Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC

សៀវភៅ មគ្គុទេសក៍

គម្រោងឈេន សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ ប្រព័ន្ធទីផ្សារកសិកម្ម

សម្របសម្រួល ការផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្ម ទៅអាជីវកម្ម (B2B)

របៀបកសាងទំនាក់ទំនងប្រកបដោយផលិតភាព ជាលក្ខណៈសេដ្ឋកិច្ចរវាងកសិករ អ្នកទិញ អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម និងតួអង្គដទៃទៀត នៅក្នុងទីផ្សារកសិកម្ម។

CHAIN

SNV

swisscontact

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development and Cooperation SDC

សៀវភៅ មគ្គុទេសក៍

គម្រោងឈេន សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ ប្រព័ន្ធទីផ្សារកសិកម្ម

SNV

swisscontact

គម្រោងឈេន

សៀវភៅមគ្គុទេសក៍ សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារកសិកម្ម

សម្របសម្រួលការផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម (B2B)

ចងក្រងដោយ៖
លោកស្រីបណ្ឌិត ឃឹម គឹមបួយ លោក ខេវិន រ៉ូប៊ិន លោក រិត អូរើម៉ាស៍
លោក លឹម សុគន្ធដារុណ និងកញ្ញា ណេហា ស្រេស្ត្រា

សូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះអ្នកពិនិត្យ និងកែសម្រួល៖

លោកជំទាវបណ្ឌិត យើ អាស៊ីគិន អនុរដ្ឋលេខាធិការក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
លោកស្រី ម៉ារិគិ វ៉ាន់ស្ស៊ី ប្រធានគម្រោង អេសអិនវី យូហ្កាន់ដា
លោក រិគ វ៉ាន់ គូលេន ទីប្រឹក្សាបច្ចេកទេស អេសអិនវីសាកល
លោក ហែម សុវណ្ណារិទ្ធ ប្រធានកម្មវិធី ទីភ្នាក់ងារស្វីសសម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍ និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ
បណ្ឌិត សុខ គឹមឈិន ព្រឹទ្ធបុរសនៃមហាវិទ្យាល័យសេដ្ឋកិច្ចកសិកម្ម និងអភិវឌ្ឍន៍ជនបទនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទកសិកម្ម
លោក ឱ ធី ប្រធានប្រចាំប្រទេស នៃវិទ្យាស្ថានអន្តរជាតិស្តារជនបទឡើងវិញ
លោក អ៊ុក វណ្ណារ៉ា នាយកប្រតិបត្តិរងនៃវេទិកាអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលស្តីពីកម្ពុជា

និងសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះអ្នកចូលរួមចំណែក៖

លោក លីម ណាលុច ទីប្រឹក្សាដំណោះស្រាយទឹកឆ្លាតវៃ អេសអិនវី កម្ពុជា
លោក សៀង វណ្ណស៊ីថា ទីប្រឹក្សាបច្ចេកទេស
លោកស្រី យស មន្នីរ័ត្ន អ្នកសម្របសម្រួលទីផ្សារប្រចាំខេត្តក្រចេះ
លោក អុន រើន អ្នកសម្របសម្រួលទីផ្សារប្រចាំខេត្តស្ទឹងត្រែង
លោក ស្រី សុខជា អ្នកសម្របសម្រួលទីផ្សារប្រចាំឧត្តរមានជ័យ
លោក សោម សាល អ្នកសម្របសម្រួលទីផ្សារប្រចាំខេត្តព្រះវិហារ
មន្ត្រីមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
អ្នកសម្របសម្រួលទីផ្សារប្រចាំខេត្ត

រចនា និងរៀបចំបោះពុម្ពផ្សាយ៖ ក្រុមហ៊ុន អិ.ម អ. អេ ឌីហ្សាញ
រៀបចំរូបភាព៖ គម្រោងឈេន
អ្នកនិពន្ធ៖ រ៉ូណាល់ដូ ម៉ុងតេកាល់វ៉ូ
បកប្រែជាភាសាខ្មែរ៖ លោក ង៉ែត សុភា

គម្រោងសាកវប្បកម្មកម្ពុជាដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូលនិងអាហារូបត្ថម្ភ (ឈេន) អេសអិនវី កម្ពុជា និងអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

អ៊ីមែល៖ horticulturecambodia@gmail.com
វិបសាយ៖ https://web.maff.gov.kh
ហ្វេសប៊ុក៖ @សាកវប្បកម្មកម្ពុជា Horticulture in Cambodia

ការណែនាំផ្សេងទៀតនៅក្នុងសៀវភៅ

- ការណែនាំការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារ (MSD101)
- ការបង្កើតក្រុមកសិករប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព
- ការសម្របសម្រួលការអភិវឌ្ឍបណ្តុំអាជីវកម្ម
- គំរូបែងចែក និងចំណាត់ថ្នាក់កសិករ
- ការសម្របសម្រួលទំនាក់ទំនងផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម
- វិធីសាស្ត្រពង្រឹងសមត្ថភាពកសិករគំរូ
- វិធីសាស្ត្រពន្លឿនអាជីវកម្មជនបទ
- បច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងទឹក និងបន្សាំអាកាសធាតុឆ្លាតវៃ សម្រាប់គម្រោងសាកវប្បកម្ម

តារាងមាតិកា

១. សេចក្តីផ្តើម ១

២. ប្រវត្តិ ២

៣. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃវិធីសាស្រ្ត ៣

៤. ជំហាននៃអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម ៦

៥. សេចក្តីណែនាំជាជំហានៗ ៧

៥.១ ប្រមូលព័ត៌មានទីផ្សារ ៧

៥.២ វិភាគព័ត៌មានទីផ្សារ ៩

៥.៣ រៀបចំកិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ ១១

៥.៤ ផ្គូផ្គងក្រុមកសិករជាមួយទីផ្សារ ១៣

៥.៥ អនុវត្តន៍កិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ ១៥

៥.៦ សម្របសម្រួលផែនការផលិតកម្ម ១៨

៥.៧ សម្របសម្រួលកិច្ចព្រមព្រៀង ២០

៥.៨ តាមដាន ២២

៦. សន្និដ្ឋាន ២៤

ឧបសម្ព័ន្ធ ២៥

១. សេចក្តីផ្តើម

គម្រោងសាកវប្បកម្មកម្ពុជាដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូលនិងអាហារូបត្ថម្ភ ហៅកាត់ថា (គម្រោងឈេន) បានផលិតចេញនូវសៀវភៅមគ្គុទេសក៍ (How-to Guides) ជាភាគៗបន្តបន្ទាប់ មានចំណងជើងខុសៗគ្នា ដែលមានខ្លឹមសារជាឯកសារណែនាំព័ត៌មានអំពីការអនុវត្តជាក់ស្តែង សម្រាប់ភាគីពាក់ព័ន្ធដែលមានបំណងចង់ចម្លងតាម និងក៏ចង់ធ្វើការកែលម្អ បន្ថែមដើម្បីអោយកាន់តែមានភាពប្រសើរឡើង ទៅលើវិធីសាស្ត្រទាំងឡាយដែលគម្រោងឈេនបានប្រើប្រាស់ក្នុងអំឡុងពេលបីវគ្គនៃគម្រោង។ យើងសង្ឃឹមថាសៀវភៅមគ្គុទេសក៍គ្រប់ភាគទាំងអស់នេះ នឹងមានសារៈប្រយោជន៍ទៅដល់ស្ថាប័នផ្សេងៗទូទាំងពិភពលោក ជាពិសេសអ្នកដែលធ្វើការងារពាក់ព័ន្ធលើគម្រោងអភិវឌ្ឍន៍វិស័យកសិកម្ម ព្រមទាំងអនុវត្តន៍វិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ (មើលប្រអប់០១)។ ចំពោះសៀវភៅមគ្គុទេសក៍ទាំងនេះ គម្រោងឈេនបានសហការចងក្រង ជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធនានានៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ជាពិសេសក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលផ្សេងៗទៀត។

សៀវភៅមគ្គុទេសក៍មួយនេះផ្តោតលើវិធីសាស្ត្រផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មរបស់គម្រោងឈេន។ យើងបានធ្វើការសម្របសម្រួលកសិករដាំបន្លែទាំងស្ត្រីទាំងបុរស ដែលត្រូវការពង្រឹងសមត្ថភាពអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ និងត្រូវការ-ការកសាងទំនាក់ទំនងប្រកបដោយផលិតភាពសេដ្ឋកិច្ច ជាមួយតួអង្គទីផ្សារអាជីវកម្មនានា រួមមាន៖ អាជីវករទិញបន្លែ អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម និងអ្នកផ្តល់សេវាកម្មបច្ចេកទេស។ ទោះបីការផ្តោតចំបងគឺកសិករគម្រោងឈេនក៏បានប្រឹងប្រែងធ្វើការផងដែរដើម្បីធានាថា ទំនាក់ទំនងផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រ ឈ្នះ ឈ្នះ ដោយគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធអាចទទួលបាននូវចំណូលខ្ពស់ ដែលនេះជាកត្តាលើកទឹកចិត្តមួយដើម្បីទ្រទ្រង់ទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មទាំងនេះបន្ទាប់ពីគម្រោងឈេនត្រូវបានបញ្ចប់។

សៀវភៅមគ្គុទេសក៍នេះត្រូវបានចាត់ទុកជាឯកសារវឌ្ឍនភាពមួយ ដែលទាមទារការបន្តកែសម្រួលដើម្បីអោយមានភាពប្រសើរឡើងពីដំណាក់កាលមួយទៅដំណាក់កាលមួយ។ អ្នកដែលមានបំណងប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រដូចព៌ណនាខាងក្រោមនេះ គួរមានការកែសម្រួលវិធីសាស្ត្រអោយសមស្របទៅនឹងបរិបទ និងតម្រូវការជាក់លាក់ផ្អែកទៅលើកត្តាផ្សេងៗជាច្រើនដូចជា៖ ភូមិសាស្ត្រ ពេលវេលាកំណត់ ធនធានមនុស្ស និងធនធានហិរញ្ញវត្ថុ ចំណាប់អារម្មណ៍ និងពេលវេលាសមរម្យរបស់ដៃគូ បុគ្គលិកលក្ខណៈជាក់លាក់នៃទីផ្សារ និងវិស័យនានា។

ប្រអប់០១ ៖
ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារ (MSD)

វិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារគឺគ្របដណ្តប់ប្រព័ន្ធទាំងមូលជុំវិញទីផ្សារ។ ក្នុងករណីសាកវប្បកម្មនេះ ទិដ្ឋភាពរួមនៃទីផ្សារគឺរួមបញ្ចូលអ្នកចូលរួមពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ (តួអង្គ ឬអ្នកដើរតួនាទី)៖ កសិករដែលដាំដុះដំណាំ អ្នកផ្គត់ផ្គង់គ្រាប់ពូជ និងអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មផ្សេងៗទៅអោយកសិករ អាជីវករដែលទិញផលដំណាំនៅពេលប្រមូលផល និងអ្នកលក់នៅផ្សារនានាទៅអោយអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ។ សេវាកម្មនានាដែលគាំទ្រជាស្នូលដល់ការងារទីផ្សារ ក៏រួមបញ្ចូលផងដែរ ក្នុងនោះមានដូចជា៖ ភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយរដ្ឋាភិបាលដែលផ្តល់ដំបូន្មានទៅកសិករ និងរចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារក្នុងតំបន់ ដែលរៀបចំទីធ្លាសមរម្យល្អសម្រាប់អ្នកលក់ និងអ្នកទិញជួបគ្នា។

ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារមានគោលបំណងដោះស្រាយបញ្ហាភាពក្រីក្រ តាមរយៈការធ្វើអោយប្រសើរឡើងនូវការអនុវត្តទីផ្សារនៅក្នុងបែបផែនបរិយាបន្ន ជាពិសេសការសម្របសម្រួលលើកទឹកចិត្តផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបទអាជីវកម្ម និងតួអង្គទីផ្សារដទៃទៀត ដើម្បីធានានូវការផ្លាស់ប្តូរទ្រង់ទ្រាយធំដែលទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍យូរអង្វែង។

២. ប្រវត្តិ

សាកវប្បកម្មដើរតួនាទីជាផ្នែកមួយសំខាន់សម្រាប់សេដ្ឋកិច្ចកសិកម្មនៃប្រទេសកម្ពុជា ដោយសារទំហំនៃការប្រើប្រាស់បន្លែ ផ្លែឈើនៅក្នុងតំបន់ទីក្រុងមានការកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័ស។ រហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ននេះ ជាង ៥០% នៃបន្លែសរុប ត្រូវបាននាំចូលពីប្រទេសជិតខាងដែលមានសមត្ថភាពផលិតបានពេញមួយឆ្នាំ បំពាក់ដោយបណ្ដាញបច្ចេកទេសកាន់តែប្រសើរ និងលក់ផលិតផលបានក្នុងតម្លៃប្រកួតប្រជែងជាងបន្លែក្នុងស្រុក។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ ភាគច្រើននៃបន្លែនាំចូលនៅមានផ្ទុកបរិមាណកាកសំណល់ថ្នាំសម្លាប់សត្វល្អិតច្រើនគួរអោយកត់សម្គាល់ ដែលបង្ករការព្រួយបារម្ភលើសុវត្ថិភាពចំណីអាហារ។ នៅក្នុងវគ្គ១ និងវគ្គ២ (២០១៤-២០២០) គម្រោងឈេនបានធ្វើការលើកស្ទួយការផលិត និងប្រើប្រាស់បន្លែសុវត្ថិភាពក្នុងស្រុក នៅក្នុងបណ្តាខេត្តភាគខាងជើងទាំងបួននៃប្រទេសកម្ពុជា (ឧត្តរមានជ័យ ព្រះវិហារ ស្ទឹងត្រែង និងក្រចេះ)។

មកដល់បច្ចុប្បន្ន គម្រោងឈេនសម្រេចបានលទ្ធផលដូចខាងក្រោម៖

- ការផ្គត់ផ្គង់បន្លែក្នុងស្រុកនៅក្នុងបណ្ដារខេត្តគោលដៅទាំងបួនកើនឡើងពី៥០% ទៅ៦៥%
- ការគាំទ្ររបស់គម្រោងបានឈានដល់ ១០,០០០ គ្រួសារនៃក្រុមកសិករចំនួន៤០០ក្រុម។ (ច្រើនជាង៧០% ជាកសិករស្ត្រីដែលទទួលបានការគាំទ្រ។)
- កសិករប្រហែល៦,០០០នាក់ បានផ្លាស់ប្តូរពីការដាំដុះដើម្បីជីវភាពគ្រួសារ មកប្រតិបត្តិការជាកសិករដាំដុះពាក់កណ្ដាលអាជីព ឬអាជីព។
- អាជីវករចំនួន៦៥នាក់ទូទាំងបណ្ដាខេត្តគោលដៅបានបង្កើនប្រភពប្រមូលបន្លែក្នុងស្រុក។
- អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មចំនួន២៥នាក់ (ភាគច្រើនជាស្ត្រី) ទូទាំងបណ្ដាខេត្តគោលដៅបានបង្កើនការលក់របស់ខ្លួន។
- បណ្ដុំអាជីវកម្មចំនួន១៤ ត្រូវបានបង្កើតឡើង និងពង្រឹង។

៣. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃវិធីសាស្ត្រ

អ្វីទៅជាបញ្ហា ?

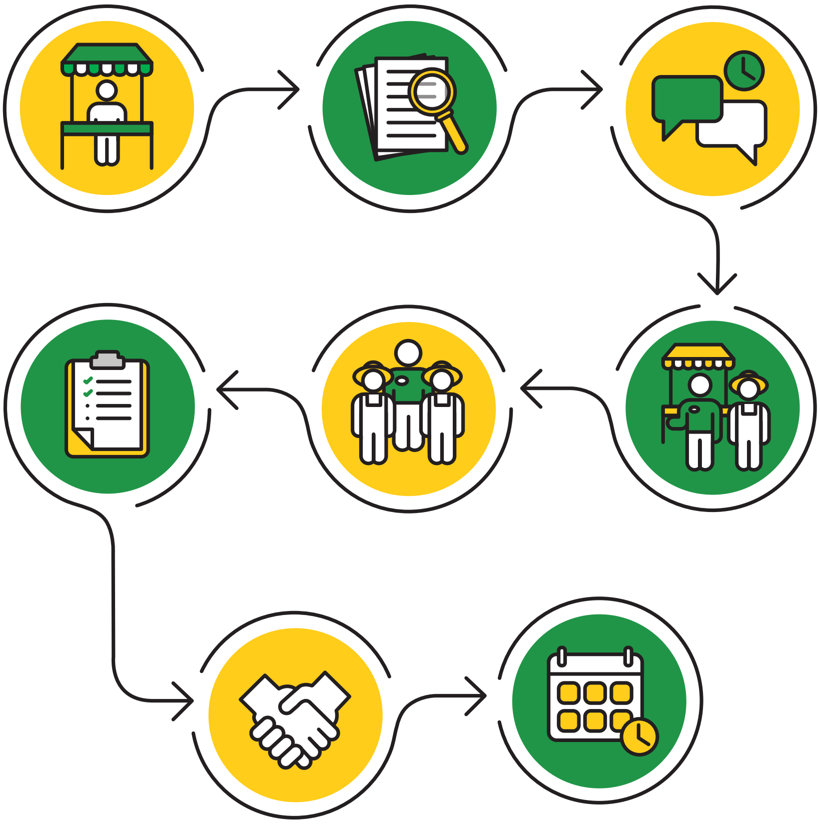
គម្រោងឈេនបានរកឃើញថា កសិករជាច្រើននៅក្នុងបណ្តាខេត្តក្រីក្រនៃប្រទេសកម្ពុជា បានប្រឈមនឹងបញ្ហាមួយចំនួន៖ ជារឿយៗ ពួកគេមិនអាចលក់ផលិតផលរបស់ខ្លួនអស់ ពីព្រោះពួកគេខ្វះទំនាក់ទំនងទៅកាន់អ្នកទិញ ជួនកាលពួកគេបង្កើនផលិតកម្មលើមុខដំណាំជាក់លាក់ ប៉ុន្តែប្រឈមនឹងតម្រូវការទីផ្សារ និង/ឬតម្លៃទាបទៅវិញ ព្រមទាំងកង្វះខាតតួអង្គទីផ្សារដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ និងសកម្មក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលសាកវប្បកម្ម។ ក្រុមការងារគម្រោងឈេនបានចាប់ផ្តើមគិតអំពីវិធីជំរុញការផ្សារភ្ជាប់រវាងតួអង្គទីផ្សារ និងវិធីកៀរគរចំណាប់អារម្មណ៍ ព្រមទាំងសកម្មភាពលើវិស័យសាកវប្បកម្មនៅកម្រិតថ្នាក់ខេត្ត។

អ្វីទៅដែលរំពឹងថានឹងសម្រេចបាន ?

គម្រោងឈេនបានរៀបចំដំណោះស្រាយដែលយើងជឿជាក់គឺ៖ (១) កសាងទំនាក់ទំនងអោយកាន់តែប្រសើរឡើងរវាងកសិករ និងតួអង្គទីផ្សារនានាដូចជា អ្នកប្រមូលទិញបន្លែ អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម និងអ្នកផ្តល់សេវាកម្មបច្ចេកទេសវិស័យឯកជន និងសាធារណៈ (២) បង្កើនកិច្ចសហប្រតិបត្តិការរវាងក្រុមកសិករ និងតួអង្គទីផ្សារទាំងនេះ និង (៣) ពង្រឹងទំនុកចិត្តរវាងតួអង្គពាក់ព័ន្ធ។ ដោយផ្តោតលើទំនាក់ទំនងអាជីវកម្ម គម្រោងឈេនសង្ឃឹមថានឹងបានលើកទឹកចិត្តកសិករអោយរៀនគិតអំពីការផ្លាស់ប្តូរខ្លួនពួកគេទៅជាអ្នកធ្វើអាជីវកម្មពិតប្រាកដ។ ជាមួយគំនិតផ្លាស់ប្តូរនេះ យើងក៏បានកំណត់ឈ្មោះថាជា វិធីសាស្ត្រផ្សារភ្ជាប់អាជិវកម្មទៅអាជីវកម្ម (B2B) ហើយសមាជិកនៃក្រុមការងារ និងតំណាងដៃគូរបស់ពួកយើងដូចជា មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ មន្ទីរកិច្ចការនារី និងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្នុងស្រុក ត្រូវបានទទួលស្គាល់ថាជាអ្នកសម្របសម្រួលការផ្សារភ្ជាប់អាជិវកម្មទៅអាជីវកម្ម។

អ្វីទៅជាដំណោះស្រាយ/យុទ្ធសាស្ត្រ ?

ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់គម្រោង ដោយប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រផ្សារភ្ជាប់អាជិវកម្មទៅអាជីវកម្ម គម្រោងឈេនបានអភិវឌ្ឍវិធីសាស្ត្រប្រាំពីរជំហានដែលពាក់ព័ន្ធការប្រមូល និងវិភាគព័ត៌មានទីផ្សារ ការរៀបចំកិច្ចប្រជុំធ្វើផែនការដាំដុះជាមួយក្រុមកសិករ ផ្គូផ្គងកសិករជាមួយទីផ្សារមូលដ្ឋាន តូបបន្លែលក់រាយ និងចែកចាយនានា ព្រមទាំងជួយពួកគេរៀបចំជំនួបចរចាអាជីវកម្មជាមួយតួអង្គទីផ្សារផ្សេងៗ។ ជំហានទាំងនេះត្រូវបានពណ៌នាលម្អិតនៅក្នុងផ្នែកទី៤។



លទ្ធផល

វិធីសាស្ត្រផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម ត្រូវបានដាក់បញ្ចូលជាមួយអន្តរាគមន៍ផ្សេងៗរបស់គម្រោងឈេន ដែលបានផលិតជាលទ្ធផលដ៏រឹងមាំ នៅក្នុងបណ្ដាខេត្តគោលដៅ៖

- កសិករអាជីពចំនួន៣.៤០០នាក់ (៥០% ជាស្ត្រី) បានមើលឃើញផលិតកម្មរបស់ខ្លួនកើនដល់ ៥០%។ ចំណូលប្រចាំឆ្នាំកើនដល់ ៦០០ដុល្លារអាមេរិច ជាមធ្យម។
- អាជីវករទិញបន្លែចំនួន២០នាក់ និងអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មចំនួន ២៥នាក់ បានធ្វើការជាមួយកសិករដែលគាំទ្រដោយគម្រោងឈេន និងបានពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។
- ក្រុមហ៊ុនវិស័យឯកជនកម្រិតថ្នាក់ជាតិចំនួន៦ បានធ្វើការទាំងផ្លូវការ និងមិនផ្លូវការជាមួយកសិករដែលគាំទ្រដោយគម្រោងឈេន និងបានពង្រីកកិច្ចប្រឹងប្រែងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេនៅក្នុងបណ្ដាខេត្តគោលដៅ។ ក្រុមហ៊ុនមួយចំនួនបានបង្កើនការលក់១០ដងនៅក្នុងបណ្ដាខេត្តគោលដៅទាំងនោះ។
- បុគ្គលិក៤១នាក់មកពីស្ថាបនថ្នាក់ក្រោមជាតិ (មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ មន្ទីរកិច្ចការនារី និងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្នុងស្រុក) ទទួលបានការបណ្ដុះបណ្ដាលបច្ចេកទេស និងអាជីវកម្ម។ ចំណេះដឹងនៃការងារផ្សារភ្ជាប់អាជិវកម្មទៅអាជីវកម្មនៅមានកម្រិត (៣ក្នុងចំណោម១០នាក់តាមរយៈការវាយតម្លៃចំណេះដឹងដោយគម្រោងឈេន) មុនពេលភ្ជាប់ពួកគេចូលក្នុងគម្រោង ប៉ុន្តែបន្ទាប់ពីចូលរួម និងទទួលបានការបណ្ដុះបណ្ដាលតាមរយៈគម្រោងឈេន ចំណេះដឹងរបស់ពួកគេបានកើនឡើងទ្វេរមួយជាពីរ (៦ក្នុងចំណោម១០នាក់)។
- ១/៤ នៃអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មដែលបានចូលរួមក្នុងសកម្មភាពគម្រោងឈេន បានបង្ហាញកំណើននៃការលក់គួរអោយកត់សម្គាល់ ពីព្រោះបច្ចុប្បន្នពួកគេអាចផ្ដល់ដំបូន្មានបច្ចេកទេសផលិត និងទីផ្សារទៅកាន់កសិករដែលបានទិញធាតុចូលកសិកម្មរបស់ពួកគេ។
- ដៃគូនៅមូលដ្ឋានមួយចំនួនបានលើកឡើងថា ផ្នត់គំនិតរបស់ពួកគេបានផ្លាស់ប្ដូរតាមរយៈវត្តមានរបស់គម្រោងឈេន ហើយពួកគេបានយល់ដឹងអំពីសារៈសំខាន់ ក្នុងការលើកទឹកចិត្តកសិករអោយចេះគិតថាខ្លួនជាអ្នកធ្វើអាជីវកម្ម និងការបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយរាល់តួអង្គទីផ្សារទាំងឡាយ។
- អ្នកមកចុះទស្សនកិច្ច និងអ្នកវាយតម្លៃគម្រោងបានកត់សម្គាល់លើការផ្លាស់ប្ដូរដ៏វិជ្ជមានជារៀងរាល់ឆ្នាំនៃការវិវឌ្ឍន៍របស់គម្រោងឈេន ៖ កន្លែងដែលពីមុនផ្ដោតតិចតួចលើវិស័យសាកវប្បកម្ម ប៉ុន្តែបច្ចុប្បន្នវិស័យសាវប្បកម្មមានការរីកលូតលាស់ជាថាមវន្ត នៅក្នុងបណ្ដាខេត្តគោលដៅទាំងនោះ។

