោងកុនចល័ត កាសែត ផ្ទាំងព័ត៌មាន និងឯកសារបោះពុម្ពផ្សេងៗទៀតត្រូវបានគេប្រើដើម្បីបញ្ជូនព័ត៌មានបានដល់មនុស្សមួយចំនួនធំបានយ៉ាងឆាប់រហ័ស។

ក) តាមវិទ្យុ៖

ការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈវិទ្យុគឺវាមានសារៈសំខាន់យ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ហើយវាមានលក្ខណៈសាមញ្ញនៅតាមទីជនបទ។ រាល់ព័ត៌មានអាចទៅដល់កសិករដោយផ្ទាល់បានចំនួនច្រើន និងឆាប់រហ័ស បើប្រៀបធៀបជាមួយការប្រើប្រាស់ខិត្តប័ណ្ណ ការសែត ឬតាមរយៈភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយ។

រូបភាពទី១៦. ការផ្សព្វផ្សាយតាមវទ្យុ

ខ) ទូរទស្សន៍ ភាពយន្ត វីឌីអូ៖

ការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈវីឌីអូ ឬទូរទស្សន៍ក៏បានបញ្ជូនព័ត៌មានដល់កសិករបានយ៉ាងឆាប់រហ័ស និងបានចំនួនច្រើនដែរ។ កសិករបានទទួលព័ត៌មានច្បាស់ទាំងរូបភាព និងសម្លេង ដូចជារូបភាពសត្វល្អិត ឬជំងឺជាដើម។

រូបភាពទី១៧. ការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈទូរទស្សន៍

គ) ឯកសារបោះពុម្ព ផ្ទាំងរូបភាព កាសែត ទស្សនាវដ្ដី ព្រឹត្តិប័ត្រ ៖

វិធីសាស្ត្រនេះត្រូវបានគេប្រើជារឿយៗនៅក្នុងការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ព្រោះវាបានឱ្យកសិករបានឃើញនូវលទ្ធផលនៃការធ្វើបង្ហាញ និងបច្ចេកទេសដោយបានសង្ខេបនូវចំនុចសំខាន់ៗ ដូចជា បរិមាណនៃការប្រើប្រាស់ ដី/ថ្នាំ រដូវដាំដុះ និងឈ្មោះដំណាំ/សត្វ ជាដើម។

រូបភាពទី១៨. ការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈឯកសារបោះពុម្ព

ឃ) ការតាំងពិពណ៌ផលិតផល ៖

រូបភាពទី១៩. ការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈការដាក់តាំងបង្ហាញ

ង) ល្ខោន រឿងកំប្លែង ចម្រៀង របាំ ការសម្ដែងផ្សេងៗ (ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតាមបែបប្រជាប្រិយ៍) ៖

វិធីសាស្ត្រនេះជាមធ្យោបាយទំនាក់ទំនងបែបបុរាណដែលគេនិយមប្រើនៅតាមជនបទ វាមានភាពងាយ ស្រួលដល់កសិករក្នុងការស្វែងយល់ ទោះបីជាពួកគាត់រៀនសូត្រមិនបានច្រើនក៏ដោយ។ ការសម្ដែងល្ខោន ឬ កំប្លែង បានទាក់ទាញអារម្មណ៍កសិករឱ្យមានការចូលរួម និងមានភាពសប្បាយរីករាយ។

រូបភាពទី២០. សកម្មភាពការសម្តែង ចម្រៀង និងការចាក់បញ្ចាំងខ្សែរភាពយន្ត

១.៦ តួនាទីភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

តួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម មានដូចខាងក្រោម៖

- កំណត់បញ្ហា និងការផលិតកសិផល ការគ្រប់គ្រងកសិដ្ឋាន បញ្ហាទីផ្សារនៅឯកសិដ្ឋាន
- ជួយកសិករឱ្យប្រើប្រាស់កាន់តែប្រសើរនូវបច្ចេកវិទ្យាដែលមានស្រាប់ ឧទាហរណ៍ ការប្រើប្រាស់ចំណីសត្វ ការប្រើប្រាស់ជី និងប្រព័ន្ធស្រោចស្រព។ល។
- ណែនាំនូវបច្ចេកទេសថ្មីៗដល់កសិករ
- ទំនាក់ទំនងជាមួយកសិករ និងអ្នកស្រាវជ្រាវដើម្បីផ្តល់ព័ត៌មាន
- ជួយកសិកររៀនស្វែងយល់អំពីបញ្ហា ដើម្បីឱ្យចេះដោះស្រាយបញ្ហា និងជំរុញឱ្យអនុវត្ត និងទទួលយកបច្ចេកវិទ្យា
- ផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយាចរិតលក្ខណៈរបស់កសិករ។

១.៧ ការធ្វើផែនការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ការធ្វើផែនការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម   គឺជាមធ្យោបាយក្នុងការជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រដ៏ល្អមួយដើម្បីសម្រេចគោលដៅ   និងគោលបំណង។ ជាទូទៅគេអាចបែងចែកជា ២ប្រភេទ ដោយអាស្រ័យទៅលើអ្នកដែលរៀបចំផែនការនោះ។

- ប្រភេទទី១ ៖ ការរៀបចំផែនការដោយថ្នាក់លើរួចដាក់ចុះឱ្យថ្នាក់ក្រោមអនុវត្តទៅតាមអ្វីដែលមានចែង ឬកំណត់នៅក្នុងផែនការនោះ។
- ប្រភេទទី ២ ៖ គឺជាការធ្វើផែនការដែលទាមទារឱ្យអ្នកដែលទទួលផលពីគម្រោង (កសិករ) ផ្តល់គំនិតយោបល់ ចំណេះដឹង និងព័ត៌មានផ្សេងៗដែលចាំបាច់សម្រាប់ការគ្រោង និងអនុវត្តផែនការឱ្យបានទទួលជោគជ័យ។

សកម្មភាពសំខាន់ក្នុងការធ្វើផែនការរួមមាន៖

១) ការសិក្សា និងវិភាគស្ថានភាព ៖ នេះគឺជាចំនុចចាប់ផ្តើមនៃដំណើរការកសាង និងអនុវត្តផែនការផ្សព្វផ្សាយ។ ទិន្នន័យសំខាន់ៗមួយចំនួនដែលមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការធ្វើផែនការកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រួមមាន៖

- បញ្ហា តម្រូវការ ធនធាន) លទ្ធភាព(
- លក្ខណៈនៃប្រព័ន្ធផលិតកម្មដំណាំ ការចិញ្ចឹមសត្វ ការកែច្នៃ
- បច្ចេកវិទ្យា និងវិធីសាស្ត្រផលិតកម្មកសិកម្ម
- សេវាផ្តល់បច្ចេកទេសផ្សេងៗ ដែលមាននៅក្នុងមូលដ្ឋាន
- ធនធានធម្មជាតិមាននៅក្នុងសហគមន៍

- លទ្ធភាពរបស់កសិករក្នុងការប្រើបណ្តាញផ្សាយព័ត៌មានផ្សាយជាសាធារណៈ (វិទ្យុ ទូរទស្សន៍ និងទម្លាប់ ស្តាប់ មើល)
- ទំនាក់ទំនង និងតួនាទី យ៉េនឌ័រ រវាងបុរស និងស្ត្រីនៅក្នុងសហគមន៍ ។ល។

២) ការកំណត់បញ្ហា និងតម្រូវការអាទិភាព ៖ ជារឿយៗគេមិនអាចមានលទ្ធភាពដោះស្រាយរាល់បញ្ហាដែលកំណត់រកឃើញបានទាំងអស់ព្រមៗគ្នានោះឡើយ។ ដូច្នេះគេចាំបាច់ត្រូវកំណត់អាទិភាពនៃបញ្ហា និងតម្រូវការដែលសំខាន់ និងចាំបាច់បន្ទាន់ៗដែលត្រូវការឱ្យគេដោះស្រាយមុនគេ។

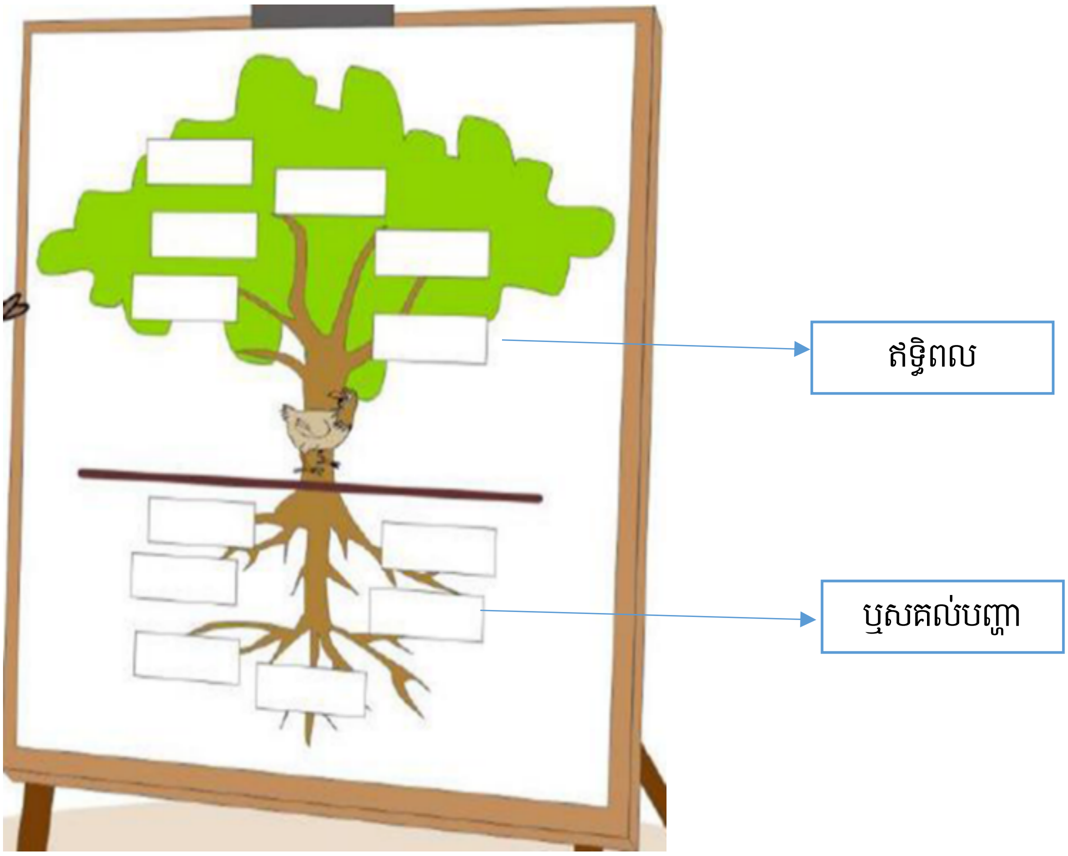
៣) ការកំណត់គោលបំណង និងគោលដៅ ៖ គោលបំណងមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់គម្រោង ឬ កម្មវិធី ពីព្រោះវាចង្អុលបង្ហាញអោយយើងឃើញពី "មូលហេតុ" នៃការអនុវត្តន៍សកម្មភាពនានានៅក្នុងផែនការ។ ដូច្នេះគោលបំណងនឹងជួយជំរុញលើកទឹកចិត្តដល់អ្នកចូលរួមប្រសិនបើវាបានបញ្ជាក់ពី "មូលហេតុ" ច្បាស់លាស់ និងសមស្របនោះ។

៤) ការធ្វើផែនការកម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយ ៖ ការគ្រោងផែនការ គឺជាឧបករណ៍ដ៏មានសារៈសំខាន់ និងសារៈប្រយោជន៍មួយសម្រាប់អ្នកផ្សព្វផ្សាយ។ ការធ្វើផែនការអាចជួយអោយអ្នកផ្សព្វផ្សាយបំពេញការងាររបស់គេបានកាន់ តែមានប្រសិទ្ធិភាព និងប្រសិទ្ធិផលថែមទៀតផង។ តាមធម្មតាគេអាចបែងចែកផែនការផ្សព្វផ្សាយជា ៣ គឺ ផែនការសកម្មភាព ការអនុវត្តន៍ផែនការ ការត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ។

- កាត្រួតពិនិត្យ គឺជាវិធីដែលគេពិនិត្យទៅលើសកម្មភាពគម្រោងថា តើសកម្មភាពទាំងនោះដើរតាមផែនការឬទេ។ ឧទាហរណ៍៖ ការផ្តល់សម្ភារ ការរៀបចំក្រុមកសិករ ការរៀបចំស្រែ ឬចម្ការបង្ហាញ ការចំណាយ ប្រសិទ្ធភាពនៃការចូលរួម ។ល។
- ការវាយតម្លៃ គឺសំដៅទៅលើការប៉ាន់ប្រមាណលទ្ធផលអនុវត្តគោលដៅការសម្រេចបានដែលធ្វើឡើងនៅខណៈណាមួយ ឬចុងបញ្ចប់នៃគម្រោងដើម្បីពិនិត្យមើលថា តើលទ្ធផលសម្រេចបានដូចអ្វីដែលបានគ្រោងទុក ឬយ៉ាងណា។

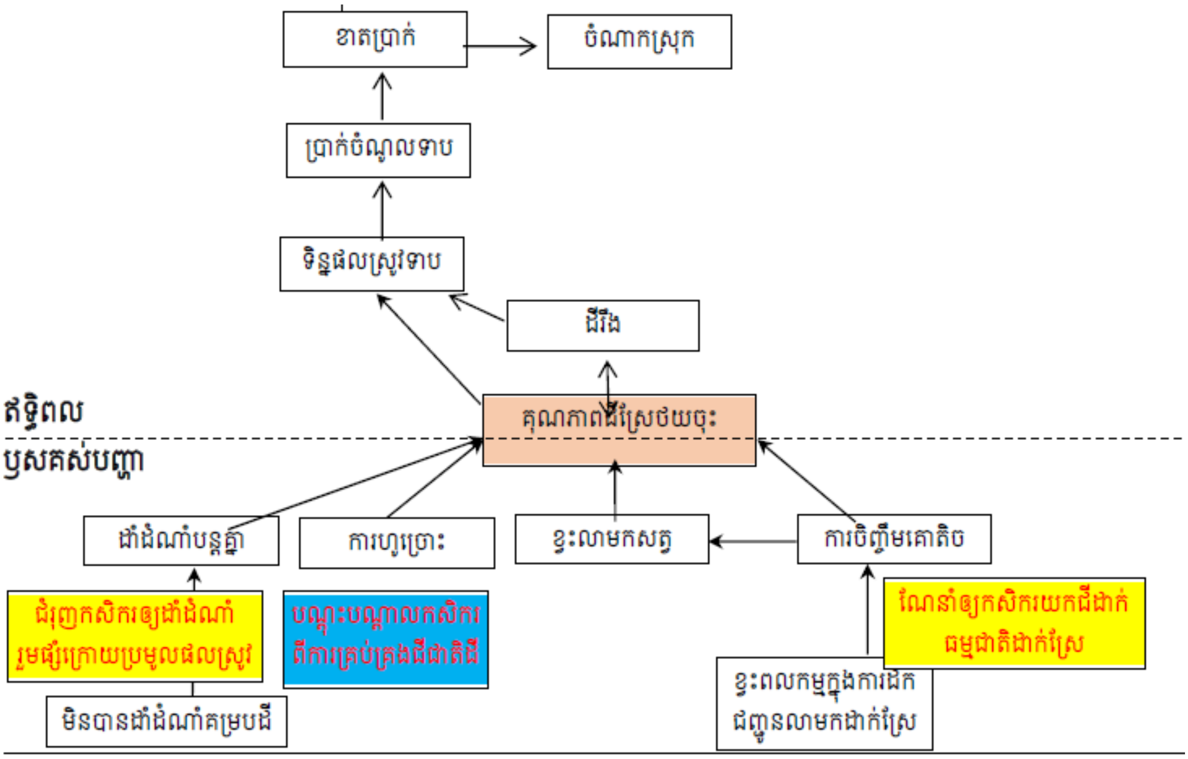
ដើមឈើបញ្ហា និងដំណោះស្រាយ៖

ដើមឈើបញ្ហា ជាវិធីសាស្រ្តមួយក្នុងចំណោមវិធីសាស្រ្តផ្សេងៗទៀត ដែលគេប្រើសម្រាប់ធ្វើការវិភាគ។ បញ្ហា ដែលយើងរកឃើញតាមរយៈការប្រមូលព័ត៌មានវាគឺជា រោគសញ្ញា ឬជាផល ឯបញ្ហាពិតនោះគឺជាឬសគល់ដែលបង្កឱ្យមានរោគសញ្ញានេះ។ ដូចនេះ យើងត្រូវវិភាគឱ្យបានល្អិតល្អន់ទើបអាចរកឃើញមូលហេតុនេះ។ នៅក្នុងវិធីសាស្រ្តនេះ គេប្រើដើមឈើមួយ ដោយយកឫសរបស់វាតំណាងឱ្យមូលហេតុ ឬ ឫសគល់នៃបញ្ហា ហើយដើមឈើតំណាងឱ្យបញ្ហាដែលស្លឹក ផ្កា ផ្លែ គឺជាផល (រោគសញ្ញា) ដែលលេចចេញនូវបញ្ហា។ ចំណែកឯដើមឈើដំណោះស្រាយ គេគ្រាន់តែផ្ទារដើមឈើបញ្ហាដោយប្រើប្រាស់បញ្ហាជាឫសគល់ណាមួយនោះជាមូលដ្ឋានសម្រាប់រៀបចំដំណោះស្រាយ។

