Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC

សៀវភៅ មគ្គុទេសក៍

របស់គម្រោងឈេនសម្រាប់ ការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារកសិកម្ម

ការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ ក្នុងគម្រោងឈេន

ការអនុវត្តការអន្តរាគមន៍អភិវឌ្ឍន៍
ប្រព័ន្ធទីផ្សារតាមវិធីជាក់ស្តែង៖
សេចក្តីណែនាំអំពីវិធីមគ្គុទេសអនុវត្ត

CHAIN
គម្រោង បន្លែ ផ្លែឈើ កម្ពុជា

SNV

swisscontact

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development and Cooperation SDC

សៀវភៅ
មគ្គុទេសក៍

របស់គម្រោងឈេនសម្រាប់
ការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារកសិកម្ម

SNV

swisscontact

គម្រោងឈេន

សៀវភៅមគ្គុទេសក៍សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារកសិកម្ម

ការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ (MSD) ក្នុងគម្រោងឈេន

អ្នកនិពន្ធ៖

លោកស្រី ណេហា ស្រេសត្រា លោក រិក អូវើម៉ាស៍ លោកស្រី ឃឹម គឹមបួយ

សូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះអ្នកពិនិត្យ និងកែសម្រួល៖

លោកជំទាវបណ្ឌិត យើ អាសុីគិន

លោកស្រី ម៉ារិគិ វ៉ាន់ស្សឺ

លោក រិគ វ៉ាន់ គូលេន

លោក ចន បែល

លោក ហែម សុវណ្ណារិទ្ធ

បណ្ឌិត សុខ គឹមឈិន

លោក ឱ ធី

លោក អ៊ុក វណ្ណារ៉ា

និងសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះអ្នកចូលរួមចំណែក៖

លោក ស្រី សុខជា លោកស្រី យស មន្នីរ័ត្ន លោក សោម សាល លោក អ៊ុន រើន

មន្ត្រីមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ

រចនា និងរៀបចំបោះពុម្ពផ្សាយ៖ ក្រុមហ៊ុន អឹម អ អេ ឌីហ្សាញ

រៀបចំរូបភាព៖ គម្រោងឈេន

អ្នកពិនិត្យផ្ទៀងផ្ទាត់៖ លោក រ៉ូណាល់ដូ ម៉ុងតេកាល់វ៉ូ

បកប្រែជាភាសាខ្មែរ៖ លោក ត្រាយ ប៊ុនថន

គម្រោងសាកវប្បកម្មកម្ពុជាដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូលនិងអាហារូបត្ថម្ភ (ឈេន) អេសអិនវី កម្ពុជា និងអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម

អ៊ីមែល៖ horticulturecambodia@gmail.com

វ៉ិបសាយ៖ http://gda.maff.gov.kh

ហ្វេសប៊ុក៖ @សាកវប្បកម្មកម្ពុជា Horticulture in Cambodia

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development and Cooperation SDC

បុព្វបទ

វិស័យកសិកម្មនៅប្រទេសកម្ពុជាបានបង្ហាញការបន្តរីកលូតលាស់ទាំងផលិតកម្ម និងការនាំចេញទោះបី ជាមានការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីត១៩។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ ភាពក្រីក្រនៅតែជាកត្តាចំបងកើតមានឡើងនៅតំបន់ជនបទ ដែលប្រហែលជា៨០% នៃប្រជាជនក្រីក្រចំនួន ២,៥លាននាក់កំពុងរស់នៅក្នុងតំបន់ជនបទ។ ផលិតភាពទាបនៃកសិករខ្នាតតូចកម្ពុជា បានកើតឡើងដោយការប្រើប្រាស់នៅមានកម្រិតនូវធាតុចូលកសិកម្មដែលមានគុណភាព ការអនុវត្តតាមស្តង់ដាបច្ចេកទេស និងនវានុវត្តន៍ ព្រមទាំងឱកាស និងព័ត៌មានទីផ្សារ។ សម្ពាធនៃធនធានធម្មជាតិ និងផលប៉ះពាល់នៃការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ គឺជាបញ្ហាប្រឈមបន្ថែមទៀត។ ចំណែកការចូលរួមក៏នៅមានកម្រិតពីសំណាក់វិស័យឯកជន លើសេវាផ្សព្វផ្សាយកសិកម្ម និងកិច្ចសហការខ្សោយជាមួយតួអង្គមកពីវិស័យសាធារណៈ បានរារាំងការអភិវឌ្ឍភាពរីកចម្រើនរបស់កសិករខ្នាតតូច។ កម្ពុជាពុំទាន់បានផ្គត់ផ្គង់បន្លែក្នុងស្រុកគ្រប់គ្រាន់នៅឡើយ ម្យ៉ាងវិញទៀត កំណើនសេដ្ឋកិច្ចរហ័សបានបង្ហាញនូវតម្រូវការកាន់តែខ្ពស់សម្រាប់ការបរិភោគបន្លែ និងផ្លែឈើដែលសុវត្ថិភាព និងគុណភាពល្អ។ កត្តានេះជាឱកាសដ៏មានតម្លៃរបស់កសិករខ្នាតតូច និងអ្នកកែច្នៃ ជាពិសេសស្ត្រីក្នុងការបង្កើនប្រាក់ចំណូល និងសន្តិសុខស្បៀង។ ជាងនេះទៅទៀត ភាពប្រសើរឡើងផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធជនបទ បានជំរុញការបំលាស់ទីរបស់ប្រជាជនក្រីក្រជនបទ ដោយផ្តល់ឱ្យពួកគេនូវលទ្ធភាពទទួលបានទីផ្សារចម្រុះ និងឱកាសការងារជាច្រើន។

ឆ្លើយតបទៅនឹងបញ្ហា និងឱកាសទាំងនេះ ទីភ្នាក់ងារស្វីសសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ (SDC) បានអភិវឌ្ឍគម្រោងសាកវប្បកម្មកម្ពុជាដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូលនិងអាហារូបត្ថម្ភ ដែលហៅកាត់ថា (គម្រោងឈេន) ជាកម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សម្រាប់រយៈពេលប្រាំបីឆ្នាំ (២០១៤ - ២០២២) ដោយសហការជិតស្និទជាមួយក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ តាមរយៈអគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម និងមន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ ក្នុងបណ្តាខេត្តគោលដៅ។ គម្រោងឈេនបានប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ទីផ្សារមួយដែលមានគោលបំណងពង្រឹងការចូលរួមរបស់កសិករក្រីក្រ (ផ្តោតសំខាន់លើស្ត្រី) នៅក្នុងទីផ្សារដើម្បីធានានូវលទ្ធភាពប្រើប្រាស់ធាតុចូលកសិកម្ម និងសេវាកម្មបានប្រសើរ និងទទួលបានចំណូលខ្ពស់។ កត្តាគន្លឹះនៃវិធិសាស្ត្រនេះគឺជាដំណើរការសម្របសម្រួលមួយ សម្រាប់ទាក់ទាញការចូលរួមពីបណ្តាដៃគូឯកជន និងសាធារណៈ ព្រមទាំងអង្គការសង្គមស៊ីវិលក្នុងការផ្តល់ជូននូវទំនិញ និងសេវាកម្មនានា ទាំងធាតុចូល និងផលិតផលកសិកម្មនៃច្រវាក់តម្លៃសាកវប្បកម្ម (ឧទាហរណ៍៖ ការផ្សព្វផ្សាយ ធាតុចូលកសិកម្ម ការរៀបចំទីផ្សារ និងព័ត៌មានទីផ្សារ) ដែលសាកសម និងបំពេញចំតម្រូវការកសិករក្រីក្រ និងអ្នកកែច្នៃ។ ឆ្លងកាត់រយៈពេល៨ឆ្នាំ យើងអាចសម្រេចបានលទ្ធផលប្រកបដោយ ផ្លែផ្កា។ ផលិតកម្មលើដំណាំបន្លែរបស់កម្ពុជាបានកើនឡើងគួរអោយកត់សម្គាល់ក្នុងអំឡុងពេល៣ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ និងបច្ចុប្បន្នបានគ្របដណ្តប់ ៦៨% នៃតម្រូវការទីផ្សារក្នុងស្រុក (៧០០.០០០តោនក្នុងឆ្នាំ២០២០) ប្រៀបធៀបនឹង៤២២.០០០តោន ក្នុងឆ្នាំ២០១៣។ សមិទ្ធិផលដ៏អស្ចារ្យ!

សៀវភៅមគ្គុទេសក៍សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារកសិកម្មនេះ គឺជាកាប្រមូលផ្តុំឧបករណ៍ គោលការណ៍ ការប្រតិបត្តិ និងវិធីសាស្ត្រនានា ដែលបានអភិវឌ្ឍក្នុងអំឡុងពេលអនុវត្តន៍គម្រោងឈេន។ សៀវភៅនេះនឹងផ្តល់ជាឯកសារយោងសម្រាប់គ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់នៅក្នុងខ្សែច្រវាក់តម្លៃកសិកម្ម ដែលមកពីវិស័យឯកជន វិស័យសាធារណៈ និងសង្គមស៊ីវិលជាដើម។ ជាងនេះទៅទៀត វាក៏ជាសៀវភៅណែនាំមួយសម្រាប់ឆ្ពោះទៅរកនិរន្តរភាពដែលជាស្នូលដ៏សំខាន់សម្រាប់គម្រោងឈេនដោយមានគោលបំណងពង្រឹង ប្រព័ន្ធទីផ្សារសាកវប្បកម្ម និងសមត្ថភាពនៃតួអង្គគ្រប់វិស័យដើម្បីផ្តល់សេវាកម្មទៅកសិករគោលដៅ។ បណ្តាញទំនាក់ទំនង គោលនយោបាយ និងប្រព័ន្ធទីផ្សារដែលបានបង្កើតឡើង នឹងបន្តដំណើរជាតួអង្គពាក់ព័ន្ធគ្រប់វិស័យ ចំណែកឯកសិករនឹងអាចឈានដល់កម្រិតអប្បបរមា-សមស្របមួយ ដើម្បីក្លាយជាទីផ្សារដែលទទួលបានប្រាក់ចំណេញ និងអាចទ្រទ្រង់ខ្លួនឯងបាន។

ខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម អាជ្ញាធរដែនដីថ្នាក់ខេត្ត មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ និងអង្គការអភិវឌ្ឍន៍ហូឡង់ (SNV) ព្រមទាំងភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ សម្រាប់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការដ៏ឥតខ្ចោះ និងសម្រាប់ការរួមចំណែកដ៏មមាញឹកដល់ការអនុវត្តនៃគម្រោងឈេន។

មាគុស៍ ប៉័រលី (Markus Buerli)
នាយក នៃកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ

មគ្គុទេសក៍ផ្សេងៗទៀតមាននៅក្នុងសៀវភៅនេះ

- ការសម្របសម្រួលការបង្កើតបណ្តុំកសិ-ធុរកិច្ច
- ការសម្របសម្រួលទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម (B2B)
- កម្មវិធីបំប៉នកសិករគម្រូ
- កម្មវិធីជំរុញអាជីវកម្មជនបទ
- ការបង្កើតគម្រោងថវិកាសម្រាប់ដំណាំ
- ដំណោះស្រាយទឹក និងអាកាសធាតុឆ្លាតវៃសម្រាប់វិស័យសារវប្បកម្ម
- វីដេអូផលិតដោយកសិករសំរាប់ការផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល

តារាងមាតិកា

១.	សេចក្តីផ្តើម	១
២.	សារតា	១
៣.	សេចក្តីណែនាំអំពីការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ	៣
៤.	ការផ្លាស់ប្តូរពីខ្សែច្រវាក់តម្លៃទៅការគិតជាប្រព័ន្ធ	៦
៥.	វិធីសាស្ត្រ MSD នៅក្នុងគម្រោងឈេន	៨
៦.	អន្តរាគមន៍សំខាន់ៗនៅក្នុង CHAN	១១

ឧបសម្ព័ន្ធ ១៣

១. សេចក្ដីផ្ដើម

គម្រោងសាកវប្បកម្មកម្ពុជា ដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណូល និងអាហារូបត្ថម្ភ (ឈេន)បានបង្កើតសៀវភៅមគ្គុទេសន៍ (HTGs) ដែលមានន័យថាជាសៀវភៅណែនាំដែលអាចយកទៅអនុវត្តតាម និងផ្ដល់ព័ត៌មានសម្រាប់អ្នកដែលមានបំណងចង់ចម្លង និងអភិវឌ្ឍបន្ថែមទៀតនូវវិធីសាស្ត្រជោគជ័យដែលបានប្រើក្នុងដំណាក់កាលទាំងបីនៃឈេន។ យើងសង្ឃឹមថាសៀវភៅមគ្គុទេសន៍ (HTGs) ទាំងនេះនឹងមានប្រយោជន៍សម្រាប់អង្គការជាច្រើននៅទូទាំងពិភពលោក ជាពិសេសអ្នកដែលចូលរួមក្នុងគម្រោងអភិវឌ្ឍន៍កសិកម្មដែលអនុវត្តវិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ (សូមមើលប្រអប់ទី 1)។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ យើងបានសរសេរសៀវភៅមគ្គុទេសន៍ (HTGs) ជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធកម្ពុជាដែលភាគច្រើនគឺ ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ (MAFF) អគ្គនាយកដ្ឋានកសិកម្ម (GDA) មន្ទីរកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទខេត្ត (PDAFFs) និងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្នុងស្រុក។

