



រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា

គណៈកម្មាធិការជាតិជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ



ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ
ស្តីពី

ការជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ

៥ឆ្នាំ លើកទី១ (២០១៩-២០២៣)

ខែតុលា ឆ្នាំ២០១៩

មាតិកា

មាតិកា	
អារម្ភកថា.....	i
១ សារបាន	
១.១ សេចក្តីផ្តើម	១
១.២ ស្ថានភាព	១
១.២.១ បញ្ហាប្រឈម	១
១.២.២ បញ្ហាអាទិភាព	២
២ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ	
២.១ ក្របខ័ណ្ឌទិសដៅអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្រការងារជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ	២
ក. សេចក្តីផ្តើម	២
ខ. ចក្ខុវិស័យគោលនយោបាយជាតិ ស្តីការជំរុញចលនាភូមិ១ផលិតផល១	២
គ. គោលបំណងនៃផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ ៥ឆ្នាំលើកទី១	៣
ឃ. ការតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ	៤
២.២ កម្មវិធីយុទ្ធសាស្ត្រចម្បងៗ	៥
៣ តារាងម៉ាទ្រីចនៃផែនការសកម្មភាពសម្រាប់រយៈពេល ៥ឆ្នាំ (២០១៩-២០២៣)	៦

អារម្ភកថា

គោលនយោបាយជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ, ២០១៦-២០២៦ ត្រូវបាន រាជរដ្ឋាភិបាលអនុម័តកាលពីថ្ងៃទី ១១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០១៩ និងបានដំណើរការផ្សព្វផ្សាយទូទាំងប្រទេស ដោយកិច្ចសហការរវាងអគ្គលេខាធិការដ្ឋានភូមិ១ផលិតផល១ និងគណៈកម្មាធិការជំរុញចលនាភូមិមួយ ផលិតផលមួយ រាជធានីខេត្ត។ ក្នុងគោលបំណងដើម្បីអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រទាំង១៥ នៃគោលនយោបាយ ជាតិស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ គណៈកម្មាធិការជាតិជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផល មួយ (គ.ជ.ក១.ផ១.) បានណែនាំឱ្យអគ្គលេខាធិការដ្ឋានសហការជាមួយនឹងក្រសួង.ស្ថាប័នទាំង២១ ជា សមាជិក គ.ជ.ក១.ផ១. ដើម្បីប្រមូលសហការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិមួយ ផលិតផលមួយ ៥ឆ្នាំលើកទី១, ២០១៩-២០២៣ ។

ឈរលើស្មារតីទទួលខុសត្រូវក្នុងការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះ ក្រសួង.ស្ថាប័ន ទាំងថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ក្រោមជាតិ ដែលជាសមាជិក គ.ជ.ក១.ផ១. បានជួបប្រជុំពិភាក្សាគ្នាចុងក្រោយ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យ និងកែលម្អសេចក្តីព្រាងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ ៥ឆ្នាំលើក ទីមួយ ក្នុងសិក្ខាសាលាពិគ្រោះយោបល់ កាលពីថ្ងៃទី ១៩ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០១៩ នៅទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រី។ ខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះសមាជិកទាំងអស់នៃ គ.ជ.ក១.ផ១. ដែលបានចូលរួមរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ នេះ សម្រាប់យើងទាំងអស់គ្នាយកទៅអនុវត្តស្របទៅតាមតួនាទីនិងភារកិច្ចរបស់អង្គភាពរៀងៗខ្លួនក្នុងការ ជួយជំរុញនិងលើកកម្ពស់ការផលិត និងប្រើប្រាស់ផលិតផលខ្មែរ។

ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រនេះបានចែកចេញជា ៥ យុទ្ធសាស្ត្រចម្បងៗ និងបង្កប់យុទ្ធសាស្ត្រលម្អិតទាំង ១៥ ដែលមានចែងនៅក្នុងគោលនយោបាយជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ។ ដូច្នេះ ឯកសាររស់នេះគឺជាត្រីវិស័យមួយសម្រាប់ចង្អុលបង្ហាញនូវនិយោងទាំងអស់គ្នាត្រូវដើរ ក្នុងការងារជំរុញ ចលនាភូមិមួយផលិតផល១ នៅកម្ពុជា។ ក្នុងនាមជាប្រធាន គ.ជ.ក១.ផ១. ខ្ញុំសូមណែនាំឱ្យក្រសួង. ស្ថាប័នទាំងអស់ជាសមាជិក គ.ជ.ក១.ផ១. យកផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិមួយ ផលិតផលមួយ នេះទៅរៀបចំផែនការសកម្មភាពប្រចាំឆ្នាំរបស់អង្គភាពខ្លួន ដើម្បីអនុវត្តជាក់ស្តែងក្នុង ការជួយខិតខំបំពេញស្មារតីប្រជាពលរដ្ឋឱ្យមានជំនឿជឿជាក់ មានទំនុកចិត្ត តាំទ្រ និងទិញផលិតផលខ្មែរ និងរួមចំណែកលើកកម្ពស់ផលិតផលខ្មែរ ឱ្យមានគុណភាព សោភ័ណភាព និងគុណភាព សម្រាប់ការប្រកួត ប្រជែងក្នុងសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី។

ថ្ងៃពុធនិច្ឆ័យ ១៩ កញ្ញា ឆ្នាំ២០១៩ ព.ស.២៥៦៣
រាជធានីភ្នំពេញ, ថ្ងៃទី ៣១ ខែ តុលា ឆ្នាំ២០១៩

ឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី
ប្រធានគណៈកម្មាធិការជាតិជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ



រដ្ឋមន្ត្រី

ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ
៥ ឆ្នាំលើកទី១ (២០១៩ - ២០២៣)

១. សារធាន

១.១- សេចក្តីផ្តើម

ចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ (ភ១.៨១) គឺជាការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចជនបទ និងការអភិវឌ្ឍចម្រុះនៅតាមសហគមន៍ ដែលចលនានេះមានដើមកំណើតនៅទីក្រុងអូឃ៉ាម៉ា ខេត្តអយុត្តរាជ្យ ប្រទេសជប៉ុន នាទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៧០ ហើយបានវិវឌ្ឍន៍ទៅជាចលនាមួយមានទ្រង់ទ្រាយធំទូទាំងខេត្តអយុត្តរាជ្យ។ ជោគជ័យនៃចលនានេះត្រូវបានបណ្តាប្រទេសមួយចំនួននៅក្នុងសកលលោក ទទួលយកទៅអនុវត្តស្របតាមបរិបទនៃប្រទេសរបស់ខ្លួន។

នៅខែមិថុនា ឆ្នាំ២០០១ សម្តេចតេជោនាយករដ្ឋមន្ត្រីបានដឹកនាំគណៈប្រតិភូចំនួន២១រូប ទៅទស្សនកិច្ចចលនានេះនៅខេត្តអយុត្តរាជ្យ ហើយនៅឆ្នាំ២០០៦ រាជរដ្ឋាភិបាលបានបង្កើតគណៈកម្មាធិការជាតិជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ ក្នុងគោលបំណងជំរុញការផលិត ការកែច្នៃផលិតផលកសិកម្ម សិប្បកម្ម និងសេវាកម្មនានាជាមូលដ្ឋានដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការទីផ្សារ ទាំងក្នុង និងក្រៅប្រទេស ព្រមទាំងរួមចំណែកបម្រើដល់វិស័យទេសចរណ៍ និងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចជនបទ។

យោងតាមព្រះរាជក្រឹត្យលេខ នស/រកត/១០១៣/១០៥៩ ចុះនៅថ្ងៃទី ២៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០១៣ រាជរដ្ឋាភិបាលបានផ្ទេរគណៈកម្មាធិការជាតិជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ ដោយធ្វើសមាហរណកម្មឱ្យស្ថិតនៅក្រោមការទទួលខុសត្រូវរបស់ក្រុមប្រឹក្សាស្តារអភិវឌ្ឍន៍វិស័យកសិកម្ម និងជនបទ បន្ទាប់មកនៅក្នុងឆ្នាំ២០១៧ គណៈកម្មាធិការជាតិនេះត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលកែសម្រួល តាមរយៈព្រះរាជក្រឹត្យលេខ នស/រកត/០៤១៧/៣៨៣ ចុះថ្ងៃទី ២៥ ខែមេសា ឆ្នាំ២០១៧ ស្តីពីការកែសម្រួលមាត្រា ១ និងមាត្រា ២ នៃព្រះរាជក្រឹត្យលេខ នស/រកត/០១០៦/០៤៣ ចុះថ្ងៃទី ២៧ ខែមករា ឆ្នាំ២០០៦ ស្តីពីការបង្កើតគណៈកម្មាធិការជាតិជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ។