បទពិសោធន៍ការផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្មអាជីវកម្មរបស់គម្រោងឈេន

កសិករ

លោកពូ ចាវ យ៉ុម ជាកសិករអាជីព ដែលមានទីលំនៅ នៅភូមិអូររន់ នៃខេត្តឧត្តរមានជ័យ។ គាត់បានរៀបរាប់ថា ឈេនគឺជា "មេអណ្ដើក" ជាអ្នករៀបចំផ្សំផ្គុំកូនកម្លោះ កូនក្រមុំដើម្បីរៀបការ។ ដោយសារត្រូវបានផ្សំផ្គុំដោយឈេន លោកពូ ចាវ យ៉ុម និងសមាជិកក្រុមកសិកររបស់គាត់បានជួបប្រជុំគ្នាជាទៀងទាត់ដើម្បីពិភាក្សាអំពីអ្វីៗដែលពួកគេចង់ធ្វើ។ ពួកគេព្រមព្រៀងលើបរិមាណផលិតកម្ម និងកាលបរិច្ឆេទប្រមូលផលដើម្បីធានានូវការផ្គត់ផ្គង់ជាប្រចាំទៅកាន់ទីផ្សារក្នុងខេត្ត។ គាត់មានប្រសាសន៍ថា "ការជួញដូរនៅជិតគឺប្រសើរជាងការជួញដូរនៅឆ្ងាយ" ដូច្នេះគាត់ និងក្រុមសមាជិករបស់គាត់ពេញចិត្តសហការជាមួយអាជីវករក្នុងមូលដ្ឋានដែលពួកគេទុកចិត្ត ក្នុងនោះអាជីវករមួយចំនួនពួកគេបានជួបតាមរយៈឈេន។ ពួកគេក៏បានទិញជាក្រុមពីអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម៖

"ពីមុនពួកយើងទិញគ្រាប់ពូជក្នុងបរិមាណតិចតួច ប៉ុន្តែឥឡូវពួកយើងបានសួរនាំគ្នាមុនពេលបញ្ជាទិញអ្វីៗ។ យើងអាចទិញគ្រាប់ពូជជាកញ្ចប់ធំជាងពីមុន និងទទួលបានតម្លៃធូរថ្លៃជាជាងទិញម្នាក់ៗ ហើយយើងអាចបែងចែកធាតុចូលទាំងនោះក្នុងចំណោមគ្នាយើងបានយ៉ាងងាយស្រួល។"

អាជីវករទិញបន្លែ

អ្នកស្រី វ៉ាត់ សុភាព គឺជាអាជីវករប្រមូលទិញបន្លែនៅក្នុងខេត្តឧត្តរមានជ័យ និង ទាក់ទងជាទៀងទាត់ ជាមួយក្រុមកសិករមួយចំនួនដែលគាំទ្រដោយគម្រោង។ ទំនាក់ទំនងទាំងនេះបានចាប់ផ្តើមនៅក្នុងកិច្ចប្រជុំផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មរបស់គម្រោងឈេន នៅអំឡុងពេលដែលក្រុមកសិករ អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម និង អាជីវករ អង្គុយជុំគ្នាបង្កើតផែនការដាំដុះ និងផែនការអាជីវកម្ម។ គាត់មានប្រសាសន៍ថា “ចំណុចចាប់ផ្តើម ខ្ញុំបានសួរកសិករគ្រប់គ្នាអំពីដំណើរការផលិតកម្ម ថាតើពួកគេផលិតអ្វី នរណាកំពុងចាប់ផ្តើមរៀបចំដីដាំដុះ ហើយធ្វើអ្វីបន្តទៀត។ ” បច្ចុប្បន្ន ខ្ញុំរៀបចំកាលវិភាគទៅតាមមុខបន្លែ ទៅតាមពេលវេលាដែលខ្ញុំត្រូវការ ហើយខ្ញុំពិភាក្សាវាជាមួយក្រុមកសិករផលិតនីមួយៗដោយក្តីស្មោះត្រង់។ នេះគឺជាវិធីដែលខ្ញុំប្រាកដថា នឹងមានបន្លែគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ប្រមូលទិញជាប្រចាំ។ ក្រុមកសិករបានមើលឃើញគុណសម្បត្តិនៃការសហការណ៍ជាមួយអ្នកស្រី សុភាព និងបានលើកឡើងថា៖

“យើងផ្លាស់ប្តូរគំនិតគ្នាក្នុងអំឡុងពេលកិច្ចប្រជុំនានា ហើយអ្នកស្រីសុភាពបានជួយក្រុមពួកយើងក្នុងការសម្រេចថាដំណាំអ្វីដែលយើងគួរដាំ ដូច្នេះពួកយើងមិនដាំជាន់គ្នាក្នុងពេលតែមួយ។ យើងទាំងអស់គ្នាលក់បន្លែទៅកាន់អ្នកស្រីពីព្រោះគាត់តែងតែមកចូលរួមប្រជុំពិភាក្សាជាមួយពួកយើង។ ”

អាជីវករទិញបន្លែ

អ្នកស្រី យស់ សុធីតា អាយុ ៣៥ឆ្នាំ ជាម្តាយដែលមានកូនពីរនាក់ និងរស់នៅក្នុងក្រុងស្ទឹងត្រែង។ រយៈពេលពីរបីឆ្នាំមុន អ្នកស្រីជាគ្រូបង្រៀន ប៉ុន្តែគាត់ត្រូវបានជំរុញទឹកចិត្តពីអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មម្នាក់ទៀតអោយបង្កើតតូបលក់ដូរមួយ។ តាមរយៈការចូលរួមកិច្ចប្រជុំផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មរបស់គម្រោងឈេន អ្នកស្រីបានរៀនសូត្រ និងបានយល់ដឹងនូវអ្វីជាតម្រូវការរបស់កសិករ និងធាតុចូលអ្វីខ្លះដែលត្រូវលក់ ហើយគាត់បានផ្លាស់ប្តូរបទពិសោធន៍ និងទំនាក់ទំនងលម្អិតជាមួយកសិករជាច្រើន។

“ខ្ញុំបានលក់សម្ភារ និងឧបករណ៍ជាច្រើនរួចមកហើយ ប៉ុន្តែពេលចូលរួមជាមួយគម្រោងឈេន នាងខ្ញុំទទួលបានជោគជ័យខ្ពស់បំផុតពេញមួយឆ្នាំ ជាចំបងកសិករជាច្រើនស្គាល់ខ្ញុំតាមរយៈឈេនតាំងពីឈេនបានចូលមកដល់ទីនេះ ហើយកសិករជាច្រើនកំពុងដាំដុះបន្លែ ដូច្នេះខ្ញុំមានអតិថិជនជាច្រើន។ ”

អ្នកស្រីធីតាបច្ចុប្បន្នធ្វើការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយបណ្តាញរបស់ក្រុមហ៊ុនជាច្រើនដែលមាននៅក្នុងតំបន់ ដូចជាក្រុមហ៊ុនគ្រាប់ពូជអ៊ីសវេស អង្គរហ្វ្រេីន និងឥន្ទ្រីបៃតង ដែលអ្នកស្រីអាចរកបានប្រភពធាតុចូលកសិកម្មច្រើនប្រភេទ រួមមានប្រព័ន្ធស្រោចស្រព គ្រាប់ពូជ ជីកសិកម្ម ថ្នាំសម្លាប់សត្វល្អិត សំណាញ់ទ្រើង កៅស៊ូគ្របរង និងថាសបណ្តុះកូន។

បុគ្គលិកដៃគូ និងអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម

កញ្ញា សូរ ចន្ថា ជាបុគ្គលិកមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ខេត្តស្ទឹងត្រែង បានក្លាយជាអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មតាំងពីគម្រោងឈេនវគ្គ១ និងជារឿយៗបានចែករំលែកចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍របស់គាត់ ជាមួយអ្នកសម្របសម្រួលដទៃទៀត។ កញ្ញាបានបញ្ជាក់ថាគាត់បានចូលរួមនៅក្នុងគម្រោងអភិវឌ្ឍន៍មួយចំនួនទៀតដែលផ្តោតចំបងលើផលិតកម្មដំណាំ និងទ្រឹស្តីកសិកម្ម ដោយមិនបានផ្តល់ឱកាសរៀនសូត្រអនុវត្តជាក់ស្តែងទេ។ បទពិសោធន៍របស់គាត់ជាមួយគម្រោងឈេន គឺមានភាពខុសគ្នាយ៉ាងច្រើន។ វិធីសាស្រ្តអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម បានផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលតាមរយៈការអនុវត្តជាក់ស្តែងក្នុងការរៀបចំផែនការផលិត-កម្មរួមគ្នាជាមួយក្រុមកសិករ និងការចរចាសម្របសម្រួលអាជីវកម្មជាមួយតួអង្គទីផ្សារផ្សេងៗជាច្រើន។

ចន្ថាបានលើកឡើងថា *“ការងាររបស់ខ្ញុំជាអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម បានទទួលប្រយោជន៍មិនត្រឹមតែកសិករដែលខ្ញុំសហការជាមួយនោះទេ ប៉ុន្តែក៏បានអភិវឌ្ឍជំនាញផ្ទាល់ខ្លួនផងដែរ។”* ហេតុដូច្នេះហើយ កញ្ញាបានបញ្ចូលគំនិតអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មចូលទៅក្នុងការអនុវត្តសកម្មភាពការងាររបស់គាត់នៅឯមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ។ កញ្ញាបានបន្ថែមទៀតថា *“ពាក្យថា អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម បានក្លាយជាពាក្យដែលពេញនិយមក្នុងចំណោមសហគមន៍កសិកម្មកម្ពុជាជាច្រើន។”*

៤. ជំហាននៃអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម

តារាងខាងក្រោម បង្ហាញជាសង្ខេបនូវវិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មទាំង៨ជំហាន ដោយមានបញ្ចូលគោលបំណង និងលទ្ធផលនៃជំហាននីមួយៗ៖

	ជំហានវិធីសាស្ត្រ	គោលបំណង	លទ្ធផល
១	ប្រមូលព័ត៌មានទីផ្សារ	យល់ដឹងតម្រូវការទីផ្សារនៅក្នុងតំបន់គោលដៅរបស់គម្រោង រួមមានកត្តាមួយចំនួនដូចជា ទំហំ តម្លៃ គុណភាព ពូជ និងរដូវកាលដាំដុះ។	• ការសិក្សាទីផ្សារ
២	ការវិភាគព័ត៌មានទីផ្សារ	យល់ដឹងភាពខុសគ្នារវាងតម្រូវការទីផ្សារ និងការផ្គត់ផ្គង់ រួមមាន ទាំងផលិតកម្មលើសតម្រូវការទីផ្សារ ទាំងកង្វះផលិតកម្ម។ បង្កើតបញ្ជី "ដំណាំសំខាន់ៗ" (Top Crops) សម្រាប់តំបន់របស់គម្រោង ដោយការបែងចែកតាមភូមិសាស្ត្រ។[១]	• ការប្រៀបធៀប តម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ • បញ្ជី "ដំណាំសំខាន់ៗ"
៣	រៀបចំកិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ[២]	កំណត់វិធីប្រសើរបំផុតដើម្បីសម្របសម្រួលក្រុមកសិករពិនិត្យព័ត៌មានទីផ្សារ និងសម្រេចចិត្តលើផែនការផលិតកម្មជាក្រុម និងផែនការអាជីវកម្ម (ទាំងជាបុគ្គល និងជាក្រុម)។	• សៀវភៅមគ្គុទេ្ទសក៍ការសម្របសម្រួលធ្វើផែនការក្រុមកសិករ • សម្ភារជំនួយដើម្បីចែករំលែកព័ត៌មានទីផ្សារ • គំរូផែនការផលិតកម្ម • គំរូផែនការអាជិវកម្ម
៤	ផ្គូផ្គងកសិករ ជាមួយទីផ្សារ	ណែនាំកសិករទៅកាន់ទីផ្សារនានា និងបង្ហាញពួកគេ អោយស្វែងយល់អំពីគំរូអាជីវកម្មផ្សេងៗគ្នា និងទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មទាំងនោះ។	• ទស្សនកិច្ចទៅកាន់ក្រុមហ៊ុនប្រមូលទិញបន្លែ • ការពិភាក្សាបឋម ជាមួយតួអង្គទីផ្សារ
៥	អនុវត្តន៍កិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ	បង្ហាញព័ត៌មានទីផ្សារទៅកាន់កសិករនៅក្នុងក្រុមដែលបានបង្កើត និងសម្របសម្រួលដំណើរការតាមរយៈកសិករដែលយល់ព្រមលើការរៀបចំផែនការផលិតកម្មរួមគ្នា និងផែនការអាជីវកម្មជាក្រុម និងជាបុគ្គលដែលពាក់ព័ន្ធ។	• ផែនការផលិតកម្មក្រុមកសិករ • ផែនការអាជីវកម្មជាក្រុម និងជាបុគ្គល
៦	សម្របសម្រួលផែនការផលិតកម្ម	ធានាថាក្រុមកសិករដាំដុះដំណាំអ្វីដែលទីផ្សារត្រូវការ	• ផែនការផលិតកម្មក្រុមកសិករ
៧	សម្របសម្រួលកិច្ចព្រមព្រៀង	សម្របសម្រួលកិច្ចព្រមព្រៀង ផ្លូវការ និងក្រៅផ្លូវការ រវាងក្រុមកសិករ និងតួអង្គទីផ្សារនានា រួមមានអាជិវករ និងអ្នកលក់ចូលកសិកម្មបញ្ចូលតួអង្គទីផ្សារនៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងសហវិនិយោគដើម្បីកាត់បន្ថយហានិភ័យ ហើយជំរុញការវិនិយោគតាមខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់។។	• កិច្ចព្រមព្រៀង (ផ្លូវការ និងមិនផ្លូវការ) រវាងកសិករ និងតួអង្គទីផ្សារដទៃទៀត • ការពិភាក្សាបឋម ជាមួយតួអង្គទីផ្សារ
៨	តាមដាន	ផ្តល់ការគាំទ្របន្ថែម និងវិភាគ ដោះស្រាយបញ្ហាក្រុមកសិករ និងតួអង្គទីផ្សារដទៃទៀត ដោយផ្សារភ្ជាប់ក្នុងទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មជាមួយក្រុមកសិករ។	• របាយការណ៍វឌ្ឍនភាពក្រុមកសិករ • របាយការណ៍វឌ្ឍនភាព កិច្ចព្រមព្រៀង និង សហវិនិយោគ

[១] "ដំណាំសំខាន់ៗ" សំដៅលើដំណាំដែលមានតម្រូវការខ្ពស់ហើយសមស្របសម្រាប់កសិករផលិត។

[២] ដំណើរការ បង្កើតក្រុមកសិករ និងដំណើរការធ្វើការជាមួយពួកគេតាមពេលវេលា ត្រូវបានគ្របដណ្តប់នៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍របស់គម្រោងឈេនដទៃទៀត។

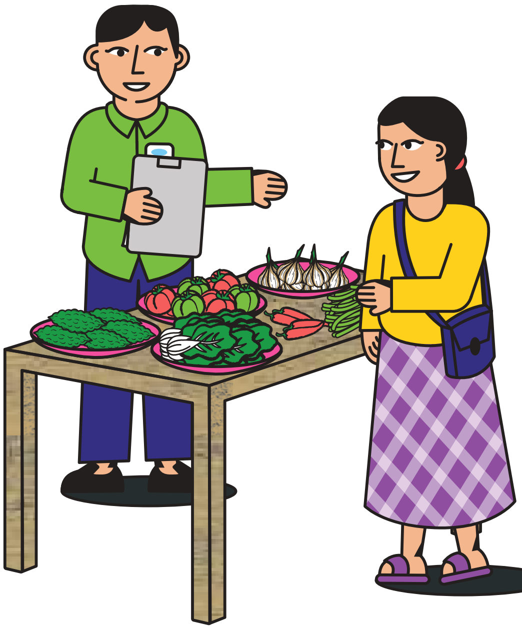
[៣] ផែនការផលិតកម្ម គឺជាផែនការក្រុម ដែលចង្អុលបង្ហាញថាកសិករមួយណាត្រូវដាំដំណាំមួយណា ហើយដាំនៅពេលណា ដោយរួមបញ្ចូលទំហំដីប៉ុណ្ណាត្រូវបែងចែកដាំដំណាំនីមួយៗ។ ផែនការអាជីវកម្មគ្របដណ្តប់ការវិនិយោគ និងហិរញ្ញវត្ថុ និងអាចជាបុគ្គលក៏បាន (ឧទាហរណ៍៖ កសិករម្នាក់វិនិយោគលើប្រព័ន្ធស្រោចស្រព) ឬជាក្រុមក៏បាន (ឧទាហរណ៍៖ កសិករមួយក្រុមទិញធាតុចូលជាកញ្ចប់រួមគ្នា ដើម្បីទទួលបានតម្លៃធូរថ្លៃ)។

៥. សេចក្តីណែនាំជាជំហាន។

៥.១ ប្រមូលព័ត៌មានទីផ្សារ

ការយល់ដឹងតម្រូវការនៅក្នុងតំបន់គោលដៅរបស់គម្រោង គឺជាការចាំបាច់សម្រាប់គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍ពាណិជ្ជកម្មនានា។

- តើទីផ្សារមូលដ្ឋានមានដំណើរការយ៉ាងដូចម្តេច ?
- តើអ្វីទៅជាភាពបរាជ័យរបស់ពួកគេ ?
- តើព័ត៌មានទីផ្សារបច្ចុប្បន្នដែលពឹងពាក់បាន អាចបញ្ជ្រាបទៅដល់គ្រប់តួអង្គនៅតាមខ្សែច្រវាក់តម្លៃដោយរបៀបណា ?
- តើកសិករអាចទទួលព័ត៌មានតម្រូវការបានសុក្រិតយ៉ាងដូចម្តេច (ដូចជា៖ ទំហំ ប្រភេទ តម្លៃ និង រដូវកាលនៃតម្រូវការ) ?



ខណៈពេលមានមធ្យោបាយមួយចំនួនក្នុងការស្វែងរកព័ត៌មានទាំងនេះ គម្រោងឈេនសូមណែនាំថា អ្នកត្រូវបណ្តុះបណ្តាលក្រុមការងាររបស់អ្នកដើម្បីប្រមូលព័ត៌មានទាំងនោះ តាមរយៈទៅជួប និងសម្ភាសន៍អាជីវករដោយផ្ទាល់នៅលើទីផ្សារ។ គោលបំណងសម្រាប់ក្រុមគឺស្វែងយល់តម្រូវការទីផ្សារអោយបានប្រសើរ និងបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកទិញនៅឯទីផ្សារទាំងនោះ។[៤]

ដើម្បីចងក្រងព័ត៌មានទាំងនេះ ក្រុមការងាររបស់អ្នកចាំបាច់ត្រូវសួរអាជីវករអំពីបន្លែ ដែលអ្នកទិញមានតម្រូវការខ្ពស់បំផុត ហើយអាចផលិតបានដោយកសិករ និងទទួលបានផលចំណេញប្រសើរ។ ការស្ទង់មតិទាំងនេះ គួរត្រូវបានអនុវត្តន៍មុនពេលរដូវកាលដាំដុះនីមួយៗ (អាស្រ័យទៅតាមមុខដំណាំ និង/ឬ ទីតាំង) ដើម្បីស្វែងយល់តម្រូវការបន្លែដែលអ្នកទិញរំពឹងទុក។ ក្រុមការងារគម្រោងឈេន បានអនុវត្តន៍ការស្ទង់មតិតួអង្គទីផ្សារពីរដងក្នុងមួយឆ្នាំ គឺនៅក្នុងខែមិថុនា និងខែធ្នូ។ ការស្ទង់មតិជាញឹកញាប់ នឹងផ្តល់ព័ត៌មានជូនអ្នកកាន់តែសុក្រិត ប៉ុន្តែបើស្ទង់មតិញឹកញាប់ពេក អាចមានភាពពិបាកសម្រាប់ក្រុមក្នុងការគ្រប់គ្រង និងអាចជាបន្ទុករំខានដល់អាជីវករ។ គម្រោងឈេន សូមស្នើអោយធ្វើការស្ទង់មតិជាគំរូតំណាងអាជីវករបន្លែ ដើម្បីប្រមូលការស្វែងយល់ជាក់លាក់នូវតម្រូវការបន្លែមូលដ្ឋាន ដោយធ្វើការរួមបញ្ចូលអាជីវករខ្នាតតូច មធ្យម និងខ្នាតធំ ទាំងអ្នកលក់ដុំ និងអ្នកលក់រាយ។[៥]

ការស្ទង់មតិអាជីវករ នឹងផ្តល់អោយក្រុមការងាររបស់អ្នកនូវព័ត៌មានផ្នែកតម្រូវការទីផ្សារ គឺបរិមាណបន្លែដែលអាជីវករមានបំណងទិញពីកសិករ។ ជាងនេះទៅទៀត អ្នកនឹងត្រូវការចាំបាច់នូវព័ត៌មានផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ គឺព័ត៌មានអំពីបន្លែដែលត្រូវផលិតដោយកសិករ រួមមានមុខដំណាំ និងពូជអ្វីដែលពួកគេត្រូវជ្រើសរើសនៅពេលពួកគេចាប់ផ្តើមដាំ និងប្រមូលផល ព្រមទាំងទំហំបរិមាណដែលពួកគេមានបំណងផលិត។

> ព័ត៌មានទាំងនេះអាចរកបានពីទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ (ឧទាហរណ៍៖ មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទដែលពាក់ព័ន្ធ)។ ប្រសិនបើមិនមាន អ្នកប្រហែលត្រូវធ្វើការស្ទង់មតិកសិករនៅតំបន់គោលដៅដោយផ្ទាល់។

នៅពេលស្ទង់មតិអាជីវករ ព្យាយាមទទួលអោយបាននូវការព្យាករណ៍ដោយការសួរសំណួរឆ្ពោះទៅមុខ ដូចជា “តើអ្នកគិតថាអ្វីដែលអ្នកនឹងចាំបាច់ត្រូវទិញពីកសិករនៅរដូវកាលនេះ?” ចំណែកនៅពេលស្ទង់មតិកសិករ អ្នកត្រូវសួរសំណួរថយក្រោយដោយផ្អែកលើការចងចាំរបស់ពួកគេដូចជា “តើអ្នកដាំអ្វីឆ្នាំមុនក្នុងអំឡុងពេលរដូវកាលនេះ?”