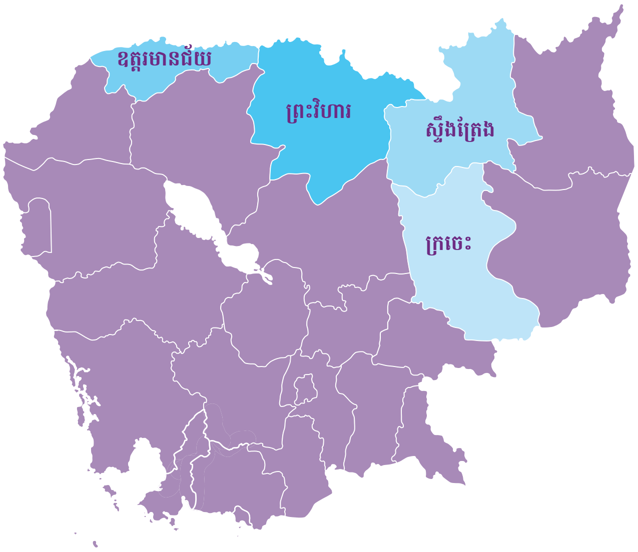
គម្រោងឈេនធ្វើតាមវិធីសាស្ត្រនៃការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ (MSD) ក្នុងការរចនា និងការអនុវត្តរបស់វា។ សៀវភៅមគ្គុទេសន៍ (HTGs) នេះគឺ ជាលើកដំបូងនៃស៊េរី។ វាផ្ដោតលើការណែនាំអំពីទស្សនៈទាននៃការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ (MSD)។ គម្រោងឈេនបានចាត់ទុកក្រុមគោលដៅរបស់ខ្លួនជា ពាណិជ្ជករស្ត្រីនិង បុរសដែលជីវភាពរស់នៅពឹងផ្អែកលើដំណាំសាកវប្បកម្ម និងដែលត្រូវការអភិវឌ្ឍសមត្ថភាពអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ និងបង្កើតទំនាក់ទំនងប្រកបដោយផលិតភាពសេដ្ឋកិច្ចជាមួយតួអង្គអាជីវកម្មផ្សេងទៀត។ អន្តរាគមន៍របស់ គម្រោងឈេនត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីឱ្យអ្នកគ្រប់គ្នានៅក្នុងខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃអាចសម្រេចបាននូវប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ដែលមានសក្ដានុពល បង្កើតទំនាក់ទំនងឈ្នះ ឈ្នះដោយឥទ្ធិពលលើផ្នែកផ្សេងៗនៃប្រព័ន្ធទីផ្សារ។

ក្នុងនាមជាស៊េរីដំបូង មគ្គុទ្ទេសក៍នេះមានគោលបំណងណែនាំវិធីសាស្ត្រ MSD និងពន្យល់យ៉ាងសង្ខេបពីរបៀបដែលគម្រោងឈេនបានអនុវត្តវិធីសាស្ត្រនេះ។ វាផ្ដល់នូវការយល់ដឹងខ្លីៗអំពីរបៀបដែលសៀវភៅមគ្គុទេសន៍ (HTGs) ផ្សេងទៀតសមនឹងនៅក្នុងស៊េរីនេះ។

មគ្គុទ្ទេសក៍នេះមិនមែនជាឯកសារបណ្ដុះបណ្ដាលពេញលេញស្ដីពីប្រព័ន្ធទីផ្សារទេ ប៉ុន្តែជាការណែនាំអំពីរបៀបដែលវាត្រូវបានអនុវត្តតាមវិធីជាក់ស្ដែងនៅក្នុងគម្រោងឈេន។ សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែមអំពីប្រព័ន្ធទីផ្សារ យើងយោងទៅលើឯកសារផ្សេងៗ និងប្រភពគេហទំព័រនៅក្នុងអត្ថបទ។

២. សាវតា

គម្រោងឈេន គឺជាគម្រោងរយៈពេលប្រាំបីឆ្នាំ ចែកចេញជាបីដំណាក់កាល (ដំណាក់កាលទី 1 2014-2017 ដំណាក់កាលទី 2 2017-2020 និងដំណាក់កាលទី 3 2020-2022) ដែលផ្ដោតលើខេត្តដាច់ស្រយាល និងក្រីក្រចំនួនបួនក្នុងប្រទេសកម្ពុជាគឺ ឧត្ដរមានជ័យ ព្រះវិហារ ស្ទឹងត្រែង និង ក្រចេះ។ គោលដៅរួមរបស់គម្រោងឈេនគឺ ដើម្បីលើកកំពស់ជីវភាពរបស់កសិករក្រីក្រទាំងស្ត្រី និងបុរសនៅតាមជនបទ តាមរយៈ i) បង្កើនការធ្វើពិពិធកម្មផលិតកម្មកសិកម្មក្នុងចំណោមកសិករខ្នាតតូច ii) ប្រាក់ចំណូលកើនឡើង; iii) ការកែលម្អសន្តិសុខស្បៀងក្នុងគ្រួសារ; និង iv) ធ្វើអោយប្រសើរឡើងនូវភាពធន់នឹងអាកាសធាតុ។ ដំណាំសាកវប្បកម្ម គឺជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់នៃសេដ្ឋកិច្ចកសិកម្មនៃប្រទេសកម្ពុជា ដោយសារតែការកើនឡើងនៃការប្រើប្រាស់បន្លែ និងផ្លែឈើនៅក្នុងទីក្រុង។ រហូតមកដល់ពេលថ្មីៗនេះ មានជាង 50% នៃបន្លែទាំងអស់ត្រូវបាននាំចូលពីប្រទេសជិតខាងដែលមានសមត្ថភាពផលិតពេញមួយឆ្នាំ និងបំពាក់ដោយបណ្ដាញដឹកជញ្ជូនកាន់តែប្រសើរ។ ជាលទ្ធផល ផលិតផលនោះមានតម្លៃប្រកួតប្រជែងជាង។ ទោះជាយ៉ាងនេះក្ដី បន្លែដែលនាំចូលមានបរិមាណសំណល់ថ្នាំសម្លាប់សត្វល្អិតដ៏ច្រើន ដូច្នេះហើយបានជាមានការព្រួយបារម្ភពីសុវត្ថិភាពចំណីអាហារ។ គម្រោងឈេនបានធ្វើការលើការលើកកម្ពស់បន្លែដែលផលិតក្នុងស្រុកប្រកបដោយសុវត្ថិភាពដោយធ្វើការជាមួយតួអង្គជាច្រើននៃខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ និងការប្រើប្រាស់អន្តរាគមន៍ដែលពង្រឹងប្រព័ន្ធទីផ្សារ។



គម្រោងឈេនបានទំនាក់ទំនងជាមួយ និងពង្រឹងតួអង្គផ្សេងៗនៃប្រព័ន្ធទីផ្សារ៖

មុនគម្រោងឈេន	ក្រោយគម្រោង
ការផលិតបន្លែតាមបែបអាជីពតិចតួច ដោយបន្លែភាគច្រើននាំចូលពីក្រៅខេត្ត	ការផ្គត់ផ្គង់បន្លែក្នុងស្រុកក្នុងខេត្តគោលដៅទាំងបួនបានកើនឡើងពី ៣០% ទៅ ៧០%។
កសិករតិចតួចដែលចូលរួមក្នុងការសាកវប្បកម្មបែបអាជីព	គម្រោងនេះបានជួយដល់ 10,000 គ្រួសារពីក្នុង 400 ក្រុមកសិករ។ ជាង 65% នៃកសិករដែលបានជួយគឺ ជាស្ត្រី។ កសិករប្រហែល 6000 នាក់បានផ្លាស់ប្តូរពីការធ្វើកសិកម្មចិញ្ចឹមជីវិត (ខ្នាតគ្រួសារ) ទៅផលិតកម្មពាក់កណ្តាលអាជីព ឬអាជីព។
ទំនាក់ទំនងទីផ្សារខ្សោយ	បណ្តុំអាជីវកម្មចំនួន 14 ត្រូវបានបង្កើតឡើង និងបណ្តុះបណ្តាលជាមួយនឹងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវកិច្ចសហការរវាងសាធារណៈ និងឯកជន និងការផ្សារភ្ជាប់ទីផ្សារ។ អាជីវករ ៦៥ នាក់ នៅទូទាំងខេត្តគោលដៅបានបង្កើនប្រភពក្នុងស្រុក។
ធាតុចូលសម្រាប់ដំណាំសាកវប្បកម្មតិចតួចណាស់ (គ្រាប់ពូជ ជី ថ្នាំសម្លាប់សត្វល្អិត ប្រព័ន្ធធារាសាស្ត្រស្រក់ ស្នប់ ផ្ទះកញ្ចក់) ដែលអាចរកបានក្នុងមូលដ្ឋាន។	អ្នកលក់រាយចំនួន 25 នាក់ (ភាគច្រើនជាស្ត្រី) នៅទូទាំងខេត្តគោលដៅបានបង្កើនការលក់របស់ពួកគេ។
សេវាកម្មផ្សព្វផ្សាយមានកំណត់	កសិករគម្រូចំនួន 80 នាក់បានផ្តល់សេវាកម្មដល់សមាជិកកសិកររបស់ពួកគេនៅក្នុងក្រុមកសិករតាមរយៈអាជីវកម្មខ្នាតតូច (ការប្រមូលបន្លែ ការលក់ធាតុចូល ការធ្វើជីកំប៉ុស ការដំឡើងដំណក់ទឹក ការជួសជុលផ្ទះសំណាញ់។ល។)។ ក្រុមហ៊ុនបញ្ចូលផ្តល់ការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកទេស។ វីដេអូផលិតក្នុងស្រុកស្តីពីការគ្រប់គ្រងសត្វល្អិតបែបចំរុះ និងការដាំដុះឪឡឹកពណ៌លឿង។ កសិករចែករំលែកបទពិសោធន៍របស់ពួកគេតាមរយៈវីដេអូដែលបង្កើតដោយខ្លួនឯងនៅលើក្រុម Telegram ។
គ្មានផលិតកម្មពេញមួយឆ្នាំ ភាពធន់មានកម្រិតចំពោះការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ	កសិករបានទទួលយកបច្ចេកវិទ្យាធន់នឹងអាកាសធាតុ ដូចជាការគ្រប់គ្រងទឹកដ៏ឆ្លាតវៃ និងផ្ទះសំណាញ់ជាដើម។ អ្នកផ្តល់សេវាទឹកឆ្លាតវៃចំនួន 20 និងអ្នកផ្តល់ផលិតផលបានភ្ជាប់ជាមួយអតិថិជនសក្តានុពល និងផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកវិទ្យាទឹកឆ្លាតវៃសម្រាប់អាកាសធាតុបន្ថែមទៀត។
សេវាកម្មគាំទ្រខ្សោយ	សេវាទីផ្សារដែលផ្តល់ដោយប្រតិបត្តិករសេវាសាធារណៈ និងឯកជនមានភាពប្រសើរឡើង រាប់ចាប់ពីផ្នែកផ្សព្វផ្សាយដោយរដ្ឋាភិបាល ជំនួយបច្ចេកទេសដោយក្រុមហ៊ុនគ្រាប់ពូជ និងថ្នាំសម្លាប់សត្វល្អិត និងព័ត៌មាន និងឥណទានដែលបានបង្កប់នៅក្នុងខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ។
រារាំងបរិស្ថានអំណោយផល	ការិយាល័យផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មខេត្តចំនួន៤ (PDAFF) និងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលក្នុងស្រុកចំនួន ៤ បានទទួលបទពិសោធន៍ និងសមត្ថភាពក្នុងការសម្របសម្រួលកិច្ចអន្តរាគមន៍ជាក់ស្តែងជាបន្តបន្ទាប់ ដើម្បីជំរុញការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ។ រដ្ឋាភិបាលខេត្ត និងថ្នាក់ជាតិបានបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍សាកវប្បកម្ម និងបានរួមចំណែកដល់គោលនយោបាយសាកវប្បកម្មជាតិ។

៣. សេចក្តីណែនាំអំពីការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ

ទីផ្សារមានសារៈសំខាន់សម្រាប់កំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ។ ទីផ្សារអាចផ្តល់នូវមធ្យោបាយចម្បងដែលស្ត្រី និងបុរសក្រីក្រអាចចូលរួមក្នុងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចក្នុងនាមជាអ្នកផលិត ពាណិជ្ជករ អ្នកផ្តល់សេវា អ្នកប្រើប្រាស់ និងបុគ្គលិក។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ទីផ្សារក៏អាចមិនផ្តល់ឱកាសបញ្ចូលស្ត្រី និងបុរសក្រីក្រ ចូលរួម និងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីកំណើនសេដ្ឋកិច្ច។ វាចាំបាច់ណាស់ក្នុងការយល់ដឹងពីរបៀបដែលទីផ្សារដំណើរការដើម្បីឱ្យមានភាពរួមបញ្ចូលកាន់តែច្រើន និងរបៀបដែលអ្នកក្រអាចទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីកំណើនសេដ្ឋកិច្ចទាំងមូល។.[1]