១.២- ស្ថានភាព

១.២.១- បញ្ហាប្រឈម

ការងារជំរុញចលនាជំរុញចលនាភូមិ១ផលិតផល១ គឺជាការងារអន្តរស្ថាប័ន ដែលទាមទារឱ្យក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ រួមមានអង្គភាពរដ្ឋ SMEs វិស័យឯកជន និងសហគមន៍ ត្រូវសម្របសម្រួលសហការជាមួយគ្នាដោយឈរលើទស្សនៈរួមគ្នា គឺខិតខំលើកកម្ពស់ផលិតផលខ្មែរ ស្របតាមគោលនយោបាយជាតិស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិ១ផលិតផល១ (២០១៦ -២០២៦) និងគោលការណ៍គ្រឹះ ៣ នៃចលនាភូមិ១ផលិតផល១ ដែលជាផែនទីចង្អុលផ្លូវដ៏សំខាន់ គឺ ១-គិតជាសកលដោយធ្វើតាមមូលដ្ឋាន ២-ការ

ពីងផ្នែកលើខ្លួនឯង និងការច្នៃប្រឌិតរស់រវើក និង ៣-ជំរុញការអភិវឌ្ឍធនធានមនុស្ស។ ទន្ទឹមនឹងការខិតខំទាំងនោះ ការងារជំរុញចលនាភូមិ១ផលិតផល១ ក៏មានការប្រឈមនឹងបញ្ហាចម្បងៗមួយចំនួននៅក្នុងការអនុវត្ត ដូចជា៖

- គុណភាព និងសោភ័ណភាពនៃការវេចខ្ចប់ផលិតផលសម្រេច
- ទីផ្សារដែលផលិតករ សិប្បករ និងកសិករ តែងតែមានការចោទសួរមកស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ
- ការស្វែងរកប្រភពហិរញ្ញវត្ថុដែលមានអត្រាការប្រាក់ទាបសមរម្យ សម្រាប់បម្រើដល់ដំណើរការសង្វាក់ផលិតកម្ម
- ការធ្វើសមាហរណកម្មផែនការរបស់មន្ទីរនៃវិស័យពាក់ព័ន្ធ នៅក្នុងផែនការភូមិ១ផលិតផល១ ខេត្ត ក្រោមការដឹកនាំរបស់ គ.ខ.ក១.ផ១.
- មិនទាន់កំណត់បានច្បាស់លាស់នូវប្រភេទផលិតផល ដែលបញ្ជាក់ថាជាផលិតផលភូមិ១ផលិតផល១
- មិនទាន់មានប្រព័ន្ធយន្តការត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃច្បាស់លាស់ ដល់ដំណើរការអនុវត្តការងារជំរុញចលនាភូមិ១ផលិតផល១
- លេខាធិការដ្ឋាននៃ គ.ខ.ក១.ផ១. មិនមានមន្ត្រីធ្វើការច្បាស់លាស់ ហើយ គ.ខ.ក១.ផ១. មិនមានរបបប្រតិទិនទាត់ ដើម្បីពិភាក្សាការងារ ដោះស្រាយបញ្ហា និងរៀបចំផែនការងារផ្សេងៗ
- កងរដ្ឋនៅគ្រប់កម្រិតដើម្បីធ្វើការងារសហការលើចលនាភូមិ១ផលិតផល១
- មិនទាន់មានផែនការច្បាស់លាស់ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ធនធានមនុស្សនៅគ្រប់កម្រិត។

១.២.២- បញ្ហាអាទិភាព

ដើម្បីរួមចំណែកដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈម និងឆ្លើយតបស្របទៅតាមការកំណត់អាទិភាព និងការរួមគ្នាដោះស្រាយបញ្ហាទាំងអស់នោះ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ ៥ឆ្នាំ លើកទី១ (២០១៩ -២០២៣) មានសកម្មភាពជាក់ស្តែងដែលក្រសួង ស្ថាប័ននីមួយៗត្រូវអនុវត្តស្របទៅតាមអាណត្តិបេសកកម្មរបស់ក្រសួងខ្លួន។ កិច្ចការអាទិភាពដែលបានផ្តោត គឺមានលំដាប់ពីការរៀបចំឯកសារគតិយុត្តនានាក្នុងការឆ្លើយតបទៅនឹងការលើកកម្ពស់ចលនាភូមិ១ផលិតផល១ ការអភិវឌ្ឍស្ថាប័ន និងធនធានមនុស្ស ការស្រាវជ្រាវ អភិវឌ្ឍស្តង់ដារ និងផែនទីផលិតផលភូមិ១ផលិតផល១ លើកកម្ពស់ការយល់ដឹង បទពិសោធន៍ និងផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិត ការបង្កើត ចងក្រង និងពង្រឹង-ពង្រីកសមាគម និងសហគមន៍ភូមិ១ផលិតផល១ និងការលើកកម្ពស់ការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធក្នុងការជំរុញចលនាភូមិ១ផលិតផល១ ។

២. ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ

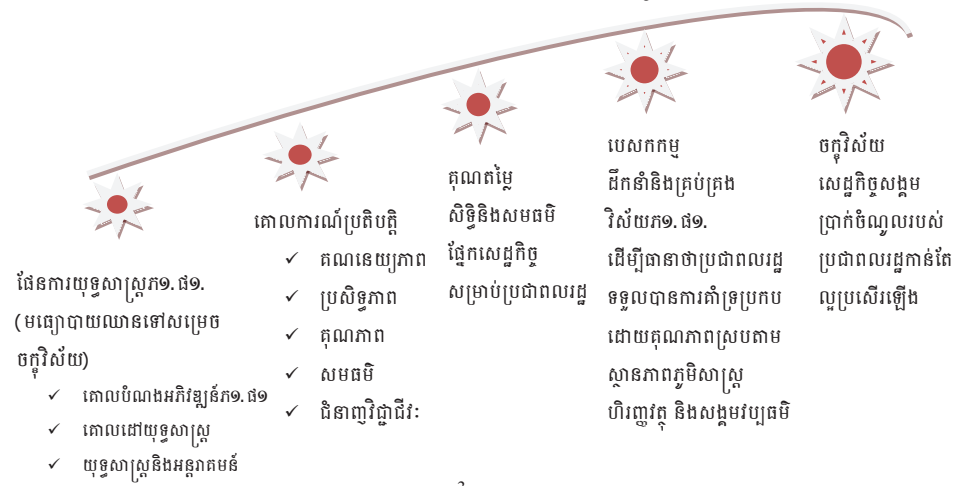
២.១- ក្របខ័ណ្ឌនិស្សេដ្ឋន៍នៃវិស័យយុទ្ធសាស្ត្រការងារជំរុញចលនាភូមិ១ផលិតផល១

ក. សេចក្តីផ្តើម

គោលនយោបាយជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល១ (២០១៦ -២០២៦) មាន ១៥ យុទ្ធសាស្ត្រ ដែលបានបញ្ជាក់អំពីបំណងជាយុទ្ធសាស្ត្រ និងជាផែនទីចង្អុលផ្លូវសម្រាប់ជំរុញការអភិវឌ្ឍ ការងារភូមិមួយ៨លើកផលមួយ ក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន និងបណ្តាឆ្នាំខាងមុខៗទៀត។ ទិសដៅយុទ្ធសាស្ត្រទាំង ១៥ នេះ ជាពន្លឺនាំផ្លូវសម្រាប់គណៈកម្មាធិការជាតិជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល១ (គ.ជ.ផ១.ផ១.) និង គណៈកម្មាធិការជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល១ (គ.ខ.ក១.ផ១.) រាជធានី-ខេត្ត ប្រើប្រាស់ក្នុងការប្រតិបត្តិ ដឹកនាំ និងគ្រប់គ្រងកិច្ចការក្នុងក្របខ័ណ្ឌអភិវឌ្ឍនៃការជំរុញចលនាភូមិ១៨ លើកផល១ ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព ខ្ពស់។