[៤] ទោះបីយើងផ្តល់អនុសាសន៍ថា ក្រុមការងាររបស់គួរអនុវត្តការស្ទង់មតិដោយផ្ទាល់ អ្នកប្រហែលជាអាចជ្រើសរើសវិធីជួលក្រុមការងារពីខាងក្រៅ ដើម្បីអនុវត្តការសិក្សាទីផ្សារជំនួសអ្នក។ ប្រសិនអ្នកធ្វើដូច្នេះ ការសិក្សាទីផ្សារគួរប្រមូលទាំងព័ត៌មានតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់។ សូមមើលផ្នែក ៥.២។

[៥] អាជីវករលក់ដុំបន្លែលក់ទៅកាន់អាជីវករដទៃទៀត ខណៈដែលអាជីវករលក់រាយលក់បន្តផ្ទាល់ទៅកាន់អ្នកបរិភោគ។ អាជីវករមួយចំនួនដើរតួនាទីទាំងពីរ។

ខាងក្រោមជាជំហានដែលអាចអនុវត្តន៍តាមបានដើម្បីប្រមូលព័ត៌មានទីផ្សារ។ ជំហានទាំងនេះអនុវត្តន៍បានទាំងពីរគឺ ព័ត៌មានផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ និងតម្រូវការទីផ្សារ៖

១. ធ្វើការជាក្រុម ពិភាក្សា និងព្រមព្រៀងលើគោលបំណងជាក់លាក់សម្រាប់ការស្ទង់មតិ។ វិធីនេះនឹងជួយអ្នកកំណត់វិធីសាស្ត្រស្ទង់មតិត្រឹមត្រូវ រួមមានវិធីជ្រើសរើសសំណាក ទំហំសំណាកជ្រើសរើស និងបញ្ជីសំណួរ។

២. ផ្ទេរការងារទៅសមាជិកក្រុមការងារម្នាក់ ឬច្រើននាក់ដើម្បីបង្កើតវិធីសាស្ត្រស្ទង់មតិ។ (សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធទី១ ទី២ និងទី៣ សម្រាប់ឧទាហរណ៍នៃវិធីសាស្ត្រ ការប៉ាន់ស្មានទំហំសំណាកជ្រើសរើស និងបញ្ជីសំណួរស្ទង់មតិ។)

៣. បណ្តុះបណ្តាលក្រុមការងារលើវិធីសាស្ត្រ និងបញ្ជីសំណួរស្ទង់មតិដោយដើរតួសម្តែង។

៤. អនុវត្តការស្ទង់មតិ ទៅតាមវិធីសាស្ត្រដែលបានជ្រើសរើសកាន់តែឆាប់កាន់តែប្រសើរ។

៥. បញ្ចូលទិន្នន័យទៅក្នុងតារាងឌីជីថលដូចជា តារាង Excel និង Google ។ បញ្ចូលទិន្នន័យទាំងនេះអោយបានឆាប់បន្ទាប់ពីប្រមូលបាន ខណៈដែលការចងចាំរបស់អ្នកស្ទង់មតិនៅចាំបានល្អ ព្រមទាំងអាចឆ្លើយនូវសំណួរតាមដាននានាអំពីទិន្នន័យ។

ព័ត៌មានជំនួយ

១. អាជីវករជាធម្មតារវល់ និងប្រហែលជាមិនមានពេលច្រើនឆ្លើយនូវសំណួរស្ទង់មតិវែងនោះទេ ដូច្នេះត្រូវរក្សាសំណួរកាន់តែខ្លីកាន់តែប្រសើរ។ អ្នកអាចពិចារណាធ្វើការស្ទង់មតិនៅពេលដែលអាជីវករមិនសូវរវល់ ហើយបត់បែនទៅតាមកាលៈទេសៈ។

២. ជាដំបូងអ្នកគួរធ្វើតេស្តលើបញ្ជីសំណួរស្ទង់មតិទៅកាន់អាជីវករក្នុងចំនួនតិចតួចសិន បន្ទាប់មកកែតម្រូវលើការស្ទង់មតិនេះមុនពេលប្រើប្រាស់ទូលំទូលាយទៅកាន់ទំហំសំណាកគំរូដែលបានកំណត់ទាំងអស់។

៣. អាជីវករមួយចំនួនមិននៅមួយកន្លែងទេ ដោយរវល់លក់នៅទីតាំងច្រើន (ដែលខុសពីតូបថេរនៅក្នុងផ្សារ)។ ដើម្បីសម្ភាសន៍អាជិវករទាំងនេះ ក្រុមការងារប្រហែលជាចាំបាច់គួរធ្វើការណាត់ទុកជាមុន។

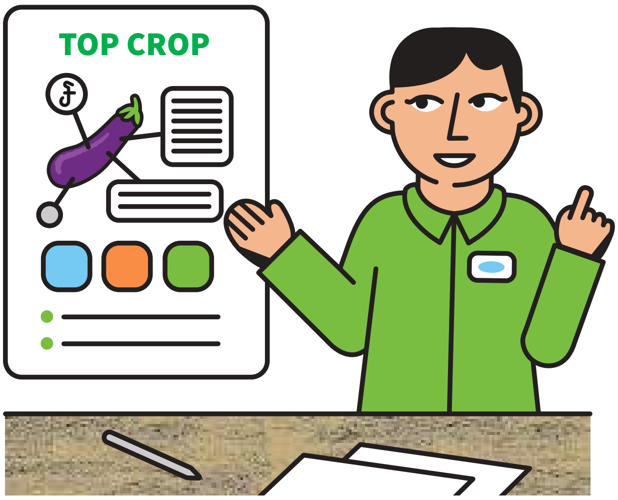
៤. ការប្រមូលព័ត៌មានទីផ្សារពីអាជីវករ គឺជាជំហានដំបូងដែលល្អដើម្បីធ្វើការជាមួយកសិករក្នុងការសម្រេចចិត្តផលិតផ្អែកទៅលើទីផ្សារ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ យូរៗទៅ វាមាននិរន្តរភាពជាងការផ្សារភ្ជាប់កសិករជាមួយអាជីវករដោយផ្ទាល់ ដូច្នេះពួកគេអាចតាមដានតម្រូវការទីផ្សារដោយឯករាជ្យជាមួយបុគ្គលិកគម្រោង។

៥. សួរទៅកាន់អាជីវករ ថាតើពួកគេមានចំណាប់អារម្មណ៍ចែករំលែកពត៌មានឬលេខទំនាក់ទំនងផ្ទាល់ខ្លួនជាមួយកសិករ ឬអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មដទៃទៀតឬទេ។ បង្កើតមូលដ្ឋានទិន្នន័យ (database) ព័ត៌មានអាជីវករដែលប្រហែលជាមានប្រយោជន៍សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍបណ្តុំអាជីវកម្មនៅពេលក្រោយ។

៥.២ វិភាគព័ត៌មានទីផ្សារ

ប្រសិនក្រុមការងារអ្នកបានប្រមូលព័ត៌មានទីផ្សារតាមរយៈបញ្ជីសំណួរស្ទង់មតិគ្រប់ជ្រុងជ្រោយហើយ អ្នកចាំបាច់ត្រូវធ្វើការវិភាគ និងសម្រេចថាតើត្រូវបង្ហាញទៅកសិករយ៉ាងដូចម្តេច។

គោលបំណងនៃការវិភាគគឺ (១) ជួយក្រុមការងារអ្នកអោយយល់អំពីទីផ្សារដែលអ្នកកំពុងធ្វើការនៅទីនោះ និង (២) ជួយកសិករអោយយល់អំពីទីផ្សារ និងសម្រេចចិត្តបានប្រសើរថាតើមុខដំណាំអ្វីដែលត្រូវដាំ ក្នុងបរិមាណប៉ុណ្ណា និងនៅពេលណា។



សម្រាប់ជំហានបន្ទាប់ គម្រោងឈេនណែនាំអោយមានការគិតគូរលើមុខដំណាំសំខាន់ៗ គឺជាភាពចាំបាច់ និងមានសារៈប្រយោជន៍ខ្លាំង។ ដំណាំសំខាន់ៗ អាចត្រូវបានកំណត់ជាដំណាំដែលមានតម្រូវការខ្ពស់ ហើយសមប្រកបសម្រាប់កសិករក្នុងការផលិត។ ការកំណត់អត្តសញ្ញាណដំណាំសំខាន់ៗ អាចគិតពិចារណាលើកត្តាបន្ថែមដូចជា តម្លៃលក់ ថ្លៃដើម និងភាពងាយស្រួលក្នុងផលិតកម្ម តម្លៃអាហារូបត្ថម្ភ និងជាយុទ្ធសាស្ត្រកសិកម្មអាទិភាពរបស់រដ្ឋាភិបាល។

ជាការប្រសើរ ការវិភាគគួរត្រូវបានអនុវត្តដោយក្រុមការងារគម្រោង ប៉ុន្តែអាស្រ័យលើពេលវេលា និងធនធានមនុស្សដែលមានស្រាប់ គម្រោងប្រហែលមានជម្រើសជួលទីប្រឹក្សាពីខាងក្រៅ។ លទ្ធផលនៃការវិភាគ អាចបោះពុម្ពផ្សាយ និងអាចបង្ហាញជាកាតព័ត៌មានមួយសម្រាប់កសិករ រួមមាន តម្លៃប៉ាន់ស្មានក្នុងមួយមុខដំណាំ បរិមាណតម្រូវការរបស់អាជីវករក្នុងមួយមុខដំណាំ បរិមាណផ្គត់ផ្គង់របស់ក្រុមកសិករក្នុងមួយមុខដំណាំ តំបន់ដាំដុះដំណាំ និងកសិករសកម្មក្នុងមួយមុខបន្លែ ព្រមទាំងតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់ក្នុងមួយមុខបន្លែផងដែរ។

គម្រោងឈេនផ្តល់យោបល់នូវជំហានដូចខាងក្រោមដើម្បីវិភាគព័ត៌មានទីផ្សារ៖

១. ធ្វើការកំណត់ថាតើព័ត៌មានសំខាន់អ្វីខ្លះដែលអ្នកចង់បង្ហាញទៅកសិករ។ គម្រោងឈេនផ្តល់យោបល់អោយបង្ហាញតែព័ត៌មានដំណាំសំខាន់ៗដែលពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីកាត់បន្ថយព័ត៌មានច្រើនពេកនៅពេលត្រូវពិភាក្សា។

២. សម្រេចចិត្តអំពីវិធីត្រូវបង្ហាញព័ត៌មានទៅកសិករ និងរៀបចំសម្ភារជំនួយការមើលដែលត្រូវគ្នានឹងព័ត៌មាន។ វិធីនេះអាចបញ្ចូលព័ត៌មានសរសេរដោយដៃនៅលើក្រដាសផ្ទាំងធំ ព្រីនផ្ទាំងរូបភាពដែលពាក់ព័ន្ធ ឬឯកសារចែកជូនតូចៗសម្រាប់ម្នាក់ៗ។

៣. ធ្វើការជាក្រុម ពិភាក្សាអំពីមុខដំណាំដែលពួកគេបានដាំកាលពីឆ្នាំមុន និងខែអាចបន្លែជន់ប្រសិនបើកសិករសម្រេចចិត្តដាំដុះដំណាំដូចគ្នា។ ការជន់គឺនៅពេលដែលការផ្គត់ផ្គង់បន្លែលើសពីតម្រូវការទីផ្សារ។ វាមានសារៈសំខាន់ ក្នុងការផ្តល់ដំបូន្មានទៅកសិករអំពីការជន់នេះ និងពិភាក្សាជម្រើសផែនការផលិតកម្មជាមួយពួកគេ។

៤. ធ្វើការជាក្រុម ពិភាក្សាអំពីមុខដំណាំ និងខែដែលទំនងអាចជួបប្រទះនឹងការខ្វះខាត។ ការខ្វះខាត គឺនៅពេលការផ្គត់ផ្គង់បន្លែមិនគ្រប់គ្រាន់ទៅតាមតម្រូវការទីផ្សារ។ វាមានសារៈសំខាន់ក្នុងការជូនដំណឹងទៅកសិករអំពីកង្វះខាតបន្លែនេះ និងបង្ហាញនូវឱកាសអោយពួកគេដាំដំណាំមួយមុខក្នុងបរិមាណច្រើន ឬពួកគេផ្លាស់ប្តូរពេលវេលាផលិតកម្មដើម្បីបំពេញតម្រូវការទីផ្សារ។

សូមមើល**ឧបសម្ព័ន្ធ៤** សម្រាប់ឧទាហរណ៍នៃលទ្ធផលការវិភាគទីផ្សារ។

ព័ត៌មានជំនួយ

១. នៅពេលបង្ហាញព័ត៌មានទៅកសិករ សូមគិតដល់កម្រិតសមត្ថភាពចំណេះដឹង និងការគណនាតួលេខរបស់កសិករ។ ប្រសិនបើកសិករមួយចំនួនមិនអាចអាន និងសរសេរ ត្រូវជ្រើសរើសការបង្ហាញដែលអាចមើលឃើញដោយធ្វើជាក្រាហ្វមានព៌ណចម្រុះដើម្បីទំនាក់ទំនងព័ត៌មានសំខាន់ៗ។

២. បញ្ជីព័ត៌មានដូចជា តារាង Excel និង Google ផ្តល់ជម្រើសដើម្បីជំនួយការពិនិត្យមើលទិន្នន័យ (ឧទាហរណ៍៖ តារាង (chart) និង ក្រាហ្វជាដើម) ដែលនឹងអាចជួយក្រុមការងារអ្នកក្នុងការវិភាគព័ត៌មានទីផ្សារ។ យ៉ាងណាក៏ដោយ គម្រោងឈេនសូមផ្តល់យោបល់យ៉ាងមុតមាំថា អ្នកត្រូវធ្វើការជាមួយអ្នកជំនាញដើម្បីបង្កើតប្រព័ន្ធជំនួយការពិនិត្យមើលទិន្នន័យ។ ជាការសាកសមប្រព័ន្ធនឹងអនុញ្ញាតអោយអ្នកកែតម្រូវលើជំនួយការពិនិត្យមើលទិន្នន័យផ្អែកលើកត្តាមួយចំនួនដូចជា ឆ្នាំ រដូវកាល មុខដំណាំ ខេត្ត ស្រុក និងភូមិ។

៣. គម្រោងឈេនបានប្រើប្រាស់កម្មវិធី powerful software មានឈ្មោះថា Power BI ដើម្បីវិភាគ និងពិនិត្យមើលទិន្នន័យសម្រាប់ទាំងការរៀនសូត្រខាងក្នុង និងការចែកចាយទៅខាងក្រៅទៅកាន់កសិករនិងភាគីពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ។ មានកម្មវិធីជាច្រើនទៀតដែលសមរម្យសម្រាប់គោលបំណងនេះ ប៉ុន្តែយើងផ្តល់យោបល់ថាអ្នកគួរជ្រើសរើសតែមួយដែលអាបញ្ចូលជាមួយប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃរបស់អ្នកបាន (M&E) ដើម្បីងាយស្រួលធ្វើរបាយការណ៍ទៅម្ចាស់ជំនួយ។

៤. តម្លៃបន្លែមានការផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងឆាប់រហ័ស ដូច្នេះវាមានភាពលំបាកក្នុងការព្យាករណ៍តម្លៃទិញក្នុង១គីឡូក្រាមនៅលើទីផ្សារជាមុន។ ប៉ុន្តែ យើងអាចសួរទៅអាជីវករដោយផ្ទាល់ថាតើតម្លៃទិញនៃមុខបន្លែនៅក្នុងខែនីមួយៗ “ថ្លៃ” “មធ្យម” ឬ “ចុះថោក”។ ព័ត៌មានសាមញ្ញបែបនេះក៏អាចផ្តល់ការយល់ដឹងដល់កសិករបានប្រសើរផងដែរ អំពីពេលវេលាណាមួយដែលពួកគេអាចរំពឹងបានតម្លៃខ្ពស់សម្រាប់បន្លែជាក់លាក់។

៥.៣ រៀបចំកិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ

នៅកិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករពេលបន្ទាប់ទៀត អ្នកនឹងបង្ហាញព័ត៌មានទីផ្សារដែលអ្នកប្រមូលបាន និងបានវិភាគតម្រូវការ ការផ្គត់ផ្គង់ ភាពជន់ និងភាពខ្វះខាតនៃបន្លែ ព្រមទាំងការងារជាក្រុមដើម្បីកំណត់នូវផែនការផលិតកម្មសម្រាប់រដូវកាលខាងមុខ។ អ្នកនឹងចូលរួមជាមួយកសិករក្នុងការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មផងដែរសម្រាប់ការវិនិយោគទៅលើបច្ចេកវិទ្យា និងការកាត់បន្ថយហានិភ័យ។

ជំហានជាអនុសាសន៍ត្រូវបានផ្តល់ដូចខាងក្រោម៖

១. ធ្វើការងារជាក្រុម ពិភាក្សា និងព្រមព្រៀងលើគោលបំណងនៃកិច្ចប្រជុំ។ នៅពេលគោលបំណងទាំងនោះត្រូវបានព្រមព្រៀងភ្លាម រៀបចំរបៀបវារៈកិច្ចប្រជុំដែលរំពឹងថានឹងអាចសម្រេចបាន។ សូមមើល**ឧបសម្ព័ន្ធ៥** សម្រាប់គំរូរបៀបវារៈនៃកិច្ចប្រជុំ។

២. សម្រាប់ចំណុចនីមួយៗក្នុងរបៀបវារៈ ត្រូវសម្រេចកំណត់ពេលវេលាដែលគួរចំណាយ នរណាជាអ្នកសម្របសម្រួល ជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រប្រជុំបែបណាដែលប្រសើរបំផុត ហើយថាតើសម្ភារអ្វីខ្លះដែលចាំបាច់។ “វិធីសាស្ត្រប្រជុំ” ប្រហែលជាការដាក់បញ្ចូលគ្នានៃបទបង្ហាញ ការពិភាក្សាក្រុមតូច និងល្បែងកំសាន្ត។ ចំណែក “សម្ភារ” មានដូចជាផ្ទាំងរូបភាព ឯកសារចែកជូន ក្រដាសផ្ទាំងធំ ហ្វឺត ស្កត់ ប៊ិក សៀវភៅកត់ត្រា ទឹក និងអាហារសម្រន់។

៣. បណ្តុះបណ្តាលក្រុមការងារអ្នកអំពីរបៀបអនុវត្តន៍កិច្ចប្រជុំរៀបចំផែនការអាជីវកម្មកសិករ ដោយបង្កើតជាការដើរតួសម្តែងដែលសិក្ខាកាមម្នាក់ដើរតួនាទីជាអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម និងសមាជិកក្រុមដទៃទៀតដើរតួជាក្រុមកសិករ។ សូមមើល**ឧបសម្ព័ន្ធ៦** សម្រាប់ការណែនាំរបៀបដើរតួសម្តែង។

៤. ប្រសិនបើកសិករត្រូវបានស្នើសុំអោយអនុវត្តការរៀបចំធ្វើផែនការផលិតកម្ម និង/ឬផែនការអាជីវកម្មក្នុងអំឡុងពេលនៃកិច្ចប្រជុំ អ្នកគួរត្រូវរៀបចំគំរូឯកសារដែលចាំបាច់មុនពេលកិច្ចប្រជុំ។ សូមមើល**ឧបសម្ព័ន្ធ៧** សម្រាប់ឯកសារគំរូ។

៥. អ្នកដែលនឹងត្រូវសម្របសម្រួលផ្នែកណាមួយនៃរបៀបវារៈ គួរមានឱកាសបង្កើតអោយមានការអនុវត្តដោយដើរតួសម្តែងអោយបានម្តង ឬពីរដង។ ក្នុងអំឡុងពេលការដើរតួសម្តែងនេះ អ្នកដែលនៅសល់អាចដើរតួជាក្រុមកសិករ។

ព័ត៌មានជំនួយ

១. ស្វែងរកពេលវេលាសមរម្យសម្រាប់ជួបជាមួយកសិករនៅក្នុងភូមិ ពិចារណាពេលវេលាធ្វើដំណើរ រៀបចំអាហារ និងសម្ភារផ្សេងៗទៀត។

២. ជ្រើសរើសទីតាំងកិច្ចប្រជុំដែលបង្ករភាពងាយស្រួល និងសមរម្យសម្រាប់ចំនួនអ្នកចូលរួមដែលបានរំពឹងទុក និងសកម្មភាពទាំងឡាយដែលអ្នកបានរៀបចំ។

៣. ត្រូវប្រាកដថាប្រធានភូមិបានដឹងឮ និងគាំទ្រកិច្ចប្រជុំនេះ។

៤. ប្រសិនបើតំណាងមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទមានពេលវេលា អញ្ជើញពួកគេចូលរួមកិច្ចប្រជុំនេះ។

៥. ក្រៅពីការអញ្ជើញនេះ ផ្ញើរសាររំឭកដើម្បីធានាបាននូវវត្តមានរបស់អ្នកចូលរួម។

៦. សុំអោយអ្នកសម្របសម្រួលដ៏ល្អរបស់អ្នកអនុវត្តន៍អោយបាន២ឬ៣កិច្ចប្រជុំដើម្បីអោយសមាជិកក្រុមដទៃទៀតបានរៀនសូត្រពីឧទាហរណ៍ទាំងនេះ។

៧. សរុបសង្ខេបកិច្ចប្រជុំនីមួយៗ ពិភាក្សានូវអ្វីដែលមានដំណើរការល្អ និងអ្វីដែលត្រូវពង្រឹងបន្ថែម។

៨. ប្រសិនបើបុគ្គលិករបស់អ្នកមិនសូវមានឬគ្មានបទពិសោធន៍ក្នុងការសម្របសម្រួលកិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ ជាបឋមគឺអ្នកគួររៀបចំ "បណ្តុះបណ្តាលគ្រូបង្គោល"។

៩. កិច្ចប្រជុំគួរកុំអោយស៊ីជម្រៅពេក ហើយកិច្ចប្រជុំកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពប្រសិនបើគ្រប់គ្នាមានការកំសាន្តសប្បាយ។ ហេតុដូច្នេះហើយសូមព្យាយាមបញ្ចូលល្បែងកំសាន្ត រឿងខ្លីៗ និងសកម្មភាពរស់រវើក ក្នុងអំឡុងពេលនៃកិច្ចប្រជុំ។

១០. អញ្ជើញអាជីវករ អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម និង/ឬ អ្នកតំណាងបច្ចេកទេសរបស់ក្រុមហ៊ុនឯកជន ដើម្បីចរចាជាមួយកសិករដោយផ្ទាល់អំពីការវិនិយោគផ្នែកធាតុចូល និងបច្ចេកវិទ្យា។

១១. នាំយកកាម៉េរ៉ា និងចាត់តាំងសមាជិកក្រុមការងារដើម្បីថតរូបក្នុងអំឡុងពេលកិច្ចប្រជុំ។

៥.៤ ផ្គូផ្គងក្រុមកសិករជាមួយទីផ្សារ

កសិករភាគច្រើនរស់នៅឆ្ងាយពីទីប្រជុំជន និងមានការយល់ដឹងតិចតួចអំពីទំហំទីផ្សារដែលអាចលក់បានក្នុងមួយថ្ងៃ ថាតើអ្វីទៅជាលក្ខណៈពិសេស និងតម្រូវការគុណភាពនៅទីនោះសម្រាប់ប្រភេទអតិថិជនខុសៗគ្នា ហើយទំហំប៉ុណ្ណាដែលពួកគេគួរផលិតដើម្បីសម្របតាមតម្រូវការទីផ្សារ។

ហេតុដូច្នេះហើយ មុនពេលប្រជុំជាមួយក្រុមកសិករដើម្បីបង្កើតផែនការផលិតកម្ម និងអាជីវកម្មដំបូង យើងបានដឹកនាំតំណាងក្រុមកសិករនីមួយៗ (២នាក់ក្នុងមួយក្រុម) ទៅទស្សនកិច្ចទីផ្សារមួយចំនួន។ វិធីនេះជួយអោយពួកគេមើលឃើញសកម្មភាពនៅក្នុងផ្សារ សង្កេតមើលប្រភេទបន្លែអ្វីខ្លះកំពុងត្រូវបានដាក់លក់ និងធ្វើការប៉ាន់ស្មានទំហំច្រើនប៉ុណ្ណាដែលអាជីវករអាចលក់បាន ព្រមទាំងលក់បានក្នុងតម្លៃយ៉ាងដូចម្ដេចដែរ។

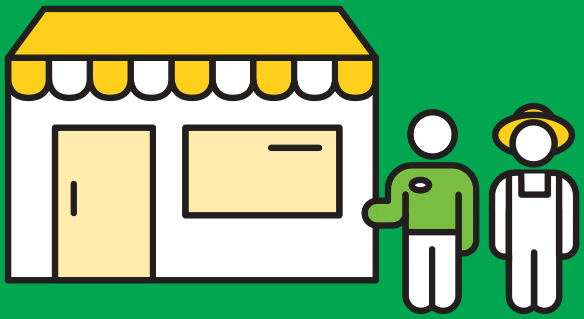
គម្រោងឈេនសូមផ្ដល់យោបល់ជាជំហានៗស្ដីពីការផ្គូផ្គងកសិករជាមួយទីផ្សារដូចខាងក្រោម៖