វិធីសាស្ត្រនៃការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ (MSD) មានគោលបំណងដោះស្រាយភាពក្រីក្រដោយធ្វើអោយប្រសើរឡើងនូវការអនុវត្តទីផ្សារក្នុងលក្ខណៈដែលគាំទ្រដល់អ្នកក្រីក្រ និងបរិយាប័ន។ វិធីសាស្ត្រនេះព្យាយាមស្វែងយល់ និងគាំទ្រការផ្លាស់ប្តូរប្រព័ន្ធទីផ្សារ ដើម្បីដំណើរការកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព និងនិរន្តរភាពសម្រាប់ស្ត្រី និងបុរសក្រីក្រក្នុងការចូលរួមទទួលផល[២]។

គោលបំណងនៃការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារគឺ៖

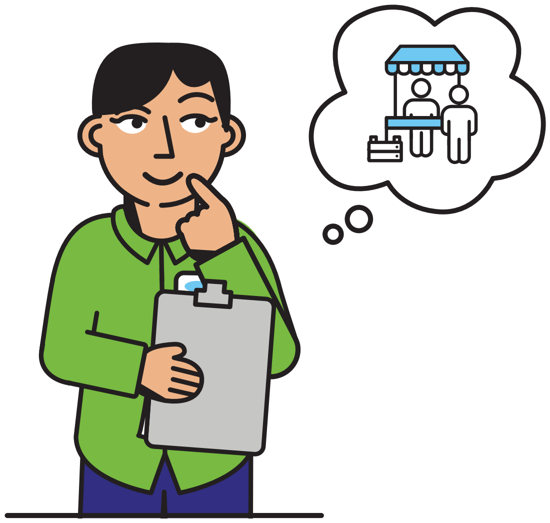
- ដើម្បីកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ
- ដើម្បីផ្លាស់ប្តូរប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចដែលគ្រួសារក្រីក្រអាច ឬចូលរួមតាមរយៈការទិញ និងលក់ទំនិញ សេវាកម្ម ឬកម្លាំងពលកម្ម
- ដើម្បីជំរុញការផ្លាស់ប្តូរពីរបៀបដែលប្រព័ន្ធទាំងនេះដំណើរការ - ធ្វើឱ្យទីផ្សារកាន់តែលើកទឹកចិត្តដល់ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ អាចទទួលយកបាន បរិយាប័ន និងមានភាពធន់ក្នុងរយៈពេលវែង[៣]។

[1] http://www.springfieldcentre.com/wp-content/uploads/2017/11/2004-07-MMW4P-an-objective-and-an-approach-for-governments-and-development-agencies.pdf

[2] http://www.springfieldcentre.com/wp-content/uploads/2015/11/2015-09-M4P-Op-Guide-Sept2015.pdf

[3] https://beamexchange.org/market-systems/key-features-market-systems-approach/

ជារឿយៗមានហេតុផលស្មុគស្មាញជាច្រើនដែលទីផ្សារមិនដំណើរការសម្រាប់អ្នកក្រីក្រ (ទីផ្សារបរាជ័យ)។ វិធីសាស្ត្រ MSD ជីកជ្រៅក្នុងការកំណត់បញ្ហាប្រឈម និងឧបសគ្គមូលដ្ឋាននៃមូលហេតុដែលរឿងនេះមិនកើតឡើង ហើយរៀបចំអន្តរាគមន៍ដើម្បីដោះស្រាយវា។ ទិដ្ឋភាពសំខាន់នៃវិធីសាស្ត្រ MSD គឺថាវាធ្វើការជាមួយទីផ្សារ និងការអនុញ្ញាតឲ្យតួអង្គ ដែលរួមមានរដ្ឋាភិបាល អាជីវកម្មផ្នែកឯកជន ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ និងស្ថាប័នស្រាវជ្រាវ និងស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាល អាចផ្តល់ប្រភេទផ្សេងៗនៃអន្តរាគមន៍ក្នុងការគាំទ្រប្រព័ន្ធទីផ្សារ។



ដោយផ្អែកលើការអនុវត្តល្អបំផុតរបស់ MSD, Swisscontact, ដែលជាដៃគូរួមមួយនៃគម្រោងឈេន បានសំយោគមេរៀនជាសកលរបស់ខ្លួនទៅជាគោលការណ៍ចំនួនបួន៖ ការគិតជាប្រព័ន្ធ និរន្តរភាព ការសម្របសម្រួល និងផ្តល់សម្មិទផល ជាទ្រង់ទ្រាយធំ។

ការគិតជាប្រព័ន្ធ៖

គោលបំណងគឺ ដើម្បីធ្វើសកម្មភាពជាយុទ្ធសាស្ត្រដោយដោះស្រាយមូលហេតុមូលដ្ឋាន ដើម្បីធានាឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរជាប្រព័ន្ធ។ នេះតម្រូវឱ្យមានការយល់ដឹងអំពីប្រព័ន្ធទីផ្សារ និងអនុប្រព័ន្ធ របស់វាជុំវិញក្រុមគោលដៅ (ឧ. ការផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល) និងចំណេះដឹងអំពីតួនាទី និង (អំណាច) ទំនាក់ទំនងរវាងតួអង្គ និងស្ថាប័ន។

ការស្វែងរកដំណោះស្រាយដែលមាននិរន្តរភាព៖

គោលបំណងគឺ ដើម្បីធានា និងសង្កត់ធ្ងន់ថាការផ្លាស់ប្តូរដែលបានធ្វើឡើងចំពោះទីផ្សារ និងអាកប្បកិរិយារវាងតួអង្គមានរយៈពេលលើសពីអាយុកាលនៃគម្រោង។ ដោយមានចក្ខុវិស័យដែលចង់បានច្បាស់លាស់ និង ប្រាកដនិយមសម្រាប់ពេលអនាគត អន្តរាគមន៍អាចត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន។ និរន្តរភាពគឺ អាស្រ័យលើការលើកទឹកចិត្ត និងសមត្ថភាពរបស់អ្នកដើរតួក្នុងទីផ្សារ (សាធារណៈ និងឯកជន) ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យក្នុងរយៈពេលវែង (ជួនកាល ប៉ុន្តែមិនមែនតែងតែតាមរយៈស្ថានភាពឈ្នះ-ឈ្នះ)។

ការសម្របសម្រួលការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងទីផ្សារ៖

គោលបំណងគឺ ដើម្បីអនុវត្តតាមរយៈការសម្របសម្រួលដែលជំរុញអ្នកដើរតួក្នុងទីផ្សារឱ្យផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយារបស់ពួកគេ និងជំរុញឱ្យមានកិច្ចសហការ។ សកម្មភាពទាំងនេះគួរតែជំរុញការផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយា ប៉ុន្តែដោយអនុញ្ញាតឱ្យតួអង្គទាំងអស់អាចធ្វើកិច្ចការងារបាន។ អ្នកសម្របសម្រួលចាប់យកចំណាប់អារម្មណ៍ និងនាំយកតួអង្គទីផ្សារធ្វើការរួមគ្នា បង្កើតទំនាក់ទំនង កំណត់អត្តសញ្ញាណ និងពង្រឹងគំរូអាជីវកម្ម និងផ្តល់កត្តាលីករក្នុងការគាំទ្រ។ យូរៗទៅតួនាទីរបស់អ្នកសម្របសម្រួលថយចុះខណៈពេលដែលតួនាទីរបស់អ្នកទីផ្សារកើនឡើង។ ការផ្លាស់ប្តូរត្រូវតែគ្រប់គ្រងដោយតួអង្គទីផ្សារ។

ស្វែងរកសម្មិទផលក្នុងទ្រង់ទ្រាយធំ៖

គោលបំណងគឺ ដើម្បីបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រដែលអាចពង្រីកបានដោយជោគជ័យ ដើម្បីឈានទទួលបានសម្មិទផលទ្រង់ទ្រាយធំ តាមរយៈតួអង្គទីផ្សារ និងការផ្លាស់ប្តូរជាប្រព័ន្ធ។ ទំហំមានន័យថាការកំណត់គោលដៅចំនួនធំនៅក្នុងក្រុមគោលដៅដោយការផ្តូរផ្តងគ្នានៅក្នុងតួអង្គទីផ្សារស្រដៀងគ្នាផ្សេងទៀត ឬតាមរយៈការទាមទារឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរ ប្តូរគោលនយោបាយដែលមានសក្តានុពលដល់ការផ្លាស់ប្តូរប្រព័ន្ធទីផ្សារ។

សរុបមក:

- វិធីសាស្ត្រ MSD គឺជាវិធីសាស្ត្រមួយក្នុងការយល់ដឹង និងអន្តរាគមន៍ក្នុងសេដ្ឋកិច្ច ដើម្បីកាត់បន្ថយការមិនរាប់បញ្ចូលផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងភាពក្រីក្រ។
- វាចូលរួមក្នុងដំណើរការនៃប្រព័ន្ធទីផ្សារជាក់លាក់មួយ ដូច្នេះវាកាន់តែរួមបញ្ចូល ការប្រកួតប្រជែង ធន់ទ្រាំ។
- មហិច្ឆតារបស់វាគឺ ការផ្លាស់ប្តូរយូរអង្វែង (និរន្តរភាព) ដែលបង្កើតអត្ថប្រយោជន៍យ៉ាងទូលំទូលាយ (ផលប៉ះពាល់ជាមាត្រដ្ឋាន) សម្រាប់ប្រជាជនដែលរស់នៅក្នុងភាពក្រីក្រ។

លក្ខណៈសំខាន់ៗនៃគម្រោងដោយប្រើវិធីសាស្ត្រ MSD

ចំណុចចាប់ផ្តើមសម្រាប់គម្រោងណាមួយដោយប្រើវិធីសាស្ត្រ MSD គឺត្រូវយល់ថាអ្នកក្រគឺជាផ្នែកមួយនៃប្រព័ន្ធទីផ្សារ។ ពួកគេចូលរួមជាកម្មករ អ្នកផលិត អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងអ្នកប្រើប្រាស់។ លើសពីនេះទៀត ខាងក្រោមនេះគឺ ជាលក្ខណៈសំខាន់ៗ មួយចំនួននៃគម្រោងដោយប្រើវិធីសាស្ត្រ MSD

- គម្រោងធ្វើការវិភាគហ្មត់ចត់អំពីរបៀបដែលប្រព័ន្ធទីផ្សារដំណើរការ និងមូលហេតុអ្វីបានជាប្រព័ន្ធដំណើរការដូចដែលពួកគេកំពុងធ្វើ។ ការយល់ដឹងអំពីប្រព័ន្ធទីផ្សារ គឺជាដំណើរការបន្តនៃការស្រាវជ្រាវ ពិនិត្យឡើងវិញ និងសិក្សា។ តើនរណាជាតួអង្គទីផ្សារ ? តើតួអង្គទីផ្សារមានទំនាក់ទំនងគ្នាយ៉ាងដូចម្តេច ? តើអ្វីជាបញ្ហា និងមូលហេតុដែលរារាំងស្ត្រី និងបុរសពការចូលរួមក្នុងទីផ្សារកាន់តែស្មើភាពគ្នា ? តើអ្វីទៅជាការរារាំងពលរដ្ឋក្រីក្រមិនឲ្យទទួលបានផលប្រយោជន៍ពីទីផ្សារ ?

- ប្រព័ន្ធទីផ្សារមានភាពរស់រវើកនៅក្នុងធម្មជាតិ ហើយការយល់ដឹងអំពីទីផ្សារគឺ ជាដំណើរការដែលកំពុងដំណើរការ នៅពេលដែលតួអង្គថ្មីចូលក្នុងទីផ្សារ ឱកាសថ្មីៗលេចឡើង ហើយមានការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងទំនាក់ទំនង។ ដូច្នេះហើយ គម្រោងនានាត្រូវតែមានឆន្ទៈក្នុងការបត់បែន និងសម្របខ្លួនដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងទីផ្សារ ហើយដូច្នេះ ពិនិត្យឡើងវិញ និងកែសម្រួលយុទ្ធសាស្ត្រ បិទគំនិតផ្តួចផ្តើមដែលមិនចាំបាច់ ឬធ្វើសកម្មភាពថ្មី។

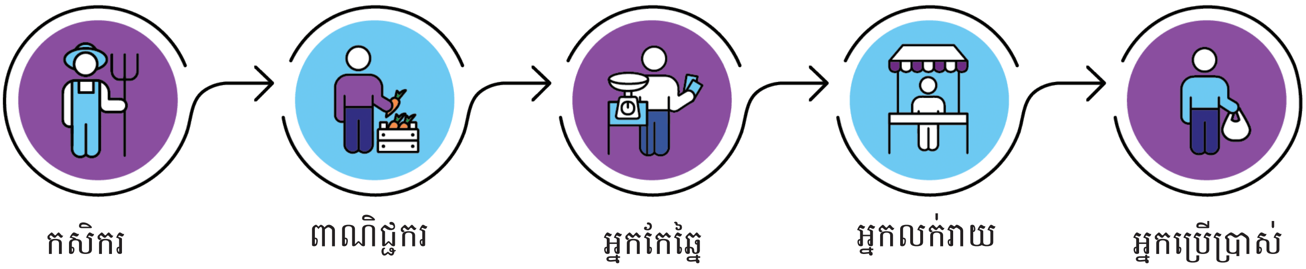
- ភាពជាដៃគូជាមួយតួអង្គសាធារណៈ និងឯកជនគឺ ជាលក្ខណៈសំខាន់នៃវិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ។ ដោយមានយុទ្ធសាស្ត្រ និងចេតនាក្នុងការជ្រើសរើសដៃគូដើម្បីធ្វើការជាមួយ អ្នកអនុវត្តត្រូវតែវិភាគលើការលើកទឹកចិត្ត និងសមត្ថភាពរបស់ដៃគូដែលទំនងជាបន្តចូលរួមក្នុងគំរូអាជីវកម្ម ទោះបីជាបន្ទាប់ពីគម្រោងបានបញ្ចប់ក៏ដោយ។ ការធានាថាដំណោះស្រាយដែលបានស្នើឡើង/គំរូអាជីវកម្មថ្មីគឺ អាចសម្រេចបាន និងនិរន្តរភាពដើម្បីយកឈ្នះលើការមិនរាប់បញ្ចូលស្ត្រី និងបុរសក្រីក្រ គឺមានសារៈសំខាន់ចំពោះនិរន្តរភាព។