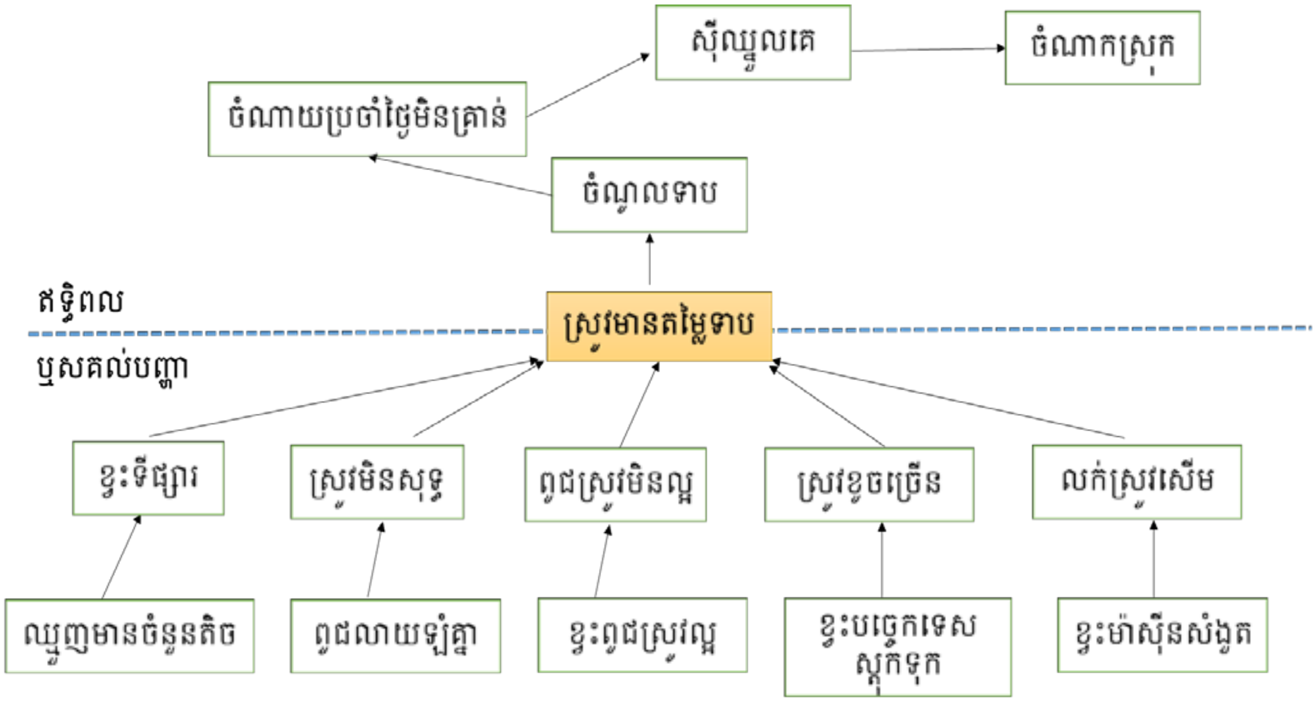


រូបភាពទី២១. រូបភាពគំរូដើមឈើបញ្ហា

ឧទាហរណ៍ ទី១ ការវិភាគបញ្ហាគុណភាពដីស្រែថយចុះ



ឧទាហរណ៍ ទី២ ការវិភាគតម្លៃស្រូវទាប



មេរៀនទី ២
ជំនាញទំនាក់ទំនង និងសម្របសម្រួលក្នុងការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

២.១ តើទំនាក់ទំនងជាអ្វី?

ទំនាក់ទំនង គឺជាដំណើរការនៃការផ្លាស់ប្តូរព័ត៌មាន គំនិត យោបល់ អារម្មណ៍ និងមនោសញ្ចេតនាតាមរយៈការនិយាយ សញ្ញា សរសេរ ឬក៏ឥរិយាបថ។ ក្នុងដំណើរការនៃការទំនាក់ទំនង អ្នកផ្ញើ) បញ្ចូលសារ (បានបញ្ចូលសារ តាមរយៈការប្រើប្រាស់មធ្យោបាយផ្សេងៗក្នុងការផ្ញើសារទៅកាន់អ្នកទទួល (អ្នកបកស្រាយសារ (ដែលធ្វើការបក ស្រាយសាររួចធ្វើការពិចារណាទៅលើព័ត៌មាន បន្ទាប់មកធ្វើការឆ្លើយតបយ៉ាងសមរម្យដោយប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រ ផ្សេងៗក្នុងការឆ្លើយតបដោយប្រើប្រាស់ច្រកចែកចាយព័ត៌មាន។

រូបភាពទី២២. ការប្រាស្រ័យទាក់ទងដោយការសម្ភាសន៍ផ្ទាល់

មនុស្សយើងគ្រប់គ្នាបានធ្វើទំនាក់ទំនងគ្នាក្នុងហេតុផលផ្សេងៗគ្នាដូចជា ដើម្បីផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយា ដើម្បី បញ្ចេញឥទ្ធិពលលើអ្នកដទៃ ជាការកំសាន្ត ទទួលបានការអប់រំ បង្កើតទំនាក់ទំនង ផ្តល់ព័ត៌មាន ដោះស្រាយបញ្ហា ដាក់បញ្ហា បង្ហាញផ្លូវ ជូនដំណឹង ដើម្បីទទួលបានព័ត៌មាន ដើម្បីបង្ហាញពីទស្សនៈ និងអារម្មណ៍តាមរយៈពាក្យសំដី និងសកម្មភាពជាដើម។

២.១.១ ប្រភេទនៃទំនាក់ទំនង

ទំនាក់ទំនងមានបីប្រភេទ គឺទំនាក់ទំនងតាមការនិយាយផ្ទាល់ ទំនាក់ទំនងតាមការមិននិយាយ ឬតាម សកម្មភាពរាងកាយ និងទំនាក់ទំនងដោយការសរសេរ។

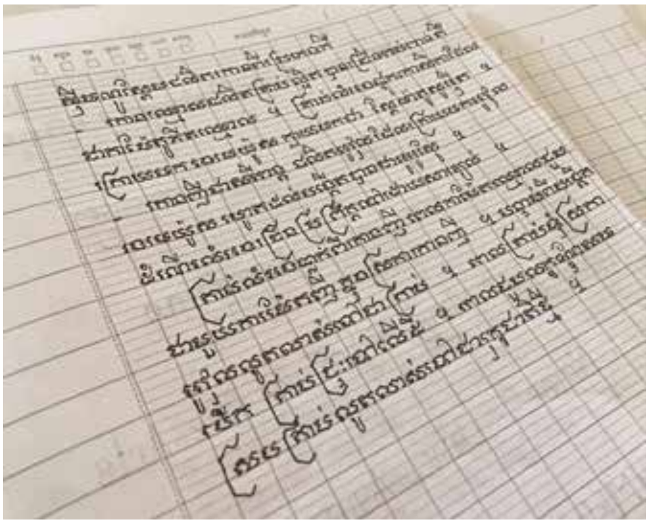
ទំនាក់ទំនងតាមការនិយាយផ្ទាល់ ត្រូវប្រើប្រាស់ភាសានិយាយក្នុងការទាក់ទងគ្នា។

រូបភាពទី២៣. ការប្រាស្រ័យទាក់ទងដោយការនិយាយ

ប្រភព៖ www.vvob.org/en/programmes/cambodia-improvement-agricultural-extension

ទំនាក់ទំនងតាមការមិននិយាយ ឬតាមសកម្មភាពរាងកាយ រួមមានភាសាកាយវិការ ការធ្វើកាយវិការ/សញ្ញា ការបញ្ចេញទឹកមុខ ចលនាភ្នែក ការបញ្ចេញអារម្មណ៍ ការសម្លឹងមើល និងផ្ទាំងរូបភាព។

ទំនាក់ទំនងដោយការសរសេរ គឺការប្រើប្រាស់អក្សរ ឬសញ្ញាដោយការសរសេរសម្រាប់ទំនាក់ទំនង។ គេប្រើប្រាស់ទំនាក់ទំនងដោយការសរសេរដើម្បីអោយដៃគូសន្ទនាអាចយល់ពីគ្នាបានកាន់តែច្បាស់ ប្រសិនបើអ្នកស្តាប់គាត់មិនអាចក្តាប់ព័ត៌មានបានទាំងស្រុង។ ម្យ៉ាងទៀត ទំនាក់ទំនងដោយការសរសេរសម្រាប់ទំនាក់ទំនងព័ត៌មានដែលមានភាពស្មុគស្មាញ ដូចជាស្ថិតិ ឬក៏ទិន្នន័យផ្សេងៗទៀតដែលមិនអាចធ្វើការទាក់ទងដោយផ្ទាល់តាមការ និយាយតែមួយមុខ។ លើសពីនេះទៅទៀត ទំនាក់ទំនងដោយការសរសេរអាចធ្វើជាឯកសារសម្រាប់ប្រើប្រាស់នៅថ្ងៃក្រោយបាន។



រូបភាពទី២៤. ការប្រាស្រ័យទាក់ទងដោយការសរសេរ

ប្រភព៖ https://cambo-fresh.com/archives/15175

២.២ កម្រិតនៃទំនាក់ទំនង

២.២.១ ទំនាក់ទំនងក្នុងខ្លួនបុគ្គល

ទំនាក់ទំនងក្នុងខ្លួនបុគ្គល គឺជាទំនាក់ទំនងក្នុងខ្លួនបុគ្គលតាមរយៈដំណើរការនៃការគិត និងអារម្មណ៍។ វា គឺជាទំនាក់ទំនងក្នុងខ្លួនអ្នកផ្ទាល់ សម្លេងនៃការគិតរបស់អ្នក សម្លេងតិចៗចេញពីមាត់អ្នក គំនិតផ្ទាល់ខ្លួន និងការដឹងពីសុវត្ថិភាព។

២.២.២ ទំនាក់ទំនងរវាងបុគ្គល និងបុគ្គល

ទំនាក់ទំនងរវាងបុគ្គល និងបុគ្គល គឺជាទំនាក់ទំនងរវាងមនុស្សពីរនាក់ឆ្លើយឆ្លងទល់មុខគ្នា ឬទំនាក់ទំនងឆ្លើយឆ្លងក្នុងក្រុមតូច។ ទំនាក់ទំនងរវាងបុគ្គល និងបុគ្គល គឺជាការផ្ញើ និងទទួលសាររវាងភាគីពីរដែលជាធម្មតា អាចមើលឃើញ និងស្តាប់លឺគ្នាទៅវិញទៅមក ហើយភាគីទាំងពីរអាចឆ្លើយតបទៅវិញបានភ្លាមៗ និងត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ ទាំងភាសានិយាយ និងភាសាកាយវិការ។

រូបភាពទី២៥. ការប្រាស្រ័យទាក់ទងរវាងបុគ្គល និងបុគ្គល
ប្រភព៖ www.vvob.org/en/programmes/cambodia-improvement-agricultural-extension

២.២.៣ ទំនាក់ទំនងជាសារណៈ:

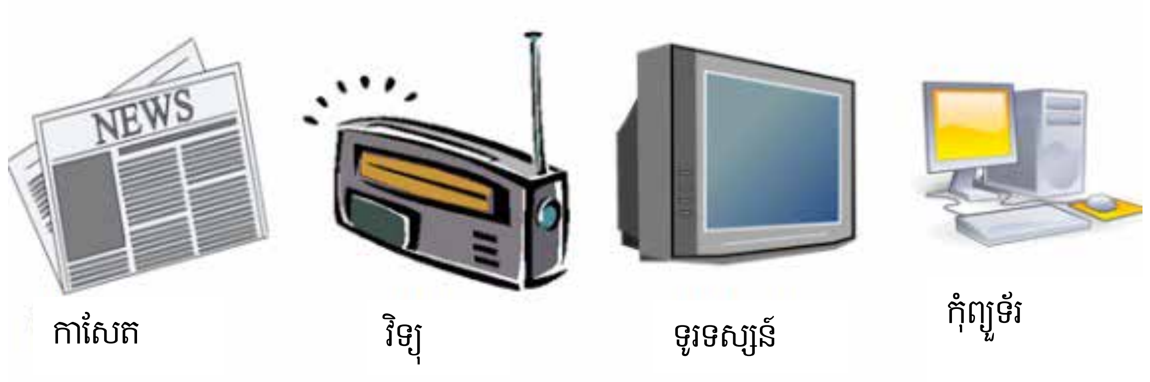
ទំនាក់ទំនងជាសារធាណៈ កើតឡើងនៅពេលដែលអង្គភាព ឬស្ថាប័នមួយមានទំនាក់ទំនងទៅកាន់អ្នកទទួលច្រើននាក់។ ទំនាក់ទំនងនេះ ត្រូវបានកំណត់សំគាល់ដោយស្ថាប័នមួយនិយាយទៅកាន់អ្នកទទួលសារច្រើននាក់ ចំនួនចាប់ពី ៥ ឬ៦នាក់ ទៅដល់ពាន់នាក់។

ឧទាហរណ៍៖ អ្នកឃោសនានយោបាយ អ្នកនិយាយតំណាងអោយស្ថាប័ន/អង្គភាព ការប្រជុំ ការបង្រៀន សេវាកម្មជំនឿសាសនា និងពិធីសាសនាជាដើម។ រូបភាពខាងក្រោមនេះ បង្ហាញពីការផ្សាយបន្តផ្ទាល់ពីព្រឹត្តការណ៍/ហេតុការណ៍អ្វីមួយទៅកាន់ទស្សនិកជន។

រូបភាពទី២៦. ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាសារធារណៈ

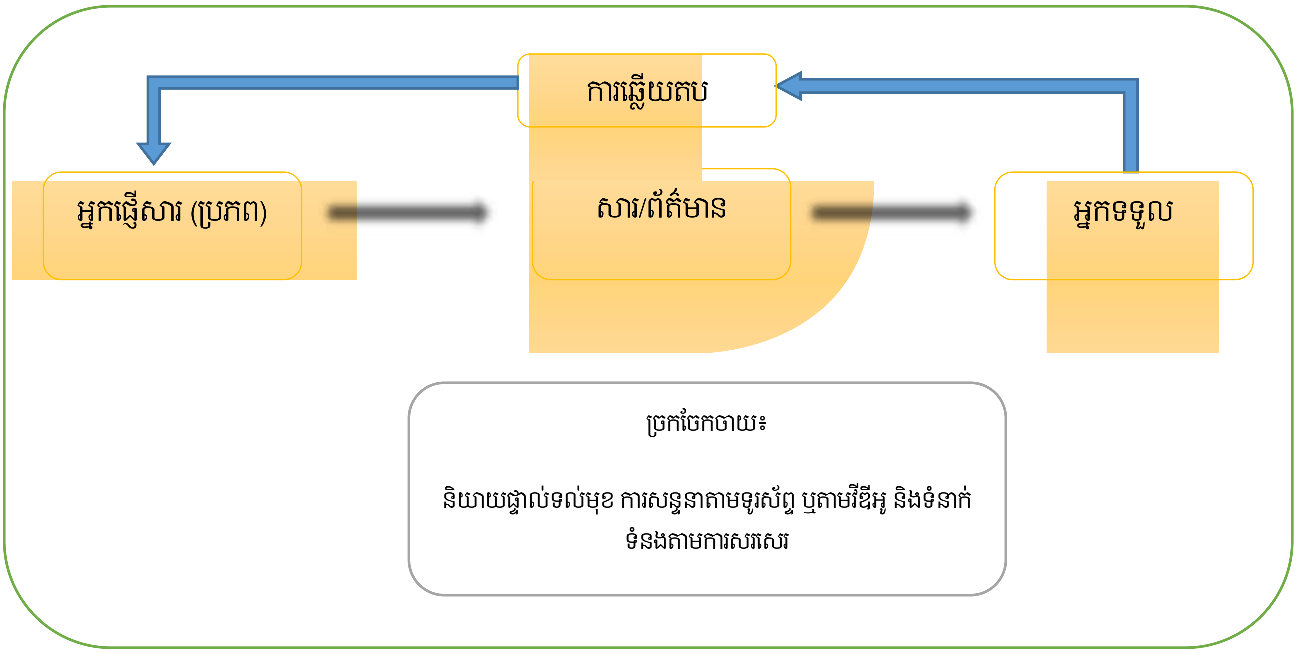
២.២.៤ ទំនាក់ទំនងខ្នាតធំ (Mass communication)

