របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវ

ទស្សនវិស័យនៃស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានៅកម្ពុជា ២០២៥

រៀបចំដោយៈ

នាយកដ្ឋានបរិវត្តកម្មឌីជីថលសហគ្រាស
នៃមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ"

២០២៥

© ២០២៥ មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ"

អគារមជ្ឈមណ្ឌលអភិវឌ្ឍធុរកិច្ច, ជាន់ទី ១១, មហាវិថី អូស៊ីអាយស៊ី, សង្កាត់ជ្រោយចង្វារ, ខណ្ឌជ្រោយចង្វារ, រាជធានីភ្នំពេញ (ស្នាក់ការកណ្តាល)

លេខទូរសព្ទ៖ (+៨៥៥) ៨៧ ៩៥៥ ៨៨៨

អ៊ីមែល៖ info@techostartup.center

គេហទំព័រ៖ www.techostartup.center

របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះជាសមិទ្ធផលរបស់ការិយាល័យស្រាវជ្រាវគោលនយោបាយក្នុងនាយកដ្ឋានបរិវត្តកម្មឌីជីថលសហគ្រាសនៃមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" ដោយទទួលបានការគាំទ្រថវិកាពី ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ។ លទ្ធផល, ការបកស្រាយ និងសេចក្តីសន្និដ្ឋានក្នុងរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ មិនឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីទស្សនៈរបស់មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" ឬក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុនោះទេ។

រូបថតទាំងអស់ដែលប្រើក្នុងរបាយការណ៍នេះគឺជាកម្មសិទ្ធរបស់ មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" ។ សិទ្ធិទាំងអស់ចំពោះរូបភាពត្រូវបានរក្សាទុក និងមិនអាចផលិតឡើងវិញ, ចែកចាយ ឬបង្ហាញដោយគ្មានការអនុញ្ញាតជាលាយលក្ខណ៍អក្សរពីមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" ឡើយ។

មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការប្រើប្រាស់ និងផ្សព្វផ្សាយនូវរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ ដោយសូមផ្តល់ការគោរពសិទ្ធិអ្នកនិពន្ធយ៉ាងពេញលេញ។

អ្នកត្រួតពិនិត្យ៖

- **ឯកឧត្តមបណ្ឌិត គង់ ម៉ារី**, រដ្ឋលេខាធិការនៃក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ និងជាអគ្គលេខាធិការនៃអគ្គលេខាធិការដ្ឋានគណៈកម្មាធិការសេដ្ឋកិច្ច និងធុរកិច្ចឌីជីថល

- **ឯកឧត្តមបណ្ឌិត តាំង ខួនលី**, នាយកប្រតិបត្តិមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ", អគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល, និងជាអគ្គលេខាធិការរងនៃអគ្គលេខាធិការនៃអគ្គលេខាធិការដ្ឋានគណៈកម្មាធិការសេដ្ឋកិច្ច និងធុរកិច្ចឌីជីថល

អ្នកកែសម្រួល៖ បណ្ឌិត វង្ស វិលីដា, នាយករងមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ"

អ្នកនិពន្ធ៖ ផុង គឹមឆូយ, ស្រ៊ូ លីហ៊ុល និងសោម វិសិដ្ឋវឌ្ឍនៈ

អ្នករចនាក្រាហ្វិក៖ អេង សុវឌ្ឍនៈ

អារម្ភកថា

ទស្សនវិស័យនៃ
ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា
នៅកម្ពុជា ២០២៥

ឯកឧត្តមបណ្ឌិត តាំង ខួនលី

នាយកប្រតិបត្តិ
មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ"

ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ប្រទេសកម្ពុជាកំពុងតែបន្តកសាង និងពង្រឹងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មី ឱ្យមានភាពរស់រវើក និងមានភាពប្រកួតប្រជែងខ្ពស់ ដែលកើតចេញពីឆន្ទៈ និងការគាំទ្ររបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងតួអង្គពាក់ព័ន្ធ, ជាពិសេសកើតពីមហិច្ឆតា និងការប្តេជ្ញារបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីកម្ពុជា។ របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះមានគោលបំណងស្វែងយល់ពីទស្សនៈ និងបញ្ហាប្រឈមរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ដែលលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវនេះ នឹងអាចក្លាយជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ការរៀបចំកម្មវិធីគាំទ្រនាពេលអនាគតឱ្យកាន់តែស្រប និងឆ្លើយតបតាមតម្រូវការរបស់ស្ថាបនិកទាំងនោះ។

ឆ្លងតាមរយៈបទពិសោធន៍ធ្វើការជាមួយស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីអស់រយៈពេលជាច្រើនឆ្នាំរួចមក, យើងបានមើលឃើញពីការស្រលាញ់បច្ចេកវិទ្យា និងឆន្ទៈដ៏មុតមាំរបស់ពួកគេក្នុងការកសាងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីមួយដែលអាចលើកកម្ពស់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ, ភាពច្នៃប្រឌិត និងការលូតលាស់របស់ធុរកិច្ចថ្មី និងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីទាំងមូល។ នៅពេលយើងពិនិត្យស៊ីជម្រៅទៅលើទស្សនវិស័យរបស់ស្ថាបនិកទាំងនេះ, ពួកគេបានបង្ហាញយ៉ាងច្បាស់ថា យន្តការគាំទ្រក្នុងទម្រង់ជាកម្មវិធី (Hackathons), កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម (Incubators) និងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម (Accelerators) ពិតជាមានសារៈសំខាន់ក្នុងការជួយពង្រឹងសមត្ថភាព ក៏ដូចជាធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេ។

យ៉ាងណាមិញ បើទោះជាគុណភាពនៃកម្មវិធីគាំទ្រទាំងនេះអាចនៅមានកម្រិត, យើងក៏នៅតែមិនអាចប្រកែកបានពីអត្ថប្រយោជន៍ដែលស្ថាបនិកផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទទួលបានពីកម្មវិធីទាំងនេះតាមរយៈការជួយតម្រង់ទិស, ការផ្តល់ធនធានគាំទ្រ និងការបណ្តុះ និងការកសាងបណ្តាញទំនាក់ទំនង។ ការណ៍នេះ បានជួយឱ្យធុរកិច្ចថ្មីទាំងនេះអាចបំប្លែងគំនិតអាជីវកម្មទៅជាធុរកិច្ចបាន។

ការស្វែងយល់អំពីបញ្ហាប្រឈមដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រទេសកម្ពុជាបានជួបប្រទះនៅមុនពេលចូលរួម, អំឡុងពេលចូលរួម និងក្រោយពេលចូលរួម នឹងជួយឱ្យកម្មវិធីគាំទ្រទាំងនេះរឹតតែមានភាពប្រសើរឡើង តាមរយៈការបង្កើនប្រសិទ្ធភាព, ភាពពាក់ព័ន្ធ និងផលជះកាន់តែខ្លាំងដល់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីដែលជាអ្នកចូលរួម។ ក្នុងទិដ្ឋភាពនៃការវិវឌ្ឍយ៉ាងឆាប់រហ័សរបស់សកលលោកទាំងក្នុងផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា និងភូមិសាស្ត្រនយោបាយ, ការបែងចែកធនធាន និងការអនុវត្តកម្មវិធីគាំទ្រនានាក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន នឹងមានឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងទៅលើការកសាង និងអភិវឌ្ឍសហគ្រិនភាពនាពេលអនាគត។ ក្នុងន័យនេះ, ភាគីពាក់ព័ន្ធដែលស្ថិតក្នុងវិស័យផ្សេងគ្នា រួមមាន រាជរដ្ឋាភិបាល, វិស័យឯកជន, ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និងគ្រឹះស្ថានអប់រំ ចាំបាច់ត្រូវធ្វើការរួមគ្នាជាធ្លុងមួយ ដើម្បីបង្កើនគុណភាពកម្មវិធីគាំទ្រដែលមានស្រាប់ឱ្យរឹតតែមានភាពប្រសើរឡើង និងបង្កើតនូវគំនិតផ្តួចផ្តើមដទៃទៀតនាពេលអនាគត ប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់។ ការណ៍នេះនឹងបង្កើតនូវប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីដែលជួយគាំទ្រដល់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ក្នុងការបំពេញនូវកង្វះខាតរបស់ពួកគេ ក៏ដូចជាជំរុញនវានុវត្តន៍សំដៅបង្កើនផលវិជ្ជមានទាំងសម្រាប់ស្ថាបនិក ក៏ដូចជាសេដ្ឋកិច្ចប្រទេសកម្ពុជាទាំងមូល។

ខ្ញុំសង្ឃឹមថា របាយការណ៍នេះ នឹងអាចក្លាយជាកាតាលីករមួយក្នុងការបំផុសការជជែកពិភាក្សា និងបង្កើនសកម្មភាពនានាដែលអាចនាំទៅរកបម្លាស់ប្តូរប្រកបដោយភាពវិជ្ជមាន សំដៅជំរុញការគាំទ្រឱ្យកាន់តែរឹងមាំដែលអាចឆ្លើយតបនឹងគោលដៅរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។

ថ្ងៃសុក្រ ៦កើត ខែអាសាឍ ឆ្នាំ ម្សាញ់ សប្តស័ក ព.ស. ២៥៦៩

រាជធានីភ្នំពេញ, ថ្ងៃទី២៧ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ ២០២៥

នាយកប្រតិបត្តិមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ"

TECHO STARTUP CENTER

បណ្ឌិត តាំង ខួនលី

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវស្តី "ទស្សនវិស័យនៃស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានៅកម្ពុជា ២០២៥" នេះ ត្រូវបានរៀបចំឡើងក្រោមការគាំទ្រពីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ និងមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ"។

ក្រុមការងារស្រាវជ្រាវសូមគោរពថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ និងជាពិសេសជូនចំពោះ **ឯកឧត្តមបណ្ឌិត គង់ ម៉ារី**, រដ្ឋលេខាធិការនៃក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ និងជាអគ្គលេខាធិការនៃអគ្គលេខាធិការដ្ឋានគណៈកម្មាធិការសេដ្ឋកិច្ច និងធុរកិច្ចឌីជីថល និង **ឯកឧត្តមបណ្ឌិត តាំង ខួនលី**, នាយកប្រតិបត្តិមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ", អគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល, និងជាអគ្គលេខាធិការរងនៃអគ្គលេខាធិការនៃអគ្គលេខាធិការដ្ឋានគណៈកម្មាធិការសេដ្ឋកិច្ច និងធុរកិច្ចឌីជីថល សម្រាប់ការផ្តល់ជាព័ត៌មាន និងដំបូន្មានដ៏មានតម្លៃ ក្នុងការសម្រួច និងកំណត់នូវរចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវនេះ ក្នុងអំឡុងពេលដំណាក់កាលបឋម។

ក្រុមការងារស្រាវជ្រាវសូមសម្តែងអំណរគុណដោយសុទ្ធចិត្តជូនចំពោះ **លោកស្រីបណ្ឌិត វង្ស វីលីដា**, នាយករងមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" សម្រាប់ការផ្តល់នូវការគាំទ្រឥតឈប់ឈរ និងការណែនាំដ៏មានតម្លៃ ដែលប្រៀបដូចជាឧបករណ៍ចម្លាក់ ធ្លាក់ឱ្យរបាយការណ៍ចុងក្រោយចេញជារូបរាងបែបនេះឡើង។ ក្រុមការងារក៏សូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះសហការីនៅនាយកដ្ឋានអភិវឌ្ឍធុរកិច្ចថ្មីនៃមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" ដែលបានផ្តល់ជូននូវបញ្ជីរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា និងធ្វើការជាមួយគ្នាក្នុងការជ្រើសរើសធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាគោលដៅ ដើម្បីចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ។ ជាមួយគ្នានេះដែរ, ក្រុមការងារក៏សូមសម្តែងអំណរគុណចំពោះស្ថាបនិករបស់ធុរកិច្ចថ្មីចំនួន ៦ ដែលរួមមាន៖

- **(១)** រក្សាដឹកជញ្ជូន (Raksa Delivery),
- **(២)** អិនអាយឌី (NID),
- **(៣)** ប៉ូលីមែរ អ៊ីនវ៉យ (Polymer Invoice),
- **(៤)** ស្រង់ (Srong),
- **(៥)** ថែរក្សាសុខភាពចល័ត ម៉ាច់ (MUCH Mobile Healthcare), និង
- **(៦)** ខ្មែរ ២៤ (Khmer24)

ដែលបានចូលរួមគាំទ្រក្នុងអំឡុងពេលការធ្វើតេស្តសាកល្បងនូវកម្រងសំណួរសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវនេះ។ ក្រុមការងារក៏សូមសម្តែងអំណរគុណអស់ពីបេះដូង ជូនចំពោះស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទាំងអស់ដែលបានចំណាយពេលវេលាដ៏មានតម្លៃ និងចូលរួមចំណែកផ្តល់ព័ត៌មានយ៉ាងសកម្មក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ។ របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវនេះ ពិតជាមិនអាចសម្រេចបានដោយជោគជ័យឡើយ បើមិនមានវត្តមានរបស់អ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ចូលរួម។

ការរួមចំណែក និងការគាំទ្រដូចដែលបានរៀបរាប់ខាងលើពិតជាមានតម្លៃមិនអាចកាត់ថ្លៃបាន។ ជាថ្មីម្តងទៀត ក្រុមការងារស្រាវជ្រាវសូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់។ ក្រុមការងារសង្ឃឹមថា, របាយការណ៍ "**ទស្សនវិស័យនៃស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានៅកម្ពុជា ២០២៥**" នឹងអាចចូលរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវកម្មវិធីគាំទ្រសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា សំដៅជំរុញការរីកលូតលាស់ធុរកិច្ចថ្មី ក៏ដូចជាចូលរួមចំណែកដល់ការបង្កើនភាពរស់រវើក និងនិរន្តរភាពនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនាពេលអនាគត។

មាតិកា

អារម្ភកថា..........i
សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ..........iii
មាតិកា..........iv
មូលន័យសង្ខេប..........v
បញ្ជីរូបភាព..........x
បញ្ជីប្រអប់..........xi
បញ្ជីពាក្យកាត់..........xii
និយមន័យពាក្យគន្លឹះ..........xiii

០១ - សេចក្តីផ្តើម..........១
១.១. សាវបាន..........២
១.២. សនិទានភាព..........៤
១.៣. គោលដៅ និងគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ..........៥
១.៤. ទំហំ និងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ..........៦

០២ - វិធីសាស្ត្រ..........៧
២.១. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ..........៨
២.២. អ្នកចូលរួមគោលដៅ, ទំហំសំណាក និងបច្ចេកទេសជ្រើសរើសសំណាក..........៨
២.៣. ការប្រមូល និងគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ..........១០

០៣ - លទ្ធផលគន្លឹះ និងការពិភាក្សាលទ្ធផល..........១១
៣.១. ព័ត៌មានប្រជាសាស្ត្រសំខាន់ៗ..........១២
៣.២. កម្មវិធី Hackathons..........១៤
៣.២.១. ដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម..........១៤
៣.២.២. ដំណាក់កាលពេលចូលរួម..........១៦
៣.២.៣. ដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួម..........១៨
៣.៣. កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម..........២០
៣.៣.១. ដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម..........២០
៣.៣.២. ដំណាក់កាលពេលចូលរួម..........២១
៣.៣.៣. ដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួម..........២៥
៣.៤. កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម..........២៨
៣.៤.១. ដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម..........២៨
៣.៤.២. ដំណាក់កាលពេលចូលរួម..........៣០
៣.៤.៣. ដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួម..........៣៣

០៤ - សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍..........៣៦
៤.១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន..........៣៧
៤.២. អនុសាសន៍..........៣៩

០៥ - ដំណើររឿងធុរកិច្ចថ្មី ទាំង ៣៩..........៤០
ឯកសារយោង..........៨៤

មូលន័យសង្ខេប

ទស្សនវិស័យនៃ
ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា
នៅកម្ពុជា ២០២៥

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាមានចក្ខុវិស័យក្នុងការសម្រេចឱ្យបាននូវការក្លាយខ្លួនជាប្រទេសដែលមានប្រាក់ចំណូលមធ្យមកម្រិតខ្ពស់ត្រឹមឆ្នាំ ២០៣០ និងក្លាយជាប្រទេសដែលមានប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ត្រឹមឆ្នាំ ២០៥០ ដោយបានកំណត់សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលជាចលករមួយដ៏សំខាន់ក្នុងការលើកកម្ពស់ផលិតភាព និងកំណើនគ្រប់វិស័យ។ ក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមឌីជីថល ២០២១-២០៣៥ និងយុទ្ធសាស្ត្របញ្ជោកោណដំណាក់កាលទី ១ ត្រូវបានដាក់ចេញដើម្បីគាំទ្រដល់ការពង្រីកសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ដោយរំលេចនូវតួនាទីសំខាន់របស់ធុរកិច្ចឌីជីថល ជាពិសេសធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។ ធុរកិច្ចថ្មីទាំងនេះប្រើប្រាស់នវានុវត្តន៍ និងបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីអាចសម្របចូលយ៉ាងរហ័សទៅក្នុងបម្លាស់ប្តូរនៃទីផ្សារដែលធ្វើឱ្យពួកគេមានភាពចំណេញផ្នែកប្រកួតប្រជែង ច្រើនជាងក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្មធំៗ ។

នវានុវត្តន៍ មានសារៈសំខាន់សម្រាប់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។ ដូចនេះ ការគាំទ្រធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា និងស្ថាបនិករបស់ធុរកិច្ចថ្មីទាំងនេះ គឺមានភាពចាំបាច់ ដើម្បីពួកគេអាចនាំយកនូវគំនិតបែបនវានុវត្តន៍ សម្រាប់លើកកម្ពស់ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសហគ្រិនភាពក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

ផ្អែកតាម Phong et al. (2022), ជាង ៩៥% នៃស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានទទួលការគាំទ្រយ៉ាងហោចណាស់មួយពីស្ថាប័នគាំទ្រសហគ្រិនភាព (ESO) រួមមាន កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម (Incubators), កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម (Accelerators), ព្រឹត្តិការណ៍នានា, ការបណ្តុះបណ្តាល, ការតម្រង់ទិស, ការកសាងបណ្តាញទំនាក់ទំនង និងមូលនិធិ ជាដើម។

យ៉ាងណាមិញ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាជាច្រើនបានជួបប្រទះបញ្ហាក្នុងការទទួលបានការគាំទ្រទាំងនេះ។

Bunthan et al. (2024) បានបង្ហាញថា កម្មវិធីគាំទ្រទូទៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា រួមមាន កម្មវិធី Hackathons, កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មី ប៉ុន្តែពួកគេជួបបញ្ហាប្រឈមក្នុងការទាញយកប្រយោជន៍ពីកម្មវិធីគាំទ្រទាំងនេះ។ បើទោះជាមានការសិក្សាមួយចំនួនកន្លងមកហើយក្តី, ក៏ការសិក្សាទាំងនោះនៅមានកង្វះខាតការសិក្សាស៊ីជម្រៅទៅលើបញ្ហាប្រឈមជាក់លាក់ដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រទេសកម្ពុជាជួបប្រទះនៅពេលពួកគេផ្សារភ្ជាប់ខ្លួនជាមួយកម្មវិធីគាំទ្រទាំងនេះ។

ដូចនេះ ការស្រាវជ្រាវអំពី "**ទស្សនវិស័យនៃស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានៅកម្ពុជា ២០២៥**" ពិតជាផ្តល់នូវសារប្រយោជន៍ក្នុងការស្វែងយល់ទៅលើបទពិសោធន៍ និងទស្សនវិស័យរបស់ពួកគេទៅលើកម្មវិធីគាំទ្រទាំងនេះ។ ការស្រាវជ្រាវនេះ មានគោលដៅផលិតនូវពុទ្ធិដ៏មានតម្លៃ ដែលបង្កើតចេញពីទស្សនវិស័យ និងបទពិសោធន៍របស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលនឹងជួយពង្រឹងកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ នាពេលអនាគត។ កម្មវិធីទាំង ៣ នោះ រួមមាន កម្មវិធី Hackathons, កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម។ ការស្រាវជ្រាវនេះមានគោលបំណងចំនួន ២ សំខាន់ៗ រួមមាន៖

(១) ស្វែងយល់ពីទស្សនៈ និងបទពិសោធន៍របស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ពាក់ព័ន្ធនឹងបញ្ហាប្រឈមដែលពួកគេជួបប្រទះពេលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ និង

(២) កំណត់ចំណុចគួរកែលម្អក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រដែលស្នើដោយស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។

អ្នកចូលរួមគោលដៅគឺស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលធ្លាប់បានចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Hackathons, កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម ឬកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ។ ការស្រាវជ្រាវមានចេតនាបញ្ចូលស្ថាបនិកដែលមកពីវិស័យ, គំរូអាជីវកម្ម, និងដំណាក់កាលអាជីវកម្មផ្សេងៗគ្នា ដើម្បីទទួលបានពុទ្ធិគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ និងពេញលេញ។ អភិក្រមនៃការស្រាវជ្រាវបែបគុណវិស័យត្រូវបានប្រើសម្រាប់ការជ្រើសរើសសំណាក,ការប្រមូលទិន្នន័យ និងការវិភាគទិន្នន័យ។ វិធីជ្រើសរើសសំណាកបែបតាមគោលបំណង (Purposive Sampling) និងបែបបាល់ព្រិល (Snowball Sampling) ត្រូវបានប្រើក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ។

ការប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រនេះ ដោយសារលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យជាក់លាក់មួយ របស់អ្នកចូលរួមគោលដៅ គឺជាស្ថាបនិកដែលមានបទពិសោធន៍ចូលរួមយ៉ាងហោចណាស់ក្នុងកម្មវិធីមួយក្នុងចំណោមកម្មវិធី Hackathons, កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម ឬកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម។ ការសម្ភាសស៊ីជម្រៅ (IDIs) អមជាមួយនឹងមគ្គុទ្ទេសក៍សម្ភាសត្រូវបានប្រើក្នុងការប្រមូលទិន្នន័យហើយព័ត៌មានដែលប្រមូលបាន ត្រូវយកទៅធ្វើប្រតិចារិក និងវិភាគក្នុងកម្មវិធី NVivo ជំនាន់ ១២ ។ ការស្រាវជ្រាវនេះបានប្រើបច្ចេកទេសវិភាគទិន្នន័យចំនួន ២ គឺ ការកូដបែបអនុមានរួម (Inductive Coding) និងការវិភាគមូលបទ (Thematic Analysis)។

ការស្រាវជ្រាវនេះ មានការសម្ភាស IDIs ជាមួយស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ចំនួន ៤២ នាក់ ដែលអាយុរបស់

ពួកគេជាមធ្យម គឺ ៣១ ឆ្នាំ ដោយស្ថិតនៅចន្លោះពី ១៩ ទៅ ៤៦ ឆ្នាំ។

ក្នុងចំណោមអ្នកចូលរួមទាំងអស់នេះ មាន ២៨ នាក់ជាស្ត្រី, ភាគច្រើននៃអ្នកចូលរួមបានបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ, សម្រាប់មុខវិជ្ជាដែលរៀន មាន ១៦ នាក់ បានបញ្ចប់ជំនាញផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រ កុំព្យូទ័រ និង ១១ នាក់ផ្សេងទៀតមានជំនាញផ្នែកធុរកិច្ច និងសេដ្ឋកិច្ច។ សម្រាប់វិស័យវិញ, ក្នុងចំណោមធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ៤២, ភាគច្រើន ពួកគេជាធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកអភិវឌ្ឍន៍សេវាកម្ម (Development Services) ដែលមានចំនួន ៨, ផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ មានចំនួន ៦, ផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មមានចំនួន ៦, ផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាអប់រំ មានចំនួន ៦ និងផ្នែកពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងឡូជីស្ទិក មានចំនួន ៤ ។

សម្រាប់គំរូអាជីវកម្មវិញ, ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ២៨ មានគំរូអាជីវកម្ម ធុរកិច្ចទៅធុរកិច្ច (B2B) និង ២២ ទៀត គឺ ធុរកិច្ចទៅអតិថិជន (B2C)។ ភាគច្រើននៃធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលចាប់ផ្តើមប្រតិបត្តិការ (Early Operational) ឬប្រតិបត្តិការ (Operational) ដោយចំនួនធុរកិច្ចថ្មីក្នុងដំណាក់កាលទាំង ២ នេះបូកបញ្ចូលគ្នា មានចំនួន ២៥ ។ ជាមធ្យម, ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទាំងនេះ ត្រូវបានបង្កើតឡើងអស់រយៈពេល ៣ ឆ្នាំមកហើយ និងមានសហស្ថាបនិកជាមធ្យមចំនួន ២ នាក់ បើទោះជាចំនួនអតិបរមា សហស្ថាបនិកមានរហូតដល់ ៥ នាក់ ក៏ដោយ។ អតិថិជនចម្បងរបស់ពួកគេ គឺសហគ្រាស និងអ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅ។

កម្មវិធី Hackathons

កម្មវិធីគាំទ្រដំបូងគឺ កម្មវិធី Hackathons ដែលក្នុងនេះបានបង្ហាញថា ក្នុងចំណោមស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ៤២ នាក់ មានត្រឹមតែ ១៤ នាក់ប៉ុណ្ណោះដែលបានចូលរួមក្នុងកម្មវិធីនេះក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ។ ដើម្បីអាចកែលម្អកម្មវិធីនេះនាពេលអនាគតក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម (Pre-participating Stage), ស្ថាបនិកទាំងនេះបានផ្តល់ជាយោបល់កែលម្អទៅលើ ភាពច្បាស់លាស់ និងព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ក្នុងសេចក្តីប្រកាសអំពីលក្ខខណ្ឌជ្រើសរើស, មូលបទនៃកម្មវិធីដែលរៀបចំដោយផ្អែកលើវិស័យបច្ចេកវិទ្យា និងគុណវុឌ្ឍិមានលក្ខណៈបើកចំហសម្រាប់អតីតសិក្ខាកាមដែលធ្លាប់ចូលរួមហើយ, ការពង្រីកកម្មវិធីទៅតាមបណ្តាខេត្តសក្តានុពលក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងការផ្សព្វផ្សាយសេចក្តីប្រកាសតាមបណ្តាប្រព័ន្ធនានាបន្ថែមពីលើបណ្តាញសង្គម។ បញ្ហាប្រឈមក្នុងអំឡុងពេលចូលរួម (During Participating Stage) រួមមាន៖

(១) លក្ខខណ្ឌតម្រូវឱ្យមានការចូលរួមដោយផ្ទាល់,
(២) បញ្ហាភាសា,
(៣) គុណភាពរបស់អ្នកតម្រង់ទិស,
(៤) ដំណើរការកម្មវិធីមានល្បឿនលឿន, និង
(៥) ការកែប្រែគំនិតអាជីវកម្មដើមរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មី។

ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាទាំង ៥ នេះ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានផ្តល់ជាមតិយោបល់កែលម្អទៅលើអភិក្រមរៀបចំការបណ្តុះបណ្តាល និងការបង្កើនគុណភាពនៃការតម្រង់ទិស។ ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក៏ទទួលបានការគាំទ្រទៅលើទំនាក់ទំនងជាប់លាប់ជាប្រចាំ និងការឡើងទៅកម្មវិធីគាំទ្របន្តបន្ទាប់ពីបានបញ្ចប់កម្មវិធី Hackathons រួចទៅ។

កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម

ការស្រាវជ្រាវនេះបានរកឃើញថា ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ២៨ នាក់ ក្នុងចំណោម ៤២ នាក់ បានចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្មក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ។ យោបល់សំខាន់របស់ស្ថាបនិកទាំងនេះទៅលើចំណុចកែលម្អនូវកម្មវិធីនេះ ក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម រួមមាន ការផ្សព្វផ្សាយសេចក្តីប្រកាសឱ្យបានល្អជាងមុន និងយន្តការឆ្លើយតបបញ្ជាក់។ បញ្ហាក្នុងអំឡុងពេលចូលរួម គឺ៖

(១) កម្មវិធីសិក្សាមិនសូវមានលក្ខណៈសមស្រប ដោយមុខវិជ្ជារៀនមានភាពទូទៅពេក និងមិនជាក់លាក់,
(២) កម្មវិធីមានលក្ខណៈប្រពលភាព (Intensive) ជាមួយនឹងលក្ខខណ្ឌតម្រូវឱ្យមានការចូលរួមដោយផ្ទាល់ច្រើនពេក,
(៣) ការមិនបង្ហាញលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ ជាពិសេសលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យពេលប្រកួតប្រជែង,
(៤) កង្វះអន្តរទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកតម្រង់ទិស, និង
(៥) កង្វះគុណភាពក្នុងការតម្រង់ទិស។

ការស្នើសម្រាប់ការកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមនៃកម្មវិធី រួមមាន ការផ្តល់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ, ការបញ្ជាក់លក្ខខណ្ឌជ្រើសរើសអ្នកតម្រង់ទិសច្បាស់លាស់ជាងមុន និងការធានានូវគុណភាពនៃការតម្រង់ទិស ជាពិសេសការគាំទ្រមួយទល់មួយ។ ការគាំទ្របន្ទាប់ពីកម្មវិធីបានបញ្ចប់ដែលបានផ្តល់ជូនស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា រួមមាន ការចូលទៅកាន់មូលនិធិ, ការតម្រង់ទិសជាបន្តបន្ទាប់, ការផ្សព្វផ្សាយយីហោ (Branding) និងការផ្តល់ជូននូវកន្លែងធ្វើការដោយឥតគិតថ្លៃ ជាដើម។ នៅជ្រុងម្ខាងទៀត, ស្ថាបនិកដែលមិនទទួលបានការគាំទ្រអ្វីសោះបន្ទាប់ពីកម្មវិធីបានបញ្ចប់ ពួកគេចង់បានការ-

គាំទ្រផ្នែកការកសាងបណ្ដាញទំនាក់ទំនង និងការគាំទ្រជាបន្ត-បន្ទាប់ផ្សេងទៀត។

កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម

ការស្រាវជ្រាវបានរកឃើញថាស្ថាបនិកចំនួន ៣២ នាក់ ក្នុងចំណោម ៤២ នាក់ធ្លាប់បានចូលរួមកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ។ ក្នុងដំណាក់មុនពេលចូលរួម, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីបានស្នើជាយោបល់កែលម្អទៅលើផ្នែក ៤ សំ-ខាន់ៗ រួមមាន ការផ្សព្វផ្សាយសេចក្ដីប្រកាស, ខ្លឹមសារសេចក្ដី-ប្រកាស, លក្ខខណ្ឌជ្រើសរើស និងកាលវិភាគ។ ក្នុងអំឡុងពេលចូលរួមវិញ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានជួបប្រទះបញ្ហាប្រឈមរួមមាន៖

