មាតិកា

ទំព័រ

២ តើការតស៊ូមតិជាអ្វី ?

៣ ការតស៊ូមតិ និង សង្គម

៤ គោលការណ៍នៃការតស៊ូមតិ

៥ តួនាទីរបស់អ្នកតស៊ូមតិ

៦ ចក្កវដ្ដនៃការតស៊ូមតិ

១៨ សេចក្ដីសន្និដ្ឋាន

១៩ សទ្ទានុក្រម

១៩ ឯកសារយោង

អ្នកនិពន្ធ

ក. វិកធ័រវៀ អេយើ និង លោក ខូលីន ប៊ុន

Victoria Ayer & Colin Bunn

អ្នកកែសម្រួល

លោក ឃឹត ម៉ាកឡៅដ៏, លោក នី កែវប៉ុញ្ញា, អ្នកស្រី ជា ចាន់ឌី, លោក រស់ សុដ្ឋា, លោក ប៉ុល ហំម, កញ្ញា ជេស៊ី ហ្រ៊ីម៉ែន, លោក យាប់ មេត្តា, ផេក កម្ពុជា

លោក យ៉ូណាស់ ណូឌឺយ័រ, ជំនួយរបស់វិហារដាណឺម៉ាក

អ្នកស្រី អ៊ិត ពៅ, ហ្វ័រ៉ុម ស៊ីដ

Kurt MacLeod, Ny KeoPonha, Chea Chandy, Ros Sotha, Pol Ham, Yoib Meta, **Pact Cambodia**

Jonas Noddekaer, **Dan Church Aid**

Ith Pov, **Forum Syd**

អ្នកតាក់តែងរូបភាព

រៀបរៀងអត្ថបទដោយ

លោក ខូលីន ប៊ុន (Colin Bunn)

តើការតស៊ូមតិជាអ្វី ?

នៅក្នុងសៀវភៅនេះ យើងនឹងពិភាក្សាអំពីគោលការណ៍ និង បច្ចេកទេសគ្រប់គ្រងយុទ្ធនាការតស៊ូមតិប្រកបដោយជោគជ័យ ។ ជំហានជាបឋមរបស់យើង គឺត្រូវកំណត់និយមន័យនៃពាក្យ "**ការតស៊ូមតិ** " :

ការតស៊ូមតិ គឺជាកម្រងសកម្មភាពជាយុទ្ធសាស្ត្រដែលរៀបចំឡើងដើម្បីដាក់ឥទ្ធិពលទៅលើអ្នកកាន់កាប់អំណាចរដ្ឋាភិបាល នយោបាយ សេដ្ឋកិច្ច ឬ ឯកជន ដើម្បីឱ្យពួកគេអនុវត្តគោលនយោបាយសាធារណ : និង ការប្រតិបត្តិនានាដែលផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់អ្នកមានអំណាចនយោបាយតិច និង ធនធានសេដ្ឋកិច្ចតិច (ក្រុមដែលទទួលផលប៉ះពាល់) ។

ការតស៊ូមតិនៅ
កម្ពុជា

នៅឆ្នាំ២០០២ មានអគ្គីភ័យដ៏ធំមួយ បានកើតមានឡើងនៅប្លុកតាន់ប៉ា ដែលធ្វើឱ្យប្រជាពលរដ្ឋចំនួន៣០០គ្រួសារបាត់បង់ទីជំរក ។ ជាដំណោះស្រាយ អាជ្ញាធរដែនដីបានស្នើឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរទីលំនៅដោយបង្ខំ ប៉ុន្តែ UNDP និង អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលក្នុងស្រុកបានជួយអន្តរាគមន៍ ។ ក្នុងយុទ្ធនាការតស៊ូមតិ គឺគេបានប្រើប្រាស់ចំណាប់អារម្មណ៍របស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និង សំពាធរបស់ម្ចាស់អំណោយ ដើម្បីបញ្ចុះបញ្ចូលអាជ្ញាធរឱ្យរង់ចាំរហូតដល់ជំរកជាបណ្តោះអាសន្នត្រូវបានសាងសង់រួច និង រកបានកន្លែងសមរម្យសម្រាប់សហគមន៍ទាំងនោះ ។

យុទ្ធនាការតស៊ូមតិ គឺជាកម្រងសកម្មភាពយូរអង្វែង រួមមាន ការស្រាវជ្រាវ ការធ្វើផែនការ ការធ្វើសកម្មភាពត្រួតពិនិត្យ និង ការវាយតម្លៃកិច្ចប្រឹងប្រែងតស៊ូមតិរបស់យើង ។ ការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ការប្រឆាំងទល់នឹងការកៀបសង្កត់ ការស្វែងរកយុត្តិធម៌ និង ការគាំទ្រការអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព សុទ្ធតែជាប្រធានបទជាទូទៅធម្មតានៃយុទ្ធនាការតស៊ូមតិ ។

ទោះបីជាយើងព្យាយាមធ្វើឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយសាធារណៈប្រភេទណាក៏ដោយ ការគ្រប់យុទ្ធនាការតស៊ូមតិដែលទទួលបានជោគជ័យ មានលក្ខណៈពិសេសដូចៗគ្នា គឺ :

យុទ្ធសាស្ត្រ

យើងត្រូវតែធ្វើការស្រាវជ្រាវ និង រៀបចំផែនការសម្រាប់យុទ្ធនាការរបស់យើងដោយប្រុងប្រយ័ត្ន ។

កម្រងសកម្មភាព

ការតស៊ូមតិ មិនមែនធ្វើឡើងតែតាមរយៈការហៅទូរស័ព្ទមួយលើក ការធ្វើញត្តិមួយច្បាប់ ឬ ការហែក្បួនមួយលើកនោះទេ ប៉ុន្តែត្រូវមានជាកម្រងសកម្មភាព ដែលមានការសម្របសម្រួលត្រឹមត្រូវ ។

រៀបចំដើម្បីបញ្ចុះបញ្ចូល

យើងត្រូវប្រើប្រាស់គំនិត ឬ ផ្តល់ទឡ្ហីករណ៍ដែលនាំឱ្យគេជឿថា ការផ្លាស់ប្តូរដែលយើងចង់បាននោះ មានសារៈសំខាន់ ហើយពួកគេផ្តល់ការគាំទ្រដល់យើង ។

មានអង្គគោលដៅ

យើងត្រូវធ្វើការខិតខំប្រឹងប្រែងបញ្ចុះបញ្ចូលឱ្យចំមនុស្សដែលមានអំណាច ដើម្បីធ្វើឱ្យយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើងទទួលបានជោគជ័យ ។

កសាងសម្ព័ន្ធភាព

យើងត្រូវធ្វើការជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធជាច្រើនទៀត ដើម្បីបង្កើនឥទ្ធិពលនៃយុទ្ធនាការរបស់យើង ។

លទ្ធផលជាការផ្លាស់ប្តូរ

យុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង ត្រូវនាំឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរជាវិជ្ជមានដល់ជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ ដែលទទួលផលប៉ះពាល់ពីបញ្ហា ។

ដើម្បីឱ្យការតស៊ូមតិរបស់យើងមានប្រសិទ្ធភាព យើងត្រូវបញ្ចុះបញ្ចូលអង្គគោលដៅរបស់យើងថា :

អ្វីដែលយើងចង់បាន គឺជាអ្វីដែលពួកគេចង់បានដែរ ។

នៅក្នុងសៀវភៅនេះ យើងនឹងពិនិត្យមើលយុទ្ធសាស្ត្រផ្សេងៗ សម្រាប់ធ្វើការស្រាវជ្រាវ និង ការធ្វើផែនការ ការជ្រើសរើសកម្រងសកម្មភាពដែលមានប្រសិទ្ធភាព ការកំណត់អង្គគោលដៅរបស់យើង និង ការវាយតម្លៃលទ្ធផលនៃយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង ។

ការតស៊ូមតិ និង សង្គម

ការស្វែងយល់អំពីការតស៊ូមតិ តម្រូវឱ្យយើងយល់ដឹងអំពីលទ្ធិប្រជាធិបតេយ្យ ។ តាមពិតគ្រប់សង្គមទាំងអស់មានបីផ្នែកសំខាន់គឺ : រដ្ឋ ឯកជន និង សង្គមស៊ីវិល ។ នៅក្នុងលទ្ធិប្រជាធិបតេយ្យដែលមានដំណើរការល្អ ផ្នែកទាំងបីនេះមានការចែករំលែកអំណាច និង ធ្វើការរួមគ្នា ។

យើងនឹងផ្តោតទៅលើការតស៊ូមតិ ដែលធ្វើឡើងដោយសង្គមស៊ីវិល ដើម្បីផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយ និង របៀបរបបធ្វើការរបស់រដ្ឋាភិបាល និង លើកតម្កើងផលប្រយោជន៍សាធារណៈ ។ មានអ្នកខ្លះហៅការតស៊ូមតិបែបនេះថា "ការតស៊ូមតិផ្តោតទៅលើប្រជាពលរដ្ឋ" ឬ "ការតស៊ូមតិដើម្បីយុត្តិធម៌សង្គម" ។

ផ្នែកទាំងបីនៅក្នុងសង្គម

សង្គមស៊ីវិល

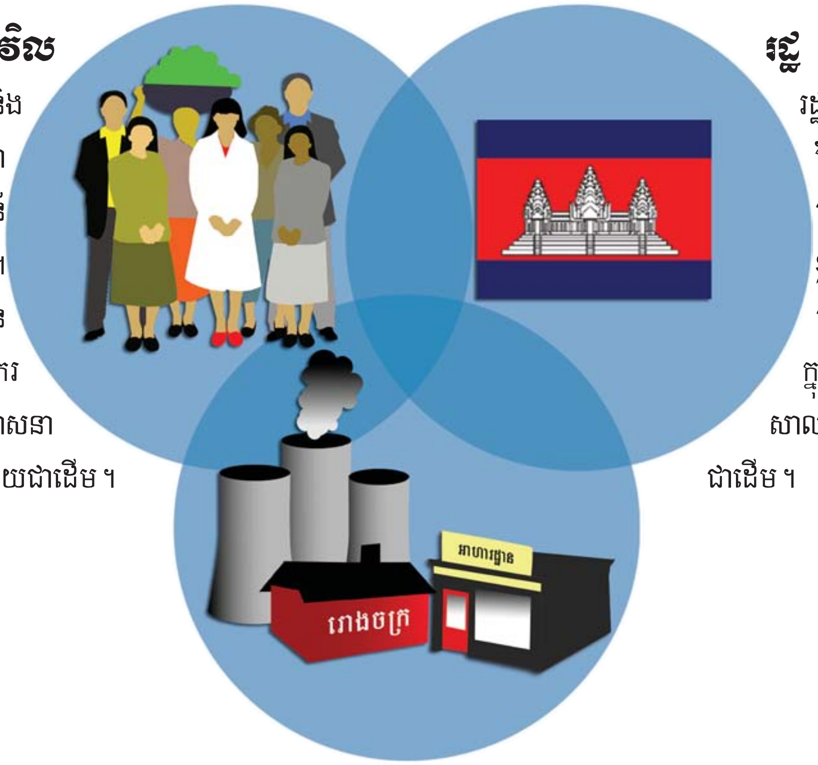
សង្គមស៊ីវិល រួមមានពលរដ្ឋ និង អង្គការនានា ដែលធ្វើការរួមគ្នា ដើម្បីលើកតម្កើងផលប្រយោជន៍សាធារណៈ ។

ឧទាហរណ៍ : អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល សហជីពកម្មករ អង្គការសហគមន៍មូលដ្ឋាន ក្រុមសាសនា ឬ គណបក្សនយោបាយជាដើម ។

រដ្ឋ

រដ្ឋ រួមមាន អង្គភាពសាធារណៈ ដែលធ្វើការ ដើម្បីលើកតម្កើងផលប្រយោជន៍សាធារណៈ ។

ឧទាហរណ៍ : មន្ត្រីរដ្ឋាភិបាល អ្នកធ្វើការក្នុងការិយាល័យ កងយោធា សាលារៀន នគរបាល និង តុលាការជាដើម ។