ស្របតាមមាតិកានេះ មន្ត្រីទាំងអស់នៅក្នុងអង្គភាពអគ្គលេខាធិការដ្ឋានភូមិ១៨លើកផល១ លេខាធិការដ្ឋាននៃ គ.ខ.ក១.ផ១. រាជធានី-ខេត្ត និងអាជ្ញាធរមូលដ្ឋានគ្រប់លំដាប់ថ្នាក់ ត្រូវធ្វើដំណើរទៅមុខ ក្នុងទិសដៅតែមួយ ឆ្ពោះតម្រង់ដោយផ្ទាល់ទៅកាន់ចក្ខុវិស័យរួម ដែលមានចែងនៅក្នុងគោលនយោបាយ ជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល១ (២០១៦ -២០២៦) គឺការងារជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល១ និងរួមចំណែកដល់ការលើកកម្ពស់ជីវភាពប្រជាជន ក្នុងការធ្វើឱ្យកម្ពុជាក្លាយទៅជាប្រទេសមានចំណូល ខ្ពស់នៅឆ្នាំ២០៥០ និងលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពប្រជាជនឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរឡើង ធ្វើឱ្យប្រជាជនមាន ការជឿជាក់លើខ្លួនឯង មានស្មារតីជួយខ្លួនឯង ពេញចិត្តនិងមានមោទនភាពចំពោះភូមិឋាន ឬសហគមន៍ របស់ខ្លួន ដោយសំដៅជំរុញការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតកម្មជាទំនិញ និងសេវាកម្មនានានៅតាមភូមិឋាន ឬ សហគមន៍ទូទាំងប្រទេស ព្រមទាំងធានាការចូលរួមអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាពលើគ្រប់វិស័យ រួមមាន សេដ្ឋកិច្ច បរិស្ថាន និងសង្គមកិច្ច ក្នុងកម្រិតភូមិឋាន សហគមន៍ ប្រទេសជាតិ និងសកលលោក។

ខាងក្រោមជារូបភាពបង្រួមអត្ថន័យទូទៅនៃយុទ្ធសាស្ត្ររួមមាន៖ ចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម គុណតម្លៃ និងគោលការណ៍ប្រតិបត្តិ នៃផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដើម្បីអភិវឌ្ឍការងារជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល១ ដែល បានកំណត់ជាឧបករណ៍ឈានឆ្ពោះទៅសម្រេចបំណងនៃការអភិវឌ្ឍចលនាភូមិ១៨លើកផល១ ។



ខ. ចក្ខុវិស័យគោលនយោបាយជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល១, ២០១៦ - ២០២៦

គោលនយោបាយជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល១, ២០១៦ - ២០២៦ មានចក្ខុវិស័យ ផ្ដោតលើការលើកកម្ពស់ជីវភាពប្រជាជន ក្នុងការធ្វើឱ្យកម្ពុជាក្លាយទៅជាប្រទេសមានចំណូលខ្ពស់នៅឆ្នាំ ២០៥០ និងលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពប្រជាជនឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរឡើង ធ្វើឱ្យប្រជាជនមានការជឿជាក់ លើខ្លួនឯង មានស្មារតីជួយខ្លួនឯង ពេញចិត្តមានមោទនភាពខ្ពស់ចំពោះភូមិឋាន ឬសហគមន៍របស់ខ្លួន ដោយសំដៅជំរុញការអភិវឌ្ឍផលិតកម្មជាទំនិញ និងសេវាកម្មនានានៅតាមភូមិឋាន ឬសហគមន៍ទូទាំង ប្រទេស ព្រមទាំងធានាការចូលរួមអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាពលើគ្រប់វិស័យ រួមមានសេដ្ឋកិច្ច បរិស្ថាន និងសង្គមកិច្ច ក្នុងកម្រិតភូមិឋាន សហគមន៍ ប្រទេសជាតិ និងសកលលោក ។

គ. គោលបំណងនៃផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល ៥ ឆ្នាំ លើកទី១, ២០១៩ - ២០២៣

ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល១, ២០១៩ - ២០២៣ មានគោល បំណងអភិវឌ្ឍផលិតផលខ្មែរ ក្នុងបរិបទចលនាភូមិ១៨លើកផល១ តាមរយៈកម្មវិធីចម្បងចំនួន ០៥ គឺ ទី១÷ អភិវឌ្ឍន៍ក្របខ័ណ្ឌឯកសារគតិយុត្ត និងអភិវឌ្ឍន៍ស្ថាប័ន-ធនធានមនុស្ស, ទី២÷ ការស្រាវជ្រាវ អភិវឌ្ឍន៍ រៀបចំស្តង់ដារ និងការរៀបចំផែនទីផលិតផលភូមិ១៨លើកផល១, ទី៣÷ លើកកម្ពស់ការយល់ ដឹង បទពិសោធន៍ និងការផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិត, ទី៤÷ បង្កើត ចងក្រង ពង្រឹងនិងពង្រីក សមាគម សហគមន៍ ភូមិ១៨លើកផល១ និងទី៥÷ ការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាព តាមរយៈការលើកកម្ពស់ការចូលរួមពីភាគី ពាក់ព័ន្ធ។ កម្មវិធីយុទ្ធសាស្ត្រចម្បងទាំង៥ គ្របដណ្តប់យុទ្ធសាស្ត្រទាំង១៥ ដែលត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលអនុម័ត ក្នុង គោលនយោបាយជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល១ (២០១៦ - ២០២៦) កាលពីថ្ងៃទី ១១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០១៦ ។

ប្រជាជនរដ្ឋបាលកំណែទម្រង់កម្ពុជា គម្រិតខ្ពស់តាមត្រូវការនៃការអភិវឌ្ឍន៍ ដើម្បីរួមចំណែកដល់ការងារអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ច សង្គមប្រកបដោយនិរន្តរភាព

គ. ការតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ

ការអនុវត្តយុទ្ធការតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃវឌ្ឍនភាពការងារជំរុញចលនាភូមិ១៨លើកផល១ ត្រូវធ្វើជាទៀងទាត់ យ៉ាងតិចបំផុត ០១ឆ្នាំម្តង ដោយក្រុមការងារអន្តរក្រសួង នៃអគ្គលេខាធិការដ្ឋានភូមិ១៨លើកផល១ និងយ៉ាងតិចបំផុត ០២ដងក្នុងមួយឆ្នាំ ដោយគណៈកម្មាធិការជំរុញចលនា ភូមិមួយផលិតផលមួយ រាជធានី-ខេត្ត (គ.ខ.ភខ.ផទ.)។ លទ្ធផលនៃការចុះតាមដាន-ត្រួតពិនិត្យត្រូវបាន ប្រើប្រាស់ជាទិន្នន័យមូលដ្ឋាន ដើម្បីវាយតម្លៃទៅថ្ងៃខាងមុខនៃការអនុវត្តគោលនយោបាយជាតិ ស្តីពី ការជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ ២០១៦ - ២០២៦ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ ស្តីពីការជំរុញ ចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ ៥ឆ្នាំលើកទី១, ២០១៩ - ២០២៣ ។

លទ្ធផលដែលរកឃើញពីចំណុចខ្លាំង បញ្ហាប្រឈម និងឱកាសនានានៃការលើកកម្ពស់ចលនា ភូមិ១៨លើកផល១ តាមរយៈការចុះតាមដាន ត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ ត្រូវយកទៅពិភាក្សាគ្នាជាមួយនឹង

ក្រសួង-ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធជាសមាជិកនៃ គ.ជ.ក១.ផ១. និង គ.ខ.ក១.ផ១. ដោយមានការចូលរួមពីភាគី ពាក់ព័ន្ធនៅថ្នាក់ក្រុង ស្រុក ខណ្ឌ និងឃុំ សង្កាត់ ផងដែរ។

ទន្ទឹមនេះ អគ្គលេខាធិការដ្ឋានភូមិ១ផលិតផល១ ត្រូវរៀបចំវេទិកាថ្នាក់ជាតិរៀងរាល់ឆ្នាំ ដើម្បី លើកទឹកចិត្តដល់សមាគម ឬ សហគមន៍អ្នកផលិត (សិប្បករ កសិករ សេវាករ) និងសហគ្រាស SMEs និង ថ្នាក់ដឹកនាំមូលដ្ឋាននានាដែលមានស្នាដៃល្អ ក្នុងការជំរុញចលនាភូមិ១ផលិតផល១ ដើម្បីផ្តល់រង្វាន់លើក ទឹកចិត្ត។ ការរៀបចំវេទិកាដើម្បីផ្តល់រង្វាន់លើកទឹកចិត្ត និងការវាយតម្លៃអ្នកដែលមានស្នាដៃល្អនេះ ត្រូវ អនុវត្តតាមគោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីការចងក្រងសមាជិកចលនាភូមិ១ផលិតផល១ ។