ទំនាក់ទំនងខ្នាតធំ គឺជាទំនាក់ទំនងរវាងស្ថាប័ន និងមហាជន។ ទំនាក់ទំនងនេះ គឺជាដំណើរការមួយដែលមនុស្សម្នាក់ មនុស្សមួយក្រុម ឬស្ថាប័នមួយ ផ្ញើសារឬព័ត៌មានតាមរយៈប្រកចែកចាយព័ត៌មានទៅកាន់មនុស្ស អនាមិកមួយក្រុមធំ និងក្រុមមនុស្ស ឬ ប្រភព៖ ស្ថាប័នដែលនៅលាយឡំគ្នា។ ប្រកចែកចាយព័ត៌មានរួមមាន៖ ការផ្សាយតាម ទូរទស្សន៍ ទូរស័ព្ទ វិទ្យុ បណ្តាញសង្គម កាសែត ទស្សនាវដ្តី និងប្រព័ន្ធអ៊ីនធើណែត។



២.៣ ដំណើរការនៃទំនាក់ទំនង

ជាទូទៅ ដំណើរការនៃទំនាក់ទំនងផ្សំឡើងពីសមាសធាតុជាច្រើន ប៉ុន្តែមានតែសមាសធាតុ ៥ តែប៉ុណ្ណោះ ដែលយើងងាយមើលឃើញក្នុងដំណើរការនៃទំនាក់ទំនង។ សមាសធាតុទាំង ៥ នោះមាន អ្នកផ្ញើសារ(ប្រភព) សារ(ព័ត៌មាន) ប្រកចែកចាយព័ត៌មាន អ្នកទទួលសារ និងការឆ្លើយតប។



១. អ្នកផ្ញើ (ប្រភព)៖ ប្រភពនៃសារ គឺអ្នកផ្ញើ។ អ្នកផ្ញើសារត្រូវតែដឹងថា ហេតុអ្វីការទំនាក់ទំនងមានសារៈ សំខាន់ និងលទ្ធផលបែបណាដែលអ្នកត្រូវការ។

២. សារ៖ សារ គឺជាព័ត៌មានដែលអ្នកចង់ផ្ញើការទំនាក់ទំនង វាជាដើមចមនៃទំនាក់ទំនង។

៣. ច្រកចែកចាយព័ត៌មាន៖ ច្រកចែកចាយ គឺជាវិធីសាស្ត្រនៃទំនាក់ទំនងដែលអ្នកអាចធ្វើការជ្រើសរើស បានដូចជា និយាយផ្ទាល់ទល់មុខ ការសន្ទនាតាមទូរស័ព្ទ ឬតាមវីឌីអូ និងទំនាក់ទំនងតាមការសរសេរ ដូចជា អ៊ីម៉ែល របាយការណ៍ ឬកំណត់ហេតុជាដើម។

៤. អ្នកទទួល៖ អ្នកតែងមានក្តីរំពឹងត្រលប់មកវិញពីអ្នកទទួលបន្ទាប់ពីអ្នកបានផ្ញើសារ។ អ្នកអាចបង្កើនឱកាសទទួលបានលទ្ធផលពីអ្នកទទួល តាមរយៈការដោះស្រាយកង្វល់របស់អ្នកទទួល ឬក៏បង្ហាញអោយគេឃើញ អត្ថប្រយោជន៍ជាក់លាក់មួយដែលវាជាផ្នែកមួយក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់អ្នក។

៥. ការឆ្លើយតប៖ ការឆ្លើយតបធ្វើអោយអ្នកអាចវាស់ស្ទង់ពីភាពជោគជ័យរបស់អ្នកក្នុងការទំនាក់ទំនង។ វាក៏អាចផ្តល់ឱកាសអោយអ្នកក្នុងការកែតម្រូវសម្រាប់ការទំនាក់ទំនងនៅថ្ងៃអនាគត។

រូបភាពទី២៧. ដំណើរការនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងរវាងបុគ្គល និងបុគ្គល

២.៤ ឧបសគ្គក្នុងការទំនាក់ទំនង

អ្វីក៏ដោយដែលរារាំង ឬបង្អាក់ដំណើរការទំនាក់ទំនងនៅក្នុងកម្រិតណាមួយនោះ គឺជាឧបសគ្គក្នុងការទំនាក់ទំនង។ ឧបសគ្គក្នុងការទំនាក់ទំនងអាចធ្វើការកំណត់បានថាជាទិដ្ឋភាព/ទ្រង់ទ្រាយ ឬ លក្ខខណ្ឌដែលចូលជ្រៀតជ្រែកក្នុងការផ្លាស់ប្តូរគំនិង ឬយោបល់អោយមានប្រសិទ្ធភាព។ ឧបសគ្គក្នុងការទំនាក់ទំនងកើតឡើងនៅពេលសារ ចេញពីអ្នកផ្ញើទៅ

អ្នកទទួលមិនស្ថិតក្នុងទម្រង់មួយដូចគ្នា។ ការរារាំង/បង្អាក់ និងការបំផ្លាញទម្រង់ដើមនៃសារ ត្រូវបានគេហៅថាបរាជ័យក្នុងការទំនាក់ទំនង។

រូបភាព ២៨ ឧបសគ្គនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទង

ឧបសគ្គសំខាន់ក្នុងទំនាក់ទំនងប្រចាំថ្ងៃមានដូចជា ឧបសគ្គខាងសរីរៈ ឧបសគ្គរូប ឧបសគ្គវប្បធម៌ ឧបសគ្គខាងភាសា ឧបសគ្គបុគ្គល និងឧបសគ្គខាងចិត្តវិទ្យា។

១. ឧបសគ្គខាងសរីរៈបណ្តាលមកពីអការៈមិនស្រួលខ្លួនរបស់ បុគ្គលម្នាក់ ដូចជាមានជំងឺប្រចាំកាយ ភ្នែក មើលមិនសូវឃើញ ឬខ្សោយការស្តាប់។

២. ឧបសគ្គរូបៈ ការនៅដាច់ដោយឡែក ពីគ្នា ការខណ្ឌចែកគ្នា ការបាំងមើលមិនឃើញគ្នាជាដើម។

៣. ឧបសគ្គវប្បធម៌ៈ វប្បធម៌មានឥទ្ធិពលទៅលើអាកប្បកិរិយារបស់មនុស្ស។ ប្រជាជនមកពីតំបន់ផ្សេងគ្នា មានវប្បធម៌ខុសគ្នា។ ឧទាហរណ៍ៈ ប្រជាជនខ្មែរមានវប្បធម៌លើកដៃសំពះជម្រាបសួរពេលជួបគ្នា តែបណ្តាលប្រទេសមួយចំនួនគេនិយមចាប់ដៃគ្នា អោបគ្នា ឬថើបគ្នាពេលជួបគ្នា។ វប្បធម៌ផ្សេងគ្នាអាចជារនាំងសម្រាប់មនុស្ស ធ្វើការទំនាក់ទំនងគ្នា។

៤. ឧបសគ្គខាងភាសាៈ ភាសាដែលយើងពិពណ៌នាអំពីអ្វីដែលយើងចង់និយាយ អាចចេញជាឧបសគ្គ សម្រាប់អ្នកដទៃដែលមិនធ្លាប់ដឹង ឬស៊ាំនឹងការបញ្ចេញរបស់យើង ដូចជាគ្រៀមភាសា។ សម្រាប់ប្រជាជនកម្ពុជា ប្រជាជនមកពីបណ្តាខេត្តផ្សេងៗមានប្រើគ្រៀមភាសាផ្សេងៗគ្នា។ គ្រៀមភាសាមួយចំនួន ជាភាសាសាមញ្ញសម្រាប់ ប្រជាជនក្នុងតំបន់នោះ តែវាអាចជាភាសាមិនល្អ ឬអាក្រក់ស្តាប់សម្រាប់ប្រជាជននៅតំបន់ផ្សេង ឬជួនកាលនិយាយ ស្តាប់គ្នាមិនយល់ក៏ថាបាន។

៥. ឧបសគ្គបុគ្គលៈសំដៅលើបុគ្គលខ្លួនឯងដែលអៀនច្រើន ខ្វះភាពជឿជាក់លើខ្លួនឯង ពូកែខ្លាច មិនសូវ មានទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកដទៃជាដើម។

៦. ឧបសគ្គខាងចិត្តវិទ្យាៈ សំដៅលើបុគ្គលដែលធ្លាប់មានអតីតកាលដ៏គួរអោយខ្លាច ឬមានបទពិសោធន៍ អាក្រក់ក្នុងជីវិតអាចធ្វើអោយគាត់មើលឃើញទិដ្ឋភាពខាងក្រៅសុទ្ធតែអាក្រក់ ឬអ្វីដែលគាត់គិតមិនដូចអ្នកដទៃគិត ជាដើម។ ឧទាហរណ៍ បុគ្គលម្នាក់ដែលធ្លាប់ត្រូវបានគេចាប់ជំរិតយកគាត់ទៅទុកក្នុងព្រៃស្ងាត់ម្នាក់ឯងកាលពីកុមារភាព នោះពេលធំឡើងបទពិសោធន៍ដែលគាត់ធ្លាប់ជួបតែងតែធ្វើគាត់ភ័យខ្លាច គិតអ្វីខុសប្លែកពីអ្នកដទៃជានិច្ច។

២.៤.១ វិធីសាស្រ្តកាត់បន្ថយឧបសគ្គក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទង

ការប្រាស្រ័យទាក់ទងមិនមែនជារឿងធម្មតា និងមិនមែនទទួលបានជោគជ័យគ្រប់ពេលនោះទេ។ មានពេលខ្លះការទំនាក់ទំនងជួបបញ្ហា ឬឧបសគ្គ។ បញ្ហា ឬឧបសគ្គទាំងនោះធ្វើអោយការទំនាក់ទំនងគ្មានប្រសិទ្ធភាព ដែលអាចធ្វើអោយមានការយល់ច្រឡំ និងជម្លោះក៏ថាបាន។

តើយើងគួរតែធ្វើអ្វីខ្លះ ដើម្បីអោយការទំនាក់ទំនងរបស់យើងកាន់តែទទួលបានប្រសិទ្ធភាព? ដើម្បី ជៀសវាងនូវបញ្ហា ឬឧបសគ្គយើងគួរតែះ

ច្បាស់លាស់ និងចំៗះ ប្រើប្រាស់ពាក្យ ឃ្លាសាមញ្ញងាយៗ និងចំៗ។

តាមពេលវេលាដ៏ត្រឹមត្រូវះ សារ ឬព័ត៌មានមិនគួរផ្តល់អោយអ្នកទទួលឆាប់ពេក ឬយឺតពេកនោះទេ។

ទំហំសមស្របះ មិនវែងពេក (ព័ត៌មានច្រើនពេក) និងមិនខ្លីពេក (ព័ត៌មានមិនគ្រប់គ្រាន់)។

គោលបំណងច្បាស់លាស់ះ ដើម្បីជួយសម្រួលដល់អ្នកទទួល គោលបំណងនៃសារត្រូវតែច្បាស់លាស់ និងចំៗ។

គួរសមះ ខ្លឹមសារនៅក្នុងសេចក្តីជូនដំណឹង ឬសារ ត្រូវតែបង្ហាញពីការគួរសម។

២.៥ តើត្រូវធ្វើបែបណាទើបអាចក្លាយជាអ្នកទាក់ទងដ៏ល្អម្នាក់បាន?

ដើម្បីអោយក្លាយជាអ្នកទាក់ទងដ៏ល្អម្នាក់បានអ្នកត្រូវតែះ

- បង្ហាញពីការឆ្លើយតប និងគំនិតរបស់អ្នកអោយបានច្បាស់លាស់
- អភិវឌ្ឍទំនាក់ទនង
- ផ្តល់នូវការឆ្លើយតប (ដូចជាចម្លើយ ឬសកម្មភាព)
- បើកចិត្តអោយទូលាយចំពោះការឆ្លើយតបពីអ្នកដទៃ ទទួលយកការវិនិច្ឆ័យជាមុនរបស់អ្នកដទៃ ឬអំណះអំណាងជា) (ដើម
- គោរពឥរិយាបថ និងគំនិតរបស់អ្នកដទៃ
- មានភាពអត់ធ្មត់ចំពោះប្រពៃណី និងវប្បធម៌ខុសៗគ្នា
- ផ្តល់ការយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះអ្នកដទៃ ខណៈពេលគេកំពុងនិយាយមករកយើង
- លើកទឹកចិត្តអ្នកដទៃអោយនិយាយ និងសួរសំនួរដ៏គួរសម
- បង្ហាញគំនិតរបស់អ្នក ដូច្នេះ អ្នកដទៃនឹងទទួលគំនិតរបស់អ្នក
- ប្រព្រឹត្តចំពោះអ្នកដទៃអោយស្មើៗគ្នា និងធ្វើអោយគេដឹងថា អ្នកចង់អោយគេប្រព្រឹត្តបែបណាដាក់អ្នក
- អោយតម្លៃលើការងារក្រុម និងត្រូវដឹងពីរបៀបកសាងការសហការ និងការប្តេជ្ញាចិត្ត
- ព្យាយាមស្វែងយល់ពីអ្នកដទៃ និងចេះយល់ចិត្តគេ
- មានសមត្ថភាពទាញយកការជឿទុកចិត្ត និងការគោរពពីអ្នកដទៃ
- ពិនិត្យ ឬសាកសួរឡើងវិញដើម្បីអោយប្រាកដថាអ្នកបានយល់ពីអ្វីដែលដទៃព្យាយាមទាក់ទងជាមួយអ្នក
- ធ្វើតាមការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់អ្នក
- មានសមត្ថភាពធ្វើការជាមួយអ្នកដទៃ អាចធ្វើការងារជាក្រុមបាន។

៣.៦ តើការសម្របសម្រួលជាអ្វី?

ការសម្របសម្រួល គឺជាបច្ចេកទេសដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយអ្នកបណ្តុះបណ្តាលក្នុងការជួយសិក្ខាកាម អោយទទួលបាន ចាប់យក និងអនុវត្តន៍ចំណេះដឹង និងជំនាញ។ សិក្ខាកាមត្រូវបានណែនាំអំពីមាតិកា និងសួរសំនួរ នៅពេលអ្នក

បណ្តុះបណ្តាលបង្កើតអោយមានការពិភាក្សាក្រុម បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ការបញ្ចេញបទពិសោធន៍សម្រាប់សិក្ខាកាម និងធ្វើការស្នើសុំ។ អ្នកសម្របសម្រួលមិនធ្វើកិច្ចការជំនួសក្រុមទេ ផ្ទុយទៅវិញអ្នក សម្របសម្រួលផ្តល់ការណែនាំ ឬបង្ហាញផ្លូវដល់សិក្ខាកាមអោយសម្រេចបានលទ្ធផលជាក់លាក់ពីការសិក្សា។

រូបភាព២៩ ការសម្របសម្រួលក្រុមប្រជុំ

២.៦.១ ជំនាញសម្របសម្រួល

អ្នកសម្របសម្រួលអាចមានកម្រិតចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ខុសៗគ្នា។ អ្នកសម្របសម្រួលដែលល្អបំផុតត្រូវមានជំនាញតទៅ៖

ស្តាប់៖ អ្នកសម្របសម្រួលត្រូវតែសកម្មក្នុងការស្តាប់ និងលឺគ្រប់អ្វីៗដែលសិក្ខាកាម ឬក្រុមកំពុង ពិភាក្សាគ្នា។
សួរសំនួរ៖ អ្នកសម្របសម្រួលត្រូវតែមានជំនាញក្នុងការសួរ និងជំរុញការពិភាក្សា។
ដោះស្រាយបញ្ហា៖ អ្នកសម្របសម្រួលត្រូវតែមានជំនាញក្នុងការអនុវត្តបច្ចេកទេសរកដំណោះស្រាយ បញ្ហាក្រុមដូចខាងក្រោម៖

- ✓ កំណត់បញ្ហា
- ✓ កំណត់មូលហេតុ
- ✓ បំផុសនូវដំណោះស្រាយជាច្រើន
- ✓ ចេះថ្លឹងថ្លែងគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិនៃដំណោះស្រាយនីមួយៗ
- ✓ ចេះជ្រើសរើសដំណោះស្រាយដ៏ល្អបំផុត
- ✓ អនុវត្តដំណោះស្រាយ
- ✓ វាយតម្លៃលទ្ធផល