(១) សមតុល្យរវាងលក្ខខណ្ឌតម្រូវឱ្យមានការចូលរួមដោយផ្ទាល់ ជាមួយនឹងភារកិច្ចប្រតិបត្តិអាជីវកម្មរបស់ស្ថាបនិក,
(២) ការខ្វាស់កាលវិភាគ និងការផ្លាស់ប្ដូរកាលវិភាគលឿនពេក,
(៣) គម្លាតខុសគ្នានៃកម្រិតសមត្ថភាពរបស់អ្នកចូលរួម,
(៤) កង្វះអ្នកតម្រង់ទិសដែលមានបទពិសោធន៍,
(៥) បញ្ហាភាសាដែលប្រើតែភាសាអង់គ្លេស, និង
(៦) កង្វល់ទៅលើជំនាញរបស់គណៈកម្មការ។

ស្ថាបនិកទាំងនេះបានផ្ដល់ជាយោបល់ឱ្យមានការកែលម្អទៅលើការតម្រង់ទិស, កម្មវិធីសិក្សាជា ២ ភាសាហើយមានលក្ខណៈជាក់លាក់, លក្ខណ្ឌជ្រើសរើសឱ្យសមស្រប និងជម្រើសក្នុងការ-ធ្វើបទបង្ហាញ (Pitch) ជាភាសាខ្មែរ ឬភាសាអង់គ្លេស។ ស្ថាប-និកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលបានទទួលការគាំទ្របន្ទាប់ពីកម្ម-វិធីបានបញ្ចប់ទៅ បានរំលេចនូវការគាំទ្រចម្បងៗ ដែលពួកគេទទួលបាន រួមមាន បណ្ដាញទំនាក់ទំនង, ឱកាសអភិវឌ្ឍន៍, ការ-ផ្សព្វផ្សាយយីហោ និងការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកទេស។ ក្រុមស្ថាបនិកដែលមិនបានទទួលការគាំទ្របន្ទាប់ពីកម្មវិធីបានបញ្ចប់ ក៏ចង់បានប្រភេទនៃការគាំទ្រដែលមានលក្ខណៈប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងការគាំទ្របែបហ្នឹងផងដែរ ។

ការស្រាវជ្រាវនេះអាចទាញសេចក្ដីសន្និដ្ឋានបានថា ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានផ្សារភ្ជាប់ខ្លួនទៅនឹងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មច្រើនជាងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម និងកម្មវិធី Hackathons ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ។

ស្ថាបនិកទាំងនេះបានរំលេចនូវខ្លឹមសារនៃសេចក្ដីប្រកាស ក៏ដូចជាការផ្សព្វផ្សាយអំពីកម្មវិធី គឺជាកត្តាចាំបាច់សម្រាប់ពួកគេក្នុងការធ្វើសេចក្ដីសម្រេចចិត្តចូលរួម។ មានស្ថាបនិកជាច្រើនបានលើកពីកង្វល់នៃកង្វះអ្នកតម្រង់ទិសដែលមានគុណភាព និងបានកំណត់ថាតម្រូវការនៃការចូលរួមដោយផ្ទាល់ និងកិច្ចខំប្រឹងប្រែងនានា ជាបញ្ហាប្រឈមចម្បងសម្រាប់ការចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្រ។ ជាងនេះទៀត, ស្ថាបនិកខ្លះបានបង្ហាញនូវការចង់បានការគាំទ្រដែលមានសង្គតិភាពបន្ទាប់ពីកម្មវិធីនីមួយៗ បានបញ្ចប់ហើយ ប្រភេទនៃការគាំទ្រទាំងនោះ ភាគច្រើនស្រដៀងទៅនឹងការគាំ-ទ្រដែលស្ថាបនិកមួយចំនួនទទួលបានរួចទៅហើយបន្ទាប់ពីកម្ម-វិធីបានបញ្ចប់ ដែលការគាំទ្រទាំងនេះអាចជួយនិរន្តរភាពនៃកំ-ណើន និងការអភិវឌ្ឍរបស់ពួកគេ។ អនុសាសន៍ទាញចេញពីលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវនេះ មានដូចខាងក្រោម៖

- **សម្រាប់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា៖**
  ស្ថាបនិកគួរសកម្មក្នុងការស្វែងរកឱកាសដើម្បីបង្កើនចំណេះដឹង និងជំនាញ សំដៅជំរុញការអភិវឌ្ឍខ្លួន និងភាពធន់ ដែលជាលក្ខខណ្ឌសំខាន់សម្រាប់ភាពជោគជ័យក្នុងទិដ្ឋភាពសហគ្រិន។ នៅពេលស្វែងរកកម្មវិធីគាំទ្រនានា, ពួកគេគួរសិក្សាស្រាវជ្រាវឱ្យបានស៊ីជម្រៅពីកម្ម-វិធី ដែលស្របនឹងគោលបំណងនៃអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ហើយផ្ទៀងផ្ទាត់ថាធុរកិច្ចថ្មីរបស់ខ្លួនមានលក្ខណៈស្រប តាមលក្ខខណ្ឌចូលរួមដែរឬទេ។ ជាងនេះទៀត, ពួកគេត្រូវតាំងចិត្ត, បង្កើនឆន្ទៈក្នុងការត្រៀមខ្លួន និងលះបង់ពេលវេលា ព្រមទាំងបែងចែកបុគ្គលិកដែលចាំបាច់ដើម្បីអាចទាញយកប្រយោជន៍ពីកម្មវិធីគាំទ្រឱ្យបានពេញ-លេញ។ ជាជាងផ្ដោតលើការប្រកួតយករង្វាន់លើកទឹក-ចិត្ត ឬពានរង្វាន់ផ្សេងទៀត, ស្ថាបនិកគួរផ្លាស់ប្ដូរផ្នត់គំ-និតរបស់ខ្លួន ដោយដាក់ក្ដីពឹងទុកពីការចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្រ ជាឱកាសដើម្បីបង្កើនចំណេះដឹង និងជំនាញ។ ចុងក្រោយ, ស្ថាបនិកគួរផ្ដល់ដំណឹងជាទៀងទាត់ឱ្យអ្នករៀបចំកម្មវិធីគាំទ្រ អាចដឹងពីស្ថានភាព, វឌ្ឍនភាព និងបញ្ហាប្រឈមនៃអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ដើម្បីអាចស្រូបទាញតម្លៃនៃការចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបានជាអតិបរមា។

- **សម្រាប់អ្នករៀបចំកម្មវិធី៖**
  អ្នករៀបចំកម្មវិធីគួរផ្សព្វផ្សាយឱ្យច្បាស់លាស់នូវសេចក្ដីប្រកាសកម្មវិធី ជាពិសេសពេលវេលា, លក្ខខណ្ឌជ្រើស-រើសសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មី និងអត្ថប្រយោជន៍នៃការចូលរួមក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រ។ ពួកគេគួរធានានូវនីតិវិធីជ្រើសរើសធុរកិច្ច-ថ្មី ចូលរួម ឱ្យមានភាពយុត្តិធម៌ និងសមធម៌, កំណត់អ្នកតម្រង់ទិសដែលមានគុណភាពខ្ពស់ និងជ្រើសរើសគណៈ-កម្មការជាក់ពិន្ទុដែលមានសមត្ថភាពផ្ដល់ការវាយតម្លៃក្នុង

ថ្ងៃនៃបទបង្ហាញ (Pitch Day)។ កម្មវិធីគាំទ្រដែលមានរចនាសម្ព័ន្ធល្អគួរអនុលោមតាមវឌ្ឍនភាពនៃដំណើរការដោយចេញពីកម្មវិធី Hackathons, បន្តទៅកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និងភ្ជាប់បន្តទៅកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម ហើយជាចុងក្រោយ ពង្រីកទៅកម្មវិធីក្រោយពន្លឿនអាជីវកម្ម (Post Accelerators)។ កម្មវិធីគាំទ្រទាំងនេះ អាចផ្តោតជាពិសេសនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្ត ឬក្រុងដែលមានសក្តានុពលនានា។ មូលនិធិបណ្តុះពន្លក (Seed Funding) គួរផ្តល់ជូនដល់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីជួយពួកគេក្នុងការអភិវឌ្ឍគំរូផលិតផល ហើយស្របពេលជាមួយគ្នាត្រូវជំរុញការភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកវិនិយោគសក្តានុពលដើម្បីអាចលើកកម្ពស់ភាពជាដៃគូដែលមានតម្លៃផ្សេងៗ។ ជាចុងក្រោយ, អ្នករៀបចំកម្មវិធីគួរផ្តល់ការគាំទ្រក្រោយកម្មវិធីបានបញ្ចប់ ប្រកបដោយការយកចិត្តទុកដាក់ ដល់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទាំងអស់ ដើម្បីធានានូវការលូតលាស់បន្ត ដោយមិនគិតពីជ័យជំនះនៃការប្រកួតប្រជែងរបស់ស្ថាបនិកទាំងនោះក្នុងអំឡុងពេលចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្រឡើយ។

បញ្ជីរូបភាព

រូបភាពទី ១.១
គោលដៅ និងគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ.....៥

រូបភាពទី ២.១
អ្នកចូលរួមគោលដៅ.....៨

រូបភាពទី ២.២
រយៈពេលនៃការប្រមូល និងការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ.....១០

រូបភាពទី ៣.១
ព័ត៌មានប្រជាសាស្ត្រសំខាន់ៗ របស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា និងស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា.....១២

រូបភាពទី ៣.២
ចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Hackathons.....១៥

រូបភាពទី ៣.៣
បញ្ហាប្រឈម និងចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Hackathons.....១៧

រូបភាពទី ៣.៤
ប្រភេទនៃការគាំទ្រដែលទទួលបានក្នុងដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Hackathons.....១៩

រូបភាពទី ៣.៥
ចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម.....២១

រូបភាពទី ៣.៦
បញ្ហាប្រឈម និងចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម.....២៣

រូបភាពទី ៣.៧
ការគាំទ្របន្ទាប់ពីកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្មបានបញ្ចប់.....២៦

រូបភាពទី ៣.៨
ចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម.....២៩

រូបភាពទី ៣.៩
ចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម.....៣២

រូបភាពទី ៣.១០
ការគាំទ្របន្ទាប់ពីកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មបានបញ្ចប់.....៣៤

បញ្ជីប្រអប់

ប្រអប់ទី ៣.១
និយមន័យ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃកម្មវិធី Hackathons..........១៤

ប្រអប់ទី ៣.២
និយមន័យ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម..........២០

ប្រអប់ទី ៣.៣
និយមន័យ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម..........២៨

កខគ បញ្ជីពាក្យកាត់

B2B	ធុរកិច្ចទៅធុរកិច្ច (Business to Business)
B2B2C	ធុរកិច្ចទៅធុរកិច្ចទៅអតិថិជន (Business to Business to Consumer)
B2C	ធុរកិច្ចទៅអតិថិជន (Business to Customer)
C2C	អតិថិជនទៅអតិថិជន (Customer to Customer)
ESO	ស្ថាប័នគាំទ្រសហគ្រិនភាព (Enterpreneship Support Organization)
FinTech	បច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ (Financial Technology)
IDI	ការសុីសម្ភាសស៊ីជម្រៅ (In-Depth Interview)
MVP	ផលិតផលមានមុខងារអប្បបរមា (Minimum Viable Product)
NUM	សាកលវិទ្យាល័យជាតិគ្រប់គ្រង (National University of Cambodia)
RGC	រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា (Royal Government of Cambodia)
SMEs	សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (Small and Medium Enterprises)
UNDP	កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហប្រជាជាតិ (United Nations Development Programme)

និយមន័យនៃពាក្យគន្លឹះ

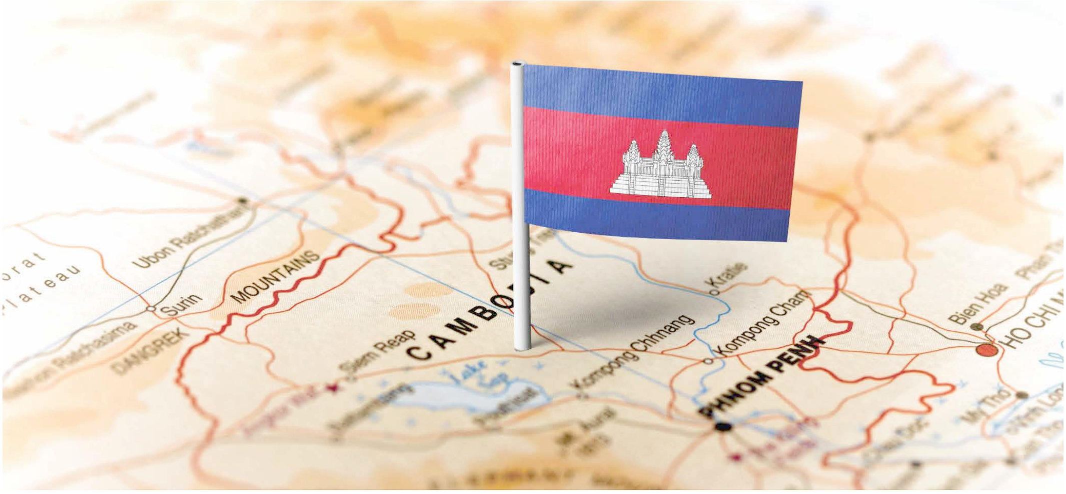
ពាក្យគន្លឹះ		និយមន័យ
ធុរកិច្ចថ្មី		ស្ថាប័ន ឬដំណើរការដែលបង្កើត និងគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មដោយប្រើនវានុវត្តន៍ជាស្នូលដើម្បីអភិវឌ្ឍគំរូអាជីវកម្មក្រោមលក្ខខណ្ឌមិនប្រាកដប្រជា និងប្រថុយប្រថាន ប៉ុន្តែមានសក្តានុពលធំធេងសម្រាប់ការរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័ស (Techo Startup Center, 2020)។
ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា		ធុរកិច្ចថ្មីមួយដែលនាំយកផលិតផល ឬសេវាកម្មបច្ចេកវិទ្យាចូលមកកាន់ទីផ្សារ (Kem et al., 2019)។
ស្ថាបនិក		បុគ្គលម្នាក់ដែលមានគំនិត និងបម្លែងគំនិតនោះឱ្យទៅជាធុរកិច្ចថ្មីមួយ។ ស្ថាបនិក អាចបង្កើតធុរកិច្ចមួយដោយខ្លួនឯង ឬជាមួយអ្នកដទៃដែលហៅថា សហស្ថាបនិក (The Startups Team, 2022)។
ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា		សង្គមមួយនៃស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ពោរពេញដោយគំនិតផ្តួចផ្តើមដែលបានបំពាក់ជាមួយនឹងជំនាញ, មានភាពក្លេងខ្លី, មានជវភាពជាមួយនឹងទេពកោសល្យ, ការបណ្តុះអាជីវកម្មជាមួយអ្នកតម្រង់ទិស និងមូលធន, ការចាប់យកសហគ្រិនភាពក្នុងដំណាក់កាលដំបូង, និងមានការជួយជ្រោមជ្រែងពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនានា។ ស្ថាប័នទាំងនេះ ឬបុគ្គលម្នាក់ៗ ភ្ជាប់ទំនាក់ទំនង, ធ្វើអន្តរសកម្ម និងជួយគ្នាទៅវិញទៅមកដើម្បីពង្រឹងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី និងបង្កើនតម្លៃរបស់ពួកគេ (Aleisa, 2013)។
កម្មវិធីគាំទ្រ	កម្មវិធី Hackathon	ព្រឹត្តិការណ៍ខ្លីមួយដែលក្រុមនានា ឬបុគ្គលជាច្រើនធ្វើកិច្ចសហប្រតិបត្តិការក្នុងការអភិវឌ្ឍដំណោះស្រាយបែបនវានុវត្តន៍ទៅលើបញ្ហាប្រឈមជាក់លាក់ ដែលជាទូទៅព្រឹត្តិការណ៍នេះអាចចំណាយពេលចាប់ពី ២-៣ ម៉ោង រហូតដល់ ២-៣ ថ្ងៃ (Bunthan et al., 2024)។
	កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម (Incubator)	គំនិតផ្តួចផ្តើមដែលមានចេតនាសម្ព័ន្ធមួយ តាមរយៈការផ្តល់ជូននូវធនធាន, ការណែនាំ និងការតម្រង់ទិស ដើម្បីគាំទ្រធុរកិច្ចថ្មីក្នុងដំណាក់កាលដំបូងឱ្យមានការរីកចម្រើន និងទទួលបានដំណើរការធុរកិច្ចមួយដែលជោគជ័យ។ កម្មវិធីនេះផ្តល់ជូននូវការជួយដែលមានលក្ខណៈបត់បែន និងរយៈពេលវែង (Bunthan et al., 2024)។
	កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម (Accelerator)	គំនិតផ្តួចផ្តើមដែលមានលក្ខណៈផ្តោត និងកំណត់ពេលវេលាក្នុងការជួយធុរកិច្ចថ្មីឱ្យរីកចម្រើនឆាប់រហ័ស និងពង្រីកខ្លួន តាមរយៈការផ្តល់ជូននូវការតម្រង់ទិស, ធនធាន និងឱកាសកសាងបណ្តាញទំនាក់ទំនង (Bunthan et al., 2024)។
វិស័យនៃធុរកិច្ចថ្មី ផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា	បច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ	បច្ចេកវិទ្យា និងនវានុវត្តន៍ក្នុងវិស័យហិរញ្ញវត្ថុ ទាំងវិស័យធនាគារ និងវិស័យហិរញ្ញវត្ថុមិនមែនធនាគារ បង្កើតឡើងដើម្បីឱ្យមានការប្រើប្រាស់ ផ្តល់ និងទទួលសេវាហិរញ្ញវត្ថុបានទូលំទូលាយប្រកបដោយបរិយាបន្នកម្ម (RGC, 2021b)។
	ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល និងការផ្សព្វផ្សាយ	ការចែកចាយ និងការផ្សព្វផ្សាយមាតិកាឌីជីថល, ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម, ហ្គេមកម្សាន្ត និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន (Kem et al., 2019)។
	ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងឡូហ្ស៊ីស្ទិក	ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក, ការលក់តាមបណ្តាញសង្គម, ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងសារពើភណ្ឌ និងសេវាដឹកទំនិញ (Delivery) (Kem et al., 2019)។

	ទីផ្សារឌីជីថល	ថ្នាលឌីជីថល និងថ្នាលកក់ផ្សេងៗ (Kem et al., 2019)។
	ការអភិវឌ្ឍសេវាកម្ម	ការអភិវឌ្ឍគេហទំព័រ និងកម្មវិធីផ្សេងៗសម្រាប់អតិថិជនទាំងក្នុងស្រុក និងនៅក្រៅប្រទេស (Kem et al., 2019)។
	វិស័យបច្ចេកវិទ្យាផ្សេងទៀត	• ការដឹកជញ្ជូន៖ ធុរកិច្ចថ្មីដែលអភិវឌ្ឍកម្មវិធី ឬថ្នាលដើម្បីជួយអ្នកប្រើក្នុងការកក់មធ្យោបាយនៃការធ្វើដំណើរ និងការចែកចាយទំនិញផ្សេងៗ ។ • ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិតនៃវត្ថុ (Internet-of-things) និងហាដវែរ៖ ការផលិតហាដវែរ, ដំណោះស្រាយប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិតនៃវត្ថុ និងឧបករណ៍ឆ្លាតផ្សេងៗ ។ • បច្ចេកវិទ្យាអប់រំ៖ ធុរកិច្ចថ្មីដែលផ្ដោតលើវិស័យអប់រំ, ដោយផ្ដល់ជូនអតិថិជននូវដំណោះស្រាយបច្ចេកវិទ្យាអប់រំ។ • បច្ចេកវិទ្យាសុខាភិបាល៖ ធុរកិច្ចថ្មីដែលប្រើបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផល និងសេវាកម្មដែលពាក់ព័ន្ធនឹងសុខាភិបាល។ • បច្ចេកវិទ្យាកសិកម្ម៖ ធុរកិច្ចថ្មីដែលធ្វើការផ្ដោតលើការអភិវឌ្ឍដំណោះស្រាយបែបនវានុវត្តន៍សម្រាប់ដោះស្រាយបញ្ហានានាក្នុងវិស័យកសិកម្ម។ (Kem et al., 2019)
គំរូអាជីវកម្មរបស់ធុរកិច្ចថ្មី	ធុរកិច្ចទៅអតិថិជន	គំរូអាជីវកម្មរបស់ធុរកិច្ចថ្មីដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មដោយផ្ទាល់ទៅកាន់អតិថិជន ជាពិសេសក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក, លក់រាយ និងបដិសណ្ឋារកិច្ច (Orienteed, 2024)។
	ធុរកិច្ចទៅធុរកិច្ច	គំរូអាជីវកម្មរបស់ធុរកិច្ចថ្មីដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មទៅកាន់ធុរកិច្ចដទៃផ្សេងៗ ទៀត។ ធុរកិច្ចថ្មីដែលមានគំរូអាជីវកម្មបែបនេះ ជាទូទៅមានអតិថិជនក្នុងចំនួនតិចតួច ប៉ុន្តែអតិថិជននីមួយៗ ច្រើនតែចំណាយលុយច្រើន និងអាចក្លាយជាអតិថិជនសម្រាប់រយៈពេលវែង (Orienteed, 2024)។
	ធុរកិច្ចទៅធុរកិច្ចទៅអតិថិជន	គំរូអាជីវកម្មរបស់ធុរកិច្ចថ្មីដែលដើរតួនាទីជាអន្តរការីរវាងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងអតិថិជនចុងក្រោយ ដោយលើកកម្ពស់នីតិវិធីនៃការលក់រាយ និងសម្របសម្រួលទៅលើការចែកចាយផលិតផល ឬសេវាកម្មតាមរយៈមធ្យោបាយពីធុរកិច្ចទៅអតិថិជន (Orienteed, 2024)។
	ធុរកិច្ចទៅធុរកិច្ចទៅអតិថិជន	គំរូអាជីវកម្មរបស់ធុរកិច្ចថ្មីដែលផ្ដល់លទ្ធភាពឱ្យអតិថិជន ធ្វើអន្តរទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនដទៃ និងអាចផ្លាស់ប្ដូរទំនិញ, សេវាកម្ម ឬព័ត៌មានផ្សេងៗ (Orienteed, 2024)។
ដំណាក់កាលរបស់ធុរកិច្ចថ្មី	បង្កើតគំនិត	ដំណាក់កាលដែលធុរកិច្ចថ្មីមានត្រឹមជាគំនិតសម្រាប់ផលិតផល ឬសេវាកម្ម ប៉ុន្តែមិនទាន់បានបង្កើតនូវផលិតផល ឬសេវាកម្មសម្រាប់ការតេស្តសាកល្បង ឬបានធ្វើការបង្ហាញថាពិតជាមានទីផ្សារសម្រាប់លក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មនោះឡើយ (Swisscontact & Impact Hub Phnom Penh, 2021)។
	បង្កើតគំរូដើម	ដំណាក់កាលដែលធុរកិច្ចថ្មីបានអភិវឌ្ឍគំរូដើមនៃផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ពួកគេ និងកំពុងធ្វើការតេស្តសាកល្បងជាមួយនឹងអតិថិជនសក្ដានុពល។ យ៉ាងណាមិញ, ពួកគេមិនទាន់អាចបង្កើតការលក់បាននៅឡើយទេ (Swisscontact & Impact Hub Phnom Penh, 2021)។
	ចាប់ផ្ដើមប្រតិបត្តិការ	ដំណាក់កាលដែលធុរកិច្ចថ្មីបានបង្កើតការលក់ខ្លះ និងទទួលបានទំនាញទីផ្សារខ្លះផងដែរ ប៉ុន្តែមិនទាន់អាចរកប្រាក់ចំណេញបាននៅឡើយទេ (Swisscontact & Impact Hub Phnom Penh, 2021)។

	ប្រតិបត្តិការ	ដំណាក់កាលដែលធុរកិច្ចថ្មីបានបង្កើតប្រាក់ចំណេញក្នុងស្ថានភាពបិតថេរ ឬអាចកើនប្រាក់ចំណេញក្នុងអំឡុងរយៈពេលយូរទៅមុខទៀត (Swisscontact & Impact Hub Phnom Penh, 2021)។
	ពង្រីកអាជីវកម្ម	ដំណាក់កាលដែលធុរកិច្ចថ្មីស្វែងរកការពង្រីកទំហំប្រតិបត្តិការ ឬទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន ឬឈានដល់ការបង្កើតសាខាបន្ថែមទាំងក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក (Swisscontact & Impact Hub Phnom Penh, 2021)។

០១

សេចក្តីផ្តើម



១.១. សារបាន

ក្នុងរយៈពេល ២៥ ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ, ប្រទេសកម្ពុជាទទួលបានវឌ្ឍនភាពគួរឱ្យកត់សម្គាល់ក្នុងទិដ្ឋភាពជាច្រើន ដូចជាការរក្សាបាននូវសុខសន្តិភាព, បូរណភាពទឹកដី, ស្ថិរភាពនយោបាយ និងការអភិវឌ្ឍសង្គមសេដ្ឋកិច្ច។

ភាពជោគជ័យនេះ កើតឡើងតាមរយៈនយោបាយឈ្នះឈ្នះរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា (RGC) (RGC, 2023)។ សមិទ្ធផលទាំងនេះបានចូលរួមចំណែកយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការរក្សាស្ថិរភាពនៃម៉ាក្រូសេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រទេស និងជំរុញការលូតលាស់របស់វិស័យឯកជន។ ជាលទ្ធផល, ប្រទេសកម្ពុជាបានសម្រេចនូវកំណើនផលិតផលក្នុងស្រុកសរុបប្រចាំឆ្នាំយ៉ាងល្អប្រសើរក្នុងអត្រា ៧% និងត្រូវបានទទួលស្គាល់ជាប្រទេសដែលមានប្រាក់ចំណូលមធ្យមកម្រិតទាបក្នុងឆ្នាំ ២០១៥ (RGC, 2021a)។ ការក្លាយជាប្រទេសដែលមានប្រាក់ចំណូលមធ្យមនេះ ជាសមិទ្ធផលមហិមាមួយសម្រាប់ដំណើររបស់ប្រទេសកម្ពុជា ឆ្ពោះទៅការសម្រេចនូវចក្ខុវិស័យរយៈពេលមធ្យម និងវែងរបស់ខ្លួន។ ចក្ខុវិស័យទាំងនេះរួមមាន ការវិវឌ្ឍក្លាយជាប្រទេសដែលមានប្រាក់ចំណូលមធ្យមកម្រិតខ្ពស់ត្រឹមឆ្នាំ ២០៣០ និងក្លាយជាប្រទេសដែលមានប្រាក់ចំណូលខ្ពស់ត្រឹមឆ្នាំ ២០៥០ ។

ដើម្បីអាចសម្រេចនូវចក្ខុវិស័យទាំងនេះ, RGC ត្រូវបង្កើតចន្ទល់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចថ្មី ដែលមានលក្ខណៈឆ្លើយតប និងធន់ទៅនឹងបម្លាស់ប្តូរនៃសេដ្ឋកិច្ច និងពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ។ ការណ៍នេះ មានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងយុគសម័យបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម ៤.០ និងការរីកចម្រើនវិស័យបច្ចេកវិទ្យាយ៉ាងឆាប់រហ័ស។ RGC បានកំណត់សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ជាប្រភពកំណើនថ្មី ដែលអាចបង្កើនផលិតភាពសេដ្ឋកិច្ចស្ទើរតែគ្រប់វិស័យទាំងអស់ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងចុងក្រោយ អាចចូលរួមចំណែកក្នុងការសម្រេចបាននូវចក្ខុវិស័យឆ្នាំ ២០៣០ និងឆ្នាំ ២០៥០ (RGC, 2021b)។ ជាលទ្ធផល, ក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយ និងគំនិតផ្តួចផ្តើមនានា ត្រូវបានដាក់ចេញដើម្បីជំរុញការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ជាពិសេសគឺ "**យុទ្ធសាស្ត្របញ្ចកោណ-ដំណាក់កាលទី ១**" និង "**ក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមឌីជីថលកម្ពុជា ២០២១ - ២០៣៥**"។ យុទ្ធសាស្ត្រ និងក្របខ័ណ្ឌគោលនយោបាយនេះ មានគោលបំណងពង្រីក និងអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ដោយអាទិភាពមួយក្នុងចំណោមអាទិភាពសំខាន់ៗ របស់រាជរដ្ឋាភិបាល គឺការជំរុញធុរកិច្ចឌីជីថល រួមទាំងធុរកិច្ចថ្មី ដើម្បីជំរុញការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។

ធុរកិច្ចថ្មីជោគជ័យមួយចំនួន ដូចជា អ៊ែរប៊ីអិនប៊ី (Airbnb), អ៊ូប័រ (Uber), ស្ប៉តធីហ្វាយ (Spotify) និង ស្នេបឆាត (Snapchat) បានបំផុសឱ្យមានការលូតលាស់ និងភាពពេញនិយមនៃពាក្យ "**ធុរកិច្ចថ្មី**" ទូទាំងសកលលោក រួមទាំងកម្ពុជាផងដែរ។ ផ្អែកតាមការសំយោគឯកសារពាក់ព័ន្ធជាច្រើនមក, ទស្សនាទាននៃពាក្យ "**ធុរកិច្ចថ្មី**" នេះ ត្រូវបាននាំចូលមកប្រទេសកម្ពុជាក្នុងអំឡុងឆ្នាំ ២០០៦ តាមរយៈគំនិតផ្តួចផ្តើមរបស់សាកលវិទ្យាល័យជាតិគ្រប់គ្រង (NUM) ដែលមានឈ្មោះថា "**ការប្រកួតប្រជែងផែនការអាជីវកម្មថ្នាក់ជាតិ**" ។ នេះជាការប្រកួតប្រជែងលើការធ្វើបទបង្ហាញ (Pitching) និងសហគ្រិនភាពក្នុងកម្រិតសាកលវិទ្យាល័យលើកដំបូងរបស់ NUM (Chan, 2018)។ នៅពេលដែលធុរកិច្ចថ្មីដាក់ចេញនូវផលិតផល ឬសេវាកម្មបែបបច្ចេកវិទ្យា នោះមានន័យថាពួកគេជា ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា (Phong et al., 2022)។

នៅដើមឆ្នាំ ២០១៣ ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាមានចំនួនតិចជាង ៥០ ប៉ុន្តែចំនួននេះបានកើនឡើងរហូតដល់ជាង ៣០០ នៅឆ្នាំ ២០១៨ (Kem et al., 2019)។

ការកើនឡើងនៃចំនួនធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានេះ អាចបណ្ដាលមកពីកត្តាមួយចំនួន រួមមានដូចជា ការកើនឡើងចំណេះដឹងនៃតម្រូវការឌីជីថលជាមូលដ្ឋាន, ការអភិវឌ្ឍនៃកាលានុវត្តភាពទីផ្សារដែលពាក់ព័ន្ធនឹងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល, កំណើនប្រជាសាស្ត្រដែលចេះប្រើបច្ចេកវិទ្យា (Tech-Savvy), ការហូរចូលនៃក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាអន្តរជាតិមកកាន់ទីផ្សារកម្ពុជា និងការវិវឌ្ឍ ក៏ដូចជាបរិវត្តកម្មនៃធុរកិច្ចថ្មីដែលកើតចេញពីកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម (Incubators) និងពន្លឿនអាជីវកម្ម (Accelerators) ដែលបានជួយជំរុញធុរកិច្ចថ្មីទាំងនោះទទួលបានជោគជ័យ (Kem et al., 2019)។

ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាប្រើប្រាស់នវានុវត្តន៍ និងបច្ចេកវិទ្យាជាចលករស្នូលក្នុងការបង្កើត និងផ្សព្វផ្សាយផលិតផល, ដំណោះស្រាយ និងសេវាកម្មថ្មីៗ នៅក្នុងទីផ្សារ។

ឧទាហរណ៍៖ ធុរកិច្ចថ្មីមួយអាចអភិវឌ្ឍទីផ្សារឌីជីថលដោយប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាទំនើបដែលអនុញ្ញាតឱ្យធុរកិច្ច និងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (SMEs) ដាក់លក់ផលិតផល និងផ្តល់សេវាកម្មជូនអតិថិជនកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព (Techo Startup Center, 2020)។ នវានុវត្តន៍មានសារៈសំខាន់ក្នុងការចូលរួមចំណែកលើការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ហើយធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ជាកត្តាលីករ និងអ្នកផ្លាស់ប្ដូរ (Disruptors) យ៉ាងសកម្ម ដែលនាំមកនូវគំនិតនវានុវត្តន៍ទៅកាន់គ្រប់វិស័យ។ ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ក៏អាចបង្កើតឱកាសការងារ និងជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ចតាមរយៈការស្រូបទាញវិនិយោគ និងបង្កើតប្រាក់ចំណូល (Phong et al., 2022)។ ជាមួយនឹងភាពស្វាហាប់ និងភាពបត់បែន, ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា អាចសម្របខ្លួនបានយ៉ាងឆាប់រហ័សទៅក្នុងបម្រែបម្រួលនៃលក្ខខណ្ឌទីផ្សារ និងតម្រូវការរបស់អតិថិជន ដែលការណ៍នេះបានផ្តល់ឱ្យធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានូវផលចំណេញផ្នែកប្រកួតប្រជែងជាមួយក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្មធំៗ (FasterCapital, 2024)។ ផ្អែកតាម Ek និង Vandenberg (2022), ភាគច្រើននៃធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ជាធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ (FinTech) បន្ទាប់មកគឺ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល និងការផ្សព្វផ្សាយ, ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក, ការអភិវឌ្ឍសេវាកម្ម និងទីផ្សារឌីជីថល។

ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា រួមបញ្ចូលនូវស្ថាបនិករបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត ដែលធ្វើការរួមគ្នាជាប្រព័ន្ធមួយក្នុងការគាំទ្រ ឬជួយពង្រីកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទាំងនោះ។ ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធទាំងនោះរួមមាន៖

- ធុរកិច្ចថ្មី,
- រដ្ឋាភិបាល,
- មូលនិធិ និងការវិនិយោគ,
- សមាគម និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍,
- ក្រុមហ៊ុនធំៗ,
- សាកលវិទ្យាល័យ,
- វិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវ, និង
- ស្ថាប័នគាំទ្រដទៃទៀត (ស្ថាប័នបណ្ដុះអាជីវកម្ម, ស្ថាប័នពន្លឿនអាជីវកម្ម និងកន្លែងធ្វើការរួមគ្នា) (Feld, 2012)។

ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាមួយអាចរឹងមាំ និងរស់រវើកបាន លុះត្រាតែមានការគាំទ្រពីតួអង្គពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ក្នុងការបណ្ដុះ និងជួយស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទាំងនោះឱ្យឆ្លងផុតពីបញ្ហានានា។

យ៉ាងណាមិញ, បើទោះជាប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានការរីកលូតលាស់យ៉ាងណាក្ដី, ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនេះនៅមានភាពក្មេងខ្ចីនៅឡើយ (Kem et al., 2019; Vong, Ty, & Chhoeun, 2020)។

១.២. សន្និទានភាព

Phong et al. (2022) បានរកឃើញថា ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាជាង ៩៥% បានទទួលនូវការគាំទ្រយ៉ាងហោចណាស់ពីស្ថាប័នគាំទ្រសហគ្រិនភាព (ESO) ចំនួនមួយ នៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា។

នេះបានបង្ហាញឱ្យឃើញពីទំនាក់ទំនងរវាងស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា និង ESOs ក៏ដូចជាសបញ្ជាក់ថា ការគាំទ្រពី ESOs ទៅកាន់ស្ថាបនិកទាំងនោះមានការកើនឡើង។ យ៉ាងណាមិញ, ស្ថាបនិកទាំងនេះបានប្រឈមនូវបញ្ហាចម្បងៗ មួយចំនួននៅពេលដែលពួកគេព្យាយាមចូលរួម និងទាញប្រយោជន៍ពីកម្មវិធីគាំទ្រទាំងនោះដើម្បីជំរុញការលូតលាស់ធុរកិច្ច ជាពិសេសគឺបញ្ហានៃគម្លាតរវាងការផ្តល់ និងតម្រូវការជាក់ស្តែងរបស់ស្ថាបនិកទាំងនោះ (Bunthan et al., 2024)។ ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា, កម្មវិធី និងគំនិតផ្តួចផ្តើមគាំទ្រដែលជួយដល់ធុរកិច្ចថ្មី និងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី រួមមាន កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម, កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម និងកម្មវិធីពាក់ព័ន្ធនឹងធុរកិច្ចថ្មីនានា, ការបង្កើតឡើងនូវស្ថាប័នចម្បងៗ សម្រាប់ការផលិត និងបណ្តុះទេពកោសល្យ ព្រមទាំងការបង្កើតនូវមូលនិធិទាំងសាធារណៈ និងឯកជន ដើម្បីគាំទ្រដល់ធុរកិច្ចថ្មី និង SMEs (Phong et al., 2022)។

ប្រភពជាច្រើនក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាបានគូសរំលេចនូវកម្មវិធីគាំទ្រនានាសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា។ ជាទូទៅ, កម្មវិធីគាំទ្រទាំងនោះ រួមមាន កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម, កន្លែងធ្វើការរួមគ្នា, កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម, ការវិនិយោគ, ការសិក្សាវគ្គខ្លីៗ និងការប្រកួតប្រជែងនានា (Dee et al., 2015)។ កម្មវិធីគាំទ្រដែលមានប្រជាប្រិយភាពជាងគេក្នុងសកលលោក គឺកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម, កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និងកន្លែងធ្វើការរួមគ្នា (FasterCapital, 2024)។ សម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជាវិញ, កម្មវិធីគាំទ្រសំខាន់ៗ រួមមាន កម្មវិធី Hackathons, កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម (Bunthan et al., 2024)។ ដើម្បីអាចធ្វើឱ្យគុណភាពនៃកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ នេះកាន់តែមានភាពប្រសើរឡើង, អ្នករៀបចំកម្មវិធីទាំងនេះ ត្រូវធ្វើការស្វែងយល់ឱ្យបានស៊ីជម្រៅទៅលើបញ្ហាប្រឈមដែលស្ថាបនិកទាំងនោះបាន និងកំពុងជួបប្រទះនៅពេលដែលពួកគេ ចូលរួមក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រទាំងនេះ។ Kem et al. (2019) បានសង្កត់ធ្ងន់ថា ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យានៅតែប្រឈមនឹងបញ្ហាក្នុងការទទួលបានការគាំទ្រ ក៏ដូចជាធនធានសមស្របពីកម្មវិធី។ ការណ៍នេះ បង្ហាញឱ្យឃើញពីតម្រូវការនៃកម្មវិធីគាំទ្រដែលត្រូវបានរៀបចំដោយភាពហ្មត់ចត់ សម្រាប់ការដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមជាក់លាក់របស់ស្ថាបនិកទាំងនោះ។

ក្នុងរយៈពេល ៥ ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ, ការស្រាវជ្រាវចំនួន ៥ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា ត្រូវបានធ្វើឡើង។ ប៉ុន្តែ ជាទូទៅ, ការសិក្សាទាំងនោះមិនបានផ្តោតលើកម្មវិធីគាំទ្រឡើយ។

ក្នុងឆ្នាំ ២០១៩, Kem et al. បានធ្វើការសិក្សាមួយទៅលើប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដើម្បីបង្ហាញអំពីទិដ្ឋភាពទូទៅនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនេះ, កំណត់នូវបញ្ហាចម្បងៗ ក៏ដូចជាធនធានគាំទ្រដែលមានស្រាប់ និងជំរុញឱ្យមានការពិភាក្សាក្នុងន័យស្ថាបនា។ ក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ ដដែលនេះ, Khieng, Mason និង Lim បានធ្វើការសិក្សាមួយទៅលើនវានុវត្តន៍ និងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសហគ្រិនភាពក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលផ្តោតលើតួនាទីរបស់ស្ថាប័នអប់រំក្នុងការគាំទ្រធុរកិច្ចថ្មី និងសហគ្រិន។ ក្នុងឆ្នាំ ២០២១, Swisscontact និង Impact Hub Phnom Penh បានចេញផ្សាយនូវរបាយការណ៍ស្រាវជ្រាវមួយស្តីពី "**ការភ្ជាប់ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសហគ្រិនភាពក្នុងទីក្រុងភ្នំពេញ**" ដែលបានប្រើប្រាស់ឧបករណ៍វិភាគបណ្តាញសង្គម (Social Network Analysis

Tool) ក្នុងការវាយតម្លៃទំនាក់ទំនងរវាងតួអង្គនានាក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី និងស្ថានភាពសុខុមាលភាពនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសហគ្រិនភាពក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ក្នុងឆ្នាំ ២០២២, Phong et al. បានធ្វើការសិក្សាមួយទៅលើប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដោយកំណត់នូវបញ្ហាប្រឈមចម្បងៗដែលធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាជួបប្រទះ ក៏ដូចជាបញ្ហាប្រឈមរបស់ ESOs ផងដែរ។ បន្ថែមពីលើនេះ, Ek និង Vandenberg ក្នុងឆ្នាំ ២០២២ ក៏បានធ្វើការសិក្សាមួយទៅលើប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដោយបានគូសបង្ហាញនូវស្ថានភាពនៃធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដើម្បីកំណត់នូវការគាំទ្រដែលមានក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី និងបញ្ហាប្រឈមដែលមាន។

ការសិក្សាទាំង ៥ នេះ ផ្តោតលើអ្នកផ្តល់សម្ភាស និងអ្នកចូលរួមគោលដៅផ្សេងៗ មកពីក្រុមចម្រុះគ្នា ដោយប្រើវិធីក្នុងការប្រមូលនិងវិភាគទិន្នន័យតាមបែបផែនជាក់លាក់ ដើម្បីអាចសម្រេចបាននូវគោលដៅ និងគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវរៀងៗ ខ្លួន។

ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ, ការសិក្សាទាំងនេះ មិនបានផ្តោតតែលើធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាជាក្រុមគោលដៅចម្បងនោះទេ ហើយកម្មវិធីគាំទ្រដែលផ្តល់ជូនធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក៏មិនមែនជាគោលដៅនៃការសិក្សាទាំងនោះដែរ។

ជាងនេះទៀត, ការសិក្សាទាំងនេះបានកំណត់នូវបញ្ហាប្រឈមដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានជួបប្រទះក្នុងទទួលបានការគាំទ្រពីតួអង្គក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី ប៉ុន្តែមិនបានកំណត់ជាក់លាក់ទៅលើបញ្ហាក្នុងការចូលទៅកាន់ និងចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ ដែលរួមមាន កម្មវិធី Hackathons, កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម នោះទេ។

ដូចនេះ, ការសំយោគឯកសារពាក់ព័ន្ធនានា ពិតជាបានបង្ហាញអំពីភាពចាំបាច់ក្នុងការធ្វើការស្រាវជ្រាវទៅលើ "**ទស្សនវិស័យស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានៅកម្ពុជា ២០២៥**" ដែលផ្តោតជាក់លាក់ទៅលើទស្សនវិស័យ និងបទពិសោធន៍របស់ស្ថាបនិកក្នុងការចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ ខាងលើ។ ការស្រាវជ្រាវនេះផ្តល់នូវសារៈសំខាន់ចំនួន ២ ដូចខាងក្រោម៖

(១) ការស្រាវជ្រាវនេះអាចចាត់ទុកជាថ្នាលមួយសម្រាប់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា អាចបញ្ចេញមតិយោបល់របស់ពួកគេបាន។ ការណ៍នេះ ជានាថាបទពិសោធន៍និងតម្រូវការជាក់ស្តែងរបស់ពួកគេ នឹងអាចជួយសម្រួលការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរឡើងដែលអាចទទួលបានការគាំទ្រចំគោលដៅ, បែងចែកធនធានកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព និងចុងក្រោយគឺទទួលបានទិដ្ឋភាពសហគ្រិនមួយដែលកាន់តែរីកចម្រើនក្នុងប្រទេស។

(២) ការស្រាវជ្រាវនេះមានសក្តានុពលក្នុងការពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពនៃកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ ខាងលើ ឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរសំដៅធានាកម្មវិធីគាំទ្រទាំងនេះអាចឆ្លើយតបនឹងការរំពឹងទុករបស់ស្ថាបនិក និងអាចកាត់បន្ថយនូវបញ្ហាប្រឈមបានជាអប្បបរមា។

១.៣. គោលដៅ និងគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

គោលដៅ និងគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវត្រូវបានបង្ហាញក្នុង **រូបភាពទី ១.១** ដូចខាងក្រោម។

រូបភាពទី ១.១៖ គោលដៅ និងគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

១.៤. ទំហំ និងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ

ការស្រាវជ្រាវនេះ បានប្រើប្រាស់ទិន្នន័យដែលប្រមូលបានពីបទពិសោធន៍ជាក់ស្តែងរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលយ៉ាងហោចណាស់ធ្លាប់បានចូលរួមក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រចំនួនមួយក្នុងចំណោមកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ ។ ការស្រាវជ្រាវ បានផ្តោតទៅលើក្រុមគោលដៅនេះ ដើម្បីអាចឆ្លើយតបនឹងគោលបំណងស្រាវជ្រាវ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងបញ្ហាប្រឈមដែលពួកគេបានជួបប្រទះក្នុងការចូលរួម និងទាញយកប្រយោជន៍ពីកម្មវិធីគាំទ្រទាំងនេះ។ បន្ថែមពីនេះ, ដើម្បីអាចធានាបាននូវភាពតំណាង (Representativeness) និងគុណភាពនៃទិន្នន័យ, ការស្រាវជ្រាវនេះបានសម្ភាសស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលមកពីវិស័យចម្រុះគ្នា ព្រមទាំងមានគំរូអាជីវកម្ម និងស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលអាជីវកម្មផ្សេងៗ គ្នា។

លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវនេះអាចផ្តល់ជូនជាពុទ្ធិលម្អិតទៅលើកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ ។ យ៉ាងណាមិញ, លទ្ធផលទាំងនេះមិនអាចយកទៅឆ្លុះបញ្ចាំងកម្មវិធីគាំទ្រគ្រប់ប្រភេទ ដែលផ្តល់ជូនដោយតួអង្គជាច្រើនក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានៅក្នុងប្រទេសបានឡើយ។ ជាងនេះទៀត, ការស្រាវជ្រាវនេះក៏មិនបានសម្ភាសអ្នករៀបចំកម្មវិធីទាំងនោះដែរ ដោយសារសកម្មភាពនេះមិនមែនជាគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ។ ដូចនេះ, លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវនេះ គឺពឹងផ្អែកទាំងស្រុងទៅលើទស្សនវិស័យរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ដោយមិនមានការផ្តល់ជាធាតុចូលពីអ្នករៀបចំកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ ដើម្បីធ្វើការប្រៀបធៀបជាមួយនឹងចម្លើយរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានោះឡើយ។

០២

វិធីសាស្ត្រ

២.១. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

ការស្រាវជ្រាវនេះ បានប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្របែបគុណវិស័យ ដើម្បីសម្រេចបានគោលដៅ និងគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ។ វិធីសាស្ត្រនេះ អាចផ្តល់លទ្ធភាពក្នុងការពិនិត្យបានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយទៅលើបទពិសោធន៍របស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រ។ ក្នុងន័យជាក់លាក់, ការស្រាវជ្រាវនេះផ្តោតលើបញ្ហាប្រឈមរបស់ស្ថាបនិកក្នុងការចូលរួម និងទាញប្រយោជន៍ពីកម្មវិធីទាំង ៣ ។ បន្ថែមពីនេះ, លទ្ធផលនៃវិធីសាស្ត្របែបគុណវិស័យ អាចនាំទៅរកការអភិវឌ្ឍទ្រឹស្តី ឬបញ្ជាក់ពីភាពត្រឹមត្រូវនៃទ្រឹស្តីដែលមានស្រាប់ និងស្នើនូវការអនុវត្តសកម្មភាពនានា ដែលមានភាពជាក់លាក់ (Atlas.ti, 2024)។ ដូចនេះ, លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវនេះអាចផ្តល់ជាពុទ្ធិសម្រាប់ការផ្តល់ជាអនុសាសន៍ជាក់លាក់ សម្រាប់ការលើកកម្ពស់កម្មវិធីគាំទ្រនាពេលអនាគត។

ការសម្ភាសស៊ីជម្រៅ (IDI) ជាវិធីសាស្ត្រក្នុងការប្រមូលទិន្នន័យ និងព័ត៌មានពីអ្នកចូលរួមគោលដៅ (Target Partcipants)។ IDI ជាវិធីស្រាវជ្រាវបែបគុណវិស័យ ដែលសម្ភាសល្អិតល្អន់ជាមួយអ្នកចូលរួមក្នុងចំនួនតិច តាមរយៈការជជីកសួរអំពីទស្សនវិស័យរបស់ពួកគេទៅលើគំនិត, កម្មវិធី ឬស្ថានភាពជាក់លាក់ណាមួយ (Boyce & Neale, 2006)។ ជាទូទៅ, សំណួរដែលប្រើប្រាស់ក្នុងការសម្ភាស មានលក្ខណៈបើកទូលាយ ដែលឈានទៅកាន់ការរកឃើញរបកគំហើញណាមួយ (Discovery-oriented Approach) (Boyce & Neale, 2006)។ IDI ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាវិធីសាស្ត្រដែលសក្តិសមបំផុតសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវនេះដោយផ្អែកតាមគោលបំណងក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទៅលើបទពិសោធន៍, ការរំពឹងទុក និងសំណូមពរសម្រាប់លើកកម្ពស់កម្មវិធីគាំទ្រនាពេលអនាគត។

២.២. អ្នកចូលរួមគោលដៅ, ទំហំសំណាក និងបច្ចេកទេសជ្រើសរើសសំណាក

ដើម្បីអាចសម្រេចបានគោលដៅ និងគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវនេះ, អ្នកចូលរួមគោលដៅការស្រាវជ្រាវនេះ ជាស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

រូបភាពទី ២.១៖ អ្នកចូលរួមគោលដៅ
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

សម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា, ទិន្នន័យអំពីតួលេខរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាមិនទាន់មានពេញលេញនៅឡើយទេ។ យ៉ាងណាមិញ, បន្ទាប់ពីបានប្រមូល និងច្របាច់បញ្ចូលទិន្នន័យពីប្រភពផ្សេងៗ ដូចជា ថ្នាលធុរកិច្ចថ្មីកម្ពុជា និងបញ្ជីដែល ESOs មួយចំនួនបានចែករំលែក, យើងអាចទាញសេចក្តីសន្និដ្ឋានបានថា ប្រទេសកម្ពុជាមានធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាដែលសកម្មចំនួនប្រមាណ ១៧០ ។

ដើម្បីអាចសម្រេចបានគោលដៅ និងគោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ដូចបានបង្ហាញក្នុង រូបភាពទី ២.១, អ្នកចូលរួមគោលដៅត្រូវបានជ្រើសរើសចេញពីធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាដែលសកម្មទាំង ១៧០ ។ ការជ្រើសរើសនេះ គឺអនុលោមតាមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យមួយ គឺ ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាទាំងនោះធ្លាប់ចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្រយ៉ាងហោចណាស់ ១ ក្នុងចំណោមកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ ដែលរួមមាន កម្មវិធី Hackathons, កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម។

បន្ទាប់ពីការសម្រាំងរួចមក, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ៦០ នាក់ មានលក្ខណៈសមស្របទៅនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់ការស្រាវជ្រាវនេះ។ ដូចនេះ, ស្ថាបនិកទាំង ៦០ នាក់នេះ ជាអ្នកចូលរួមគោលដៅ ដែលត្រូវបានស្នើឱ្យចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ។ ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាទាំងនេះ ត្រូវបានជ្រើសយកដោយផ្អែកតាមភាពផ្សេងៗ គ្នានៃវិស័យ, គំរូអាជីវកម្ម និងដំណាក់កាលអាជីវកម្ម ដើម្បីធានានូវភាពតំណាង និងគុណភាពទិន្នន័យ។ ក្នុងចំណោមស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាទាំង ៦០ នាក់នេះ មានស្ថាបនិកចំនួន ៤២ នាក់ ដែលស្ម័គ្រចិត្តចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ។ រីឯស្ថាបនិកចំនួន ១៨ នាក់ផ្សេងទៀត មិនបានចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវ ដោយសារមានកិច្ចការអាទិភាពបន្ទាន់ ដែលធ្វើឱ្យពួកគេមិនអាចដកខ្លួនបានដើម្បីចូលរួម។

ការជជែកដេញដោលទាក់ទងនឹងទំហំសំណាក តែងកើតមានឡើងចំពោះការស្រាវជ្រាវដែលប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្របែបគុណវិស័យ។ យ៉ាងណាមិញ, បើយោងតាម Shaheen, Pradhan និង Ranajee (2019), ទំហំសំណាក គឺមិនមែនជាការជ្រើសរើសសំណាកដោយចៃដន្យ (Random Sampling), ល្អឥតខ្ចោះ ឬមានរចនាសម្ព័ន្ធខ្លាំងនោះទេ អ្វីដែលសំខាន់ គឺវត្ថុបំណងដែលអ្នកស្រាវជ្រាវចង់បានពីការសិក្សាមួយនោះ។ ការស្រាវជ្រាវបែបគុណវិស័យភាគច្រើន ប្រើទំហំសំណាកតូចជាងវិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវបែបបរិមាណវិស័យ (Dworkin, 2012)។ ទំហំសំណាកសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវបែបគុណវិស័យ អាស្រ័យលើធនធាន និងពេលវេលាដែលមាន, គោលបំណងនៃការសិក្សា ឬចំនួនអ្នក ចូលរួមដែលត្រូវការសម្រាប់បំពេញភាពឆ្អែតនៃទ្រឹស្តី (Theoretical Saturation) (AtukpawuTipton, Higman, & Morrison, 2020)។ Ritchie et al. (2014) បានផ្តល់អនុសាសន៍ថា ការស្រាវជ្រាវដែលប្រើការសម្ភាសលក្ខណៈបុគ្គលគួរកំណត់ចំនួនសម្ភាសត្រឹម ៥០ នាក់ យ៉ាងច្រើន ដើម្បីឱ្យអ្នកស្រាវជ្រាវអាចគ្រប់គ្រងភាពស្មុគស្មាញនៃការវិភាគទិន្នន័យប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

ដូចនេះ, ជាមួយនឹងទំហំសំណាកនៃស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ៤២ នាក់, ការស្រាវជ្រាវនេះអាចធានាបាននូវភាពឆ្អែតនៃទិន្នន័យ (Data Saturation) ក៏ដូចជាភាពស៊ីជម្រៅ និងភាពពេញលេញនៃព័ត៌មានដែលប្រមូលបាន។

បច្ចេកទេសជ្រើសរើសសំណាកបែបមិនមែនប្រូបាប៊ីលីតេ (Non-probability Sampling) ត្រូវបានប្រើប្រាស់ញឹកញាប់ក្នុងការស្រាវជ្រាវបែបរុករក និងបែបគុណវិស័យ។ ក្នុងការជ្រើសរើសសំណាកបែបមិនមែនប្រូបាប៊ីលីតេ, អ្នកចូលរួមម្នាក់ៗ ត្រូវបានជ្រើសរើសដោយផ្អែកលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យបែបមិនមែនចៃដន្យ ហើយបុគ្គលម្នាក់ៗ មិនមានឱកាសស្មើគ្នាក្នុងការចូលរួមការស្រាវជ្រាវនោះទេ (McCombes, 2019)។ បច្ចេកទេស

សំណាកបែបតាមគោលបំណង (Purposive) និងបែបបាល់ព្រិល (Snowball) ត្រូវបានប្រើ ដើម្បីជ្រើសរើសស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ឱ្យមកចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ។ ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ត្រូវបានជ្រើសរើសតាមគោលបំណងដោយផ្អែកលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យមួយដែលកំណត់ដោយក្រុមការងារស្រាវជ្រាវ ដើម្បីធានាថាអ្នកចូលរួមដែលបានជ្រើសរើសមកពិតជាមានភាពពាក់ព័ន្ធនឹងសំណួរស្រាវជ្រាវ។ ជាងនេះទៀត, ក្រុមការងារស្រាវជ្រាវមានបំណងជ្រើសរើសស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងរបៀបមួយ ដែលអាចធានាបាននូវភាពចម្រុះនៃស្ថានភាពធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេ សំដៅទទួលបានបម្រែបម្រួលដោយផ្អែកតាមចរិតលក្ខណៈសំខាន់ៗ របស់សំណាក។ ជាងនេះទៀត, ក្រុមការងារស្រាវជ្រាវក៏បានប្រើបច្ចេកទេសជ្រើសរើសសំណាកបែបបាល់ព្រិល ដោយដំបូងភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាមួយក្រុមតូច ដែលត្រូវនឹងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់ការស្រាវជ្រាវ ហើយបន្ទាប់មកក្រុមការងារស្រាវជ្រាវបានស្នើឱ្យស្ថាបនិកទាំងនោះ ជួយណែនាំស្ថាបនិកដទៃដែលអាចត្រូវនឹង លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់ការស្រាវជ្រាវនេះ។

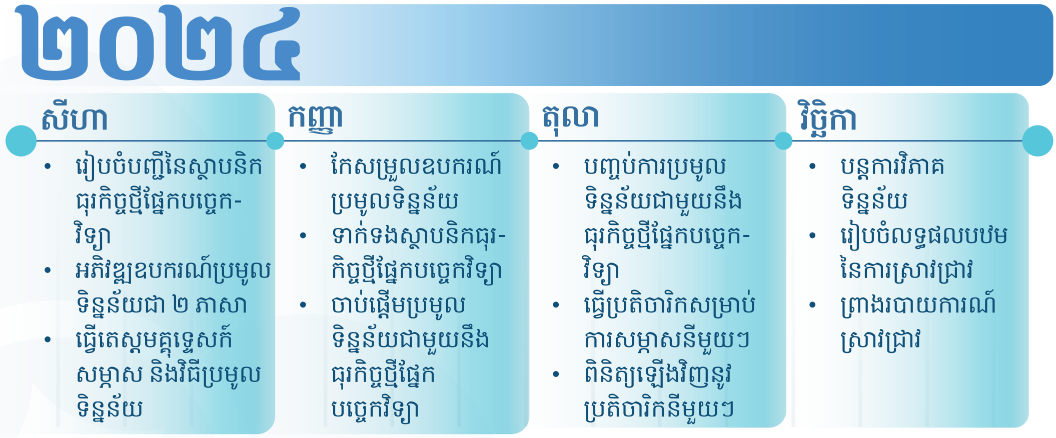
២.៣. ការប្រមូល និងគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ

មគ្គុទ្ទេសក៍សម្ភាសត្រូវបានប្រើជាឧបករណ៍ចម្បងក្នុង IDI នេះ។ មគ្គុទ្ទេសក៍សម្ភាស ត្រូវបានឆ្លងកាត់ការធ្វើតេស្តមុនជាមួយនឹងស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីមួយចំនួនមុននឹងចាប់ផ្តើមប្រមូលទិន្នន័យជាក់ស្តែង។ ការប្រមូលទិន្នន័យនេះចំណាយរយៈពេលមួយខែកន្លះ។

ព័ត៌មានដែលបានមកពី IDI នេះ ត្រូវបានធ្វើប្រតិចារិក (Transcript) ដាក់បញ្ចូលក្នុងឯកសារទម្រង់ជា Microsoft Word។ ប្រតិចារិកទាំងនេះត្រូវបានពិនិត្យយ៉ាងហ្មត់ចត់ដើម្បីធានានូវគុណភាពនៃព័ត៌មាន មុននឹងចាប់ផ្តើមវិភាគ។ បន្ទាប់មកទៀត, ប្រតិចារិកនីមួយៗ ត្រូវបានដាក់បញ្ចូលក្នុងកម្មវិធី QSR NVivo ជំនាន់ទី ១២ សម្រាប់ការវិភាគស៊ីជម្រៅ។ ការស្រាវជ្រាវនេះបានប្រើបច្ចេកទេសវិភាគទិន្នន័យចំនួន ២ គឺការកូដបែបអនុមានរួម (Inductive Coding) និងការវិភាគមូលបទ (Thematic Analysis) ដើម្បីស្វែងយល់លើទិន្នន័យឆៅ (Raw Data) ក្នុងទម្រង់ជាអត្ថបទ ដោយកំណត់នូវប្រភេទ, ទស្សនាទាន, មូលបទ ឬនីតិវិធីផ្សេងៗ ។

ដោយសារធម្មជាតិនៃការស្រាវជ្រាវនេះ គឺបែបរុករក, ក្រុមការងារស្រាវជ្រាវមិនបានកំណត់ចម្លើយទុកជាមុន ឬជាភាសាបច្ចេកទេស ហៅថា "ទស្សនាទាន ឬមូលបទ (Concept or Theme)" មុនពេលវិភាគទិន្នន័យនោះទេ។

ដូចនេះ, អ្នកស្រាវជ្រាវប្រើការកូដបែបអនុមានរួម ដោយត្រូវអាន និងបកស្រាយទិន្នន័យឆៅយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់ដើម្បីអាចអភិវឌ្ឍទស្សនាទាន ឬមូលបទទាំងនោះ។ បន្ទាប់មក, អ្នកស្រាវជ្រាវប្រើការវិភាគមូលបទដើម្បីកំណត់ និងបង្ហាញនូវលំនាំដែលកើតឡើងម្តងហើយម្តងទៀតនៅក្នុងទិន្នន័យ។ ព័ត៌មានដែលទទួលបានពីអ្នកចូលរួម តម្រូវឱ្យអ្នកស្រាវជ្រាវត្រូវអាន និងបកស្រាយទិន្នន័យឆៅយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់ ដើម្បីអាចទាញយកអត្ថន័យ និងស្វែងយល់ពីប្រធានបទនានា ក៏ដូចជាការបកស្រាយទាំងនោះ។ អ្នកស្រាវជ្រាវបានអភិវឌ្ឍសៀវភៅកូដ (Code book) មួយ ដែលមានលក្ខណៈគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ, រៀបចំកូដទៅតាមមូលបទសំខាន់ៗ និងស្វែងយល់ទៅលើនិន្នាការ និងលំនាំដែលពាក់ព័ន្ធនឹងមូលបទទាំងនោះ។ នីតិវិធីនៃការប្រមូល និងគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ ត្រូវបានដាក់បង្ហាញក្នុង **រូបភាពទី ២.២** ។