ផ្នែកឯកជន

ផ្នែកឯកជន រួមមាន បុគ្គល និង អង្គការឯកជន ដែលធ្វើការ ដើម្បីលើកតម្កើងផលប្រយោជន៍ឯកជន ។

ឧទាហរណ៍ :

សាជីវកម្ម អាជីវកម្មខ្នាតតូច ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ រោងចក្រជាដើម ។

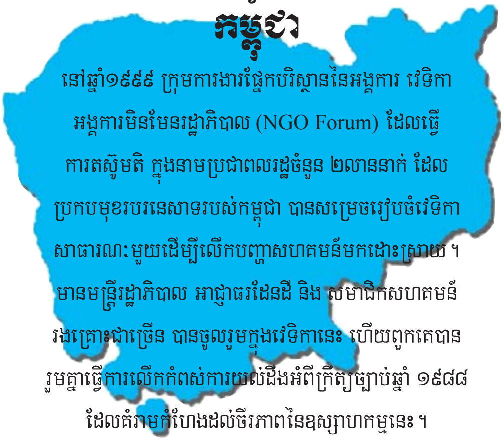
គោលការណ៍នៃការតស៊ូមតិ

យុទ្ធនាការតស៊ូមតិ "ដែលផ្តោតទៅលើយុត្តិធម៌សង្គម" មិនមែនគ្រាន់តែនាំមកនូវភាពល្អប្រសើរយ៉ាងពិតប្រាកដដល់ជីវិតរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋប៉ុណ្ណោះទេ ក៏ប៉ុន្តែថែមទាំងពង្រឹងតួនាទីរបស់សង្គមស៊ីវិលក្នុងការសម្រេច ព្រមទាំងបង្កើនការយល់ដឹងរបស់ប្រជាពលរដ្ឋអំពីសិទ្ធិពលរដ្ឋ (និងការទទួលខុសត្រូវ)របស់ពួកគេថែមទៀតផង។ ការតស៊ូមតិដែលមានប្រសិទ្ធភាព ក៏អាចពង្រឹងនូវទំនាក់ទំនងរវាងស្ថាប័នផ្សេងៗគ្នាទាំងបីនៅក្នុងសង្គម ព្រមទាំងពង្រឹងការទទួលខុសត្រូវជាក់លាក់របស់ស្ថាប័នសាធារណៈផងដែរ។ មានការប្រឈមមុខជាច្រើនដែលរារាំងដល់យុទ្ធនាការតស៊ូមតិប្រកបដោយជោគជ័យ។ ប្រសិនបើរៀបចំផែនការមិនបានល្អទេនោះ ការតស៊ូមតិអាចធ្វើឱ្យប្រជាពលរដ្ឋដែលបាត់បង់អំណាចរួចជាស្រេចទៅហើយនោះ រឹតតែអស់អំណាចថែមទៀត ដោយមកពីការបញ្ចេញមតិជំនួសពួកគេដោយគ្មានការពិគ្រោះយោបល់ ឬ គ្មានឯកភាព។ ដោយមកពីការអស់សង្ឃឹមជាមួយនឹងរដ្ឋាភិបាល ឬ ស្ថាប័នមានអំណាចដទៃទៀតនោះ ការនេះអាចនឹងនាំឱ្យមានការអូសទាញ ដើម្បីសម្របសម្រួលច្រើនពេកដែរ។ ការបង្វែរធនធានដែលចាំបាច់ពីសកម្មភាពផ្សេងៗទៀតរបស់យើងទៅធ្វើយុទ្ធនាការតស៊ូមតិ នឹងទាមទារឱ្យមានការធ្វើផែនការយ៉ាងល្អិតល្អន់។ ក្នុងករណីធ្ងន់ធ្ងរខ្លះ អ្នកតស៊ូមតិអាចប្រឈមមុខនឹងការគំរាមកំហែងដល់សុវត្ថិភាពផ្ទាល់ខ្លួន ទ្រព្យសម្បត្តិ ឬ សន្តិសុខការងារទៀតផង។ ការលំបាកទាំងនេះ និង ការលំបាកដទៃទៀតចំពោះអ្នកតស៊ូមតិ អាចជំនះបានដោយប្រើ **ការប្រតិបត្តិល្អ៥យ៉ាងរបស់អ្នកតស៊ូមតិ**។

ការប្រតិបត្តិល្អ៥យ៉ាងរបស់អ្នកតស៊ូមតិ

លើកទឹកចិត្តឱ្យមាន **ការចូលរួម**

ជាការសំខាន់ យើងត្រូវលើកទឹកចិត្តឱ្យមានមនុស្សចូលរួមឱ្យបានច្រើនបំផុតតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន។ អ្នកចូលរួមម្នាក់ៗនឹងនាំមកនូវជំនាញផ្សេងៗ ធនធាន និង គំនិតយោបល់ជាច្រើន។ នៅពេលយើងលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការចូលរួម យើងផ្តល់ដល់ក្រុមដែលទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់នូវស្មារតីជាម្ចាស់លើដំណើរការនៃការតស៊ូមតិ ហើយនៅទីបំផុត បង្កើនលទ្ធភាពទទួលជោគជ័យបានកាន់តែច្រើន។



ការតស៊ូមតិនៅ
កម្ពុជា

នៅឆ្នាំ១៩៩៩ ក្រុមការងារផ្នែកបរិស្ថាននៃអង្គការ វេទិកាអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល (NGO Forum) ដែលធ្វើការតស៊ូមតិ ក្នុងនាមប្រជាពលរដ្ឋចំនួន ២លាននាក់ ដែលប្រកបមុខរបរនេសាទរបស់កម្ពុជា បានសម្រេចរៀបចំវេទិកាសាធារណៈមួយដើម្បីលើកបញ្ហាសហគមន៍មកដោះស្រាយ។ មានមន្ត្រីរដ្ឋាភិបាល អាជ្ញាធរដែនដី និង សមាជិកសហគមន៍រងគ្រោះជាច្រើន បានចូលរួមក្នុងវេទិកានេះ ហើយពួកគេបានរួមគ្នាធ្វើការលើកកំពស់ការយល់ដឹងអំពីក្រឹត្យច្បាប់ឆ្នាំ ១៩៨៨ ដែលគំរាមកំហែងដល់ចីរភាពនៃឧស្សាហកម្មនេះ។

ធានាឱ្យមាន **ធម្មានុរូប**

ដើម្បីឱ្យមានធម្មានុរូប យុទ្ធនាការតស៊ូមតិទាំងអស់ត្រូវទទួលបានការទុកចិត្តពីសំណាក់ប្រជា-ពលរដ្ឋ និង សហគមន៍ដែលពួកគេធ្វើជាតំណាងឱ្យ។ កិច្ចការនេះអាចសម្រេចបាន តាមរយៈការគោរពមតិយោបល់ និង បទពិសោធន៍ផ្សេងៗគ្នានៃបុគ្គលម្នាក់ៗនៅក្នុងក្រុមដែលទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់។

ត្រូវមាន **ការទទួលខុសត្រូវសាធារណៈ**

ការទទួលខុសត្រូវសាធារណៈ កើតមានឡើងបានលុះត្រាតែយើងមានការពិភាក្សាជាចំហ និង ដោយស្មោះត្រង់អំពីភាពជឿនលឿននៃយុទ្ធនាការ (និង បញ្ហា)ជាមួយក្រុមអ្នករងគ្រោះ។ ដំណើរការនេះក៏នឹងកាត់បន្ថយការប៉ុនប៉ងនានាដែលយើងអាចជួបប្រទះក្នុងការរំលោភអំណាច និង ជៀសវាងអំពើពុករលួយនៅក្នុងយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើងផងដែរ។

ធ្វើសកម្មភាពដោយ **សន្តិវិធី**

ចូរកុំប្រើអំពើហិង្សាដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលបំណងតស៊ូមតិរបស់អ្នក។ អំពើហិង្សាមិនមែនជាដំណោះស្រាយស្ថិតស្ថេរយូរអង្វែងទេ។ តស៊ូមតិប្រកបដោយសន្តិវិធី នឹងទទួលបាននូវការទុកចិត្ត និង ការគោរពពីសំណាក់អ្នកគាំទ្រ និង ការគោរពពីសំណាក់អ្នកប្រឆាំង។

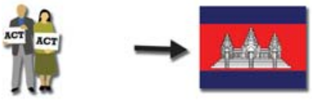
ធ្វើជាតំណាងឱ្យក្រុមដែលទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់

ចូរស្តាប់ក្រុមដែលទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់ រៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រជាមួយពួកគេ ជូនដំណឹងដល់ពួកគេអំពីការប្រថុយប្រថាន ឬ ការពុះពារជំនះ ហើយចាត់វិធានការជាមួយគ្នា។ នៅពេលណាអាចធ្វើទៅបាន ចូរកសាងសមត្ថភាពរបស់ពួកគេ ដើម្បីឱ្យពួកគេចេះតស៊ូមតិដោយខ្លួនឯង។

តួនាទីរបស់អ្នកតស៊ូមតិ

នៅពេលតស៊ូមតិឱ្យក្រុមដែលទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់ មានតួនាទីផ្សេងៗជាច្រើនដែលយើងអាចបំពេញ ដើម្បីសម្រេចគោលបំណងរបស់យើង។ ជាការសំខាន់ យើងត្រូវស្វែងយល់អំពីតម្រូវការ និង បំណងប្រាថ្នារបស់ក្រុមដែលទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់ ដើម្បីឱ្យយើងអាចជ្រើសរើសតួនាទីដ៏ប្រសើរបំផុតមួយស្របតាមស្ថានភាព។ តួនាទីរបស់អ្នកតស៊ូមតិ មានដូចខាងក្រោមនេះ គឺ :

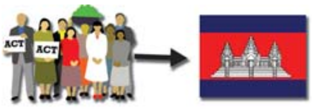
ចរចា គឺតថ្លៃដើម្បីឱ្យបានអ្វីមួយ



ការតស៊ូមតិនៅកម្ពុជា

ជាការឆ្លើយតបចំពោះការអស់សង្ឃឹម និង ទំនាក់ទំនងទន់ខ្សោយជាមួយនាយកដ្ឋានជលផល អ្នកតស៊ូមតិ បានបង្កើតជាបណ្តាញការងារមួយ ហៅថាសម្ព័ន្ធភាពដើម្បីអភិរក្សធនធានជលផល (Fisheries Action Coalition Team, FACT)។ បណ្តាញការងារនេះនាំឱ្យមានកិច្ចសម្របសម្រួលប្រសើរជាងមុនរវាងក្រុមពាក់ព័ន្ធ ដោយផ្តល់ឱកាសឱ្យពួកគេចូលរួមក្នុងយុទ្ធនាការតស៊ូមតិកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។

រួមដំណើរ គឺបញ្ចេញមតិជាមួយប្រជាពលរដ្ឋ

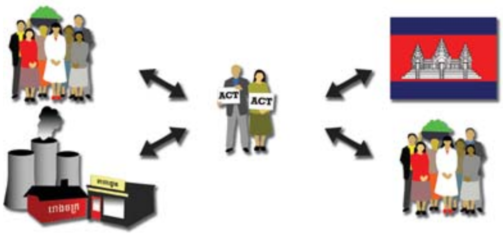


ផ្តល់សិទ្ធិអំណាច គឺផ្តល់លទ្ធភាពឱ្យប្រជាពលរដ្ឋបញ្ចេញមតិដោយខ្លួនឯង

ធ្វើជាតំណាង គឺបញ្ចេញមតិក្នុងនាមប្រជាពលរដ្ឋ

ធ្វើជាអ្នកកណ្តាល គឺសម្របសម្រួលការប្រាស្រ័យទាក់ទងរវាងក្រុមមនុស្សផ្សេងៗ

ធ្វើជាគំរូ គឺបង្ហាញអាកប្បកិរិយាដល់ប្រជាពលរដ្ឋ ឬ អ្នកធ្វើគោលនយោបាយផ្សេងៗ



បណ្តាញការងារ គឺកសាងក្រុមចម្រុះ

រូបសម្គាល់

- ផ្នែកឯកជន
- ស្ថាប័នកាន់អំណាច
- ក្រុមដែលទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់
- អ្នកតស៊ូមតិ