គ.ជ.ក១.ផ១. និង គ.ខ.ក១.ផ១. ត្រូវបន្តតាមដាន និងត្រួតពិនិត្យការងារជំរុញចលនាភូមិ១ ផលិតផល១ ឱ្យបានទៀងទាត់ ហើយរាល់គំហើញត្រូវយកមកវិភាគ ដើម្បីរកដំណោះស្រាយ ទាំងការធ្វើ ផែនការសកម្មភាព ឬ រៀបចំជាឯកសារគតិយុត្តផ្សេងៗទៀតដែលចាំបាច់ ដើម្បីប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្ត គោលនយោបាយ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិ១ផលិតផល១ ។

២.២ កម្មវិធីយុទ្ធសាស្ត្រចម្បងៗ

ដើម្បីសម្រេចបានគោលបំណងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ ស្តីពីការជំរុញចលនាភូមិមួយផលិតផល មួយ ដឆ្នាំលើកទី១ (២០១៩-២០២៣) បានចែកចេញជា ៥ចង្កោមកម្មវិធីធំៗ នៃផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ គឺ៖

ទី១÷ អភិវឌ្ឍន៍ក្របខ័ណ្ឌឯកសារ គតិយុត្ត និងអភិវឌ្ឍន៍ស្ថាប័ន-ធនធានមនុស្ស

- ១.១ កិច្ចការរដ្ឋបាល និងប្រតិបត្តិការផ្ទៃក្នុងស្ថាប័ន គ.ជ.ក១.ផ១
- ១.២ អភិវឌ្ឍក្របខ័ណ្ឌច្បាប់ និងយន្តការ
- ១.៣ ជំរុញការអភិវឌ្ឍស្ថាប័ន និងធនធានមនុស្សដែលពាក់ព័ន្ធការងារជំរុញចលនា ក១.ផ១.
- ១.៤ អភិវឌ្ឍសមត្ថភាពក្នុងការផលិតនូវផលិតផលកសិកម្ម ឧស្សាហកម្ម សិប្បកម្ម និងសេវាកម្ម

ទី២÷ ស្រាវជ្រាវ អភិវឌ្ឍន៍ រៀបចំស្តង់ដារ និងការរៀបចំផែនទីផលិតផល ក១.ផ១

- ២.១ កសាងផែនទីផលិតផលភូមិ១ផលិតផល១
- ២.២ អភិវឌ្ឍសមត្ថភាពស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍផលិតផល ក១.ផ១.
- ២.៣ លើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលតាមស្តង់ដារផលិតផល ក១.ផ១.

ទី៣÷ លើកកម្ពស់ការយល់ដឹង បទពិសោធន៍ និងការផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិត

- ៣.១ ផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិតឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរ
- ៣.២ លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងពីបទពិសោធន៍នានានៃការងារជំរុញចលនា ក១.ផ១.
- ៣.៣ លើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍទីផ្សារនិងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម

ទី៤÷ បង្កើត ចងក្រង ពង្រឹងនិងពង្រីក សមាគម សហគមន៍ ក១.ផ១.

- ៤.១ បង្កើតចងក្រង ពង្រឹងនិងពង្រីកសមាគម សហគមន៍ ជំរុញចលនា ក១.ផ១.

៤.២ ការចងក្រងសមាជិកចលនាភូមិ១៨លើផល១១ ទូទាំងប្រទេស

៤.៣ ចំណាត់ថ្នាក់ផលិតផលតាមរយៈការប្រកួតប្រជែងស្មាដែផលិត (OVOP Product Champion)

ទី៥÷ ការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយចីរភាពតាមរយៈការលើកកម្ពស់ការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធ

៥.១ លើកកម្ពស់ការចូលរួមពីគ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធក្នុងការងារជំរុញចលនាភូមិ១៨លើផល១១

៥.២ ការស្វែងរកប្រភពហិរញ្ញប្បទានសម្បទាន ឬ ឥណទាន

៥.៣ ជំរុញការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព

៥.៤ រៀបចំបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលភូមិភាគលើកកម្ពស់ចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ

៥.៥ រៀបចំបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលតាមសហគមន៍លើកកម្ពស់ចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ

៣. ការវាយតម្លៃផលនៃការយុទ្ធសាស្ត្រ និងសកម្មភាព ៥ឆ្នាំ

ការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់បរិស្ថាននិងសង្គមនៃគម្រោងសាងសង់ និងប្រតិបត្តិការសាងសង់ និងប្រតិបត្តិការដឹកជញ្ជូនដោយរ៉ឺម៉កក្នុងតំបន់ ២០១៩ - ២០២៣

លេខកូដ	យុទ្ធសាស្ត្របច្ចេកទេស និង សកម្មភាពសាងសង់ និងប្រតិបត្តិការ	សូចនាករលទ្ធផលក្នុងឆ្នាំណាមួយ					ប្រភេទធានា	ស្ថាប័នទទួលខុសត្រូវ
		2019	2020	2021	2022	2023		
I	អភិវឌ្ឍន៍ក្របខណ្ឌបរិស្ថានគតិយុត្ត ល្អប្រសើរ និងធនធានមនុស្ស							
1.1	កិច្ចការរដ្ឋបាល និងប្រតិបត្តិការផ្ទៃក្នុងស្ថាប័ន គ.ជ.ក ១៩							
1.1.1	កិច្ចប្រជុំគណៈកម្មាធិការជាតិរុញច្រានការងារ ១៩		x	x	x	x	RGC	OVOP-SG
1.1.2	កិច្ចប្រជុំក្រុមការងារអន្តរក្រសួងជំរុញច្រានការងារស្វ័យប្រវត្តិក្រសួង		x	x	x	x	RGC	OVOP-SG
1.1.3	កិច្ចប្រជុំរៀបចំការងារប្រចាំថ្ងៃរបស់អគ្គនាយកដ្ឋាន ១៩		x	x	x	x	RGC	OVOP-SG
1.1.4	ចូលរួមសិក្ខាសាលា កិច្ចប្រជុំ វគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងទស្សនកិច្ចនៅក្រៅប្រទេស		x	x	x	x	RGC	OVOP-SG
1.1.5	ចូលរួមសិក្ខាសាលា កិច្ចប្រជុំ វគ្គបណ្តុះបណ្តាល ទស្សនកិច្ចនៅក្នុងប្រទេស		x	x	x	x	RGC	OVOP-SG
1.1.6	កែលម្អប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងការងារ ១៩ ដោយមានប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងការងារ ១៩ និងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងការងារ ១៩ នៅក្រសួងបរិស្ថាន ក្រសួងឧស្សាហកម្ម និងសិប្បកម្ម ក្រសួងការងារនិងបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈ និងក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ	x	x				RGC	NCMs
1.1.7	កិច្ចប្រជុំក្រុមការងារ ១៩ ១៩ តាមក្រសួង		x	x	x	x	RGC	NCMs
1.1.8	កិច្ចប្រជុំគណៈកម្មាធិការ ១៩ ១៩ តាមក្រសួង		x	x	x	x	RGC	PCs
1.2	អភិវឌ្ឍន៍ក្របខណ្ឌច្បាប់ និងយន្តការ							
1.2.1	ដាក់លាងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជាតិ ២០៣៥ ជំហានទី១ រុញច្រានការងារប្រតិបត្តិការ (២០១៩-២០២៣)							