រូបភាពទី ២.២៖ រយៈពេលនៃការប្រមូល និងការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

០៣

លទ្ធផលគន្លឹះ និង ការពិភាក្សាលទ្ធផល

៣.១. ព័ត៌មានប្រជាសាស្ត្រសំខាន់ៗ

ការស្រាវជ្រាវនេះបានប្រមូលព័ត៌មានពីស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ៤២ នាក់។

ព័ត៌មានប្រជាសាស្ត្រនេះអាចបែងចែកចេញជា ២ ផ្នែក ដែលរួមមាន ប្រជាសាស្ត្រនៃធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា និងប្រជាសាស្ត្រនៃស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា។

ដូចបានបង្ហាញក្នុង *រូបភាពទី ៣.១*, ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាមកពីវិស័យ, គំរូអាជីវកម្ម និងដំណាក់កាលអាជីវកម្មផ្សេងៗគ្នា។ ក្នុងចំណោមធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាទាំង ៤២, ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកអភិវឌ្ឍន៍កម្មវិធីមានចំនួន ៨, ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ មានចំនួន ៦, ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្មមានចំនួន ៦, ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាអប់រំ មានចំនួន ៦ និងធុរកិច្ចផ្អែកពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងឡូហ្ស៊ីស្ទិក មានចំនួន ៤ ។ ចំណែកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាដែលនៅសេសសល់ ស្ថិតក្នុងវិស័យប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល និងការផ្សព្វផ្សាយ (៣), បច្ចេកវិទ្យាទេសចរណ៍ (៣), ទីផ្សារឌីជីថល (២), បច្ចេកវិទ្យាសុខាភិបាល (២) និងបច្ចេកវិទ្យាផ្សេងទៀត (២)។ ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ, ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ២៨ មានគំរូអាជីវកម្ម ជាធុរកិច្ចទៅធុរកិច្ច (B2B), ២៨ មានគំរូអាជីវកម្ម ជាធុរកិច្ចទៅអតិថិជន (B2C) និង ៣ ទៀតមានគំរូអាជីវកម្ម ជាធុរកិច្ចទៅធុរកិច្ចទៅអតិថិជន (B2B2C)។ គំរូអាជីវកម្មខុសៗ គ្នាបែបនេះ បានបង្ហាញថា ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យានៅកម្ពុជាមានគំរូអាជីវកម្មចម្រុះសម្បូរបែប។

រូបភាពទី ៣.១៖ ព័ត៌មានប្រជាសាស្ត្រសំខាន់ៗ របស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា និងស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

ក្នុងដំណាក់កាលអាជីវកម្ម, ភាគច្រើននៃធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលចាប់ផ្តើមប្រតិបត្តិការ (១៣), ដំណាក់កាលប្រតិបត្តិការ (១២), ដំណាក់កាលពង្រីកអាជីវកម្ម (៩), ដំណាក់កាលបង្កើតគំរូដើម (៧), និងដំណាក់កាលបង្កើតគំនិត (១)។ របាយនេះបានបង្ហាញថា ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាជាច្រើន បានចូលទៅក្នុងទីផ្សាររួចទៅហើយ។ បន្ថែមពីនេះ, ធុរកិច្ចថ្មីទាំងនេះកំពុងវិវឌ្ឍទៅកាន់ដំណាក់កាលប្រតិបត្តិការ និងដំណាក់កាលពង្រីកអាជីវកម្ម ដែលនេះជាការគូសរំលេចនូវដំណាក់កាលនៃការលូតលាស់ និងនវានុវត្តន៍។ សម្រាប់រយៈពេលនៃការបង្កើត, ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាមានអាយុខុសៗ គ្នា ដោយក្នុងនោះ រយៈពេលនៃការបង្កើតជាមធ្យម មានចំនួន ៣ ឆ្នាំ។ រយៈពេលនៃការបង្កើតដែលយូរជាងគេ មានចំនួន ៩ ឆ្នាំ និងថ្មីជាងគេគឺត្រឹមកន្លះឆ្នាំប៉ុណ្ណោះ។ ចន្លោះនេះបានបង្ហាញអំពីបទពិសោធន៍ និងទស្សនវិស័យចម្រុះគ្នារបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។ ជាមធ្យម, ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាមានសហស្ថាបនិកចំនួន ២ នាក់។ អតិថិជនគោលដៅចម្បងរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ គឺសហគ្រាស ជាពិសេសសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ក្នុងវិស័យផ្សេងៗ គ្នាដែលរួមមានហិរញ្ញវត្ថុ, លក់រាយ និងភោជនីយដ្ឋាន។ អតិថិជនគោលដៅមួយទៀត គឺអ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅដែលមកពីក្រុមផ្សេងៗ គ្នា ដែលរួមមាន សិស្សនិស្សិត, បុគ្គលិក, កសិករ និងអ្នកប្រើប្រាស់ផ្សេងទៀត។ ការណ៍នេះ អាចឆ្លុះបញ្ចាំងថាដំណោះស្រាយរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាមានភាពពាក់ព័ន្ធខ្ពស់, វិសាលភាពធំទូលាយ និងចម្រុះវិស័យ។

ក្រៅពីប្រជាសាស្ត្ររបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា, លទ្ធផលស្រាវជ្រាវក៏បានបង្ហាញអំពីព័ត៌មានផ្សេងៗ នៃចរិតលក្ខណៈរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងនាមជាអ្នកចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ។ អាយុជាមធ្យមរបស់ស្ថាបនិកទាំងនេះ គឺ ៣១ ឆ្នាំ ហើយអ្នកដែលមានអាយុច្រើនជាងគេ គឺ ៤៦ ឆ្នាំ និងក្មេងជាងគេ គឺ ១៩ ឆ្នាំ។ សម្រាប់យេនឌ័រ, ស្ថាបនិក ១៤ នាក់ជាស្ត្រី និង ២៨ នាក់ ជាបុរស។ សម្រាប់កម្រិតវប្បធម៌អប់រំ, ស្ថាបនិកទាំង អស់សុទ្ធតែបានបញ្ចប់កម្រិតសាកលវិទ្យាល័យ។ ក្នុងន័យជាក់លាក់, ស្ថាបនិក ២៦ នាក់ បានទទួលបរិញ្ញាប័ត្រ ខណៈដែល ១១ នាក់ ផ្សេងទៀត បានបញ្ចប់ថ្នាក់អនុបណ្ឌិត និង ៥ នាក់ បានបញ្ចប់ថ្នាក់បណ្ឌិត។ កម្រិតវប្បធម៌អប់រំខ្ពស់ទាំងនេះ បានចង្អុលបង្ហាញអំពីការទទួលបានការអប់រំដ៏ប្រសើរ ក៏ដូចជាចំណេះដឹងឯកទេស ដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាមាននៅក្នុងខ្លួន។ បើមើលលម្អិតទៅដល់មុខវិជ្ជាដែលពួកគេសិក្សាក៏មានភាពចម្រុះផងដែរ។ ក្នុងនោះ ១៦ នាក់បានសិក្សាជំនាញបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា; ១២ នាក់ ផ្សេងទៀត បានសិក្សាជំនាញដទៃ ដូចជាវិទ្យាសាស្ត្រសុខាភិបាល, វិទ្យាសាស្ត្រសង្គម, វិទ្យាសាស្ត្រគីមី និងវិស្វកម្ម; ១១ នាក់ ផ្សេងទៀត បានសិក្សាជំនាញសេដ្ឋកិច្ច និងពាណិជ្ជកម្ម និង ៣ នាក់ទៀតបានសិក្សាជំនាញកសិកម្ម។ ការសិក្សាជំនាញចម្រុះគ្នាបែបនេះសបញ្ជាក់ឱ្យឃើញថា សហគមន៍នៃស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា មានធនធានមនុស្សប្រកបដោយពហុជំនាញ។

ការស្រាវជ្រាវនេះបានធ្វើការស្វែងយល់ទៅលើការចូលរួមរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រចំនួន ៣ ដែលរួមមាន កម្មវិធី Hackathons, កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម។ លទ្ធផលស្រាវជ្រាវបង្ហាញថា ៧៦% នៃស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានចូលរួមក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម, ៦៧% បានចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និង ៥០% បានចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Hackathons។

គួរឱ្យកត់សម្គាល់ផងដែរ, ការស្រាវជ្រាវនេះបានរកឃើញថា មានស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាតិចតួចប៉ុណ្ណោះ ដែលបានរាយការណ៍អំពីបញ្ហាប្រឈមនៅក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម និងដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួមនៃកម្មវិធីគាំទ្រទាំងនេះ។

ផ្ទុយមកវិញ, បញ្ហាប្រឈមជាច្រើនត្រូវបានរាយការណ៍ក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមកម្មវិធី។ ជាលទ្ធផល, ការស្រាវជ្រាវនេះនឹងមិនធ្វើការបង្ហាញអំពីបញ្ហាប្រឈមក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម និងដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួមនៃកម្មវិធីទេ។ ជំនួសមកវិញ, ក្នុងផ្នែកខាងក្រោមសម្រាប់កម្មវិធីគាំទ្រនីមួយៗ រំហូរនៃខ្លឹមសារមានរចនាសម្ព័ន្ធក្រោមមូលបទ ៣ សំខាន់ៗ ដែលផ្តោតលើ៖

(១) ចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម,
(២) បញ្ហាប្រឈម និងចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលចូលរួម, និង
(៣) ប្រភេទនៃការគាំទ្រដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានទទួល ក៏ដូចជាការគាំទ្រដែលពួកគេចង់ទទួលបាន ប៉ុន្តែមិនបានទទួលបន្ទាប់ពីកម្មវិធីគាំទ្របានបញ្ចប់ទៅ[១]។

[១] សូមរំលេចផងដែរថា មិនមានស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាណាម្នាក់ ដែលមិនបានទទួលការគាំទ្រអ្វីទាល់តែសោះបន្ទាប់ពីកម្មវិធី Hackathons បានបញ្ចប់ទៅ ហើយពួកគេបង្ហាញពីទំនោរក្នុងការទទួលបានប្រភេទនៃការគាំទ្រណាមួយនោះទេ។ ដូចនេះ, ក្នុងដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួមនៃកម្មវិធី Hackathons, មានតែព័ត៌មានអំពីស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលទទួលបានការគាំទ្រប៉ុណ្ណោះ នឹងយកមកបង្ហាញ។

៣.២. កម្មវិធី Hackathons

កម្មវិធី Hackathons ជាព្រឹត្តិការណ៍ខ្លីមួយដែលក្រុមនានា ឬបុគ្គលជាច្រើនធ្វើកិច្ចសហប្រតិបត្តិការក្នុងការ-អភិវឌ្ឍដំណោះស្រាយបែបនវានុវត្តន៍ទៅលើបញ្ហាប្រឈមជាក់លាក់ដែលជាទូទៅព្រឹត្តិការណ៍នេះអាចចំណាយពេលពី ២-៣ ម៉ោង រហូតដល់ ២-៣ ថ្ងៃ។

អ្នកដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ក្នុងការក្លាយជាស្ថាបនិក ឬបង្កើតដំណោះស្រាយផ្សេងៗ គួរចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Hackathons។ តាមរយៈការចូលរួមជាមួយកម្មវិធី Hackathons, បុគ្គល ឬក្រុមនានាអាចទទួលបានប្រយោជន៍ពីកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយមនុស្សដែលមានជំនាញផ្សេងៗ គ្នា, កសាងបណ្ដាញទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកមានវិជ្ជាជីវៈក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យា និងមានឱកាសក្នុងការឈ្នះរង្វាន់ ឬបានការទទួលស្គាល់សម្រាប់ដំណោះស្រាយបែបនវានុវត្តន៍របស់ពួកគេ។

កម្មវិធី HACKATHONS

ប្រអប់ទី ៣.១៖ និយមន័យ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃកម្មវិធី Hackathons
ប្រភព: Bunthan et al. (2024)

ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ, ស្ថាបនិក ១៤ នាក់ ក្នុងចំណោម ៤២ នាក់ បានអះអាងថាខ្លួនបានតំណាងឱ្យធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យារបស់ខ្លួន ចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Hackathons ចំនួន ១៦ ដែលមានអ្នករៀបចំផ្សេងៗ គ្នា ហើយពួកគេអាចចូលរួមកម្មវិធីទាំងនេះដោយឥតគិតថ្លៃ។ បទពិសោធន៍នៃការចូលរួមរបស់ពួកគេត្រូវបានពិនិត្យស៊ីជម្រៅក្នុងដំណាក់កាលចំនួន ៣ ផ្សេងៗ គ្នា រួមមាន៖

(១) ដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម,
(២) ដំណាក់កាលចូលរួម, និង
(៣) ដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួម។

៣.២.១. ដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម

បើទោះជាស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា មិនបានជួបប្រ-ទះបញ្ហាប្រឈមសំខាន់ណាមួយក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមក៏ដោយ, ពួកគេបានលើកឡើងនូវចំណុចកែលម្អចំនួន ៤ ដូចបង្ហាញក្នុង **រូបភាពទី ៣.២**។

(១) **ភាពច្បាស់លាស់នៃសេចក្ដីប្រកាស៖** ខ្លឹមសារនៃសេចក្ដីប្រកាសគួរមានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ និងច្បាស់-លាស់ ដែលអាចជួយឱ្យបេក្ខជនអាចកំណត់បានថាកម្ម-វិធី Hackathons ណាមួយដែលសមស្របជាមួយនឹងពួកគេ។ ព័ត៌មានសំខាន់ៗ ក្នុងសេចក្ដីប្រកាស រួមមានប្រភេទនៃវិស័យធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា និងលក្ខខណ្ឌទៃទៀតសម្រាប់ជ្រើសរើសអ្នកចូលរួម។

(២) **លក្ខខណ្ឌជ្រើសរើស៖** នៅពេលរៀបចំកម្មវិធី Hackathon មួយ, ចាំបាច់ត្រូវពិចារណាទៅលើវិស័យជាក់លាក់របស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យា ឱ្យដូចទៅនឹងមូលបទនៃកម្មវិធី។ ការណ៍នេះ នឹងអាចធានាថាសកម្មភាពនានាដូចជា ការតម្រង់ទិស មានភាពប្រទាក់ប្រឡាជាមួយនឹងអ្វីដែលកម្មវិធីផ្ដោតលើ។ ជាងនេះទៀត, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាបានលើកឡើងថា កម្មវិធី Hack-athons គួរអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកចូលរួមពីមុនក្នុងកម្មវិធីនេះអាចចូលរួមបាន ដើម្បីអាចឱ្យពួកគេទទួលបានឱកាសជាថ្មីម្ដងទៀត សម្រាប់បង្ហាញគំនិតរបស់ពួកគាត់។

(៣) **ការពង្រីកភូមិសាស្ត្រ៖** កម្មវិធី Hackathons គួរត្រូវបានពង្រីក និងរៀបចំនៅតាមបណ្ដាខេត្តដែលមានសក្ដា-នុពលផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា។

(៤) **ការផ្សព្វផ្សាយដោយប្រើមធ្យោបាយសម្បូរបែប៖** សេចក្ដីប្រកាសគួរចែកចាយតាមរយៈមធ្យោបាយផ្សេងៗ គ្នាបន្ថែមពីលើបណ្ដាញសង្គម។ ការណ៍នេះ គឺដោយសារស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាមួយចំនួនដែលជាក្រុមគោលដៅរបស់កម្មវិធី Hackathons អាចមិនទាន់មានការផ្សារភ្ជាប់ក្នុងបណ្ដាញ និងសហគមន៍ធុរកិច្ចថ្មីនៅឡើយក្នុងដំណាក់កាលដំបូងៗ នេះ។

ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា បានបង្ហាញពីទិដ្ឋភាពសំខាន់ៗ សម្រាប់ការធ្វើឱ្យកម្មវិធី Hackathons កាន់តែប្រសើរ ដែលរួមមាន ការទំនាក់ទំនងច្បាស់លាស់, លក្ខខណ្ឌជ្រើសរើសអ្នកចូលរួមសមស្រប, ភូមិសាស្ត្រនៃការអនុវត្តកម្មវិធីធំទូលាយ និងការប្រើប្រាស់មធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយចម្រុះ។

ប្រសិនបើអ្នករៀបចំអាចកែលម្អទិដ្ឋភាពដូចដែលបានរៀបរាប់ទាំងអស់នេះ នោះពួកគេនឹងអាចបង្កើនប្រសិទ្ធភាពនៃកម្មវិធី Hackathons ។

ការរៀបចំកម្មវិធី Hackathons ឱ្យជោគជ័យ តម្រូវឱ្យមានការធ្វើផែនការ និងការរៀបចំយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្ន នេះបើផ្អែកតាម Kohne និង Wehmeier (2020)។ អ្នករៀបចំកម្មវិធីអាចបង្កើនឱកាសឱ្យមានការចូលរួមប្រកបដោយកិច្ចសហការ តាមរយៈការបង្កើតសេចក្ដីប្រកាសដែលច្បាស់លាស់ ដោយរំលេចអំពីភាពពាក់ព័ន្ធនានានៃកម្មវិធី Hackathons សម្រាប់វិស័យគោលដៅ ក៏ដូចជាការរៀបចំផែនការឱ្យស្របទៅតាមមូលបទនៃកម្មវិធី។ ជាងនេះទៀត, ឥទ្ធិពលភូមិសាស្ត្រដែលមានលក្ខណៈទូលាយជាង និងការប្រើប្រាស់មធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយចម្រុះគ្នា នឹងអាចទៅដល់អ្នកចូលរួមគោលដៅបានកាន់តែច្រើន និងលើកកម្ពស់បទពិសោធន៍ចូលរួមកម្មវិធីកាន់តែប្រសើរ។ ឯកសារមេគ្គុទ្ទេសក៍ដែលដាក់ចេញដោយ The Carnegie United Kingdom Trust and the Scottish Library and Information Council (2017) បានបញ្ជាក់អំពីសារៈសំខាន់នៃការរៀបចំផែនការព្រឹត្តិការណ៍មួយប្រកបដោយការយកចិត្តទុកដាក់។ ឯកសារមេគ្គុទ្ទេសក៍នេះ បានណែនាំថា គុណវុឌ្ឍិនៃអ្នកចូលរួម, គោលដៅនៃព្រឹត្តិការណ៍, តម្រូវការផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា, ជម្រើសនៃការទទួលបានការឧបត្ថម្ភ, ថវិកា, លក្ខខណ្ឌផ្លូវច្បាប់ និងបញ្ហាឡូហ្ស៊ីស្ទិក គួរជារបៀបវារៈសំខាន់សម្រាប់អ្នករៀបចំកម្មវិធី ក្នុងការធ្វើផែនការយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្នមុននឹងចាប់ផ្ដើមកម្មវិធី។

តាមរយៈការសំយោគលទ្ធផលស្រាវជ្រាវជាមួយឧត្តមានុវត្តន៍ក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រនេះ, អ្នករៀបចំកម្មវិធីនឹងអាចបង្កើតចំណងទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកចូលរួមរយៈពេលវែង និងអាចធានាន្ទវភាពជោគជ័យនៃកម្មវិធី Hackathons។ ការណ៍នេះនឹងអាចផ្ដល់ផ្លែផ្កាប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត ដោយអ្នករៀបចំអាចឆ្លើយតបនឹងការរំពឹងទុករបស់អ្នកចូលរួម និងស្របទៅតាមគោលបំណងរបស់កម្មវិធី។

រូបភាពទី ៣.២៖ ចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Hackathons
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

៣.២.២. ដំណាក់កាលចូលរួម

ក្នុងចំណោមកម្មវិធី Hackathons ទាំង ១៦, កម្មវិធីចំនួន ១២ ដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានរាយការណ៍ថា ពួកគេបានប្រឈមបញ្ហាក្នុងអំឡុងពេលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីទាំងនេះ។ បញ្ហាប្រឈមទាំងនេះអាចបែងចែកទៅជា ៥ ក្រុមសំខាន់ៗ៖

(១) ការចូលរួមផ្ទាល់ញឹកញាប់៖ កម្មវិធីទាំងនេះ តម្រូវឱ្យមានការចូលរួមដោយផ្ទាល់ជាញឹកញាប់ក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលនានា។ លក្ខខណ្ឌតម្រូវនេះបានបង្កជាបញ្ហាសម្រាប់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការបែងចែកពេលវេលាទៅធ្វើការងារដទៃផ្សេងទៀត។ ការណ៍នេះ បានបង្កជារនាំងសម្រាប់ការចូលរួមរបស់ធុរកិច្ចថ្មីក្នុងកម្មវិធី។

(២) បញ្ហាភាសា៖ ភាសាអង់គ្លេសត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាភាសាគោលក្នុងកម្មវិធីទាំងមូល។ ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាជាច្រើន បានជួបបញ្ហាក្នុងការបញ្ចេញគំនិតរបស់ពួកគេឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងពេញលេញ ដែលធ្វើឱ្យពួកគេក៏មិនអាចក្រេបយកចំណេះដឹងពីវគ្គបណ្តុះបណ្តាលជាភាសាអង់គ្លេសបានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ។

(៣) គុណភាពអ្នកតម្រង់ទិស៖ ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានបង្ហាញអំពីក្តីបារម្ភទៅលើកម្រិតគុណភាពនៃអ្នកតម្រង់ទិស ដែលបានចាត់តាំងមកជួយពួកគេ។ អ្នកតម្រង់ទិសជាច្រើនកង្វះជំនាញ និងបទពិសោធន៍ចាំបាច់នានា ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការជាក់លាក់របស់ស្ថាបនិកទាំងនោះ។ តាមរយៈការសង្កេតរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា, អ្នកតម្រង់ទិសទាំងនេះមិនទាន់មានការយល់ដឹងខ្លាំងលើបញ្ហាជាក់លាក់ ដែលពួកគេបាន ជួបប្រទះក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យានៅឡើយទេ។

(៤) ល្បឿននៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាល៖ វគ្គបណ្តុះបណ្តាលរបស់កម្មវិធីមានល្បឿនលឿន និងមានប្រធានបទសម្រាប់រៀនច្រើនលើសលប់ពេកសម្រាប់អ្នកចូលរួម។ ជាចរិតលក្ខណៈនៃកម្មវិធី Hackathons ដែលមានល្បឿនលឿន និងប្រធានបទច្រើន, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាតែងពិបាកក្នុងការស្វែងរកពេលវេលាគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីអាចក្រេបជញ្ជក់ចំណេះដឹងពីឯកសារបណ្តុះបណ្តាលនានា និងរៀនសូត្រប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

(៥) ការបាត់បង់គំនិតដើមរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា៖ ក្នុងកម្មវិធីនេះ, អ្នកតម្រង់ទិស និងអ្នករៀបចំបានផ្លាស់ប្តូរគំនិតដើមរបស់ស្ថាបនិកទាំងនេះលើសលប់ ដែលបន្ទុចបង្អាក់ទៅលើនវានុវត្តន៍របស់ធុរកិច្ចថ្មី។

ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាទាំង ៥ ខាងលើ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានផ្តល់ជាមតិយោបល់កែលម្អសំដៅធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវបទពិសោធន៍ និងលទ្ធផលនៃកម្មវិធីជារួម ដូចបានបង្ហាញក្នុង **រូបភាពទី ៣.៣** ។

(១) អភិក្រមរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល៖ ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា បានណែនាំទៅលើការរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាលឱ្យមានវេនពេលល្ងាច ដើម្បីអាចសម្របទៅតាមកាលវិភាគរបស់ពួកគេបាន។ ស្ថាបនិកក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ បានលើកឡើងពីតថភាពទូទៅ ដែលភាគច្រើននៃស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ជាបុគ្គលិកពេញម៉ោងនៅស្ថាប័នដទៃ ឬអាចជាសិស្ស។ ការណ៍ដែលមានវេនពេលល្ងាច និងគម្លាតរវាងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលមួយទៅវគ្គបណ្តុះបណ្តាលមួយ នឹងអាចបង្កើនលទ្ធភាពចូលរួមក្នុងកម្មវិធី ដោយមិនចាំបាច់ទៅប៉ះពាល់ដល់ពេលវេលាដើម្បីបំពេញកាតព្វកិច្ចដទៃ។ ជាងនេះទៀត, ដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវបទពិសោធន៍ក្នុងការចូលរួមវគ្គបណ្តុះបណ្តាល, អ្នករៀបចំគួរផ្តល់ពេលសម្រាកពីមេរៀនមួយទៅមេរៀនមួយ ហើយរយៈពេលនៃវគ្គបណ្តុះបណ្តាលគួរតែបង្កើនឱ្យវែងជាងមុន។ បន្ថែមពីនេះ, អ្នករៀបចំចាំបាច់ត្រូវលុបបំបាត់ឧបសគ្គផ្នែកភាសាផងដែរ ដោយផ្តល់នូវជម្រើសក្នុងការប្រើប្រាស់ភាសាចំនួន ២ ដែលរួមមាន ភាសាខ្មែរ និងភាសាអង់គ្លេស។ រឿងដែលសំខាន់មួយទៀត គឺការរក្សាគំនិតដើមរបស់ស្ថាបនិកដោយផ្តល់មតិយោបល់ក្នុងន័យស្ថាបនាសម្រាប់ការកែលម្អជាជាងការផ្លាស់ប្តូរទាំងស្រុងទៅលើគំនិតដើមទាំងនោះ។

(២) **ការបង្កើនគុណភាពនៃការតម្រង់ទិស៖** ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានបរិយាយអំពីគុណភាពចាំបាច់នានារបស់អ្នកតម្រង់ទិសក្នុងកម្មវិធី ដូចជាការមានជំនាញធុរកិច្ច និងបទពិសោធន៍ប្រតិបត្តិធុរកិច្ចថ្មីកន្លងមក។ ពួកគេជឿជាក់ថា អ្នកតម្រង់ទិសដែលអាចយល់ពីភាពស្មុគស្មាញនៃទិដ្ឋភាពបច្ចេកវិទ្យានឹងអាចផ្តល់នូវការណែនាំដែលពាក់ព័ន្ធសមស្រប ដែលការណ៍នេះ នឹងអាចជំរុញកំណើន និងភាពជោគជ័យនៃធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេ។

លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវនេះបានរំលេចថា ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានជួបប្រទះបញ្ហាពាក់ព័ន្ធនឹងពេលវេលា និងកង្វះអ្នកតម្រង់ទិសដែលមានបទពិសោធន៍ ដែលស្របគ្នានឹងលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវស្តីពីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រទេសកម្ពុជាឆ្នាំ ២០២២ (Phong et al, 2022)។

បញ្ហាប្រឈមទាំងនេះបានបញ្ជាក់នូវតម្រូវការរបស់ស្ថាបនិកអំពីចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ក្នុងការគ្រប់គ្រងធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ដែលបង្ហាញឱ្យឃើញយ៉ាងច្បាស់ពីសារៈសំខាន់នៃការតម្រង់ទិសដែលមានប្រសិទ្ធភាព ជាពិសេសសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មីក្នុងដំណាក់កាលដំបូង។ ជាងនេះទៀត, ល្បឿនរបស់កម្មវិធី Hackathons ទាំងមូល ធ្វើឱ្យស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មី មានពេលតិចតួចក្នុងការស្រូបយកចំណេះដឹងពីការរៀនសូត្ររបស់ពួកគេដែលនេះនាំឱ្យមានការកើនឡើងនៃស្ត្រេស និងរារាំងដល់ការរៀនសូត្រទាំងមូល។

តាមរយៈសំណូមពររបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា, ការដាក់បញ្ចូលនូវពេលវេលាសម្រាកពីមេរៀនមួយទៅមេរៀនមួយជារឿងចាំបាច់។ ពេលវេលាសម្រាកនេះអាចផ្តល់ពេលឱ្យស្ថាបនិកធ្វើការឆ្លុះបញ្ចាំង និងជ្រួតជ្រាបជាមួយនឹងឯកសារដែលទទួលបានក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល សំដៅនាំទៅកាន់បទពិសោធន៍រៀនសូត្រមួយដែលល្អ និងសម្បូរបែប។ យ៉ាងណាមិញ ខណៈពេលដែលការបន្ថែមរយៈពេលនៃកម្មវិធី អាចធ្វើឱ្យអ្នកចូលរួមស្វែងយល់កាន់តែស៊ីជម្រៅលើប្រធានបទសំខាន់ៗ មួយចំនួន, កម្មវិធី Hackathons នីមួយៗ អាចមានរយៈពេលខុសៗ គ្នា។ Kohne និង Wehmeier (2020) បានពិភាក្សាលើទម្រង់នៃកម្មវិធី Hackathons ផ្សេងៗ គ្នា ដែលរួមមាន កម្មវិធី Hacka-

រូបភាពទី ៣.៣៖ បញ្ហាប្រឈម និងចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Hackathons
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

thons ខ្លីៗ, កម្មវិធី Hackathons ចុងសប្តាហ៍ និងកម្មវិធី Hackathons ដែលមានរយៈពេលវែង ដែលអាចឱ្យអ្នករៀបចំមានភាពបត់បែនប្រសើរជាងមុន ក្នុងការសម្របទៅនឹងរចនាសម្ព័ន្ធ ដែលអាចឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការរបស់អ្នកចូលរួមកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពជាងមុន។

ឧបសគ្គផ្នែកភាសាក៏ជាបញ្ហាប្រឈមមួយ ដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានជួបប្រទះផងដែរ។ ជាការកត់សម្គាល់, បញ្ហាភាសាអាចមានផលប៉ះពាល់ខ្លាំងទៅលើការចូលរួម និងភាពជោគជ័យជារួមរបស់កម្មវិធី Hackathons តាមរយៈការរារាំងការចូលរួមរបស់ស្ថាបនិកក្នុងកម្មវិធី និងកម្រិតសមត្ថភាពរបស់ពួកគេក្នុងការកសាងបណ្តាញទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងអ្នកចូលរួមដទៃ ក៏ដូចជាអ្នកតម្រង់ទិសផងដែរ។ ស្របពេលជាមួយគ្នា, កម្រិតជំនាញភាសាបរទេស ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាគុណវុឌ្ឍិមួយដែលអាចធ្វើឱ្យអ្នកចូលរួម ដែលមានកម្សោយផ្នែកភាសាពិបាកក្នុងការចូលរួម ឬរួមចំណែកក្នុងកម្មវិធី Hackathons ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ការណ៍នេះបានលើកឡើងជាសំណួរអំពីបរិយាបន្ន ឬទស្សនាទាននៃពាក្យ "**ភាពស្មើគ្នានៃដៃ** (Equality of Arms)" ដែលបានកំណត់ដោយ Kohne និង Wehmeier (2020)។ ដូចនេះ, Kohne និង Wehmeier (2020) បានណែនាំឱ្យមានការយកចិត្តទុកដាក់ដោយប្រុងប្រយ័ត្ន នៅពេលធ្វើការកំណត់គុណវុឌ្ឍិដែលមិនរាប់បញ្ចូលមួយចំនួន (Exclusion Criteria)។ ពេលខ្លះបទប្បញ្ញត្តិមួយចំនួនអាចត្រូវបានមើលឃើញថាជាការរើសអើង ដែលនឹងអាចធ្វើឱ្យខូចដល់ស្មារតីកិច្ចសហការក្នុងកម្មវិធី Hackathons ទាំងមូល។