ចក្កវដ្តនៃការតស៊ូមតិ

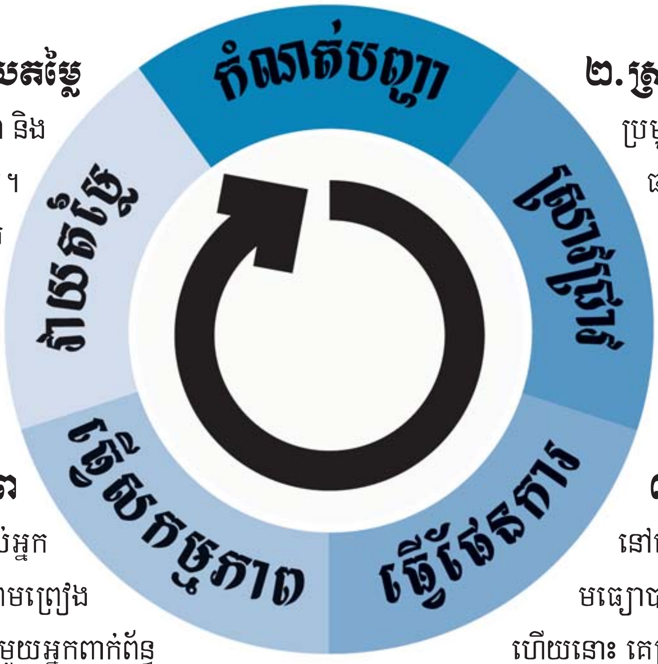
ចក្កវដ្តនៃយុទ្ធនាការតស៊ូមតិមានសកម្មភាពជារួមគឺ **ការកំណត់បញ្ហា** **ការស្រាវជ្រាវ**រឿងរ៉ាវជុំវិញបញ្ហានោះ **ធ្វើផែនការ** អំពីកម្រងសកម្មភាព **ធ្វើសកម្មភាព**តាមផែនការរបស់យើង និង **វាយតម្លៃ**លទ្ធផលនៃកិច្ចប្រឹងប្រែងរបស់យើង។ យុទ្ធនាការតស៊ូមតិនៅជុំវិញពិភពលោក ប្រើគំរូបែបនេះ ឬ គំរូស្រដៀងគ្នានេះ ដើម្បីរៀបចំយុទ្ធនាការតស៊ូមតិឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។

នៅក្នុងផ្នែកនេះ យើងនឹងពិនិត្យមើលជំហានទាំងនេះដោយលំអិត។ ជំហានទាំងនេះ នឹងផ្តល់ដល់យើងនូវមូលដ្ឋានគ្រឹះសម្រាប់យុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង។

ជំហានទាំងប្រាំនៃការតស៊ូមតិ

១.កំណត់បញ្ហា

កំណត់បញ្ហាដែលត្រូវលើកមកដោះស្រាយ



២.ស្រាវជ្រាវ

ប្រមូលពត៌មានដែលចាំបាច់ និង ធានាឱ្យមានការយល់ដឹងអំពីមូលហេតុ និង ផលវិបាកនៃបញ្ហា។

៣.ធ្វើផែនការ

នៅពេលកំណត់បានថា ការតស៊ូមតិ ជាមធ្យោបាយសមរម្យ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា ហើយនោះ គេត្រូវរៀបចំជាយុទ្ធសាស្ត្រមួយឡើង។ ផែនការសកម្មភាពសម្រាប់យុទ្ធនាការតស៊ូមតិ រួមមាន : គោលបំណងរួម គោលបំណងជាក់លាក់ សន្ទស្សន៍ វិធីសាស្ត្រ សកម្មភាព និង កាលកំណត់។

៤.ធ្វើសកម្មភាព

ដើរតាមការប្រតិបត្តិល្អទាំង៥របស់អ្នកតស៊ូមតិ ធ្វើសកម្មភាពដោយមានការព្រមព្រៀង និង សម្របសម្រួលជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ក្នុងយុទ្ធនាការ។

៥.វាយតម្លៃ

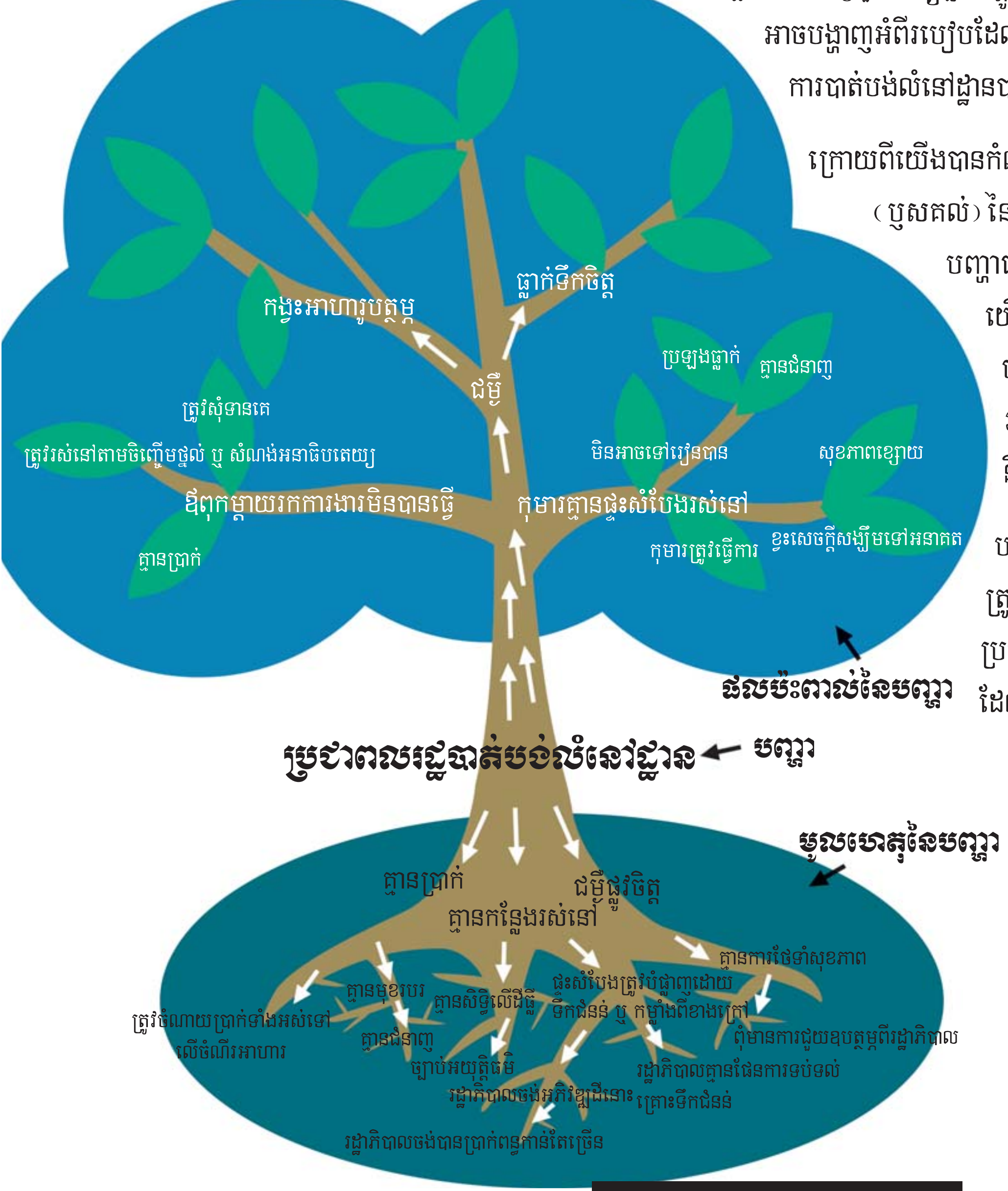
ត្រួតពិនិត្យសកម្មភាព និង វាយតម្លៃលទ្ធផលនៅក្នុងចក្កវដ្តទាំងមូល។ សម្រេចថាតើសកម្មភាពបន្តណាមួយដែលសមរម្យ ឬ អំពីរបៀបផ្សេងៗ ដែលគេអាចយកមកធ្វើការតស៊ូមតិ ដើម្បីឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពនៅពេលអនាគត។

ការកំណត់បញ្ហា

បញ្ហាបង្កឡើងដោយគោលនយោបាយរបស់រដ្ឋាភិបាល ឬ ទង្វើសង្គមទាំងឡាយ ជាធម្មតាមិនអាចដោះស្រាយដោយបុគ្គលម្នាក់បានឡើយ។ សហគមន៍ដែលទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់ ត្រូវការអ្នកតស៊ូមតិឱ្យជួយពួកគេ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហារបស់ពួកគេ និង ជួយផ្តល់ដល់ពួកគេនូវដំណោះស្រាយផ្សេងៗ។ ជំហានដំបូងក្នុងការរៀបចំយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង គឺការកំណត់បញ្ហាទាំងនេះ និង បង្កើនការយល់ដឹងខ្លួនឯងអំពីមូលហេតុ និង ផលវិបាកនានារបស់បញ្ហា។

ជារឿយៗ បញ្ហាប្រៀបដូចជារចនាសម្ព័ន្ធដើមឈើមួយដើមដែរ។ ប្រសិនបើយើងស្រមៃថា បញ្ហាដ៏សំខាន់បំផុតគឺជាគល់របស់ដើមឈើ នៅពេលនោះយើងនឹងអាចមើលអំពីផលវិបាកដែលពាក់ព័ន្ធនានាដែលដុះចេញជាមែកធាងយ៉ាងច្រើននោះ។ ពិតប្រាកដណាស់ ដើមឈើបញ្ហារបស់យើង មានមូលហេតុចាក់ឫសយ៉ាងជ្រៅ ដែលជាអ្នកផ្តល់ជីវជាតិដល់ដើម និង មែកធាងទាំងឡាយ។

យើងអាចបង្កើតជាដើមឈើបញ្ហាមួយឡើងបាន ដោយសួរខ្លួនយើងថា "ហេតុអ្វី ?" នៅពេលពិនិត្យគ្រប់ទិដ្ឋភាពនៃបញ្ហាមួយ។ ឧទាហរណ៍ : នៅពេលថ្មីៗនេះ មានប្រជាពលរដ្ឋនៅតំបន់ទីក្រុង និង ជនបទជាច្រើន ត្រូវចាកចេញពីលំនៅដ្ឋានរបស់ខ្លួន។ ដូច្នេះ នៅពេលបង្កើតជាដើមឈើបញ្ហា យើងត្រូវសួរខ្លួនឯងថា "ហេតុអ្វីបានជាប្រជាពលរដ្ឋត្រូវចាកចេញពីលំនៅដ្ឋាន ?"។ តើពួកគេចាកចេញពីលំនៅដ្ឋានដោយមកពីគ្មានទីកន្លែងរស់នៅឬ ? តើពួកគេចាកចេញពីលំនៅដ្ឋានដោយមកពីមានជម្ងឺផ្លូវចិត្តឬ ? ឬក៏ពួកគេចាកចេញដោយមកពីរដ្ឋាភិបាលបង្ខំពួកគេឱ្យផ្លាស់ប្តូរទីលំនៅ ? ដើមឈើបញ្ហានៅក្នុងទំព័រនេះ អាចបង្ហាញអំពីរបៀបដែលយើងកំណត់ពីមូលហេតុ និង ផលប៉ះពាល់នៃការបាត់បង់លំនៅដ្ឋានបាន ។



ក្រោយពីយើងបានកំណត់ផលវិបាក (មែកធាង) និង មូលហេតុ (ឫសគល់) នៃបញ្ហារបស់យើងហើយ យើងអាចរកឃើញបញ្ហាជាច្រើនដែលត្រូវលើកយកមកដោះស្រាយ។ យើងត្រូវកំណត់អាទិភាព និង ធ្វើសេចក្តីសម្រេចថាតើបញ្ហាណាខ្លះ ដែលសំខាន់ជាងគេ និង អាចដោះស្រាយបានប្រកបដោយភាពប្រាកដនិយមតាមរយៈការតស៊ូមតិរបស់យើង។