1.2.2.4	សិក្ខាសាលាផ្សព្វផ្សាយថ្នាក់តំបន់	ចំនួនសិក្ខាសាលា					X	X		RGC	OVOP-SG
1.2.2.5	រៀបចំវេទិកាជំនួបអន្តរសិល្បៈ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយបទឆាកទំនងគ្នាជាប្រព័ន្ធជាងអ្នកផលិត អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងអ្នកជួយរកទីផ្សារ	វេទិកាជំនួបអន្តរសិល្បៈត្រូវបានរៀបចំ និងបាយការណ៍	X				X	X	X	RGC	MoH
1.2.2.6	រៀបចំវេទិកាជំនួបផលិតផល ក១,៨១ រវាងក្រុមផលិតករកំពង់ អ្នកផលិត អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងអ្នកជួយរកទីផ្សារ	ចំនួន២៨៥/ឆ្នាំ និងបាយការណ៍					X	X	X	RGC	OVOP-SG
1.2.2.7	រៀបចំវេទិកាជំនួបជាមួយអង្គការបេតិកភណ្ឌ សាធារណៈ និងអ្នកជួយរកទីផ្សារ ការគាំទ្រការងារជំរុញចលនាក១,៨១	ចំនួន១៨៥/ឆ្នាំ និងបាយការណ៍					X	X	X	RGC	OVOP-SG
1.2.3	ការតាមដាន និងត្រួតពិនិត្យការអនុវត្តគោលនយោបាយ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រការងារជំរុញចលនាក១,៨១										
1.2.3.1	កិច្ចប្រជុំពិគ្រោះយោបល់អន្តរក្រសួងរៀបចំគោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីការត្រួតពិនិត្យនិងតាមដានការអនុវត្តគោលនយោបាយ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជំរុញចលនាក១,៨១	ចំនួនកិច្ចប្រជុំ និងបាយការណ៍					X	X		RGC	OVOP-SG/NCMs
1.2.3.2	គោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីការត្រួតពិនិត្យនិងតាមដានការអនុវត្តគោលនយោបាយ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជំរុញចលនាក១,៨១	គោលការណ៍ណែនាំត្រូវបានអនុម័ត					X	X		RGC	OVOP-SG
1.2.3.3	សិក្ខាសាលាផ្សព្វផ្សាយគោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីការត្រួតពិនិត្យនិងតាមដានការអនុវត្តគោលនយោបាយ និងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រជំរុញចលនាក១,៨១ ទៅថ្នាក់ក្រោមជាតិ	ចំនួនអ្នកចូលរួមនៅតាមបណ្តាខេត្ត និងរាជធានី						X	X	RGC	OVOP-SG
1.2.4	ពុះតាមដាន ត្រួតពិនិត្យនៅថ្នាក់មូលដ្ឋាន										
1.2.4.1	ពុះតាមដានត្រួតពិនិត្យនៅថ្នាក់មូលដ្ឋាននៃរាជធានី ខេត្តទាំងប្រទេស ដោយគ្រួសារការងារអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រអន្តរក្រសួងរដ្ឋបាលខាងក្រោមក១,៨១	ចំនួន ១៨៥/ឆ្នាំ					X	X	X	RGC	OVOP-SG
1.2.4.2	ពុះតាមដានត្រួតពិនិត្យនៅថ្នាក់មូលដ្ឋាននៃរាជធានី ខេត្តទាំងប្រទេស ដោយគ្រួសារការងារគណៈកម្មាធិការជំរុញចលនាក១,៨១, រាជធានី ខេត្ត	ចំនួន ២៨៥/ឆ្នាំ					X	X	X	RGC	PC

1.2.4.3	កិច្ចប្រជុំប្រកាសរបស់យុទ្ធសាស្ត្រនៃការចុះតាមគ្រួសារជនរងគ្រោះ នៅថ្នាក់មូលដ្ឋាន រដ្ឋបាលឃុំ ខេត្តក្រចេះ	ចំនួនដងនៃកិច្ចប្រជុំប្រកាសរបស់យុទ្ធសាស្ត្រនៃការចុះតាមគ្រួសារជនរងគ្រោះ		X	X	X	X	RGC	OVOP-SG
1.2.5	លើកកម្ពស់សហគ្រិនភាពស្ត្រីក្នុងការងាររៀបចំបាយអាហារ ក្នុងស្ថានភាព								
1.2.5.1	ពង្រឹងចំណេះដឹងបច្ចេកទេស និងក្រុមការងារបង្កើនការងារផលិតផលកសិកម្ម ដល់ស្ត្រី ដើម្បីអភិវឌ្ឍន៍សហគមន៍ទេសចរណ៍។	សហគមន៍ទេសចរណ៍ចំនួន ០២/ខេត្ត ត្រូវបានបង្កើត និងពង្រឹង		X	X	X	X	RGC-JICA	MOWA
1.2.5.2	បង្កើតគោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីការប្រមូលផលកសិកម្មផលិតផលស្រូវ	គោលការណ៍ណែនាំត្រូវបានបង្កើត និងអនុម័ត		X	X			RGC	MOWA
1.2.5.3	បង្កើតលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យក្នុងការប្រើសេវាស្ត្រីដែលមានស្ថានភាពក្នុងការងារ	គោលការណ៍ប្រើសេវាស្ត្រីត្រូវបានបង្កើត និងអនុម័ត និងផ្តល់សេវាស្ត្រីដែលមានស្ថានភាព		X				RGC	MOWA
1.2.5.4	បង្កើតបណ្តាញសហគ្រិនភាពស្ត្រីនៅកម្ពុជា	បណ្តាញសហគ្រិនភាពស្ត្រីត្រូវបានបង្កើត និងអនុម័ត		X	X	X		RGC-Private	MOWA
1.2.6	កសាងសហគមន៍ប្រតិបត្តិការគ្រោងសាកល្បងក្នុងស្ថានភាព ផលិតផល								
1.2.6.1	កសាងគោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីប្រតិបត្តិការគ្រោងសាកល្បង ក្នុងស្ថានភាព បណ្តាញសហគមន៍	គោលការណ៍ណែនាំស្តីពីប្រតិបត្តិការគ្រោងសាកល្បង ក្នុងស្ថានភាព បណ្តាញសហគមន៍		X					OVOP SG
1.2.6.2	គោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីប្រតិបត្តិការគ្រោង ក្នុងស្ថានភាព ខេត្តក្រចេះ	គោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីប្រតិបត្តិការគ្រោង ក្នុងស្ថានភាព ខេត្តក្រចេះ				X			OVOP SG
1.2.6.3	រៀបចំច្បាប់ក្រុងសៀមរាបស្តីពីការងារផលិតផលកសិកម្ម	រៀបចំច្បាប់ក្រុងសៀមរាបស្តីពីការងារផលិតផលកសិកម្ម					X		OVOP SG/ MOC
1.3	ស្នើសុំការអភិវឌ្ឍន៍ស្ថាប័ន និងធនធានមនុស្សដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការងាររៀបចំបាយអាហារ								
1.3.1	ការកសាងសមត្ថភាពបណ្តុះបណ្តាល និងពង្រឹងស្ថាប័ន								
1.3.1.1	ធ្វើការបង្កើនប្រមាណការប្រើប្រាស់បណ្តុះបណ្តាល ស្តីពីចំណេះដឹងក្នុងស្ថាប័ន ផលិត និងផលិតផលកសិកម្ម ដល់ក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនៅថ្នាក់ជាតិ និងក្រោម ជាតិនៃគណៈកម្មាធិការជាតិកិច្ចប្រចាំបាយអាហារ ក្នុងស្ថានភាព	ឯកសារបង្កើនប្រមាណការប្រើប្រាស់បណ្តុះបណ្តាល ស្តីពីចំណេះដឹងក្នុងស្ថាប័ន ផលិត និងផលិតផលកសិកម្ម ដល់ក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធនៅថ្នាក់ជាតិ និងក្រោម ជាតិនៃគណៈកម្មាធិការជាតិកិច្ចប្រចាំបាយអាហារ ក្នុងស្ថានភាព		X				RGC	OVOP-SG