ការបាត់បង់គំនិតដើមរបស់ធុរកិច្ចថ្មី ត្រូវបានរាយការណ៍ផងដែរថាជាបញ្ហាប្រឈមមួយដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានជួបប្រទះ។ តាមរយៈកម្មវិធី Hackathons, អ្នកតម្រង់ទិស និងអ្នករៀបចំមាននិន្នាការក្នុងការផ្លាស់ប្តូរលើសលប់លើទស្សនាទានដើមរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលជាអ្នកចូលរួម។ ការជៀតជ្រែកបែបនេះអាចរារាំងនវានុវត្តន៍ និងបន្ទចបង្អាក់ទឹកចិត្តរបស់ស្ថាបនិកទាំងនេះក្នុងការដេញតាមគំនិតថ្មីៗ របស់ពួកគេ។ ការណ៍នេះ ចុងក្រោយក៏ធ្វើឱ្យបាត់បង់ភាពដើមនៃកម្មវិធី Hackthons ដែលបានរៀបចំឡើង ដើម្បីសាទរចំពោះគំនិតថ្មីៗ របស់ស្ថាបនិកទាំងនេះ។

ផ្អែកតាម Kohne និង Wehmeier (2020), ស្នូលរបស់កម្មវិធី Hackathons គឺដើម្បីដាក់បង្ហាញនូវគំនិតថ្មីៗ ទៅកាន់អ្នកមានមូលធនសម្រាប់វិនិយោគលើគំនិតរបស់ពួកគេ។ ការណ៍នេះ បង្ហាញយ៉ាងច្បាស់អំពីសារៈសំខាន់ក្នុងការរក្សាការផ្តោតលើ ការបង្កើតគំនិតទៅជាការអនុវត្ត ដើម្បីការពារធុរកិច្ចថ្មីចេញពីការវង្វេង ចេញពីគំនិតដើមរបស់ពួកគេ។

ដូចខាងស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះបានលើកឡើង, មតិកែលម្អក្នុងន័យស្ថាបនាអាចជំរុញនវានុវត្តន៍ និងភាពច្នៃប្រឌិតព្រមទាំងធ្វើឱ្យពួកគេអាចកែសម្រួលគំនិតដើមឱ្យ កាន់តែប្រសើរឡើង។ យុទ្ធសាស្ត្រទាំងនេះ នឹងអាចជួយដល់ការរៀបចំកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលផ្សេងៗ រួមទាំងកម្មវិធី Hackathon មួយ ដែលមានប្រសិទ្ធភាព និងពោរពេញដោយការគាំទ្រសម្រាប់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។

៣.២.៣. ដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួម

នៅក្នុងកម្មវិធី Hackathons ទាំង ១៦, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ៩ នាក់ បានរាយការណ៍ថាពួកគេទទួលបានការគាំទ្របន្ទាប់ពីកម្មវិធី Hackathons បានបញ្ចប់។ ដូចបានបង្ហាញក្នុង **រូបភាពទី ៣.៤** ក្នុងដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួមកម្មវិធី, ស្ថាបនិកបានរាយការណ៍ថា ពួកគេបានបន្តទៅកាន់កម្មវិធីក្នុងកម្រិតបន្ទាប់ ដូចជាកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម ឬកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម ដែលអាចជាការឡើងបន្តដោយស្វ័យប្រវត្តិ ឬការដាក់ពាក្យស្នើសុំទៅកម្មវិធីទាំងនោះដោយមានជំនួយពីអ្នករៀបចំកម្មវិធី Hackathons។ ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា

ក៏បានទទួលស្គាល់អំពីតម្លៃនៃទំនាក់ទំនងជាប្រចាំ ក្នុងទម្រង់ជាកិច្ចប្រជុំជាមួយអ្នកតម្រង់ទិស, ការអញ្ជើញចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍ពាក់ព័ន្ធនានា, ការផ្លាស់ប្តូរព័ត៌មានរវាងអ្នករៀបចំកម្មវិធី និងស្ថាបនិកទាំងនេះ ក៏ដូចជារវាងស្ថាបនិក និងស្ថាបនិក។ ការរក្សាឱកាសទំនាក់ទំនងរវាងអ្នកចូលរួមពីមុនក្នុងនាមជាអតីតសិក្ខាកាម (Alumni) ជាមួយនឹងអ្នករៀបចំកម្មវិធី ត្រូវបាទទួលស្គាល់ថាជាទម្រង់ដ៏មានតម្លៃមួយ ដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទទួលបានបន្ទាប់ពីកម្មវិធី Hackathons បានបញ្ចប់។

សម្រាប់ស្ថាបនិកដែលមិនទទួលបានការគាំទ្រអ្វីសោះ បន្ទាប់ពីកម្មវិធី Hackathons បានបញ្ចប់, មិនមានស្ថាបនិកណាម្នាក់បង្ហាញអំពីទំនោរក្នុងការទទួលបានការគាំទ្រណាមួយនោះទេ។

បន្ទាប់ពីកម្មវិធី Hackathons បានបញ្ចប់, ជាញឹកញាប់ អ្នករៀបចំកម្មវិធីត្រូវអនុវត្តសកម្មភាពតាមដាន (Follow-up) មួយចំនួន។ ការរៀបចំផែនការ និងការអនុវត្តកម្មវិធីមួយជោគជ័យចាំបាច់ត្រូវមានសកម្មភាពតាមដាននេះបន្ថែម ដើម្បីអាចបង្កើតផលជះអតិបរមា (Kohne & Wehmeier, 2020)។ យ៉ាងណាមិញ, ដំណាក់កាលដ៏មានសារៈសំខាន់នេះតែងតែត្រូវបានមើលរំលង។

រូបភាពទី ៣.៤៖ ប្រភេទនៃការគាំទ្រដែលទទួលបានក្នុងដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Hackathons
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

គំនិតជាច្រើនត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងអំឡុងពេលកម្មវិធី Hackathons ហើយគំនិតទាំងនោះស្ថិតក្នុងការគូរវាស ឬគំរូដើមនៅឡើយទេ ហើយដើម្បីអាចបោះជំហានបន្ត ឬដាក់ឱ្យដំណើរការធុរកិច្ចថ្មីតែម្តង តម្រូវឱ្យមានការផ្តល់ជូននូវពេលវេលា និងការគាំទ្របន្ថែមទៀត។ Kohne និង Wehmeier (2020) បានបញ្ជាក់អំពីសារៈសំខាន់នៃការគាំទ្រជាបន្តទៀត បន្ទាប់ពីកម្មវិធី Hackathons បានបញ្ចប់។ អ្នករៀបចំកម្មវិធីអាចផ្តល់ឱ្យអ្នកចូលរួមនូវឱកាសក្នុងការទទួលបានការណែនាំបន្ត ដូចជាការជួបប្រឹក្សាជាមួយអ្នកជំនាញក្នុងម៉ោងណាមួយ ឬតាមវេទិកាអនឡាញនានា ដើម្បីទទួលបានដំបូន្មានសម្រាប់ជំហានបន្តបន្ទាប់ក្នុងដំណើរធុរកិច្ចថ្មីរបស់ខ្លួន។ ជាងនេះទៀត, ការផ្តល់ជូននូវកន្លែងធ្វើការបណ្តោះអាសន្ន ក៏អាចជួយឱ្យក្រុមធុរកិច្ចថ្មីអាចបន្តការអភិវឌ្ឍរបស់ខ្លួនបានផងដែរ។ ប្រសិនបើមានគំនិតណាមួយបង្ហាញសក្តានុពលសម្រាប់ការបង្កើតចេញជាក្រុមហ៊ុនថ្មីមួយ, ការគាំទ្រអាចពង្រីកបន្ថែមទៅដល់ការស្វែងរកអ្នកវិនិយោគ, ការប្រឹក្សាផ្នែកច្បាប់ និងការធ្វើផែនការធនធាន មនុស្ស ឬហិរញ្ញវត្ថុ។ វាជាការចាំបាច់ក្នុងការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រដោយផ្សារភ្ជាប់ជាមួយទាំងលទ្ធផល និងអ្នកចូលរួម ក្នុងអំឡុងដំណាក់កាលតាមដាននេះ ដែលរួមបញ្ចូលទាំងការរៀបចំសម្ភារចាំបាច់នានា, ការបែងចែកធនធានហិរញ្ញវត្ថុ និងការបង្កើតបណ្តាញគាំទ្រមួយ។

ការធានាថាអ្នកចូលរួមគ្រប់ៗ រូប សុទ្ធតែទទួលបានការគាំទ្របន្ទាប់ពីកម្មវិធី Hackathons បានបញ្ចប់មានសារៈសំខាន់ណាស់ ព្រោះភាពព្រងើយកន្តើយលើធុរកិច្ចថ្មីអាចនាំឱ្យពួកគេមិនពេញចិត្តនឹងកម្មវិធី និងអាចបាត់បង់ឱកាសនានាដែលធុរកិច្ចថ្មីអាចនាំទៅកាន់ទីផ្សារ។

៣.៣. កម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម

ប្រអប់ទី ៣.២៖ និយមន័យ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម
ប្រភព: Bunthan et al. (2024)

ការស្រាវជ្រាវនេះបានរកឃើញថា ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ២៨ នាក់ ក្នុងចំណោម ៤២ នាក់ បានចូលរួមកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្មចំនួន ៣៨ ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ។ បទពិសោធន៍នៃការចូលរួមរបស់ពួកគេត្រូវបានពិនិត្យស៊ីជម្រៅទៅក្នុងដំណាក់កាលចំនួន ៣ ផ្សេងៗ គ្នា ដែលរួមមាន៖

(១) ដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម,
(២) ដំណាក់កាលចូលរួម, និង
(៣) ដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួម។

៣.៣.១. ដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម

ក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមនៃកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលបានចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវ បានលើកឡើងចំណុចកែលម្អចំនួន ២ ជូនទៅកាន់អ្នករៀបចំកម្មវិធី ដូចបានបង្ហាញក្នុង **រូបភាពទី ៣.៥** ។

(១) **ការផ្សព្វផ្សាយសេចក្តីប្រកាស៖** សេចក្តីប្រកាសគួរផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានទូលាយទៅកាន់និស្សិតនៅសាកលវិទ្យាល័យ ឬសិស្សនៅតាមវិទ្យាល័យនានា តាមរយៈការរៀបចំជាស្តង់ផ្តល់ព័ត៌មាន ឬរៀបចំជាព្រឹត្តិការណ៍ចែករំលែកព័ត៌មាននៅតាមសាកលវិទ្យាល័យ ឬវិទ្យាល័យតែម្តង។ វិធីមួយទៀត គឺការផ្ញើអ៊ីមែលអំពីសេចក្តីប្រកាស ទៅកាន់ស្ថាបនិកផ្នែកតាមអាសយដ្ឋានអ៊ីមែលដែលអ្នករៀបចំកម្មវិធីមានក្នុងដៃ។ សម្រាប់ការចុះឈ្មោះចូលរួមវិញ, ពាក្យស្នើសុំគួរតែមានជា ២ ភាសា ទាំងជាភាសាខ្មែរ និងភាសាអង់គ្លេស។

(២) **យន្តការបញ្ជាក់៖** ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចូលរួមកម្មវិធី គួរមានយន្តការឆ្លើយតបបញ្ជាក់ទៅកាន់អ្នកចូលរួមវិញដែលរួមមាន ការបញ្ជាក់ការទទួលបានពាក្យស្នើសុំ, ស្ថានភាពនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំ និងការបញ្ជាក់អំពីកាលវិភាគនានាជាជំហានបន្ទាប់។ បន្ទាប់ពីបានបញ្ជូនពាក្យស្នើសុំចូលរួមកម្មវិធីរួចរាល់, ស្ថាបនិកមិនសូវជាទទួលបានការផ្តល់ជាការបញ្ជាក់ត្រឡប់មកវិញទេ។ ដូចនេះ, ពួកគេមិនច្បាស់ពីភាពជោគជ័យនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចូលរួមកម្មវិធីរបស់ពួកគេ។ ជាងនេះទៀត, ការដាក់ពាក្យស្នើសុំមួយដែលជោគជ័យក៏រាប់បញ្ចូលទាំងផែនការតាមដានក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមកម្មវិធីផងដែរ ជាពិសេសការទាក់ទងតាមទូរសព្ទ ឬអ៊ីមែល ដើម្បីជម្រាបអំពីជំហានបន្ទាប់ មុននឹងឈានដល់ដំណាក់កាលចូលរួមកម្មវិធី។ ការអនុវត្តបែបនេះ អាចកាត់បន្ថយឱកាសដែលស្ថាបនិកខកខានមិនបានចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍សំខាន់ៗ នានា ក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមដែលអាចបណ្តាលមកពីកាលវិភាគជាន់គ្នាជាមួយកម្មវិធី ឬសកម្មភាពការងារដទៃ។ ដូចនេះ, ស្ថាបនិកបានលើកឡើងអំពីប្រតិទិនឌីជីថល និងការរំលឹកព្រឹត្តិការណ៍ឌីជីថល ដើម្បីជួយជំរុញបន្ថែមក្នុងនីតិវិធីនៃការអនុវត្តនេះ។ ការណ៍នេះអាចជួយបង្កើនប្រសិទ្ធភាព និងប្រសិទ្ធផលទាំងសម្រាប់អ្នករៀបចំកម្មវិធី និងសម្រាប់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។

ផ្អែកតាមបទពិសោធន៍របស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលបានចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម, ក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមនេះ ពួកគេបានកំណត់នូវចំណុចកែលម្អមួយចំនួន សំដៅពង្រីកវិសាលភាពទៅកាន់អ្នកចូលរួមគោលដៅ

តាមរយៈកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងនៃការផ្សព្វផ្សាយ និងការបញ្ជ្រាបឱ្យកាន់តែខ្លាំងជាងមុន។ ក្រុមគោលដៅសម្រាប់ការបញ្ជ្រាបបន្ថែម រួមមាន សិស្សនិស្សិតនៅវិទ្យាល័យ និងសាកលវិទ្យាល័យដែលអាចបញ្ជូនព័ត៌មានទៅកាន់ពួកគេបានតាមរយៈការដាក់ស្តង់ព័ត៌មាន និងស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាពូកែៗ មួយចំនួនដែលអ្នករៀបចំកម្មវិធីអាចទាក់ទងតាមអ៊ីមែលបាន។ អភិក្រមនេះមានគោលបំណងបង្កើនការចូលរួមរបស់សិស្សនិស្សិតក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម។ ការធ្វើបែបនេះ ផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនជាពិសេសសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មីដែលស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលដំបូង (Bunthan et al., 2024)។

អត្ថប្រយោជន៍ចម្បងៗ ត្រូវបានផ្តល់ជូនចំពោះស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលលេចធ្លោ ឬនិស្សិតដែលបានដំណើរការធុរកិច្ចថ្មីរបស់ខ្លួនរួចរាល់ ដោយពួកគេអាចទាញយកប្រយោជន៍ជាអតិបរមាពីការគាំទ្រនានាដែលផ្តល់ជូនដោយកម្មវិធី។

ជាងនេះទៀត, ការស្វែងរកគំនិតផ្តួចផ្តើម ដូចជាកម្មវិធីបុរេបណ្តុះអាជីវកម្ម (Pre-incubators) សម្រាប់សិស្សវិទ្យាល័យ អាចផ្តល់ជូននូវការគាំទ្រដ៏មានតម្លៃសម្រាប់សហគ្រិនវ័យក្មេងផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។

រូបភាពទី ៣.៥៖ ចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

៣.៣.២. ដំណាក់កាលចូលរួម

ក្នុងចំណោមកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្មចំនួន ៣៨ ដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានចូលរួមក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ, កម្មវិធីចំនួន ២៨ ត្រូវបានពួកគេអះអាងថាមានបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួន។ រូបភាពទី ៣.៦ បង្ហាញនូវបញ្ហាប្រឈម

ចម្បងៗ ចំនួន ៥ រួមមាន៖

(១) កម្មវិធីសិក្សាមិនសមស្រប៖ ស្ថាបនិកខ្លះបានយល់ឃើញថា មេរៀនមួយចំនួនក្នុងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មមានលក្ខណៈទូទៅពេក និងមិនអាចយកមកអនុវត្តជាក់ស្ដែងក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មប្រចាំថ្ងៃ។ មេរៀនខ្លះ មានលក្ខណៈស្រដៀងទៅនឹងមេរៀនក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម ហើយមិនអាចឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការជាក់លាក់របស់ស្ថាបនិកឡើយ។

(២) ប្រពលភាព (Intensity) នៃកម្មវិធី៖ ស្ថាបនិកក៏បានរាយការណ៍ផងដែរថា កម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មខ្លះបានតម្រូវឱ្យពួកគេចូលមករៀនដោយផ្ទាល់ញឹកញាប់ពេក។ កម្មវិធីដាក់កិច្ចការពិបាកៗ ជាច្រើន ប៉ុន្តែមិនទាន់មានលក្ខណៈប្រាកដនិយមសម្រាប់ស្ថាបនិកអាចអនុវត្តជាក់ស្ដែង។

(៣) ការមិនបង្ហាញគុណវុឌ្ឍិ៖ កម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មដែលមិនបានបញ្ជាក់ច្បាស់អំពីលក្ខខណ្ឌជ្រើសរើសអ្នកចូលរួម, អ្នកតម្រង់ទិស, គណៈកម្មការ និងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសម្រាប់កំណត់អ្នកឈ្នះក្នុងកម្មវិធី បានបង្កើតនូវគម្លាតនៅក្នុងព័ត៌មានដែលផ្តល់ជូនដល់ស្ថាបនិក។ តម្លាភាពក្នុងគុណវុឌ្ឍិទាំងអស់នេះអាចជំរុញទំនុកចិត្ត និងជំនឿចិត្តក្នុងចំណោមស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មី ដោយបង្កើតនូវបរិស្ថានចាំបាច់សម្រាប់ពួកគេអាចលូតលាស់ក្នុងកម្មវិធីនេះបាន។ ស្ថាបនិកជាច្រើនក៏បានបង្ហាញនូវកង្វល់អំពីថវភាព (Dynamics) របស់កម្មវិធី ដោយពួកគេបានសង្កេតឃើញថា ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលចូលរួមកម្មវិធី ស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលអាជីវកម្មខុសៗ គ្នាខ្លាំងពេក។ ការដឹងអំពីលក្ខខណ្ឌជ្រើសរើសគណៈកម្មការអាចជួយឱ្យស្ថាបនិករៀបចំខ្លួនបានល្អប្រសើរសម្រាប់ការធ្វើបទបង្ហាញរបស់ពួកគេ។ ជាងនេះទៀត, ការបើកចំហលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសម្រាប់វាយតម្លៃជ្រើសរើសអ្នកឈ្នះក្នុងកម្មវិធី នឹងអាចបង្កើតបរិយាកាសយុត្តិធម៌ និងការចាញ់ឈ្នះដោយអស់ចិត្តពីអ្នកចូលរួមកម្មវិធីទាំងអស់។

(៤) ការកំណត់ពេលវេលា៖ កម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មទាំងនេះមានរយៈពេលយូរសម្រាប់វគ្គបណ្ដុះបណ្ដាល ប៉ុន្តែមានពេលវេលាខ្លីសម្រាប់ការជួបជាមួយអ្នកតម្រង់ទិស ខណៈដែលស្ថាបនិកចង់ទទួលបានជំនួបជាមួយអ្នកតម្រង់ទិសឱ្យបានច្រើនជាងការរៀនក្នុងវគ្គបណ្ដុះបណ្ដាល។

(៥) គុណភាពនៃការតម្រង់ទិស៖ ស្ថាបនិកក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះបានរាយការណ៍ថា អ្នកតម្រង់ទិសដែលបានមកជួយស្ថាបនិកក្នុងកម្មវិធីទាំងមូល មិនសូវជាយល់ដឹងអំពីស្ថានភាពជាក់លាក់នៃធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេនោះទេ ហើយក៏មិនអាចផ្តល់ជាការណែនាំដែលមានប្រសិទ្ធភាពនោះដែរ។ ជំនាញបច្ចេកទេសរបស់អ្នកតម្រង់ទិសខ្លះនៅមានកម្រិត ជាហេតុធ្វើឱ្យរាំងស្ទះដល់សមត្ថភាពនៃការពន្យល់អំពីទស្សនាទាន និងបង្ហាញនូវទិដ្ឋភាពបច្ចេកទេសនានា ក្នុងបរិបទធុរកិច្ចថ្មី។ ការណ៍នេះ បានធ្វើឱ្យកម្មវិធីមិនអាចឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការជាក់ស្ដែងរបស់ស្ថាបនិកបាន។

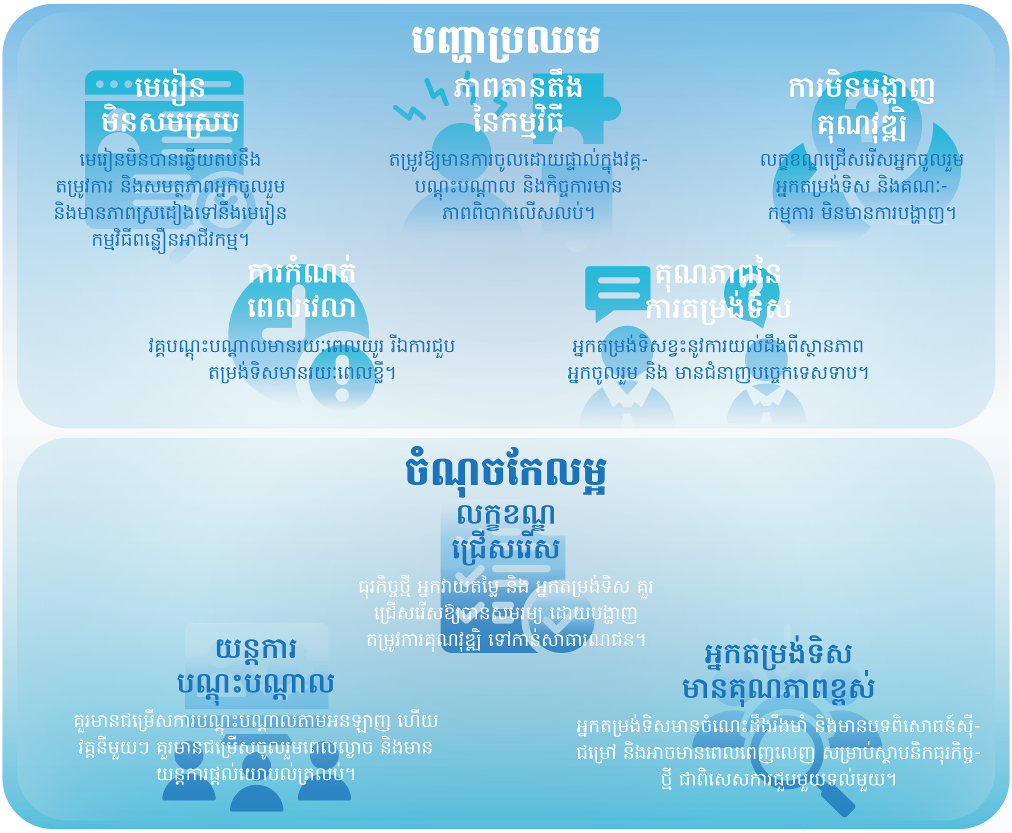
ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាដូចដែលបានរៀបរាប់ខាងលើ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានលើកឡើងជាយោបល់ក្នុងការកែលម្អទៅលើផ្នែកសំខាន់ៗ ចំនួន ៣ ក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មនេះ ដូចខាងក្រោម៖

(១) យន្តការបណ្ដុះបណ្ដាល៖ យន្តការមួយដែលលើកឡើងដោយស្ថាបនិក គឺការបណ្ដុះបណ្ដាលតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ដោយមុខវិជ្ជាបង្រៀននីមួយៗ ត្រូវថតទុក និងចែករំលែកទៅកាន់អ្នកចូលរួមទាំងអស់ ដើម្បីអាចប្រើប្រាស់នៅពេលក្រោយជាប្រយោជន៍ទៀតបាន។ អ្នករៀបចំគួរពិចារណារៀបចំម៉ោងបង្រៀននៅវេលល្ងាចផងដែរ ដើម្បីអាចសម្របទៅនឹងការងារពេញម៉ោងនៅកន្លែងធ្វើការរបស់ស្ថាបនិកមួយចំនួន។ ជាងនេះទៀត, យន្តការផ្តល់មតិត្រឡប់បន្ទាប់ពីវគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលនីមួយៗ បានបញ្ចប់ ក៏គួរតែមានផងដែរ ដើម្បីជំរុញនូវទំនាក់ទំនងសកម្មក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមក្នុងអំឡុងពេលនៃកម្មវិធី។

(២) លក្ខខណ្ឌជ្រើសរើស៖ ស្ថាបនិកបានណែនាំឱ្យមានការកែសម្រួលទៅលើលក្ខខណ្ឌជ្រើសរើសធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា, គណៈកម្មការ និងអ្នកតម្រង់ទិសក្នុងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម។ លក្ខខណ្ឌជ្រើសរើសសម្រាប់ធុរកិច្ច-

ថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលចូលរួមកម្មវិធី គួរមានដំណាក់កាលអាជីវកម្មប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ដើម្បីអាចរក្សាសហថាមពលក្នុងជំនាន់ជាមួយគ្នាបាន។ អ្នកតម្រង់ទិស និងគណៈកម្មការដែលបានជ្រើសរើស គួរមានជំនាញសមស្របនឹងមូលបទនៃកម្មវិធី និងអាចស្របនឹងលក្ខខណ្ឌនៃការបណ្ដុះអាជីវកម្មរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។ ការជ្រើសរើសក្រុមពាក់ព័ន្ធនៃកម្មវិធីប្រកបដោយភាពប្រុងប្រយ័ត្ន ជាកត្តាដ៏សំខាន់ក្នុងការជំរុញនូវវឌ្ឍភាពនៃល្បឿនសិក្សា, ការតម្រង់ទិសដែលស្រួច និងមានភាពពាក់ព័ន្ធ និងភាពយុត្តិធម៌ក្នុងការប្រជែងដណ្ដើមយករង្វាន់ក្នុងកម្មវិធី។

(៣) **អ្នកតម្រង់ទិសមានគុណភាពខ្ពស់៖** ស្ថាបនិកបានលើកឡើងថា អ្នកតម្រង់ទិសគួរមានចំណេះដឹងទូលំទូលាយ និងបទពិសោធន៍ក្នុងវិស័យធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យានេះ។ ជាងនេះទៀត, ការតម្រង់ទិសគួរមានពេលវេលាកាន់តែច្រើន និងពេញម៉ោងសម្រាប់ស្ថាបនិកអាចទទួលបានការប្រឹក្សា និងការណែនាំកាន់តែប្រសើរ។ ជាចុងក្រោយ, ស្ថាបនិកពិតជាចង់បានការតម្រង់ទិសមួយទល់មួយ ជាមួយអ្នកតម្រង់ទិស ដើម្បីពួកគេអាចទទួលបានការណែនាំ និងការតម្រង់ទិសដែលជាក់លាក់ស្របតាមលក្ខខណ្ឌរបស់ពួកគេ។



រូបភាពទី ៣.៦៖ បញ្ហាប្រឈម និងចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

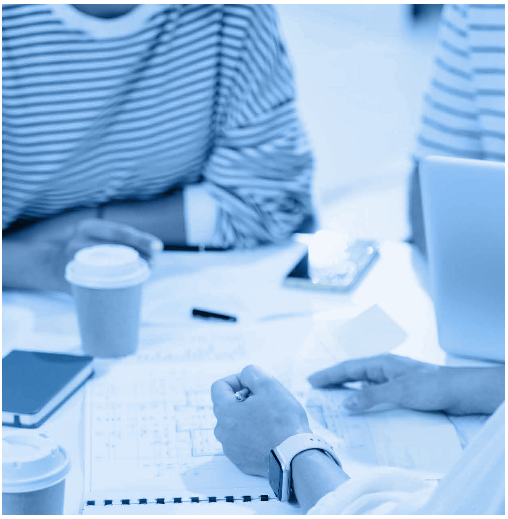
កម្មវិធីសិក្សាមិនសមស្រប និងប្រពលភាពក្នុងវគ្គបណ្ដុះបណ្ដាល ជាបញ្ហាចម្បងដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានជួបប្រទះក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម។ បញ្ហានេះ បានឆ្លុះបញ្ចាំងទៅកាន់អភិក្រម "ទំហំមួយត្រូវគ្រប់ទាំងអស់ (One-size-fits-all)" ដែលសំដៅដល់អភិក្រមមួយដែលមានស្តង់ដារតែមួយ និងមិនមានលក្ខណៈសម្រួចទៅតាមតម្រូវការរបស់បុគ្គលម្នាក់ៗ នោះទេ នេះបើយោងតាម Collins (2025)។

បន្ថែមពីនេះ, Mentoring Complete (2023) បានបញ្ជាក់ថា កម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មជាច្រើនមានទំនោរក្នុងការអនុវត្តអភិក្រម "ទំហំមួយត្រូវគ្រប់ទាំងអស់" ដោយផ្ដល់ការគាំទ្រ និងកម្មវិធីបណ្ដុះបណ្ដាលបែបទូទៅ ដែលមិនអាចឆ្លើយតបទាំងស្រុងទៅកាន់តម្រូវការជាក់លាក់របស់ធុរកិច្ចថ្មីនីមួយៗ នោះទេ។ អភិក្រមនេះពន្យល់អំពីភាពមិនពេញចិត្តរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទៅនឹងកម្មវិធីសិក្សា និងយន្តការបណ្ដុះបណ្ដាល នៅពេលដែលអភិក្រមនេះមិនស្របនឹងការរំពឹងទុករបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។ Phong et al. (2022) ក៏បានរកឃើញផងដែរថា ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាមិនអាចបែងចែកពេលវេលាដើម្បីចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មឱ្យបានពេញលេញនោះទេ ព្រោះពួកគេមានកិច្ចការងារដទៃដែលត្រូវបំពេញ។ ដើម្បីកែលម្អបញ្ហានេះ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានលើកឡើងអំពីការផ្លាស់ប្ដូរយន្តការបណ្ដុះបណ្ដាល ឱ្យមានភាពបត់បែនទៅលើវេនម៉ោងសិក្សា និងមានយន្តការផ្ដល់មតិត្រឡប់សម្រាប់ការបណ្ដុះបណ្ដាល។ Mentoring Complete (2023) បានបញ្ជាក់អំពីតម្រូវការនៃបរិស្ថានដែលពោរពេញដោយការគាំទ្រ និងវគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលដែលមានលក្ខណៈប្រាកដនិយម ដើម្បីជួយអ្នកចូលរួមឱ្យបានកាន់តែប្រសើរ ក្នុងដំណើរការនៃការអភិវឌ្ឍរបស់ពួកគេ។