ដោះស្រាយទំនាស់៖ អ្នកសម្របសម្រួលត្រូវដឹងថាទំនាស់នឹងកើតមានក្នុងក្រុមវាជារឿងធម្មតា។ ដូច្នេះ ត្រូវចេះគិតពីទំនាស់ដែលអាចកើតឡើងទុកជាមុន និងធ្វើវាអោយក្លាយជាប្រយោជន៍។
ប្រើប្រាស់ស្នាយចូលរួម៖ អ្នកសម្របសម្រួលត្រូវចេះលើកទឹកចិត្តសិក្ខាកាម ឬ ក្រុមអោយចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងការពិភាក្សា។ ដើម្បីអោយមានការចូលរួមបានពេញលេញ អ្នកស្របសម្រួលត្រូវបង្កើតបរិយាកាសដែល មានផាសុកភាព និងសុវត្ថិភាពដល់សិក្ខាកាម ទើបពួកគេមានឆន្ទៈក្នុងការចែករំលែកចំណេះដឹង និងអារម្មណ៍។

ទទួលយកគំនិតអ្នកដទៃ៖ អ្នកសម្របសម្រួលត្រូវធ្វើចិត្តអោយទូលាយ និងមិនបដិសេធគំនិត ឬការស្នើ សុំរបស់សិក្ខាកាម ឬក្រុម។

យល់ចិត្ត៖ អ្នកសម្របសម្រួលត្រូវតែមានសមត្ថភាពយល់ពីអារម្មណ៍របស់សិក្ខាកាម ឬក្រុម។

ដឹកនាំ៖ អ្នកសម្របសម្រួលត្រូវតែមានសមត្ថភាពបន្តសកម្មភាពបណ្តុះបណ្តាល ឬប្រជុំអោយមាន ដំណើរការទៅមុខជានិច្ច ដើម្បីសម្រេចអោយបានលទ្ធផលដែលបានរំពឹងទុក។

២.៦.២ អ្វីដែលអ្នកសម្របសម្រួលគួរ/មិនគួរធ្វើ

អ្វីដែលអ្នកសម្របសម្រួលគួរធ្វើ	អ្វីដែលអ្នកសម្របសម្រួលមិនគួរធ្វើ
✓ មានផែនការ និងប្រើប្រាស់ពេលវេលាបានល្អ	✓ បំពានលើដំណោះស្រាយក្រុម
✓ មានគោលបំណងច្បាស់លាស់	✓ បង្អាប់គំនិតអ្នកដទៃ
✓ សួរសំនួរសាមញ្ញ និងច្បាស់លាស់	✓ គិតថាគំនិតខ្លួនឯងត្រូវជានិច្ច
✓ គួរធ្វើការស្តាប់តាមការឆ្លើយតប	✓ គ្រប់គ្រងលើក្រុម
✓ ផ្តល់ការយកចិត្តទុកដាក់ដល់អ្នកគ្រប់គ្នា	✓ និយាយពាក្យ " អឺ ហា" ច្រើនដង
✓ ផ្តល់បរិយាកាសល្អក្នុងថ្នាក់ និងធ្វើការអោយស្និតស្នាញ	✓ អានតាមសៀវភៅ
✓ ធ្វើការសរសើរ លើកទឹកចិត្ត និងមានភាពបត់បែន	✓ និយាយមិនសមរម្យ ឬដំណាលរឿងមើលងាយអ្នកដទៃ
✓ ជំនាញទំនាក់ទំនងល្អ និងធ្វើជាគម្រូល្អ	✓ បង្កើតចម្លើយដោយខ្លួន ដោយមិនដឹងថាអ្នកណាខ្លះ នៅក្នុងបន្ទប់រៀននេះ
✓ ដឹងច្បាស់ពីសំនួររបស់ខ្លួន និងនិយាយច្បាស់លាស់	✓ អនុញ្ញាតសិក្ខាកាម សម្លុតសិក្ខាកាមផ្សេងទៀត
✓ ប្រើប្រាស់ធនធានដែលមានអោយមានស្រសិទ្ធភាព	✓ និយាយបើកចំហរពីក្រុមមួយ
✓ មានភាពរួសរាយ និងត្រៀមរៀបចំបានល្អ	✓ និយាយពីបទពិសោធន៍ និងជីវិតផ្ទាល់ខ្លួនច្រើនពេក
✓ មានទំនុកចិត្ត និងប្រើប្រាស់ភាសាកាយវិការបានល្អ។	✓ វាយតម្លៃអ្នកដទៃតាមរយៈរូបសម្បត្តិខាងក្រៅ។

២.៧ តើជម្លោះជាអ្វី?

ជម្លោះ គឺជាការមិនចុះសម្រុងឬ មិនព្រមព្រៀងនឹងគ្នានៃមនុស្សពីរនាក់ឬច្រើននាក់ទៅលើបញ្ហាអ្វីមួយ។ ជាធម្មជាតិនោះទេ ដែលមនុស្សមានភាពមិនចុះសម្រុងនឹងគ្នាដោយសារតែចំណង់ចំនូលចិត្ត តម្លៃ គោលបំណង និងតម្រូវការផ្សេងៗគ្នា។ ជម្លោះកើតឡើងរវាងទំនាក់ទំនងបុគ្គលផ្ទាល់ជាមួយក្រុមគ្រួសារឪពុកម្តាយ អ្នកមើលថែ មិត្ត គ្រូ ដៃគូ និងអ្នករួមការងារជាមួយ។ ជម្លោះក៏កើតមាននៅក្នុងសង្គមធំៗផងដែរ។ ជម្លោះរវាងក្រុមនិងក្រុមដែលមានចំណង់ចំណូលចិត្ត និងតម្លៃខុសៗគ្នា ជម្លោះរវាងសាសនានិងសាសនា ជាតិសាសន៍និងជាតិសាសន៍ ប្រទេសនិងប្រទេស ក្រុមហ៊ុនព្រៃឈើនិងក្រុមហ៊ុនរុករករ៉ែ ជាដើម។

២.៧.១ កម្រិតនៃជម្លោះ ឬទំនាស់

ជាទូទៅ គេបែងចែកជម្លោះ ឬទំនាស់ជាបួនកម្រិត គឺទំនាស់ក្នុងខ្លួន ឬក្នុងចិត្តបុគ្គល ទំនាស់រវាងបុគ្គល ទំនាស់ផ្ទៃក្នុងក្រុម និងទំនាស់រវាងក្រុម។

១. ទំនាស់ក្នុងខ្លួន ឬក្នុងចិត្តបុគ្គលៈ ទំនាស់កើតឡើងនៅក្នុងខ្លួនបុគ្គលម្នាក់ ពោល គឺមនុស្សគ្រប់រូប ក៏មាន ទំនាស់ក្នុងខ្លួនឯងដែរ។ ប្រភេទនៃទំនាស់នេះអាចមានទស្សនៈ គំនិត អារម្មណ៍ គុណតម្លៃដែលមានទំនាស់ គ្នាទៅវិញទៅមក ។

២. ទំនាស់រវាងបុគ្គលៈ ជាទំនាស់រវាងបុគ្គលម្នាក់ និងបុគ្គលម្នាក់ផ្សេងទៀត។ ទំនាស់រវាងបុគ្គលកើតឡើងនៅពេលដែលមនុស្សម្នាក់ជឿថាផលប្រយោជន៍របស់ខ្លួនត្រូវបាន ឬនឹងត្រូវបានជ្រៀតជ្រែកដោយផលប្រយោជន៍របស់មនុស្សម្នាក់ផ្សេងទៀត ។

៣. ទំនាស់ផ្ទៃក្នុងក្រុមៈ ជាការមិនចុះសម្រុង ឬមិនព្រងព្រៀងគ្នាក្នុងក្រុម ពោល គឺរវាងសមាជិកក្រុម សមាជិកគណៈកម្មការ គ្រួសារ ថ្នាក់រៀន ។ល។

៤. ទំនាស់រវាងក្រុមៈ ជាការមិនចុះសម្រុងនឹងគ្នារវាងក្រុមមួយ និងក្រុមមួយផ្សេងទៀត ឬស្ថាប័នមួយ និងស្ថាប័នមួយផ្សេងទៀត។

២.៧.២ យន្តការនៃការដោះស្រាយទំនាស់

តើគេដោះស្រាយទំនាស់ដោយរបៀបណា ?

- ប្រជុំពិភាក្សា (នៅមុខគណៈកម្មាធិការ)
- បង្កើតឲ្យមានតម្លាភាព
- ការសម្រុះសម្រួលដោយមនុស្ស ឬក្រុមមនុស្សអព្យាក្រឹត្យ
- ការចរចា និងផ្សះផ្សាគ្នា
- ធ្វើការបែងចែកផលប្រយោជន៍
- ធ្វីការទូទាត់សង (ការសងជម្ងឺចិត្ត)
- ការគ្រប់គ្រងរួមគ្នា
- ការផ្ទេរអំណាចពីថ្នាក់ខ្ពស់ទៅថ្នាក់ទាប
- ការកាត់សេចក្តីដោយអព្យាក្រឹត្យ ការធ្វើការសម្រេចចិត្ត
- អនុវត្តទៅតាមច្បាប់
- តាមស្ថានភាពស្របច្បាប់ជាក់ស្តែង ។

មេរៀនទី ៣
សហគ្រិនភាពកសិកម្ម

៣.១. តើសហគ្រិនភាពជាអ្វី?

សហគ្រិន គឺជាមនុស្សដែលមានជំនឿទុកចិត្តលើខ្លួនឯងហើយមានឆន្ទៈក្នុងការរៀបចំបង្កើតអាជីវកម្មថ្មីមួយដើម្បីសម្រេចគោលបំណងរបស់ពួកគេដោយមហិច្ឆតា។ ទោះបីជាមានការខាតបង់ទ្រព្យសម្បត្តិ ថវិកា និងធនធានផ្ទាល់ខ្លួនយ៉ាងណាក៏ដោយ ក៏ពួកគាត់នៅតែហ៊ានប្រឈមមុខជាមួយនឹងហានិភ័យ និងហ៊ានទទួលយកនូវអ្វីដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មដែរ។

អាជីវកម្ម គឺជាសកម្មភាពទាំងឡាយណាដែលទាក់ទងនឹងផលិតកម្ម ការចែកចាយ ឬសេវាកម្មជាដើម។ វាមានការពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការដោះដូរទំនិញ សេវាកម្ម ដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជនក្នុងគោលបំណងស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ ។

រូបភាពទី៣០. អាជីវកម្មសេវាកម្ម

រូបភាពទី៣១. អាជីវកម្មពាណិជ្ជកម្ម

រូបភាព៣២. ការធ្វើអាជីវកម្មផលិតកម្មកសិកម្ម (**ASPIRE,** 2019)

ហេតុផលនៃការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មគឺ ៖ ជាទូទៅតម្រូវការរបស់មនុស្សមានលក្ខណៈខុសៗគ្នាក្នុងការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃ មនុស្សមួយចំនួនត្រូវការភាពជាកម្មសិទ្ធ ថវិកា និងអំណាចជាដើម។ ខាងក្រោមនេះ គឺជាហេតុផលមួយចំនួនដែលពួកគេសម្រេចចិត្តក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម ៖

- ទទួលបាននូវឯករាជ្យភាព
- ទទួលបានប្រាក់ចំណូលច្រើន
- មានការត្រួតត្រាដ៏ធំធេងលើជីវិតផ្ទាល់ខ្លួនឯង
- មានតុល្យភាពរវាងការងារ និងគ្រួសារ
- អារម្មណ៍រីករាយ ការច្នៃប្រឌិត
- ការចូលរួមផ្តល់វិភាគទានដល់សហគមន៍ និងសង្គមជាតិ
- ដើម្បីទទួលបានស្ថិរភាពការងារ
- សម្រេចក្តីស្រម៉ៃរបស់ពួកគេ។

អ្វីខ្លះដែលក្នុងនាមជាសហគ្រិនភាពត្រូវដឹង?

- ធ្វើការច្រើនម៉ោងទាំងថ្ងៃទាំងយប់ និងមិនអាចទទួលបានប្រាក់ម៉ោង
- គ្មានថ្ងៃឈប់សម្រាក ឬគ្មានពេលសម្រាកច្រើន
- ប្រថុយប្រថានប្រាក់សន្សំផ្ទាល់ខ្លួនរបស់លោកអ្នក
- ខ្វល់ខ្វាយអំពីប្រាក់ម៉ោងកម្មករ ប្រាក់បំណុល
- មិនមានពេលនៅជាមួយគ្រួសារ ឬមិត្តភ័ក្រ
- ធ្វើការដែលខ្លួនមិនចង់ធ្វើដូចជា ការបោសសម្អាត និងការដើរទិញទំនិញ ។ល។

មូលហេតុដែលធ្វើអោយអាជីវកម្មមានការដួលរលំ និងខាតប្រាក់ដោយសារ ៖

- បញ្ហាការគ្រប់គ្រង ៖ ខ្វះការបែងចែកប្រាក់ដែលបានមកពីអាជីវកម្ម ប្រាក់សម្រាប់គ្រួសារ និងសម្រាប់ការងារសង្គម
- ការគេងបន្លំ និងការលួច ៖ បុគ្គលិកលួចប្រាក់ ឬលួចទំនិញ
- ខ្វះជំនាញ និងការប៉ិនប្រសព្វ៖ មិនចេះគ្រប់គ្រងថវិកា មនុស្ស គ្រឿងចក្រ ស្តុកទុក និងអតិថិជន

- បទពិសោធន៍ដែលគ្មានតុល្យភាព ៖ មានបទពិសោធន៍ខាងហិរញ្ញវត្ថុ ប៉ុន្តែខ្វះបទពិសោធន៍ខាងការទិញ ការលក់ ឬការផលិត
- បញ្ហាទីផ្សារ ៖ ការឃោសនា ផ្សព្វផ្សាយមានលក្ខណៈអន់ថយ គុណភាពទំនិញទាប
- ខ្សោយផ្នែកឥណទាន និងការត្រួតពិនិត្យសាច់ប្រាក់ ៖ អោយអតិថិជនទិញ ជំពាក់ច្រើនពេកមិនមានការសងត្រឡប់
- ចំណាយខ្ពស់ ៖ ការធ្វើដំណើរកំសាន្ត ទីកន្លែង អគ្គីសនី ឬទូរស័ព្ទ
- មានទ្រព្យសម្បត្តិច្រើនពេក៖ ការចំណាយទិញនូវឧបករណ៍ និងសម្ភារច្រើនពេកដែលនាំឱ្យ មិនមានសាច់ប្រាក់គ្រប់គ្រាន់សម្រាប់បំពេញតម្រូវការចាំបាច់ប្រចាំថ្ងៃ
- ខ្វះការត្រួតពិនិត្យស្តុកទុកអោយបានត្រឹមត្រូវ ៖ មានស្តុកនូវទំនិញដែលមិនត្រូវការច្រើនពេកមិនមានការតាមដានស្តុក
- ទីតាំងអាជីវកម្ម ៖ ទីតាំងស្ថិតនៅឆ្ងាយពីអតិថិជន ពិបាកស្វែងរក
- គ្រោះមហន្តរាយ ៖ មិនមានការត្រៀមទុកជាមុនដូចជា អគ្គីភ័យ ទឹកជំនន់ ចោរប្លន់ ។

ការរៀបចំមនុស្សក្នុងអាជីវកម្ម

ប្រសិនបើម្ចាស់អាជីវកម្មចាប់ផ្តើមពី ២នាក់ គឺបានន័យថាពួកគេជាដៃគូរអាជីវកម្ម ដូច្នេះពួកគេត្រូវធ្វើសេចក្តីលម្អិតការងារ និងបែងចែកការទទួលខុសត្រូវ អំណាច និងភារៈកិច្ច។ សម្រាប់អាជីវកម្មក្នុងភាពជាដៃគូរទទួលបានជោគជ័យ អាស្រ័យលើការប្រាស្រ័យទាក់ទង ភាពច្បាស់លាស់ ស្មោះត្រង់រវាងគ្នានឹងគ្នា។

ឧទាហរណ៍៖ សុខ និងសំ តើនរណាជាអ្នកគ្រប់គ្រង?