2.2.1.3	ចងក្រងសំណុំឯកសារ (Directory Book) ក្រសួង-ស្ថាប័ន អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល ស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាល និងវិស័យឯកជន ដែលចាក់ព័ន្ធ ៣១. ផ្ទៃ	សំណុំឯកសារ (Directory Book) ត្រូវបានរៀបចំចងក្រង	x	x			RGC- DPs/PC	OVOP-SG
2.2.1.4	ជ្រើសរើសផលិតផលយោធម្ម ១០ប្រភេទ ក្នុង១ខេត្ត នៅតាម ២៥ រាជធានីខេត្ត	ចំនួនផលិតផលយោធម្ម១០មុខ/ខេត្ត ត្រូវបានជ្រើសរើស (១០ x ២៥ = ២៥០មុខ)	x	x			RGC- DPs/PC	OVOP- SG/NCMs
2.2.1.5	រៀបចំផែនការបណ្តុះបណ្តាលសមត្ថភាពវិនិច្ឆ័យផលិតផលកសិកម្ម សិប្បកម្ម ឧស្សាហកម្ម	ចំនួន ៦០ វគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រូវបានរៀបចំ រយៈពេល ០៤ឆ្នាំ	x	x	x		RGC- DPs/PC	MAFF/MIH
2.2.1.6	លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងចលនា ៣១. ផ្ទៃ ដល់ស្ថាប័នរដ្ឋបាលពាក់ព័ន្ធ/អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល/ស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាល/វិស័យឯកជន តាមរយៈកិច្ចប្រជុំ ឬសិក្ខាសាលា	ចំនួនដងនៃកិច្ចប្រជុំ/សិក្ខាសាលាត្រូវបានរៀបចំ និងចំនួនអ្នកចូលរួម	x	x	x		RGC- DPs/PC	OVOP-NCMs- PCs
2.2.1.7	ពង្រឹងសមត្ថភាពជនបង្គោលថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ខេត្ត ដែលអនុវត្តកម្មវិធីនានា របស់ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ, សុខាភិបាល, ពាណិជ្ជកម្ម, កិច្ចការនារី និងទេសចរណ៍ និងក្រសួងពាក់ព័ន្ធនានាដើម្បីកាត់ទ្រព្យបេសកកម្ម១៥១	ចំនួនជនបង្គោលថ្នាក់ជាតិ និងថ្នាក់ខេត្ត ត្រូវបានពង្រឹងសមត្ថភាព	x	x	x		RGC- DPs/PC	OVOP-NCMs- PCs
2.2.1.8	សិក្សាស្រាវជ្រាវបច្ចេកវិទ្យានវាស់វែង (Innovation) សម្រាប់ដំឡើងនិងលើកកម្ពស់ផលិតផលខ្មែរ	បច្ចេកវិទ្យានវាស់វែង (Innovation) សម្រាប់ដំឡើងនិងលើកកម្ពស់ផលិតផលខ្មែរ ត្រូវបានសិក្សាស្រាវជ្រាវ	x	x	x		RGC	NCMs/PC (Maif, MOIH, MOT, MoC, MoEYS,...)
2.2.1.9	រៀបចំបណ្តុះបណ្តាលមន្ត្រីជំនាញនិងសហគ្រិនស្តីពីការរៀបចំប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យគុណភាព និងសុវត្ថិភាពផលិតផល (GAP, GMP, ISO, HACCP, Halal and National Standard and OVOP standard)	ចំនួនវគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រូវបានរៀបចំ	x	x	x		RGC	NCMs (Maif, MOIH, MoC, MoEYS, MoH,...)
2.2.1.10	ផ្តល់ការប្រឹក្សាដើម្បីកាត់ទ្រ និងលើកកម្ពស់សមត្ថភាពរបស់សហគ្រាសផលិតកម្មផលិតផលិតផលខ្មែរលើការងាររចនា និងនីមួយៗ (Designed)	២៥០ សហគ្រាសក្នុងរយៈពេល ០៤ឆ្នាំ	x	x	x		RGC	NCMs (Maif, MOIH, MOT, MoC, MoEYS,...)

2.2.1.11	សិក្សាស្រាវជ្រាវដែលមានហានិភ័យប៉ះពាល់សុវត្ថិភាពអ្នកប្រើប្រាស់	ផលិតផលដែលមានហានិភ័យប៉ះពាល់សុវត្ថិភាពអ្នកប្រើប្រាស់		x	x	x	x	RGC	NCMs (Maff, MOIH, MOT, MoC, MoEYS, MoH,...)
2.3	លើកកម្ពស់គុណភាពផលិតផលតាមស្តង់ដារផលិតផល ក១.៨១								
2.3.1	រៀបចំស្តង់ដារផលិតផល ក១.៨១ ដោយសហការជាមួយក្រសួងទស្សនាហិរញ្ញវត្ថុ និងសិប្បកម្ម និងបណ្តាញសង្គមពាក់ព័ន្ធនានា								
2.3.1.1	សិក្សាស្រាវជ្រាវឯកសារពាក់ព័ន្ធនានា ដើម្បីរក្សាទុកនិងចងក្រងសៀវភៅស្តង់ដារផលិតផល	សៀវភៅស្តង់ដារផលិតផលត្រូវបានស្រាវជ្រាវ		x				RGC	OVOP-NCMs
2.3.1.2	រៀបចំសៀវភៅស្តង់ដារផលិតផល រួមទាំងផលិតផល១ និងបោះពុម្ពសៀវភៅស្តង់ដារផលិតផល ក១.៨១ និងឯកសារគតិយុត្តិធម៌ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងគុណភាពសុវត្ថិភាពផលិតផល	សៀវភៅស្តង់ដារផលិតផល ក១.៨១ ត្រូវបានរៀបចំ និងអនុវត្ត និងបោះពុម្ពផ្សព្វផ្សាយ		x	x			RGC	OVOP-SG & NCMs
2.3.1.3	រៀបចំបង្កើត និងចងក្រងឯកសារប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យគុណភាព និងសុវត្ថិភាពម្ហូបអាហារ	ចំនួនឯកសារគតិយុត្តិធម៌ត្រូវបានបង្កើត ចងក្រង និងអនុវត្ត		x	x			RGC	NCMs (Maff, MOIH, MoC, MoEYS, MoH, ...)
2.3.1.4	សហការរៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងការគិតបង្ហាញផ្សព្វផ្សាយ និងប្រើប្រាស់យោបល់លើផលិតផលខ្សែដែលមានសក្តានុពលតាមរាជធានី .ខេត្ត	ចំនួនប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងដែលបានប្រើប្រាស់		x	x	x		RGC/DPs	NCMs/PC (MAFF, MOIH, MOT, MoC, MoEYS)
2.3.2	ការផ្សព្វផ្សាយឯកសារស្តង់ដារផលិតផល ក១.៨១								
2.3.2.1	សិក្សាស្រាវជ្រាវផ្សព្វផ្សាយស្តង់ដារផលិតផល ក១.៨១ កម្រិតថ្នាក់ជាតិ	ចំនួនសិក្សាស្រាវជ្រាវផ្សព្វផ្សាយស្តង់ដារផលិតផល និងចំនួនអ្នកចូលរួម		x				RGC	OVOP-SG/NCMs
2.3.2.2	សិក្សាស្រាវជ្រាវផ្សព្វផ្សាយស្តង់ដារផលិតផល ក១.៨១ កម្រិតថ្នាក់រាជធានី .ខេត្ត	ចំនួនសិក្សាស្រាវជ្រាវផ្សព្វផ្សាយស្តង់ដារផលិតផល និងចំនួនអ្នកចូលរួម		x				RGC	OVOP-SG/NCMs

2.3.2.3	ផ្សព្វផ្សាយច្បាប់ ស្តីពីស្តង់ដារកម្ពុជា ច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិបច្ចេកទេសនានា	ចំនួនដងនៃការផ្សព្វផ្សាយ		x	x	x	x	RGC	NCMs (Maif, MOIH, MoC, MoEYS, MoH,...)
III	ហើរកម្ពស់ការយល់ដឹង បទពិសោធន៍ និងការផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិត								
3.1	ផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិតឲ្យកាន់តែល្អប្រសើរ								
3.1.1	គោលការណ៍ណែនាំ ស្តីពីការផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិតនៅក្នុងរបបទំនោរការងារវិញ្ញាបនបត្រ កខ.ជ១								
3.1.1.1	សិក្សាស្រាវជ្រាវ ស្តីពីការផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិតនៅក្នុងរបបទំនោរការងារវិញ្ញាបនបត្រ កខ.ជ១	ឯកសារសិក្សាស្រាវជ្រាវ			x			RGC-DPs	OVOP-NCMs
3.1.1.2	ផ្សព្វផ្សាយលទ្ធផលសិក្សាស្រាវជ្រាវស្តីពីការផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិតនៅក្នុងរបបទំនោរការងារវិញ្ញាបនបត្រ កខ.ជ១	ចំនួនអ្នកចូលរួមក្នុងសិក្ខាសាលា/ប្រជុំ ។ល។				x		RGC-DPs	OVOP-NCMs
3.1.2	បន្តការផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិតនៅក្នុងការអនុវត្តជាក់ស្តែង								
3.1.2.1	ទស្សនវិទូសិក្សាក្នុងប្រទេសដើម្បីទទួលបានបទពិសោធន៍ នៃការផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិត	ចំនួនទស្សនវិទូក្នុងប្រទេសត្រូវបានរៀបចំ ចំនួនអ្នកចូលរួម និងរបាយការណ៍			x	x	x	RGC-DPs	OVOP-NCMs
3.1.2.2	សិក្ខាសាលា និងទស្សនវិទូសិក្សាស្តីពីការគ្រប់គ្រង និងសហប្រតិបត្តិការ ជាមួយប្រទេសថែទាំពិគ្រោះគ្រប់គ្រង (OTOP Project) នៅសាកលវិទ្យាល័យបច្ចេកវិទ្យាពាណិជ្ជកម្មស្ថានីយ៍ ប្រទេសថៃឡង់ដ៍	សិក្ខាសាលា និងទស្សនវិទូសិក្សាចំនួន ៩ ថ្ងៃ ពីថ្ងៃទី២៤សីហា ដល់ ០២កញ្ញា២០១៩	x					RGC-DPs	OVOP-NCMs
3.1.2.3	ទស្សនវិទូសិក្សាក្រៅប្រទេស ដើម្បីទទួលបានបទពិសោធន៍នៃការផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិត	ចំនួនទស្សនវិទូក្រៅប្រទេសត្រូវបានរៀបចំ			x	x	x	RGC-DPs	OVOP-NCMs
3.1.2.4	ទស្សនវិទូសិក្សាស្វែងយល់អំពីការងារវិញ្ញាបនបត្រ កខ.ជ១ និងផ្លាស់ប្តូរបទពិសោធន៍អាងស្រ្តី និងស្រ្តី និងជាមួយក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ	ទស្សនវិទូសិក្សា ១៨២១២១ ១៨២១២១ សរុបចំនួន ៤៨២			x	x	x	RGC-DPs	OVOP-SG/MOWA