ដើម្បីជំរុញបម្រែបម្រួលវិជ្ជមាន, អ្នករៀបចំកម្មវិធីគួរប្រើអភិក្រមដែលមានភាពបត់បែន, រចនាកម្មវិធីឱ្យស្រួចឆ្លើយតបនឹងបញ្ហាជាក់លាក់ និងគោលដៅរបស់ធុរកិច្ចថ្មីនីមួយៗ ដែលពួកគេធ្វើការជាមួយ។

ស្រដៀងគ្នាទៅនឹងបទពិសោធន៍នៃការចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Hackathons, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានរាយការណ៍អំពីគុណភាពនៃការតម្រង់ទិស ដែលជាបញ្ហាមួយក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម។ Phong et al. (2022) បានរកឃើញថា កម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មបានផ្ដល់នូវបរិស្ថានដ៏ល្អមួយសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ក្នុងការកសាង និងបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធនានា ដែលអាចផ្ដល់ការគាំទ្រព្រមទាំងអាចស្វែងរកអ្នកតម្រង់ទិសបានផងដែរ។ បន្ថែមពីនេះ, ការគាំទ្រទាំងនេះមានភាពចាំបាច់ក្នុងការផ្ដល់ជាការណែនាំ និងការគាំទ្រដល់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ដែលកំពុងស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលដំបូងនៅឡើយ។

យ៉ាងណាមិញ, ចំនួនអ្នកតម្រង់ទិសដែលពោរពេញដោយបទពិសោធន៍ ជាអ្នកជំនាញ និងមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រាន់ក្នុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម និងគ្រប់គ្រងធុរកិច្ចថ្មីមួយ នៅមានកម្រិតនៅឡើយ។



កង្វះខាតនៃអ្នកតម្រង់ទិសដែលមានគុណភាពមិនមែនជាបញ្ហាប្រឈមថ្មីសម្រាប់កម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មនោះទេ ដោយបញ្ហានេះបានចាក់ឫសចូលជ្រៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាជាយូរមកហើយ (Ek & Vandenberg, 2022)។ Phong et al. (2022) ក៏បានរកឃើញដែរថា តួអង្គក្នុង ESOs ជាពិសេសអ្នករៀបចំកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម, អ្នករៀបចំកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម និងដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ បានជួបប្រទះបញ្ហាប្រឈមក្នុងការជ្រើសរើសអ្នកតម្រង់ទិសដែលមានគុណភាពដើម្បីអាចផ្ដល់ជូននូវការតម្រង់ទិស និងការណែនាំដល់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងកម្មវិធីគាំទ្ររបស់ពួកគេ។

ការតម្រង់ទិស ជាចលករមួយដ៏សំខាន់ទៅកាន់ភាពជោគជ័យ សម្រាប់ស្ថាបនិកក្នុងអំឡុងពេលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម។ ដូចនេះ, អាទិភាពមួយក្នុងចំណោមអាទិភាពនានា គឺការដោះស្រាយបញ្ហានេះចេញពីកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម។

លទ្ធផលស្រាវជ្រាវដ៏គួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍មួយទៀតក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ គឺការមិនបង្ហាញលក្ខខណ្ឌក្នុងការជ្រើសរើសធុរកិច្ចថ្មី, គណៈកម្មការ និងអ្នកតម្រង់ទិស។

ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាយល់ឃើញថា នេះជាបញ្ហាប្រឈមមួយផងដែរ ក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម។ ស្រដៀងគ្នាដែរ, បើយោងតាមកម្មវិធី Startup Week និង Weekend ដែលបានដាក់បញ្ចូលក្នុងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍គាំទ្រសហគ្រិនវ័យក្មេង សម្រាប់កម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម និងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម របស់កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហប្រជាជាតិ (UNDP Guidebook) (2021), បេក្ខជនខ្លះបានជឿថា អ្នកចូលរួមក្នុងកម្មវិធីដែលមានធុរកិច្ចស្រាប់ទៅហើយមានឧត្តមភាពជាងបេក្ខជនដែលមិនទាន់មានអ្វីសោះ។

កម្មវិធី Startup Week និង Weekend ក៏មិនបានបង្ហាញពីតម្រូវការគុណវុឌ្ឍិសម្រាប់អ្នកចូលរួម ឬព័ត៌មានអំពីអ្នកតម្រង់ទិសផងដែរ។ សៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍ UNDP (2021) ក៏បានបញ្ជាក់ពីសមាសភាគសំខាន់ៗ សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍ និងដំណើរការកម្មវិធីគាំទ្រធុរកិច្ចថ្មីមួយឱ្យបានជោគជ័យ ដែលរួមមានទាំងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មផងដែរ។ សមាសភាគសំខាន់ៗ រួមមានសាវតាររបស់អ្នកតម្រង់ទិស, អ្នកចូលរួមគោលដៅ និងលក្ខខណ្ឌជ្រើសរើស។

ដើម្បីអាចធានានូវតម្លាភាព និងភាពយុត្តិធម៌ក្នុងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម, ស្ថាបនិកដែលបានចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះក៏បានលើកឡើងដែរថា អ្នករៀបចំកម្មវិធីគួរកែលម្អលក្ខខណ្ឌជ្រើសរើសសម្រាប់គណៈកម្មការ, អ្នកតម្រង់ទិស និងធុរកិច្ចថ្មី។

៣.៣.៣. ដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួម

ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយនេះ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ២៨ នាក់ បានចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម។ ក្នុងនេះ, ស្ថាបនិក ២១ នាក់ បានអះអាងថា ពួកគេបានទទួលការគាំទ្រមួយចំនួនបន្ទាប់ពីកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មបានបញ្ចប់ ខណៈដែលស្ថាបនិក ៧ នាក់ ផ្សេងទៀត បានរាយការណ៍ថា ពួកគេមិនបានទទួលការគាំទ្រណាមួយនោះទេ។ រូបភាព ៣.៧ បង្ហាញអំពីប្រភេទនៃការគាំទ្រដែលស្ថាបនិកមួយចំនួនមិនបានទទួលបន្ទាប់ពីកម្មវិធីបានបញ្ចប់ទៅ ប៉ុន្តែពួកគេបានបង្ហាញទំនោរក្នុងការចង់បានការគាំទ្រដែលស្ថាបនិកដទៃទៀតបានទទួលបន្ទាប់ពីកម្មវិធីបានបញ្ចប់។ ការគាំទ្រដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទាំងនេះទទួលបាន រួមមាន មូលនិធិ និងឱកាសវិនិយោគ, ការតម្រង់ទិស, ការជួយផ្សព្វផ្សាយយីហោ, ទីកន្លែងធ្វើការ និងការព្រមព្រៀងភាពជាដៃគូ។

(១) **ឱកាសទទួលបានមូលនិធិ និងការវិនិយោគ៖** ស្ថាបនិកទទួលបានទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកវិនិយោគសក្ដានុពល ដែលបានបើកឱកាសសម្រាប់ពួកគេក្នុងការធ្វើបទបង្ហាញទៅកាន់អ្នកវិនិយោគក្នុងប្រទេស ក៏ដូចជានៅក្រៅប្រទេស ដែលភាគច្រើនស្ថិតក្នុងតំបន់អាស៊ី។

(២) **ការតម្រង់ទិស៖** ការតម្រង់ទិសជាបន្តបន្ទាប់ ជាការគាំទ្រទូទៅមួយដែលទទួលបានបន្ទាប់កម្មវិធីបានបញ្ចប់ ដោយមានការផ្ដល់ជូននូវប្រព័ន្ធគាំទ្រមួយដ៏សំខាន់សម្រាប់ស្ថាបនិក ខណៈដែលពួកគេបានវិវឌ្ឍទៅកាន់តួនាទីថ្មី ឬចង់អភិវឌ្ឍធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេបន្ថែម។

(៣) **ការផ្សព្វផ្សាយយីហោ៖** អ្នករៀបចំកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មបានផ្សព្វផ្សាយយីហោរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទាំងក្នុងប្រទេស និងក្រៅប្រទេស។ ស្ថាបនិកបានយល់ឃើញថា នេះជាការគាំទ្រមួយដ៏មានសារៈសំខាន់ ដោយសារធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេទទួលបានភាពលេចធ្លោ និងជំរុញឱកាសបន្ថែមសម្រាប់ពួកគេកសាងមូលដ្ឋានអតិថិជនសក្ដានុពល (Potential Customer Base) និងបណ្ដាញទំនាក់ទំនងបន្ថែមទៀត។

(៤) **ទីកន្លែងធ្វើការ៖** ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីក៏ទទួលបានការផ្ដល់ជូននូវបន្ទប់ការិយាល័យសម្រាប់ធ្វើការ និងកន្លែងស្តុកទុកឯកសារផ្សេងៗ ដោយឥតគិតថ្លៃ ដែលស្ថាបនិកទាំងនេះអាចប្រើសម្រាប់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម និងការរៀបចំកិច្ចប្រជុំ ព្រមទាំងព្រឹត្តិការណ៍នានាផងដែរ។

(៥) **កិច្ចព្រមព្រៀងភាពជាដៃគូ៖** ស្ថាបនិកត្រូវបានអញ្ជើញចូលរួមក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ផ្គូផ្គងជាមួយអ្នកវិនិយោគ ដែលនាំមកនូវកិច្ចព្រមព្រៀងភាពជាដៃគូនានា។ ស្ថាបនិកក៏បានបង្ហាញនូវសេចក្ដីអំណរគុណចំពោះអ្នករៀបចំកម្មវិធី ដែលបានចូលរួមជ្រោមជ្រែងក្នុងពិធីចុះហត្ថលេខាសម្រាប់កិច្ចព្រមព្រៀងភាពជាដៃគូនេះ។ ការគាំទ្រនេះត្រូវបានមើលឃើញថាមានសារៈសំខាន់ក្នុងការលើកកម្ពស់កិត្តិសព្ទរបស់ស្ថាបនិក និងបង្កើនជំនឿចិត្តក្នុងភាពជាដៃគូនេះ។

ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានកំណត់ប្រភេទនៃការគាំទ្រចំនួន ៣ ដែលពួកគេចង់បាន បន្ទាប់ពីកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្មត្រូវបានបញ្ចប់។ ការគាំទ្រទាំង ៣ នេះរួមមាន៖

(១) ការកសាងបណ្តាញទំនាក់ទំនង៖ ស្ថាបនិកបានបង្ហាញអំពីទំនោរខ្លាំងក្នុងការទទួលបានជំនួយពីអ្នករៀបចំកម្មវិធី ទៅលើការភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ជាពិសេសអ្នកវិនិយោគ, អ្នកតម្រង់ទិស, ធុរកិច្ចថ្មីដទៃទៀត និងអតិថិជនសក្តានុពលនានា។ ស្ថាបនិកយល់ឃើញថា បន្ទាប់ពីកម្មវិធីបានបញ្ចប់ទៅ វាជាពេលដ៏សំខាន់ក្នុងការបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយស្ថាប័ននានា ដែលអាចជួយធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេឱ្យរីកចម្រើនបាន។ ដើម្បីសម្របសម្រួលកិច្ចការនេះ, ស្ថាបនិកសំណូមពរឱ្យមានការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ផ្សារភ្ជាប់បណ្តាញ និងការប្រជុំនានាជាមួយស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធគោលដៅ បន្ទាប់ពីកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្មបានបញ្ចប់។

(២) ការគាំទ្រជាបន្តបន្ទាប់៖ ស្ថាបនិកចង់ឱ្យបន្តការផ្តល់ជូននូវការគាំទ្របន្ទាប់ពីកម្មវិធីបានបញ្ចប់។ ការគាំទ្រជាបន្តបន្ទាប់នេះ នឹងអាចឱ្យស្ថាបនិកនៅតែមានទំនាក់ទំនងជាមួយសិក្ខាកាមដទៃ និងអាចចែករំលែកបច្ចុប្បន្នភាពនានា ទាំងធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា និងកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម។

(៣) ការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកទេស៖ ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានស្នើសុំឱ្យអ្នករៀបចំកម្មវិធីផ្តល់ការណែនាំទៅលើការពង្រីកប្រតិបត្តិការ, ការអភិវឌ្ឍផលិតផល និងការពង្រីកធុរកិច្ច។ ជាងនេះទៀត, ពួកគេក៏ចង់ទទួលបានជំនួយផ្នែកដំណោះស្រាយបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងការទទួលបានការរក្សាទុកទិន្នន័យក្នុងប្រព័ន្ធក្លោដ។

រូបភាពទី ៣.៧៖ ការគាំទ្របន្ទាប់ពីកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្មបានបញ្ចប់
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

ជាញឹកញយ, កង្វះនៃជំនួយបន្តជាប្រចាំបន្ទាប់ពីកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មត្រូវបានបញ្ចប់ ធ្វើឱ្យធុរកិច្ចថ្មីពិបាកក្នុងការពង្រីក និងសម្របខ្លួនទៅនឹងភាពស្មុគស្មាញរបស់ទីផ្សារ។ ស្ថិរភាពយូរអង្វែងនៃដំណើរជីវិតរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា គឺពឹងលើការកសាងក្របខ័ណ្ឌមួយសម្រាប់ការណែនាំ និងការផ្ដល់ធនធានជាប់ជាប្រចាំបន្ទាប់ពីកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មបានបញ្ចប់ (Mentoring Complete, 2023)។ Phong et al. (2022) បានផ្ដល់ជាអនុសាសន៍ឱ្យមានការគាំទ្រទៅកាន់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ក្រោយពេលចូលរួមកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម ព្រោះនេះជារឿងចាំបាច់សម្រាប់ការលូតលាស់របស់ធុរកិច្ចថ្មី។

ចំណុចនេះមានភាពស៊ីគ្នាជាមួយនឹងលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវនេះផងដែរ ដោយស្ថាបនិកចំនួន ៧ នាក់ ដែលមិនបានទទួលការគាំទ្រណាមួយបន្ទាប់ពីកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្មបានបញ្ចប់ទៅ បានលើកឡើងពីការដែលចង់បានការគាំទ្រ ព្រោះពួកគេគិតថា ការគាំទ្រទាំងនោះនឹងអាចត្រួសត្រាយផ្លូវពួកគេទៅកាន់ដំណាក់កាលរីកលូតលាស់បន្ថែម។

សៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍ UNDP (2021) បានណែនាំថា ការគាំទ្រលើការកសាងបណ្ដាញ ជាការគាំទ្រមួយដ៏សំខាន់បំផុតក្នុងដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួមកម្មវិធីបណ្ដុះអាជីវកម្ម ឬកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម។ ធនធាន ដូចជាការផ្ដល់ក្រុមអ្នកតម្រង់ទិស, ម្ចាស់ធុរកិច្ចផ្សេងៗ និងសេវាកម្មផ្ដល់ប្រឹក្សា បើទោះជាត្រូវបង់ថ្លៃ (ដូចជាអ្នកប្រឹក្សាផ្នែកច្បាប់ ឬការវិនិយោគ) និងការផ្ដល់ទីកន្លែងធ្វើការ គឺសុទ្ធតែជាផ្នែកនៃការគាំទ្រលើការកសាងបណ្ដាញទាំងអស់។ ដូចនេះ, ការគាំទ្រក្នុងការកសាងបណ្ដាញដែលបានកំណត់ក្នុងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍ UNDP (2021) បានគ្របដណ្ដប់ស្ទើរតែទាំងអស់ទៅលើប្រភេទនៃការគាំទ្រ ដែលស្ថាបនិកក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះទទួលបាន ឬចង់បាន។

ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ, ឱកាសទទួលបានមូលនិធិ និងការវិនិយោគក៏ត្រូវបានរកឃើញថាជាប្រភេទនៃការគាំទ្រដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទទួលបានផងដែរ។ លទ្ធផលនេះមានសង្គតិភាព (Consistency) ជាមួយកម្មវិធីចំនួន ២ ដែលបានដាក់បញ្ចូលក្នុងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍ UNDP (2021) ដែលបានផ្ដល់ការគាំទ្រពាក់ព័ន្ធនឹងការវិនិយោគបន្ទាប់ពីកម្មវិធីទាំង ២ នេះបានបញ្ចប់។ ថ្ងៃនៃបទបង្ហាញក្នុងកម្មវិធី "**Full-Time Young Entreprenuer Incubation Model from Idea to Prototype**" មានការចូលរួមពីអ្នកវិនិយោគ និងម្ចាស់អាជីវកម្មនានា មកស្ដាប់អំពីដំណើរការធុរកិច្ចរបស់សិក្ខាកាម។ ដូចនេះ, បន្ទាប់ពីសិក្ខាកាមបានបញ្ចប់ការចូលរួមក្នុងកម្មវិធីនេះទៅ, ពួកគេនឹងមានឱកាសក្នុងការទទួលបានថវិកាបន្ថែមដើម្បីគាំទ្រធុរកិច្ចរបស់ពួកគេ។ ការផ្ដល់ជូននូវដៃគូវិនិយោគ និងការតម្រង់ទិសជាប់ជាប្រចាំទៅលើការធ្វើតេស្តផលិតផល ឬសេវាកម្ម ជាឧទាហរណ៍មួយដែលខាងកម្មវិធី "**FinTech Solutions to Solve Existing SME and Corporation Problem Statements**" បានផ្ដល់ជូនសិក្ខាកាមបន្ទាប់ពីកម្មវិធីបានបញ្ចប់។

ក្រៅពីធនធាន និងការតម្រង់ទិស, ការគាំទ្រផ្នែកមូលធន និងការវិនិយោគក្នុងដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួម នឹងអាចជួយស្ថាបនិកទាំងនោះ ក្នុងការពង្រីកធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេប្រកបដោយភាពជោគជ័យ។

៣.៤. កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម

កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម ជាគំនិតផ្តួចផ្តើមដែលមានលក្ខណៈផ្តោត និងកំណត់ពេលវេលា ក្នុងការជួយធុរកិច្ចថ្មីឱ្យរីកចម្រើនឆាប់រហ័ស និងពង្រីកខ្លួន តាមរយៈការផ្តល់ជូននូវការតម្រង់ទិស, ធនធាន និងឱកាសភ្ជាប់បណ្តាញទំនាក់ទំនង។

ធុរកិច្ចថ្មីដែលបានអភិវឌ្ឍផលិតផល ឬសេវាកម្មរួចហើយ គួរពិចារណាក្នុងការចូលរួមកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម។ ការចូលរួមក្នុងកម្មវិធីនេះអាចជួយស្ថាបនិកកែលម្អយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការលូតលាស់របស់ពួកគេ, ធ្វើសុពលកម្មទៅលើផលិតផលរបស់ពួកគេ និងកសាងទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងអ្នកវិនិយោគសក្តានុពល។ នេះអាចជួយពន្លឿនវឌ្ឍនភាពរបស់ពួកគេឆ្ពោះទៅការសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់ពួកគេ និងអាចស្វែងរកមូលធនបន្ថែម។

កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម

ប្រអប់ទី ៣.៣៖ និយមន័យ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម
ប្រភព: Bunthan et al. (2024)

ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ៣២ នាក់ ក្នុងចំណោម ៤២ នាក់ បានអះអាងថា ពួកគេបានតំណាងឱ្យធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេចូលរួមក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មចំនួន ៤៥ ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ។ បទពិសោធន៍នៃការចូលរួមរបស់ពួកគេ ត្រូវបានពិនិត្យស៊ីជម្រៅទៅក្នុងដំណាក់កាលចំនួន ៣ ផ្សេងៗ គ្នា ដែលរួមមាន៖

(១) ដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម,
(២) ដំណាក់កាលចូលរួម, និង
(៣) ដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួម។

៣.៤.១. ដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម

ក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួម, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានសំណូមពរឱ្យមានការកែលម្អទៅលើរឿងសំខាន់ៗ ៤ យ៉ាងដូចបានបង្ហាញក្នុង **រូបភាពទី ៣.៨**៖

(១) **ការផ្សព្វផ្សាយសេចក្តីប្រកាស៖** សេចក្តីប្រកាសអំពីកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មគួរត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានទូលំទូលាយតាមបណ្តាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនានា បន្ថែមពីលើបណ្តាញសង្គមរបស់អ្នករៀបចំកម្មវិធី។ អ្នករៀបចំកម្មវិធីគួររៀបចំសេចក្តីប្រកាសក្នុងទម្រង់ផ្សេងៗ គ្នាដែលរួមមាន វីដេអូខ្លីៗ និងផ្ទាំងបោះពុម្ព ដើម្បីអាចឆក់យកចំណាប់អារម្មណ៍របស់ក្រុមគោលដៅបានកាន់តែប្រសើរ។

(២) **ខ្លឹមសារសេចក្តីប្រកាស៖** សេចក្តីប្រកាសគួរដាក់នូវព័ត៌មានដែលគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ និងចាំបាច់ ដែលរួមមានដូចជា រយៈពេលទាំងមូលរបស់កម្មវិធី, លក្ខខណ្ឌជ្រើសរើស និងអត្ថប្រយោជន៍នានាពីការចូលរួមដូចជាការអភិវឌ្ឍវិជ្ជាជីវៈក្នុងវិស័យធុរកិច្ច ជាដើម។

(៣) **គុណវុឌ្ឍិរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា៖** អ្នករៀបចំកម្មវិធីគួរផ្តល់អាទិភាពជូនធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលទើបបង្កើត ជាជាងអតីតសិក្ខាកាមដែលធ្លាប់ចូលរួមពីមុនរួចហើយ។ ការដាក់កំហិតគុណវុឌ្ឍិនេះសំដៅផ្តល់ឱកាសទៅដល់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ដែលពិតជាមានតម្រូវការក្នុងការចូលរួមកម្មវិធី ដើម្បីអាចស្រូបទាញប្រយោជន៍ពីកម្មវិធីទាំងមូលបាន។

(៤) **កាលវិភាគនៃកម្មវិធី៖** អ្នករៀបចំកម្មវិធីគួរធ្វើឌីជីតូបនីយកម្មទៅលើកាលវិភាគនៃកម្មវិធីទាំងមូល និងអនុវត្តប្រព័ន្ធជូនដំណឹងដោយស្វ័យប្រវត្តិ សម្រាប់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលត្រូវបានជ្រើសរើសឱ្យចូលរួមក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម។ ការធ្វើបែបនេះ នឹងអាចជួយកាត់បន្ថយអវត្តមានរបស់ស្ថាបនិក និងផ្តល់លទ្ធភាពជូន ទាំងស្ថាបនិក និងអ្នករៀបចំកម្មវិធី អាចរៀបចំកិច្ចការនានាបានងាយស្រួល សំដៅកាត់បន្ថយ

ស្រ្តសទៅលើការរៀបចំកាលវិភាគសារឡើងវិញសម្រាប់កម្មវិធីទាំងមូល។ ជាងនេះទៀត, កម្មវិធីគួរមានពេលសម្រាករវាងវគ្គមួយទៅវគ្គមួយ។ ស្ថាបនិកក៏បានបង្ហាញអំពីសារៈសំខាន់នៃកាលវិភាគដែលមានលក្ខណៈបត់បែន ដែលគួរតែបញ្ជាក់ តាំងពីដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមកម្មវិធី។

ការជ្រើសរើសអ្នកចូលរួមសម្រាប់កម្មវិធី ជាទិដ្ឋភាពសំខាន់មួយក្នុងចំណោមទិដ្ឋភាពសំខាន់ៗ ផ្សេងទៀតសម្រាប់ការដាក់ឱ្យដំណើរការ និងអាចបន្តនិរន្តរភាពនៃកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មមួយបាន។ ផ្អែកតាមស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ, គុណវុឌ្ឍិ, ការផ្សព្វផ្សាយ និងខ្លឹមសារក្នុងសេចក្តីប្រកាស គឺសុទ្ធតែជាផ្នែកដែលត្រូវកែលម្អ ដើម្បីអាចផ្សព្វផ្សាយដល់ស្ថាបនិកគោលដៅឱ្យបានកាន់តែច្រើនជាងមុន ជាមួយនឹងព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ដែលអាចឱ្យពួកគេធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្តបានល្អប្រសើរ។ ដើម្បីអាចទាក់ទាញបេក្ខជន, អ្នករៀបចំកម្មវិធីត្រូវអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារឱ្យចំគោលដៅ និងផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានច្បាស់លាស់អំពីតម្រូវការ, ពេលវេលា, អត្ថប្រយោជន៍ និងក្រុមគោលដៅសម្រាប់កម្មវិធីទាំងមូល (Nesta, 2024)។ សាកលវិទ្យាល័យ, សមាគម, អ្នកវិនិយោគ, សហគ្រិន និងប្រព័ន្ធបណ្តាញសង្គម ជាស្ថាប័នដៃគូពាក់ព័ន្ធ និងមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយដែលអ្នករៀបចំកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មអាចធ្វើការជាមួយដើម្បីស្វែងរក និងទាក់ទាញធុរកិច្ចថ្មី (Nesta, 2024)។ ដើម្បីអាចជ្រើសរើសបេក្ខជនល្អៗ ដែលមានគុណវុឌ្ឍិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការចូលរួមកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម, អ្នករៀបចំកម្មវិធីត្រូវដាក់ព័ត៌មានឱ្យច្បាស់លាស់ក្នុងសេចក្តីប្រកាស ជាពិសេសទៅលើតម្រូវការគុណវុឌ្ឍិសម្រាប់ការចូលរួម និងវិស័យផ្តោតក្នុងកម្មវិធី។

ជាមួយគ្នានេះ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាដែលបានចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវ បានសំណូមពរថា ធុរកិច្ចថ្មីផ្អែកបច្ចេកវិទ្យាដែលទើបចាប់ផ្តើម គួរផ្តល់លទ្ធភាពឱ្យចូលរួមក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម ព្រោះធុរកិច្ចថ្មីទាំងនេះពិតជាត្រូវការជំនួយជាច្រើនដែលកម្មវិធីអាចផ្តល់ជូនបាន។

រូបភាពទី ៣.៨៖ ចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

ចំណុចកែលម្អមួយទៀត គឺកាលវិភាគសម្រាប់កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មទាំងមូល នេះបើតាមស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលបានចូលរួមក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ។ អ្នកចូលរួមខ្លះ ប្រហែលជាអាចដឹងអំពីសកម្មភាពរបស់ពួកគេថាត្រូវធ្វើអ្វីខ្លះ នៅពេលចូលរួមកម្មវិធីនៅសប្តាហ៍នីមួយៗ ប៉ុណ្ណោះ ឬកាលវិភាគត្រូវបានចែករំលែកនៅពេលដែលកម្មវិធីបានចាប់ផ្តើម។ ស្ថាបនិកនៃធុរកិច្ចថ្មីនឹងត្រូវដោះស្រាយជាមួយនឹងសកម្មភាពជាច្រើន រាប់ចាប់តាំងពីពេលចាប់ផ្តើមចូលរួមកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មនៅថ្ងៃទី ១ ដែលរួមមាន កិច្ចប្រជុំ, សិក្ខាសាលា, ព្រឹត្តិការណ៍នានា, ជំនួបជាមួយអ្នកតម្រង់ទិស, កាលបរិច្ឆេទផុតកំណត់ផ្សេងៗ និងការផ្លាស់ប្តូររបៀបវារៈជាប្រចាំ។ បើទោះជាមានសកម្មភាពផ្សេងៗច្រើនក៏ពិតមែន, ធុរកិច្ចថ្មីមិនចាំបាច់ចូលរួម ឬឱ្យអាទិភាពទៅគ្រប់សកម្មភាពនោះឡើយ ហើយស្ថាបនិកត្រូវចៀសវាងឱ្យបានក្នុងការបែកចែកខ្លួនទៅទិសដៅច្រើនពេក ដែលចុងក្រោយទៅគឺជាការខ្ជះខ្ជាយពេលវេលាទៅវិញ (Richard, Naomi, & Steve, 2020)។

ដូចនេះ, អ្នកចូលរួមត្រូវដឹងឱ្យច្បាស់ជាមុនអំពីកាលវិភាគរបស់កម្មវិធី ដើម្បីអាចរៀបចំផែនការទុកជាមុន និងត្រៀមខ្លួនរួចរាល់ដែលការណ៍នេះនឹងអាចជួយពួកគេឱ្យគ្រប់គ្រងពេលវេលារបស់ខ្លួនឯងបានកាន់តែប្រសើរ។ ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះក៏បានសំណូមពរឱ្យមានការធ្វើឌីជីថូបនីយកម្មទៅលើកាលវិភាគផងដែរ។

ផ្អែកតាម Rae (2023), ការដាក់ប្រតិទិន ឬកាលវិភាគទៅក្នុងប្រព័ន្ធអនឡាញនឹងជួយអ្នកប្រើប្រាស់ ឱ្យអាចចូលទៅកាន់កាលវិភាគនោះ ពីទីកន្លែងណាក៏បាន, ងាយស្រួលគ្រប់គ្រង, អាចកំណត់ការរំលឹកផ្សេងៗ ដើម្បីធានាថាពួកគេនឹងមិនខកខានកិច្ចប្រជុំណាមួយ, សម្របសម្រួលកាលវិភាគណាមួយក្នុងរយៈពេលខ្លី និងអាចរៀបចំកិច្ចប្រជុំសម្រាប់ការតាមដានបន្តបន្ទាប់បានភ្លាមៗ ។

៣.៤.២. ដំណាក់កាលចូលរួម

ក្នុងចំណោមកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មចំនួន ៤៥, កម្មវិធីចំនួន ២៤ ត្រូវបានស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យារាយការណ៍ថាមានបញ្ហាប្រឈមមួយចំនួន ដែលរារាំងអន្តរសកម្មនានា។ បញ្ហាទាំងនោះមានចំនួន ៦ ដូចខាងក្រោម៖

(១) **ការចូលរួមផ្ទាល់ញឹកញាប់៖** កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មដែលតម្រូវឱ្យមានការចូលរួមរបស់សិក្ខាកាមដោយផ្ទាល់ញឹកញាប់ពេក ធ្វើឱ្យស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាជួបការលំបាក ព្រោះប្រតិបត្តិការនៃអាជីវកម្មរបស់ពួកគេស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលដំបូងនៅឡើយ។ ពួកគេមានទំនោរចង់ទៅគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មប្រចាំថ្ងៃដោយសារសមត្ថភាពសមាជិកក្រុមរបស់ពួកគេនៅមានកម្រិត។ ដូចនេះ, លក្ខខណ្ឌតម្រូវឱ្យចូលរួមកម្មវិធីដោយផ្ទាល់ ធ្វើឱ្យពួកគេជួបការលំបាក។