សុខ និងសំ មានអាជីវកម្មជាលក្ខណៈគ្រួសារ ដូច្នេះពួកគេគឺជាម្ចាស់។ សុខ គឺជាអ្នកទទួលខុសត្រូវ លើការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម ទទួលខុសត្រូវលើការទិញការលក់គ្រប់គ្រងដំណើរការផលិតកម្ម។ សំ គឺទទួលខុសត្រូវ លើការច្នៃប្រឌិតគំរូផលិតផល រៀបចំការផលិត និងក៏ជាអ្នកផលិត។ សុខ និងសំ ក៏ទទួលខុសត្រូវផងដែរ លើការកត់ត្រាបញ្ជីស្នាម។ សុខ និងសំយល់ថា ពួកគេចាំបាច់ត្រូវជួលនណាម្នាក់ជួយសម្រួលកិច្ចការទាំងអស់នេះ។

ប្រសិនបើគ្មានពេល និងជំនាញដើម្បីធ្វើកិច្ចការទាំងឡាយ ដូច្នេះបុគ្គលិកជាកត្តាមួយយ៉ាងសំខាន់ដើម្បីជួយជំរុញដំណើរការអាជីវកម្មឱ្យកាន់តែបានជោគជ័យ។ ចំពោះអាជីវកម្មតូចប្រហែលជាអាចត្រូវការបុគ្គលិកធ្វើការមិនពេញម៉ោងម្នាក់ ឬពីរនាក់ប៉ុណ្ណោះ។

៣.២. សហគ្រិនភាពក្នុងការងារកសិកម្ម

កសិករដែលពិចារណាលើកសិដ្ឋានរបស់ពួកគេជាលក្ខណៈជំនួញ ហើយរំពឹងថានឹងទទួលបានចំណូលពីកសិដ្ឋាននោះព្រមទាំងមានមហិច្ឆតាក្នុងការបង្កើតជំនួញកសិកម្ម និងមានឆន្ទៈក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហា ហានិភ័យ ដែលធ្វើឱ្យជំនួញរបស់គាត់មានការីកចម្រើន នេះគេហៅថា **សហគ្រិនកសិករ**។

មិនមែនតែកសិករខ្នាតធំនោះទេដែលជាសហគ្រិន ប៉ុន្តែកសិករខ្នាតតូចក៏ជាសហគ្រិនផងដែរ។ ពួកគេតែងតែស្វែងរកឱកាសទៅកាន់ទីផ្សារ ពីព្រោះពួកគេបានដឹងច្បាស់ថា ទីផ្សារជាប្រភពចំណូលដែលពួកគេអាចរកបាន។ ពួកគេព្យាយាមផលិតផលិតផលថ្មីៗ ពង្រឹងសមត្ថភាពដើម្បីបង្កើនផលិតកម្ម កាត់បន្ថយហានិភ័យ ស្វែងរកទីផ្សារ និងរកចំណូល។ កសិករខ្នាតតូចជាច្រើនមានលក្ខណៈជាសហគ្រិន ហើយពួកគាត់ផលិតកសិផលដោយមានហេតុផលផ្សេងៗដូចខាងក្រោម ៖

១) ធ្វើកសិកម្មសម្រាប់តែប្រើប្រាស់ក្នុងគ្រួសារ

២) ធ្វើកសិកម្មសម្រាប់តែប្រើប្រាស់ក្នុងគ្រួសារ និងសល់ខ្លះសម្រាប់លក់

៣) ធ្វើកសិកម្មសម្រាប់លក់ និងប្រើប្រាស់ខ្លះ

៤) ធ្វើកសិកម្មសម្រាប់លក់។

ហេតុផលទី១ ៖ កសិករធ្វើកសិកម្មសម្រាប់តែការហូបចុកនៅក្នុងគ្រួសារតែប៉ុណ្ណោះ បើសិនជាមានសេសសល់ខ្លះ ពួកគាត់នឹងលក់ទៅកាន់ទីផ្សារដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណូល ប៉ុន្តែជាទូទៅពុំសូវជាមានសល់ប៉ុន្មានទេព្រោះពួកគាត់ត្រូវការផ្គត់ផ្គង់ជីវភាពរស់នៅផ្ទាល់ខ្លួន និងគ្រួសារទៀត។ ពួកគាត់តែងតែមានបញ្ហា សុខភាព បញ្ហាទឹក ជម្រកស្នាក់នៅ និងចំណីអាហារ។ ដូចនេះ ពួកគាត់កម្រនឹងគិតគូរថានឹងក្លាយជាសហគ្រិនណាស់ដែលទាំងនេះធ្វើ ឱ្យគាត់បាត់បង់ឱកាសក្លាយជាសហគ្រិន។

ហេតុផលទី២ ៖ កសិករដែលមានឱកាសដែលធ្វើឱ្យគាត់អាចផលិតកសិផលក្រៅពីសម្រាប់ហូបក្នុងគ្រួសារ។ នៅក្នុងហេតុផលនេះ កសិករនៅពុំទាន់អាចក្លាយជាសហគ្រិនបាននោះទេ ព្រោះពួកគេមានការស្ទាក់ស្ទើរក្នុងការឱ្យតម្លៃផលិតផល ប៉ុន្តែពួកគេរីករាយក្នុងការលក់ផលិតផលរបស់គាត់។ ពួកគាត់ព្រមទទួលយកនូវតម្លៃ ទីផ្សារ ហើយក៏បានពង្រីកការងារកសិកម្មរបស់គាត់រួមបញ្ចូលទាំងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចមួយចំនួនផងដែរ។ ក្នុងហេតុផលនេះកសិករស្ថិតនៅក្នុងដំណាក់កាលមួយចាប់ផ្តើមឆ្ពោះទៅរកការអភិវឌ្ឍន៍ចំណូលក្នុងជំនួញកសិកម្ម។

ហេតុផលទី៣ ៖ កសិករមានការយល់ដឹង និងការឱ្យតម្លៃផលិតផលនៅទីផ្សារ ពួកគាត់អាចលក់ផលិតផល មួយនៅក្នុងតម្លៃមួយដែលអាចទៅរួច ប៉ុន្តែជាទូទៅពួកគាត់មានការខ្វះខាត កម្លាំងពលកម្ម ហិរញ្ញវត្ថុ និងព័ត៌មានទីផ្សារ។ កសិករប្រភេទនេះមិនបានប្រឈមមុខជាមួយតម្រូវការចំណីអាហារនៅក្នុងគ្រួសារនោះទេ។ ការធ្វើកសិកម្ម សម្រាប់លក់ទៅកាន់ទីផ្សារ និងប្រើប្រាស់ខ្លះ គឺវាអាស្រ័យទៅលើស្ថានភាព ហើយនិងឆន្ទៈក្នុងការប្រឈមជាមួយ ហានិភ័យ។

ហេតុផលទី៤ ៖ កសិករនៅក្នុងហេតុផលនេះ គឺគាត់បានដឹងច្បាស់អំពីតម្លៃទីផ្សារ។ ហេតុផលនេះ គឺគាត់ធ្វើកសិកម្មសម្រាប់តែលក់ទៅកាន់ទីផ្សារដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូល។ ពួកគាត់ចាប់អារម្មណ៍ទៅលើចំណូលច្រើនជាងការផលិត ដើម្បីបរិភោគ។ ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យកសិករត្រូវតែយល់ដឹងពីការគ្រប់គ្រងកសិដ្ឋាន និងជំនាញនៅក្នុងភាពជាសហគ្រិន។

រូបភាពទី៣៣. សហគ្រិនភាពក្នុងផលិតកម្មដំណាំក្រូច និងចិញ្ចឹមជ្រូក

ដៃគូសំខាន់ៗដែលធ្វើការជាមួយសហគ្រិនកសិករ៖

ការក្លាយជាសហគ្រិនកសិករមិនមែនជាភាពងាយស្រួលនោះទេព្រោះកសិករជួបបញ្ហា និងការងារលំបាកជាច្រើនពួកគាត់មមាញឹកទទួលរងសម្ពាធពីការងារ ពុំសូវមានពេលទំនេរហើយមានលក្ខណៈស្មុគស្មាញច្រើន ប៉ុន្តែពួកគាត់ពេញចិត្តការងារដែលមានសេរីភាព និងឯករាជ្យ។ ទោះបីជាពួកគាត់មានឯករាជ្យ ឬក៏សេរីភាពក៏ដោយ ក៏ពួកគេមិនបានធ្វើការតែម្នាក់ឯងនោះទេ គេមានដៃគូរជាច្រើនបានធ្វើការជាមួយពួកគេយ៉ាងជិតស្និត ដូចជា អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ឈ្មួញ អ្នកដឹកជញ្ជូន អ្នកផលិត និងកសិករដទៃទៀតដែលដើរតួ យ៉ាងសំខាន់នៅក្នុងខ្សែរចង្វាក់ផលិតកម្ម។

រូបភាពទី៣៤. ដៃគូររបស់សហគ្រិនកសិករ

៣.៣ ការវាយតម្លៃ ជំនាញសម្រាប់សហគ្រិនកសិកម្ម

កសិករដែលជាគ្រិនត្រូវមានចំណេះដឹង និងសមត្ថភាពជាសហគ្រិនមួយចំនួនដូចជា៖

- គំនិតផ្តួចផ្តើម គំនិតច្នៃប្រឌិត រហ័សរហួន
  - មហិច្ឆតា លទ្ធភាពផ្ទាល់ខ្លួន មានបណ្តាញ
  - ដំណោះស្រាយបញ្ហា គ្រប់គ្រងហានិភ័យ
  - ការទទួលយក និងងាយរៀនសូត្រ
  - សមត្ថភាពបច្ចេកទេស គ្រប់គ្រង ។ល។

ការកសាងសមត្ថភាព

ការរៀនសូត្រតាមរយៈការអនុវត្តផ្ទាល់គឺជាវិធីមួយដ៏មានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការអនុវត្តសហគ្រិនភាព។ កសិដ្ឋានលក្ខណៈពាណិជ្ជកម្មរបស់កសិករបានផ្តល់ឱ្យកសិកររៀនសូត្រ ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍សហគ្រាសរបស់ពួកគេតាមរយៈការ ផ្តល់ចំណេះដឹង ជំនាញ និងអាកប្បកិរិយា។ មានកម្មវិធី៣យ៉ាង សំខាន់ៗក្នុងការកសាងសមត្ថភាពជាលក្ខណៈសហគ្រិនភាព៖

១) ការអប់រំផ្លូវការ

២) កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលផ្លូវការ

៣) ការកសាងសមត្ថភាពក្រៅផ្លូវការ

- សិក្ខាសាលាផ្សព្វផ្សាយ រៀនសូត្រ
- ការរួមបញ្ចូលគ្នា រវាងការផ្សព្វផ្សាយ និងការបណ្តុះបណ្តាល
- ក្លឹបសិក្សាអំពីអាជីវកម្ម និងការរៀនសូត្រជាក្រុម
- ករណីសិក្សាដែលជោគជ័យ
- សាលារៀនស្រែកសិករ
- ការផ្តល់ដំបូលន្មាន
- រៀនពីបណ្តាញ អេឡិចត្រូនិច ។ល។

រូបភាពទី៣៥. ការចងក្រងបណ្តុំអាជីវកម្ម និងការកសាងសម្ថភាព

៣.៤.ការកំណត់ទីផ្សារ

ទីផ្សារអាចត្រូវបាននិយាយថាជាដំណើរការនៃយុទ្ធសាស្ត្រដែលត្រូវបានបង្កើតឡើង ដើម្បីឱ្យទទួលបាននូវព័ត៌មានក្នុងការលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មឱ្យបានច្រើនបំផុត។ ដូច្នេះ ការរកទីផ្សារ គឺជាការធ្វើឱ្យអតិថិជនក្លាយជាម៉ូយសម្រាប់អាជីវកម្មនោះ។

អ្នកអាចធ្វើការប្រមូលព័ត៌មានពីអតិថិជនរបស់អ្នកទៅតាមវិធីមួយចំនួនគឺ ៖

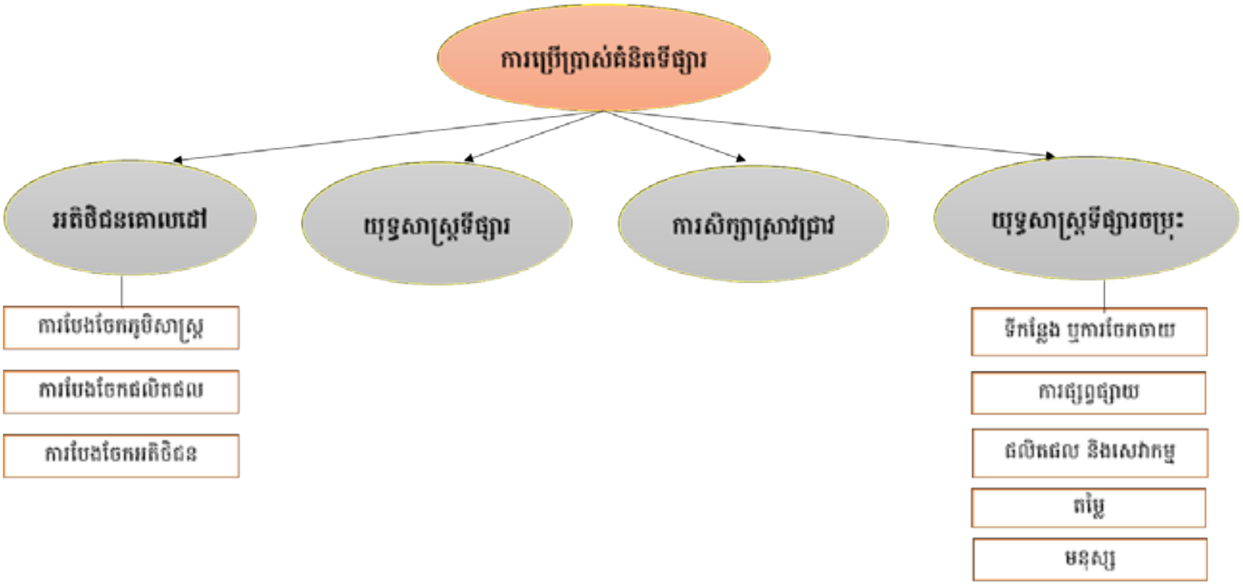
- ការងារប៉ាន់ស្មានជាមុនយោងតាមបទពិសោធន៍
- ប្រើប្រាស់ព័ត៌មានដែលមានស្រាប់តាមរយៈអាជីវកម្មស្រដៀងគ្នា
- ធ្វើការសម្ភាសន៍
- តាមការបញ្ជាទិញ ឬសាកល្បងលក់

ផ្សារ ៖ ផ្សារគឺជាកន្លែងមួយដែលគេកំណត់ហើយធ្វើការផ្លាស់ប្តូរនៃតម្រូវការគ្នាទៅវិញទៅមករវាងអ្នកលក់ និងអ្នកទិញ។

ទីផ្សារ ៖ ទីផ្សារគឺជាវិធីសាស្ត្រ ឬយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីលក់ ផលិតផល ឬសេវាកម្មឱ្យបានច្រើនបំផុត។ ការរកទីផ្សារត្រូវបានគេកំណត់ថាវាជាអ្វីមួយដែលលោកអ្នកត្រូវការធ្វើដើម្បីឱ្យឈានទៅដល់ម៉ូយ)អតិថិជន (ហើយនឹងធ្វើឱ្យបានប្រាក់ចំណេញច្រើន។

ការប្រើប្រាស់គំនិតទីផ្សារ

អាជីវកម្មអាចទទួលបានភាពជោគជ័យត្រូវផ្អែកលើសមត្ថភាពក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណការបំពេញចិត្តរបស់អតិថិជន។ កម្មវិធីទីផ្សារត្រូវបានស្ថាបនាឡើងជុំវិញ "គំនិតទីផ្សា" ការប្រើប្រាស់គំនិតទីផ្សាររួមមាន ៖



ការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម

នៅក្នុងការសហប្រតិបត្តិការការងារអ្វីមួយអោយបានប្រសើរ និងអាចសម្រេចតាមគោលបំណងដែលយើងគ្រោងទុកនោះយើងត្រូវតែមានផែនការជាក់លាក់។ ផែនការជាឧបករណ៍យ៉ាងសំខាន់ក្នុងការធ្វើជំនួញ ព្រោះវាបានបញ្ជាក់ និងបង្ហាញយើងថាត្រូវចាប់ផ្តើមនៅពេលណា? ធ្វើអ្វីខ្លះ? នរណាជាអ្នកទទួលខុសត្រូវ? អ្នកណាជាក្រុមគោលដៅធ្វើនៅឯណា? ធ្វើយ៉ាងដូចម្តេច?

ផែនការជំនួញ ឬមុខរបរគឺជាមធ្យោបាយ ឬជាការគិតគ្រោងទុកមុនយ៉ាងច្បាស់លាស់សម្រាប់ការប្រកបមុខរបរ (ផលិតកម្ម សេវាកម្ម/បំរើឬលក់ដូរ...) ដែលអាចឱ្យអ្នកប្រកបមុខរបរទទួលបានជោគជ័យ។

ក្នុងការធ្វើផែនការអាជីវកម្ម ត្រូវឆ្លងកាត់ជំហានមួយចំនួនដូចជា៖

- ការស្រាវជ្រាវ ឬអង្កេតទីផ្សារអ) តិថិជនដៃគូប្រកួតប្រជែង)
- អង្គការអាជីវកម្ម (មនុស្ស ទ្រព្យសម្បត្តិ....។ល។)
- ហិរញ្ញវត្ថុ (លំហូរសាច់ប្រាក់ ប្រាក់ចំណេញ) ។

ការរៀបចំផែនការ ជាទូទៅគេតែងធ្វើផែនការជំនួញនេះដោយគិតទៅលើរយៈពេលមួយមានកំណត់។ ឧទាហរណ៍ ៖ ធ្វើផែនការសម្រាប់រយៈពេល ៣ខែ ៦ខែ ១ឆ្នាំ ឬ៣ឆ្នាំ.....។ ខាងក្រោមនេះ ជាទម្រង់គំរូនៃ ផែនការជំនួញសម្រាប់លោកអ្នកផងដែរ។

តារាងគម្រូនៃផែនការៈ

ឈ្មោះបុគ្គល : ....