- ពន្យល់សង្ខេបៗទៅកសិករអំពីជំនាញក្នុងការលក់ផលិតផល និងការបង្កើតកិច្ចព្រមព្រៀងជាមុន។ ចំណេះដឹងមូលដ្ឋាននេះជួយអោយពួកគេមានទំនុកចិត្តក្នុងការនិយាយជាមួយអាជីវករ/អ្នកទិញនៅឯទីផ្សារ។
- រៀបចំការប្រជុំរវាងក្រុមកសិករគោលដៅ និងកសិករណាដែលមានបទពិសោធន៍ច្រើនហើយមានបំណងចង់ចែករំលែក ព្រមទាំងពិភាក្សាអំពីបទពិសោធន៍ក្នុងការធ្វើជំនួញ។ អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្ម ទៅអាជីវកម្មអាចសម្របសម្រួលកិច្ចពិភាក្សាបឋមនេះ។
- កំណត់កាលបរិច្ឆេទ និងទីតាំងប្រជុំសម្រាប់ទស្សនកិច្ច។ ដើម្បីជៀសវាងមនុស្សច្រើនពេកនៅទីផ្សារ និងបាំងផ្លូវដើររបស់អាជីវករលក់រាយ កំណត់ចំនួននៃតំណាងកសិករដើម្បីចូលរួមដំណើរទស្សនកិច្ចនេះ ឬបំបែកជាក្រុមតូចៗ។
- នៅពេលទស្សនកិច្ចតូបអាជីវករនីមួយៗ ណែនាំកសិករអោយជួបជាមួយអាជីវករ និងផ្ដល់ពេលអោយពួកគេជជែកលេងជាមួយគ្នា។ កសិករប្រហែលជាចង់សម្ភាសន៍អាជីវករថាតើពួកគេទិញបន្លែពីខាងណា ក្នុងបរិមាណប៉ុណ្ណា និងតម្លៃប៉ុន្មាន ព្រមទាំងថាតើការលក់ដូរមានភាពខុសគ្នាយ៉ាងដូចម្ដេចរវាងថ្ងៃនីមួយៗក្នុង១សប្ដាហ៍ ឬ១ខែ ។ល។
- រំឭកតំណាងក្រុមកសិករអោយធ្វើការកត់ត្រា និងឬធ្វើការកំណត់ចំណាំលើអ្វីដែលពួកគេបានឃើញដើម្បីពួកគេអាចចែករំលែកបទពិសោធន៍ជាមួយក្រុមកសិកររបស់ពួកគេនៅកិច្ចប្រជុំបន្ទាប់។

ព័ត៌មានជំនួយ

១. អំឡុងពេលទស្សនកិច្ចសិក្សា អនុញ្ញាតអោយកសិករអនុវត្តដោយផ្ទាល់ជាមួយអតិថិជន ក្នុងនាមជាអាជីវករ ដើម្បីពួកគេអាចដកស្រង់បទពិសោធន៍នៃការលក់ទៅកាន់អតិថិជន និងស្វែងយល់អំពីបញ្ហាប្រឈមរបស់អាជីវករ និងតម្លៃបន្ថែមដែលពួកគេនាំយកទៅខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់។

២. ប្រសិនបើមិនមានអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មនៅក្នុងតំបន់ទេ អញ្ជើញអ្នកលក់ធាតុចូលពីតំបន់ផ្សេងចូលរួមកិច្ចប្រជុំជាមួយកសិករ។ ប្រសិនបើមានដេប៉ូលក់ធាតុចូលកសិកម្មនៅក្នុងខេត្តរៀបចំទស្សនកិច្ចនៅទីនោះដើម្បីកសិករអាចមើលឃើញជម្រើសផ្សេងៗដែលអាចអាស្រ័យបាន។



៣. ប្រសិនបើមានក្រុមហ៊ុនប្រមូលទិញសំខាន់ៗនៅឯភ្នំពេញ អ្នកគួររៀបចំដំណើរទស្សនកិច្ចសិក្សានាំកសិករទៅទីតាំងលក់ដុំ ឬផ្សារទំនើប ជាពិសេសទៅកាន់ស្ថានីយ៍លាងសម្អាត និងវេចខ្ចប់ ដើម្បីមើលថាតើកន្លែងទាំងនោះមានលក្ខណៈ និងដំណើរការយ៉ាងណា ព្រមទាំងដោះស្រាយបញ្ហា សម្អាត និងទុកដាក់ផលិតផលយ៉ាងដូចម្តេចដែរ។

៥.៥ អនុវត្តន៍កិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ

នៅពេលការរៀបចំត្រូវបានបំពេញ ហើយក្រុមកសិករបានត្រៀមខ្លួនរួចរាល់ គឺដល់ពេលវេលាត្រូវកំណត់កាលវិភាគ និងរៀបចំកិច្ចប្រជុំ។ គម្រោងឈេនសូមផ្តល់យោបល់នូវជំហាននីមួយៗដោយផ្អែកទៅលើបទពិសោធន៍ដូចខាងក្រោម៖

១. មួយថ្ងៃមុនពេលកិច្ចប្រជុំ ពិនិត្យមើលសម្ភារទាំងអស់ ទៅមើលទីតាំងប្រជុំថាតើមានអ្វីចាំបាច់ត្រូវកែតម្រូវដើម្បីបង្ករភាពសមស្របសម្រាប់របៀបវារៈ និងចំនួនអ្នកចូលរួម បញ្ជាក់ទៅអ្នកចូលរួមទាំងអស់តាមទូរស័ព្ទ និងពិនិត្យមើលរបៀបវារៈម្តងទៀតចុងក្រោយជាមួយក្រុមការងារដើម្បីប្រាកដថាគ្រប់គ្នាបានយល់អំពីចក្ខុវិស័យសម្រាប់កិច្ចប្រជុំ ព្រមទាំងតួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវរបស់ពួកគេនីមួយៗ។

២. នៅថ្ងៃនៃព្រឹត្តិការណ៍ អ្នកត្រូវមកដល់ទីតាំងមុន៣០នាទីដើម្បីរៀបចំកិច្ចប្រជុំ ដោយត្រៀមអោយមាននូវកន្លែងអង្គុយ អាហារសម្រន់ និងសម្ភារផ្សេងៗជាដើម។ នៅពេលកសិករមកដល់ រាក់ទាក់ស្វាគមន៍ទៅកាន់ពួកគេប្រកបដោយភាពកក់ក្តៅ។ ប្រសិនអាចធ្វើទៅបាន អោយពួកគេអង្គុយជារង្វង់ ឬពាក់កណ្តាលរង្វង់ ដើម្បីពួកគេងាយមើលឃើញគ្នា និងងាយមើលសម្ភារ និងបទបង្ហាញ។ ចាប់ផ្តើមជាមួយពាក្យស្វាគមន៍ និងការណែនាំខ្លួន។ អានរបៀបវារៈដោយសង្ខេប និងគោលបំណងនៃកិច្ចប្រជុំ។

៣. សម្របសម្រួលសកម្មភាពដោយផ្តោតពួកគេលើបំណងប្រាថ្នាគ្រួសារ និងផ្ទាល់ខ្លួន។ វិធីនេះជួយជំរុញលើកទឹកចិត្តពួកគេសម្រាប់បង្កើនចំណូលពីការដាំដុះ។ (យើងបានប្រើប្រាស់លំហាត់មួយមានឈ្មោះថា ការសុបិនលើចំណូល "Income Dream" ដែលក្នុងនោះកសិករបានពណ៌នាអំពីចក្ខុវិស័យ ថាតើពួកគេត្រូវអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបន្លែ និងបង្កើនប្រាក់ចំណូលរបស់ពួកគេដោយរបៀបណា)។

៤. ផ្តល់ព័ត៌មានអំពីបន្លែ និងពន្យល់អំពីហេតុផលដែលវាជាប្រភពសំខាន់ក្នុងការទាញយកប្រាក់ចំណូលជាងការដាំដុះដំណាំសាមញ្ញៗធម្មតាដទៃទៀត ដោយប្រើប្រាស់វិធីវិភាគចំណេញសរុប (Gross Margin) ។ ពិភាក្សាបញ្ហាជួបប្រទះផ្សេងៗមួយចំនួនក្នុងការដាំដុះបន្លែ និងពន្យល់ណែនាំថាការរៀបចំផែនការបានល្អអាចទទួលបានជោគជ័យលើបញ្ហាទាំងនោះ។

៥. ធ្វើការវិភាគចំណូលចំណាយងាយៗសម្រាប់មុខបន្លែនីមួយៗ រួមមានការបង្កើតបញ្ជីសកម្មភាពទាំងអស់ដែលចាំបាច់ដើម្បីដាំដុះបន្លែនៅលើទីតាំងស្តង់ដារមួយ (១០០ម៉ែត្រការ៉េ) ដូចជាការរៀបចំដី តំឡើងកៅស៊ូគ្របរង និងប្រព័ន្ធដំណក់ទឹក បណ្តុះ និងស្ទូងកូនដំណាំ ធ្វើស្មៅ តាក់តែងមែក គ្រប់គ្រងកត្តាចង្រៃ និងប្រមូលផល ហើយបន្ទាប់មកធ្វើបញ្ជីធាតុចូលទាំងអស់ និងឈ្នួលកម្លាំងពលកម្មដែលចាំបាច់សម្រាប់សកម្មភាពនីមួយៗ ព្រមទាំងគណនាថ្លៃដើម។ ពិភាក្សាទិន្នផលរំពឹងទុក និងតម្លៃទីផ្សារនៅចំការជាមធ្យម បន្ទាប់មកធ្វើការប្រៀបធៀបថ្លៃដើមធាតុចូលទាំងអស់ ជាមួយនឹងការលក់សរុប (ទិន្នផលគិតជាគីឡូក្រាម ពីតំបន់ដាំស្តង់ដារ x តម្លៃនៃការលក់ក្នុង១គីឡូក្រាម)។ ការលក់សរុបដកនឹងការចំណាយសរុប ស្មើនឹងចំណេញសរុប។ ប្រៀបធៀបចំណេញសរុបសម្រាប់ដំណាំនីមួយៗក្នុងរដូវផ្សេងគ្នា។ ការណែនាំលម្អិតលើរបៀបវិភាគចំណូលចំណាយបែបនេះ នឹងត្រូវបានផ្តល់នៅក្នុងសៀវភៅមគ្គុទេសក៍ផ្សេងមួយទៀត៖ ការរៀបចំគម្រោងថវិកាលើមុខដំណាំ។

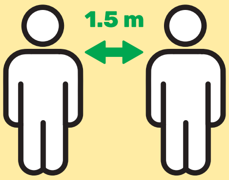
៦. បង្ហាញព័ត៌មានតម្រូវការបន្លែ៖ លើកឡើងនូវការជន់ ជាសញ្ញាត្រូវបន្ថយការដាំដុះបន្លែដែលលើសតម្រូវការទីផ្សារ (ឧទាហរណ៍ត្រសក់)ជាដើម និងបង្ហាញពីកង្វះខាតបន្លែ ដែលជាសញ្ញាតម្រូវដាំបន្លែដទៃទៀតក្នុងបរិមាណច្រើន (ឧទាហរណ៍ ខាត់ណាដើម ប៉េងប៉ោះ និងត្រប់) ជាដើម។

៧. សម្របសម្រួលដំណើរការធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តថា តើទីតាំងណាក្រុមកសិករត្រូវជ្រើសរើសដំណាំសំខាន់ៗដែលពួកគេនឹងដាំ។ វាជាការសម្រេចចិត្តជាក្រុមដើម្បីអាចសម្របសម្រួលផែនការផលិតកម្ម។ នៅក្នុងការសម្របសម្រួលផែនការផលិតកម្ម មិនមែនគ្រប់គ្នាដាំមុខដំណាំដូចគ្នាទេ ប៉ុន្តែកសិករដែលដាំមុខដំណាំដូចគ្នាប្រមូលផលក្នុងពេលតែមួយ មិនត្រូវដាំច្រើនពេកក្នុងពេលតែមួយនោះទេ។ មុខដំណាំសំខាន់ៗពឹងផ្អែកលើតម្រូវការទីផ្សារ និងហានិភ័យលើផលិតកម្ម។ (សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធ៨សម្រាប់លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យក្នុងការជ្រើសរើសមុខដំណាំសំខាន់ៗ)។ សូមមើលជំហាន 5.6 ផងដែរដែលបង្ហាញលម្អិតស្តីពីផលិតកម្មដំណាំ។

៨. ក្រុមកសិករគួរជ្រើសតាំងអ្នកដឹកនាំក្រុមដែលនឹងជួយសម្របសម្រួលផលិតកម្មក្នុងអំឡុងរដូវដាំដុះខាងមុខ និងដើរតួនាទីជាអ្នកទាក់ទងចំបងជាមួយក្រុមការងារគម្រោង និងសម្រាប់ដៃគូដទៃទៀតដែលមានបំណងធ្វើការជាមួយក្រុម។

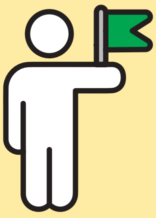
៩. នៅពេលការរៀបចំផែនការត្រូវបានបញ្ចប់ ពិនិត្យមើលជំហានបន្ទាប់ជាមួយក្រុមរួមមាន ថាតើនរណានឹងធ្វើអ្វី ធ្វើនៅពេលណា។ ធ្វើការសន្និដ្ឋានព្រឹត្តិការណ៍រួមជាមួយពាក្យលើកទឹកចិត្ត និងការអបអរ។

ព័ត៌មានជំនួយ



១. រក្សាគម្លាតសង្គម និងវិធានការ ការពារដទៃទៀត គួរត្រូវបានតាមដានប្រសិនបើការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីតនៅតែបន្ត។ ត្រូវធានាថាអ្នកចូលរួមអង្គុយយ៉ាងហោចណាស់ ១,៥ម៉ែត្រពីគ្នា និងចែកម៉ាសការពារដល់ពួកគេ។

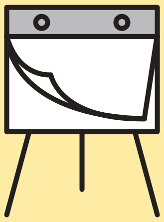
២. អ្នកចូលរួមមួយចំនួនប្រហែលយកកូនៗមកជាមួយ ដូច្នេះត្រូវប្រាកដថាអាហារសម្រន់មានគ្រប់គ្រាន់ និងសមរម្យ ព្រមទាំងមានកន្លែងក្មេងលេង។ ចាត់តាំងនរណាម្នាក់អោយគ្រប់គ្រងក្មេងៗក្នុងអំឡុងពេលកិច្ចប្រជុំ។



៣. ប្រសិនបើក្រុមកសិករមានអ្នកដឹកនាំហើយ (ប្រហែលចេញមកពីគំនិតផ្តួចផ្តើមដំបូង) គាត់អាចជួយចាត់ចែងកម្មវិធី អញ្ជើញអ្នកចូលរួម និងផ្តល់ទំនួលខុសត្រូវលើចំណែកណាមួយនៃរបៀបវារៈ។

៤. ជួបជាមួយកសិករមុនពេលកិច្ចប្រជុំក្រុម ដើម្បីស្គាល់ពួកគេម្នាក់ៗ និងបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយពួកគេ។ ធ្វើការសួរនាំអំពីបទពិសោធន៍ដាំដុះរបស់ពួកគេ បញ្ហាដែលពួកគេជួបប្រទះពីមុន និងក្តីសង្ឃឹមរបស់ពួកគេសម្រាប់ពេលអនាគត។

៥. ប្រើប្រាស់ក្រដាសផ្ទាំងធំដើម្បីបង្កើតផែនការអាជីវកម្ម។ អ្នកដឹកនាំក្រុមគួរដាក់ក្រដាសផ្ទាំងធំនោះនៅកន្លែងណាដែលគ្រប់គ្នាអាចទៅមើលបានងាយស្រួលនៅថ្ងៃក្រោយ។



៦. ធ្វើការជិតស្និទ្ធជាមួយ អ្នកដឹកនាំក្រុម មុនពេល អំឡុងពេល និងក្រោយពេលបង្កើតផែនការអាជីវកម្ម។ អ្នកដឹកនាំនឹងជួយប្រាកដថាកសិករផ្សេងៗទៀតសហការ និងធ្វើការល្អជាមួយគ្នា។

៧. បង្កើតការកសាងទំនុកចិត្ត និងគោលបំណងនៅរៀងរាល់កិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ និងគាំទ្រទំនាក់ទំនងប្រកបដោយការទុកចិត្តគ្នារវាងកសិករ។ ទាំងនេះអាចបញ្ចូលការលើកទឹកចិត្តអោយមានទំនាក់ទំនងបន្ថែមទៀតនៅខាងក្រៅពីកិច្ចប្រជុំ និងព្រឹត្តិកាណ៍សង្គមដទៃទៀតដែលមិនទាក់ទងនឹងកសិកម្ម។

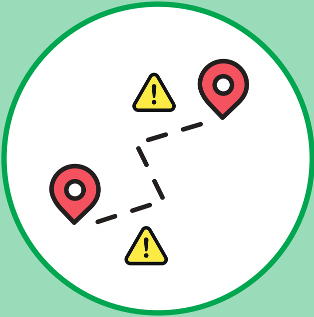
៨. កសិករភាគច្រើនប្រហែលជាមិនយល់អំពីថ្លៃចំណាយនៃសកម្មភាពនីមួយៗទេ ប៉ុន្តែពួកគេពិតជាយល់អំពីជំហានៗក្នុងការបង្កើតហើយអាចបង្កើតតារាងរៀបរាប់ពីសកម្មភាពទាំងអស់នោះបានយ៉ាងងាយស្រួល។ ផ្តោតលើតារាងមួយនោះ ហើយបន្ទាប់មកអ្នកសម្របសម្រួលទីផ្សារ ឬបុគ្គលិកផ្សព្វផ្សាយអាចចង្អុលបង្ហាញពីការចំនាយផ្សេងៗបាន។ កសិករនឹងអាចធ្វើការកំនត់តំលៃលក់សំរាប់ដំណាំនីមួយៗបាន ហើយនឹងអាចដឹងថាវាខុសគ្នាយ៉ាងណាទៅតាមរដូវកាលនីមួយ។

ប្រអប់០២ ៖ ការគិតគូរអំពីយេនឌ័រប្រកបដោយបរិយាបន្ន

ដើម្បីលើកស្ទួយការយល់ដឹងនៃបញ្ហាប្រឈមរបស់កសិករជាស្ត្រី គម្រោងឈេនបានរៀបចំដៃគូសន្ទនាលក្ខណៈគ្រួសារ និងសហគមន៍ (រួមគ្នាសម្របសម្រួលដោយមន្ទីរកិច្ចការនារី) រវាងបុរសនិងស្ត្រី ដើម្បីពិភាក្សាអំពីការបែងចែកពេលវេលា ការធ្វើសេចក្តីសម្រេចិត្ត និងទំនាក់ទំនងទីផ្សារ។ នៅក្នុងកិច្ចប្រជុំអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម យើងបានជំរុញការពិភាក្សាអំពីយេនឌ័រប្រកបដោយបរិយាបន្ន ដោយសួរអ្នកទិញ អាជីវករ និងអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មថាតើពួកគេបានគិតថាមានភាពខុសគ្នារវាងអតិថិជនជាស្ត្រី និងជាបុរសដែរឬទេ និងថាតើពួកគេបានយល់ដឹងអំពីយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងៗអ្វីខ្លះដែលចាំបាច់ក្នុងការគាំទ្រដល់កសិករជាស្ត្រី។

តាមរយៈការពិភាក្សាទាំងនេះ និងតាមរយៈអន្តរការរបស់គម្រោងឈេនជាមួយកសិករជាស្ត្រីរាប់រយនាក់ យើងបានរកឃើញបញ្ហាមួយចំនួនដែលពួកគេប្រឈម៖

១. ស្ត្រីមានតួនាទីជាច្រើននៅផ្ទះ រួមមាន ដាំដុះបន្លែ មើលថែកូន និងធ្វើការងារក្នុងផ្ទះជាដើម។ ជាធម្មតាពួកគេធ្វើការច្រើនម៉ោងជាងបុរស ដូច្នេះពេលវេលា និងការប្រមូលផ្តុំរបស់ពួកគេនៅមានកម្រិត។ ការងារទាំងនោះបានរារាំងពួកគេមិនបានចូលរួមក្នុងកិច្ចប្រជុំក្រុម និងការបង្កើតចំណងទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មដែលធ្វើអោយពួកគេទទួលបានព័ត៌មានទីផ្សារតិចតួច។



២. ស្ត្រីជាធម្មតាបារម្ភច្រើនអំពីសុវត្ថិភាពរបស់ពួកគេនៅពេលធ្វើដំណើរឆ្ងាយពីផ្ទះ ដែលជាកត្តារារាំងពួកគេពីការចូលរួមក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល កិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ ទិវាបង្ហាញនៅទីវាល និង/ឬ កិច្ចប្រជុំផ្សេងៗជាមួយអាជីវករ និងអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម។

៣. ស្ត្រីជាធម្មតាមិនមានប្រវត្តិខ្ចីឥណទាន ដូច្នេះពួកគេមិនត្រូវបានចាត់ទុកជាអតិថិជនអាទិភាពដោយមន្ត្រីឥណទាននៃស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុនោះទេ។

៤. ទោះបីកសិករជាស្ត្រីជាធម្មតាពេញចិត្តនឹងសិទ្ធិក្នុងការសម្រេចចិត្តស្មើនឹងបុរសនៅក្នុងផ្ទះសំបែងក៏ដោយ នេះមិនមែនជាករណីនៅកម្រិតក្រុមនោះទេ។

ភាពខុសគ្នាទាំងនេះ ទាមទារអោយមានយុទ្ធសាស្ត្រផ្តល់សិទ្ធិអំណាចសម្រាប់ស្ត្រី ក្នុងការលើកកម្ពស់ចំណងទំនាក់ទំនងពាណិជ្ជកម្ម។ ឧទាហរណ៍៖ កិច្ចប្រជុំ វគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងទិវាបង្ហាញ គួរត្រូវបានរៀបចំឡើងនៅពេលវេលា និងទីតាំងដែលសមរម្យសម្រាប់ស្ត្រីក្នុងការចូលរួម។

នៅក្នុងតំណភ្ជាប់អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម ស្ត្រីចាប់អារម្មណ៍ជាពិសេសលើធាតុចូលកសិកម្មដែលមិនតម្រូវអោយប្រើកម្លាំងពលកម្មច្រើនពេក និងចាប់អារម្មណ៍លើអ្នកប្រមូលទិញនូវដំណាំទាំងនោះ ព្រមទាំងបច្ចេកវិទ្យាដែលសន្សំកម្លាំង។ ហេតុដូច្នេះហើយ គួរពិភាក្សាអំពីដំណាំ និងបច្ចេកវិទ្យាទាំងនេះក្នុងអំឡុងពេលកិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ និងទិវាបង្ហាញដែលជាការវិនិយោគពេលវេលាមួយដ៏ល្អ។

៥.៦ សម្របសម្រួលផែនការផលិតកម្ម

ការរៀបចំផែនការផលិតកម្មគឺជាដំណើរការដ៏សំខាន់មួយដែលត្រូវពិចារណាមុនពេលអ្នករៀបចំកិច្ចសន្យាទិញលក់ជាមួយអ្នកទិញ ដើម្បីឆ្ពោះទៅរកការរីកចម្រើនផ្នែកផលិតកម្ម និងទីផ្សារផលិតផលប្រកបដោយជោគជ័យ។ ផែនការផលិតកម្មចង្អុលបង្ហាញថានរណានឹងផលិតដំណាំអ្វី ហើយប្រមូលផលបានបរិមាណប៉ុណ្ណានៅក្នុងខែណាមួយជាក់លាក់។ ការរៀបចំផែនការនេះនឹងធានាបានថាកសិករដាំដុះអ្វីដែលទីផ្សារមានតម្រូវការ។