- ការជំរុញការចម្លង ឬ "ការប្រមូលផ្តុំគ្នាអនុវត្តតាមគ្នា" ដោយការរីករាលដាលនៃការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងការផ្លាស់ប្តូរតួនាទី ផលិតផល ឬអាកប្បកិរិយាលើសពីដៃគូដំបូងមួយចំនួនទៅកាន់រង្វង់ធំទូលាយនៃអ្នកសម្រេចចិត្តលើទីផ្សារ និងអ្នកទទួលផល គឺជាចំណុចសំខាន់នៃវិធីសាស្ត្រ។

៤. ការផ្លាស់ប្តូរពីខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ ទៅការគិតជាប្រព័ន្ធ

យើងនឹងបង្ហាញនៅទីនេះ មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការគិតខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ និងការវិភាគប្រព័ន្ធទីផ្សារ។ យើងបង្ហាញតែសេចក្តីសង្ខេបនៅទីនេះប៉ុណ្ណោះ។ សម្រាប់ព័ត៌មានលម្អិតបន្ថែមទៀត យើងយោងទៅសៀវភៅដៃមួយចំនួនស្តីពីការអភិវឌ្ឍខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ (VCD) និងការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធទីផ្សារ (MSD)[៣]។

ការអភិវឌ្ឍន៍ខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃសំដៅលើវិធីសាស្ត្រដែលយកផលិតផល ឬទំនិញជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ការវិភាគ។ ជារឿយៗវាសំដៅទៅលើផលិតផលជាក់លាក់មួយសម្រាប់ទីផ្សារជាក់លាក់មួយ ហើយនៅក្នុងការកំណត់នៅទីជនបទ ហើយផលិតផលនេះច្រើនតែផ្អែកលើកសិកម្ម។ ការវិភាគត្រូវបានធ្វើឡើងលើគន្លងទាំងមូលសម្រាប់ផលិតផលនោះ ចាប់ពីការធ្វើកសិកម្ម ការប្រមូលផល ការកែច្នៃ និងការដឹកជញ្ជូនរហូតដល់ការលក់ទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់។ ការអភិវឌ្ឍន៍ខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃគឺ ជាសិល្បៈនៃការបង្កើត និងពង្រឹងសម្ព័ន្ធភាពជាយុទ្ធសាស្ត្រនៃតួអង្គខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ ដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណេញឈ្នះឈ្នះ ការប្រកួតប្រជែង បរិយាប័ន និងនិរន្តរភាព។ ឧទាហរណ៍ នៅក្នុងរូបទី ១ អ្នកអាចឃើញថាផលិតផលមួយកំពុងផ្លាស់ប្តូរពីកសិករ តាមរយៈពាណិជ្ជករ អ្នកកែច្នៃ និងអ្នកលក់រាយ ដើម្បីទៅដល់អ្នកប្រើប្រាស់។ នៅក្នុងខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃផលិតផលផ្លាស់ទីពីឆ្វេង



ដ្យាក្រាមទី 1៖ ឧទាហរណ៍នៃខ្សែសង្វាក់តម្លៃសាកវប្បកម្ម ដូចដែលបានរកឃើញនៅក្នុងតំបន់ CHAIN

ទៅស្តាំ ហើយព័ត៌មានអំពីលំហូរសាច់ប្រាក់ និងទីផ្សារពីស្តាំទៅឆ្វេង។ តួអង្គទាំងនេះនៅក្នុងខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃគឺ ជាអង្គភាពដែលជាម្ចាស់ផលិតផលនៅពេលជាក់លាក់មួយ។ គម្រោងដែលប្រើវិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃវិភាគគន្លងសម្រាប់ផលិតផល ហើយការវិភាគនេះជួយអ្នកប្រើប្រាស់កំណត់អត្តសញ្ញាណអន្តរាគមន៍ដែលជួយតួអង្គទីផ្សារដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការទីផ្សារ ការអភិវឌ្ឍផ្នែកទីផ្សារដែលផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តកាន់តែច្រើន បង្កើនតម្លៃសម្រាប់តួអង្គតាមរយៈការធ្វើឱ្យប្រសើរខ្សែច្រវ៉ាក់ (ការកែលម្អផលិតភាព គុណភាព ការចែកចាយតម្លៃជាដើម។ នៅក្នុងវិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ ការធ្វើអន្តរាគមន៍គឺ ធ្វើឡើងដោយផ្ទាល់ជាមួយតួអង្គខ្សែច្រវ៉ាក់ដែលជារឿយៗពាក់ព័ន្ធនឹងករណីអាជីវកម្មជាមួយម្ចាស់ខ្សែច្រវ៉ាក់/ក្រុមហ៊ុននាំមុខ។

ការពិចារណាក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ

សម្រាប់អង្គការជាច្រើនក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ការអន្តរាគមន៍អភិវឌ្ឍន៍វិស័យកសិកម្មចាប់ផ្តើមពីក្រុមគោលដៅ ដែលជារឿយៗជាកសិករខ្នាតតូច។ អន្តរាគមន៍គឺ សំដៅលើការកែលម្អបរិមាណផលិតកម្ម និងវិធីសាស្ត្រ។ គម្រោងនេះច្រើនតែចាប់ផ្តើមជាមួយអ្នកផលិតជាជាងជាមួយនឹងទីផ្សារ (អ្នកប្រើប្រាស់ ឬអ្នកទិញ) ហើយប្រហែលជាខ្វះទស្សនវិស័យទីផ្សារច្បាស់លាស់។ នេះត្រូវបានគេស្គាល់ផងដែរថាជាវិធីសាស្ត្រជំរុញអ្នកផលិត។ ការវិភាគចំណូលចំណាយរួមទាំងតម្រូវការកម្លាំងពលកម្ម នៃអន្តរាគមន៍ដែលបានស្នើឡើងប្រហែលជាមិនត្រូវបានធ្វើឡើងទេ។ ដូច្នេះសម្រាប់គ្រួសារជាច្រើនវាមិនច្បាស់ថាតើការអន្តរាគមន៍នឹងធ្វើឲ្យស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចសង្គមរបស់ពួកគេប្រសើរឡើងឬអត់។ បន្ទាប់មក ប្រសិនបើទំនាក់ទំនងទីផ្សារមិនមានវត្តមាន ជួនកាលអង្គការអនុវត្តចាប់ផ្តើមធ្វើសកម្មភាពដូចជាទីផ្សារ ការទិញលក់ក្នុងនាមកសិករ ឬគាំទ្រក្រុមអ្នកផលិតដើម្បីធ្វើដូច្នេះដោយគ្មានលក្ខខណ្ឌទីផ្សារចាំបាច់ និង/ឬសំណុំជំនាញអាជីវកម្មនៅនឹងកន្លែង។ ភាគច្រើននៃអន្តរាគមន៍ទាំងនេះនឹងមិនទទួលបានជោគជ័យក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ឬនិរន្តរភាពឡើយ។

[3] See BEAM exchange website for resources and webinars: https://beamexchange.org/market-systems/

វិធីសាស្រ្តអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារព្យាយាមស្វែងយល់ពីភាពស្មុគស្មាញនៃទីផ្សារ។ វាចាំបាច់ណាស់ក្នុងការយល់ដឹងថាប្រព័ន្ធទីផ្សារមានមុខងារបីដែលតួអង្គទីផ្សារសំខាន់ៗអាចដើរតួនាទីមួយ៖ ខ្សែសង្វាក់តម្លៃស្នូល មុខងារគាំទ្រ និងមុខងារនិយតកម្ម/បរិយាកាសជំរុញ។ ដូចដែលបានបង្ហាញនៅក្នុងរូបភាពទី 2- ប្រព័ន្ធទីផ្សារ នំ donut- ស្នូលនៃប្រព័ន្ធទីផ្សារគឺ ជាខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃដែលអន្តរកម្មរវាងតម្រូវការ និងការផ្គត់ផ្គង់កើតឡើង។ ជារឿយៗ នេះមិនមែនជាទំនាក់ទំនងសាមញ្ញរវាងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ម្នាក់ និងអ្នកទិញម្នាក់ទេ ប៉ុន្តែជាខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃនៃទំនាក់ទំនងរវាង "តួអង្គ" ឬអ្នកសម្រេចចិត្តជាច្រើននៅក្នុងទីផ្សារ ហើយអាចត្រូវបានតំណាងដោយផ្នែកផ្គត់ផ្គង់ និងតម្រូវការ។

មុខងារគាំទ្រគឺ ជាសេវាកម្មដែលគាំទ្រខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃទីផ្សារស្នូល។ នេះអាចរួមបញ្ចូលការផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលផលិតកម្មចាំបាច់ ព័ត៌មានផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារដែលកសិករទទួលបានតាមរយៈភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល ឬលទ្ធភាពទទួលបានសេវាដឹកជញ្ជូនខ្សែច្រវ៉ាក់ត្រជាក់ដើម្បីដឹកជញ្ជូនផលិតផល។ វាអាចរួមបញ្ចូលសេវាហិរញ្ញវត្ថុដែលត្រូវបានទទួលដោយកសិករ ពាណិជ្ជករ ឬអ្នកលក់រាយ។

មុខងារបទប្បញ្ញត្តិ/បរិយាកាសអនុញ្ញាតរួមមានបទដ្ឋាន ច្បាប់ បទប្បញ្ញត្តិ និងកម្លាំងផ្សេងទៀតដែលប៉ះពាល់ដល់របៀបដែលប្រព័ន្ធដំណើរការ។ នេះអាចរាប់បញ្ចូលទាំងភាពមិនច្បាស់លាស់អំពីតួនាទីរបស់ស្រ្តី និងបុរស គោលនយោបាយដែលគ្រប់គ្រងការនាំចូលធាតុចូលកសិកម្ម ការបង្កើតស្តង់ដារគុណភាព ឬវត្តមាន ឬអវត្តមាននៃការជឿទុកចិត្តក្នុងចំណោមតួអង្គទីផ្សារ។

វិធីសាស្រ្ត MSD នឹងដំណើរការ/អន្តរាគមន៍នៅពាក់កណ្តាលខាងលើនិងខាងក្រោមនៃរូបនំដូណាត់។

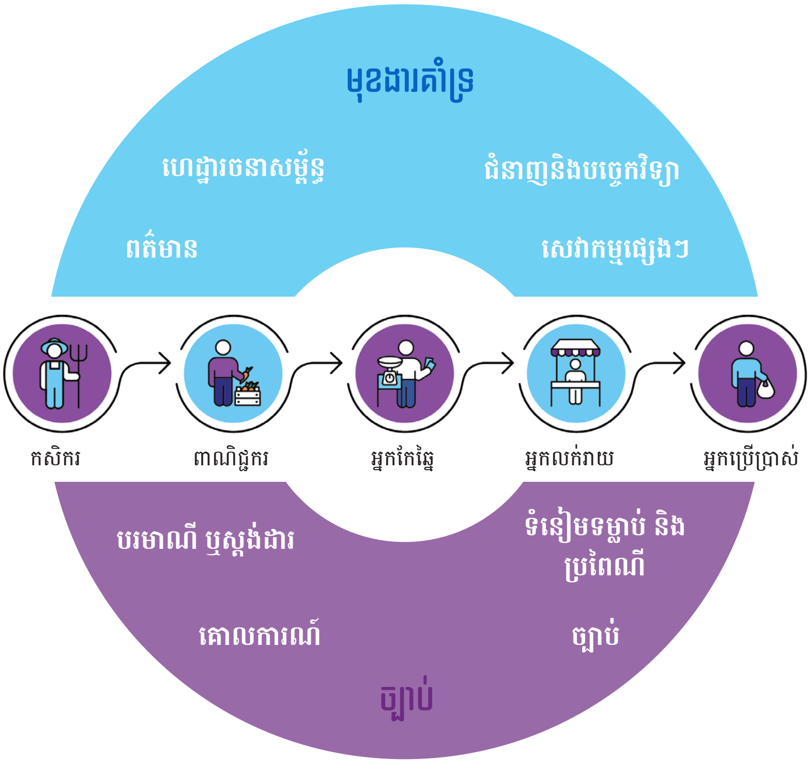


Figure 2: Modified by Market System Donut (bea   mexchange.com)