បញ្ហាដែលសំខាន់បំផុត គឺបញ្ហាដែលប្រសិនបើត្រូវដោះស្រាយ នឹងនាំឱ្យមានជីវភាពរស់នៅប្រសើរឡើង សម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋនៅក្នុងក្រុមដែលទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់។

ស្រាវជ្រាវ

ការស្រាវជ្រាវ គឺជាជំហានដ៏សំខាន់មួយ ក្នុងការរៀបចំយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង។ ការស្រាវជ្រាវដោយប្រុងប្រយ័ត្ន ហើយមានគោលបំណងត្រឹមត្រូវ នឹងនាំឱ្យយើង និង អ្នកគាំទ្ររបស់យើងដឹងអំពីមូលហេតុ ព្រមទាំងផលប៉ះពាល់នៃបញ្ហា។ យុទ្ធនាការតស៊ូមតិជាច្រើន ធ្វើឡើងទាំងខុសឆ្គង ដោយអនុវត្តសកម្មភាពតស៊ូមតិ ដែលពុំបានធ្វើការស្រាវជ្រាវបញ្ហាជាមុន។ យើងត្រូវមានពត៌មានឱ្យបានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ប្រសិនបើយើងចង់បញ្ចុះបញ្ចូលមនុស្ស និង ស្ថាប័ននានាឱ្យផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយឱ្យមានភាពប្រសើរជាងមុន។ ចូរចងចាំថា ពត៌មាន គឺជាអំណាចមួយប្រភេទដែរ ហើយការស្រាវជ្រាវអាចផ្តល់ពត៌មានឱ្យយើងបាន។

ជាសំណាងដែរ ដោយសារយើងអាចរកពត៌មានដែលមានស្រាប់ជាច្រើននៅតាមបណ្តាញអ៊ីនធើណិត បណ្ណាល័យ ស្ថាប័ននានារបស់រដ្ឋាភិបាល និង អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល។ ប៉ុន្តែ ការស្តាប់មតិផ្ទាល់របស់ប្រជាពលរដ្ឋ គ្មានអ្វីអាចជំនួសបានឡើយ។ យើងស្វែងយល់អំពីបញ្ហារបស់ប្រជាពលរដ្ឋ ដោយប្រើកម្រងសំណួរ ការអង្កេត ឬ ស្ទាបស្ទង់ សំភាសន៍ និង ការពិភាក្សាជាមួយក្រុមពិសេស។ គ្រាន់តែសង្កេតអំពីរបៀបដែលក្រុមទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់ចាត់ចែងគ្រប់គ្រង និង រស់នៅជាមួយបញ្ហា ក៏ផ្តល់ពត៌មានយ៉ាងច្រើនដល់ការស្រាវជ្រាវរបស់យើងបានដែរ ហើយទីបំផុតពត៌មានទាំងនេះ នឹងក្លាយជាដំណោះស្រាយរបស់យើងបាន។

វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

វិធីសាស្ត្រ	និយមន័យ	គុណសម្បត្តិ	ការលំបាក
កម្រងសំណួរ និង ការស្ទាបស្ទង់	ជាកម្រងសំណួរមួយចំនួន ដែលផ្តល់ជូនមនុស្សក្នុងចំនួនដ៏សមគួរមួយ ដើម្បីឱ្យពួកគេឆ្លើយសំណួរទាំងនោះ ជាមធ្យោបាយប្រមូលពត៌មាន។	ងាយស្រួលចាត់ចែងការងារចំពោះមនុស្សដែលមានចំនួនច្រើន	មិនមានលក្ខណៈផ្ទាល់ខ្លួន
សំភាសន៍ក្រៅផ្លូវការ	កិច្ចសន្ទនាដែលមានការពិភាក្សា និង កត់ត្រាអំពីហេតុការណ៍ ឬ សេចក្តីថ្លែងការណ៍។	មានលក្ខណៈបត់បែន និង ស្និទ្ធស្នាល	ត្រូវការពេលវេលាច្រើន និង មានការលំបាកក្នុងការវិភាគឱ្យបានត្រឹមត្រូវច្បាស់លាស់
ការពិនិត្យមើលឯកសារឡើងវិញ	ពិនិត្យមើលឯកសារទាក់ទងនឹងបញ្ហាឡើងវិញ ហើយពិនិត្យរបៀបអនុវត្តល្អៗពីអន្តរជាតិ	មានលក្ខណៈទូលំទូលាយ	ត្រូវការពេលវេលាច្រើន និង គ្មានលក្ខណៈបត់បែន
ការសង្កេត	ជាដំណើរការប្រមូលពត៌មានអំពីលក្ខណៈនៃបញ្ហាតាមការមើលឃើញជាក់ស្តែងនៅក្នុងសហគមន៍	ពិនិត្យមើលដំណើរការនៃបញ្ហាដែលកើតឡើង និង ដែលអាចប្រែប្រួលបានស្របទៅតាមស្ថានភាព	មានទំនោរទៅតាមគំនិតរបស់អ្នកសង្កេត និង មានលក្ខណៈស្មុគស្មាញ
ក្រុមពិសេស (Focus Group)	ប្រមូលក្រុមតូចៗមកជួបជុំគ្នា ដើម្បីពិភាក្សាអំពីបញ្ហា រួចស្វែងរកដំណោះស្រាយដែលអាចអនុវត្តបាន	មានការពិនិត្យទៅលើបញ្ហាឱ្យបានស៊ីជម្រៅ	ពិបាកធ្វើការសន្និដ្ឋានបាន

សម្គាល់ ៖ ពត៌មានដែលប្រមូលបានក្នុងការស្រាវជ្រាវរបស់យើង ត្រូវដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងសកម្មភាពយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង។ យើងគួរទាក់ទាញអារម្មណ៍របស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដោយរៀបចំជាសន្និសីទកាសែត ឬ បោះពុម្ពផ្សាយ និង ចេញជាសេចក្តីប្រកាសពត៌មាន ដើម្បីជួយផ្សព្វផ្សាយកិច្ចការស្រាវជ្រាវរបស់យើងដល់មនុស្សជាច្រើនបាន។

ការធ្វើផែនការ

នៅពេលយើងបានកំណត់យកបញ្ហាមួយហើយ ស្រាវជ្រាវរួចហើយ និង កំណត់ថាការតស៊ូមតិ គឺជាការឆ្លើយតបប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីធ្វើឱ្យបានការផ្លាស់ប្តូរជាវិជ្ជមានហើយនោះ យើងត្រូវរៀបចំផែនការសម្រាប់យុទ្ធនាការរបស់យើង។ យើងចាប់ផ្តើមធ្វើផែនការដោយជ្រើសរើស និង កំណត់**គោលបំណងរួម គោលបំណងជាក់លាក់ សន្ទស្សន៍សម្រាប់វាស់វែង អ្នកគោលដៅ** និង **សកម្មភាព**របស់យើង។

គោលបំណងរួម (Goal)

គោលបំណងរួមត្រូវបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់អំពីការផ្លាស់ប្តូរនៃគោលនយោបាយ ឬ ទង្វើដែលយើងចង់សម្រេចឱ្យបានក្នុងរយៈពេលមួយមានកំណត់។

ឧទាហរណ៍អំពីគោលបំណងរួម

"ធ្វើឱ្យសង្គម និង ប្រព័ន្ធច្បាប់ ទទួលស្គាល់ និង ចាត់ទុកថា អំពើហិង្សាក្នុងគ្រួសារ គឺជាបទឧក្រិដ្ឋ ហើយជាការរំលោភសិទ្ធិមនុស្ស"។

គោលបំណងជាក់លាក់ (Objective)

គោលបំណងជាក់លាក់ កំណត់អំពីអ្វីដែលនឹងសម្រេចបាន ជាមួយអ្នកណា ដោយរបៀបណា និង រយៈពេលសម្រាប់សម្រេចកិច្ចការនោះ។ គោលបំណងជាក់លាក់ត្រូវនាំមកនូវការផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយារបស់មនុស្សជាដុំកំភួន និង អាចវាស់វែងបាន។ តាមធម្មតា យុទ្ធសាស្ត្រតស៊ូមតិ មានគោលបំណងជាក់លាក់លើសពីមួយ ដើម្បីជាផ្លូវសម្រាប់សកម្មភាពផ្សេងៗ។

ឧទាហរណ៍អំពីគោលបំណងជាក់លាក់តាមបែប "SMART"

"ក្នុងរយៈពេលមួយឆ្នាំ កងកម្លាំងនគរបាលចំនួន ៧៥% មានការកើនចំណេះដឹងផ្នែកច្បាប់ប្រឆាំងអំពើហិង្សាក្នុងគ្រួសារបានត្រឹមកម្រិត ៥០%"។

គោលបំណងដែលល្អ ត្រូវធ្វើតាមបែប SMART

SPECIFIC: ជាក់លាក់

តើវាច្បាស់លាស់ក្នុងការផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយាឬទេ ?

MEASURABLE: អាចវាស់វែងបាន

តើវាមានភាពច្បាស់លាស់លើទំហំនៃការផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយាដែរឬទេ ?

ACHIEVABLE: អាចសម្រេចបាន

តើយើងអាចរកមូលនិធិ ឬ ធនធានផ្សេងៗទៀតដើម្បីគាំទ្រការងារ និង គោលបំណងជាក់លាក់របស់យើងដែរឬទេ ?

តើអង្គការរបស់យើងមានធនធានក្នុងអង្គការដើម្បីសម្រេចបានគោលបំណងជាក់លាក់ដែរឬទេ ?

REALISTIC: ប្រាកដនិយម

ពិចារណាស្ថានភាពសង្គម និង នយោបាយបច្ចុប្បន្នថាតើយើងអាចសម្រេចគោលបំណងជាក់លាក់របស់យើងបានដែរឬទេ ?

TIME-BOUND តើគោលបំណងមានពេលកំណត់ ឬ ពេលគ្រោងដែរឬទេ ?

សកម្មភាព

សកម្មភាព គឺជាភារកិច្ចជាក់លាក់ដែលយើងត្រូវបំពេញដើម្បីសំរេចគោលបំណងជាក់លាក់។

!កំណត់សម្គាល់ : សូមកុំឱ្យមានការច្រឡំរវាងសកម្មភាព និង គោលបំណងជាក់លាក់។ ប្រសិនបើភារកិច្ចរបស់យើងរៀបរាប់អំពីអ្វីមួយដែលអង្គការចង់ធ្វើ ដូចជា ការបណ្តុះបណ្តាល វាជាសកម្មភាព តែមិនមែនជាគោលបំណងជាក់លាក់ទេ។

ឧទាហរណ៍អំពីសកម្មភាព

"ធ្វើការស្ទាបស្ទង់លើកងកម្លាំងនគរបាល ដើម្បីស្វែងយល់អំពីចំណេះដឹងរបស់ពួកគេទាក់ទងនឹងច្បាប់ប្រឆាំងអំពើហិង្សាក្នុងគ្រួសារបច្ចុប្បន្ន"។

ការធ្វើផែនការ : សន្ទស្សន៍

សន្ទស្សន៍ គឺជាសញ្ញាដែលអាចឱ្យយើងដឹងថា យើងកំពុងមានការជឿនលឿនឆ្ពោះទៅរកការសម្រេចគោលបំណងជាក់លាក់ទាំងឡាយរបស់យើង ។ គ្រប់សន្ទស្សន៍ដែលល្អ ត្រូវមានលក្ខណៈ**ផ្ទាល់ ច្បាស់លាស់ ដែលអាចអនុវត្តបាន** និង **អាចទុកចិត្តបាន** ។