សំណើអាជីវកម្ម : ....

ទីតាំងអាជីវកម្ម : . ...

១. ទីផ្សារ

ខ្ញុំនឹងលក់ទៅអោយ : ....

អ្នកប្រកួតប្រជែង : ....

ខ្ញុំនឹងផ្សព្វផ្សាយតាម : ....

២. ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម

ផែនការផលិតកម្មសម្រាប់ បីខែ(កាលវិភាគ និងបរិមាណយោងទៅតាមរដូវកាល

មុខទំនិញ	ខែ ៨	ខែ៩	ខែ ១០	សរុប (ខែ ៨+៩+១០)

ល.រ	ឧបករណ៍	ចំនួន	តម្លៃ	សរុប (ចំនួន × តម្លៃ)	អាយុរបស់ឧបករណ៍គិតជាខែ	តម្លៃរំលោះឧបករណ៍គិតជាខែ (សរុប÷អាយុរបស់ឧបករណ៍)
សរុបចំណាយចាប់ផ្តើម (១)						
សរុបចំណាយចាប់ផ្តើមសម្រាប់ ៣ ខែ (សរុបចំណាយចាប់ផ្តើម× ៣)						

៣. ការចំណាយលើអាជីវកម្ម

១. ចំណាយចាប់ផ្តើម

២. ចំណាយប្រតិបត្តិការ

មុខចំណាយលើវត្ថុធាតុដើម

ល.រ	វត្ថុធាតុដើម	សំណាយសរុបសម្រាប់ ៣ ខែ		
		ចំនួន	តម្លៃ	សរុប (ចំនួន × តម្លៃ)

សរុបចំណាយប្រតិបត្តិការ(២)				

៣. ចំណាយរដ្ឋបាល ឬចំណាយផ្សេងៗ

ល.រ	បរិយាយ	ខែ ៤	ខែ ៥	ខែ ៦	ចំនួនសរុប (ខែ៤+ខែ៤+ខែ ៤)	តម្លៃ	សរុប (ចំនួនសរុប × តម្លៃ)
សរុបចំណាយរដ្ឋបាល ឬចំណាយផ្សេងៗ(៣)							

៤. ប្រាក់ចំណាយ ប្រាក់ចំណូល និងចំណេញដែលបានមកពីការលក់កសិផល

ក. ថ្លៃដើម

លេខរៀង	បរិយាយ	រយៈពេល ៣ ខែ
១	សរុបចំណាយចាប់ផ្តើម (១)	
២	សរុបចំណាយប្រតិបត្តិការ (២)	
៣	សរុបចំណាយរដ្ឋបាល (៣)	
សរុបចំណាយលើអាជីវកម្មទាំងអស់សម្រាប់ រយៈពេល ៣ខែ(១+២+៣)		

ខ. ប្រាក់ចំណូលដែលបានពីការលក់

ល.រ	ផលិតផល	ចំណូលសរុបសម្រាប់ ៣ ខែ		
		ចំនួន	តម្លៃ	សរុប (ចំនួន × តម្លៃ)
សរុបចំណូលពីការលក់សម្រាប់ ៣ ខែ				

គ. ការវិភាគពីចំណេញ ឬខាត(ចំណូលសរុប - ចំណាយសរុប)

បរិយាយ	ការវិភាគពីចំណេញ ឬខាតរយៈពេល ៣ខែ
ចំណូលសរុប	
ចំណាយសរុប	
ចំណេញ ឬខាត (ចំណូលសរុប-ចំណាយសរុប)	

ឃ. ឱកាស និង ឧបសគ្គរបស់អាជីវកម្ម

ឱកាសអាជីវកម្ម និងផលប្រយោជន៍ (កត្តាវិជ្ជមាន)

....

....

....

ភាពប្រថុយប្រថានរបស់អាជីវកម្ម និងការប្រឈមមុខ (កត្តាអវិជ្ជមាន)

....

....

....

៣.៥ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងហានិភ័យ

ក្នុងនាមជាសហគ្រិនភាពត្រូវរៀបចំជាសង្ខេបនូវស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួនជាមុននូវចំនួនទឹកប្រាក់សម្រាប់អាជីកម្មថ្មី និងទឹកប្រាក់សម្រាប់ការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃធៀបនឹងចំនួនទឹកប្រាក់ដែលមាន។

តារាងគម្រូនៃការប៉ាន់ប្រមាណស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ

ប្រាក់ចូល	ខែទី១	ខែទី២	ខែទី៣
សរុបប្រាក់ចូល			
សរុបប្រាក់ចូលរយៈពេល ៣ខែ			
ប្រាក់ចេញ	ខែទី១	ខែទី២	ខែទី៣

សរុបប្រាក់ចេញ			
សរុបប្រាក់ចេញរយៈពេល ៣ខែ			

ដើម្បីទទួលបានចំណេញពីអាជីវកម្ម ម្ចាស់អាជីវករ ត្រូវដឹងពីតម្លៃថ្លៃដើមនៃអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មមួយអ្នកត្រូវធ្វើការចំណាយពេលជាច្រើនឆ្នាំ មុនពេលអ្នកអាចលក់បានចំណេញគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការយកមកទូទាត់ថ្លៃដើមនៃការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មទាំងស្រុងរបស់អ្នកវិញ។ ដូច្នេះ មុនពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មអ្នកត្រូវប៉ាន់ប្រមាណដើមទុនប៉ុន្មានដែលអ្នកត្រូវការចំណាយលើអាជីកម្ម។ ម្ចាស់អាជីវករត្រូវការចំណាយលើៈ

❖ ដើមទុន ៖

ចំណាយប្រតិបត្តិការ ៖ គឺជាចំណាយដែលអ្នកនឹងធ្វើបន្តដើម្បីអោយអាជីវកម្មមានដំណើរការ ដូចជា ចំណាយទៅលើការជួលទីតាំង ទិញវត្ថុធាតុដើម ឬកំលាំងពលកម្ម ។ល។

ចំណាយចាប់ផ្តើម ៖ គឺជាចំណាយដំបូងដែលអ្នកយកទៅបង្កើតអោយចេញជារូបរាងអាជីកម្ម ដូចជា ចំណាយទិញដី ឬទីតាំង និងការទិញឧបករណ៍។

រូបភាពទី៣៦. ដើមទុនមួយចំនួនក្នុងអាជីវកម្មកសិកម្ម

ការកំណត់តម្លៃលក់: តាមការវិនិច្ឆ័យជាចម្បងការកំណត់ថ្លៃលក់មានបីយ៉ាងគឺ:

១. ការកំណត់ថ្លៃលក់ដោយយកថ្លៃដើមជាគោលៈ ថ្លៃដើមផលិតផលជាក់ស្តែងណាមួយ + ថ្លៃភាគរយបន្ថែម (ថ្លៃភាគរយបន្ថែមគឺជាថ្លៃដែលយើងដំឡើង ឬចំនួនប្រាក់ចំណេញ)

២. ការកំណត់ថ្លៃដោយយកគូប្រកួតប្រជែងជាគោលៈ តើការប្រកួតប្រជែងលក់ថ្លៃប៉ុន្មាន?

៣. ការកំណត់ថ្លៃលក់ដោយយកទីផ្សារជាគោលៈ តើអតិថិជនមានលទ្ធភាពទិញដែរឬទេ?

ដើម្បីគណនារកថ្លៃរំលោះនៃឧបករណ៍ = ថ្លៃនៃឧបករណ៍ ÷ អាយុនៃឧបករណ៍

❖

ថ្លៃដើម = ថ្លៃវត្ថុធាតុដើមសរុប + កំលាំងពលកម្ម + ថ្លៃធ្វើដំណើរ + ថ្លៃរំលោះនៃឧបករណ៍

ប្រាក់ចំណេញ = ប្រាក់ចំណូលពីអាជីវកម្មសរុប - ប្រាក់ចំណាយពីអាជីវកម្មសរុប (ថ្លៃដើម)

ហានិភ័យ គឺជាផលប៉ះពាល់ជាអវិជ្ជមានទៅដល់ការសម្រេចចិត្តរបស់កសិករ វាបានប៉ះពាល់ដល់ដំណើរការអនុវត្តការងារកសិកម្មដែលកសិករមិនអាចព្យាករណ៍ដឹងទុកជាមុនច្បាស់លាស់នោះទេ។ មានកត្តាជាច្រើនដែលប៉ះពាល់ដល់កសិករមានដូចជា ការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ តម្លៃផលិតផលមិនទៀងទាត់នៅពេលប្រមូលផលកម្លាំងពលកម្ម សម្ភារគ្រឿងយន្តកសិកម្ម សត្វស្លាប់ភ្លាមៗ និងការផ្លាស់ប្តូរស្ថានភាពនយោបាយ។

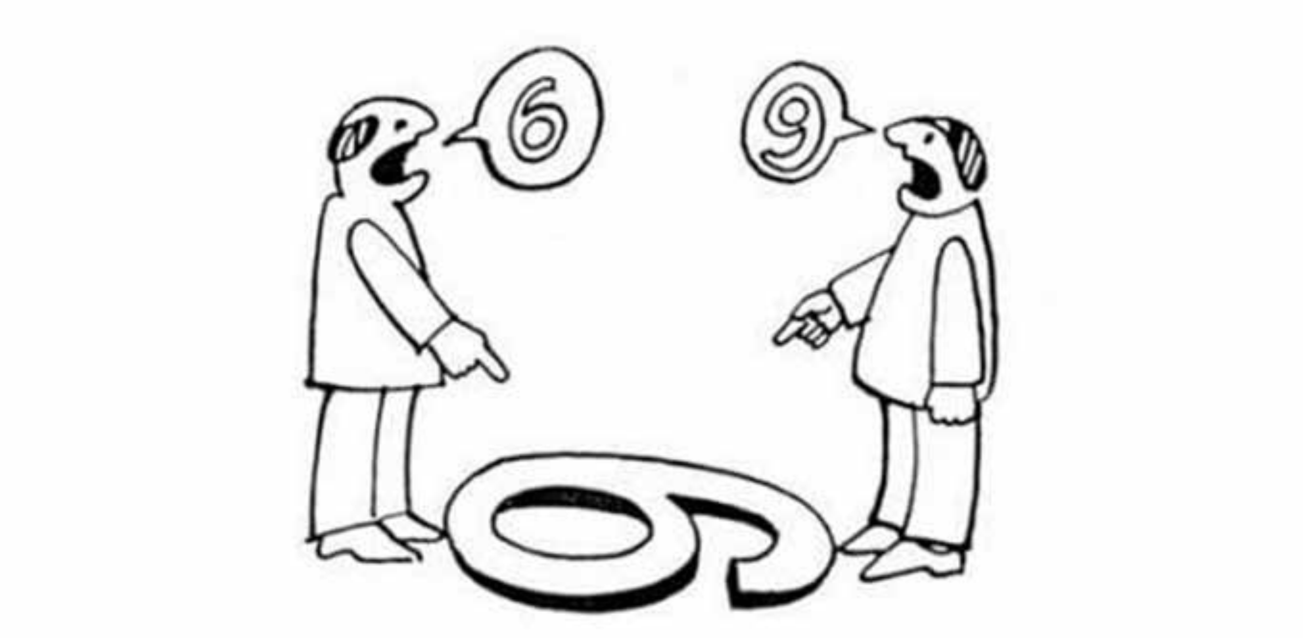
ជារឿយៗប្រភពហានិភ័យក្នុងការងារកសិកម្មត្រូវបានគេកំណត់មានចំនួន ៥ គឺ៖

- ផលិតកម្ម និងហានិភ័យបច្ចេកទេស
- ហានិភ័យទីផ្សារ
- ហានិភ័យហិរញ្ញវត្ថុ
- ហានិភ័យស្ថាប័ន
- ធនធានមនុស្ស និងជំនាញ

មេរៀនទី ៤
ការយល់ឃើញរបស់មនុស្ស

ទោះបីជាមនុស្សពីរនាក់ដែលមានញាណទាំងប្រាំរបស់គេមានដំណើរការល្អជាប្រក្រតីយ៉ាងណាក៏ដោយ ជាញឹកញាប់ គេតែងតែយល់ឃើញពីរបស់(វត្ថុ) ឬស្ថានភាពតែមួយខុសគ្នាបានដែរ។ ឥឡូវនេះចូរយើងពិនិត្យមើលរូបភាពខាងក្រោមហើយព្យាយាមធ្វើការពិចារណា និងពិភាក្សាមួយម្តងៗ ។

(រូប ក) លេខប្រាំមួយ ឬលេខប្រាំបួន

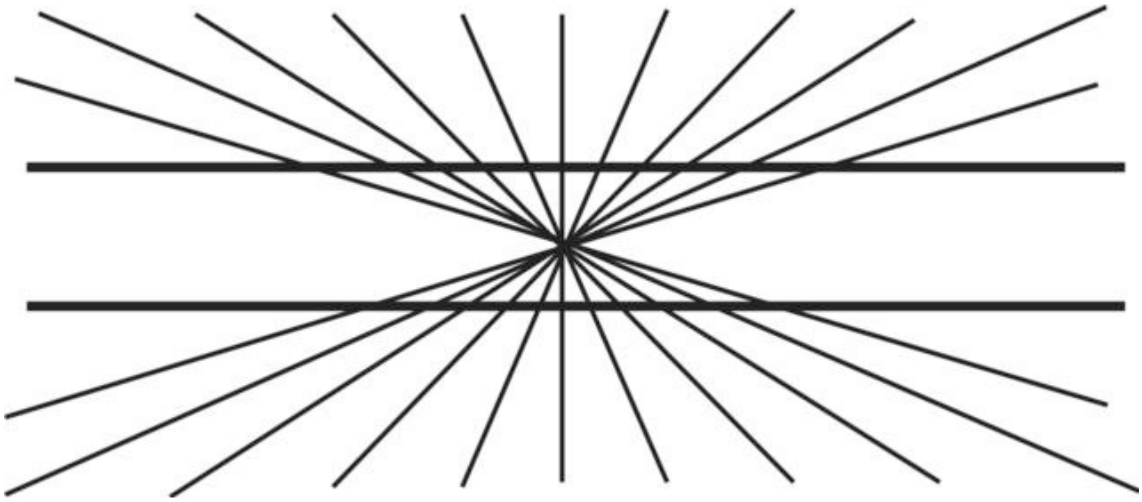


រូបភាពទី៣៧. ការយល់ឃើញខុសគ្នាទៅលើលេខ

នៅក្នុងរូប (ក) បើសិនជាអ្នកឈរនៅខាងស្តាំនោះអ្នកនឹងមើលឃើញថាវា គឺជាលេខប្រាំបួន។ តែបើអ្នកមើលពីខាងឆ្វេងវិញនោះអ្នកនឹងមើលឃើញថាវាជាលេខប្រាំមួយវិញ។

(រូប ខ) ខ្សែបន្ទាត់ត្រង់ ឬ កោង

ចំណែករូប (ខ) វិញក៏មិនខុសពីរូបភាព ក ដែរ។ ប្រសិនបើអ្នកមើលមួយភ្លែតគឺហាក់ដូចជាបន្ទាត់កាត់ទាំងពីរមានរាងកោងនៅត្រង់ចំនុចខ្មៅនៅកណ្តាលការ៉េ តែតាមពិតនោះបើគេពិនិត្យឱ្យជិតដល់ទៅ ទាំងពីរនេះជាបន្ទាត់ត្រង់សោះ។ នេះក៏ដោយសារតែរូបភាពនៅពីក្រោយដែលធ្វើឱ្យភ្នែកយើងមើលច្រឡំបែបនេះ។



រូបភាពទី៣៨. ការយល់ឃើញខុសគ្នាទៅលើខ្សែបន្ទាត់

(រូប គ) ជាមនុស្សចាស់ ឬជាមនុស្រីក្មេង

រូបភាពទី៣៩. ការយល់ឃើញខុសគ្នាទៅរូបមនុស្ស

នៅក្នុងរូប (គ) តើអ្នកមើលឃើញរូបមនុស្សស្រីចាស់ ឬក៏ក្មេង? បើក្រឡេកមើលមួយភ្លែតគេប្រាកដជាមើល ឃើញមនុស្សស្រីចំណាស់មានចង្កាវែង ហើយមានកន្សែងពណ៌សរុំពីលើក្បាល ព្រមទាំងមានពាក់អាវធំធ្វើពីសំឡីពណ៌ខ្មៅពីលើក្បាលរបស់គាត់។ ប៉ុន្តែបើគេពិនិត្យពិច័យឱ្យបានដិតដល់ទៅទៀតគេនឹងមើលឃើញរូបមនុស្សស្រីដ៏ក្មេងវ័យម្នាក់ដែលងាកមុខចេញមានកន្សែងពណ៌ ស គ្របមុខនាង រង្វះមាត់របស់មនុស្សស្រីចាស់ក្លាយជាខ្សែ ក របស់នាង ឯចង្កាស្រីចាស់ គឺជា