លើកកម្ពស់ការយល់ដឹងពីបទពិសោធន៍នានានៃការងារដ៏ប្រឈមនានា										
3.2	ផ្សព្វផ្សាយគោលនយោបាយជាតិ និងទស្សនទានស្តីពីចលនាតូចមួយផលិតផលមួយ និងការស្វែងរកមតិក្តីទូ									
3.2.1	ផ្សព្វផ្សាយគោលនយោបាយជាតិ និងទស្សនទានស្តីពីចលនាតូចមួយផលិតផលមួយ និងការស្វែងរកមតិក្តីទូ									
3.2.1.1	រៀបចំផែនការផ្សព្វផ្សាយស្តីពីគោលនយោបាយជាតិ និងទស្សនទានស្តីពីចលនាតូចមួយផលិតផលមួយ ដើម្បីស្វែងរកមតិក្តីទូ	ផែនការផ្សព្វផ្សាយត្រូវបានរៀបចំ និងអនុវត្ត							X	OVOP-SG
3.2.1.2	អនុវត្តផែនការផ្សព្វផ្សាយស្តីពីគោលនយោបាយជាតិ និងទស្សនទានស្តីពីចលនាតូចមួយផលិតផលមួយ ដើម្បីស្វែងរកមតិក្តីទូ	ចំនួនដងនៃការចុះអនុវត្ត នៅថ្នាក់ក្រោមជាតិ						X	X	OVOP-SG
3.2.1.3	ផ្សព្វផ្សាយផែនការផ្សព្វផ្សាយ ស្តីពីគោលនយោបាយជាតិ និងទស្សនទានស្តីពីចលនាតូចមួយផលិតផលមួយ ដើម្បីស្វែងរកមតិក្តីទូតាមបណ្តាញព័ត៌មាន	ចំនួនដង និងចំនួនបណ្តាញព័ត៌មានដែលត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយ						X	X	OVOP-SG/MoInf-Private Media
3.2.1.4	បង្កើតឧបករណ៍បណ្តុះបណ្តាលដើម្បីទំនាក់ទំនងផ្សព្វផ្សាយផលិតផលសកម្មភាព និងស្នាដៃផលិតរបស់ស្ត្រី។	ឧបករណ៍បណ្តុះបណ្តាលត្រូវបានរៀបចំ						X		MOWA
3.2.1.5	បង្កើតឧបករណ៍បណ្តុះបណ្តាលដើម្បីទំនាក់ទំនងផ្សព្វផ្សាយផលិតផលសកម្មភាព និងស្នាដៃផលិតរបស់ជនពិការ	ឧបករណ៍បណ្តុះបណ្តាលត្រូវបានរៀបចំ						X	X	OVOP-SG/MoSAVY
3.2.2	វេទិកាផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធព័ត៌មាន ស្តីពីទស្សនទាន ទីផ្សារ និងការងារពាក់ព័ន្ធនានានៃចលនា ៣១៨១									
3.2.2.1	រៀបចំវេទិកាពិភាក្សាតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនានា ទាំងថ្នាក់ជាតិ និងក្រោមជាតិ	ចំនួនវេទិកាពិភាក្សាត្រូវបានរៀបចំ							X	OVOP-SG/MoInf/NCMs
3.2.2.2	រៀបចំប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារតាមរយៈគេហទំព័រ មេឌា វេទិកាព័ត៌មានផលិតអំពីផលិតផលកសិកម្ម និងផលិតផលក្នុងស្រុក	ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទីផ្សារតាមរយៈគេហទំព័រ មេឌា ត្រូវបានរៀបចំ						X	X	MAFF & MoC
3.2.2.3	រៀបចំចងក្រងនិងផ្សព្វផ្សាយអំពីប្រតិបត្តិការផ្ទេរកិច្ចការឈានមុខ	ប្រតិបត្តិការផ្ទេរកិច្ចការឈានមុខ ត្រូវបានរៀបចំចងក្រង និងផ្សព្វផ្សាយ						X	X	MoTH

										NCMs
4.1.2.3	បណ្តុះបណ្តាលអ្នកគ្រប់គ្រង និងប្រឆាំងទិន្នន័យថ្នាក់ខេត្ត (TOT) និងវគ្គបំប៉ន	ចំនួនអង្គបុគ្គលិកបណ្តាល		X	X	X	X		X	OVOP-Province
4.1.2.4	រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រង និងប្រមូលព័ត៌មានទិន្នន័យ ដោយអនុលោមតាមការណែនាំ ៣១.៥១	គោលការណ៍ណែនាំនៃយន្តការប្រមូល និងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងព័ត៌មាន/ទិន្នន័យត្រូវបានរៀបចំ		X	X	X	X		X	OVOP-NCMs and Province
4.1.2.5	ប្រមូលចងក្រងសមាគម សហគមន៍ផលិត លើមុខផលិតផលសំខាន់ៗ រួមមាន វិស័យឧស្សាហកម្ម សិប្បកម្ម កសិកម្ម និងសេវាកម្ម	ឯកសារចងក្រងសមាគម សហគមន៍ផលិតត្រូវបានប្រមូល និងចងក្រង		X	X	X	X		X	OVOP-NCMs
4.2	ការចងក្រងសមាជិកចលនា៣១.៥១ ទូទាំងប្រទេស									
4.2.1	រៀបចំឧបករណ៍ដើម្បីប្រមូលចងក្រងសមាជិកចលនា៣១.៥១									
4.2.1.1	រៀបចំសិក្ខាសាលាស្តីពីការប្រមូលចងក្រងសមាជិកចលនា ៣១.៥១ ថ្នាក់ជាតិ	សិក្ខាសាលាថ្នាក់ជាតិ ត្រូវបានរៀបចំ		X						OVOP-NCMs
4.2.1.2	រៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលស្តីពីការប្រមូលចងក្រងសមាជិកចលនា៣១.៥១ ថ្នាក់ខេត្ត	វគ្គបណ្តុះបណ្តាលថ្នាក់ខេត្ត ត្រូវបានរៀបចំ		X						OVOP-NCMs
4.2.2	រៀបចំប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ ស្តីពីសមាជិកចលនា៣១.៥១									
4.2.2.1	ទិញឧបករណ៍សម្ភារៈ និងកុំព្យូទ័រ ដើម្បីតម្រើងប្រព័ន្ធសម្រាប់ផ្ទុកទិន្នន័យនៅការិយាល័យថ្នាក់ជាតិ	ប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រត្រូវបានរៀបចំដើម្បីផ្ទុកទិន្នន័យ		X						OVOP-SG
4.2.2.2	ទិញឧបករណ៍សម្ភារៈ និងកុំព្យូទ័រ ដើម្បីតម្រើងប្រព័ន្ធសម្រាប់ផ្ទុកទិន្នន័យនៅការិយាល័យថ្នាក់ខេត្ត	ប្រព័ន្ធកុំព្យូទ័រត្រូវបានរៀបចំដើម្បីផ្ទុកទិន្នន័យ		X						OVOP-SG ; Province
4.2.2.3	បញ្ចូលទិន្នន័យ វិភាគទិន្នន័យ និងរបាយការណ៍ រៀបចំដោយយោងតាមការណែនាំ និងអង្គបុគ្គលិកគ្រប់គ្រង។ ៣១.៥១	ទិន្នន័យត្រូវបានគ្រប់គ្រង និងប្រើប្រាស់		X	X	X	X		X	OVOP-SG
4.3	ចំណាត់ថ្នាក់ផលិតផលតាមរយៈការប្រព្រឹត្តប្រវែងស្តីផលិត (OVOP Product Champion)									