ផ្ទាល់

សន្ទស្សន៍ផ្ទាល់វាស់វែងបានតែមួយចំណុចប៉ុណ្ណោះក្នុង១ដង ។ ឧទាហរណ៍ : យើងចង់សិក្សាអំពីកម្រិតប្រាក់ចំណូលសម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋមួយក្រុម ។ យើងអាចប្រមូលសន្ទស្សន៍ផ្ទាល់បាន ដូចជា ប្រាក់ចំណូលប្រចាំគ្រួសារក្នុងរយៈពេលជាក់លាក់ណាមួយ ។ ក៏ប៉ុន្តែជួនកាលយើងមិនអាចរកសន្ទស្សន៍ផ្ទាល់មួយបានឡើយ ។ ឧទាហរណ៍ : នៅតំបន់ជនបទអាចលំបាកនឹងស្វែងរកស្ថិតិទាក់ទងនឹងកម្រិតប្រាក់ចំណូលណាស់ ។ ផ្ទុយទៅវិញ យើងអាចពិនិត្យមើលភាគរយនៃគ្រួសារនៅក្នុងភូមិដែលមានវិទ្យុ ឬ កង់ ដោយទុកជាសន្ទស្សន៍ជំនួសឱ្យទ្រព្យសម្បត្តិរបស់អ្នកភូមិទាំងនោះបាន ។ សន្ទស្សន៍ជំនួសនេះហៅថា *សន្ទស្សន៍តំណាង* (Proxy Indicators) ។

ច្បាស់លាស់

ជួនកាល យើងត្រូវញែកពតិមានទាក់ទងនឹងសកម្មភាពរបស់យើងទៅតាមប្រភេទផ្សេងៗ ។ ប្រភេទនៃព័ត៌មានដែលត្រូវបែងចែកទៅតាម ភេទ អាយុ ទីតាំង ឬ ទៅតាមលក្ខណៈផ្សេងៗទៀតនេះ ហៅថា សន្ទស្សន៍ដែលមានភាពច្បាស់លាស់ ។ សន្ទស្សន៍នេះបង្ហាញឱ្យយើងឃើញយ៉ាងច្បាស់នូវអ្នកដែលកំពុងទទួលផល និង ចូលរួមជាមួយសកម្មភាពតស៊ូមតិរបស់យើង ។

អាចអនុវត្តបាន

សន្ទស្សន៍ដែលអាចអនុវត្តបាន ជាសន្ទស្សន៍ដែលទទួលបាននូវទិន្នន័យដោយស្រួល និង ចំណាយតិច ។ កាសែតដែលបោះពុម្ពផ្សាយអំពីយុទ្ធនាការតស៊ូមតិ ដែលមានតម្លៃថោក និង ទាន់ពេលវេលា គឺជាឧទាហរណ៍ដ៏ល្អមួយសម្រាប់សន្ទស្សន៍ដែលយកមកអនុវត្តបាន ។

សារព័ត៌មាន : ជាសន្ទស្សន៍ដែលអាចអនុវត្តបានមួយ

អាចទុកចិត្តបាន

សន្ទស្សន៍ដែលអាចទុកចិត្តបាន គឺជាសន្ទស្សន៍ដែលផ្តល់ពតិមានអាចជឿជាក់បានសម្រាប់ធ្វើការសម្រេច ប្រកបដោយទំនុកចិត្ត ។

សន្ទស្សន៍ភាគច្រើនផ្អែកទៅតាមចំនួន ដូចជា តួលេខនៃប្រាក់ចំណូលប្រចាំគ្រួសារដែលគេអាចយល់ និង វាយតម្លៃបាន ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ មានសន្ទស្សន៍ជាច្រើនផ្សេងទៀតដែលផ្អែកទៅលើបទពិសោធន៍ ឬ យោបល់ផ្ទាល់របស់មនុស្ស ដូច្នេះវាពុំសូវមានលក្ខណៈច្បាស់លាស់ទេ ហើយជួនកាលមិនអាចជឿទុកចិត្តបានទៀតផង ។ ឧទាហរណ៍ : ប្រសិនបើយើងសួរទៅក្រុមដែលទទួលរងផលប៉ះពាល់របស់យើងថាតើគេមានអារម្មណ៍យ៉ាងណាចំពោះបញ្ហាណាមួយនោះ យើងនឹងទទួលបានគំនិតយោបល់ជាច្រើនជាពុំខាន ។ ប្រសិនបើគ្មានការព្រមព្រៀងជាឯកច្ឆ័ន្ទនៅក្នុងក្រុមទេនោះ មុខជាមានការលំបាកក្នុងការរកសន្ទស្សន៍មួយដែលសម្រាប់ជាតំណាងការរីកចម្រើនឆ្ពោះទៅសម្រេចគោលបំណងរបស់យើងជាពុំខានឡើយ ។

យើងមិនអាចរកបានជានិច្ចនោះទេនូវសន្ទស្សន៍ដែលផ្អែកទៅលើចំនួន និង បទពិសោធន៍ ដែលតម្រូវតាមលក្ខណៈទាំង ៤ ខាងលើនេះទេ ។ តែទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ យើងត្រូវខិតខំស្វែងរកឱ្យបានច្រើនតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ។

ការធ្វើផែនការ : អ្នកពាក់ព័ន្ធ

អ្នកទាំងឡាយដែលមានផលប្រយោជន៍ដោយផ្ទាល់នៅក្នុងលទ្ធផលនៃយុទ្ធនាការតស៊ូមតិហៅថា "អ្នកពាក់ព័ន្ធ"។ អ្នកពាក់ព័ន្ធ រួមមាន ប្រជាពលរដ្ឋដែលរងគ្រោះដោយផ្ទាល់ដោយមកពីបញ្ហា ក្រុមដែលទទួលខុសត្រូវក្នុងការបង្កើតឱ្យមានបញ្ហា និង ក្រុមដែលចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហា។ គេអាចចែកអ្នកពាក់ព័ន្ធជាបីក្រុម : **សម្ព័ន្ធមិត្ត អ្នកអព្យាក្រឹត** និង **អ្នកប្រឆាំង**។

អ្នកពាក់ព័ន្ធ

សម្ព័ន្ធមិត្ត

សម្ព័ន្ធមិត្ត គឺជាមនុស្ស និង អង្គភាព ដែលគាំទ្រយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង។ តួយ៉ាង ដូចជា បុគ្គល ឬ ស្ថាប័នដែលមានសមានចិត្តចំពោះបុព្វហេតុរបស់យើង ដូចជាអ្នកដឹកនាំផ្នែកគំនិតយោបល់ អ្នកនយោបាយបច្ចុប្បន្ន និង អតីតអ្នកនយោបាយ តស្សូរជន ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល សាស្ត្រាចារ្យ ជាពិសេសសមាជិកនៃក្រុមដែលទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់ផ្ទាល់តែម្តង។ អ្នកទាំងនេះ រួមវិភាគទានជាពេលវេលា ជំនាញបច្ចេកទេស និង ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ និង សម្ភារ ព្រមទាំងធ្វើឱ្យមានឥទ្ធិពលដល់យុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង។

អ្នកអព្យាក្រឹត

អ្នកពាក់ព័ន្ធអព្យាក្រឹត គឺជាមនុស្ស និង អង្គភាព ដែលពុំទាន់មានគំនិតយោបល់រឹងមាំនៅឡើយចំពោះបញ្ហា។ អ្នកអព្យាក្រឹតមានសារៈសំខាន់ណាស់ចំពោះយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង ពីព្រោះជារឿយៗអ្នកទាំងនេះ អាចក្លាយជាសម្ព័ន្ធមិត្ត ឬ ជាអ្នកប្រឆាំងនឹងយើងបានយ៉ាងងាយ។

អ្នកប្រឆាំង

អ្នកប្រឆាំង គឺជាមនុស្ស និង អង្គភាព ដែលជំទាស់នឹងយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង។ ជារឿយៗការងារតស៊ូមតិត្រូវប្រឈមមុខនឹងអតុល្យភាពនៃអំណាចដែលមានស្រាប់នៅក្នុងសង្គម ហើយបញ្ហាប្រឈមមុខនេះជារឿយៗបង្កឱ្យមានប្រតិកម្មអវិជ្ជមានពីអ្នកកាន់អំណាចបច្ចុប្បន្ន ឬ មនុស្សដែលប្រកាន់តម្លៃផ្សេងៗគ្នា។ អ្នកប្រឆាំងយើង អាចរាប់បញ្ចូលតាំងពីមនុស្សដែលមិនស្របជាមួយយើង ប៉ុន្តែមិនចាត់វិធានការប្រឆាំងនឹងសត្រូវដែលកម្រោល និង ពោរពេញដោយហិង្សា។

អ្នកពាក់ព័ន្ធមានឥទ្ធិពល ឬ អំណាចត្រួតត្រាទៅលើបញ្ហានៅក្នុងក្រុមរងគ្រោះទៅតាមកម្រិតខុសៗគ្នា។ ការស្វែងយល់អំពីអំណាចរបស់ពួកគេទៅលើបញ្ហា គឺជាផ្នែកដ៏សំខាន់មួយនៃដំណើរការរៀបចំផែនការរបស់យើង។

គ្រប់សង្គមជាតិ (និង ស្ថាប័ន) ទាំងអស់ អំណាចមានទម្រង់បី : ទម្រង់**ចំហ បិទ** និង **មិនអាចមើលឃើញ**។ នៅពេលធ្វើយុទ្ធនាការតស៊ូមតិ អ្នកតស៊ូមតិ នឹងមានការពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងទម្រង់ទាំងបីនៃអំណាចនេះ។

ទម្រង់បីយ៉ាងនៃអំណាច

	មិនអាចមើលឃើញ ស្ថាប័នកាន់អំណាចដែលប្រើភាពអាថិកំបាំងអំណាចគ្រប់គ្រងព័ត៌មាន និង ការបំភិតបំភ័យដើម្បីបង្ការជម្លោះ។	**តើយើងត្រូវតស៊ូមតិដោយរបៀបណា ?**	**"តស៊ូមតិដើម្បីប្រជាពលរដ្ឋ"** បង្កើនការយល់ដឹងផ្នែកនយោបាយ ទំនុកចិត្ត និង ការយល់ដឹងរបស់ក្រុមដែលទទួលនូវផលប៉ះពាល់ ដោយពង្រឹងអង្គការសហគមន៍។
	បិទ ស្ថាប័នកាន់អំណាចទទួលស្គាល់តែបញ្ហា និងក្រុមមួយចំនួនប៉ុណ្ណោះ។	**តើយើងត្រូវតស៊ូមតិដោយរបៀបណា ?**	**"តស៊ូមតិជាមួយប្រជាពលរដ្ឋ "** អ្នករៀបចំដែលប្រកបដោយអាជីព កសាងភាពជាអ្នកដឹកនាំអង្គការសហគមន៍ និងសម្ព័ន្ធភាពនានា ដើម្បីជួយសហគមន៍ក្នុងការលើកកំពស់ការយល់ដឹង និង ចលនាកៀរគរមកចូលរួម។
	បើកចំហ ជាប្រព័ន្ធនយោបាយដែលមានការទទួលស្គាល់គ្រប់បញ្ហាទាំងអស់	**តើយើងត្រូវតស៊ូមតិដោយរបៀបណា ?**	**"តស៊ូមតិដោយប្រជាពលរដ្ឋ "** អង្គការសហគមន៍កៀរគរសាធារណជន ភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកធ្វើសេចក្តីសម្រេច និងប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដើម្បីជម្រុញឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយដោយជោគជ័យ។

ការធ្វើផែនការ : អង្គគោលដៅ

ករណីសិក្សា : កំណែទម្រង់ដីធ្លីនៅកម្ពុជា

លោកអ្នកប្រហែលជានៅចាំតាមរយៈលំហាត់ដើមឈើបញ្ហានៅឡើយ អំពីបញ្ហាប្រជាពលរដ្ឋដែលផ្លាស់ប្តូរលំនៅដ្ឋាននៅកម្ពុជា។ ដើម្បីឱ្យយល់អំពីរបៀបកំណត់អង្គគោលដៅឱ្យកាន់តែច្បាស់ យើងនឹងពិនិត្យមើលបញ្ហានេះ ដោយយកចិត្តទុកដាក់បន្ថែមទៀត។

ការកែលំអផ្លូវថ្នល់ និង ការអភិវឌ្ឍន៍ទីក្រុងនៅកម្ពុជា បានបង្ខំឱ្យប្រជាពលរដ្ឋផ្លាស់ប្តូរទីលំនៅទៅនៅកន្លែងថ្មី ឬក៏បាត់បង់ប្រភពចិញ្ចឹមជីវិតរបស់ខ្លួន។ អាជីវកម្មឯកជនក៏បានទន្ទ្រានយកដីដោយគ្មានពិគ្រោះយោបល់ជាមួយសហគមន៍ឡើយ។ គោលនយោបាយតាំងទីលំនៅរបស់រដ្ឋាភិបាលមិនទាន់មាននៅឡើយ ចំណែកសិទ្ធិកាន់កាប់ដីធ្លីរបស់ប្រជាពលរដ្ឋក៏មិនច្បាស់លាស់។ ម្ចាស់អំណោយ និង ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍ពហុភាគីនានាសុទ្ធតែមានខ្នាតគំរូផ្ទាល់របស់គេសម្រាប់ការតាំងទីលំនៅ។ ខ្នាតគំរូនេះមិនបានអនុវត្តទេ រហូតដល់មានការត្រួតពិនិត្យប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ហើយប្រជាពលរដ្ឋមានឱកាសសំដែងមតិអំពីស្ថានភាពរបស់គេជាមុនសិន។

ប្រសិនបើយើងចង់តស៊ូមតិឱ្យប្រជាពលរដ្ឋដែលបាត់បង់ទីលំនៅទាំងនេះ តើនរណាខ្លះអាចជាសម្ព័ន្ធមិត្តរបស់យើង ហើយនរណាខ្លះជាអ្នកប្រឆាំងយើង ?