ដើមទ្រូងរបស់នាង។ ភ្នែកឆ្វេងរបស់ស្រីចាស់ គឺជាទងស្លឹកត្រចៀករបស់ស្រីក្មេងភ្នែកខាងស្ដាំរបស់ស្រីចាស់គឺជាភ្នែកខាងឆ្វេងរបស់ស្រីក្មេង ហើយចុងច្រមុះរបស់ស្ត្រីចាស់ ជាចង្ការរបស់ស្រីក្មេង។

តាមរយៈរូបភាពទាំងបីខាងលើនេះយើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ផ្ទៃខាងក្រោយនៃរូបភាព និងបទពិសោធន៍របស់អ្នកមើលមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងទៅលើការមើលឃើញ និងការយល់ឃើញរបស់គេនោះ។

មានកត្តាជាច្រើនដូចជា សាវតា វប្បធម៌ បំណង ទម្លាប់ អាកប្បកិរិយា និងបុគ្គលិកលក្ខណៈរបស់បុគ្គល ដែលធ្វើឱ្យយើងម្នាក់ៗយល់ឃើញពីស្ថានភាពមួយខុសៗគ្នា កត្តាទាំងនេះ គឺមួយផ្នែកធំបង្កើតបានជាបទពិសោធន៍ជាក់លាក់ដែលមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងទៅលើដំណើរការនៃការយល់ និងការរៀបចំកត្តាភ្ញោចផ្សេងៗដែលញាណទទួលបាន ហើយនិងការបកស្រាយន័យនៃកត្តាភ្ញោចទាំងនោះរបស់យើងម្នាក់ៗ។ បទពិសោធន៍នេះមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងទៅលើការយល់ឃើញ និងការបកស្រាយហេតុផលរបស់យើងម្នាក់ៗ ។

នៅក្នុងស្ថានភាពកសិកម្មតាមមូលដ្ឋានគេតែងតែជួបប្រទះករណី ដែលអ្នកបច្ចេកទេសមកពីក្រៅសហគមន៍យល់ឃើញពីផលលំបាករបស់កសិករ និងពីអ្វីដែលត្រូវធ្វើដើម្បីកែប្រែស្ថានភាពនោះខុសពីការយល់ឃើញរបស់កសិករនៅក្នុងសហគមន៍នោះផ្ទាល់។ ជួនកាលអ្នកបច្ចេកទេសលំអៀងទៅរកជំនាញរបស់ខ្លួន ហើយពេលទៅដោះស្រាយបញ្ហារបស់កសិករដែលពោរពេញទៅដោយពហុភាព នោះគេតែងតែអះអាងថា បញ្ហាដែលមានជាប់ទាក់ទងនឹងជំនាញរបស់ខ្លួនជាបញ្ហាដែលសំខាន់មានអទិភាពជាងគេដូចនេះហើយគេគួរតែឱ្យអទិភាព និងដោះស្រាយវាមុនគេ។

មេរៀនទី ៥
លក្ខណៈរបស់កសិករ និងចំណេះដឹងថ្មីៗ

៥.១ លក្ខណៈរបស់កសិករ

ជាទូទៅកសិករទាំងអស់មិនទទួលយកចំណេះដឹងថ្មីៗនៅក្នុងពេលដំណាលគ្នានោះទេ។ យើងអាចបែងចែកកសិករជាប្រភេទធំៗ ដោយយោងទៅតាមអាកប្បកិរិយារបស់គេចំពោះការផ្លាស់ប្តូរហើយនឹងល្បឿនដែលគេទទួលយកចំណេះដឹងនោះ។

ប្រភេទកសិករទាំង៥ និងលក្ខណៈ របស់ប្រភេទនីមួយៗមានដូចខាងក្រោម ៖

១) អ្នកផ្តើមគំនិត

- អ្នកដែលបង្កើតអ្វីមួយដែលថ្មី
- ធ្វើការស្រាវជ្រាវដោយខ្លួនឯង
- ចូលចិត្តប្រថុយ
- មានទំនាក់ទំនងជាមួយសហគមន៍ខាងក្រៅ
- ជួនជោគជ័យជួនបរាជ័យ
- ដើរតួ យ៉ាងសំខាន់ក្នុងការសាយភាយ

២) អ្នកឆាប់ទទួលយក

- គេគោរពក្នុងសហគមន៍
- អ្នកមានគំនិតដឹកនាំ
- ទទួលបានជោគជ័យជានិច្ច
- អ្នកដឹកនាំមិនផ្លូវការ

៣.) អ្នកធ្វើតាមគេដោយប្រុងប្រយ័ត្ន

- មានឆន្ទៈអំពើល្អជាមួយកសិករដ៏ទៃទៀត
- កម្រនឹងប្រកាន់យកតួនាទីជាអ្នកដឹកនាំ
- ធ្វើតាមគេដោយប្រុងប្រយ័ត្ន
- មិនប្រញាប់ប្រញាល់

៤) អ្នកមិនងាយធ្វើតាមគេ

- អ្នកដែលមិនជឿគេសោះ
- មិនប្រាកដក្នុងខ្លួន
- ធ្វើការផ្លាស់ប្តូរយឺត
- មានការគៀបសង្កត់ពីកសិករដទៃ
- ធ្វើតាមគេដោយប្រុងប្រយ័ត្ន

៥) អ្នកដែលមានគំនិតអន់ថយ

- ទទួលយកក្រោយគេបង្អស់
- មិនប្រថុយប្រថានសោះ
- ស្ទាក់ស្ទើរក្នុងការផ្លាស់ប្តូរខ្លាំង
- ធ្វើតាមរបៀបបូរាណ
- មើលតែពីអតីតកាល
- មិនខិតខំស្វែងរកព័ត៌មានទេ
- មិនចេះអក្សរ ហើយក្រីក្រ

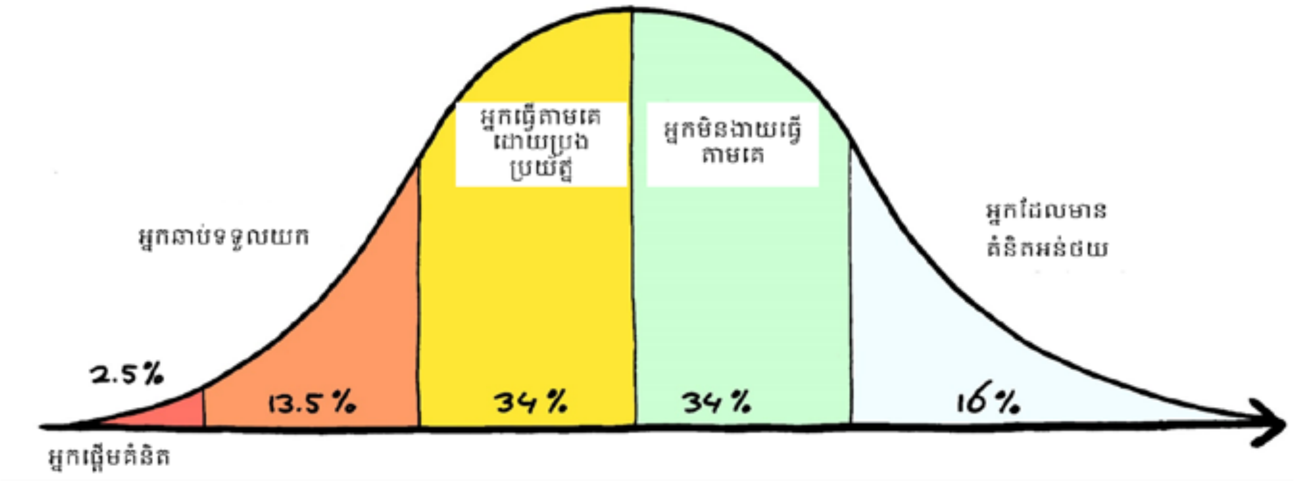
៥.២. ចំណេះដឹងថ្មីៗ

ចំណេះដឹងថ្មីៗគឺជាការអនុវត្តន៍វិធីសាស្ត្រ ឧបករណ៍ ពូជ ឬជាផ្នែកឧបករណ៍ដែលគេចាត់ទុកថា " ថ្មី" ដោយបុគ្គល ឬមនុស្សក្រុមណាមួយនោះ។ បច្ចេកវិទ្យាថ្មីភាគច្រើនផ្សំឡើងដោយធាតុពីរ ៖

ក. ផ្នែករឹង ៖ ជាឧបករណ៍ថ្មីៗ ម៉ាស៊ីន ពូជដំណាំ ឬពូជសត្វ ...។ល។

ខ. ផ្នែកទន់ ៖ ជាព័ត៌មានស្តីពីរបៀប ចំណេះដឹង ទេព្យកោសល្យ ឬវិធីសាស្ត្រប្រើប្រាស់ផ្នែករឹង។ល។

រូបភាពទី៤០. ចំណេះដឹងថ្មីៗ



ក្រាហ្វិកការសាយភាយ និងការទទួលយក

នៅពេលដែលកសិករពិចារណាទៅលើបច្ចេកទេសថ្មីមួយគាត់ត្រូវការចង់ដឹងព័ត៌មានអំពីបច្ចេកទេសនោះ តើវាដំណើរការទៅយ៉ាងដូចម្តេច? តើវាផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ ហើយត្រូវចំណាយទៅលើអ្វីខ្លះ ? ហើយអស់ប៉ុន្មាន ប្រសិនបើគេទទួលយកចំណេះដឹងថ្មីនោះ?

នៅពេលដែលខ្លួនធ្វើគម្រោងកម្មវិធីបញ្ចូលការផ្លាស់ប្តូរក្នុងទម្រង់លក្ខណៈបច្ចេកវិទ្យាថ្មី អ្នកផ្សព្វផ្សាយគួរតែពិចារណាលើលក្ខណៈរបស់បច្ចេកទេសដូចខាងក្រោម ៖

អត្ថប្រយោជន៍ប្រៀបធៀប

- តើបច្ចេកទេសថ្មីនោះត្រូវបានគេចាត់ទុកថាប្រសើរជាងបច្ចេកទេសចាស់ដែរឬទេ?
- តើវាផ្តល់ប្រាក់ចំណេញច្រើនជាងអ្វីដែលគេកំពុងធ្វើដែរឬទេ?
- តើវាឆាប់ផ្តល់ប្រាក់ចំណេញ) អត្ថប្រយោជន៍ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ (ដល់អ្នកដែលទទួលយកបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ នោះដែរឬទេ

ជាទូទៅ កាលណាបើគេមើលឃើញអត្ថប្រយោជន៍ប្រៀបធៀបរបស់បច្ចេកទេសកាន់តែធំ កម្រិតល្បឿននៃការទទួលយករបស់វាក៏កាន់តែលឿនដែរ។

ភាពស៊ីគ្នា (ស្របគ្នា)

តើបច្ចេកទេសនោះស្របទៅតាមការឱ្យតម្លៃនាពេលបច្ចុប្បន្នរបស់អ្នកទទួលទៅលើសង្គម ឬវប្បធម៌របស់គេឬទេ? តើវាស៊ីនឹងបទពិសោធន៍ពីអតីតកាល និងតម្រូវការបច្ចុប្បន្នរបស់គេដែរឬទេ?
បច្ចេកទេសណាដែលមានភាពស៊ីគ្នានេះខ្ពស់ អាចត្រូវបានគេទទួលយកកាន់តែឆាប់ជាងបច្ចេកទេសដែលមិនសូវមានភាពស៊ីគ្នា។

ភាពងាយស្រួល

តើនវានុវត្តន៍ថ្មីនេះងាយឱ្យកសិករយល់ និងស្រួលប្រើប្រាស់ដែរឬទេ? ប្រសិនបើពិបាកយល់ និងប្រើប្រាស់នោះវាក៏នឹងត្រូវបានគេទទួលយកយឺតដែរ។

ភាពអាចសាកល្បងបាន

តើបច្ចេកទេសនោះអាចឱ្យគេសាកល្បងជាទ្រង់ទ្រាយតូចបានដែរឬទេ? ប្រសិនបើអាច កសិករអាចសាកល្បងបច្ចេកទេសនោះដើម្បីបង្កើនទំនុកចិត្តមុននឹងទទួលយកវា។

ភាពអាចពិនិត្យ សង្កេតបាន

តើផលប្រយោជន៍របស់បច្ចេកទេសនោះអាចឱ្យកសិករងាយមើលឃើញ និងវាស់វែងបានដែរឬទេ? ហើយលទ្ធផល (អត្ថប្រយោជន៍លើសលុប) របស់វានោះកសិករដទៃទៀតអាចមើល (សង្កេត) ឃើញជាក់ស្តែងដែរឬទេ? ប្រសិនបើវាមានលក្ខណៈដូចច្នេះមែននោះបច្ចេកទេសនោះនឹងត្រូវបានកសិករទទួលយកយ៉ាងឆាប់រហ័ស។

តម្រូវការចំណាយ

ការចំណាយទៅលើការផ្លាស់ប្តូរបច្ចេកទេស ឬវិធីសាស្ត្រគឺជាចំនុចមួយដែលកសិករតូចតាច និងក្រីក្រតែងតែយកមកពិចារណានៅពេលធ្វើការសម្រេចចិត្តផ្លាស់ប្តូរ។ សម្រាប់កសិករធន់តូចឬមធ្យម បច្ចេកទេសដែលត្រូវការចំណាយទាបប្រើប្រាស់ធនធានមានស្រាប់ច្រើនទំនងជាឆាប់ និងងាយទទួលយកជាងបច្ចេកទេសដែលត្រូវការធនធានប្រើប្រាស់មកពីខាងក្រៅច្រើន។

មេរៀនទី ៦
ការសម្រេចចិត្តធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ

ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាការងារជំរុញឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរជាគំនិតវិធីសាស្រ្តបច្ចេកទេសអនុវត្តកសិកម្មជារបៀបរបបរស់នៅក្នុងគ្រួសារ ។ល។ តាមធម្មតាក្នុងការផ្លាស់ប្តូរនីមួយៗ យើងម្នាក់ៗតែងតែបានឆ្លងកាត់ ៥ ដំណាក់កាល មុនពេលដែលយើងធ្វើការសម្រេចចិត្តដើម្បីធ្វើការផ្លាស់ប្តូរទទួលយកនូវគំនិតថ្មី ការអនុវត្តន៍ថ្មី ឬបច្ចេកទេសថ្មីមួយនោះ។ ដំណើរការនៃការធ្វើការសម្រេចចិត្តធ្វើការផ្លាស់ប្តូរនេះអាចបែងចែកជាជំហ៊ានដូចខាងក្រោមៈ

១) ភាពដឹង

ជាដំបូងកសិករត្រូវតែដឹង ឬលឺពីវត្ថុមានចំណេះដឹង ឬបច្ចេកទេសថ្មីមួយនោះ។ ក្នុងករណីខ្លះកសិករអាចដឹងមានអារម្មណ៍ថាគាត់មាន " **តម្រូវការ**" ឬ " **បញ្ហា** " អ្វីមួយដែលគាត់ត្រូវការរក "ដំណោះស្រាយ" មួយដែលសមស្របសម្រាប់លក្ខខណ្ឌនៅក្នុងមូលដ្ឋានរបស់ពួកគាត់។ គាត់អាចដឹងតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាសារធារណៈផ្សេងៗដូចជា វិទ្យុ ទូរទស្សន៍ កាសែត ឬ លឺគេនិយាយគ្នា ។ល។

កាសែត

វិទ្យុ

ទូរទស្សន៍

កុំព្យូទ័រ

២) ចំណេះដឹង

បន្ទាប់មកទៀតបើគាត់ចាប់អារម្មណ៍នូវអ្វីដែលគាត់បានដឹងនោះ គាត់អាចនឹងត្រូវការចង់ដឹងព័ត៌មានបន្ថែមទៀតស្តីពីចំណេះដឹងនោះ។

- តើវាផ្តល់ផលប្រយោជន៍អ្វីខ្លះដល់គាត់ ?
- តើវាត្រូវចំណាយអស់ប៉ុន្មាន?
- ប្រើវាយ៉ាងដូចម្តេច ហើយវាស៊ីគ្នា)សមស្រប (ទៅនឹងលក្ខ័ណប្រព័ន្ធកសិកម្មរបស់គាត់កម្រិតណាដែរ?