៥. វិធីសាស្ត្រ MSD នៅក្នុងគម្រោងឈេន

គម្រោងឈេនបានមើលទៅរកភាពជាក់ស្តែងយ៉ាងច្បាស់ចំពោះស្ថានភាពនៃអនុវិស័យបន្លែ និងនៅតាមបណ្តាលខេត្តដែលមានសកម្មភាពតិចតួចបំផុតក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន និងទំនាក់ទំនងទីផ្សារតិចតួចត្រូវបានបង្កើតឡើង។ កសិករភាគច្រើនកំពុងផលិតសម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងផ្ទះ និងលក់បន្លែដែលលើសតិចតួចរបស់ពួកគេនៅទីផ្សារបន្លែក្នុងស្រុកតាមរយៈការទិញដោយផ្ទាល់។ ដោយសារតែមានផលិតកម្មតិចតួច ខ្សែច្រវ៉ាក់ផ្គត់ផ្គង់មិនត្រូវបានអភិវឌ្ឍទាល់តែសោះ។ គម្រោងឈេនបានធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ និងកិច្ចសន្ទនាយ៉ាងទូលំទូលាយជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធ ដូចជាអ្នកទិញក្នុងស្រុក ក្រុមហ៊ុនគ្រាប់ពូជ និងក្រុមហ៊ុនលក់ធាតុចូល នាយកដ្ឋានជំនាញ និងផ្សព្វផ្សាយរបស់រដ្ឋាភិបាល និងកសិករ។ ខ្សែច្រវ៉ាក់បានទទួលយកវិធីសាស្ត្រគន្លឹះនៃការគាំទ្រដល់ខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ និងប្រព័ន្ធទីផ្សារកាន់តែទូលំទូលាយ។

ប្រអប់៖ នៅក្នុង MSD យើងនិយាយជាញឹកញាប់អំពីអន្តរាគមន៍តិចតួច។ គម្រោងនេះជួយសម្រួលដល់កិច្ចសន្ទនា និងកិច្ចព្រមព្រៀងរវាងតួអង្គសំខាន់ៗ ដើម្បីឲ្យអាជីវកម្មកើតឡើង រួមទាំងការវិនិយោគផងដែរ។ ពេលខ្លះត្រូវការអន្តរាគមន៍ដែលសកម្មជាងមុន នៅពេលដែលទីផ្សារមានសភាពចង្អៀត ពោលគឺ នៅពេលដែលតួអង្គអាជីវកម្មមួយចំនួនសកម្ម។ បន្ទាប់មក ដើម្បីចាប់ផ្តើមសកម្មភាព គម្រោងអាចធ្វើការវិនិយោគសាកល្បងមួយចំនួន ឬសហការវិនិយោគរួមគ្នាជាមួយវិស័យឯកជន។ ក្នុងការជ្រើសរើសក្រុមហ៊ុនដើម្បីសហការវិនិយោគ យើងត្រូវប្រាកដថាក្រុមហ៊ុនគឺ ជាតំណាងសម្រាប់វិស័យនេះ ហើយមិនទទួលបានជំនួយអភិវឌ្ឍន៍ច្រើនពេក ឬញឹកញាប់ពេកទេ ("ប្រាក់ឥតគិតថ្លៃ")។ នេះអាចប្រមូលផ្តុំក្រុមហ៊ុនផ្សេងទៀតដែលប្រហែលជាចាប់អារម្មណ៍លើការឧបត្ថម្ភធនបែបនេះ ដើម្បីចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ទីផ្សារ។

គម្រោងឈេនបានចាប់ផ្តើមធ្វើអន្តរាគមន៍ផ្នែកផលិតកម្មជាមុន ដើម្បីបង្កើនបរិមាណផលិតកម្ម និងណែនាំបច្ចេកវិទ្យាផលិតកម្មថ្មី។ នៅក្នុងដំណាក់កាលទីពីរនៃគម្រោងឈេន បានខិតខំប្រឹងប្រែងបន្ថែមទៀតក្នុងការសម្រួលទំនាក់ទំនងទីផ្សារ និងការផ្គត់ផ្គង់ដែលត្រូវគ្នានឹងតម្រូវការតាមរយៈការបង្កើតបណ្តុំ និងការធ្វើផែនការផលិតកម្ម។ នៅដំណាក់កាលទីបី មានវិសាលភាពក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃដែលបានបង្កើត និងធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវផលិតភាព គុណភាព ស្តង់ដារ ផលិតកម្មពេញមួយឆ្នាំ និងភាពធន់នឹងអាកាសធាតុ។

គម្រោងនេះបានព្យាយាមស្វែងយល់ពីបញ្ហាផ្សេងៗដែលស្ថិតនៅក្រោមការអភិវឌ្ឍន៍ខ្សោយនៃផ្នែករងនីមួយៗ។ យើងបានព្យាយាមយល់ពីមូលហេតុដែលទីផ្សារមិនអាចដោះស្រាយបញ្ហាដោយខ្លួនឯង និងរបៀបដែលយើងអាចជំរុញអ្នកដើរតួក្នុងទីផ្សារក្នុងការផ្តល់ផលិតផល និងសេវាកម្មតាមតម្រូវការ។ ក្រុមការងារគម្រោងឈេនបានរៀបចំការអន្តរាគមន៍បន្ទាប់ពីការសម្ភាសន៍ជាច្រើន ការពិភាក្សាជាក្រុម និងទំនាក់ទំនងរវាងតួអង្គទីផ្សារក្នុងការសន្ទនាពហុភាគី។ អន្តរាគមន៍ភាគច្រើនត្រូវបានធ្វើឡើងរួមគ្នាជាមួយតួអង្គទីផ្សារតាមរយៈការផ្តល់មូលនិធិរួមគ្នា ដើម្បីចែករំលែកហានិភ័យផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុមួយចំនួនសម្រាប់កសិករ ឬក្រុមហ៊ុនចំពោះវិធីសាស្ត្រជាក់លាក់ណាមួយ។

ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំដំបូង គម្រោងឈេនបានផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំងលើការផលិត (រួមទាំងចំណេះដឹង ធាតុចូល និងបច្ចេកវិទ្យា) ការកសាងទំនាក់ទំនងជាមូលដ្ឋានក្នុងចំណោមតួអង្គទីផ្សារ (ទាំងឯកជន - អ្នកទិញ អាជីវករ និងក្រុមហ៊ុនលក់ធាតុចូល និងសាធារណៈ - មន្ទីរកសិកម្មខេត្ត និង មន្ទីរកិច្ចការនារី)។ គម្រោងនេះបានគាំទ្រដល់ការកសាងសមត្ថភាពក្នុងចំណោមតួអង្គសំខាន់ៗនៅក្នុងប្រព័ន្ធ និងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវគំរូនៃកាគិតរបស់បុគ្គល និងអង្គការសំខាន់ៗ (ឧ. ជួយកសិករមើលឃើញដោយផ្ទាល់នូវអត្ថប្រយោជន៍នៃធាតុចូល និងការអនុវត្តថ្មីៗ ណែនាំវិស័យឯកជនដល់ឱកាសទីផ្សារថ្មី និងការណែនាំពីអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល និងបុគ្គលិករដ្ឋាភិបាលចំពោះប្រសិទ្ធភាពនៃការគិតបែបសហគ្រិន និងការអភិវឌ្ឍន៍ទីផ្សារ - មើលកសិករមិនមែនជា "អ្នកទទួលផល" ប៉ុន្តែជាអ្នកជំនួញ)។

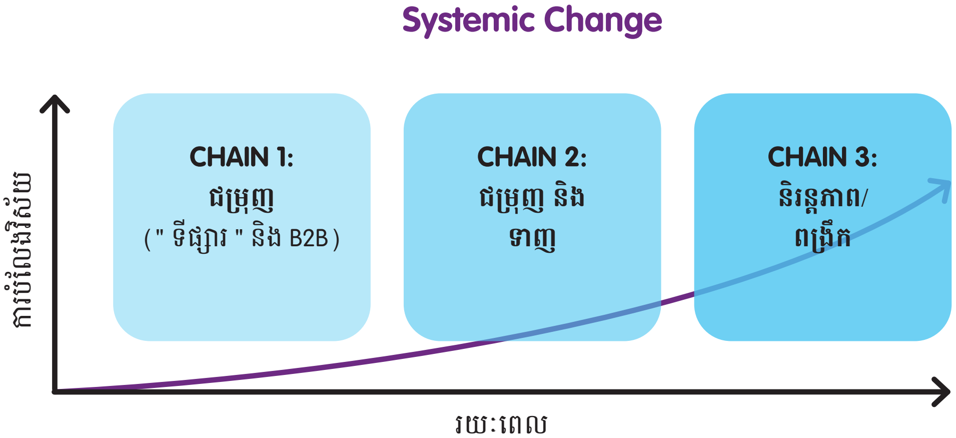
ដំណាក់កាលទីមួយនៃគម្រោងឈេននេះបានបង្ហាញពីសក្តានុពលផលិតកម្មដល់ក្រុមហ៊ុនលក់ធាតុចូល និងបច្ចេកវិទ្យាជាច្រើន ដោយគូសបញ្ជាក់ថា មានទីផ្សារសក្តានុពលសម្រាប់ពួកគេនៅតាមខេត្ត។ ការផ្តោតអារម្មណ៍នេះគឺ មានសារៈសំខាន់ដើម្បីបង្កើនចំនួនតម្រូវការរបស់កសិករ និងតម្រូវការ សេវាកម្ម ដែលមានឥទ្ធិពលទាញយកទីផ្សារ។

មិនមែនកសិករទាំងអស់សុទ្ធតែដូចគ្នាទេ

គ្រួសារកសិករផ្សេងៗគ្នាមានយុទ្ធសាស្រ្ត និងមូលដ្ឋានទ្រព្យសកម្មផ្សេងៗគ្នា ដើម្បីដំណើរការកសិដ្ឋានរបស់ពួកគេ។ កសិករខ្លះមានទំនោរពាណិជ្ជកម្មច្រើនជាងអ្នកផ្សេងទៀត មានឆន្ទៈក្នុងការប្រថុយប្រថាន និងបណ្តាក់ទុនកាន់តែច្រើនទៅក្នុងអាជីវកម្មកសិដ្ឋាន។ កសិករផ្សេងទៀតផ្តោតលើការផលិតជាចម្បងសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ក្នុងផ្ទះ និងការលក់បន្លែដែលផលិតលើស។ គម្រោងឈេនបានប្រើផ្នែកនេះដើម្បីបង្កើតយុទ្ធសាស្រ្តជាក់លាក់ដើម្បីគាំទ្រកសិករទាំងនេះ។ តាមរយៈយុទ្ធសាស្រ្តទាំងនេះ កសិករអាចបញ្ចប់ការសិក្សាទៅកាន់ទម្រង់ផលិតកម្មខ្នាតធំ និងលក្ខណៈអាជីវកម្ម សម្រាប់ទីផ្សារ។ ខ្លឹមសារបណ្តុះបណ្តាលដែលប្រើគឺ ខុសគ្នា ប៉ុន្តែខុសគ្នាស្មើគ្នាគឺ ការណែនាំអំពីប្រភេទបន្លែសម្រាប់ដាំដុះ និងប្រភេទបច្ចេកវិទ្យា និងទីផ្សារដែលត្រូវផ្តោតលើ។ (សូមមើលឧបសម្ព័ន្ធសម្រាប់ការពិពណ៌នាលម្អិតបន្ថែម)។

ក្នុងរយៈពេល 3 ឆ្នាំបន្តបន្ទាប់ ដំណាក់កាលទីពីរនៃគម្រោងឈេន បានបង្កើតឡើងបន្ថែមទៀតលើមុខងារគាំទ្រដល់ខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃជាមួយនឹងភាពប្រសើរឡើងកាន់តែស៊ីជម្រៅ និងទូលំទូលាយនៅក្នុងប្រព័ន្ធទីផ្សារ ដែលធ្វើការលើឥទ្ធិពលជំរុញ និងទាញ បូករួមទាំងគំរូអាជីវកម្មដែលមានសក្តានុពលខ្ពស់ ដូចជាអ្នកលក់រាយក្នុងស្រុកជាមួយ បង្កើនការលក់បន្លែ និងផ្លែឈើក្នុងស្រុក និងជាក្រុមដែលនាំចេញបន្លែគុណភាពខ្ពស់ទៅកាន់ទីផ្សារដែលមានផលចំណេញកាន់តែច្រើន ដូចជាទីក្រុងភ្នំពេញ។ អន្តរាគមន៍ត្រូវបានគេគិតថាជាករណីអាជីវកម្ម៖ តើសេវាកម្មអាចត្រូវបានផ្តល់ជាអាជីវកម្មដោយរបៀបណា។ តើអ្នកណានឹងចំណាយសម្រាប់សេវាកម្មបែបនេះនាពេលអនាគត? លើសពីនេះ ដំណាក់កាលនៃគម្រោងឈេននេះអាចគាំទ្រ និងមានឥទ្ធិពលក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍គោលនយោបាយថ្នាក់ជាតិ និងការសហការពីភាគីពាក់ព័ន្ធថ្នាក់ជាតិ។

ដំណាក់កាលចុងក្រោយរបស់គម្រោងឈេនបានផ្តោតសំខាន់លើកិច្ចសហការបន្ថែមទៀតជាមួយតួអង្គ និងភ្នាក់ងារជាតិ។ ពួកវាមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងទៅលើបរិយាកាសទីផ្សារដែលអាចអោយដំណើរការបាន ដែលទីផ្សារខេត្តត្រូវបានបង្គ្រប់ ឬបំពេញ។ គម្រោងឈេន បានគាំទ្ររដ្ឋាភិបាលលើការបង្កើត ការផ្សព្វផ្សាយ និងការធ្វើតេស្តស្តង់ដារគុណភាពដូចជា CamGAP និង CamORG (សម្រាប់ផលិតផលសរីរាង្គ)។ បង្កើតវិញ្ញាបនប័ត្រ និងមន្ទីរពិសោធន៍សុវត្ថិភាពបន្លែ និងការធ្វើតេស្តគុណភាព។ គម្រោងឈេនបានគាំទ្រការពិគ្រោះយោបល់សម្រាប់គោលនយោបាយសាកវប្បកម្មជាតិ និងយុទ្ធសាស្រ្តខេត្ត។ ពួកគេអាចជាភ្នាក់ងារនៃការផ្លាស់ប្តូរ ដែលអាចចូលរួមអោយមានការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយលើសពីខេត្តគោលដៅដល់ថ្នាក់ជាតិ។