សម្ព័ន្ធមិត្ត និង អ្នកប្រឆាំង

កម្រិតឥទ្ធិពលទៅលើបញ្ហា

ខ្ពស់	ទីភ្នាក់ងារមនុស្សធម៌/ជំនួយសង្គ្រោះអន្តរជាតិ	អ្នកនយោបាយ	សាជីវកម្មអន្តរជាតិ រដ្ឋាភិបាល
មធ្យម	ទីភ្នាក់ងារតស៊ូមតិអន្តរជាតិ	សហគមន៍អន្តរជាតិ ប្រជាពលរដ្ឋទូទៅ	ក្រុមហ៊ុនក្នុងស្រុកធំៗ
ទាប	ម្ចាស់ដីតូចតាច ប្រជាពលរដ្ឋបាត់បង់ទីលំនៅ	អាជ្ញាធរមូលដ្ឋាន	ម្ចាស់ដីធំៗ
	សម្ព័ន្ធមិត្ត	**អ្នកមិនទាន់សម្រេច**	**អ្នកប្រឆាំង**

កម្រិតនៃឯកភាពជាមួយនឹងបញ្ហា

សម្គាល់ : នៅពេលកំណត់សម្ព័ន្ធមិត្ត និង អ្នកប្រឆាំងបានហើយ យើងត្រូវគិតគូរអំពីកម្រិតនៃឥទ្ធិពលដែលអ្នកពាក់ព័ន្ធម្នាក់ៗមានទៅលើបញ្ហា។ អ្នកដែលទទួលឥទ្ធិពលពីចំណុចផ្តោតនៃយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង តាមពិតគឺជាអ្នកពាក់ព័ន្ធ ប៉ុន្តែជារឿយៗ ពួកគេមិនសូវមានសមត្ថភាពនឹងធ្វើការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយដោយផ្ទាល់បានឡើយ។ អ្នកពាក់ព័ន្ធដែលមានឥទ្ធិពលខ្ពស់ទៅលើបញ្ហា ទោះមានកម្រិតឯកភាពជាមួយជំហររបស់យើងត្រឹមណាក៏ដោយ គឺជា**អង្គគោលដៅ**។

ការធ្វើផែនការ : អង្គគោលដៅ

អង្គគោលដៅអាចបែងចែកជាពីរក្រុម : **អង្គគោលដៅសំខាន់** និង **អង្គគោលដៅបន្ទាប់បន្សំ**

អង្គគោលដៅគឺជាមនុស្ស
មិនមែនជាស្ថាប័នឡើយ

អង្គគោលដៅសំខាន់

ជាបុគ្គលដែលមានអំណាចច្រើនបំផុត ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហារបស់យើងដោយផ្ទាល់ ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ យើងអាចមិនមានលទ្ធភាពជួបបុគ្គលនេះបានឡើយ ឬក៏អាចមានសម្ពាធនយោបាយខ្លាំងពេកដែលធ្វើមិនឱ្យពួកគេគាំទ្រយើងដោយបើកចំហបាន ។

អង្គគោលដៅបន្ទាប់បន្សំ

ជាបុគ្គលដែលមិនអាចដោះស្រាយបញ្ហាដោយផ្ទាល់បាន ប៉ុន្តែមានភាពវាងវៃក្នុងការប្រើប្រាស់ឥទ្ធិពលទៅលើអង្គគោលដៅសំខាន់បាន ។ ប្រសិនបើយើងអាចប្រើប្រាស់ឥទ្ធិពលលើបុគ្គលនេះបាន ពួកគេអាចប្រើប្រាស់ឥទ្ធិពលទៅលើអង្គគោលដៅសំខាន់ជាបន្តបាន ។

សូមចងចាំថា មានច្រកជាច្រើនដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា ហើយអង្គគោលដៅរបស់យើងខ្លះក៏អាចជាអ្នកប្រឆាំងយើងដែរ ។ យើងត្រូវសិក្សារៀនសូត្រអំពីគំនិតយោបល់របស់ពួកគេ ដើម្បីយើងមានការត្រៀមខ្លួនបានប្រសើរ ដើម្បីឱ្យមានមូលដ្ឋានរួម ឬ ដើម្បីប្រឈមមុខនឹងការប្រឆាំងជំទាស់របស់ពួកគេ ។ ការស្រាវជ្រាវអំពីអង្គហេតុ ភាពវាងវៃក្នុងការយល់ដឹងអំពីផលប្រយោជន៍របស់ពួកគេ និង ជំនាញអូសទាញនឹងជំរុញឱ្យពួកគេផ្លាស់ប្តូរគោលជំហររបស់ពួកគេបាន ។ ការបង្កើតតារាងដើម្បីកំណត់អង្គគោលដៅសំខាន់ និង អង្គគោលដៅបន្ទាប់បន្សំ គឺជាមធ្យោបាយដ៏ងាយស្រួលមួយ ។ ខាងក្រោមនេះ គឺជាតារាងអង្គគោលដៅគំរូមួយ បានមកពីយុទ្ធនាការតស៊ូមតិ ដើម្បីឱ្យមានការកែទម្រង់ដីធ្លីនៅកម្ពុជា :

តារាងអង្គគោលដៅ

គោលបំណងជាក់លាក់ :

ក្នុងរយៈពេលពីរឆ្នាំ គណៈរដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជានឹងអនុម័តគោលនយោបាយមួយដើម្បីផ្តល់កិច្ចការពារកាន់តែច្រើនថែមទៀតដល់ជនក្រីក្រ និង ខ្សត់ខ្សោយដែលរងគ្រោះដោយមកពីការរុះរើទីលំនៅ។

<table>
<tr><th>ឈ្មោះអង្គគោលដៅ</th><th>អ្នកទំនាក់ទំនង</th><th>តើពួកគេបានដឹងអ្វីខ្លះអំពីបញ្ហានោះ ?</th><th>តើពួកគេមានឥរិយាបថដូចម្តេច ចំពោះបញ្ហានោះ ?</th><th>តើនរណាជាអ្នកមានឥទ្ធិពលទៅលើពួកគេ ?</th><th>តើអ្វីខ្លះដែលមានសារៈសំខាន់ចំពោះពួកគេ ?</th></tr>
<tr><th colspan="4">អង្គគោលដៅសំខាន់</th><th colspan="2">អង្គគោលដៅបន្ទាប់បន្សំ</th></tr>
<tr><td rowspan="4">សាជីវកម្មអន្តរជាតិ</td><td rowspan="4">នាយកទំនាក់ទំនងសាធារណៈ</td><td rowspan="4">ការខ្វាយខ្វល់ជាចំបងគឺប្រាក់កម្រៃ</td><td rowspan="4">អ្វីដែលផ្តល់ផលល្អបំផុតគឺជាការប្រសើរបំផុត</td><td>អ្នកនយោបាយ</td><td>អ្វីដែលមានសារៈសំខាន់ចំពោះអ្នកគាំទ្ររបស់ពួកគេ</td></tr>
<tr><td>រដ្ឋាភិបាល</td><td>អ្វីដែលមន្ត្រីជាប់ឆ្នោតត្រូវសម្រេច</td></tr>
<tr><td>សាធារណជនទូទៅ (អតិថិជន)</td><td>យុត្តិធម៌</td></tr>
<tr><td>ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ</td><td>លក់ព័ត៌មាន</td></tr>
<tr><td rowspan="3">រដ្ឋាភិបាល</td><td rowspan="3">សមាជិកសភាទាំងអស់
រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងផែនការ
រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងរៀបចំដែនដីនគរូបនីយកម្ម និង សំណង់</td><td rowspan="3">ពួកគេយល់ដឹងអំពីបញ្ហាប៉ុន្តែវាមិនមែនជាអាទិភាព</td><td rowspan="3">មើលឃើញការងារអភិវឌ្ឍន៍ជាមធ្យោបាយទទួលផលចំណេញផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច</td><td>ម្ចាស់អំណោយអន្តរជាតិ</td><td>ការអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព និង អនុគ្រោះដល់ជនក្រីក្រ</td></tr>
<tr><td>សាធារណជន</td><td>យុត្តិធម៌</td></tr>
<tr><td>ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ</td><td>លក់ព័ត៌មាន</td></tr>
<tr><td rowspan="3">អង្គការមនុស្សធម៌/ជំនួយសង្គ្រោះអន្តរជាតិ</td><td rowspan="3">សមាជិកនៃក្រុមការងារផែនការយុទ្ធសាស្ត្រកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រថ្នាក់ជាតិ</td><td rowspan="3">មានការយល់ដឹងអំពីបញ្ហានេះពីតំបន់ផ្សេងៗនៃពិភពលោក</td><td rowspan="3">ចង់បានយុត្តិធម៌
ច្បាប់កម្មសិទ្ធិលើដីធ្លីប្រកបដោយយុត្តិធម៌</td><td>ម្ចាស់អំណោយអន្តរជាតិ</td><td>ការអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព និង អនុគ្រោះដល់ជនក្រីក្រ</td></tr>
<tr><td>អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល</td><td>យុត្តិធម៌</td></tr>
<tr><td>ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ</td><td>លក់ព័ត៌មាន</td></tr>
<tr><td rowspan="3">សហគមន៍ដែលទទួលរងនូវផលប៉ះពាល់</td><td rowspan="3">មេគ្រួសារ</td><td rowspan="3">រស់ជាមួយនឹងបញ្ហាជារៀងរាល់ថ្ងៃ</td><td rowspan="3">ចង់បានយុត្តិធម៌
ច្បាប់កម្មសិទ្ធិលើដីធ្លីប្រកបដោយយុត្តិធម៌
ត្រូវការជំនួយដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហា</td><td>រដ្ឋាភិបាល</td><td>អ្វីដែលមន្ត្រីជាប់ឆ្នោតត្រូវសម្រេច</td></tr>
<tr><td>ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ</td><td>លក់ព័ត៌មាន</td></tr>
<tr><td>សមាជិកគ្រួសារ</td><td>មានការផ្លាស់ប្តូរជាវិជ្ជមាន</td></tr>
</table>