ផែនការផលិតកម្មចាប់ផ្តើមឡើងដោយការជ្រើសរើសមុខដំណាំត្រឹមត្រូវសម្រាប់ក្រុមកសិករដាំដុះ។ ដើម្បីរៀបចំផែនការអោយមានប្រសិទ្ធភាព អ្នកចាំបាច់ត្រូវដឹងអំពីហានិភ័យ និងឱកាសនានាសម្រាប់ប្រភេទដំណាំនីមួយៗ។ ការកំណត់តម្លៃគឺមានភាពពិបាកណាស់ ដោយសារវាអាចប្រែប្រួលខ្លាំងអាស្រ័យលើការផ្គត់ផ្គង់ (លើស)។ គម្រោងឈេនស្នើអោយកសិករអាចលើកឡើងនូវតម្លៃលក់រំពឹងទុកផ្អែកលើអ្វីដែលកសិករធ្លាប់ដឹងពីបទពិសោធន៍ពីមុនៗ ក្នុងការស្រាវជ្រាវក៏ដូចជាវិភាគទីផ្សារ (សូមមើលផ្នែក 5.1 និង 5.2)។ ជ្រើសរើសមុខដំណាំត្រូវដាំគឺជាការងាយស្រួល ប៉ុន្តែជ្រើសរើសដំណាំដែលត្រឹមត្រូវតាមតម្រូវទីផ្សារនៅក្នុងតម្លៃមួយដែលអាចទទួលយកបានគឺជាការលំបាក។ ដូច្នេះហើយ មុនធ្វើការសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសប្រភេទដំណាំ កសិករគួរតែសួរខ្លួនឯងថាតើដំណាំណាដែលសាកសម

នៅក្នុងតំបន់ តើកសិករមានបទពិសោធន៍ដាំវាដែរឬទេ ហើយអ្វីជាហានិភ័យនៅពេលដាំដុះខុសរដូវ។ ជាកត្តាសំខាន់ណាស់ក្នុងអំឡុងពេលធ្វើផែនការផលិតកម្ម អ្នកត្រូវមានព័ត៌មានទីផ្សារដ៏ត្រឹមត្រូវមួយ។ គម្រោងឈេនផ្តល់ដំបូន្មានថា អាជីវករពាក់ព័ន្ធទាំងឡាយដែលក្រុមកសិករមានបំណងចង់ចុះកិច្ចសន្យាទិញលក់ជាមួយ ត្រូវបានអញ្ជើញចូលរួមកកិច្ចប្រជុំរៀបចំផែនការផលិតកម្ម។

ជំហានក្នុងការបង្កើត និងព្រមព្រៀងលើផែនការផលិតកម្ម៖

១. ធ្វើបញ្ជីមុខដំណាំសំខាន់ៗ និងតម្រូវការទីផ្សារលើដំណាំនោះក្នុង១សប្តាហ៍ (គក/សប្តាហ៍) និង១រដូវកាល។ ក្នុងករណីមានតម្រូវការខុសៗគ្នាក្នុងពេល១ឆ្នាំ បង្កើតក្រាហ្វសាមញ្ញមួយដើម្បីបង្ហាញថាខែ ឬរដូវណាមានតម្រូវការបរិមាណ ខ្ពស់ឬទាប។

២. ធ្វើបញ្ជីក្រុមកសិករផលិត ថាតើម្នាក់ៗមានផ្ទៃដីដាំប៉ុន្មានម៉ែត្រការេ (ម២) សម្រាប់ការដាំពេញ១ឆ្នាំ និងផ្ទៃដីផលិតកម្មទំហំប៉ុន្មានម៉ែត្រការេដែលពួកគេមានសម្រាប់ដាំដុះបន្ទាប់បន្សំ ដោយគិតផលិតកម្មជាសប្តាហ៍។

៣. បង្កើតតារាងដំណាំក្នុង១ត្រីមាស/កន្លះឆ្នាំ ដោយដាក់ជាខែនៅលើអ័ក្សផ្តេក និងឈ្មោះកសិករនៅលើអ័ក្សបញ្ឈរ។ អនុញ្ញាតអោយកសិករនីមួយៗជ្រើសរើសមុខដំណាំដែលពួកគេចង់ដាំ និងអោយពួកគេបង្ហាញនៅលើតារាងរៀបចំផែនការថាតើផ្ទៃដីប៉ុន្មានម៉ែត្រការេដែលពួកគេមានផែនការដាំក្នុង១មុខដំណាំ ហើយដាំក្នុងខែណា។

៤. ធ្វើបញ្ជីទំហំចម្ការផលិតកម្ម (ម២) នៅពេលប្រមូលផលសម្រាប់កសិករម្នាក់ៗក្នុង១សប្តាហ៍ និងគណនាចំនួនគីឡូក្រាមដែលកសិករនីមួយៗអាចប្រមូលផលបាន។ ធ្វើការគណនានូវបរិមាណសរុប និងធ្វើការកែសម្រួលដើម្បីផ្គូផ្គងជាមួយតម្រូវការរបស់អាជីវករ។

សណ្ដែកគួរ ប្រតិទិនផលិតកម្មជា ម^{២} សម្រាប់ការប្រមូលផល

កសិករ	មករា	កុម្ភៈ	មីនា	មេសា	ឧសភា	មិថុនា	កក្កដា	សីហា	កញ្ញា	តុលា	វិច្ឆិកា	ធ្នូ
ធី												
វណ្ណនះ												
លី												
សុគន្ធា												
សុជាតា												
សរុប												

សណ្ដែកគួរ ប្រតិទិនប្រមូលផល (គក/ថ្ងៃ)

កសិករ	មករា	កុម្ភៈ	មីនា	មេសា	ឧសភា	មិថុនា	កក្កដា	សីហា	កញ្ញា	តុលា	វិច្ឆិកា	ធ្នូ
ធី												
វណ្ណនះ												
លី												
សុគន្ធា												
សុជាតា												
សរុប												

ប្រអប់០៣៖ វិធីធ្វើអោយប្រសើរឡើងនូវទំនាក់ទំនងទំនុកចិត្តរវាង ក្រុមហ៊ុនប្រមូលទិញ និងក្រុមកសិករផលិត

កិច្ចសន្យាទិញលក់រវាងក្រុមកសិករផលិត និងក្រុមហ៊ុនប្រមូលទិញ អាចត្រូវបានរៀបចំឡើងជាផ្លូវការ និងមិនផ្លូវការ។ កិច្ចសន្យាមានគុណសម្បត្តិជាច្រើន ដូចជាធានាបាននូវទីផ្សារសម្រាប់កសិករ ហើយនិងផលិតផលសម្រាប់អ្នកទិញ ដោយមិនបំពានលើកិច្ចសន្យាដែរ។ ទាំងនេះជាបញ្ហាដែលរឿយៗតែងតែកើតមាន (ការលួចលក់ទៅខាងក្រៅដោយកសិករ ឬអ្នកទិញដែលសន្យាទិញនូវបរិមាណជាក់លាក់ណាមួយ ប៉ុន្តែក្រោយមកមិនគោរពតាមកិច្ចសន្យា) ដូច្នេះកិច្ចសន្យាគួរត្រូវបានបង្កើតដើម្បីបង្កើនទំនាក់ទំនងទំនុកចិត្តរវាងអ្នកទិញ និងក្រុមកសិករផលិត។ ប្រសិនកសិករដាំដុះមុខដំណាំថ្មីមួយ អនុញ្ញាតអោយពួកគេសាកល្បងពីរវដ្តដំណាំ។ បង្កើតកិច្ចព្រមព្រៀងជាក់លាក់លើទំហំតម្រូវការ ហើយក្រុមហ៊ុនគួរតែពិនិត្យថាតើកសិករមានដី ទឹក និងសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការផលិតតាមទំហំតម្រូវការដែរឬទេ។ ក្រុមហ៊ុនអាចធ្វើការស្នើសុំការជួយគាំទ្រពីអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល ឬរដ្ឋាភិបាលនៅក្នុងទំនាក់ទំនង៤P ឬសម្ព័ន្ធផលិតកម្ម។ ក្រុមហ៊ុនទាំងឡាយគួរមានឆន្ទៈក្នុងការវិនិយោគក្រោមការជួយសម្របសម្រួលរៀបចំធ្វើកុងត្រាដោយបុគ្គលិកពាក់ព័ន្ធនៅមូលដ្ឋាន។ ប្រសិនពួកគេមិនមានឆន្ទៈនោះទេ ឱកាសនៃភាពបរាជ័យគឺខ្ពស់ (ក្រុមហ៊ុនគួរចុះពិនិត្យមើលដីចម្ការរបស់កសិករ ផ្ដល់ដំបូន្មានផលិតកម្ម ដោយការចុះពិនិត្យមើលផ្ទាល់ និងមានវត្តមាននៅដីចម្ការដាំដុះទាំងនោះ ជាការកសាងទំនុកចិត្ត និងកាត់បន្ថយការលួចលក់ទៅខាងក្រៅ)។ កិច្ចព្រមព្រៀងលើតម្លៃមុនពេលប្រមូលផលអាចត្រូវបានលើកឡើងពិភាក្សា ប៉ុន្តែអ្វីដែលប្រសើរបំផុតគឺការព្រមព្រៀងលើតម្លៃអប្បបរមា និងទំហំបរិមាណតម្រូវការបន្ទាប់មកចរចាតម្លៃទីផ្សារទូទៅ។ ឧទាហរណ៍៖ ឧបមាថាតម្លៃទីផ្សារ + ១០%។ ក្រុមហ៊ុនប្រមូលទិញ និងក្រុមកសិករទាំងឡាយ គួរចាត់ទុកគ្នាទៅវិញទៅមកជាដៃគូ ដើម្បីទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មជាមួយគ្នាបានយូរអង្វែង ដោយមិនចាត់ទុកគ្នាគ្រាន់តែជាអ្នកលក់ និងអ្នកទិញធម្មតានោះទេ។ ពួកគេគួរតែសកម្មក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទងព័ត៌មានទីផ្សារ មានការរៀបចំប្រជុំទៀងទាត់ដើម្បីពិភាក្សាលើដំណើរការផលិតកម្ម និងទំនាក់ទំនងគ្នាតាមទូរស័ព្ទជាប្រចាំ។ ភាពខុសគ្នាលើស្តង់ដារគុណភាពគឺជាបញ្ហាមួយផ្សេងទៀតដែលត្រូវបានលើកឡើងជាញឹកញាប់។ អ្នកទិញគួរប្រាកដលើស្តង់ដារគុណភាពបែបណាដែលខ្លួនមានតម្រូវការ និងគួរមានគំរូជាក់លាក់ដើម្បីបង្ហាញទៅកសិករ។ ប្រសិនបើមានការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលលើសកម្រិតនៅលើទីផ្សារ អ្នកទិញមានទំនោរបោះបង់ផលិតផលជាច្រើនដែលមានគុណភាពទាប។ ផ្ទុយទៅវិញ ប្រសិនបើមានការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលទាបជាងកម្រិតតម្រូវការ នោះតម្លៃគឺបានខ្ពស់ ហើយកសិករមានទំនោរលក់ផលិតផលទៅអោយអ្នកទិញល្អបំផុតទី១ ដែលអាចទូទាត់ប្រាក់ភ្លាមៗ។ យ៉ាងណាមិញ ប្រសិនបើនៅពេលកិច្ចសន្យា បានផ្ដល់ប្រាក់ជំពាក់ជាមុនសម្រាប់ទិញធាតុចូលដើម្បីដាំដុះនោះអាចបង្ករអោយមានបញ្ហាមួយចំនួន។

៥.៧ សម្របសម្រួលកិច្ចព្រមព្រៀង

នៅពេលក្រុមកសិករបានរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម និងផលិតកម្មរួចរាល់ហើយ ពួកគេនឹងត្រូវការជំនួយក្នុងការផ្សារភ្ជាប់ជាមួយអាជីវកម្មដែលពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ ដែលជាធាតុសំខាន់មួយនៅក្នុងវិធីសាស្ត្រអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម។ កិច្ចព្រមព្រៀងអាចជាផ្លូវការ (លាយល័ក្ខអក្សរ) ឬមិនផ្លូវការ (ជាការចរចាពាក្យសំដី)។ ទោះបីផ្លូវការ ឬមិនផ្លូវការ វាមានសារៈសំខាន់ដែលអ្នកចូលរួមទាំងអស់យល់អំពីគោលគំនិតនៃកិច្ចព្រមព្រៀងរួមមាន តួនាទី ទំនួលខុសត្រូវ និងការតាំងចិត្ត ព្រមទាំងការគោរពតាម។ កិច្ចព្រមព្រៀងគួរមានជំហរ ឈ្នះ ឈ្នះ ដោយផ្តល់ប្រយោជន៍ដល់ភាគីទាំងអស់ដែលពាក់ព័ន្ធ។

គម្រោងរបស់អ្នកអាចជួយកសាងសមត្ថភាព និងកាត់បន្ថយហានិភ័យសម្រាប់ការចូលរួមនៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងទាំងនោះតាមរយៈការដាក់ពង្រាយធនធានតាមលទ្ធភាពរបស់ខ្លួន។ ឧទាហរណ៍៖ អាជីវករដែលចង់ធ្វើការជាមួយកសិករច្រើនប្រហែលដំបូងត្រូវការវិនិយោគលើយាន្តជំនិះដើម្បីបង្កើនសមត្ថភាពដឹកជញ្ជូន។ ជាផ្នែកមួយនៃកិច្ចព្រមព្រៀងរវាងអាជីវករ និងក្រុមកសិករគោលដៅ គម្រោងអាចផ្តល់ការសហវិនិយោគដើម្បីទិញរ៉ឺម៉កឬឡានដឹកសម្រាប់អាជីវករ។

ខាងក្រោមនេះគឺជាជំហាននីមួយៗដែលគាំទ្រដល់ការបង្កើតកិច្ចព្រមព្រៀង៖

១. វិភាគឱកាសនានា សម្រាប់កិច្ចព្រមព្រៀងដែលកើតចេញពីកិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ។ ជាងនេះទៅទៀត អ្នកអាចជួបជាមួយតួអង្គទីផ្សារដែលពាក់ព័ន្ធ ដូចជា៖ អាជីវករ អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម អ្នកប្រមូលទិញធំៗ និងអ្នកផ្តល់សេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីបង្កើតឱកាសផ្សេងៗ។

២. អំឡុងពេលកិច្ចប្រជុំជាមួយតួអង្គទីផ្សារ ស្វែងយល់ពីបំណងប្រាថ្នារបស់ពួកគេសម្រាប់ពេលអនាគត (តើពួកគេចង់ពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនយ៉ាងដូចម្តេច?) និងឧបសគ្គផ្សេងៗ (អ្វីដែលរារាំងពួកគេមិនអោយសម្រេចបាននូវការលូតលាស់នៃអាជីវកម្ម?)។ បំណងប្រាថ្នា និងឧបសគ្គទាំងនេះនឹងចង្អុលបង្ហាញផ្លូវទៅរកកិច្ចព្រមព្រៀងឈ្នះ ឈ្នះ ជាមួយតួអង្គទីផ្សារ។ ឧទាហរណ៍៖ ប្រសិនបើអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្មចង់បង្កើនការលក់ និងក្រុមកសិករចង់ចាប់ផ្តើមទិញគ្រាប់ពូជដែលមានគុណភាពខ្ពស់ជាកញ្ចប់រួមគ្នា ប្រហែលកិច្ចព្រមព្រៀងអាចត្រូវបានសម្របសម្រួល ដែលអ្នកលក់រាយអាចផ្តល់នូវការបញ្ចុះតម្លៃពិសេសទៅកាន់កសិករជាថ្នូរសម្រាប់ការបញ្ជាទិញជាកញ្ចប់ធំនេះ។

៣. មុនពេលឈានទៅមុខបន្តនៃកិច្ចព្រមព្រៀង រៀបចំឯកសារបំពេញកិច្ចងាយៗជាមួយតួអង្គទីផ្សារដែលពាក់ព័ន្ធ។ តើអាជីវកម្មនីមួយៗមានប្រវត្តិយ៉ាងដូចម្តេច? តើអាជីវកម្មនោះមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះយ៉ាងណាក្នុងទីផ្សារ?

៤. ចាប់ផ្តើមសម្របសម្រួលកិច្ចព្រមព្រៀងរវាងតួអង្គទីផ្សារដែលពាក់ព័ន្ធ។ នេះអាចហៅថាជាដំណើរការពហុជំហាន។ អ្នកប្រហែលអាចចាប់ផ្តើមរៀបចំកិច្ចប្រជុំមិនផ្លូវការ “ការស្គាល់គ្នា” រវាងអាជីវករម្នាក់ជាមួយនឹងក្រុមកសិករមួយ ឬច្រើន ហើយបន្ទាប់មកបន្តដំណើរការប្រជុំពិភាក្សាជាច្រើនទៀត ដោយធ្វើការស្វែងយល់លម្អិតពីកិច្ចព្រមព្រៀង។ ទោះបីកិច្ចព្រមព្រៀងមានលក្ខណៈមិនផ្លូវការក៏ដោយ កត់ត្រាព័ត៌មានលម្អិតទាំងអស់ និងពិនិត្យមើលជាមួយភាគីនីមួយៗដើម្បីធានាបាននូវការយល់ដឹង និងការប្តេជ្ញាចិត្តច្បាស់លាស់។

៥. នៅពេលកិច្ចព្រមព្រៀងត្រូវបានបង្កើតហើយ សូមរក្សានូវការចូលរួម ពីព្រោះជៀសមិនរួចនឹងមានបញ្ហាមួយចំនួនដែលត្រូវដោះស្រាយ។

៦. ប្រសិនបើគម្រោងបានលៃលកធនធានហិរញ្ញវត្ថុ ឬធនធានមនុស្សជាក់លាក់ ក្រុមការងារគួរធានាថាធនធានទាំងនោះត្រូវបានផ្តល់ការងារដូចការរំពឹងទុក និងធានាថារាល់ព័ត៌មានសំខាន់ណាចាំបាច់សម្រាប់ធ្វើរបាយការណ៍គឺត្រូវបានប្រមូលពីភាគីទាំងឡាយដែលពាក់ព័ន្ធនៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀង។

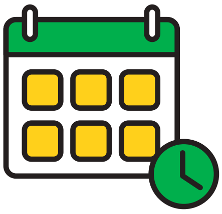
ព័ត៌មានជំនួយ

១. ការបង្កើតកិច្ចព្រមព្រៀងតែងតែជាជំនាញថ្មីមួយសម្រាប់បុគ្គលិកគម្រោង ដូច្នេះវាជាការសំខាន់ក្នុងផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលក្នុងថ្នាក់ ក៏ដូចជាការបង្ហាត់បង្ហាញតាមរយៈការអនុវត្តការងារជាក់ស្តែង នៅពេលពួកគេចាប់ផ្តើមវិភាគ សម្របសម្រួល និងដោះស្រាយបញ្ហានៃកិច្ចព្រមព្រៀង។

២. ដើម្បីជៀសវាងការប៉ះទង្គិចគ្នារវាងភាគីទាំងឡាយនៃកិច្ចព្រមព្រៀង អ្នកគួរព្យាយាមអោយមានការចូលរួមពីប្រធានភូមិ និង/ឬមន្ត្រីរដ្ឋាភិបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិដូចជាមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទជាដើម។ ប្រសិនបើពួកគេបានស្គាល់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងនោះ យល់អំពីកិច្ចព្រមព្រៀង និងឯកភាពក្នុងការគាំទ្រ ពួកគេអាចជួយគ្រប់គ្រង និងបញ្ជៀសបញ្ហាទាំងនោះនាពេលអនាគត។

៣. នៅពេលសម្របសម្រួលកិច្ចព្រមព្រៀង ពិភាក្សានូវហានិភ័យ ការកាត់បន្ថយហានិភ័យជាមួយគ្រប់ភាគីទាំងអស់ ជាពិសេសជាមួយកសិករដែលមានចំណូលទាប។

៥.៨ តាមដាន



ការងារសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មមិនមែនបញ្ចប់ត្រឹមការសម្របសម្រួលកិច្ចព្រមព្រៀងនោះទេ។ ដើម្បីធានាថាកសិករអនុវត្តតាមអ្វីដែលពួកគេបានរៀបចំ និងយល់ព្រម អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មត្រូវតែបន្តតាមដានទាំងនៅពេលបញ្ហាកំពុងកើតឡើង ឬដោយធ្វើកាលវិភាគណាត់ជួបភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់នៅចន្លោះពេលណាមួយទៀងទាត់ ដូចជា មួយត្រីមាសម្តងជាដើម។

នៅក្នុងកិច្ចប្រជុំតាមដានទាំងនេះ អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មអាចលើកឡើងនូវបញ្ហាផ្សេងៗដែលពួកគេបានកត់សម្គាល់ ឬត្រូវបានរាយការណ៍។ អ្នកចូលរួមអាចស្តាប់ទៅនឹងបញ្ហាទាំងឡាយ និងចែករំលែកគំនិតយោបល់ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនោះជាមួយគ្នា។

គម្រោងឈេនផ្តល់យោបល់អោយប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រខាងក្រោម៖

- ប្រមូលព័ត៌មានទីផ្សារយ៉ាងហោចណាស់មួយឆ្នាំម្តង ប៉ុន្តែបើប្រមូលតាមរដូវនៃការដាំដុះកាន់តែប្រសើរ។ នៅពេលវិភាគព័ត៌មាន រកមើលចំណុចផ្លាស់ប្តូរតាមពេលវេលា ដើម្បីកំណត់និន្នាការដែលអ្នកអាចពិភាក្សាជាមួយកសិករ ដៃគូ និងតួអង្គទីផ្សារពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ។

- ជួបជាមួយក្រុមកសិករជាទៀងទាត់ ដើម្បីផ្តល់ការគាំទ្របន្ត ផ្តល់ឱកាសអោយពួកគេដើម្បីជួយគាំទ្រគ្នាទៅវិញទៅមក និងបង្កើតវេទិកានៅកន្លែងណាដែលតួអង្គទីផ្សារដទៃទៀតអាចអញ្ជើញចូលរួមសម្រាប់ការពិភាក្សា ផ្លាស់ប្តូរគំនិតយោបល់ បណ្តុះបណ្តាល រៀបចំផែនការ និងប្រហែលអាចបង្កើតកិច្ចព្រមព្រៀងបាន។

- នៅចន្លោះកិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ សួរបញ្ជាក់ជាមួយអ្នកដឹកនាំក្រុម និងកសិករម្នាក់ៗថាតើនរណាប្រហែលត្រូវការ ការគាំទ្របន្ថែម។

- ធ្វើការតាមដានទៀងទាត់ជាមួយតួអង្គទីផ្សារដទៃទៀត (អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម អាជីវករក្នុងតំបន់ អ្នកផ្តល់សេវាកម្មបច្ចេកទេស និងមន្ត្រីរដ្ឋាភិបាលនានា) ដែលនេះនឹងជួយដល់ក្រុមការងារបានយល់ដឹងពីតម្រូវការ និងឱកាសនៅក្នុងទីផ្សារ និងរបៀបដែលទីផ្សារមានការផ្លាស់ប្តូរពីពេលមួយទៅពេលមួយ។

- ទោះបីជាការកសាងទំនាក់ទំនង និងការគាំទ្រពិតជាមានតម្លៃ ព្រមទាំងនាំមកនូវឱកាសជាច្រើនយ៉ាងណាក៏ដោយ គួរចងចាំថាក្រុមការងារគម្រោងគឺជាកត្តាជំរុញបណ្តោះអាសន្នប៉ុណ្ណោះ។ ពួកគេគឺជាអ្នកសម្របសម្រួលអោយមានការផ្លាស់ប្តូរជាវិជ្ជមាន ប៉ុន្តែពួកគេមិនត្រូវបង្កើតភាពពឹងពាក់អាស្រ័យនៃតួអង្គទីផ្សារដែលពួកគេកំពុងគាំទ្រនោះទេ។

ព័ត៌មានជំនួយ

១. នៅពេលកសិករសាកល្បងដំណាំថ្មី ពូជ ធាតុចូល វិធីសាស្រ្ត និងបច្ចេកទេសថ្មីៗ ពួកគេទំនងនឹងត្រូវការដំបូន្មានលើកិច្ចព្រមព្រៀងដ៏ល្អសមស្របមួយ។ ខណៈដែលមានការអនុវត្តន៍ល្អ និងការផ្តល់ដំបូន្មានកាន់តែច្រើន កាន់តែប្រសើរតាមរយៈតួអង្គទីផ្សារ បុគ្គលិកប្រហែលចាំបាច់ត្រូវបំពេញព័ត៌មានដែលខ្វះចន្លោះបន្ថែមអំឡុងពេលទីផ្សារកំពុងមានការវិវត្តន៍។ ពួកគេនឹងត្រូវបន្តការបណ្តុះបណ្តាលដើម្បីផ្តល់ការតាមដានបច្ចេកទេសដល់កសិករ។