៣) អាកប្បកិរិយា

នៅពេលនេះកសិករដឹង និងទទួលព័ត៌មានច្រើនពីចំណេះដឹងនោះ គាត់នៅតែមិនទាន់សម្រេចចិត្តទទួលយកនៅឡើយ។ ប្រសិនបើគាត់នៅមិនទាន់មានអាកប្បកិរិយាពេញចិត្ត (ជឿ) ទៅលើគំនិតថ្មីនោះទេ គាត់អាចពិភាក្សាគំនិតថ្មីនេះជាមួយគ្រួសាររបស់ពួកគាត់ មិត្តភក្តិ អ្នកមានគំនិតដឹកនាំ ឬក៏នរណាម្នាក់ដែលបានធ្វើការ ពិសោធន៍សាកល្បងគំនិតថ្មីនេះរួចហើយ ឬក៏អ្នកផ្សព្វផ្សាយប្រចាំស្រុករបស់ពួកគាត់។

៤) ការសម្រេចចិត្ត

ប្រសិនបើគាត់មានអាកប្បកិរិយាពេញចិត្ត (ជឿ) ចំពោះបច្ចេកទេសនោះហើយកសិកររូបនោះអាចសម្រេចចិត្តទទួលយកបច្ចេកទេសនោះ ឬក៏ធ្វើការសាកល្បង បច្ចេកទេសក្នុងទំហំតូច។ ដូចច្នេះហើយ បច្ចេកទេសដែលអាចសាកល្បងបានទំនងជាងាយទទួលយកឆាប់ ព្រោះការសាកល្បងនោះវាអាចកាត់បន្ថយនូវភាពមិនប្រាកដស្ទាក់ស្ទើរ (ការប្រថុយ) នៃការផ្លាស់ប្តូរ។

៥) ការអនុវត្តន៍

ក្រោយពីបានធ្វើការសម្រេចចិត្តរួចមក ដំណាក់កាលបន្ទាប់គឺការសម្រេចចិត្តក្នុងការយកចំណេះដឹងនោះទៅប្រើប្រាស់តែម្តង។ មកដល់ដំណាក់កាលនេះដំណើរការទាំងមូល គឺភាគច្រើនជាដំណើរការគិតតែក្នុងខួរក្បាលតែប៉ុណ្ណោះមិនទាន់ចេញជាសកម្មភាពអនុវត្តន៍ជាក់ស្តែងនៅឡើយទេ។ ការទទួលយកបច្ចេកទេសសាកល្បងរួចរាល់ហើយនោះអាចប្រព្រឹត្តទៅបានលុះត្រាតែបន្ទាប់ពីសាកល្បងហើយឃើញលទ្ធផលវិជ្ជមាន។

មេរៀនទី ៧
កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

៧.១ និយមន័យ

កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាកសិករដែលទទួលជោគជ័យក្នុងការអនុវត្តអាជីវកម្មកសិកម្ម និងបានបណ្តុះបណ្តាលលើវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយ និងជំនាញបច្ចេកទេសដែលពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យកសិកម្មដោយមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទរាជធានី ខេត្ត សហការជាមួយនាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ។ កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ដើរតួនាទីសំខាន់ក្នុងការអនុវត្តនូវបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីៗ ដែលធន់នឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុតម្រូវការទីផ្សារ និងផ្សព្វផ្សាយបន្តដល់ក្រុមកសិករក្នុងមូលដ្ឋានរបស់គាត់។ កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម គឺជាវិធីសាស្ត្រមួយក្នុងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មនៅកម្ពុជាអោយកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។

កសិករអាចរៀនពីកសិករគ្នាគាត់បានលឿន និងមានទំនុកចិត្តទាក់ទងទៅនឹងបទពិសោធន៍ លទ្ធផល ក៏ដូចជាសម្ភារដែលត្រូវប្រើប្រាស់ក្នុងការងារកសិកម្ម។

រូបភាពទី៤១. ការបង្ហាញបទពិសោធន៍ពីកសិករ ដល់កសិករដទៃ

*រូបភាពខាងលើនេះ គឺជាការបង្ហាញពីបច្ចេកទេសដាំដំណាំចេករបស់កសិករដែលមានបទពិសោធន៍ ដល់កសិករដទៃដែលមានបំណងចង់ដាំដំណាំចេក។ វិធីសាស្ត្របង្រៀនបែបនេះ គឺជាវិធីមួយដែលកសិករបង្រៀន កសិករមានប្រសិទ្ធភាពបំផុត។

៧.២ គោលបំណង

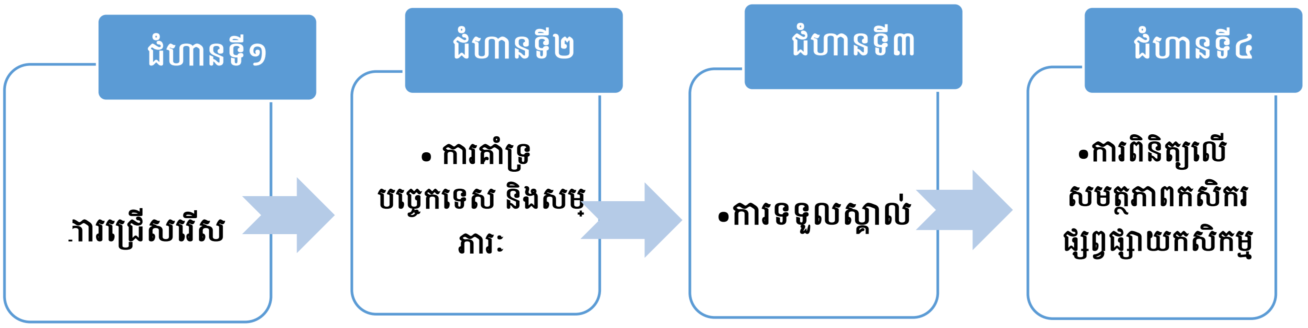
គោលបំណងសំខាន់ៗរបស់កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មរួមមាន៖

- បង្កើតជាឯកសារខ្នាតគំរូមួយដើម្បីជ្រើសរើសកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព
- ពង្រឹងសមត្ថភាពកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
- ជំរុញសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព
- ជំរុញការទទួលយក និងសាយភាយបច្ចេកទេសថ្មីៗសមស្របដល់កសិករ និងសហគមន៍

២.៣ ដំណើរការនៃការជ្រើសរើសកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

ដើម្បីទទួលបាននូវកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មប្រកបដោយគុណភាព ចាំបាច់ត្រូវអនុវត្តវិធីសាស្ត្រដូចជាការពិនិត្យលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ តួនាទីភារកិច្ច ការបណ្តុះបណ្តាលពីវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងបច្ចេកទេសកសិកម្ម ការទទួលស្គាល់ជាកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដោយមានការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធ។ គោលការណ៍ណែនាំនេះ គឺជាដំណើរការប្រទាក់ក្រឡាគ្នាមួយដែលតម្រូវឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ចូលរួមសហការអនុវត្តផ្លាស់ប្តូរបទពិសោធន៍ និងចំណេះដឹងក្នុងការជ្រើសរើសកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។

ខាងក្រោមនេះបង្ហាញពីជំហានសំខាន់ក្នុងការជ្រើសរើសកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម៖



២.៣.១ ការជ្រើសរើស

❖ លក្ខណៈសម្បត្តិគោល
- សញ្ជាតិខ្មែរ មានអាយុចាប់ពី១៨ឆ្នាំឡើង
- ចេះអាន និងសរសេរភាសាខ្មែរ
- មានទីលំនៅពិតប្រាកដ
- ជាកសិករ ឬអាជីវករដែលមានចំណេះដឹង បទពិសោធន៍ និងជោគជ័យលើអាជីវកម្មកសិកម្ម
- ស្ម័គ្រចិត្តបម្រើការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទតាមរយៈការចែករំលែកចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ជាមួយសហគមន៍មូលដ្ឋាន។

❖ លក្ខណៈសម្បត្តិបំពេញបន្ថែម
- ជាកសិករគំរូ ឬកសិករឆ្នើម ឬកសិករគ្រូ
- ជាភ្នាក់ងារសុខភាពសត្វភូមិ
- ជាអាជីវករលក់សម្ភារកសិកម្ម
- ឈ្មួញទិញកសិផលក្នុងមូលដ្ឋាន
- ស្ត្រីត្រូវបានលើកទឹកចិត្ត និងផ្តល់អាទិភាព។

ក. នីតិវិធីក្នុងការជ្រើសរើស

ការជ្រើសរើសកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវមានសកម្មភាពចម្បងៗមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖
- ការបង្កើតគណៈកម្មការជ្រើសរើស និងវាយតម្លៃ (មន្ត្រីបច្ចេកទេសថ្នាក់ខេត្ត ០២រូប ថ្នាក់ស្រុក ០១រូប និងអាជ្ញាធរដែនដី ភូមិ/ឃុំ ០២រូប(
- ផ្សព្វផ្សាយ និងជ្រើសរើសកសិករ ឬអាជីវករដែលចាប់អារម្មណ៍
- តាមដាន និងវាយតម្លៃលើការអនុវត្តនៅក្នុងកសិដ្ឋាន ដែលទទួលបានជោគជ័យក្នុងការអនុវត្តធុរកិច្ចកសិកម្ម

- ប្រជុំវាយតម្លៃដោយគណៈកម្មការ។

៧.៣.២ ការគាំទ្របច្ចេកទេស និងសម្ភារ

ក. ការគាំទ្របច្ចេកទេស

កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលពីមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ រាជធានី ខេត្ត ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ឬវិស័យឯកជន។ មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទរាជធានី ខេត្ត ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ ឬ វិស័យឯកជនត្រូវពង្រឹងសមត្ថភាពលើបច្ចេកវិទ្យាថ្មី ដើម្បីធានាថាកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មមានសមត្ថភាពជំនាញស្របទៅនឹងតម្រូវការ និងស្ថានភាពនៃបច្ចេកវិទ្យា។

ប្រធានបទ និងរយៈពេលបណ្តុះបណ្តាល៖

ប្រធានបទបណ្តុះបណ្តាល វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងបច្ចេកទេសកសិកម្ម ត្រូវបណ្តុះបណ្តាល តាមតម្រូវការជាក់ស្តែងក្នុងមូលដ្ឋានដូចខាងក្រោម៖

- **ជំនាញផ្សព្វផ្សាយ** (50%)
  - លំនាំដើម និងវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម
  - សហគ្រិនអាជីវកម្មកសិកម្ម
  - ទស្សនកិច្ចសិក្សា
- **ជំនាញបច្ចេកទេស** (50%)
  - កសិកម្មវៃឆ្លាតនឹងអាកាសធាតុ
  - ផលិតកម្មដំណាំ
  - ផលិតកម្មដំណាំសាកវប្បកម្ម
  - ផលិតកម្មសត្វ និងសុខភាពសត្វ
  - ផលិតកម្មដំណាំកៅស៊ូ
  - ព្រៃឈើ
- ***រយៈពេលបណ្តុះបណ្តាលកសិករឱ្យក្លាយជាកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មត្រូវឆ្លងកាត់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលយ៉ាងតិច១០ថ្ងៃ***

ខ. ការគាំទ្រសម្ភារ និងថវិកា

កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ទទួលបានប្រាក់ឧបត្ថម្ភ ឬប្រាក់លើកទឹកចិត្តក្នុងអំឡុងពេលបណ្តុះបណ្តាលព្រមទាំងសម្ភារទៅតាមមុខវិជ្ជាបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងដំណើរការផ្តល់សេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ។

២.៣.៣ ការទទួលស្គាល់ជាកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

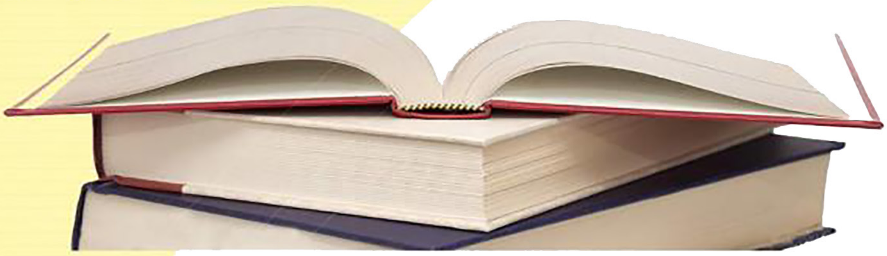
កសិករបានឆ្លងកាត់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលពីវិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងជំនាញបច្ចេកទេសកសិកម្មត្រូវទទួលបានវិញ្ញាបនបត្រដោយមានការទទួលស្គាល់ពីមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទរាជធានី ខេត្ត។

២.៣.៤ ការតាមដាន និងវាយតម្លៃសមត្ថភាពកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម

មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ រាជធានី ខេត្តត្រូវធ្វើការតាមដានលើការអនុវត្ត និងប្រសិទ្ធភាពការងាររបស់កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម ព្រមទាំងវាយតម្លៃលើសមត្ថភាពដើម្បីដឹងនូវចំណុចល្អៗសម្រាប់ជាមធ្យោបាយក្នុងការលើទឹកចិត្តកសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មដែលមានស្នាដៃដើម្បីរៀបចំចងក្រងជាឯកសារសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយបន្ត។ ការវាយតម្លៃនេះក៏ដើម្បីស្វែងរកនូវចំណុចខ្វះខាតសម្រាប់រៀបចំផែនការក្នុងការជួយបំពេញបន្ថែមនូវចំណុចខ្វះខាត។

ឯកសារយោង

- ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ គោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់កសិករផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម (២០១៩) រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
- ប៉ិច ស៊ីថន ការសិក្សារបស់មនុស្សពេញវ័យៈ កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធនទៅនឹងការ .(២០១៧) ប្រែប្រួលអាកាសធាតុ (ASPIRE) ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
- លីវ លាងហ៊ី (1998). *គោលការណ៍ និងការអនុវត្តន៍ការងារផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម។* ការិយាល័យបណ្តុះបណ្តាល។ នាយកដ្ឋានបច្ចេកទេសសេដ្ឋកិច្ច និងផ្សព្វផ្សាយ។ គម្រោងផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មកម្ពុជា-អូស្ត្រាលី។
- ASPIRE) 2019(. *ឯកសារគោលគំនិតភាពជាសហគ្រិន* : កម្មវិធីផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេសកសិកម្មថ្មីដែលធន់ទៅនឹងការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ ។ ក្រុមបច្ចេកទេសនៃនាយកដ្ឋានផែនការ និងស្ថិតិ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងលេខាធិការដ្ឋានកម្មវិធី ASPIRE.
- Career Skill Library, communication Skills, Second Edition , 2004
- Chauhan, J. (2007). Introduction to agricultural extension education: Agricultural extension education. Agriculture Extension R. B. S. College, Bichpuri, Agra-282007.
- David Kahan, (2012). Farm management extension guide: Entrepreneurship
- Effective communication Skills, www.bookboon.com
- FAO, (2019). Agricultural Extension Manual, by Khalid, S.M.N. & Sherzad, S. (eds). Apia.
- *in farming.* Food and Agriculture Organization of The United Nation, Room 2012.
- Juliana, Communication skill for Undergradulate, Amoud University, Faculty of Computing And ICT, 2016
- Oakley, P., & Garforth, C.(1985) .Guide to extension training (No. 11). Food & Agriculture Org.
- P. Punna Rao, P. Venkata Rao, D. Chinnam Naidu (2013). Flage Method of Extension- An innovative and Simple Method Intransfer of Agricultural Technology. Proceeding of the International Conference on Social Science Research, ICSSR 2013 (e-ISBN 978-967-11768-1-8). 4-5 June 2013, Penang, MALAYSIA.
- Taejin Kwon, (2013). Slide presentation of Technology Transfer Methods for Effective Rural Development,

  Korea Rural Economic Institute (KREI).
- Ulster University, Making Practice-Based Learning work, Communication skill,
- http://www.dacp2014.info/details/ 276,
- https://pursat.maff.gov.kh/post/5a00702f8b766
- https://www.youtube.com/watch?v=UzPBlzYBqTg
- https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/country-farmer-cartoon-vector-2115095
- https://www.flickr.com/photos/jurgenapp elo/5201275209/
- https://cavackh.org/factsheets-case-studies-rice-milling-export/?lang=kh
- https://apkpure.com/br/បច្ចេកទេសផលិតកម្មពូជស្រូវ/com.rice201742
- https://www.td.org/talent-development-glossary-terms/what-is-facilitation

គាំទ្រថវិការដោយ ៖ សាជីវកម្មសហគមន៍ជនបទកូរ៉េ ក្រសួងកសិកម្ម ចំណីអាហារ និងកិច្ចការជនបទ
សម្របសម្រួលដោយ៖ នាយកដ្ឋានផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ សហការជាមួយសាកលវិទ្យាល័យជាតិកាងវ៉ុន នៃសាធារណៈរដ្ឋកូរ៉េ
បោះពុម្ពលើកទី១ ៖ ចំនួន ៣៨០០ ក្បាល