ការធ្វើផែនការ ៖ សកម្មភាព

នៅពេលយើងបានជ្រើសរើសអង្គគោលដៅរបស់យើងហើយ យើងត្រូវជ្រើសរើសសកម្មភាពរបស់យើង។ សកម្មភាពដែលយើងជ្រើសរើស អាស្រ័យយ៉ាងខ្លាំងទៅលើធនធានរបស់យើង និង ទំនាក់ទំនងរបស់យើងជាមួយអង្គគោលដៅ។ ជម្រើសដែលត្រូវចំណាយខ្ពស់បំផុត អាចមិនមែនជាជម្រើសដែលមានប្រសិទ្ធភាពបំផុតក្នុងទំនាក់ទំនងជាមួយអង្គគោលដៅរបស់យើងឡើយ។ វិធីសាស្ត្រដ៏ប្រសើរបំផុត គឺត្រូវមានការចូលរួមផ្តល់ផលល្អ និង មានប្រយោជន៏ដល់មនុស្សច្រើនបំផុត ជាពិសេសជនក្រីក្រ ឬ ជនបាត់បង់សិទ្ធិខ្លាំងជាងគេ។

ឧទាហរណ៍សកម្មភាពតស៊ូមតិ

ការស្រាវជ្រាវគោលនយោបាយ	សន្និសីទកាសែត	សិក្ខាសាលា
ការបញ្ចុះបញ្ចូល	កូដកម្ម	ការបណ្តុះបណ្តាល
បាតុកម្ម	ការប្រឡងកំណាព្យ	ល្ខោនតាមទូរទស្សន៍ ឬ វិទ្យុ
សកម្មភាពឃ្លាំមើល	ការហែក្បួន	ការជួបផ្ទាល់ពីផ្ទះមួយទៅផ្ទះមួយ
ខិតប័ណ្ណ	លិខិតខ្លីៗ	ការសរសេរលិខិត
វេបសាយ	ការស្ទង់មតិ	សម្ភាសន៍
បណ្តាញការងារ	ការសំដែងល្ខោន	វេទិកាសាធារណៈ
ការប្រជុំ	ករណីប្តឹងទៅតុលាការ	សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន
ព្រឹត្តិប័ត្រ	យុទ្ធនាការបិទរូបភាពផ្សព្វផ្សាយ	ការសម្រុះសម្រួលតាមរយៈអ្នកកណ្តាល
ញត្តិ	ការពិភាក្សាតាមទូរទស្សន៍	ដំណើរទស្សនកិច្ច
ការចរចា	កិច្ចពិភាក្សាតុមូល	សេចក្តីសង្ខេបជូនអ្នកសារព័ត៌មាន

! សម្គាល់ ៖ សកម្មភាពដ៏ប្រសើរបំផុតសម្រាប់យុទ្ធនាការរបស់យើងគឺមានឥទ្ធិពលខ្លាំង ដោយចំណាយប្រាក់ទាបបំផុត។

ការតស៊ូមតិនៅ
កម្ពុជា

គ្រូបង្រៀនខ្មែរ ហែក្បួនតាមដងផ្លូវនៅក្រុងភ្នំពេញដើម្បីទាមទារ បៀវត្សខ្ពស់ជាងមុន។ ក្បួនហែនេះ គឺជាផ្នែកមួយនៃកម្រង សកម្មភាពក្នុងយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់ពួកគេ។

ធ្វើផែនការ ៖ ផែនការសកម្មភាពយុទ្ធនាការតស៊ូមតិ

ក្រោយពីបានវិភាគយ៉ាងហ្មត់ចត់នូវគោលបំណងរួម គោលបំណងជាក់លាក់ សន្ទស្សន៍ អង្គគោលដៅ និង សកម្មភាពនានារបស់យើងរួចហើយនោះ យើងត្រូវរៀបចំផែនការសកម្មភាពយុទ្ធនាការតស៊ូមតិមួយឡើង។ ផែនការនេះនឹងជួយពង្រឹងគំនិត និង កិច្ចប្រឹងប្រែងទាំងឡាយរបស់យើងឱ្យទៅជាគម្រោងការដ៏ច្បាស់លាស់មួយសម្រាប់យុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង និង ដើម្បីជួយណែនាំផ្លូវដល់មនុស្សទាំងអស់ដែលធ្វើការនៅក្នុងយុទ្ធនាការនោះ។

ផែនការសកម្មភាពនៃយុទ្ធនាការតស៊ូមតិ

គោលបំណងជាក់លាក់	សន្ទស្សន៍	មធ្យោបាយវាស់វែង	អង្គគោលដៅ	សម្ព័ន្ធមិត្ត	សកម្មភាព	កាលកំណត់
ក្នុងរយៈពេលពីរឆ្នាំ រដ្ឋសភានឹងអនុម័តគោលនយោបាយមួយ ដើម្បីផ្ដល់កិច្ចការពារកាន់តែច្រើនថែមទៀត ដល់ជនក្រីក្រ និង ខ្សត់ខ្សោយ ដែលរងគ្រោះដោយសារការរុះរើទីលំនៅ។	រដ្ឋសភាទទួលយកចំនួន ៥០ ភាគរយ នៃការផ្លាស់ប្ដូរ ដែលស្នើឡើងដោយអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងគោលនយោបាយជាតិ ស្ដីអំពីការតាំងទីលំនៅជាថ្មី។	ច្បាប់ចម្លងនៃគោលនយោបាយរបស់រដ្ឋសភា លិខិតចេញពីរដ្ឋសភានិយាយលំអិតអំពីគោលនយោបាយនោះ របាយការណ៍តាមបណ្ដាញសារព័ត៌មាននិយាយលំអិតអំពីគោលនយោបាយចេញដោយរដ្ឋសភា	រដ្ឋសភា អង្គការមនុស្សធម៌/ជំនួយសង្គ្រោះអន្តរជាតិ ម្ចាស់អំណោយ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ	សមាជិកបណ្ដាញអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ធនាគារពិភពលោក ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី	រៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងចំណោមសមាជិកចម្រុះ បញ្ចុះបញ្ចូលសមាជិករដ្ឋសភា តាមរយៈការជួបផ្ទាល់ និង សិក្ខាសាលា យុទ្ធនាការតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដើម្បីប្រមូលផ្ដុំសាធារណជន	ឆ្នាំទី១-២
ផែនការតាំងទីលំនៅជាថ្មីដ៏ច្បាស់លាស់មួយ នឹងត្រូវធ្វើសមាហរណកម្មទៅក្នុងផែនការ ៥ឆ្នាំ របស់អាជ្ញាធរដែនដី	ផែនការអភិវឌ្ឍន៍ជាតិនឹងមានបញ្ចូលផែនការតាំងទីលំនៅជាថ្មីមួយ	មានផែនការតាំងទីលំនៅជាថ្មីនៅក្នុងផែនការអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ	រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងផែនការ	សមាជិកបណ្ដាញអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល អាជ្ញាធរដែនដី ក្រុមការងារផែនការយុទ្ធសាស្ត្រកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រថ្នាក់ជាតិ	ស្រាវជ្រាវជម្រើសផែនការតាំងទីលំនៅជាថ្មី រៀបចំ និង បង្ហាញខ្លឹមសារជូនក្រុមការងារផែនការយុទ្ធសាស្ត្រកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រថ្នាក់ជាតិ និង អាជ្ញាធរដែនដី	ឆ្នាំទី២
ពាក្យបណ្ដឹងរបស់ជនក្រីក្រ និង ជនដែលងាយរងគ្រោះត្រូវបានដាក់ជូនអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធ មានការទទួលដឹងឮ និង ត្រូវបានចាត់វិធានការ។	យ៉ាងហោចណាស់ ៥០ ភាគរយ នៃករណីដែលចាត់ចែងដោយបណ្ដាញប្រព្រឹត្តិកម្មរុះរើតាំងទីលំនៅជាថ្មីនាំមកនូវភាពប្រសើរលើស្ថានភាពប្រជាពលរដ្ឋដែលត្រូវផ្លាស់ប្ដូរទីលំនៅ ហើយមានកត់ត្រាទុកជាឯកសារ។	រយៈពេលឆ្លើយតបពីរដ្ឋាភិបាល ចំនួនករណីដែលត្រូវដោះស្រាយ	អង្គការមនុស្សធម៌/ជំនួយសង្គ្រោះអន្តរជាតិ	សមាជិកបណ្ដាញអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ធនាគារពិភពលោក ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី សហគមន៍រងគ្រោះ	ធ្វើអង្កេតលើក្រុមរងគ្រោះ និង ចេញរបាយការណ៍តាមរយៈសិទ្ធិសីទកាសែត ប្រមូលករណីស្របច្បាប់ពីក្រុមរងគ្រោះ	ឆ្នាំទី៣

សៀវភៅដទៃទៀត មានទៅក្នុង
កម្រងអ្នកជំនាញតស៊ូមតិរបស់យើងខ្ញុំ

ធ្វើសកម្មភាព

ក្រោយពីបានរៀបចំសរសេរផែនការសកម្មភាពយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើងរួចហើយនោះ ជាពេលដែលយើងត្រូវចាប់ផ្តើមអនុវត្តសកម្មភាពយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ មុននឹងចាប់ផ្តើមអនុវត្តកម្រងសកម្មភាពដែលយើងបានជ្រើសរើសនោះ យើងត្រូវតែរៀបចំសកម្មភាពទាំងនោះទៅតាមអាទិភាព។ សកម្មភាពខ្លះអាចធ្វើនៅពេលណាក៏បានដែរ សកម្មភាពខ្លះតម្រូវឱ្យយើងអនុវត្តមុនគេ ឯសកម្មភាពខ្លះទៀតត្រូវធ្វើតាមកាលបរិច្ឆេទ និង ពេលវេលាជាក់លាក់។ សកម្មភាពនៃយុទ្ធនាការតស៊ូមតិ នឹងមានឥទ្ធិពលកាន់តែខ្លាំង ប្រសិនបើយើងបានត្រៀមលក្ខណៈជាមុន។

អនុវត្តតាមផែនការ

ត្រូវព្យាយាមអនុវត្តតាមផែនការតស៊ូមតិរបស់យើង។ កុំចាប់ផ្តើមហើយរួចឈប់ទៅវិញ។

រក្សាការផ្តោតឱ្យចំចំណុច

ជំរុញឱ្យគ្រប់គ្នាផ្តោតទៅលើសកម្មភាពដែលយើងបានកំណត់ទុក។ កុំងាកចេញពីអ្វីដែលបានកំណត់រួចហើយ។

អនុវត្តឱ្យចំកាលវេលា

ត្រូវរិះគិតរកវិធីបៀបដែលយើងអាចភ្ជាប់សកម្មភាពរបស់យើងទៅនឹងថ្ងៃឈប់សម្រាកសំខាន់ៗ ការជួបប្រជុំប្រចាំតំបន់ សន្និសីទរបស់រដ្ឋាភិបាល ឬ ទិវាពិភពលោកសំខាន់ៗ។

ទិវាពិភពលោកសំខាន់ៗ

ថ្ងៃទី ៨ ខែ មីនា : ទិវានារីអន្តរជាតិ
ថ្ងៃទី ១ ខែ ឧសភា : ទិវាពលកម្មអន្តរជាតិ
ថ្ងៃទី ២២ ខែ មេសា : ទិវាផែនដី
ថ្ងៃទី ១ ខែ ធ្នូ : ទិវាពិភពលោកប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងជម្ងឺអេដស៍

វាយតម្លៃ

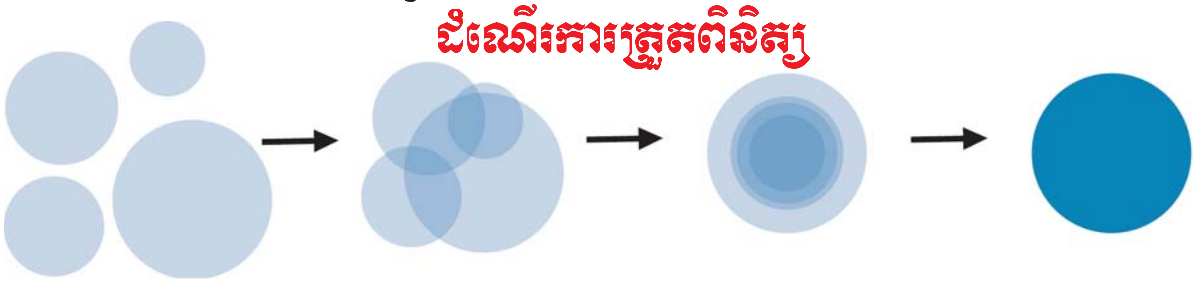
បន្ថែមពីលើផែនការសកម្មភាពយុទ្ធនាការតស៊ូមតិដែលមានការរៀបចំបានល្អ និង មានលក្ខណៈប្រាកដនិយមនោះ គ្រប់យុទ្ធនាការតស៊ូមតិត្រូវមានការប្ដេជ្ញាចិត្តក្នុងការត្រួតពិនិត្យ និង វាយតម្លៃជាទៀងទាត់នូវកិច្ចប្រឹងប្រែងរបស់ខ្លួន។ តាមរយៈការត្រួតពិនិត្យ និង វាយតម្លៃ យើងអាចកែសម្រួលផែនការសកម្មភាពរបស់យើងដោយមានការឆ្លុះបញ្ចាំងពីមេរៀនដែលយើងទទួលបាននៅពាក់កណ្ដាលយុទ្ធនាការ។