២. ខណៈពេលកសិករ និងតួអង្គទីផ្សារដទៃទៀតស្វែងរកការពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ ពួកគេនឹងត្រូវការចាំបាច់ផងដែរនូវការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។ ការឈានទៅរកឥណទានគួរត្រូវបានសម្របសម្រួលប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ យើងមិនចង់អោយកសិករទទួលបំណុលកាន់តែច្រើនជាងអ្វីដែលពួកគេអាចគ្រប់គ្រងបាននោះទេ ប៉ុន្តែយើងចង់បើកផ្លូវទូលាយដើម្បីការចាប់យកឱកាសវិនិយោគ។ ការវិភាគសេដ្ឋកិច្ចដំណាំសមរម្យ (ការវិភាគចំណាយ/ចំណូល) សម្រាប់វដ្តដំណាំខុសៗគ្នា និងការសម្រេចចិត្តវិនិយោគ គួរត្រូវបានពិភាក្សាជាមួយកសិករ និងស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ។

៣. ការកត់ត្រាអោយបានត្រឹមត្រូវតែងតែជាការលំបាក និងវាគួរតែជាអាទិភាពទាបរបស់កសិករ។ ទម្រង់តាមដានដែលអាចជួយបានមួយគឺ ការកត់ត្រាគាំទ្រដោយបុគ្គលិកទៅលើថ្លៃដើមធាតុចូល ទិន្នផល តម្លៃ គុណភាព និងចំណូល ដែលការកត់ត្រាទាំងនេះអាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីជំរុញផែនការផលិតកម្ម និងអាជីវកម្មនាពេលអនាគត។

៦. សន្និដ្ឋាន

ខណៈពេលគោលការណ៍ និងវិធីសាស្ត្រទាំងឡាយដែលបានលើកឡើងអាចអនុវត្តបានទៅកាន់គំនិតផ្តួចផ្តើមការអភិវឌ្ឍផ្សេងៗជាច្រើន គម្រោងឈេនសង្ឃឹមយ៉ាងមុតមាំថានឹងអាចជំរុញអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល និងទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ព្រមទាំងស្ថាប័នធំៗផ្សេងៗទៀត អោយទទួលយកគម្រោងក្នុងការអភិវឌ្ឍវិស័យកសិកម្ម ដែលអនុវត្តន៍តាមគំរូការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារ (MSD) ដែលបានផ្តល់នូវលទ្ធផលដ៏មានតម្លៃសម្រាប់គម្រោងឈេន។

សម្រាប់ព័ត៌មានជាច្រើនលើដំណាក់កាលនីមួយៗរបស់ឈេន រួមមានឯកសារណែនាំ (ជាភាសាខ្មែរ) ទៅលើបច្ចេកវិទ្យាជាក់លាក់ និងបច្ចេកទេសសាកវប្បកម្ម សូមចូលមើលគេហទំព័រ **https://elibrary.maff.gov.kh.**

ឧបសម្ព័ន្ធនៅក្នុងទំព័របន្តបន្ទាប់ផ្តល់នូវគំរូសម្ភារៈជំនួយជាច្រើនដែលត្រូវបានអភិវឌ្ឍន៍ដោយឈេន សម្រាប់សកម្មភាពផ្សារភ្ជាប់អាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម រួមបញ្ចូលបញ្ជីសំណួរសង្កេតទីផ្សារ និងគំរូសម្រាប់ធ្វើផែនការផលិតកម្ម និងអាជីវកម្ម។ ច្បាប់ចម្លងឌីជីថលនៃឯកសារទាំងនេះអាចទាញយកបានពី **https://elibrary.maff.gov.kh.**

ឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធ១

វិធីសាស្ត្រសម្រាប់ការស្ទង់មតិអាជីវករ

១. កំណត់ទីផ្សារគោលដៅ

ទីផ្សារគោលដៅគឺជាទីផ្សារលក់រាយសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយដែលសមាជិកក្រុមកសិករតែងតែលក់ផលិតផលរបស់ពួកគេដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោល។ ជាធម្មតាការលក់ផលិតផលគឺស្ថិតនៅនឹងចំការរបស់ពួកគេ និង/ឬនៅជិតទីប្រជុំជន។ ទីផ្សារដទៃទៀតណាមួយដែលកសិករប្រហែលមានសក្តានុពលលក់ផលិតផលរបស់ពួកគេ អាចជាគោលដៅផងដែរនៅក្នុងការស្ទង់មតិ។ ទិន្នន័យបន្ទាប់ (ឧទាហរណ៍៖ ព័ត៌មានដែលចងក្រងដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ការិយាល័យស្រុក ឬមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ) អាចផ្តល់ការប៉ាន់ប្រមាណនៃចំនួនអាជីវករនៅក្នុងតំបន់ជាក់លាក់ណាមួយ។

២. កំណត់ និងជ្រើសរើសសំណាក

ការស្ទង់មតិលើអាជីវករនីមួយៗនៅក្នុងទីផ្សារគោលដៅ គឺជាការប្រឹងប្រែងអស់ពីកាយ និងចិត្ត ដូច្នេះអ្នកគួរតែសម្ភាសន៍តែអាជីវករគំរូបានហើយ។ ការជ្រើសរើសអាជីវករគំរូ គួររាប់បញ្ចូលទាំងអាជីវករធំ និងតូចៗ ចល័ត ឬមិនចល័ត ជាអ្នកមានកិច្ចព្រមព្រៀងក្នុងការលក់ដុំ និងលក់រាយ ព្រមទាំងអាជីវករដែលមកពីទីតាំងផ្សេងៗគ្នាក្នុងស្រុក។ តើមានអាជីវករចំនួនប៉ុន្មាននាក់ដែលអាចចូលរួមជាសំណាកគ្រប់គ្រាន់? ដែលនោះនឹងអាស្រ័យលើទំហំសរុបនៃទីផ្សារទាំងអស់ដែលអ្នកមានផែនការស្ទង់មតិ។ សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធ០២ សម្រាប់ការណែនាំពីរបៀបកំណត់ទំហំសំណាកដែលត្រឹមត្រូវ។

៣. កំណត់ និងជ្រើសរើសគំរូ

កត់ត្រាព័ត៌មានចេញពីគំរូអាជីវកររបស់អ្នកនៃបញ្ជីសំណួរស្ទង់មតិទីផ្សារ/ ឧបករណ៍សម្រាប់សម្ភាសន៍អាជីវករ (សូមមើលឧទាហរណ៍ក្នុង **ឧបសម្ព័ន្ធ០៣**)។

៤. កំណត់ និងជ្រើសរើសគំរូ

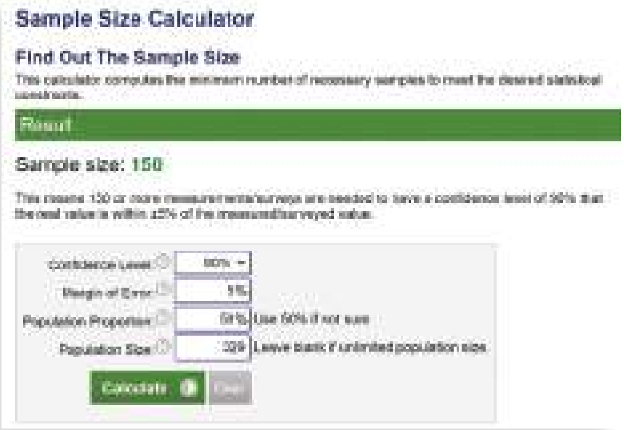
នៅពេលអ្នកបានបញ្ចប់ការស្ទង់មតិលើគំរូអាជីវករទាំងអស់រួចរាល់ហើយ អ្នកអាចបញ្ចូលទិន្នន័យនៅក្នុងតារាងកិច្ចការដោយប្រើប្រាស់តារាង Excel ឬ តារាង Google។ ប្រសិនបើការប្រមូលទិន្នន័យត្រូវបានធ្វើឡើងដោយប្រើប្រាស់ apps នោះនឹងមិនសូវជាចាំបាច់ទេ ដោយសារកម្មវិធីនឹងបកស្រាយទិន្នន័យដោយស្វ័យប្រវត្តិ។ កម្មវិធីស្ទង់មតិដ៏ពេញនិយមពីរដែលដំណើរការនៅលើទូរស័ព្ទ និងនៅលើ Tablet គឺ KoBoToolbox *(https://www.kobotoolbox.org/)* និង Google Forms *(https://www.google.com/forms/about/)*។ នៅពេលទិន្នន័យត្រូវបានរៀបចំរួចរាល់ហើយ គឺអាចត្រូវបានវិភាគ និងបកស្រាយជាទម្រង់មើលឃើញដោយប្រើប្រាស់គំនូសតាង និង ក្រាហ្វ។

ឧបសម្ព័ន្ធ២

ការកំណត់ទំហំគំរូសម្រាប់ការស្ទង់មតិអាជីវករ

ទំហំសំណាកស្ទង់មតិទីផ្សារអាចត្រូវបានកំណត់ដោយប្រើប្រាស់ទម្រង់ Krejcie and Morgan formula ដែលជាការប៉ាន់ស្មានមួយនៃរូបមន្តកំណត់ទំហំសំណាកដែលគេទទួលស្គាល់។ អ្នកអាចរកតម្លៃត្រឹមត្រូវដោយប្រើម៉ាស៊ីនគណនាទំហំសំណាកតាមអ៊ីនធឺណិតដូចជា *https://www.calculator.net/sample-size-calculator.html* ។

សម្រាប់គម្រោងឈេន យើងប្រើប្រាស់តម្លៃដូចខាងក្រោម៖



ចំនួនប៉ាន់ស្មានសរុបនៃអាជីវករបន្លែនៅក្នុងបណ្តាខេត្តទាំង៤៖ ៣២៩
កម្រិតទំនុកចិត្ត៖ ៩០%
កម្រិតលម្អៀង៖ ៥%

នៅពេលទំហំសំណាកត្រូវបានកំណត់ត្រឹមត្រូវហើយ យើងចែកវាជាសមមាត្រក្នុងចំណោមទីផ្សារគោលដៅទាំងអស់ដែលយើងបានកំណត់ផែនការស្ទង់មតិ។ ឧទាហរណ៍៖ ផ្សារសំរោងក្នុងខេត្តឧត្តរមានជ័យមានអាជីវករចំនួន១៣នាក់ ស្មើនឹង៤% នៃចំនួនសរុប៣២៩។ ហេតុដូច្នេះហើយ យើងបានរៀបចំសម្ភាសន៍អាជីវករចំនួន៦នាក់នៅក្នុងផ្សារនោះស្មើនឹង៤% នៃទំហំសំណាកដែលចង់បាននៃ ១៥០។

ប្រសិនបើសំណាកដែលបានគណនាសម្រាប់ផ្សារនីមួយៗគឺច្រើនជាង១៥ ត្រូវកាត់ត្រឹមចំនួន១៥ដើម្បីក្រុមអាចគ្រប់គ្រងបាន។ ប្រសិនបើសំណាកដែលបានគណនាគឺតិចជាង៥ នោះត្រូវរាប់ដល់១៥ដើម្បីបង្កើនសុក្រិតភាព។ ជាលទ្ធផលនៃការកែតម្រូវទាំងនេះ ទំហំសំណាកឡើងដល់១៥៨។

កសិករ	ឈ្មោះផ្សារ	ចំនួនអាជីវករ	%នៃចំនួនអាជីវករ សរុប	សំណាកដែលបានគណនា	សំណាកដែលបានកែតម្រូវ
ឧត្តរមានជ័យ	សំរោង	១៣	៤%	៦	៦
ឧត្តរមានជ័យ	អន្លង់វែង	១៣	៤%	៦	៦
ឧត្តរមានជ័យ	អូរស្មាច់	៥	១,៥%	២	៥
ឧត្តរមានជ័យ	បន្ទាយអំពិល	៦	២%	៣	៥
ឧត្តរមានជ័យ	ត្រពាំងប្រាសាទ	៩	៣%	៤	៥
ព្រះវិហារ	ឆែប	១១	៣%	៥	៥
ព្រះវិហារ	ស្រយ៉ង់	១០	៣%	៥	៥
ព្រះវិហារ	គូលែន	៦	២%	៣	៥
ព្រះវិហារ	ជ័យសែន	៦	២%	៣	៥
ព្រះវិហារ	កំពង់ប្រណាក	៣០	៩%	១៤	១៤
ព្រះវិហារ	រវៀង	២២	៧%	១០	១០
ស្ទឹងត្រែង	អូរឫស្សី	១៩	៦%	៩	៩
ស្ទឹងត្រែង	សាមគ្គី	៣៦	១១%	១៦	១៥
ក្រចេះ	សាមគ្គី	៣៥	១១%	១៦	១៥
ក្រចេះ	ឆ្លូង	២៨	៨,៥%	១៣	១៣
ក្រចេះ	ព្រះប្រសប់	១០	៣%	៥	៥
ក្រចេះ	ផែលើ	៣៨	១១,៥%	១៧	១៥
ក្រចេះ	សណ្តាន់	១៩	៦%	៩	៩
ក្រចេះ	សំបូរ	១៣	៤%	៦	៦
		៣២៩	១០០%	១៥២	១៥៨

ឧបសម្ព័ន្ធ៣

បញ្ជីសំណួរស្ទង់មតិទីផ្សារ/ ឧបករណ៍សម្ភាសន៍អាជីវករ

បំពេញបញ្ជីសំណួរ១នៅពេលសម្ភាសន៍ម្តង និងក្នុងពេលម្តងសម្ភាសន៍តែអាជីវករម្នាក់។

ឧបករណ៍នេះមាន៣ផ្នែក៖

១. ព័ត៌មានទូទៅ

២. ព័ត៌មានអំពីការអនុវត្តរបស់អាជីវករ

៣. ព័ត៌មានតម្រូវការបន្លែ (ទីផ្សារ)

ផ្នែកព័ត៌មានទូទៅគឺសំដៅចាប់យកទិដ្ឋភាពទូទៅអំពីអាជីវករ។ អាជីវករមួយចំនួនគឺជាបណ្តាល័យ ដែលពួកគេមានហាង ឬតូបជាក់លាក់នៅផ្សារ ខណៈពេលអាជីវករដទៃទៀតលក់ចល័ត ហើយពួកគេប្រហែលជាមានរទេះ ឬចាក់ផលិតផលលក់នៅលើដី ដូច្នេះពួកគេអាចផ្លាស់ប្តូរទីតាំងនៅក្នុងផ្សារ ឬចល័តទៅកន្លែងផ្សេងៗទៀត។

សម្រាប់ការស្ទង់មតិលើការអនុវត្តន៍របស់អាជីវករ ឧបករណ៍ត្រូវបានកំណត់ជាពហុជម្រើស (ជ្រើសរើសចម្លើយ១ឬច្រើន)។ ក្នុងករណីខ្លះ អ្នកសម្ភាសន៍ត្រូវតែស្នើសុំព័ត៌មានបន្ថែម (ឧទាហរណ៍៖ ពន្យល់ជម្រើសដទៃទៀត)។ នៅជួរ "កំណត់ចំណាំ" អនុញ្ញាតអោយអ្នកសម្ភាសន៍ចាប់យកព័ត៌មានចាំបាច់ដទៃទៀតដែលមិនពាក់ព័ន្ធនឹងសំណួរ។ ឧទាហរណ៍៖ ប្រសិនបើអាជីវករនិយាយថា "អតិថិជនជាច្រើនសួរខ្ញុំអំពីបន្លែក្នុងស្រុកពីព្រោះពួកគេពិតជាចង់បានបន្លែដែលមិនប្រើជាតិគីមី" ការដឹងព័ត៌មានសំខាន់នេះត្រូវចាប់ចូលទៅក្នុងជួរ "កំណត់ចំណាំ"។

ផ្នែកតម្រូវការបន្លែមានតារាងពីរ។ សូមអនុវត្តនូវការណែនាំខាងក្រោម៖

សំណួរ (c)	ប្រសិនអាជីវករឆ្លើយ 'បាទ/ចាស' បន្តទៅសំណួរ (d) ដល់ (s) សម្រាប់បន្លែនោះ។ ប្រសិនអាជីវករឆ្លើយ 'ទេ' រំលងទៅបន្លែបន្ទាប់។
សំណួរ (d) – (h)	ទាំងនេះជាសំណួរដើមគ្រាសម្រាប់កន្លែងដែលអាជីវកទិញបន្លែរបស់ខ្លួន។ សួរសំណួរសម្រាប់ខែថ្មីៗ។ សម្រាប់លំដាប់លំដោយនេះ៖ (d) = (e) + (f) + (g) + (h).
សំណួរ (i) – (m)	ទាំងនេះជាសំណួរដើមគ្រាសម្រាប់កន្លែងដែលអាជីវកលក់បន្លែរបស់ខ្លួន។ សួរសំណួរសម្រាប់ខែថ្មីៗ។ សម្រាប់លំដាប់លំដោយនេះ៖ (i) = (j) + (k) + (l) + (m).
សំណួរ (n) – (s)	ទាំងនេះជាការព្យាករណ៍ ឧទាហរណ៍៖ តម្រូវការប៉ាន់ស្មានរបស់អាជីវករក្នុង១មុខបន្លែក្នុង១ខែ។

វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការសួរសំណួរទាំងនេះដោយការប្រុងប្រយ័ត្ន ដើម្បីព័ត៌មានតម្រូវការអាចប្រៀបធៀបបានចំពោះ អាជីវករ ផ្សារ និងខេត្តទាំងឡាយ។

ផ្នែកទី១៖ ព័ត៌មានទូទៅ

ខេត្ត៖ ____________________ ផ្សារ៖ ____________________

ឈ្មោះអ្នកសម្ភាសន៍៖ ____________________ កាលបរិច្ឆេទសម្ភាសន៍ ៖ ____________________

ឈ្មោះអាជីវករ (អង់គ្លេស)៖ ____________________ ឈ្មោះអាជីវករ (ខ្មែរ)៖ ____________________

លេខទូរស័ព្ទ៖ ____________________ ទំហំអាជីវកម្ម (តូច មធ្យម ឬធំ)៖ ____________________

ចល័ត (M) ឬតូបថេរ (S)៖ ____________________ អ្នកលក់ដុំ (W) ឬអ្នកលក់រាយ (R)៖ ____________________

ផ្នែកទី២៖ ការអនុវត្តន៍របស់អាជីវករ

កសិករ	ជម្រើសចម្លើយ	កំណត់ចំណាំ
១. ភេទ	គូសរង្វង់មួយ៖ ស្រី ប្រុស	
២. ចន្លោះអាយុ	គូសរង្វង់មួយ៖ ៣០-៤០ ៣០-៤០ ៤០-៥០	
៣. តើអ្នកមានដឹងអំពីប្រភពបន្លែឬទេ?	គូសរង្វង់មួយ៖ a. បាទ/ចាស ខ្ញុំដឹងពីប្រភពបន្លែទាំងអស់ b. បាទ/ចាស ខ្ញុំដឹងពីប្រភពបន្លែភាគច្រើន c. បាទ/ចាស ខ្ញុំដឹងពីប្រភពបន្លែខ្លះៗ d. ទេ	
៤. តើអ្នកប្រាប់អតិថិជនរបស់អ្នកអំពីប្រភពបន្លែដែលអ្នកលក់ឬទេ?	គូសរង្វង់ (ចម្លើយអាចលើសពីមួយ)៖ a. ប្រាប់តែនៅពេលអតិថិជនសួរ b. ប្រាប់ដោយសកម្មផ្ទាល់មាត់ទៅកាន់អតិថិជន c. ប្រាប់ដោយការញែកបន្លែផ្សេងពីគ្នារវាងបន្លែក្នុងស្រុក និងនាំចូល d. ប្រើសញ្ញាសម្គាល់ដើម្បីបែងចែកបន្លែក្នុងស្រុក e. ផ្សេងទៀត (សូមពន្យល់)	
៥. តើអ្នកប្រាប់អតិថិជនរបស់អ្នកអំពីប្រភពបន្លែដែលអ្នកលក់ឬទេ?	គូសរង្វង់មួយ៖ a. អាជីវករមិនដឹងអំពីសារៈប្រយោជន៍ b. អាជីវករដឹងអំពីសារៈប្រយោជន៍ប៉ុន្តែប្រាប់ព័ត៌មាននៅពេលតែអតិថិជនសួរនាំ c. អាជីវករដឹងអំពីសារៈប្រយោជន៍ និងសកម្មក្នុងការចែករំលែកព័ត៌មានជាមួយអតិថិជន d. ផ្សេងទៀត (សូមពន្យល់)	

ផ្នែកទី៣៖ ព័ត៌មានតម្រូវការបន្លែ

ឈ្មោះបន្លែ (អង់គ្លេស/ខ្មែរ) (a/b)	(c) តើអ្នកលក់បន្លែទាំងនេះឬ? (Y/N)	**ដើមគ្រោះ តើបន្លែនីមួយៗប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃ ដែលអាជីវករទិញពីប្រភពផ្សេងៗគ្នា?** (d) = (e) + (f) + (g) + (h) (e) បន្លែប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃមកពីអាជីវករផ្សេងៗទៀតនៅក្នុងផ្សារនេះ? (f) បន្លែប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃមកពីអាជីវករផ្សេងៗទៀតនៅក្នុងខេត្តនេះ? (g) បន្លែប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃមកពីកសិករផ្ទាល់នៅក្នុងខេត្តនេះ? (h) បន្លែប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃមកពីខាងក្រៅខេត្តនេះ (បន្លែក្នុងស្រុក ឬនាំចូល)?					**ដើមគ្រោះ តើបន្លែនីមួយៗប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃ ដែលអាជីវករលក់ទៅកាន់អតិថិជនផ្សេងៗគ្នា?** (i) = (j) + (k) + (l) + (m) (j) បន្លែប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃលក់ទៅកាន់អតិថិជននៅក្នុងផ្សារនេះ? (k) បន្លែប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃលក់ទៅកាន់អាជីវកម្មផ្សេងៗ (ភោជនីយដ្ឋាន សណ្ឋាគារ រោងចក្រ ។ល។)? (l) បន្លែប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃលក់ទៅកាន់អាជីវករផ្សេងៗទៀតនៅក្នុងផ្សារនេះ? (m) បន្លែប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃលក់ទៅកាន់អាជីវករនៅក្នុងផ្សារ ឬខេត្តផ្សេងទៀត?				
		(d) ជាមធ្យម បន្លែប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃដែលអ្នកទិញ?	(e)	(f)	(g)	(h)	**(i)** ជាមធ្យម បន្លែប៉ុន្មានគកក្នុង១ថ្ងៃដែលអ្នកលក់?	(j)	(k)	(l)	(m)
Bitter gourd / ម្រះ											
Bok choy / ស្ពៃតឿ											
Bottle gourd / ឃ្លោក											
Cabbage / ស្ពៃក្តោប											
Cauliflower / ផ្កាខាតណា											
Chili / ម្ទេស											
Chinese kale / ខាតណាដើម											
Chinese mustard / ស្ពៃជើងទា											
Choy sum / ស្ពៃចង្កឹះ											
Cucumber / ត្រសក់											
Curly mustard / ស្ពៃក្រញាញ់											
Eggplant / ត្រប់											
Green mustard / ស្ពៃខៀវ											
Lettuce / សាឡាត											
Long bean / សណ្តែកគួរ											
Luffa gourd /ននោង											
Round eggplant / ត្រប់មូល											
Spring onion / ខ្ទឹមស្លឹក											
Tomato / ប៉េងប៉ោះ											
Water spinach / ត្រកួន											
Wax gourd / ត្រឡាច											