(២) **កាលវិភាគនៃកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម៖** ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានរំលឹកអំពីបទពិសោធន៍របស់ពួកគេនៅពេលដែលកម្មវិធីធ្វើការផ្លាស់ប្តូរកាលវិភាគលឿនៗពេក។ ម្យ៉ាងទៀត, មុនពេលចាប់ផ្តើមកម្មវិធី ក៏មិនមានការផ្តល់ជូននូវកាលវិភាគច្បាស់លាស់ណាមួយផងដែរ។ ក្នុងករណីខ្លះ, ការជួបជាមួយអ្នកតម្រង់ទិស គឺមិនងាយធ្វើបានឡើយ ដោយសារពេលវេលាណាត់ជួបមានភាពខ្ទាស់ជាមួយនឹងកាលវិភាគផ្សេងៗ របស់កម្មវិធី។ ក្នុងកម្មវិធីខ្លះ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានជួបប្រទះនូវការផ្លាស់ប្តូរកាលវិភាគភ្លាមៗ ដែលតម្រូវឱ្យពួកគេត្រូវផ្លាស់ប្តូរពេលវេលាធ្វើកិច្ចការងារផ្សេងភ្លាមៗ ។

(៣) **គុណវុឌ្ឍិរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា៖** កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម បើកទទួលធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាមកពីដំណាក់កាលអាជីវកម្ម និងវិស័យចម្រុះគ្នា។ ការលាយចូលគ្នានៃកម្រិតសមត្ថភាពរបស់ធុរកិច្ចថ្មី មានគម្លាតខុសគ្នាខ្លាំង ដែលរួមមាន ធុរកិច្ចថ្មីដែលស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលបង្កើតគំនិត, ដំណាក់កាលលូតលាស់ និងដំណាក់កាលពង្រីក។ ស្ថាបនិកក៏បានរំលេចផងដែរថា ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាខ្លះមិនស្ថិតនៅវិស័យដែលសមស្របនឹងមូលបទរបស់កម្មវិធីឡើយ។

(៤) **គុណភាពនៃអ្នកតម្រង់ទិស៖** កង្វះអ្នកតម្រង់ទិសដែលមានជំនាញ និងបទពិសោធន៍ ជាបញ្ហាប្រឈមមួយផងដែរ។ ស្ថាបនិកបានបញ្ជាក់អំពីបទពិសោធន៍ទទួលបានការណែនាំពីអ្នកតម្រង់ទិសដែលខ្វះជំនាញក្នុងប្រតិបត្តិការធុរកិច្ច និងមិនមានសមិទ្ធផលក្នុងការបង្កើតធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាកន្លងមក។

(៥) **ឧបសគ្គភាសា៖** កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មត្រូវបានរៀបចំដោយប្រើប្រាស់ភាសាអង់គ្លេសជាគោលក្នុងកម្មវិធីទាំងមូល។ ស្ថាបនិកខ្លះ បានជួបប្រទះស្ថានភាពដ៏លំបាកនៅពេលដែលអ្នកតម្រង់ទិស និងគ្រូបង្គោល និយាយតែភាសាអង់គ្លេស។ ដោយសារបញ្ហាភាសានេះ, ការក្រេបយកចំណេះដឹងពីវគ្គបណ្តុះបណ្តាលគឺបានតិចជាងការរំពឹងទុក។

(៦) **លក្ខខណ្ឌជ្រើសរើស៖** នៅពេលដែលលក្ខខណ្ឌជ្រើសរើស និងសាវតាររបស់គណៈកម្មការ និងអ្នកតម្រង់ទិសមិនត្រូវបានបង្ហាញ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបានចាប់ផ្តើមមានមន្ទិលទៅលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យរបស់គណៈកម្មការ ក្នុងការសម្រេចជ្រើសរើសធុរកិច្ចថ្មីដែលជាអ្នកឈ្នះក្នុងការប្រកួតប្រជែងក្នុងកម្មវិធី។ ស្ថាបនិកខ្លះមានអារម្មណ៍ថា គណៈកម្មការខ្លះមិនមានឯកទេសសមស្របក្នុងការវាយតម្លៃធុរកិច្ចថ្មីជាហេតុធ្វើឱ្យពួកគេមានកង្វល់ទៅលើគុណវុឌ្ឍិរបស់គណៈកម្មការទាំងនោះក្នុងការបំពេញការងារ។ គុណភាពនៃការតម្រង់ទិសក្នុងអំឡុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម ក៏បង្កើតជាសំណួរក្នុងចំណោមស្ថាបនិកនានា ទៅលើការជ្រើសរើសអ្នកតម្រង់ទិសផងដែរ។

ដូចបានបង្ហាញក្នុង **រូបភាពទី ៣.៩**, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានកំណត់ចំណុចកែលម្អមួយចំនួនដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវបទពិសោធន៍របស់សិក្ខាកាមក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម។ ចំណុចកែលម្អទាំងនោះ មានចំនួន ៤ ធំៗ ដែលបង្ហាញដូចខាងក្រោម៖

(១) **ការតម្រង់ទិសមានគុណភាព៖** អ្នកតម្រង់ទិសគួរអាចផ្តល់ការណែនាំបែបស៊ីជម្រៅ និងច្បាស់លាស់ទៅកាន់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។ ស្ថាបនិកទាំងនេះបានរំពឹងក្នុងការទទួលបានដំបូន្មានដែលមានលក្ខណៈប្រាកដនិយមសម្រាប់ការអនុវត្ត អមជាមួយការពន្យល់បែបខ្លីៗ និងច្បាស់ៗ អំពីនីតិវិធីក្នុងការអនុវត្តដំបូន្មានទាំងនោះ។

(២) **កម្មវិធីសិក្សាល្អ៖** សម្ភារបណ្តុះបណ្តាលគួរអភិវឌ្ឍឱ្យមានលក្ខណៈជាក់លាក់អមជាមួយនឹងយុទ្ធសាស្ត្រសម្រាប់ការអនុវត្ត ហើយគួរអភិវឌ្ឍជា ២ ភាសា។ លំហាត់អនុវត្តនានាគួរតែមានផងដែរ ដើម្បីអាចគាំទ្រដល់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ក្នុងការធ្វើតេស្តទៅលើយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ពួកគេ។ សម្ភារបណ្តុះបណ្តាលគួរមានទាំងជាភាសាខ្មែរ និងភាសាអង់គ្លេស សម្រាប់ស្ថាបនិកដែលមានកម្រិតនៃការប្រើប្រាស់ភាសាអង់គ្លេសទាប។

(៣) **លក្ខខណ្ឌជ្រើសរើស៖** ស្ថាបនិកបានសំណូមពរឱ្យមានការគិតគូរទៅលើលក្ខខណ្ឌសម្រាប់ការចូលរួមរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា និងគណៈកម្មការផងដែរ។ ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាគួរត្រូវបានជ្រើសរើសដោយផ្អែកតាមដំណាក់កាលនៃអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ ដើម្បីអាចរក្សានៅភាពរួមនៃបទពិសោធន៍ធុរកិច្ចរបស់អ្នកចូលរួម។ ជាងនេះទៀត, គណៈកម្មការគួរត្រូវបានជ្រើសរើសដោយផ្អែកតាមមូលបទនៃកម្មវិធី។ ឧទាហរណ៍, អ្នកជំនាញផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ ឬបុគ្គលិកជាន់ខ្ពស់ដែលមានជំនាញផ្នែកនេះ គួរធ្វើជាគណៈកម្មការ ក្នុងពេលធ្វើបទបង្ហាញរបស់បេក្ខជនទៅលើមូលបទបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ។

(៤) **ការធ្វើបទបង្ហាញ៖** កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មគួរអនុញ្ញាតឱ្យស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាអាចធ្វើបទបង្ហាញជាភាសាខ្មែរ ឬភាសាអង់គ្លេស។ នៅពេលចាំបាច់, ស្ថាបនិកទាំងនេះសង្ឃឹមថាអាចធ្វើបទបង្ហាញដោយប្រើភាសាខ្មែរ។ ប្រសិនបើគណៈកម្មការ និងអ្នកចូលរួមមួយចំនួនជាជនជាតិបរទេស, ការសម្របសម្រួលផ្នែកឡូហ្ស៊ីស្ទិកគួររៀបចំឡើង ដូចជាការជួលអ្នកបកប្រែជាដើម។

រូបភាពទី ៣.៩៖ ចំណុចកែលម្អក្នុងដំណាក់កាលចូលរួមក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

បញ្ហាប្រឈមមួយក្នុងចំណោមបញ្ហាប្រឈមនានា ដែលស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានជួបប្រទះក្នុងអំឡុងពេលចូលរួមកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម គឺលក្ខខណ្ឌតម្រូវឱ្យចូលរួមដោយផ្ទាល់ញឹកញាប់ពេក។ លទ្ធផលនេះមានភាពស្របគ្នាទៅនឹងចរិតលក្ខណៈនៃប្រពលភាព និងការចំណាយរយៈពេលវែងដែលមានក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម ដើម្បីអាចមានលទ្ធភាពជួយជំរុញធុរកិច្ចថ្មីដែលចូលរួមឱ្យរីកចម្រើនបាន នេះបើតាម Faster Capital (2024) បានពន្យល់។ យ៉ាងណាមិញ, ពួកគេមិនមានជាសំណូមពរក្នុងការកាត់បន្ថយភាពញឹកញាប់នៃព្រឹត្តិការណ៍នានាក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មនោះឡើយ។ ជំនួសមកវិញ, ពួកគេបានលើកឡើងពីការចង់បានកាលវិភាគមួយដែលច្បាស់លាស់។ ការលើកឡើងនេះ បានឆ្លុះបញ្ចាំងកាន់តែខ្លាំងទៅលើលទ្ធផលក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមរបស់កម្មវិធី ដែលកាលវិភាគគួរតែផ្ដល់ជូនទៅកាន់ស្ថាបនិកឱ្យបានមុនពេលកម្មវិធីចាប់ផ្ដើម។ នេះបានចង្អុលបង្ហាញអំពីការទទួចចង់បាននូវកាលវិភាគមួយដែលច្បាស់លាស់ ដើម្បីស្ថាបនិកអាចរៀបចំពេលវេលាចូលរួមរបស់ពួកគេបានកាន់តែប្រសើរផងដែរ។ ស្ថាបនិកក៏បានលើកឡើងអំពីតម្រូវការនៃអ្នកតម្រង់ទិសប្រកបដោយគុណភាព ដែលមានជំនាញផ្នែកធុរកិច្ច និងសមត្ថភាពក្នុងការចែករំលែកគំនិត និងចំណេះដឹងទៅកាន់ស្ថាបនិក ប្រកបដោយភាពច្បាស់លាស់ និងភាពប៉ិនប្រសប់។ លទ្ធផលនេះបានបន្ថែមទម្ងន់មួយទៀតទៅលើទស្សនាទាននៃការតម្រង់ទិសដែលល្អ និងលក្ខខណ្ឌជ្រើសរើសផ្សេងៗ ក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម។

សំណូមពរមួយទៀតរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទៅលើកម្មវិធីសិក្សាល្អ អមជាមួយនឹងយុទ្ធសាស្ត្រអនុវត្តបែបប្រាកដនិយម និងលំហាត់អនុវត្តនានា បានជំរុញបន្ថែមទៅលើគំនិតនៃការគាំទ្រដោយផ្អែកតាមដំណាក់កាលរបស់ធុរកិច្ចថ្មី ដែលបានសរសេរក្នុងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍របស់ UNDP (2021)។

ការស្នើជាក់លាក់របស់ស្ថាបនិកទៅលើការអភិវឌ្ឍសម្ភារបណ្តុះបណ្តាលជា ២ ភាសា ទាំងភាសាខ្មែរ និងភាសាអង់គ្លេស ជាចំណុចសំខាន់មួយសម្រាប់ការពិភាក្សា ដោយសារចំណុចនេះមានភាពពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីកម្ពុជាជាច្រើន។

ផ្អែកតាមសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍ UNDP (2021) បានបង្ហាញថាកម្មវិធីគាំទ្រមួយក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដែលធ្វើឡើងជាភាសាខ្មែរ អាចជំរុញអន្តរសកម្មក្នុងពេលបណ្តុះបណ្តាល ជាពិសេសរវាងស្ថាបនិកក្មេងៗ ។ យ៉ាងណាមិញ, គួរកត់សម្គាល់ផងដែរថា កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មដែលប្រើភាសាអង់គ្លេសទាំងក្នុងវគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងការធ្វើបទបង្ហាញ អាចទាក់ទាញអ្នកវិនិយោគ និងអ្នកតម្រង់ទិសជាជនជាតិបរទេសបាន។ ការរៀបចំការបកប្រែប្រហែលជាអាចដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមរបស់ស្ថាបនិកក្នុងការស្វែងរកមូលនិធិ និងឱកាសវិនិយោគផងដែរ។

បញ្ហាភាសា ជាបញ្ហារួមមួយផងដែរសម្រាប់កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម និងកម្មវិធីគាំទ្រដទៃនៅក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ ដែលបញ្ហានេះតម្រូវឱ្យមានការគិតគូរជាយុទ្ធសាស្រ្ត ទៅលើការកំណត់ភាសាដែលសមស្របបំផុតសម្រាប់កម្មវិធីគាំទ្រជាក់លាក់នីមួយៗ ។

សំណូមពររបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងការជ្រើសរើសធុរកិច្ចថ្មីឱ្យចូលរួមកម្មវិធី ដោយផ្អែកលើដំណាក់កាលនៃអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ គឺមានលក្ខណៈស្របទៅនឹងសៀវភៅមគ្គុទ្ទេសក៍របស់ UNDP (2021) ដែលបានលើកឡើងអំពីកម្មវិធីគាំទ្រដែលសមស្របទៅតាមដំណាក់កាលរបស់ធុរកិច្ចថ្មី។ ចំណុចបន្ថែមមួយទៀតដែលស្ថាបនិកបានលើកឡើង គឺការផ្គូផ្គងជំនាញរបស់គណៈកម្មការទៅនឹងមូលបទនៃកម្មវិធី (ឧទាហរណ៍៖ អ្នកជំនាញផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ ទៅធ្វើជាគណៈកម្មការក្នុងកម្មវិធីដែលមានមូលបទពាក់ព័ន្ធនឹងបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ) បន្ថែមទៅលើសមាសភាគមួយផ្សេងទៀតសម្រាប់ការរចនាកម្មវិធី។ ដូចនេះ, ការធ្វើឱ្យមានភាពស៊ីមេទ្រីគ្នារវាងការរចនាកម្មវិធី និងការជ្រើសរើសអ្នកចូលរួមជាការក្រើនរំលឹកមួយដ៏ចាំបាច់សម្រាប់អ្នករៀបចំកម្មវិធី។

៣.៤.៣. ដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួម

ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាចំនួន ៣២ នាក់ បានចូលរួមក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មយ៉ាងហោចណាស់មួយ ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ។ ក្នុងនេះ, ស្ថាបនិកចំនួន ២២ នាក់ បានរាយការណ៍ថាពួកគេបានទទួលការគាំទ្រមួយចំនួនបន្ទាប់ពីកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មបានបញ្ចប់ទៅ ខណៈដែលស្ថាបនិកចំនួន ១០ នាក់ ផ្សេងទៀត មិនបានទទួលការគាំទ្រណាមួយនោះទេ។ **រូបភាពទី ៣.១០** បង្ហាញអំពីប្រភេទនៃការគាំទ្រដែលស្ថាបនិកទាំង ១០ នាក់ ចង់ទទួលបាន និងការគាំទ្រដែលស្ថាបនិកទាំង ២២ នាក់ បានទទួល បន្ទាប់ពីកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មបានបញ្ចប់ទៅ។ ការគាំទ្រដែលទទួលបាន ត្រូវបានចែកចេញជា ៤ ប្រភេទ រួមមាន បណ្តាញទំនាក់ទំនង, ឱកាសលូតលាស់, ការផ្សព្វផ្សាយយីហោ និងការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកទេស។

(១) **បណ្តាញទំនាក់ទំនង៖** តាមរយៈព្រឹត្តិការណ៍នានាដែលបានរៀបចំឡើង បន្ទាប់ពីកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មបានបញ្ចប់, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទទួលបានការភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងកាន់តែច្រើនជាមួយក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្មធំៗ, ដៃគូសក្តានុពល, អ្នកវិនិយោគ និងស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្សេងទៀត ទាំងក្នុងប្រទេស និងក្រៅប្រទេស។ ឧទាហរណ៍៖ អ្នករៀបចំកម្មវិធី បានប្រមូលក្រុមអតីតសិក្ខាកាម នឹងបានរៀបចំដំណើរទស្សនកិច្ចទៅក្រៅប្រទេសដើម្បីជួបជាមួយអ្នកវិនិយោគនៅប្រទេសផ្សេងៗ ជាពិសេស នៅប្រទេសថៃ, កូរ៉េខាងត្បូង និងជប៉ុន។ ចុងក្រោយ, ស្ថាបនិកទាំងនេះបានសម្តែងនូវការកោតសរសើរចំពោះកិច្ចខំប្រឹងប្រែងក្នុងការរៀបចំដំណើរទស្សនកិច្ចនេះ ដែលអាចកសាងបណ្តាញបន្ថែមក្រៅពីបណ្តាញក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មកន្លងមក។

(២) **ឱកាសលូតលាស់៖** អ្នករៀបចំកម្មវិធីបានបង្កើតឱកាសសហប្រតិបត្តិការជូនស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីធ្វើជាដៃគូជាមួយក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្មនានា និងអ្នកវិនិយោគសក្តានុពល សម្រាប់ជួយស្ថាបនិកទាំងនេះអភិវឌ្ឍអាជីវកម្មបន្ថែមទៀត។ ជាមួយនឹងការសម្របសម្រួលនេះ, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះបានរាយការណ៍ថា ធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេមានការលូតលាស់បន្ថែមបន្ទាប់ពីមានការផ្គូផ្គងភាពជាដៃគូនេះ ដែលបានធ្វើឡើងក្រោយពេលកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មត្រូវបានបញ្ចប់។

(៣) **ការផ្សព្វផ្សាយយីហោ៖** អ្នករៀបចំកម្មវិធីបានជួយស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងទំនាក់ទំនងសាធារណៈផងដែរ ដោយបានជួយផ្សព្វផ្សាយយីហោធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេ ក្នុងទម្រង់ជាវីដេអូនៃការសម្ភាសខ្លីៗ និងមាតិកាផ្សព្វផ្សាយផ្សេងទៀត។ ការផ្សព្វផ្សាយនេះបានធ្វើឡើងតាមរយៈបណ្តាញសង្គមរបស់អ្នករៀបចំកម្មវិធី និងប្រព័ន្ធសារព័ត៌មានផ្សេងទៀតផងដែរ។

(៤) **ការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកទេស៖** ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានទទួលការគាំទ្រជាដំណោះស្រាយបច្ចេកវិទ្យា

ព័ត៌មានវិទ្យា ជាពិសេសការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធក្លោដ និងជំបូន្មានផ្នែកបច្ចេកទេសទៅលើការអភិវឌ្ឍកម្មវិធីទូរសព្ទផ្សេងៗ ។ ស្ថាបនិកទាំងនេះក៏ទទួលបានការផ្ដល់ប្រឹក្សាផ្នែកអនុលោមភាព, ពន្ធដារ និងសវនកម្ម។

ជាងនេះទៀត, ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដែលមិនទទួលបានការគាំទ្របន្តទៀតបន្ទាប់ពីកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មត្រូវបានបញ្ចប់ បានបញ្ជាក់ពីតម្រូវការនៃជំនួយ ដើម្បីជំរុញការលូតលាស់ធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេបន្ថែមទៀត។ ការគាំទ្រដែលពួកគេចង់បាន អាចចាត់ថ្នាក់ទៅជាប្រភេទនៃការគាំទ្រចំនួន ៤ ផ្សេងគ្នា ដូចមានបង្ហាញខាងក្រោម៖

(១) **បណ្ដាញទំនាក់ទំនង៖** ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានបង្ហាញពីចំណាប់អារម្មណ៍ទៅលើឱកាសក្នុងការបន្តភ្ជាប់បណ្ដាញទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកតម្រង់ទិស, ការផ្គូផ្គងអ្នកវិនិយោគ និងដៃគូសក្ដានុពល រួមមានទាំងធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដទៃក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងអាចពង្រីកទៅក្រៅប្រទេសដូចជាតំបន់អាស៊ី ជាដើម។

(២) **ការចូលទៅកាន់មូលនិធិ៖** ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាចង់ទទួលបានឱកាសបន្ថែមទៀតដើម្បីអាចធ្វើបទបង្ហាញជូនទៅកាន់អ្នកវិនិយោគ, ទីភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល, ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និងគ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុនៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីរបស់អ្នករៀបចំកម្មវិធី។ ឱកាសទាំងនេះ នឹងអាចបង្កើនសក្ដានុពលរបស់ពួកគេក្នុងការទទួលបានមូលធនបន្ថែម។

(៣) **ការតម្រង់ទិស៖** ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាចង់ទទួលបានការតម្រង់ទិសទៅលើទិដ្ឋភាពផ្នែកបច្ចេកទេស និងយុទ្ធសាស្ត្រប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម បន្ទាប់ពីកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មបានបញ្ចប់ទៅ។ ការតម្រង់ទិសនេះ នឹងអាចជួយស្ថាបនិកទាំងនេះក្នុងការធ្វើសុពលកម្មផលិតផលរបស់ពួកគេនៅក្នុងទីផ្សារ។ ម៉ូដែលនៃការតម្រង់ទិសមួយ គឺ "**ការតម្រង់ទិសអ្នកវិនិយោគ-ស្ថាបនិក**" ត្រូវបានលើកឡើងដោយស្ថាបនិកក្នុងពេលសម្ភាស ដោយក្នុងម៉ូដែលនេះ អ្នកវិនិយោគដើរតួនាទីជាអ្នកតម្រង់ទិសដែលអាចជួយស្ថាបនិក ជាពិសេសទៅលើការសម្រេចធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេ ឱ្យឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការរបស់ទីផ្សារ។

(៤) **ការផ្សព្វផ្សាយយីហោ៖** ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក៏ចង់ទទួលបានការគាំទ្រពីអ្នករៀបចំកម្មវិធីទៅលើការផ្សព្វផ្សាយផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់ពួកគេនៅតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនានា របស់អ្នករៀបចំកម្មវិធីផងដែរ។ ស្ថាបនិកទាំងនេះយល់ឃើញថា បណ្ដាញសង្គមរបស់អ្នករៀបចំកម្មវិធីជាប្រភពដ៏គួរឱ្យទុកចិត្តរបស់អតិថិជន និងអ្នកវិនិយោគសក្ដានុពល សំដៅអាចបង្កើនកិត្តិសព្ទរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។

រូបភាពទី ៣.១០៖ ការគាំទ្របន្ទាប់ពីកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មបានបញ្ចប់
ប្រភព: អ្នកនិពន្ធ (2025)

លទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវនេះ បង្ហាញថាស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានទទួលការគាំទ្រមួយចំនួនបន្ទាប់ពីកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មបានបញ្ចប់ទៅក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ ដែលរួមមាន៖

(១) បណ្តាញទំនាក់ទំនង,
(២) ការចូលទៅកាន់មូលនិធិ,
(៣) ការតម្រង់ទិស, និង
(៤) ការផ្សព្វផ្សាយយីហោ។

ការគាំទ្រទាំងនេះ មានភាពប្រហាក់ប្រហែលគ្នាខ្លាំងទៅនឹងប្រភេទនៃការគាំទ្រដែលស្ថាបនិកមួយចំនួនចង់បាន ខណៈដែលពួកគេមិនបានទទួលបន្ទាប់ពីកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មបានបញ្ចប់ទៅដែលការគាំទ្រនោះរួមមាន៖

(១) បណ្តាញទំនាក់ទំនង,
(២) ឱកាសលូតលាស់,
(៣) ការផ្សព្វផ្សាយយីហោ, និង
(៤) ការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកទេស។

ភាពប្រហាក់ប្រហែលគ្នានេះ អាចរំលេចពីសារៈសំខាន់នៃការគាំទ្រ ដែលអាចធានានូវនិរន្តរភាពរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបន្ទាប់ពីកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មបានបញ្ចប់ទៅ។ កង្វះនៃការគាំទ្រទាំងនេះ ត្រូវបានរកឃើញក្នុងការស្រាវជ្រាវកន្លងមកក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាកាលពីឆ្នាំ ២០១៨ (Kem et al., 2019) បន្ថែមពីលើការគាំទ្រក្នុងការចូលទៅកាន់មូលនិធិ, ការតម្រង់ទិស និងឱកាសក្នុងការទទួលបានមតិយោបល់ និងពុទ្ធិផ្នែកធុរកិច្ចពីក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្មនានា។

ការដាក់បញ្ចូលការគាំទ្រដែលស្ថាបនិកចង់ទទួលបានទៅក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មនាពេលអនាគត នឹងអាចជួយសម្របសម្រួលធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទាំងនោះចូលទៅកាន់ទីផ្សារ និងអាចលូតលាស់ទៅមុខបន្តទៀតបាន។

០៤

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និង អនុសាសន៍

៤.១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំចុងក្រោយ, ការចូលរួមរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មមានការកើនឡើង បើប្រៀបធៀបទៅនឹងកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និងកម្មវិធី Hackathons។

កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម ទំនងជាបានទាក់ទាញស្ថាបនិកជាច្រើនដែលកំពុងស្វែងរកការកែសម្រួលគំរូអាជីវកម្ម និងភ្ជាប់ខ្លួនជាមួយអ្នកវិនិយោគ ព្រោះកម្មវិធីនេះមានរចនាសម្ព័ន្ធអមជាមួយនឹងការតម្រង់ទិស, មូលនិធិ និងធនធានដែលបានរចនាឡើងដើម្បីពង្រីកអាជីវកម្មឱ្យរីកចម្រើនឆាប់រហ័ស។ ផ្ទុយមកវិញ, ខណៈដែលកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្មអាចផ្តល់ការគាំទ្រដ៏មានតម្លៃជូនទៅកាន់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ក្នុងដំណាក់កាលដំបូងរបស់ពួកគេ ហើយកម្មវិធី Hackathons អាចជំរុញឱ្យមាននវានុវត្តន៍ និងកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ, កម្មវិធីទាំង ២ នេះមិនទាន់អាចទាញយកការចូលរួមរបស់ស្ថាបនិកក្នុងកម្រិតមួយដូចកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មនៅឡើយទេ។

និន្នាការនេះរំលេចអំពីការចង់ទទួលបានកម្មវិធីមួយដែលមានលក្ខណៈប្រពលភាព និងក្នុងពេលវេលាកំណត់មួយដែលអាចផ្តល់ក្តីសង្ឃឹមដល់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា នូវវិថីមួយដ៏ខ្លី និងរហ័ស ក្នុងការជុសខាត់ធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេឱ្យត្រៀមខ្លួនរួចរាល់ចូលទៅកាន់ទីផ្សារ និងទទួលបានឱកាសវិនិយោគ។

ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាជាច្រើន បានរំលេចអំពីតួនាទីដ៏សំខាន់របស់ខ្លឹមសារនៃសេចក្តីប្រកាស និងយុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយសេចក្តីប្រកាសទាំងនោះ ក្នុងដំណាក់កាលមុនពេលចូលរួមនៃកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ ។ ស្ថាបនិកបានបញ្ជាក់បន្ថែមថា ការតាក់តែងសេចក្តីប្រកាសដែលមានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ និងគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ ជារឿងសំខាន់សម្រាប់ទាក់ទាញចិត្តអ្នកចូលរួមគោលដៅ។ម្យ៉ាងវិញទៀត, ផែនការផ្សព្វផ្សាយដែលមានប្រសិទ្ធភាព ក៏ជារឿងចាំបាច់ក្នុងការចូលទៅដល់ក្រុមគោលដៅដែលត្រូវនឹងកម្មវិធី និងអាចបង្កើតផលជះក្នុងកម្រិតអតិបរមា។ អភិក្រមនេះអាចធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវភាពលេចធ្លោរបស់កម្មវិធី និងបង្កើនលទ្ធភាពសម្រាប់ស្ថាបនិកក្នុងការទទួលបានការគាំទ្រ និងធនធានដ៏មានតម្លៃនានា ដែលផ្តល់ជូនដោយកម្មវិធី។

ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាជាច្រើន បានលើកឡើងអំពីក្តីបារម្ភទៅលើកង្វះអ្នកតម្រង់ទិសដែលមានគុណភាពខ្ពស់ ក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រនានា។

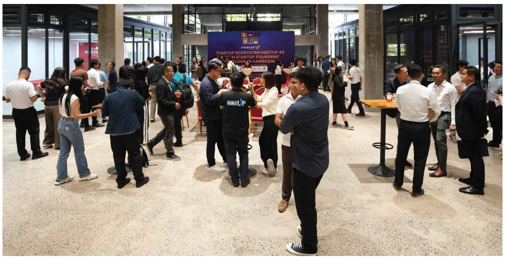
ស្ថាបនិកទាំងនេះបានរំលេចថា ការតម្រង់ទិសដែលមានប្រសិទ្ធភាព មានភាពចាំបាច់សម្រាប់ការណែនាំ និងតម្រង់ទិសពួកគេក្នុងវិថីដ៏ស្មុគស្មាញ សម្រាប់ការកសាងធុរកិច្ចថ្មីមួយឱ្យជោគជ័យ។ ជាលទ្ធផល, ស្ថាបនិកទាំងនេះជំរុញឱ្យអ្នករៀបចំកម្មវិធីកំណត់អាទិភាពទៅក្នុងការស្វែងរក និងជ្រើសរើសអ្នកតម្រង់ទិសដែលអាចផ្តល់ការណែនាំ, ធនធាន និងពុទ្ធិដ៏មានតម្លៃ។ ស្ថាបនិកទាំងនេះជឿថា ការលើកកម្ពស់គុណភាពរបស់អ្នកតម្រង់ទិសក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ នឹងអាចកែលម្អលទ្ធផលវិជ្ជមានសម្រាប់សហគ្រិនថ្មីៗ ។

ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ក៏បានបង្ហាញអំពីបញ្ហាប្រឈមចម្បងមួយដែលពួកគេជួបប្រទះក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រទាំង ៣ គឺលក្ខខណ្ឌតម្រូវឱ្យមានការចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្រដោយផ្ទាល់ប្រកបដោយប្រពលភាព។ លក្ខខណ្ឌនេះចង្អុលបង្ហាញទៅលើតម្រូវការនៃធន្ទះរបស់ស្ថាបនិក ក្នុងការលះបង់ពេលវេលា និងកម្លាំងកាយដើម្បីចូលរួមក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រ។ ស្ថាបនិកបានរំលេចថា តុល្យកម្មរវាងសកម្មភាពដ៏មមាញឹក និងការរំពឹងទុកពីកម្មវិធី ជាមួយនឹងទំនួលខុសត្រូវរបស់ពួកគេក្នុងប្រតិបត្តិការធុរកិច្ចថ្មី ជារឿងមួយដ៏លំបាក ដែលជាញឹកញាប់ពួកគេមានអារម្មណ៍ថាវាលើសលប់ពេក។ ជាលទ្ធផល, ស្ថាបនិកទាំងនេះពិតជាត្រូវការការណែនាំមួយ ដែលអាចធ្វើឱ្យការចូលរួមក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រ និងសកម្មភាពប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ពួកគេមានតុល្យភាព។