ការត្រួតពិនិត្យ

ការប្រមូលពត៌មានដើម្បីវាស់វែងឥទ្ធិពលនៃយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង ហៅថា "ការត្រួតពិនិត្យ"។ ការត្រួតពិនិត្យ គឺជាការប្រៀបធៀប **ធនធានផ្ដើម** (Inputs) [ដូចជា ធនធានមនុស្ស សម្ភារ និង ហិរញ្ញវត្ថុជាដើម] **លទ្ធផលផ្ទាល់** (Outputs) [ដូចជាសកម្មភាព ផលិតផល] និង **ផលសម្រេច** (ផលចុងក្រោយ) ជាមួយនិងផែនការសកម្មភាពយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង។ ដើម្បីឱ្យការត្រួតពិនិត្យមានប្រសិទ្ធភាព យើងត្រូវបញ្ចូលការងារត្រួតពិនិត្យនេះទៅក្នុងគ្រប់ដំណាក់កាលទាំងអស់នៃយុទ្ធការតស៊ូមតិរបស់យើង។ នៅពេលយើងធ្វើការត្រួតពិនិត្យជាទៀងទាត់នោះ យើងអាចដឹងថាតើសកម្មភាពរបស់យើងកំពុងតែនាំយើងឆ្ពោះទៅសម្រេចគោលបំណងជាក់លាក់របស់យើងឬយ៉ាងណា។

កម្មវិធីត្រួតពិនិត្យទទួលជោគជ័យ នឹងផ្ដល់ជាប្រភពព័ត៌មានយ៉ាងច្រើនអំពីយុទ្ធនាការរបស់យើង ព្រមទាំងធានាឱ្យមានការទទួលខុសត្រូវទៀតផង។ ឧទាហរណ៍ : ប្រសិនបើយើងចង់ដឹងថា យុទ្ធនាការតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរបស់យើងបានទទួលជោគជ័យ ឬ មិនបានទេនោះ យើងត្រូវកត់ត្រាការចុះផ្សាយតាមសារព័ត៌មាន។ ប្រសិនបើចង់ដឹងថា ការប្រឹងប្រែងបញ្ចុះបញ្ចូលរបស់យើងទទួលជោគជ័យ ឬ មិនបានទេនោះ យើងត្រូវរាប់លិខិតគាំទ្រពីរដ្ឋមន្ត្រីនានា។

ដំណើរការត្រួតពិនិត្យ



ធនធានផ្ដើម

ធនធាន ដូចជា មនុស្ស សម្ភារ និង ហិរញ្ញវត្ថុដែលយើងដាក់ប្រើនៅក្នុងយុទ្ធនាការរបស់យើង។

លទ្ធផលផ្ទាល់

លទ្ធផលផ្ទាល់ បានមកពីការបញ្ចូល និងប្រើប្រាស់ធនធាន ដើម្បីបង្កើតសមត្ថភាពនៃការសម្រេចលទ្ធផល។

ផលសម្រេច

សមិទ្ធផល បានមកពីការប្រើប្រាស់ ឬអំពើរបស់លទ្ធផលផ្ទាល់។

ផលប៉ះពាល់

ការកែលំអគុណភាពជីវិត ដែលអាចវាស់វែងបានច្បាស់លាស់ នឹងរួមវិភាគទានដល់គោលបំណងរួមយ៉ាងទូលំទូលាយថែមទៀតសម្រាប់សង្គមទាំងមូល។

ការវាយតម្លៃ

ក្នុងអំឡុងពេលយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង យើងត្រូវកំណត់ពេលវេលាខ្លះដើម្បីវិភាគព័ត៌មាន ដែលយើងប្រមូលបាននៅក្នុងដំណើរការត្រួតពិនិត្យ។ ការនេះហៅថា "ការវាយតម្លៃ"។ ការវាយតម្លៃនឹងជួយយើងឱ្យគិតបានល្អិតល្អន់ អំពីចំណុចខ្លាំង និង ចំណុចខ្សោយរបស់យើង។ តាមរយៈសន្ទស្សន៍ ដែលបានមកពីផែនការសកម្មភាពយុទ្ធនាការស៊ូមតិរបស់យើង យើងអាចប៉ាន់ប្រមាណនូវអ្វីដែលយើងសម្រេចបាន និង របៀបដែលយើងប្រើប្រាស់ធនធានបានល្អប៉ុណ្ណា។ ទិន្នន័យត្រួតពិនិត្យ ក៏អាចបង្ហាញពីការផ្លាស់ប្ដូរនៅក្នុងស្ថាប័នកាន់អំណាច សម្ព័ន្ធមិត្ត និង អ្នកប្រឆាំង ឬ បញ្ហាផ្ទាល់តែម្ដង។ ក្នុងការឆ្លុះបញ្ចាំងលទ្ធផលនៃការវាយតម្លៃរបស់យើង យើងត្រូវត្រៀមខ្លួនជានិច្ច ដើម្បីកែសម្រួលផែនការសកម្មភាពយុទ្ធនាការតស៊ូមតិរបស់យើង ទោះបីជាយុទ្ធនាការនោះកំពុងតែដំណើរការទៅមុខក៏ដោយ។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ពេលណាមានការជិះជាន់ ភាពក្រីក្រ ឬ អយុត្តិធម៌ ពេលនោះនឹងមានការតស៊ូមតិ។ ជន្ទល់ដ៏រឹងមាំនៃយុទ្ធនាការតស៊ូមតិ គឺផែនការសកម្មភាពតស៊ូមតិដែលខ្លី និង ច្បាស់លាស់ រៀបចំឡើងផ្អែកតាមជំហានទាំង ៥ នៃចក្កវដ្តតស៊ូមតិ។ ទីបំផុត ផែនការនេះនឹងនាំផ្លូវយើងឆ្លងកាត់ឧបសគ្គ និង ការលំបាកនានា ដែលយើងត្រូវប្រឈមមុខ ដើម្បីនាំមកនូវការផ្លាស់ប្តូរពិតប្រាកដនៅក្នុងសហគមន៍របស់យើង។

នៅក្នុងសៀវភៅលើកក្រោយរបស់យើង ដែលមានចំណងជើងថា "**ការកសាងទំនាក់ទំនងជាមួយរដ្ឋាភិបាល**" យើងនឹងសិក្សាបច្ចេកទេសរៀបចំ និង បញ្ជូនព័ត៌មានតស៊ូមតិទៅមន្ត្រីរដ្ឋាភិបាល។

"កុំសង្ស័យឡើយថា ប្រជាពលរដ្ឋមួយក្រុមតូច ដែលចេះរិះគិត និង មានការប្តេជ្ញាចិត្ត មិនអាចផ្លាស់ប្តូរពិភពលោកបាននោះ ។ នេះគឺជារឿងពិតដែលធ្លាប់កើតមានរួចមកហើយ" ។

Margaret Mead

សទ្ទានុក្រម

គណនេយ្យភាព ឬ ការទទួលខុសត្រូវសាធារណៈ

អាចឆ្លើយចំពោះបុគ្គល និង អង្គភាព។

យុទ្ធនាការ

កម្រងសកម្មភាពមានទំនាក់ទំនងគ្នាជាយុទ្ធសាស្ត្រ ដើម្បីសម្រេចគោលបំណងរួមមួយ។

ការប្រឈមមុខ (Confrontation)

ជម្លោះកើតចេញពីការខ្វែងគំនិតគ្នា។

សមត្ថភាព

ភាពវាងវៃដែលអាចធ្វើ ឬ ផលិតអ្វីមួយ; លទ្ធភាព។

ក្រុមចម្រុះ (Coalition)

សម្ព័ន្ធភាពរវាងមនុស្ស អង្គការ គណបក្ស ឬ ប្រជាជាតិ។

ជនបាត់បង់សិទ្ធិបញ្ចេញមតិ (Disenfranchised)

ប្រជាពលរដ្ឋដែលត្រូវបាត់បង់សិទ្ធិក្នុងការបញ្ចេញមតិយោបល់

ផ្តល់សិទ្ធិអំណាច

បំពាក់ ឬ ផ្តល់លទ្ធភាពជំនាញ ឬ បង្កលទ្ធភាព។

ក្របខ័ណ្ឌការងារ (Framework)

បណ្តុំនៃការសន្មត គោលគំនិត គុណតម្លៃ និង របៀបអនុវត្ត ដែលបង្កើតរបៀបពិនិត្យមើលការពិត។

អនុវត្ត

មធ្យោបាយសម្រាប់សម្រេចគោលបំណងរួម; វិធី ឬ ភ្នាក់ងារ។

គោលបំណងជាក់លាក់

អ្វីមួយដែលគេត្រូវសម្រេចឱ្យបាន ឬ ព្យាយាមទៅឱ្យដល់។

អ្នកប្រឆាំង

បុគ្គលដែលមិនឯកភាពជាមួយអ្នកផ្សេងទៀត។

អ្នកតំណាង (Proxy)

បុគ្គល ឬ អ្វីមួយដែលទទួលបានសិទ្ធិអំណាច ដើម្បីធ្វើ សកម្មភាពជំនួសឱ្យបុគ្គលម្នាក់ផ្សេងទៀត ឬ អ្នកជំនួស។

អ្នកពាក់ព័ន្ធ

បុគ្គលដែលទទួលផលប្រយោជន៍ផ្ទាល់ នៅក្នុងលទ្ធផលនៃ សកម្មភាពមួយ។

អង្គគោលដៅ

អ្នកពាក់ព័ន្ធដែលមានអំណាចបំផុត ក្នុងការផ្លាស់ប្តូរគោល នយោបាយសាធារណៈ។ អង្គគោលដៅជាមនុស្ស មិនមែន ជាស្ថាប័នទេ។

តម្លៃ

គោលការណ៍ ខ្នាតគំរូ ឬ គុណភាពដែលគេគិតថាមាន តម្លៃ ឬ ដែលគេប្រាថ្នាចង់បាន។

ឯកសារយោង

សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែមអំពីប្រធានបទទាំងនេះ សូមអាន :

Advocacy Toolkit: Understanding Advocacy
ដោយ Graham Gordon, Tearfund (2002)

Advocacy Toolkit: Practical Action in Advocacy
ដោយ Graham Gordon, Tearfund (2002)

Advocacy: Building Skills for NGO Leaders
ដោយមជ្ឈមណ្ឌលសកម្មភាព អភិវឌ្ឍន៍ និង ប្រជាជន
The Center for Development and Population Activities (CEDPA) (1999)

សៀវភៅណែនាំអំពីយុទ្ធនាការតស៊ូមតិ : ដើម្បីពង្រីកបរិយាកាសប្រជាធិបតេយ្យនៅកម្ពុជា
ដោយ Christina Mansfield, Kurt MacLeod, et al. Pact (2003)

Advocacy in Cambodia: Increasing Democratic Space
ដោយ Christina Mansfield, Kurt MacLeod, Pact (2002)

A New Weave of Power, People & Politics: The Action Guide for Advocacy and Citizen Participation
ដោយ Lisa VeneKlasen with Valerie Miller, World Neighbors (2002)

Advocacy: What's it all about?
ដោយ WaterAid (2001)