ខាងក្រោមនេះ យើងបង្ហាញពីមេរៀនមួយចំនួនដែលបានរៀននៅក្នុងបរិបទនៃវិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ ដូចដែលបានអនុវត្តដោយគម្រោងឈេន ៖

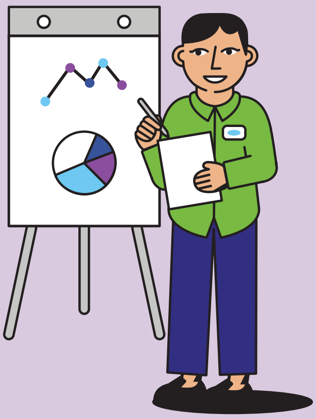
- ការគ្រប់គ្រងដោយការសម្របសម្រួល៖ ការគ្រប់គ្រងរបស់គម្រោងឈេនមានលក្ខណៈសម្របសម្រួលដែលអនុញ្ញាតឱ្យវាកែតម្រូវទៅតាមបរិបទ ឱកាស និងបញ្ហាប្រឈម។ ឧទាហរណ៍ កាលពីឆ្នាំមុន គម្រោងនេះផ្តោតលើភាពងាយសរកបាននៃគ្រាប់ពូជដែលមានគុណភាព បច្ចេកវិទ្យាប្រព័ន្ធដំណក់ទឹក និងធាតុចូលផ្សេងទៀត។ បន្ទាប់ពីការផ្លាស់ប្តូរទីផ្សារទទួលបានជោគជ័យ គម្រោងនេះបានឆ្ពោះទៅរកការគាំទ្រការលើកកម្ពស់លទ្ធភាពប្រើប្រាស់ និងទាញយកទឹកដើម្បីឱ្យមានផលិតកម្មនៅរដូវប្រាំង។ ឧទាហរណ៍មួយទៀត គម្រោងនេះបានកំណត់គោលដៅអ្នកប្រើប្រាស់តាមខេត្តពីដំបូង ប៉ុន្តែក្រោយមកក៏បានសាកល្បងទីផ្សារទៅមុខ ដើម្បីជម្នះអតិរេកបណ្តោះអាសន្នក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ និងថែមទាំងធ្វើកិច្ចសន្យាកសិកម្មជាមួយអ្នកទិញពីទីក្រុងភ្នំពេញ ជាពិសេសសម្រាប់ដំណាំដែលមានតម្លៃខ្ពស់។ ការសន្ទនារបស់អ្នកពាក់ព័ន្ធគឺ ជាបញ្ហាផ្អែកលើអ្នកដែលត្រូវការនៅទីនោះត្រូវបានអញ្ជើញ ដោយផ្លាស់ប្តូរតាមពេលវេលា។ វិធីសាស្ត្របន្សាំនេះបានធ្វើឱ្យវាអាចទៅរួចសម្រាប់គម្រោងដើម្បីគាំទ្រភាគីពាក់ព័ន្ធ នៅពេលដែលបញ្ហាប្រឈមថ្មីបានកើតឡើង និងចាប់យកឱកាសថ្មីៗដែលកើតឡើង។

- កំណត់ត្រាបទបង្ហាញ និងការជឿទុកចិត្តបានបើកទ្វារសម្រាប់ការសម្របសម្រួល និងឥទ្ធិពលបន្ថែម។ តួអង្គជឿជាក់លើក្រុមគម្រោងឈេន មួយផ្នែកព្រោះគម្រោងឈេនមានវត្តមានរយៈពេល ៨ ឆ្នាំនៅតាមខេត្ត។ យូរៗទៅគម្រោងឈេនបានបង្កើតកំណត់ត្រាបទបង្ហាញ ហើយសមាជិកក្រុមរបស់ខ្លួនបានបង្កើតទំនាក់ទំនងដ៏មានអត្ថន័យជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធក្នុងវិស័យឯកជន សាធារណៈ និងការអភិវឌ្ឍន៍។ នេះមានន័យថាគម្រោងនេះអាចជួយសម្រួលដល់កិច្ចសហការថ្មី និងកាន់តែស្មុគស្មាញ។ វាក៏មានន័យផងដែរថា គម្រោងនេះអាចមានឥទ្ធិពលលើការពិភាក្សាថ្នាក់ជាតិបានប្រសើរជាងមុន តាមរយៈការចូលរួមក្នុងកិច្ចពិភាក្សាគោលនយោបាយ និងវេទិកានានា ដើម្បីជួយសម្រួលដល់ក្រុមមនុស្សនៅក្នុងអាជីវកម្មផ្សេងទៀត។

- អោយអ្នកតំណាងផ្នែកសាធារណៈបានឃើញការច្នៃប្រឌិតដែលអាចជំរុញឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរប្រព័ន្ធបន្ថែម។ ដោយសារវិធីសាស្ត្រជាច្រើនរបស់គម្រោងឈេន គឺថ្មី និងច្នៃប្រឌិត គម្រោងនេះទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ពីក្រុមចំណាប់អារម្មណ៍ជាច្រើន រួមទាំងវិស័យសាធារណៈ និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ផ្សេងទៀត។ វិធីមួយដែលគម្រោងជួយសម្រួលដល់ការបង្ហាញពីវិស័យសាធារណៈគឺតាមរយៈការត្រួតពិនិត្យប្រចាំឆ្នាំដោយ MAFF និង MoWA ជាញឹកញាប់ជាមួយ SDC (ដាក់មនុស្សរួមគ្នាក្នុងឡានក្រុងរយៈពេលពីរបីថ្ងៃ)។ តាមរយៈដំណើរទស្សនកិច្ចទាំងនេះ គម្រោងឈេនបានផ្សារភ្ជាប់គម្លាតរវាងការសម្របសម្រួលថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ខេត្ត ហើយវាបានបញ្ជាក់ពីសារៈសំខាន់នៃការភ្ជាប់មន្ត្រីជាន់ខ្ពស់ថ្នាក់ជាតិជាមួយនឹងការងារមូលដ្ឋានដែលត្រូវបានធ្វើឡើងដោយដៃគូខេត្ត។ លើសពីនេះ វាជំរុញឱ្យមានចំណាប់អារម្មណ៍ក្នុងការសិក្សាអំពីវិធីសាស្ត្រប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត សម្រាប់វិស័យសាធារណៈដើម្បីធ្វើសមាហរណកម្មនៅក្នុងគម្រោងនាពេលអនាគត។

ការត្រួតពិនិត្យការផ្លាស់ប្តូរនៅក្នុងប្រព័ន្ធទីផ្សារ

ដើម្បីដឹងថាតើអន្តរាគមន៍មានឥទ្ធិពលអ្វីនោះ គម្រោងឈេនបានប្រើវិធីផ្សេងៗដើម្បីតាមដានការផ្លាស់ប្តូរដែលបានកើតឡើង។ ក្រុមការងាររួមគ្នាជាមួយ PDAFF បានប្រើការសម្ភាសន៍តួអង្គក្នុងទីផ្សារ ដើម្បីស្តាប់អំពីការផ្លាស់ប្តូរ ជាពិសេសអាកប្បកិរិយារបស់តួអង្គដូចជាប្រសិនបើពួកគេមានអារម្មណ៍ជឿជាក់ និងទំនុកចិត្តកាន់តែច្រើន។ ក្រុមការងារក៏បានប្រើប្រាស់ការស្ទង់មតិកសិករ អ្នកលក់រាយ និងអ្នកលក់បន្លែប្រចាំឆ្នាំផងដែរ។ ក្រុមការងារទទួលបានការយល់ដឹងកាន់តែច្រើន ប៉ុន្តែជាមួយនឹងការសម្ភាសន៍ផ្តល់ព័ត៌មានសំខាន់ៗ និងការពិភាក្សាជាក្រុមផ្តោតអារម្មណ៍។ ក្រុមការងារបានប្រើសៀវភៅកំណត់ហេតុរបស់កសិករជាមួយកសិករតែពីរបីនាក់ប៉ុណ្ណោះ ដើម្បីកត់ត្រាព័ត៌មានលម្អិតអំពីទិន្នផល ថ្លៃធាតុចូល ចំនួនថ្ងៃពលកម្ម និងការលក់ ដែលនេះបង្កើតរូបភាពជាក់ស្តែងជាងការស្ទង់មតិ។ ឬក្រុមការងារបានសម្ភាសអ្នកលក់ធាតុចូល ដើម្បីតាមដានការលក់គ្រាប់ពូជ និងតាមការប៉ាន់ប្រមាណផ្ទៃដីផលិតក្នុងមួយដំណាំ។



៦. អន្តរាគមន៍សំខាន់ៗនៅក្នុង CHAN

ដំណើររបស់គម្រោងឈេនមានការវិវឌ្ឍន៍ប៉ុន្មានឆ្នាំមកនេះ នៅពេលដែលផ្នែករងបានផ្លាស់ប្តូរ និងមានភាពចាស់ទុំ។ គម្រោងឈេនបានធ្វើការជាមួយអ្នកតំណាងទីផ្សារជាច្រើន (កសិករ ពាណិជ្ជករ អ្នកទិញជាតិ និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូលក្នុងស្រុក និងជាតិ) ដោយនាំពួកគេរួមគ្នាក្នុងភាពជាដៃគូផ្សេងៗ ខណៈពេលដែលក៏មានការសហការគ្នានៅគ្រប់កម្រិតនៃរដ្ឋាភិបាលផងដែរ។ ក្នុងនាមជាគម្រោងដែលមានបទពិសោធន៍ខ្ពស់ វាបានប្រើការបរាជ័យ ក៏ដូចជាភាពជោគជ័យរបស់វា ដើម្បីរៀន និងសម្របខ្លួន។

តាមវិធីដែលយើងដឹងថានៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានការខ្វះខាតសម្ភារៈលើវិធីសាស្ត្រជាក់ស្តែងចំពោះការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារកសិកម្ម។ យើងសង្ឃឹមថានឹងដោះស្រាយគម្លាតនេះដោយចងក្រងឯកសារបទពិសោធន៍នៃខ្សែសង្វាក់នៅក្នុងស៊េរីនៃការណែនាំអំពីរបៀបធ្វើ (HTG) ដែលផ្តោតលើការអនុវត្តជាក់ស្តែងនៃវិធីសាស្ត្រមួយចំនួនដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងអំឡុងពេលវដ្តជីវិតរបស់គម្រោង។

បញ្ហានីមួយៗនៅក្នុងស៊េរី How-To និយាយអំពីប្រធានបទមួយដូចខាងក្រោម៖

- ការសម្របសម្រួលការបង្កើតបណ្តុំកសិ-ធុរកិច្ច
- ការសម្របសម្រួលទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម (B2B)
- កម្មវិធីបំប៉នកសិករគម្រូ
- កម្មវិធីជំរុញអាជីវកម្មជនបទ
- ការបង្កើតគម្រោងថវិការសម្រាប់ដំណាំ
- ដំណោះស្រាយទឹក និងអាកាសធាតុឆ្លាតវៃសម្រាប់វិស័យសាវប្បកម្ម
- វីដេអូផលិតដោយកសិករសំរាប់ការផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល

មគ្គុទ្ទេសក៍ទាំងនេះអាចមានប្រយោជន៍សម្រាប់គំនិតផ្តួចផ្តើមខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃកសិកម្មផ្សេងៗគ្នា ដោយសារគោលការណ៍ និងអន្តរាគមន៍ភាគច្រើនដែលពួកគេពិពណ៌នាគឺ អាចអនុវត្តបានយ៉ាងទូលំទូលាយ។ ពួកគេត្រូវបានគ្រោងទុកសម្រាប់តួអង្គនៅក្នុងវិស័យអភិវឌ្ឍន៍កម្ពុជា ដូចជាអ្នកបច្ចេកទេសរដ្ឋាភិបាល និងបុគ្គលិកផ្សព្វផ្សាយ អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល និស្សិត និងអ្នកដែលធ្វើការឱ្យក្រុមហ៊ុនផ្នែកឯកជនដែលចូលរួមដោយផ្ទាល់នៅក្នុងខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ។ យើងរំពឹងថា គន្លឹះ និងមេរៀនជាក់ស្តែងមួយចំនួនក៏នឹងមានប្រយោជន៍សម្រាប់អ្នកអនុវត្តនៅក្រៅប្រទេសផងដែរ។ យើងសង្ឃឹមថាការអនុវត្តអនុសាសន៍ដែលមានចែងក្នុងការណែនាំទាំងនេះនឹងនាំទៅរកប្រព័ន្ធអាហារដែលប្រសើរជាងមុន រួមបញ្ចូលច្រើនសមធម៌ និងនិរន្តរភាព។ សូមស្វែងរកការពិពណ៌នាសង្ខេបនៅលើការណែនាំអំពីវិធីនីមួយៗខាងក្រោម៖