(a) ឈ្មោះបន្លែ (អង់គ្លេស)	(b) ឈ្មោះបន្លែ (ខ្មែរ)	(c) តើអ្នកលក់បន្លែនេះឬ? (បាទ/ទេ)	ការព្យាករណ៍ បន្លែដែលចាំបាច់ក្នុង១ថ្ងៃក្នុងខែនីមួយៗ (គក/ថ្ងៃ)					
			(n) ធ្នូ	(o) មករា	(p) កុម្ភៈ	(q) មីនា	(r) មេសា	(s) ឧសភា
Bitter gourd	ម្រះ							
Bok choy	ស្ពៃតឿ							
Bottle gourd	ឃ្លោក							
Cabbage	ស្ពៃក្ដោប							
Cauliflower	ផ្កាខាតណា							
Chili	ម្ទេស							
Chinese kale	ខាតណាដើម							
Chinese mustard	ស្ពៃជើងទា							
Choy sum	ស្ពៃចង្កឹះ							
Cucumber	ត្រសក់							
Curly mustard	ស្ពៃក្រញាញ់							
Eggplant	ត្រប់							
Green mustard	ស្ពៃខៀវ							
Lettuce	សាឡាត							
Long bean	សណ្ដែកគួរ							
Luffa gourd	ននោង							
Round eggplant	ត្រប់មូល							

ឧបសម្ព័ន្ធ៤

ការវិភាគ និងការបង្ហាញព័ត៌មានទីផ្សារ

តារាង និងគំនូសតាងខាងក្រោមគឺជាឧទាហរណ៍នៃលទ្ធផលវិភាគទិន្នន័យដែលអាចត្រូវបានបកស្រាយទៅកសិករក្នុងអំឡុងពេលកិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ។ ទាំងនោះអាចបង្ហាញទៅកសិករនៅក្នុងកិច្ចប្រជុំធំៗដោយគូរលើក្រដាសផ្ទាំងធំ និង/ឬព្រីននៅលើកាតព័ត៌មានអាជីវកម្ម (BIC) ដើម្បីចែកជូនក្នុងអំឡុងពេលកិច្ចប្រជុំ។ ទិន្នន័យទីផ្សារអាចត្រូវបានបកស្រាយ និងប្រែទៅជារូបភាពដោយប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ Software ដូចជា Power BI ជាធម្មតា Excel គ្រប់គ្រាន់ដើម្បីវិភាគ និងងាយមើលឃើញទិន្នន័យ។

១. ព័ត៌មានក្រុមកសិករ

ទីតាំង

ក្រុមកសិករ	ខេត្ត	ស្រុក	ភូមិ	ចំនួនសមាជិក
KRCB-BLK2 (អត្តសញ្ញាណតែ១គត់ ឈ្មោះ ឬចំនួន)	ក្រចេះ	ចិត្របុរី	បុស្សលាវក្រោម	18

ក្រុមកសិករ (FG) ដែលបានជ្រើសរើសមុខបន្លែសំខាន់ៗ និងផលិតកម្មថ្មីៗ

បន្លែសំខាន់ៗ ចំនួន៥មុខដែលត្រូវដាំ	ទំហំដីដាំជាមធ្យម (ម²/កសិករ)	ចំនួនវដ្ត/ឆ្នាំ	ទិន្នផល (គក/ម²)	ចំនួនសមាជិកក្រុមកសិករ	ផលិតកម្មសរុបសម្រាប់កសិករម្នាក់ (តោន/ឆ្នាំ)	ផលិតកម្មសរុបក្នុងក្រុម (តោន/ឆ្នាំ)
ស្ពៃក្ដោប	២.៥០០	១,០	២,៤	១៣	៥,៩	៧៦,៩
ត្រសក់	១.០៣០	១,៧	១,៣	៦	២,៣	១៣,៧
ស្ពៃក្រញាញ់	២០០	២,២	១,៣	១,៣	០,៥	៦,៩
ប៉េងប៉ោះ	៨២០	១,១	១,៣	១,៣	១,១	១៤,៦
សណ្ដែកកួរ	៨១៥	១,៦	១,៥	១,៣	២,០	២៥,៤

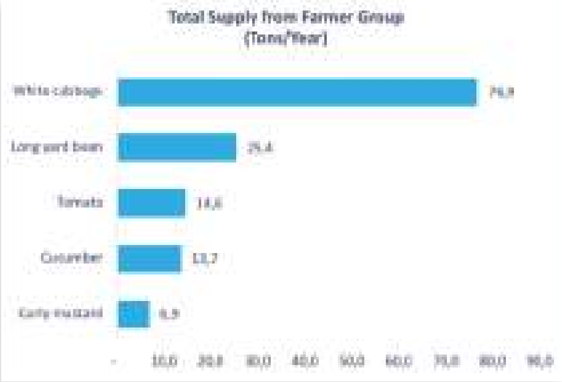
បញ្ហាចំបងៗ និងយុទ្ធសាស្ត្រដំណោះស្រាយសម្រាប់បន្លែនីមួយៗ៖

បន្លែ	បញ្ហា	យុទ្ធសាស្ត្រដំណោះស្រាយ
ត្រសក់	ចំណេះដឹងលើការគ្រប់គ្រងជំងឺ និងសត្វល្អិតនៅមានកម្រិត ខ្វះព័ត៌មានទីផ្សារ	• ណែនាំបច្ចេកវិទ្យាអន្ទាក់លឿងក្នុងចម្ការដាំដុះអាជីព • ជជែកជាមួយអាជីវករ/មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទអំពីបរិមាណតម្រូវការ
ស្ពៃក្រញាញ់	ចំណេះដឹងលើការគ្រប់គ្រងជំងឺ និងសត្វល្អិតនៅមានកម្រិត	• ស្វែងរកដំបូន្មានពីមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ/អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម • រកដំណោះស្រាយតំឡើងផ្ទះសំណាញ់
ប៉េងប៉ោះ	ចំណេះដឹងលើការគ្រប់គ្រងជំងឺ និងសត្វល្អិតនៅមានកម្រិត	• ណែនាំបច្ចេកវិទ្យាថ្មី (កាត់ត) • លទ្ធភាពទទួលបានដំណោះស្រាយបច្ចេកទេសផ្ដល់ដោយអ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម • ស្វែងរកដំបូន្មានពីមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ/អ្នកលក់ធាតុចូលកសិកម្ម
សណ្ដែកកួរ	កង្វះទឹកនៅក្នុងតំបន់	• ស្វែងរកការគាំទ្រតំឡើងមធ្យោបាយទឹកស្លាតវៃ

២. ការផ្គត់ផ្គង់ថ្មីៗរបស់ក្រុមកសិករធៀបទៅនឹងគម្លាតផ្គត់ផ្គង់

គម្លាតផ្គត់ផ្គង់គឺមានភាពខុសគ្នារវាងបរិមាណបន្លែដែលអាជីវករបានធ្វើការស្ទង់មតិហើយ មានរបាយការណ៍ថាពួកគេមានតម្រូវការ និងបរិមាណដែលកសិករផលិត និងផ្គត់ផ្គង់ទៅអាជីវករ។

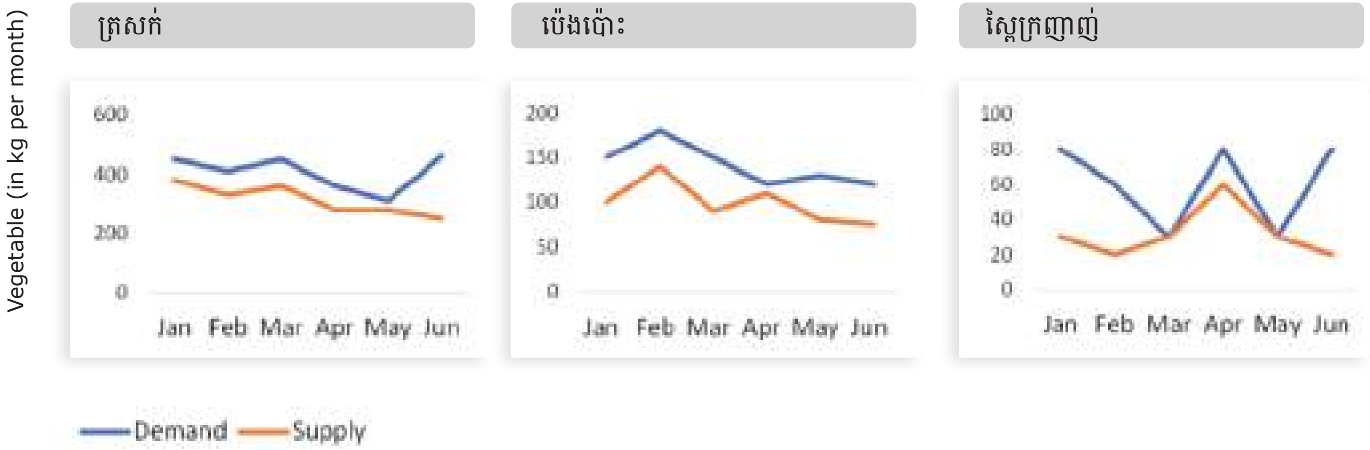
បន្លែសំខាន់ៗ ចំនួន៥មុខ	តម្រូវការសរុបពីផ្សារចំបងៗចំនួន៦ក្នុងខេត្តក្រចេះ (តោន/ឆ្នាំ)	តម្រូវការសរុបពីផ្សារក្រុងក្រចេះ (តោន/ឆ្នាំ)	ការផ្គត់ផ្គង់សរុបពីក្រុមកសិករ (តោន/ឆ្នាំ)	គម្លាតផ្គត់ផ្គង់ក្នុងផ្សារក្រុងក្រចេះ (តោន/ឆ្នាំ)	គម្លាតផ្គត់ផ្គង់ក្នុងផ្សារចំបងៗចំនួន៦ (តោន/ឆ្នាំ)
ត្រសក់	១.២៥៧	២០៩,៥	១៣,៧	១៩៥,៨	១.២៤៣,៣
ស្ពៃក្តោប	៥៧៧,៧	៩៦,៣	៧៦,៩	១៩,៤	៥០០,៨
ប៉េងប៉ោះ	៣៥៧,៤	៥៩,៦	១៤,៦	៤៥	៣៤២,៨
សណ្តែកកួរ	២៤២,៧	៤០,៤	២៥,៤	១៥	២១៧,២
ស្ពៃក្រញាញ់	២២១	៣៦,៨	៦,៩	២៩,៩	២១៤,១



៣. បញ្ហាលើបន្លែ១មុខៗ និងចំនួនកសិករដែលប៉ះពាល់

បញ្ហា	ត្រសក់	ស្ពៃក្ដោប	ប៉េងប៉ោះ	សណ្ដែកកួរ	ស្ពៃក្រញាញ់	សរុប
ទឹកជំនន់	៣	–	៧	៧	៥	១៧
ខ្វះព័ត៌មានតម្រូវការទីផ្សារ	៥	៨	–	–	១	១
ចំណេះដឹងលើការគ្រប់គ្រងជំងឺ និងសត្វល្អិតនៅមានកម្រិត	១០	–	១៤	១៦	៦	៥២
កង្វះទឹកនៅក្នុងតំបន់	៣	–	២	៣	២	១០
ពេលវេលាសរុប	២១	៨	១៨	២៦	១៤	៨០

៤. តម្រូវការធៀបនឹងការផ្គត់ផ្គង់បន្លែ (គក/ខែ)



៥. តម្លៃប៉ាន់ស្មានក្នុង១មុខដំណាំ (ដុល្លារ/គក)

តម្លៃប៉ាន់ស្មាន (ដុល្លារ/គក)		ត្រសក់	សណ្ដែកកួរ	ស្ពៃក្ដោប	ប៉េងប៉ោះ	ស្ពៃក្រញាញ់
តម្លៃលក់នៅចម្ការ	ខ្ពស់	០,២៥	០,៥០	០,៣០	០,៣០	០,៣០
	ទាប	០,១២	០,២៥	០,១៥	០,១០	០,១០
តម្លៃលក់ដុំ	ខ្ពស់	០,៣០	០,៦០	០,៤០	០,៥០	០,៤០
	ទាប	០,២០	០,៤០	០,២០	០,១៥	០,២០
តម្លៃលក់រាយ	ខ្ពស់	០,៥០	១,០០	០,៧៥	១,២៥	០,៦០
	ទាប	០,៣០	០,៦០	០,២៥	០,៣០	០,៣០

ឧបសម្ព័ន្ធ៥

របៀបវារៈកិច្ចប្រជុំក្រុមកសិករ

គម្លាតផ្គត់ផ្គង់គឺមានភាពខុសគ្នារវាងបរិមាណបន្លែដែលអាជីវករបានធ្វើការស្ទង់មតិហើយ មានរបាយការណ៍ថាពួកគេមានតម្រូវការ និងបរិមាណដែលកសិករផលិត និងផ្គត់ផ្គង់ទៅអាជីវករ។

កាលវិភាគ	សកម្មភាព	អ្នកទទួលខុសត្រូវ	កំណត់ចំណាំ
8:00 am	ស្វាគមន៍ និងការណែនាំ	តំណាងក្រុមកសិករ ឬបុគ្គលិកមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ	
8:15 am	ល្បែងកំសាន្ត	បុគ្គលិក	
8:45 am	តួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវក្នុងការផ្សារភ្ជាប់ទីផ្សារ	អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម	បទបង្ហាញជាមួយសំណួរ និងចម្លើយ
9:15 am	បទបង្ហាញព័ត៌មានទីផ្សារ	អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម	បទបង្ហាញជាមួយសំណួរ និងចម្លើយ
9:45 am	ការដើរតួសម្តែងរវាងកសិករដើម្បីស្វែងយល់ពីទីផ្សារ	បុគ្គលិក	ការសម្តែងជាក្រុម
10:00 am	ការពិភាក្សា	បុគ្គលិក	ពិនិត្យគំរូផែនការអាជីវកម្មក្រុមកសិករ ព័ត៌មានជំនួយការសម្របសម្រួល និងសំណួរ ចម្លើយ
10:45 am	ការណែនាំរបៀបរៀបចំផែនការផលិតកម្ម	អ្នកជំនាញទីផ្សារ	
12:00 pm	ធ្វើការជាក្រុម	ក្រុមកសិករ	ការស្ទង់មតិម្នាក់ៗ
12:15 pm	បទបង្ហាញនៃផែនការផលិតកម្មនីមួយៗ	ក្រុមកសិករ	
12:30 pm	ការប្រៀបធៀបផែនការផលិតកម្មជាមួយព័ត៌មានទីផ្សារ និងការកែតម្រូវ	អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម	
	កិច្ចព្រមព្រៀង និងបិទកិច្ចប្រជុំ		

ធនធានដែលត្រូវការ

ធនធានខាងក្រោមគឺមានភាពចាំបាច់សម្រាប់កិច្ចប្រជុំនេះ៖

- សកម្មភាពល្បែងកំសាន្ត
- ឯកសារបទបង្ហាញនីមួយៗនៃសិក្ខាសាលារួមមាន៖
    - ប្រធានបទ
    - គោលបំណង
    - របៀបវារៈ
    - ការណែនាំល្បែងកំសាន្ត
    - បទបង្ហាញ 'តួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវ'
    - បទបង្ហាញ 'កសិករជាសហគ្រិន'
    - បទបង្ហាញ 'ព័ត៌មានជំនួយសម្រាប់សម្របសម្រួលផែនការអាជីវកម្មក្រុមកសិករ'
    - ការណែនាំរបៀបដើរតួសម្តែង
    - ការណែនាំធ្វើការស្ទង់មតិ
    - បញ្ចប់បទបង្ហាញ
- កុំព្យូទ័រសម្រាប់អ្នកសម្របសម្រួល ប្រូជិកទ័រ និងផ្ទាំងបង្ហាញ
- ឯកសារចែកជូននៃគំរូការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មក្រុមកសិករ (៦ច្បាប់ក្នុង១សិក្ខាសាលា ដែល៤ច្បាប់សម្រាប់អ្នកចូលរួម និង២ច្បាប់សម្រាប់ជំនួយបន្ថែម)
- ឯកសារណែនាំការដើរតួសម្តែង (៦ច្បាប់ក្នុង១សិក្ខាសាលា ដែល៤ច្បាប់សម្រាប់អ្នកចូលរួម និង២ច្បាប់សម្រាប់ជំនួយបន្ថែម)
- ក្តារខៀន និងហ្វឺត ឬក្រដាសផ្ទាំងធំជាមួយនឹងជើងទម្រ
- ស្កុត
- ក្រដាសព័ណកត់ចំណាំ (Post-It notes)

ឧបសម្ព័ន្ធ៦

ការណែនាំការបណ្តុះបណ្តាល (ការដើរតួសម្តែង) សម្រាប់កិច្ចប្រជុំរៀបចំផែនការអាជីវកម្មក្រុមកសិករ

ការណែនាំនេះផ្តល់ការបង្ហាញអំពីរបៀបបណ្តុះបណ្តាលក្រុមការងាររបស់អ្នកដើម្បីធ្វើការសម្របសម្រួលកិច្ចប្រជុំរៀបចំផែនការអាជីវកម្មជាមួយក្រុមកសិករ (FGBP meeting)។

ណែនាំសម្រាប់គ្រូបណ្តុះបណ្តាល៖

១. ពន្យល់ទៅក្រុមទាំងមូលអំពីរបៀបដើរតួសម្តែងមានដំណើរការដូចម្តេច (អ្នកអាចប្រើស្លាយបទបង្ហាញ)។

២. ស្នើសុំអ្នកស្ម័គ្រចិត្តអោយសម្របសម្រួលមុនគេ។ អញ្ជើញអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មដែលស្ម័គ្រចិត្តចេញពីបន្ទប់ ហើយអោយគាត់ដឹងថាអ្នកនឹងចេញមកក្រៅ៥នាទីទៀតដើម្បីផ្តល់ការណែនាំ។

៣. រក្សារនៅក្នុងបន្ទប់ និងបែងចែកតួនាទីរបស់កសិករ (មើលនៅខាងក្រោម) ជាក្រុម។ ចាត់តាំងតួនាទីរបស់កសិករម្នាក់ៗ។ ប្រាប់ពួកគេអោយអានលើការពិពណ៌នា និងសួរមកអ្នកអំពីចំណុចដែលមិនច្បាស់។ ផ្តល់ព័ត៌មាននេះទៅអ្នកគ្រប់គ្នា៖ ពួកគេគួរតែលើកឡើងនូវបញ្ហាក្នុងអំឡុងពេលសម្តែង ប៉ុន្តែបញ្ហាទាំងនោះគួរតែមិនពិបាកពេក។ ជាទូទៅយើងចង់អោយអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មមានបទពិសោធន៍ជាវិជ្ជមាន។

៤. ឥឡូវចេញទៅក្រៅបន្ទប់ និងរៀបចំអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មដែលជាសិក្ខាកាម។ រំឭកពីតួនាទីជាមួយគាត់។ រំឭកគាត់ថាវាមានសារៈសំខាន់ក្នុងការបង្កើតកិច្ចព្រមព្រៀងក្នុងចំណោមកសិករជាជាងការពន្លឿនតាមរយៈគំរូរៀបចំផែនការអាជីវកម្មជាមួយក្រុមកសិករ។ ផ្តល់ដំបូន្មានដល់គាត់អោយពឹងពាក់លើអ្នកដឹកនាំក្រុមកសិករដើម្បីជួយរក្សាកិច្ចប្រជុំប្រកបដោយភាពវិជ្ជមាន និងបោះជំហានទៅមុខ។

៥. អនុវត្តន៍ការសម្តែងដូចពណ៌នាខាងក្រោម៖

a. ការអនុវត្ត១០នាទី

b. ការផ្តល់មតិកែលម្អ៥នាទី

- តើចំណុចណាខ្លះដែលអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មធ្វើបានល្អ?
- តើចំណុចណាខ្លះដែលអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មនឹងធ្វើអោយប្រសើរពេលក្រោយ?

c. អនុវត្តន៍វិលជុំពីរទៅបីដងអាស្រ័យលើពេលវេលាដែលមាន

d. ទីបញ្ចប់ព្យាយាមបង្កើតជាបញ្ជីនៃការអនុវត្តប្រសើរបំផុតជាមួយក្រុមទាំងមូល។

ការណែនាំសម្រាប់សិក្ខាកាម៖

១. សមាជិកក្រុមនីមួយៗដែលត្រូវបានបណ្តុះបណ្តាលជាអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម នឹងត្រូវបានសួរដើម្បីអោយបំពេញផ្នែកមួយឬច្រើននៃការរៀបចំផែនការក្រុមកសិករទាំងមូល។

២. អ្នកនឹងមានពេល១០នាទីដើម្បីអនុវត្តការសម្របសម្រួលខណៈពេលបុគ្គលិកដទៃទៀតដើរតួជាសមាជិកក្រុមកសិករ។

៣. អនុវត្តន៍ដោយមិនមានការប្រញាប់ប្រញាល់។ សម្របសម្រួលលើគំរូការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មក្រុមកសិករកាន់តែច្រើនតាមដែលអាចធ្វើទៅបានក្នុងរយៈពេល១០នាទី។ វាមានសារៈសំខាន់ដែលក្រុមកសិករឯកភាពលើធាតុទាំងឡាយនៃផែនការអាជីវកម្មជាជាងការបំពេញលើការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មក្រុមកសិករ។

៤. នៅក្នុងការសម្តែង អ្នករួមការងាររបស់អ្នកដែលដើរតួជាកសិករ នឹងសួរសំណួរពិបាកៗ។ ប្រឹងប្រែងអោយអស់ពីសមត្ថភាពដើម្បីឆ្លើយពួកគេ និងបំពេញផ្នែករបស់អ្នកនៃការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មក្រុមកសិករ។

៥. ក្រោយពេលការសម្របសម្រួល១០នាទី ក្រុមនឹងផ្តល់មតិកែលម្អរយៈពេល៥នាទីនៅលើអ្វីដែលអ្នកធ្វើបានល្អ និងអ្វីគួរពង្រឹងបន្ថែម។

៦. នៅចុងបញ្ចប់នៃការសម្តែង ធ្វើការរួមគ្នាជាមួយសិក្ខាកាមដទៃទៀតដើម្បីបង្កើតបញ្ជីនៃការអនុវត្តប្រសើរបំផុតក្នុងការបង្ហាញផ្លូវក្រុមឆ្ពោះទៅមុខ។

- តើការអនុវត្តប្រសើរបំផុតអ្វីខ្លះដែលយើងគួររក្សាទុកក្នុងចិត្តនៅពេលសម្របសម្រួលរៀបចំផែនការអាជីវកម្មក្រុមកសិករ?
- តើឧបសគ្គ ឬស្ថានភាពលំបាកសំខាន់ៗអ្វីខ្លះដែលយើងគួរព្យាយាមជៀសវាងនៅពេលសម្របសម្រួលរៀបចំផែនការអាជីវកម្មក្រុមកសិករ?