4.3.1	បង្កើតគណៈកម្មការអន្តរក្រសួងក្នុង គ.ជ.ក១, ជ.១, ត្រួតពិនិត្យនិងវាយតម្លៃលើស្តង់ដារផលិតផលក១, ជ.១	គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យ វាយតម្លៃត្រូវបានបង្កើត និងអនុម័ត				X		RGC	OVOP-NCMs	
4.3.2	បង្កើតអនុគណៈកម្មការតាមក្រុមផលិតផល (ជម្រុញ) ដើម្បីពិនិត្យនិងវាយតម្លៃលើស្តង់ដារផលិតផលក១, ជ.១	អនុគណៈកម្មការចំនួន ០៨ ត្រូវបានបង្កើតឡើង (ផ្អែកតាមប្រភេទផលិតផល ជម្រុញ)				X		RGC	OVOP-NCMs	
4.3.3	ផ្សព្វផ្សាយអំពីក្រិត្យានរៀបចំតាមប្រភេទផលិតផល	ផ្សព្វផ្សាយ ៦ ប្រព័ន្ធ (Social Media, Radio, TVs, Banners..)				X	X	X	RGC-DPs	OVOP-NCMs
4.3.4	រៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ប្រកួតប្រជែងស្ថាប័នផលិត	ក្រុមផលិតផលផលចំនួន ០៨ ត្រូវបានរៀបចំប្រកួតប្រជែង				X	X	X	RGC	OVOP-SG
4.3.5	វាយតម្លៃផលិតផលចាត់ចែងផលិតផលតាមស្តង់ដារ ក១, ជ.១	ក្រុមផលិតផលផលចំនួន ០៨ ត្រូវបានវាយតម្លៃ				X	X	X	RGC	OVOP-NCMs
4.3.6	រៀបចំ និងបោះពុម្ពវិញ្ញាបនបត្រចំណាត់ថ្នាក់ផលិតផលតាមស្តង់ដារក១, ជ.១	ចំនួនវិញ្ញាបនបត្រ				X	X	X	RGC	OVOP-SG

V ការអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយជីវភាពតាមរយៈការលើកកម្ពស់ការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធ

5.1	លើកកម្ពស់ការចូលរួមពីគ្រប់ផ្នែកពាក់ព័ន្ធក្នុងការងារវិញ្ញាបនបត្រ ក១, ជ.១									
5.1.1	លើកកម្ពស់ការចូលរួមរបស់យុវជន និងស្ត្រីក្នុងការងារវិញ្ញាបនបត្រ ក១, ជ.១ និងផលិតផល									
5.1.1.1	ផ្សព្វផ្សាយសម្រាប់សហគមន៍ក១, ជ.១ ដល់យុវជន និងស្ត្រី រួមនឹងមន្ត្រីក្រសួងមន្ទីរកិច្ចការនារី និងអង្គការសហបណ្តុះបណ្តាលវិជ្ជាជីវៈស្ត្រី គោលការណ៍រាជធានី ខេត្ត បណ្តាញស្តង់ដារ បន្ទីរធានា សកលវិទ្យាល័យរដ្ឋ និងឯកជន ទៅគ្រប់ថ្នាក់ អង្គការ សហគមន៍ធានា	ចំនួនដងនៃការផ្សព្វផ្សាយ និងចំនួនអ្នកចូលរួម				X	X	X	RGC	MOWA
5.1.1.2	រៀបចំប្រកួតប្រជែងប្រកួតប្រជែងក្នុងក្រុងសហគមន៍យុវជន និងស្ត្រី និងបង្កើតសហគមន៍យុវជន និងស្ត្រី ដើម្បីវិញ្ញាបនបត្រ ក១, ជ.១	ទម្រង់ប្រកួតប្រជែងក្នុងក្រុងសហគមន៍យុវជន និងចំនួនសហគមន៍យុវជន និងស្ត្រី ត្រូវបានបង្កើត				X	X	X	RGC	MOWA
5.1.1.3	ប្រើសេរីស និងវាយតម្លៃស្ត្រី កសិករ សិប្បករ និងសេវាករ ដែលមានស្ថាប័នក្នុងការផលិតវត្ថុ ដើម្បីផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តក្នុងការប្រឡងប្រណាំង	ចំនួនស្ត្រី កសិករ សិប្បករ និងសេវាករ ដែលមានស្ថាប័នត្រូវបានវាយតម្លៃ និងស្រីសេរីស				X	X	X	RGC	MOWA

5.4.3	បង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះបណ្តាលលើកកម្ពស់ចលនាភូមិទេសចរណ៍	សាងសង់នៅខេត្តត្បូងឃ្មុំ	x	x				RGC-DPs	OVOP-SG/DPs
5.4.4	បំពាក់សម្ភារៈ បរិក្ខារសម្រាប់ដំណើរការមជ្ឈមណ្ឌល	សម្ភារៈបរិក្ខារត្រូវបានបំពាក់	x	x				RGC-DPs	OVOP-SG/DPs
5.5	រៀបចំបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលតាមសហគមន៍លើកកម្ពស់ចលនាភូមិទេសចរណ៍								
5.5.1	រៀបចំឯកសារលើទិសបទដ្ឋានពាក់ព័ន្ធក្នុងការបង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលសហគមន៍	ទិន្នន័យឯកសារលើទិសបទដ្ឋានត្រូវបានរៀបចំ	x	x				RGC-DPs	OVOP-SG/DPs
5.5.2	រៀបចំសិក្សាលទ្ធភាព និងក្រោងប្លង់លើកកម្ពស់មជ្ឈមណ្ឌលសហគមន៍	ឯកសារសិក្សាត្រូវបានរៀបចំ		x	x			RGC-DPs	OVOP-SG/DPs
5.5.3	បង្កើតមជ្ឈមណ្ឌលតាមសហគមន៍លើកកម្ពស់ចលនាភូមិទេសចរណ៍ (ដាក់ដំបូង)	២០ មជ្ឈមណ្ឌលសហគមន៍		x	x			RGC-DPs	OVOP-SG /MoC/MoWA/ DPs
5.5.4	បំពាក់សម្ភារៈ បរិក្ខារសម្រាប់ដំណើរការមជ្ឈមណ្ឌលសហគមន៍	សម្ភារៈបរិក្ខារត្រូវបានបំពាក់		x	x			RGC-DPs	OVOP-SG/DPs
5.5.5	បង្កើតនិងពង្រឹងមជ្ឈមណ្ឌលវិទ្យាសាស្ត្រ ស្ថានីយ៍ស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍបច្ចេកទេស កៅស៊ូចលនា ភូមិទេសចរណ៍	ទិន្នន័យ ៥ កន្លែង ត្រូវបានបង្កើតនិងពង្រឹង	x	x	x			RGC-DPs	MAFF

អក្ខរកម្មស្លោក

- DP : ដៃគូអភិវឌ្ឍ
- GAP : Good Agriculture Practices for crops
- GAHP : Good Animal Husbandry Practices for livestock and poultry
- MoIH : ក្រសួងឧស្សាហកម្ម និងសិប្បកម្ម
- MoWA : ក្រសួងកិច្ចការនារី
- MAFF : ក្រសួងកសិកម្ម រុក្ខាប្រមាញ់ និងនេសាទ
- MoEYS : ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

- MoFA : ក្រសួងការបរទេស និងទំនាក់ទំនងអន្តរជាតិ
- MoC : ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
- MoSAVY : ក្រសួងសង្គមកិច្ច អតីតបុព្វជន និងយុវនីតិសម្បទា
- NGO : អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល
- NCMs : សមាជិកគណៈកម្មាធិការជាតិដំបូរប្រចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ
- OVOP - SG : អគ្គលេខាធិការដ្ឋានភូមិ១ផលិតផល១
- PC : គណៈកម្មាធិការដំបូរប្រចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ រាជធានី ខេត្ត
- PS : លេខាធិការដ្ឋាននៃគណៈកម្មាធិការដំបូរប្រចលនាភូមិមួយផលិតផលមួយ រាជធានី ខេត្ត
- RGC : រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា
- WDC : មជ្ឈមណ្ឌលអភិវឌ្ឍន៍ស្តី