បញ្ហានីមួយៗនៅក្នុងស៊េរី How-To និយាយអំពីប្រធានបទមួយដូចខាងក្រោម៖

១. MSD៖ ការណែនាំអំពីការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ

ការពិពណ៌នា៖ វិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ (MSD) មានគោលបំណងដោះស្រាយភាពក្រីក្រដោយធ្វើអោយប្រសើរឡើងនូវការអនុវត្តទីផ្សារក្នុងលក្ខណៈដែលគាំទ្រភាពក្រីក្រ និងរួមបញ្ចូល។ វិធីសាស្ត្រព្យាយាមស្វែងយល់ និងគាំទ្រការផ្លាស់ប្តូរប្រព័ន្ធទីផ្សារ ដើម្បីដំណើរការកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព និងនិរន្តរភាពសម្រាប់ស្ត្រី និងបុរសក្រីក្រ។ មគ្គុទ្ទេសក៍ពិពណ៌នាអំពីមូលហេតុសម្រាប់វិធីសាស្ត្រ MSD និងជំហានពីរបៀបធ្វើវា។ វាបង្កើតជាក្របខ័ណ្ឌណែនាំសម្រាប់ HTGs ផ្សេងទៀត។

២. ការសម្របសម្រួលការបង្កើតបណ្តុំកសិ-ធុរកិច្ច

បញ្ហាដែលត្រូវបានដោះស្រាយ៖ កង្វះទំនាក់ទំនងទីផ្សារ កង្វះការសម្របសម្រួលក្នុងសេវាកម្មគាំទ្រព័ត៌មាន ធាតុចូល ទីផ្សារ កង្វះបរិយាកាសអនុញ្ញាត

ការពិពណ៌នា៖ បណ្តុំគឺ ជាក្រុមប្រមូលផ្តុំនៃកសិករតម្រង់ទិសអាជីវកម្ម ដែលអាចបង្កើតទីផ្សារដ៏សំខាន់មួយ។ បណ្តុំនឹងបង្កើតទំនាក់ទំនងទីផ្សារជាមួយអ្នកទិញ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល និងអ្នកផ្តល់សេវា (ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ ភ្នាក់ងារបន្ថែម PDAFF ។ល។)។ តាមទស្សនៈទីផ្សារ វាមានប្រយោជន៍ក្នុងការធ្វើការជាមួយបណ្តុំជាងក្រុមកសិករតូច និងមិនសូវអភិវឌ្ឍន៍ (ជាពិសេសក្រុមពាក់កណ្តាលពាណិជ្ជកម្ម និងក្រុមសួនផ្ទះ)។ មគ្គុទ្ទេសក៍ពន្យល់អំពីហេតុផលសម្រាប់ចង្កោម និងវិធីសាស្ត្រអនុវត្តជាក់ស្តែងតាមជំហាន។

៣. ការសម្របសម្រួលទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម (B2B)

បញ្ហាដែលត្រូវបានដោះស្រាយ៖ កង្វះការសម្របសម្រួលទីផ្សារ

ការពិពណ៌នា៖ B2B ទាក់ទងនឹងការសម្របសម្រួលទីផ្សារ ការកសាងទំនាក់ទំនងកាន់តែប្រសើរ និងផលិតភាពកាន់តែច្រើនរវាងតួអង្គខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ និងអ្នកផ្តល់សេវាកម្ម។ មគ្គុទ្ទេសក៍ពន្យល់ថាពេលណាត្រូវប្រើ B2B និងជំហាន ប៉ុន្តែផ្តោតលើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ ការធ្វើផែនការផលិតកម្មជាមួយកសិករ និងធ្វើកិច្ចព្រមព្រៀងជាមួយអ្នកទិញ និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់បញ្ចូល។

៤. វិធីសាស្ត្របំប៉នកសិករគម្រូ

បញ្ហាដែលត្រូវបានដោះស្រាយ៖ កង្វះសេវាកម្មផ្នែកបន្ថែម ធាតុចូលគ្រប់គ្រាន់ ភាពគ្មាននិរន្តរភាពនៃគម្រោងទំនាក់ទំនងកសិករនាំមុខ

ការពិពណ៌នា៖ កសិករគម្រូអាចដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនៃការតភ្ជាប់ទីផ្សាររយៈពេលចុងក្រោយ ដែលជាការពិតដែលថាវាពិបាកសម្រាប់កសិករនៅតំបន់ដាច់ស្រយាលជាងមុនក្នុងការតភ្ជាប់ជាមួយអ្នកទិញ និងអ្នកផ្តល់សេវាគាំទ្រ។ កម្មវិធីជាច្រើនបណ្តុះបណ្តាលកសិករជើងឯកដើម្បីបណ្តុះបណ្តាលកសិករផ្សេងទៀត និងផ្តល់ឱ្យពួកគេនូវការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់រឿងនេះ។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ ដោយសារកម្មវិធីបញ្ចប់ កសិករម្ចាស់ជើងឯកភាគច្រើនឈប់ផ្តល់សេវាកម្ម។ កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលត្រូវបានរៀបចំឡើងដើម្បីជួយកសិករដែលចាប់អារម្មណ៍ចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មខ្នាតតូចដែលអាចបង្កើតប្រាក់ចំណូលបន្ថែមក្នុងពេលដំណាលគ្នាដោះស្រាយគម្លាតទីផ្សារទាំងនេះក្នុងការផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលដល់កសិករ លក់ធាតុចូល និងសម្របសម្រួលទំនាក់ទំនងទីផ្សារជាមួយអ្នកទិញ - ទាំងអស់តាមរយៈអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។

៥. កម្មវិធីជំរុញអាជីវកម្មជនបទ

បញ្ហាដែលត្រូវបានដោះស្រាយ៖ កង្វះធាតុចូល កំណើននៃសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម សេវាអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្ម

ការពិពណ៌នា៖ មានការរីកចម្រើនមានកម្រិតសម្រាប់សហគ្រាសខ្នាតតូច និងមធ្យមជាច្រើនដែលយើងបានធ្វើការជាមួយតាមរយៈការសម្របសម្រួលទីផ្សារ B2B ។ ដូចអាជីវកម្មគ្រួសារភាគច្រើនដែរ ស្ត្រី និងបុរសទាំងនេះជាធម្មតាមិនបានគិតអំពីផែនការអាជីវកម្ម យុទ្ធសាស្ត្រលក់ និងទីផ្សារ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងគណនេយ្យ (ជាពិសេសការបែងចែកអាជីវកម្ម និងហិរញ្ញវត្ថុគ្រួសារ) និងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស ក្នុងចំណោមប្រធានបទផ្សេងទៀត។ កម្មវិធីបង្កើនល្បឿនបានគាំទ្រដល់កំណើននៃអាជីវកម្មដែលចាប់អារម្មណ៍ដើម្បីបង្កើនទំហំ និងប្រាក់ចំណូល។

៦. ការបង្កើតគម្រោងថវិកាសម្រាប់ដំណាំ

បញ្ហាដែលត្រូវបានដោះស្រាយ៖ កង្វះព័ត៌មានសម្រាប់ការសម្រេចចិត្តវិនិយោគ

ការពិពណ៌នា៖ វាជារឿងសំខាន់ដើម្បីដឹងថាតើកសិករអាចរកប្រាក់ចំណេញបានដែរឬទេ។ សម្រាប់ការនេះត្រូវបង្កើតការវិភាគអត្ថប្រយោជន៍នៃការចំណាយសម្រាប់សហគ្រាសកសិកម្មដោយផ្អែកលើថវិកាដំណាំ។ ការណែនាំពន្យល់ពីរបៀបធ្វើការវិភាគសេដ្ឋកិច្ចនេះ និងប៉ារ៉ាម៉ែត្រស្តង់ដារ និងតម្លៃមួយចំនួនសម្រាប់ដំណាំផ្សេងៗគ្នា។

៧. ដំណោះស្រាយទឹក និងអាកាសធាតុឆ្លាតវៃសម្រាប់វិស័យសាវប្បកម្ម

បញ្ហាដែលត្រូវបានដោះស្រាយ៖ កង្វះបច្ចេកវិជ្ជាសមស្រប និងអ្នកផ្តល់សេវាក្នុងភាពពធន់នឹងទឹក និងអាកាសធាតុ

ការពិពណ៌នា៖ ទឹក និងអាកាសធាតុគឺ ជាឧបសគ្គចម្បងពីរនៅក្នុងប្រព័ន្ធទីផ្សារសាកវប្បកម្ម។ បច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ផលិតកម្មពេញមួយឆ្នាំមាន ប៉ុន្តែអ្នកផ្តល់សេវាបច្ចេកវិជ្ជាមួយចំនួនត្រូវការការគាំទ្រដើម្បីរីកចម្រើន និងធ្វើពាណិជ្ជកម្មផលិតផលរបស់ពួកគេឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។ បន្ថែមពីលើអ្នកលក់បច្ចេកវិជ្ជា វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការមានសេវាកម្មក្រោយពេលលក់ ក៏ដូចជាផ្នែកបន្ថែមសាធារណៈ និងឯកជនដើម្បីបង្កើតការយល់ដឹងរបស់កសិករជុំវិញការអនុវត្តទាំងនេះ។ មគ្គុទ្ទេសក៍ពិពណ៌នាអំពីរបៀបកំណត់អត្តសញ្ញាណបច្ចេកវិទ្យា ចូលរួមជាមួយអ្នកផ្តល់សេវា និងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម បង្កើតតម្រូវការ និងលើកកម្ពស់ការរៀនសូត្រតាមឌីជីថលជុំវិញការដាំដុះដំណាំឆ្លាតវៃ និងដំណោះស្រាយទឹកឆ្លាតវៃ។

៨. វីដេអូផលិតដោយកសិករសំរាប់ការផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល

បញ្ហាដែលត្រូវបានដោះស្រាយ៖ កង្វះសេវាផ្នែកបន្ថែម និងការផ្សព្វផ្សាយកាន់តែធំ

ការពិពណ៌នា៖ ជាមួយនឹងកិច្ចប្រជុំ និងការរឹតបន្តឹងការធ្វើដំណើររបស់ COVID-19 វាពិបាកក្នុងការរៀបចំកិច្ចប្រជុំផ្សព្វផ្សាយនៅទីវាល និងសាលាកសិករ។ គម្រោងឈេន បានធ្វើការស្រាវជ្រាវលើបណ្តាញទំនាក់ទំនងឌីជីថល និងការសិក្សាដែលពេញចិត្ត ហើយវីដេអូ YouTube គឺជាការពេញនិយមបំផុតមួយ។ គម្រោងឈេន បានសហការជាមួយវិស័យឯកជនក្នុងការផលិតវីដេអូបច្ចេកទេសមួយចំនួន និងចែករំលែកទៅកាន់ក្រុមកសិករតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម។ គម្រោងឈេន និងការិយាល័យផ្សព្វផ្សាយខេត្តក៏បានបណ្តុះបណ្តាលកសិករលើការថតនិងកាត់តវីដេអូតាមទូរស័ព្ទទំនើប។ កសិករជាច្រើនបានថត និងចែករំលែកបទពិសោធន៍របស់ពួកគេក្នុងការរៀបចំដី បច្ចេកវិជ្ជាអាកាសធាតុ ការគ្រប់គ្រងទឹក បច្ចេកទេសដាំដុះដំណាំ និងការគ្រប់គ្រងជំងឺដំណាំ។

ឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធ១

ការបែងចែកកសិករ និងការបញ្ចប់ការសិក្សា

គម្រោងការផ្សព្វផ្សាយកសិកម្មផ្សេងៗ ឬអាជីវកម្មតស៊ូដើម្បីឈានដល់ទំហំសម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយារបស់កសិករដើម្បីទទួលយកបច្ចេកវិទ្យាថ្មី ដំណាំ ឬទីផ្សារ។ ជាធម្មតា នេះដោយសារតែសេវានេះមិនត្រូវគ្នានឹងតម្រូវការជាក់លាក់របស់កសិករម្នាក់ៗ ឬមិនគិតពីការកំណត់រចនាសម្ព័ន្ធ និងធនធានក្នុងតំបន់។ ភាពមិនស៊ីសង្វាក់គ្នានេះកើតឡើងដោយសារតែប្រជាជនកសិករខ្នាតតូចទាំងមូលនៅក្នុងទីផ្សារណាមួយជាទូទៅត្រូវបានសន្មតថាជាក្រុមដូចគ្នាដែលរស់នៅក្នុងលក្ខខណ្ឌស្រដៀងគ្នាយ៉ាងទូលំទូលាយ។ គ្មានអ្វីអាចឆ្ងាយពីការពិតបានទេ។ វិធីសាស្ត្រ "មួយទំហំសមនឹងទាំងអស់" នេះនាំឱ្យកសិករខ្នាតតូចជាច្រើនត្រូវបានផ្តល់សេវាកម្មដែលពួកគេចាត់ទុកថាមិនពាក់ព័ន្ធ ឬមិនអាចប្រើប្រាស់បាន។ ជាលទ្ធផល សេវាទាំងនេះមានផលប៉ះពាល់តិចតួចលើជីវភាពរស់នៅរបស់កសិករ ហើយពួកគេទំនងជាមិនណែនាំពួកគេដល់អ្នកដទៃទេ។

លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យស្រដៀងគ្នាមួយចំនួនត្រូវបានប្រើដើម្បីបែងចែកកសិករខ្នាតតូចជា ៣ ប្រភេទផ្សេងគ្នា៖

- ចិញ្ចឹមជីវិតកសិករខ្នាតតូច
- ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មកសិករខ្នាតតូច
- ការធ្វើពិពិធកម្ម ឬកសិករដែលកំពុងរីកចម្រើន

ផ្នែកនីមួយៗត្រូវបានផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងយុទ្ធសាស្ត្រចិញ្ចឹមជីវិតខុសៗគ្នា។[៤].