តួនាទីរបស់កសិករ៖

កសិករទី១៖ អ្នកគឺជាអ្នកដឹកនាំក្រុមកសិករ។ អ្នកចាប់អារម្មណ៍អំពីការធ្វើការងារជាមួយគ្នាលើផែនការអាជីវកម្មមួយ និងចូលចិត្តគំនិតនៃការរៀបចំផែនការដោយផ្អែកលើព័ត៌មានទីផ្សារពីអាជីវករ។ ប្រសិនកសិករដទៃទៀតលើកឡើងនូវសំណួរ ឬការបារម្ភផ្សេងៗ សូមព្យាយាមជួយអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម និងអោយពួកគេផ្តោតលើការបំពេញផែនការអាជីវកម្ម។

កសិករទី២៖ អ្នកសប្បាយចិត្តបានក្លាយជាសមាជិកក្រុមកសិករ។ ជាពិសេសអ្នកចូលចិត្តការបណ្តុះបណ្តាលបន្ថែម និងជំនួយខាងកសិកម្មដែលអ្នកទទួលបានតាមរយៈគម្រោង។ ប៉ុន្តែនៅពេលនិយាយដល់ជម្រើសអំពីដំណាំអ្វីដែលត្រូវដាំ អ្នកពិតជាមានភាពឯករាជ្យ។ អ្នកមានការជំទាស់នឹងការសម្របសម្រួលផលិតកម្មជាក្រុម ដូច្នេះអ្នកមិនសូវសហការជាមួយអ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម (ប៉ុន្តែសូមកុំតានតឹងពេក)។

កសិករទី៣៖ អ្នកសប្បាយចិត្តក្នុងការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មជាមួយកសិករដទៃទៀតទាំងអស់នៅក្នុងក្រុម។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ អ្នកធ្វើការជំទាស់គំនិតថាផ្សារគួរតែកំណត់ដំណាំអ្វីដែលត្រូវដាំ។ អ្នកមានមុខដំណាំដែលជាចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អ្នក ហើយអ្នកមានបំណងដាំដំណាំទាំងនោះ ពីព្រោះអ្នកមានទំលាប់លើពួកវា និង ដំណាំទាំងនោះងាយស្រួលដាំ។ អ្នកគួរតែប្រឆាំងនឹងគំនិតប្រើប្រាស់ព័ត៌មានទីផ្សារសម្រាប់ធ្វើការសម្រេចចិត្តលើការផលិត ប៉ុន្តែទីបញ្ចប់អ្នកគួរតែយល់ព្រមដោយស្ទាក់ស្ទើរចិត្តក្នុងការធ្វើអ្វីដែលក្រុមចង់បាន។

កសិករទី៤៖ អ្នកចូលចិត្តគំនិតរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម និងដាំដុះដំណាំថ្មីៗដែលមានតម្រូវការខ្ពស់។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ អ្នកបារម្ភអំពីការដាំដុះដំណាំខុសៗគ្នា ជាពិសេសដំណាំដែលអ្នកមិនធ្លាប់ដាំ។ ធ្វើដូចម្តេចប្រសិនគ្រាប់ពូជមានដំណុះមិនល្អ? ប្រសិនអ្នកធ្វើទៅខុស និងការប្រមូលផលដំបូងត្រូវបានបំផ្លាញ? ប្រសិនកត្តាចង្រៃបំផ្លាញផលដំណាំ? អ្នកគួរតែប្រឈមដោយថ្នមៗទៅនឹងគំនិតសាកល្បងអ្វីមួយថ្មី។

ឧបសម្ព័ន្ធ៧

ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្មក្រុមកសិករ

កាលបរិច្ឆេទ៖ ____________________

ផ្នែកទី១៖ ព័ត៌មានអាជីវកម្មមូលដ្ឋាន

១. ឈ្មោះក្រុម	
២. ឈ្មោះអ្នកតំណាងក្រុម	
៣. អាសយដ្ឋាន និងលេខទូរស័ព្ទ	
៤. ចំនួនសមាជិកក្រុម	
៥. មុខដំណាំផ្តោតសំខាន់	
៦. ផ្ទៃដីផលិតកម្មសរុប	
៧. ដើមទុនក្រុមសរុបសម្រាប់បើកអាជីវកម្ម	
៨. ពេលវេលានៃអាជីវកម្ម (រយៈពេលដាំដុះ និងចំនួនវដ្តក្នុង១មុខដំណាំ)	

ផ្នែកទី២៖ គោលបំណងនៃអាជីវកម្ម

ពណ៌នាអំពីគោលបំណងនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍៖

- បង្កើនផលិតកម្មដំណាំដើម្បីបំពេញតម្រូវការទីផ្សារ និងបញ្ចៀសតម្លៃទាប
- ប្រមូល និងបង្កើតផែនការផលិតកម្មដំណាំ
- គាំទ្រគ្នាក្នុងការលក់ និងដំណើរការចរចាជាមួយអាជីវករ

ផ្នែកទី៣៖ ផែនការផលិតកម្ម និងការធ្វើទីផ្សារ

ការជ្រើសរើសមុខដំណាំ

មុនពេលរៀបចំផែនការផលិតកម្ម ការជ្រើសរើសប្រភេទដំណាំគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់។ មុនពេលធ្វើការជ្រើសរើសប្រភេទដំណាំ លើកទឹកចិត្តសមាជិកក្រុមអោយគិតដល់តម្រូវការទីផ្សារជាក់ស្តែងជាជាងផ្តោតទៅលើកង្វល់ ឬស្ថានភាពផ្ទាល់ខ្លួនដូចជា ភាពលំបាកនៃការដាំដុះដំណាំថ្មី រយៈពេលដែលត្រូវការ មិនមានប្រភពទឹកស្រោចស្រពលើដីដំណាំជាក់លាក់ណាមួយ ពេលវេលាប្រមូលផលជាដើម។ ក្រុមអាចជ្រើសរើសប្រភេទដំណាំ៣ទៅ៥មុខជាអាទិភាពសម្រាប់ការរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម ប៉ុន្តែសមាជិកទាំងឡាយក៏អាចជ្រើសរើសដាំដុះដំណាំដទៃទៀតផងដែរ។

ផែនការផលិតកម្ម

អ្នកសម្របសម្រួលអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្មជួយសមាជិកក្រុមចងក្រងប្រតិទិនដាំដុះ និងប្រមូលផលសម្រាប់មុខដំណាំដែលបានជ្រើសរើសដើម្បីបំពេញតម្រូវការទីផ្សារជាក់ស្តែង។ បង្កើតប្រតិទិនមុខដំណាំសម្រាប់កសិករនីមួយៗ គណនាទិន្នផលសរុប កំណត់កាលបរិច្ឆេទលក់ជាក់លាក់ និងធានាថាពួកគេមិនដាំដំណាំដូចគ្នាក្នុងពេលដំណាលគ្នា ដែលអាចនាំអោយមានផលិតកម្មលើស និងការផ្គត់ផ្គង់ជន់។ សរុបលទ្ធផល/ទិន្នន័យនៃដំណាំនីមួយៗដែលត្រូវបានព្រមព្រៀងដោយសមាជិកក្រុមនៅក្នុងតារាងខាងក្រោម៖

មុខដំណាំ	ផលិតកម្មសរុប	ចំនួនសមាជិកពាក់ព័ន្ធ	បរិមាណប្រមូលផលក្នុង១ថ្ងៃ (គីក)	ពេលវេលាប្រមូលផល

សមាជិកក្រុមនីមួយៗគួរតែមានផែនការផលិតកម្មច្បាស់លាស់ជាមួយកាលវិភាគជាក់លាក់ដើម្បីដាំ និងប្រមូលផល។ រៀបចំកាលបរិច្ឆេទបណ្ដុះកូន រហូតដល់ប្រមូលផល ព្រមទាំងគណនាផលិតកម្មដែលរំពឹងទុក។ ប្រសិនបើអ្នកស្គាល់ផ្ទៃដីដាំដុះនៃសមាជិកនីមួយៗ ប្រើប្រាស់តារាងយោងដើម្បីធ្វើការប៉ាន់ប្រមាណផលិតកម្មលើដីគ្រោងដាំដុះនោះ៖

ផលិតកម្មរំពឹងទុក (តោន) = ផ្ទៃដីគ្រោងដាំ (ម២) / ១០០០០ x ទិន្នផលយោង

Expected production (tonnes) = plot area (m^2) / 10,000 X reference yield

ឧទាហរណ៍លើដំណាំត្រសក់ និងផែនការផលិតកម្មប្រហាក់ប្រហែលដូចបង្ហាញខាងក្រោមនេះ៖

សមាជិក	ម២	ពេលវេលាបណ្ដុះកូន	ពេលវេលាប្រមូលផល	ផលិតកម្មរំពឹងទុក (តោន)
ភិន ផូ	៣០០០	០១-០២-២០២២	រៀងរាល់ថ្ងៃពី ២៨-០៤-២០២២	១២
តុង ដាំ	១៦០០	១៥-០២-២០២២	រៀងរាល់ថ្ងៃពី ១៤-០៥-២០២២	៦,៤

ផែនការទីផ្សារ

មុខដំណាំ	កន្លែងត្រូវលក់	ឈ្មោះអ្នកទិញ	បរិមាណត្រូវលក់	ពេលត្រូវលក់	តម្លៃរំពឹងទុក/គក

ផែនការហិរញ្ញវត្ថុក្រុម

ផែនការហិរញ្ញវត្ថុដាច់ដោយឡែកមួយអាចត្រូវបានបង្កើតសម្រាប់កសិករម្នាក់ៗផ្អែកលើការចំណាយជាក់ស្ដែង ដែលបានធ្វើការគណនារួមគ្នាជាមួយកសិករទាំងអស់។ សម្រាប់ក្រុមទាំងមូល ចំណូល និងចំណាយត្រូវបានវិភាគដោយផ្អែកលើព័ត៌មានឯកសារយោង (សូមមើលការរៀបចំថវិកាមុខដំណាំនៅក្នុង ឯកសារបៀបណែនាំ) ដោយប្រើប្រាស់ព័ត៌មានមុខដំណាំដែលបានជ្រើសរើសពីសមាជិកម្នាក់ៗ។

មុខដំណាំ	ផលិតកម្មក្រុម (គក)	ចំណាយ		ចំណូល		ចំណូលដុល (ដុល្លារ)
		ថ្លៃដើម (ដុល្លារ/គក)	សរុប (ដុល្លារ)	តម្លៃ (ដុល្លារ/គក)	សរុប (ដុល្លារ)	
ត្រសក់	៨០០០	០,១០	៨០០០	០,២៥	២០.០០០	១២.០០០

បញ្ហាប្រឈមរបស់ក្រុម៖

បញ្ហាប្រឈម	ដើមហេតុ/ឫសគល់បញ្ហា

សកម្មភាពរួមគ្នាដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា៖

បញ្ហាប្រឈម	សកម្មភាព	ពេលវេលា	ភាគីពាក់ព័ន្ធ

ប្រភពទុនសម្រាប់វិនិយោគ

សូមពន្យល់អំពីប្រភពទុនរបស់អ្នក៖ ខ្ចីមានការប្រាក់ពីសំណាក់អ្នកចងការ ស្ថាបនមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ឬធនាគារ ការជួយឧបត្ថម្ភពីកូន ឬសមាជិកគ្រួសារដទៃទៀត ចំណូលពីការចិញ្ចឹមសត្វ ធ្វើស្រែ ឬសកម្មភាពកសិកម្មដទៃទៀត ។ល។

ដើមទុនដែលត្រូវការសរុប៖ ______________________________

ទុនមានក្នុងដៃសរុប៖ ______________________________

ទុនរំពឹងទុកពីភាគីទីបី៖ ______________________________

ប្រភពទុន	ចំនួន (ដុល្លារ)	គោលបំណង
កម្ចីធនាគារ		
ប្រាក់ខែ		
ប្រាក់ជួយឧបត្ថម្ភ		
ផ្សេងទៀត		
ប្រភពទុន		

សូមពិពណ៌នាអំពីហានិភ័យដែលអាជីវកម្មរបស់អ្នកប្រឈម (ផលិតកម្ម និងការលក់)។

____

____

____

តើអ្នកមានផែនការអ្វីខ្លះដើម្បីកាត់បន្ថយហានិភ័យទាំងនោះ?

____

____

____

ធ្វើនៅ __________ ថ្ងៃទី __________ ខែ __________ ឆ្នាំ __________

ស្នាមមេដៃសមាជិកក្រុម

ឧបសម្ព័ន្ធ៨

កត្តាសំខាន់ៗគួរពិចារណាសម្រាប់ការជ្រើសរើសមុខដំណាំ

៨. ចំណុចគន្លឹះសម្រាប់ការជ្រើសរើសមុខដំណាំ

នៅពេលកសិករដាំបន្លែត្រៀមរៀបចំធ្វើផែនការផលិតកម្ម ឬរៀបចំបង្កើតកិច្ចសន្យាជាមួយក្រុមហ៊ុនប្រមូលទិញ ពួកគេគួរពិចារណាអំពី៖ តម្រូវការកម្លាំងពលកម្មដែលមាន ទិន្នផល តម្លៃ ភាពប្រឈម-ហានិភ័យនឹងជំងឺ និងផលចំណេញជាដើម។ ព័ត៌មានលម្អិតមានដូចខាងក្រោម៖

១. សម្ភារ និងកម្លាំងពលកម្ម

អ្នកគួរគិតគូរអំពីវិធីគ្រប់គ្រងមុខដំណាំដែលអ្នកត្រូវជ្រើសរើសដាំ។ ចំពោះកសិករពាក់កណ្ដាលអាជីព អ្នកគួរពិនិត្យលើតម្រូវការកម្លាំងពលកម្មទាំងកម្លាំងពលកម្មក្នុងគ្រួសារដែលមាន និងកម្លាំងពលកម្មដែលត្រូវជួលពីខាងក្រៅ។ ក្នុងករណីអ្នកមិនមានកម្លាំងពលកម្មគ្រប់គ្រាន់ អ្នកអាចពិចារណាស្វែងរកជម្រើសបច្ចេកវិទ្យាផ្សេងៗដូចជាគ្រឿងម៉ាស៊ីនដែលមានតម្លៃសមរម្យអាចលៃលកទិញបាន។ ប្រសិនបើតម្លៃកម្លាំងពលកម្មខ្ពស់ អ្នកគួរជ្រើសរើសមុខដំណាំដែលងាយស្រួលប្រមូលផល ហើយចំណាយពេលខ្លីក្នុងការបញ្ចប់វដ្ដដំណាំនោះ។ ឧទាហរណ៍ ការប្រមូលផលម្ទេសទាមទារកម្លាំងពលកម្មច្រើន ហើយប្រើប្រាស់រយៈពេលច្រើនថ្ងៃសម្រាប់បេះម្ទេសទុំពេញរូបរាងពីព្រោះម្ទេសមិនទុំចំពេលដំណាលគ្នានោះទេ។ អ្នកចាំបាច់ត្រូវចំណាយពេលបេះម្ទេសណាដែលទុំស្មើរជារៀងរាល់ថ្ងៃ និងត្រូវរង់ចាំរហូតដល់ម្ទេសដទៃទៀតទុំពេញលក្ខណៈទើបអាចបេះបាន។ ក្នុងករណីនេះ អ្នកចាំបាច់ត្រូវពិចារណា និងពិនិត្យមើលកម្លាំងពលកម្មដែលមាន ព្រមទាំងការចំណាយសមរម្យ។ ឈេនស្នើអោយធ្វើការគណនាលើការចំណាយសម្រាប់កម្លាំងពលកម្ម និងផលិតកម្ម រួមទាំងការបង្កើតកិច្ចសន្យាទិញលក់។

២. ប្រភពទឹក

ប្រសិនគ្មានប្រភពទឹក គឺមិនអាចដាំដុះបន្លែបានទេពិសេសនៅរដូវក្ដៅ។ កសិករដាំបន្លែគួរយល់ដឹងអោយបានច្រើនអំពីតម្រូវការទឹកសម្រាប់ស្រោចស្រពដំណាំជាក់លាក់នីមួយៗ បើពុំដូចនោះទេពួកគេនឹងប្រឈមបញ្ហានៅពេលជ្រើសរើសដំណាំដែលត្រូវប្រើប្រាស់ទឹកច្រើនដើម្បីដាំ។ កសិករជាច្រើនកំពុងប្រឈមនឹងកង្វះខាតទឹកក្នុងអំឡុងពេលរដូវក្ដៅ។ ក្នុងករណីនេះ អ្នកដាំដុះគួរជៀសវាងដាំបន្លែស្លឹកដែលភាគច្រើនត្រូវការទឹកទៀងទាត់ក្នុងផលិតកម្ម។ អ្នកដាំអាចប្រើប្រាស់សុលឡាបូមទឹក/ម៉ាស៊ីនបូមទឹក/ឬអគ្គិសនី ដើម្បីបូមទឹកពីរ៉េស៊ីវ៉រ ស្រះ នឹងទន្លេជាដើម។ ក្នុងករណីនេះពួកគេចាំបាច់ត្រូវមានថវិកាក្នុងដៃដើម្បីទិញសម្ភារទាំងនោះ។ កសិករគួរដាំដំណាំឆ្លាស់ និងជ្រើសរើសមុខដំណាំផ្អែកទៅលើប្រភពទឹកដែលខ្លួនមាន និងជំនួសការដាំដុះបន្លែស្លឹកទៅជាដំណាំផ្លែដូចជា ត្រសក់ ឬត្រប់ ដោយសារដំណាំទាំងនេះមិនត្រូវការបរិមាណទឹកច្រើន ហើយក៏មិនត្រូវការស្រោចស្រពញឹកញាប់ដែរ។

៣. ទិន្នផល

កសិករគួរយល់ដឹងអោយបានច្បាស់អំពីទិន្នផលដំណាំមុនពេលពួកគេជ្រើសរើសប្រភេទដំណាំនោះមកដាំ ហើយពួកគេអាចរៀនសូត្រដកស្រង់បទពិសោធន៍ពីការដាំដុះដំណាំនោះ២ដងក្នុង១ឆ្នាំតាមការប្រែប្រួលអាកាសធាតុគឺនៅរដូវប្រាំង និងរដូវវស្សា។ ដំណាំមួយចំនួនទទួលបានទិន្នផលខ្ពស់នៅរដូវប្រាំងប៉ុន្តែមានតម្លៃទាប ដំណាំមួយចំនួនទៀតមានភាពប្រថុយប្រថានក្នុងការដាំដុះប៉ុន្តែមានតម្លៃខ្ពស់។ អ្នកគួរធ្វើការគណនាចំនួនគីឡូក្រាមក្នុងពេលប្រមូលផលម្ដងៗ និងនៅរដូវការមួយណា។ ប្រសិនដំណាំដែលត្រូវបានជ្រើសរើសអាចផ្ដល់ទិន្នផលខ្ពស់ និងតម្លៃល្អ កសិករអាចពិចារណាដាំដុះដំណាំនោះនៅលើដីដែលខ្លួនគ្រោងដាំបាន។

កសិករចាំបាច់ត្រូវដឹងថាតើពួកគេអាចរកប្រាក់ចំណេញបានទេប្រសិនបើដាំដំណាំនេះ ឬដំណាំនោះ ឬ ដាំពូជថ្មី។ គម្រោងឈេនបានផ្ដល់បញ្ជីព័ត៌មានសំខាន់ៗសម្រាប់ជាជំនួយដល់ពួកគេដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្ត។

តម្លៃ

តម្លៃគឺជាកត្តាគន្លឹះសម្រាប់រៀបចំផែនការអាជីវកម្ម។ តម្លៃបន្លែឡើងឬចុះគឺអាស្រ័យលើតម្រូវការទីផ្សារ និងតាមរដូវលក់បានថ្លៃ ឬបានថោកផងដែរ។ ព័ត៌មានទីផ្សារ អាចប្រមូលបានពីអាជីវករលក់ផ្ទាល់នៅផ្សារ ដូចជាតម្លៃក្នុង១គីឡូក្រាម និងបរិមាណតម្រូវការក្នុង១ថ្ងៃ ឬតាមរយៈការស្រាវជ្រាវតម្លៃទីផ្សារដូចបង្ហាញខាងលើ។ ក្នុងអំឡុងពេលរៀបចំផែនការអាជីវកម្ម គួរមានរៀបចំល្បែងកំសាន្តសម្រាប់កសិករដើម្បីសម្ដែង និងរៀនសូត្រអំពី**ថ្លៃដើមផលិតកម្ម**។ ឧទាហរណ៍៖ តើត្រូវចំណាយប៉ុន្មានដើម្បីផលិតបានស្ពៃចង្កឹះ១គីឡូក្រាម? អនុញ្ញាតអោយកសិករធ្វើការប៉ាន់ស្មាន និងគណនាថ្លៃដើម ព្រមទាំងការចំណាយផ្សេងៗសម្រាប់ដំណាំស្ពៃចង្កឹះក្នុង១វដ្ដផលិតកម្ម ជាពិសេសអោយពួកគេធ្វើបញ្ជីតម្លៃគ្រាប់ពូជការចំណាយសម្រាប់ផ្ទៃដី១០០ម២។ ធ្វើការប៉ាន់ប្រមាណទិន្នផលទុកជាមុន ហើយអ្នកធ្វើការចែកចំនួនគីឡូក្រាមនៃផលិតកម្មដោយការចំណាយសរុប នោះអ្នកនឹងឃើញតម្លៃចំណាយរបស់អ្នកក្នុង១គីឡូក្រាម។

៤. សត្វល្អិតចង្រៃ និងជំងឺ

ការគ្រប់គ្រងសត្វល្អិតចង្រៃ និងជំងឺ គឺជាការវិធានការចាំបាច់សម្រាប់ដោះស្រាយរាល់ការខូចខាតលើដំណាំបន្លែរបស់អ្នក។ អ្នកគួររៀបចំ និងស្វែងយល់ថា តើប្រភេទសត្វល្អិតបំផ្លាញ និងជំងឺអ្វីខ្លះដែលកើតឡើងជារឿយៗលើដំណាំដែលអ្នកជ្រើសរើសដាំ។ កសិករគួរពិចារណាជ្រើសរើសពូជណាដែលសុទ្ធល្អ ធន់ទ្រាំនឹងជំងឺ និងសត្វល្អិត ជាដើម។ ព័ត៌មានស្តីពីកត្តាសត្វល្អិត និងជំងឺ អាចសាកសួរទៅអ្នកបច្ចេកទេស ញាតិជិតខាងរបស់អ្នក បទពិសោធន៍ផ្ទាល់ខ្លួន និងការសង្កេតផ្សេងៗ។

៦. មុខដំណាំ និងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសំខាន់។

ការរៀបចំផែនការផលិតកម្ម គឺជាដំណើរការសំខាន់មួយដែលត្រូវគិតគូរ ដើម្បីធានាបាននូវផលចំណេញ និងចីរភាព។ ការរៀបចំផែនការផលិតកម្ម លើកទឹកចិត្តអោយកសិកររៀបចំប្រតិទិនផលិតកម្ម និងការប្រមូលផល ព្រមទាំងធ្វើការប៉ាន់ស្មានពេលវេលាដែលពួកគេទទួលបានបរិមាណទិន្នផលនៃដំណាំនីមួយៗ។ វិធីនេះគឺជាការផ្គូផ្គងរវាងការផ្គត់ផ្គង់ និងតម្រូវការ ព្រមទាំងកាត់បន្ថយហានិភ័យនៃការផ្គត់ផ្គង់លើសតម្រូវការ និងផ្តល់ព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធទៅអ្នកទិញសម្រាប់ការប្រមូលផ្តុំផលិតផល និងមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន។

តារាងខាងក្រោមគឺជាលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដែលត្រូវពិចារណាសម្រាប់ការជ្រើសរើសមុខដំណាំនៅពេលអ្នកចាប់ផ្តើមការរៀបចំផែនការផលិតកម្ម៖

លរ	ឈ្មោះបន្លែ	ទិន្នផលជាមធ្យម (តោន/ហត)	រដូវដំណាំ	តម្លៃប៉ាន់ស្មាន (៛)/គក	តម្រូវការកម្លាំងពលកម្ម	សត្វល្អិត និងជំងឺ	តម្រូវការទឹក	ផលចំណេញ
	បន្លែផ្លែ							
1	ត្រសក់	25	4	1.200	**	**	**	**
2	សណ្តែកគួរ	22	4	2.000	**	*	*	*
3	ម្ទេសហាវ៉ៃ	10	2	4.000	*	****	**	***
4	ប៉េងប៉ោះ	30	2	2.000	*	****	**	***
5	ឪឡឹកលឿង	35	4	1.500	*	***	*	****
6	ត្រប់	33	2	1.500	*	**	*	**
7	ម្រះ	35-40	3	1.800	**	**	*	***
8	ល្ពៅ	13	3-4	1.200	*	**	*	**
9	ននោងមូល	30	2	1.250	*	**	*	**
10	ននោងជ្រុង	30	2	1.200	*	**	*	**
11	ពោត	10	4	1.600	*	*	***	***
12	ត្រឡាច	25	3-4	1.300	**	*	*	**
	បន្លែស្លឹក							
13	ត្រកួន	25	8	2500	***	*	*****	****
14	ស្ពៃតឿ	25	8	2500	****	****	*****	****
15	ស្ពៃក្តោប ឬ ខាត់ណាដើម	30	3 Or 6	3000	**	*****	***	**
16	ស្ពៃខៀវ	30	8	2500	****	***	****	***
17	ស្ពៃចង្កឹះ	30	8	3000	****	****	****	***
	បន្លែមើម							
18	ដៃថាវ	24	4	1.300	****	*****	****	***

ចំណាំ៖

*ការបង្ហាញកម្រិតវាយតម្លៃ៖
* = ទាប
** = មធ្យម
*** = ខ្ពស់
**** = ខ្ពស់ខ្លាំង
***** = ខ្ពស់បំផុត

SNV កម្ពុជា
#១២០ ផ្លូវ៥១(កែង២២៨) ជាន់ទី៥ ភូមិទី៤ សង្កាត់ចតុមុខ ខណ្ឌដូនពេញ
ក្រុងភ្នំពេញ កម្ពុជា

ទូរស័ព្ទ៖ +៨៥៥ ១៧ ៦៤៤ ៨៨២
អ៊ីម៉ែល៖ cambodia@snv.org
គេហទំព័រ៖ www.snv.org/country/cambodia
ហ្វេសប៊ុក៖ @SNVCambodia