គម្រោងឈេនបានបែងចែកកសិករតាមបន្ទាត់ស្រដៀងគ្នា៖

- **កសិករខ្នាតតូចតាមផ្ទះ**

  គឺជាអ្នកដែលដាំដុះបន្លែតូចៗជាចម្បងសម្រាប់ប្រើប្រាស់ក្នុងផ្ទះ ដោយប្រើបច្ចេកវិទ្យាមូលដ្ឋាន កម្លាំងពលកម្មក្នុងគ្រួសារ និងការវិនិយោគតិចតួច។ អតិរេកត្រូវបានជួញដូរ។ ការលក់បន្លែគ្រាន់តែជាផ្នែកតូចមួយនៃប្រាក់ចំណូលសរុបប៉ុណ្ណោះ។

- **កសិករខ្នាតកណ្តាលអាជីព**

  គឺជាអ្នកដែលដាំដុះលើដីទំហំមធ្យមជាចម្បងសម្រាប់ទីផ្សារ និងការប្រើប្រាស់ផ្ទះដោយប្រើកម្លាំងពលកម្មគ្រួសារ។ ពួកគេបានវិនិយោគតិចតួចលើបច្ចេកវិទ្យា។

- **កសិករអាជីព**

  គឺ ជាអ្នកដាំដុះបន្លែធំជាងតម្រង់ទិសនៅទីផ្សារពាណិជ្ជកម្ម (ក្នុងស្រុក ឬថ្នាក់ជាតិ) ជួនកាលជាមួយនឹងការរៀបចំការផ្គត់ផ្គង់រយៈពេលវែង។ ពួកគេមានការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាផលិតភាពខ្ពស់ ហើយបានវិនិយោគលើការកែលម្អកសិដ្ឋាន។ ការរៀបចំដីដោយប្រើយន្តការ និងការបូមទឹក។ ការប្រើប្រាស់កម្លាំងពលកម្មខ្ពស់។

---

[4] See: DfID,2015 DFID’s Conceptual Framework on Agriculture; RAF, 2021 Understanding rural pathway Transitions; IDH & CGAP, 2020 Farmer Segmentation.

ល.រ	ស៊េរីរបស់សៀវភៅមគ្គុទ្ទេសរបស់គម្រោងឈេន	បញ្ហាដែលត្រូវបានដោះស្រាយ	ការពិពណ៌នា
១	**MSD៖ ការណែនាំអំពីការអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ**		វិធីសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធទីផ្សារ (MSD) មានគោលបំណងដោះស្រាយភាពក្រីក្រដោយធ្វើអោយប្រសើរឡើងនូវការអនុវត្តទីផ្សារក្នុងលក្ខណៈដែលគាំទ្រភាពក្រីក្រ និងរួមបញ្ចូល។ វិធីសាស្ត្រព្យាយាមស្វែងយល់ និងគាំទ្រការផ្លាស់ប្តូរប្រព័ន្ធទីផ្សារ ដើម្បីដំណើរការកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព និងនិរន្តរភាពសម្រាប់ស្ត្រី និងបុរសក្រីក្រ។ មគ្គុទ្ទេសក៍ពិពណ៌នាអំពីមូលហេតុសម្រាប់វិធីសាស្ត្រ MSD និងជំហានពីរបៀបធ្វើវា។ វាបង្កើតជាក្របខ័ណ្ឌណែនាំសម្រាប់ HTGs ផ្សេងទៀត។
២	**ការសម្របសម្រួលការបង្កើតបណ្តុំកសិ-ធុរកិច្ច**	កង្វះទំនាក់ទំនងទីផ្សារ កង្វះការសម្របសម្រួលក្នុងសេវាកម្មគាំទ្រព័ត៌មាន ធាតុចូល ទីផ្សារ កង្វះបរិយាកាសអនុញ្ញាត	បណ្តុំគឺ ជាក្រុមប្រមូលផ្តុំនៃកសិករតម្រង់ទិសអាជីវកម្ម ដែលអាចបង្កើតទីផ្សារដ៏សំខាន់មួយ។ បណ្តុំនឹងបង្កើតទំនាក់ទំនងទីផ្សារជាមួយអ្នកទិញ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ធាតុចូល និងអ្នកផ្តល់សេវា (ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុភ្នាក់ងារបន្ថែម PDAFF ។ល។)។ តាមទស្សនៈទីផ្សារ វាមានប្រយោជន៍ក្នុងការធ្វើការជាមួយបណ្តុំជាងក្រុមកសិករតូច និងមិនសូវអភិវឌ្ឍន៍ (ជាពិសេសក្រុមពាក់កណ្តាលពាណិជ្ជកម្ម និងក្រុមសួនផ្ទះ)។ មគ្គុទ្ទេសក៍ពន្យល់អំពីហេតុផលសម្រាប់ចង្កោម និងវិធីសាស្ត្រអនុវត្តជាក់ស្តែងតាមជំហាន។
៣	**ការសម្របសម្រួលទំនាក់ទំនងអាជីវកម្មទៅអាជីវកម្ម (B2B)**	កង្វះការសម្របសម្រួលទីផ្សារ	B2B ទាក់ទងនឹងការសម្របសម្រួលទីផ្សារ ការកសាងទំនាក់ទំនងកាន់តែប្រសើរ និងផលិតភាពកាន់តែច្រើនរវាងតួអង្គខ្សែច្រវ៉ាក់តម្លៃ និងអ្នកផ្តល់សេវាកម្ម។ មគ្គុទ្ទេសក៍ពន្យល់ថាពេលណាត្រូវប្រើ B2B និងជំហាន ប៉ុន្តែផ្តោតលើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ ការធ្វើផែនការផលិតកម្មជាមួយកសិករ និងធ្វើកិច្ចព្រមព្រៀងជាមួយអ្នកទិញ និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់បញ្ចូល។
៤	**វិធីសាស្ត្របំប៉នកសិករគម្រូ**	កង្វះសេវាកម្មផ្នែកបន្ថែម ធាតុចូលគ្រប់គ្រាន់ ភាពគ្មាននិរន្តរភាពនៃគម្រោងទំនាក់ទំនងកសិករនាំមុខ	កសិករគម្រូអាចដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនៃការតភ្ជាប់ទីផ្សាររយៈពេលចុងក្រោយ ដែលជាការពិតដែលថាវាពិបាកសម្រាប់កសិករនៅតំបន់ដាច់ស្រយាលជាងមុនក្នុងការតភ្ជាប់ជាមួយអ្នកទិញ និងអ្នកផ្តល់សេវាគាំទ្រ។ កម្មវិធីជាច្រើនបណ្តុះបណ្តាលកសិករជើងឯក ដើម្បីបណ្តុះបណ្តាលកសិករផ្សេងទៀត និងផ្តល់ឱ្យពួកគេនូវការលើកទឹកចិត្តសម្រាប់រឿងនេះ។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ ដោយសារកម្មវិធីបញ្ចប់ កសិករម្ចាស់ជើងឯកភាគច្រើនឈប់ផ្តល់សេវាកម្ម។ កម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលត្រូវបានរៀបចំឡើងដើម្បីជួយកសិករដែលចាប់អារម្មណ៍ចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មខ្នាតតូចដែលអាចបង្កើតប្រាក់ចំណូលបន្ថែមក្នុងពេលដំណាលគ្នាដោះស្រាយគម្លាតទីផ្សារទាំងនេះក្នុងការផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលដល់កសិករ លក់ធាតុចូល និងសម្របសម្រួលទំនាក់ទំនងទីផ្សារជាមួយអ្នកទិញ - ទាំងអស់តាមរយៈអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។

៥	**កម្មវិធីជំរុញអាជីវកម្មជនបទ**	កង្វះធាតុចូល កំណើននៃសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម សេវាអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្ម	មានការរីកចម្រើនមានកម្រិតសម្រាប់សហគ្រាសខ្នាតតូច និងមធ្យមជាច្រើនដែលយើងបានធ្វើការជាមួយតាមរយៈការសម្របសម្រួលទីផ្សារ B2B ។ ដូចអាជីវកម្មគ្រួសារភាគច្រើនដែរ ស្ត្រី និងបុរសទាំងនេះជាធម្មតាមិនបានគិតអំពីផែនការអាជីវកម្ម យុទ្ធសាស្ត្រលក់ និងទីផ្សារ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងគណនេយ្យ (ជាពិសេសការបែងចែកអាជីវកម្ម និងហិរញ្ញវត្ថុគ្រួសារ) និងការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្សក្នុងចំណោមប្រធានបទផ្សេងទៀត។ កម្មវិធីបង្កើនល្បឿនបានគាំទ្រដល់កំណើននៃអាជីវកម្មដែលចាប់អារម្មណ៍ដើម្បីបង្កើនទំហំ និងប្រាក់ចំណូល។
៦	**ការបង្កើតគម្រោងថវិការសម្រាប់ដំណាំ**	កង្វះព័ត៌មានសម្រាប់ការសម្រេចចិត្តវិនិយោគ	វាជារឿងសំខាន់ដើម្បីដឹងថាតើកសិករអាចរកប្រាក់ចំណេញបានដែរឬទេ។ សម្រាប់ការនេះត្រូវបង្កើតការវិភាគអត្ថប្រយោជន៍នៃការចំណាយសម្រាប់សហគ្រាសកសិកម្មដោយផ្អែកលើថវិកាដំណាំ។ ការណែនាំពន្យល់ពីរបៀបធ្វើការវិភាគសេដ្ឋកិច្ចនេះ និងប៉ារ៉ាម៉ែត្រស្តង់ដារ និងតម្លៃមួយចំនួនសម្រាប់ដំណាំផ្សេងៗគ្នា។
៧	**ដំណោះស្រាយទឹក និងអាកាសធាតុឆ្លាតវៃសម្រាប់វិស័យសាវប្បកម្ម**	កង្វះបច្ចេកវិជ្ជាសមស្រប និងអ្នកផ្តល់សេវាក្នុងភាពធន់នឹងទឹក និងអាកាសធាតុ	ទឹក និងអាកាសធាតុគឺ ជាឧបសគ្គចម្បងពីរនៅក្នុងប្រព័ន្ធទីផ្សារសាកវប្បកម្ម។ បច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ផលិតកម្មពេញមួយឆ្នាំមាន ប៉ុន្តែអ្នកផ្តល់សេវាបច្ចេកវិជ្ជាមួយចំនួនត្រូវការការគាំទ្រដើម្បីរីកចម្រើន និងធ្វើពាណិជ្ជកម្មផលិតផលរបស់ពួកគេឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។ បន្ថែមពីលើអ្នកលក់បច្ចេកវិជ្ជា វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការមានសេវាកម្មក្រោយពេលលក់ ក៏ដូចជាផ្នែកបន្ថែមសាធារណៈ និងឯកជនដើម្បីបង្កើតការយល់ដឹងរបស់កសិករជុំវិញការអនុវត្តទាំងនេះ។ មគ្គុទ្ទេសក៍ពិពណ៌នាអំពីរបៀបកំណត់អត្តសញ្ញាណបច្ចេកវិទ្យា ចូលរួមជាមួយអ្នកផ្តល់សេវា និងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម បង្កើតតម្រូវការ និងលើកកម្ពស់ការរៀនសូត្រតាមឌីជីថលជុំវិញការដាំដុះដំណាំឆ្លាតវៃ និងដំណោះស្រាយទឹកឆ្លាតវៃ។
៨	**វីដេអូផលិតដោយកសិករសំរាប់ការផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល**	កង្វះសេវាផ្នែកបន្ថែម និងការផ្សព្វផ្សាយកាន់តែធំ	ជាមួយនឹងកិច្ចប្រជុំ និងការរឹតបន្តឹងការធ្វើដំណើររបស់ COVID-19 វាពិបាកក្នុងការរៀបចំកិច្ចប្រជុំផ្សព្វផ្សាយនៅទីវាល និងសាលាកសិករ។ គម្រោងឈេន បានធ្វើការស្រាវជ្រាវលើបណ្តាញទំនាក់ទំនងឌីជីថល និងការសិក្សាដែលពេញចិត្ត ហើយវីដេអូ YouTube គឺជាការពេញនិយមបំផុតមួយ។ គម្រោងឈេន បានសហការជាមួយវិស័យឯកជនក្នុងការផលិតវីដេអូបច្ចេកទេសមួយចំនួន និងចែករំលែកទៅកាន់ក្រុមកសិករតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម។ គម្រោងឈេន និងការិយាល័យផ្សព្វផ្សាយខេត្តក៏បានបណ្តុះបណ្តាលកសិករលើការថតនិងកាត់តវីដេអូតាមទូរស័ព្ទទំនើប។ កសិករជាច្រើនបានថត និងចែករំលែកបទពិសោធន៍របស់ពួកគេក្នុងការរៀបចំដី បច្ចេកវិជ្ជាអាកាសធាតុ ការគ្រប់គ្រងទឹក បច្ចេកទេសដាំដុះដំណាំ និងការគ្រប់គ្រងជំងឺដំណាំ។

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