ប្រពលភាពនេះក៏អាចបន្ទច់បង្អាក់សមត្ថភាពរបស់ស្ថាបនិកក្នុងការគ្រប់គ្រងទិដ្ឋភាពសំខាន់ៗ នៃធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេ ដូចជា ការអភិវឌ្ឍផលិតផល, ការពង្រីកទីផ្សារ និងការគ្រប់គ្រងក្រុម ជាដើម។

ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាមួយចំនួន បានចែករំលែកមតិយោបល់ទៅលើប្រភេទនៃការគាំទ្រ ដែលពួកគេចង់បាន ប៉ុន្តែមិនបានទទួល បន្ទាប់ពីកម្មវិធីគាំទ្រត្រូវបានបញ្ចប់។ ពួកគេបានបង្ហាញនូវតម្រូវការ និងធនធានជាក់លាក់ដែលចាំបាច់សម្រាប់ការលូតលាស់បន្ត និងភាពជោគជ័យ បន្ទាប់ពីកម្មវិធីគាំទ្រត្រូវបានបញ្ចប់។ ចំណុចដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍នោះគឺ ការគាំទ្រដែលស្ថាបនិកមួយចំនួនចង់បាន មានភាពស្រដៀងគ្នាខ្លាំងទៅនឹងការគាំទ្រដែលស្ថាបនិកដទៃទៀតបានទទួល បន្ទាប់ពីកម្មវិធីគាំទ្រទាំងនោះត្រូវបានបញ្ចប់។ ស្ថាបនិកទាំងនេះ បានទទួលការគាំទ្រទៅលើការតម្រង់ទិស, ការចូលទៅកាន់ឱកាសទទួលបានមូលនិធិ, ការកសាងបណ្តាញទំនាក់ទំនង និងធនធានបណ្តុះបណ្តាលផ្សេងទៀត សំដៅចូលរួមចំណែកក្នុងការអភិវឌ្ឍធុរកិច្ចរបស់ពួកគេក្នុងដំណាក់កាលក្រោយពេលចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្រ។

ភាពមិនស្មើគ្នារវាងការគាំទ្រដែលចង់បាន និងការគាំទ្រដែលទទួលបានរបស់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាបានសបញ្ជាក់ពីគម្លាតមួយដ៏សំខាន់នៃការផ្តល់ជូនពីកម្មវិធីគាំទ្រ ដែលគួរតែមានដំណោះស្រាយ ដើម្បីអាចបម្រើផលប្រយោជន៍បានកាន់ប្រសើរ ដល់សិក្ខាកាមជាស្ថាបនិកក្នុងពេលអនាគត។



៤.២. អនុសាសន៍

ផ្អែកតាមពន្លឺនៃលទ្ធផលស្រាវជ្រាវនេះ, បណ្តុំនៃអនុសាសន៍សម្រាប់ការអនុវត្តត្រូវបានបង្កើតឡើងជាពិសេសសម្រាប់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា និងអ្នករៀបចំកម្មវិធី ក្នុងគោលបំណងលើកកម្ពស់នវានុវត្តន៍ និងសហគ្រិនភាព។ អនុសាសន៍ទាំងនេះត្រូវបានរចនាឡើង ដើម្បីផ្តល់ជូនការណែនាំដែលអាចយកទៅអនុវត្តបាន និងផ្តល់ជាពុទ្ធិដែលអាចជួយជំរុញភាពជោគជ័យ និងនិរន្តរភាពរបស់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងទិដ្ឋភាពអាជីវកម្មសព្វថ្ងៃប្រកបដោយភាពប្រកួតប្រជែង។

សម្រាប់ស្ថាបនិក

(១) បង្កើនចំណេះដឹង និងជំនាញយ៉ាងសកម្ម ដើម្បីការអភិវឌ្ឍខ្លួន និងភាពធន់ ដែលជាលក្ខខណ្ឌសំខាន់សម្រាប់ភាពជោគជ័យក្នុងទិដ្ឋភាពសហគ្រិន។

(២) សិក្សាស្រាវជ្រាវឱ្យបានស៊ីជម្រៅពីកម្មវិធីគាំទ្រដែលស្របនឹងគោលបំណងនៃអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ហើយផ្ទៀងផ្ទាត់ថាធុរកិច្ចថ្មីរបស់ខ្លួនមានលក្ខណៈស្របតាមលក្ខខណ្ឌចូលរួមដែរឬទេ។

(៣) តាំងចិត្ត បង្កើនឆន្ទៈក្នុងការត្រៀមខ្លួន និងលះបង់ពេលវេលា ព្រមទាំងបែងចែកបុគ្គលិកដែលចាំបាច់សម្រាប់ចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្រឱ្យបានរលូន។

(៤) ផ្លាស់ប្តូរផ្នត់គំនិតរបស់អ្នកក្នុងការចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្រដោយដាក់ក្តីរំពឹងទុកជាឱកាសដើម្បីរីកចម្រើនក្នុងចំណេះដឹង និងជំនាញ ជាជាងផ្តោតលើការប្រកួតយករង្វាន់លើកទឹកចិត្ត ឬពានរង្វាន់ផ្សេងទៀត។

(៥) ផ្តល់ដំណឹងជាទៀងទាត់ឱ្យអ្នករៀបចំកម្មវិធីគាំទ្រ ដឹងពីស្ថានភាពអាជីវកម្មរបស់អ្នក រួមទាំងវឌ្ឍនភាព, បញ្ហាប្រឈមឬការគាំទ្រជាក់លាក់ណាមួយដែលអ្នកត្រូវការ។ គប្បីជ្រើសរើសវិធីសាស្ត្រធ្វើជាអ្នកសកម្ម (Active) ជាជាងធ្វើជាអ្នកអកម្ម (Passive)។ ស្ថាបនិកគប្បីចងចាំថា ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាជារបស់អ្នក មិនមែនជារបស់អ្នករៀបចំកម្មវិធីនោះទេ។

សម្រាប់អ្នករៀបចំកម្មវិធី

(១) ធានាថាសេចក្តីប្រកាសកម្មវិធីបានបញ្ជាក់ច្បាស់នូវពេលវេលា និងកាលវិភាគ, លក្ខខណ្ឌចូលរួមសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មី និងអត្ថប្រយោជន៍នៃការចូលរួមក្នុងកម្មវិធីគាំទ្រ។

(២) គួរដាក់អាទិភាពពង្រឹងគុណភាពនៃអ្នកតម្រង់ទិស និងពេលវេលាសម្រាប់ការជួបតម្រង់ទិសមួយទល់មួយ។ បើទោះអ្នកតម្រង់ទិសពេញម៉ោង មិនមានតម្រូវការចាំបាច់ខ្លាំង អ្នកតម្រង់ទិសគួរមានពេលវេលាគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការលះបង់សម្រាប់កម្មវិធីគាំទ្រទាំងមូល។

(៣) មានយុទ្ធសាស្ត្រជ្រើសរើសធុរកិច្ចថ្មី ដែលអាចធានាឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងប្រកបដោយសមធម៌, កំណត់អ្នកតម្រង់ទិសដែលអាចផ្តល់យោបល់ណែនាំប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់ និងជ្រើសរើសគណៈកម្មការដាក់ពិន្ទុដែលមានសមត្ថភាពផ្តល់ការវាយតម្លៃ ដោយមិនលំអៀងក្នុងអំឡុងពេលថ្ងៃនៃបទបង្ហាញ។

(៤) បង្កើតកម្មវិធីគាំទ្រជាស៊េរី (Series) និងពេញលេញមួយដែលដំណើរការពីកម្មវិធី Hackathons បន្តទៅកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និងភ្ជាប់បន្តទៅកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម ហើយជាចុងក្រោយ ពង្រីកទៅកម្មវិធីក្រោយពន្លឿនអាជីវកម្ម (Post Accelerators) នៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ និងខេត្ត ឬក្រុងដែលមានសក្តានុពលនានា។

(៥) ផ្តល់មូលនិធិបណ្តុះពន្លក (Seed Funding) ដើម្បីជួយធុរកិច្ចថ្មីអភិវឌ្ឍគំរូអាជីវកម្ម ឬផលិតផលរបស់ពួកគេ។ បន្ថែមពីនេះ, អ្នករៀបចំកម្មវិធីត្រូវជំរុញទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកវិនិយោគដែលមានសក្តានុពលឬដៃគូយុទ្ធសាស្ត្រ ដោយផ្តល់ការតម្រង់ទិសជាបន្ត ក្នុងអំឡុងពេលនៃការស្វែងរកភាពជោគជ័យរបស់ធុរកិច្ចថ្មី។

(៦) ផ្តល់ការគាំទ្រក្រោយកម្មវិធីបានបញ្ចប់ទៅប្រកបដោយការយកចិត្តទុកដាក់ និងមានរចនាសម្ព័ន្ធ ដល់ធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាទាំងអស់ និងបំផុសទឹកចិត្តក្នុងការលូតលាស់បន្ត ដោយមិនគិតពីលទ្ធផលនៃការចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្ររបស់ពួកគេ។

០៥

ដំណើររឿងធុរកិច្ចថ្មី ទាំង ៣៩

ទស្សនវិស័យនៃ
ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា
នៅកម្ពុជា ២០២៥

ការស្រាវជ្រាវនេះបានសម្ភាសស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីចំនួន ៤២ រូប ប៉ុន្តែក្នុងនេះ មានស្ថាបនិក ៣ រូប ដែលគាត់ស្នើមិនបង្ហាញដំណើររឿងនៃធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគាត់ដាក់បញ្ចូលក្នុងរបាយការណ៍។ ការបង្ហាញដំណើររឿងនៃធុរកិច្ចថ្មីទាំងនេះ ត្រូវបានតម្រៀបទៅតាមលំដាប់នៃអក្សរឡាតាំងរបស់ឈ្មោះធុរកិច្ចថ្មី។

ទឹម ដែន
នាយកប្រតិបត្តិនៃ
ADSA Cambodia

ឈិន លីហួ
សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
AsurRaa & KrubKrong

ទីន គួលម៉េន
ស្ថាបនិក និង នាយកគ្រប់គ្រងនៃ
ក្រុមហ៊ុន ប៊ីកអេចថី ឯ.ក

យ៉ន សុភារិទ្ធ
នាយកគ្រប់គ្រង និងនាយកផ្នែកបណ្តុះបណ្តាលនៃ
BKD Acedemy

លក្ខណ៍ ច័ន្ទម៉ូលិកា
សហស្ថាបនិកនៃ
BOBA

ឡី កំថុង
សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
CheckinME

ឡុញ ង៉ែត
សហស្ថាបនិកនៃ
CLOTH BIRD

បណ្ឌិត ហួង ពានី
ស្ថាបនិក និងអ្នកគ្រប់គ្រងបច្ចេកទេសនៃ
CONSA Tech

ឯក ម៉ានិល
សហស្ថាបនិកនៃ
ដាំដុះ App

ឡាយ វិទ្យា
ស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
Delightech

ប៊ុន សៅសុភនាថ
សហស្ថាបនិកនៃ
ដុះស្លាប

គៀត សារវី
ស្ថាបនិកនៃ
Elephant Pump

គង់ ស្រីពេជ្រ
សហស្ថាបនិកនៃ
GuideMe

ឈុន ណារី
ស្ថាបនិកនៃ
INNO BOX

ស៊ូ សេដ្ឋី
សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
Jalat Logistics

ស៊ុំ សុជា
ស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
Jobify

សុខ សុធារតន៍
ស្ថាបនិកនៃ
JUNLEN ជន្លេន

ពេជ្រ ពង្សបុញ្ញឫទ្ធិ
សហស្ថាបនិកនៃ
កាក់សេន

អ៊ឹង ប៉ហៃ
សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
Karpia

ទិត្យ កំរង
ស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
កត់លុយ

ផាន់ ឡៃហេង
សហស្ថាបនិក និងនាយកគ្រប់គ្រង
ផ្នែកយុទ្ធសាស្ត្រ
KrubKrong

ទុយ ហុង
ស្ថាបនិក និងនាយកគ្រប់គ្រងនៃ
Localize

យុន សុភ័ទ្ទ
សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
មរកត ថេកណូឡូជី

ជ័យ ស្រីលីន
ស្ថាបនិកនៃ
OPTIMUS

ឱសថបណ្ឌិត ជា វីរៈ
សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
PillTech

ឈឹម សុជាតា
សហស្ថាបនិកនៃ
PrimPharma

ឃិន ភក្តី
សហស្ថាបនិក និងអ្នកគ្រប់គ្រង
បច្ចេកទេសនៃ
Quanta

ឆាង សីហា
សហស្ថាបនិកនៃ
RoboTech Academy
Siemreap

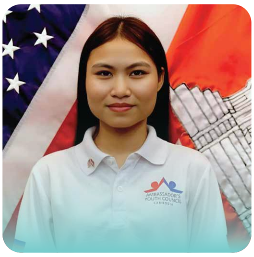
វ៉ា សុវណ្ណពង្ស
សហស្ថាបនិកនៃ
Runaway

សុខ ឡាក់
ស្ថាបនិកនៃ
Scholar Book

បណ្ឌិត អ៊ី ភូរ៉ា
ស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
Scholarar

លី ងៀប
ស្ថាបនិក
SNAPKYU

ហ៊ន សុខចាន់លីដា
សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
Solo Landscapes



គីន សុសេដ្ឋា
សហស្ថាបនិកនៃ
តាមដាន

ណោង រិទ្ធី
សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
TapApp

ទី សុខម៉ី
សហស្ថាបនិក និងនាយកផ្នែក
ពាណិជ្ជកម្មនៃ
Tenbox

អ៊ូ កេតសុវត្ថិ
សហស្ថាបនិក
UniFlow

ពេជ សូវៀត
សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
អួត App

ម៉ៅ សុវណ្ណាគង់
សហស្ថាបនិកនៃ
Zippy Express

គំនិតធុរកិច្ចថ្មីរបស់ខ្ញុំបានចាប់ផ្តើមពីបទពិសោធន៍ផ្ទាល់ខ្លួននៅក្នុងវិស័យកសិ-ឧស្សាហកម្ម និងការជួញដូរផលិតផលកសិកម្ម ដែលខ្ញុំសង្កេតឃើញថាទីផ្សារសម្រាប់កសិករនៅមូលដ្ឋានមាន កម្រិតនៅឡើយ។ ស្ថាបនិកដទៃ និងខ្ញុំបានបង្កើត ADSA Cambodia ដោយសារការសង្កេតឃើញតម្រូវការក្នុងការពង្រីកទីផ្សារ និងការបង្កើនទំនុកចិត្តរបស់អតិថិជនទៅលើផលិតផលដែលសុវត្ថិភាព រួមផ្សំនឹងការគាំទ្រពីវគ្គបណ្តុះបណ្តាលឌីជីថលរបស់កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហប្រជាជាតិ (យូអិនឌីភី)។ ADSA Cambodia បង្កើតឡើងដើម្បីផ្សារភ្ជាប់កសិករទៅនឹងទីផ្សារឱ្យបានកាន់តែទូលាយ, មានប្រសិទ្ធភាពជាងមុន និងលើកកម្ពស់ផលិតផលកសិកម្មដែលមានគុណភាព និងល្អចំពោះសុខភាព។

គំរូដើមរបស់ខ្ញុំបង្កើតឡើងដោយផ្អែកទៅលើផលិតផលកសិកម្មខ្មែរដែលបានស្រាប់ ដែលខ្ញុំបានបម្លែងទីផ្សារឱ្យបានទូលាយជាងមុន តាមរយៈថ្នាល និងបណ្តាញសង្គមរបស់ពួកយើង។ យើងបានបង្កើតបណ្តាញសហការដែលអនុញ្ញាតឱ្យសហគមន៍កសិករ និងសហគ្រាសក្នុងស្រុកដាក់វាយបញ្ជីផលិតផលរបស់ពួកគេបានដោយសេរី។

ផលិតផលរបស់ពួកយើងមានមុខងារពិសេសមួយចំនួន៖

(១) ប្រភពដើមច្បាស់លាស់នៃផលិតផលកសិកម្ម ដែលផ្តល់ភាពងាយស្រួលសម្រាប់ការដឹកជញ្ជូនទៅដល់ផ្ទះ,
(២) តម្លៃទាបជាងទីផ្សារបច្ចុប្បន្នពី ៥-១៥% ធៀបទៅនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែង, និង
(៣) ជាកន្លែងមួយដែលអតិថិជនអាចទិញផលិតផលខ្មែរបានជាច្រើនប្រភេទ ។

ADSA មានបទពិសោធន៍ផ្តល់សេវាកម្ម (Portfolio) ដល់ក្រុមអតិថិជនចម្រុះគ្នា។ យើងផ្តល់សេវាដល់អ្នកដុំ និងរាយ ជាប្រចាំថ្ងៃ ទៅតាមសាខាចែកចាយរបស់យើង។ ថ្នាលអនឡាញសម្រាប់ផលិតផលកសិកម្មរបស់យើងមានអ្នកចូលរួមចម្រុះ រាប់ចាប់ពីអ្នកលក់រាយសកម្មដែលមានចំនួនពី ១៥ ទៅ ៣០ និងអ្នកប្រើ-ប្រាស់សកម្មដែលមានចំនួន ២,១៣០ នាក់ ។ កិច្ចសហការជាដៃគូរបស់ ADSA បាននាំមកនូវការផ្តល់ជូនដ៏ល្អ និងការផ្តល់សេវាទូទៅបានប្រសើរទៅដល់អតិថិជនរបស់យើង។

ទីម ដែន,

នាយកប្រតិបត្តិនៃ
ADSA Cambodia

"សូមធ្វើការពិសោធន៍ទៅលើការងារដែលអ្នកស្រឡាញ់ ហើយការងារនោះស្ថិតនៅក្នុងវិស័យដែលអ្នកចង់ចូល-រួមជាចំណែក និងចង់ដោះស្រាយ។ សូមកុំខ្លាចក្នុងការបង្កើតកំហុស អ្វីដែលសំខាន់នោះគឺការច្នៃប្រឌិត និងរៀនសូត្រដើម្បីកែលម្អ ដោយផ្អែកទៅលើចក្ខុវិស័យរបស់យើងរៀងៗ ខ្លួន។"

ខ្ញុំមានចំណាប់អារម្មណ៍ទៅលើបច្ចេកវិទ្យា និងអាជីវកម្ម តាំងពីក្មេង ដោយសារសហគ្រិនភាពរបស់ឪពុកម្ដាយខ្ញុំ និងការស្រឡាញ់របស់ខ្ញុំក្នុងការសរសេរកូដ។ នៅឆ្នាំ ២០២០ ខ្ញុំបានបង្កើត AsurRaa ដើម្បីបង្កើតឧបករណ៍សំខាន់ៗ ដើម្បីលើកកម្ពស់អាជីវកម្មកម្ពុជា មានដូចជាប្រព័ន្ធ ភី.អូ.អេស (POS) និងដំណោះស្រាយពាណិជ្ជកម្មបែបអេឡិចត្រូនិក។ ខ្ញុំមានគោលបំណងជួយគាំទ្រដល់កំណើនអាជីវកម្មក្នុងស្រុក និងចង់បង្ហាញសក្ដានុពលបច្ចេកវិទ្យារបស់កម្ពុជាទៅកាន់សកលលោក តាមរយៈផលិតផលសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច ដូចជា គ្រប់គ្រង (KrubKrong) ជាដើម ។

ការបម្លែងគំនិតឱ្យក្លាយទៅជាគំរូដើមរបស់ខ្ញុំគឺមានការសហការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយម្ចាស់សហគ្រាសធុនតូច ដើម្បីយល់ពីបញ្ហាប្រឈម និងតម្រូវការប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគេ។ ដោយផ្អែកលើមតិកែលម្អរបស់ពួកគេ, ខ្ញុំបានអភិវឌ្ឍមុខងារស្នូលរបស់ AsurRaa ដូចជាប្រព័ន្ធ ភី.អូ.អេស និងថ្នាលពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ជាដើម។ ការយល់ដឹងរបស់ម្ចាស់សហគ្រាសទាំងនោះលើលើដំណើរការទូទាត់ និងការគ្រប់គ្រងសារពើភណ្ឌបានជួយកែលម្អនូវមុខងារស្នូលនៃផ្នែកទាំង ២ នេះ។ ការទទួលបានមតិត្រឡប់ជាបន្តបន្ទាប់នេះអាចធានាថា ឧបករណ៍របស់ AsurRaa គឺមានភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់, អាចប្រើប្រាស់បាន និងមានតម្លៃសម្រាប់អាជីវកម្ម យ៉ាងពិតប្រាកដ។

AsurRaa ផ្ដល់ការណែនាំជូនអតិថិជនតាមរយៈបរិវត្តកម្មឌីជីថល, ផ្ដល់នូវដំណោះស្រាយស្របទៅនឹងតម្រូវការ និងប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត ដើម្បីទទួលបានលទ្ធផលដែលមានភាពយូរអង្វែង។ ជាមួយនឹងការប្រើវិធីសាស្ត្រផ្ដោតលើអតិថិជន និងគុណភាព, ក្រុមអ្នកជំនាញបានប្ដេជ្ញាចិត្ត ក្នុងការរៀបចំអាជីវកម្មសម្រាប់ពេលអនាគត។

AsurRaa បម្រើអតិថិជនដែលជាសហគ្រាសមានចំនួនជាង ២០ ដែលរួមមានសហគ្រាសធុនធំ, ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល និងអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ដោយផ្ដល់នូវដំណោះស្រាយបច្ចេកវិទ្យាស្របទៅនឹងតម្រូវការអតិថិជន ដូចជាពាណិជ្ជកម្មបែបអេឡិចត្រូនិក, ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងអតិថិជន, ប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងមាតិកា, ការអភិវឌ្ឍកម្មវិធី, ឧបករណ៍ស្វ័យប្រវត្តិ និងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងការសិក្សា។ AsurRaa ដែលត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាដំណោះស្រាយដែលអាចពង្រីកខ្លួន និងប្រើប្រាស់បាន កំពុងចូលរួមបង្កើនសមត្ថភាពដល់អតិថិជន ក្នុងការជំរុញប្រតិបត្តិការ និងការលូតលាស់របស់ពួកគេ។

ឈិន លីហួ,

សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
AsurRaa & KrubKrong

"ដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំសម្រាប់សហគ្រិនថ្មី គឺត្រូវយល់ពីបញ្ហាដែលអ្នកកំពុងដោះស្រាយ។ ផ្ដោតលើតម្រូវការដែលចាំបាច់ជាជាងផ្ដោតទៅលើគំនិតដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍។ សូមចាប់ផ្ដើមពីរឿងតូច, ធ្វើការសាកល្បងគោលគំនិតរបស់អ្នក និងបើកចិត្តទទួលយកមតិត្រឡប់។ ការបង្កើតធុរកិច្ចថ្មីដូចជាការប្រណាំងរត់ម៉ារ៉ាតុងប្រកបដោយភាពធន់ និងសមត្ថភាពក្នុងការសម្របខ្លួន។ សូមស្វែងរកអ្នកណែនាំ និងក្រុមការងារដែលគាំទ្រអ្នក។ នៅពេលដែលអ្នកប្រកាន់ភ្ជាប់ការផ្ដោតលើការបង្កើតគុណតម្លៃ នោះឱកាសជោគជ័យរបស់អ្នកនឹងកើនឡើង។"

ដំបូងឡើយ BIGEIGHT ផ្តោតលើការប្រឹក្សាផ្នែកទីផ្សារ ប៉ុន្តែអំឡុងការរីករាលត្បាតជំងឺកូវីដ-១៩ យើងបានឃើញពីតម្រូវការចាំបាច់ក្នុងការពង្រឹងវត្តមានឌីជីថលរបស់អាជីវកម្ម។ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហានេះ, យើងបានពង្រីកខ្លួនទៅក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យា, ការធ្វើទីផ្សារទៅលើបច្ចេកវិទ្យា និងកម្មវិធី, ការអភិវឌ្ឍគេហទំព័រ, កម្មវិធី និងដំណោះស្រាយទៅលើបទពិសោធន៍អ្នកប្រើប្រាស់ និងចំណុចប្រទាក់អ្នកប្រើប្រាស់ (UX/UI) ដើម្បីជួយអតិថិជនរបស់យើងសម្របខ្លួនទៅនឹងបរិបទឌីជីថលដែលកំពុងផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងឆាប់រហ័ស។

ដើម្បីធ្វើឱ្យគំនិតរបស់យើងក្លាយជាការពិត, BIGEIGHT បានផ្តោតលើការបង្កើតគំរូដើមដែលបង្ហាញពីដំណោះស្រាយដែលអាចប្រតិបត្តិបាននៅក្នុងផ្នែកទីផ្សារដែលនេះអាចបង្ហាញពីសេវាពេញលេញរបស់យើងផ្នែកទីផ្សារ និងពាណិជ្ជកម្ម។ យើងចាប់ផ្តើមឡើង ដោយការធ្វើការជាមួយអតិថិជនក្នុងវិស័យចម្រុះគ្នាដូចជាអាហារ និងភេសជ្ជៈ, ហិរញ្ញវត្ថុ និងធានារ៉ាប់រងដើម្បីយល់ពីតម្រូវការរបស់ពួកគេ។ តាមការប្រើប្រាស់នូវការយល់ដឹងទាំងនេះ, យើងបានអភិវឌ្ឍគំរូដើមដែលរួមបញ្ចូលបច្ចេកវិទ្យាទំនើប និងយុទ្ធសាស្រ្តទីផ្សារផ្សព្វផ្សាយជាក់លាក់ស្របទៅនឹងតម្រូវការរបស់អតិថិជន ដើម្បីធ្វើឱ្យទីផ្សាររបស់ពួកគេប្រសើរឡើង។ វិធីសាស្រ្តនេះអាចឱ្យពួកយើងកែលម្អសេវាកម្មដោយធានាឱ្យថា សេវាកម្មរបស់យើងស្របជាមួយនឹងគោលបំណងគម្រោង និងអាចជួយលើកកម្ពស់អាជីវកម្មឱ្យមានភាពជោគជ័យ នៅក្នុងយុគសម័យឌីជីថល។

យើងផ្តោតទៅលើគុណភាព ដែលគោលដៅរបស់យើងគឺសហគ្រាសធុនមធ្យម និងធំ។ យើងមានឯកទេសទៅលើការបង្កើតកម្មវិធីផ្អែកទៅនឹងតម្រូវការ និងការរស់នៅរបស់អតិថិជនដែលមានភាពពាក់ព័ន្ធ និងជំរុញការចូលរួមរបស់អតិថិជនក្នុងការប្រើប្រាស់កម្មវិធី។

ផលិតផលរបស់យើងគ្របដណ្តប់លើវិស័យជាច្រើន រួមមានធនាគារ, បច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ, និងថ្នាលបច្ចេកវិទ្យា ដែលមានអតិថិជនដូចជា ក្រុមហ៊ុន Grab, ក្រុមហ៊ុន Move LM Car, ក្រុមហ៊ុនហ្វូតផេនដា (Food Panda), មរកត ថិកណូឡូជី (Morakot Technology), បញ្ជី (Banh Ji), Localize Tech និងធនាគារពាណិជ្ជ។ ស្របពេលដែលកម្ពុជាកំពុងធ្វើបរិវត្តកម្មឌីជីថល, BIGEIGHT បានត្រៀមខ្លួន ដើម្បីឆ្លើយតបនឹងកំណើនតម្រូវការដំណោះស្រាយបច្ចេកវិទ្យាក្នុងទីផ្សារ និងក្នុងចំណោមអ្នកផ្គត់ផ្គង់។

ទីន កូលម៉េន,

ស្ថាបនិក និងនាយកគ្រប់គ្រងនៃ
ក្រុមហ៊ុន ប៊ីកអេចថ៍ ឯ.ក

"ដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំសម្រាប់សហគ្រិនវ័យក្មេង គឺចាប់ផ្តើមពីតូច ព្រោះពួកគេអាចរៀនពីអាជីវកម្មតូច ជាជាងចាប់ផ្តើមពីអ្វីដែលធំហួសហេតុ ដែលពួកគេប្រហែលជាមិនទាន់យល់ច្បាស់ ឬមិនទាន់អាចគ្រប់គ្រងឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពនៅឡើយ។ ចំពោះធុរកិច្ចថ្មីគួរផ្តោតទៅលើការលូតលាស់អាជីវកម្ម ជៀសវាងកំណត់យកគោលដៅដែលធំពេក និងផ្តោតលើការកសាងកេរ្តិ៍ឈ្មោះ។ ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីគួរតែមានការយល់ដឹងច្បាស់អំពីហិរញ្ញវត្ថុ មានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រង និងបែងចែកហិរញ្ញវត្ថុឱ្យមានស័ក្តិសិទ្ធិភាព ក៏ដូចជាមានការយល់ដឹងអំពីអនុលោមភាពពន្ធដារ។"

គ្រាប់ពូជ BKD Academy ត្រូវបានដាំដុះយូរមកហើយ តាំងពីមុនឆ្នាំ ២០២៤ ដែលជាឆ្នាំបង្កើតជាផ្លូវការ។ គ្រាប់ពូជនេះបានដុះឡើងចេញពីចំណង់ចំណូលចិត្តយ៉ាងខ្លាំងទៅលើការបង្រៀន និងការបណ្តុះបណ្តាល ដែលនេះជាអ្វីដែលខ្ញុំធ្វើតាំងពីឆ្នាំ ២០១៥ មកម្ល៉េះ នៅពេលដែលខ្ញុំចាប់ផ្តើមសហគ្រិនភាពរបស់ខ្ញុំ។ ទោះបីជាខណៈពេលដែលខ្ញុំមានតួនាទី ជាអ្នកគ្រប់គ្រងនៅក្រុមហ៊ុនឯកជនមួយដែលមានភារកិច្ចជាប់រវល់យ៉ាងណាក៏ដោយ ខ្ញុំមិនដែលព្រងើយកន្តើយនឹងការលើកកម្ពស់វិស័យអប់រំឡើយ។ នៅឆ្នាំ ២០១៦, ខ្ញុំបានធ្វើការងារក្រៅម៉ោង ជាសាស្ត្រាចារ្យផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច ដើម្បីចែករំលែកចំណេះដឹងរបស់ខ្ញុំ និងលើកទឹកចិត្តទៅយុវជន។

ការណ៍នេះបានចូលរួមបង្កើនសមត្ថភាពដល់អ្នកដទៃ តាមរយៈការបម្លែងចំណេះដឹងដើម្បីឱ្យក្លាយជាអ្វីមួយផ្សេងទៀត។ នៅឆ្នាំ ២០១៧, ខ្ញុំបានចូលរួមយ៉ាងសកម្មជាមួយម្ចាស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងអ្នកវិជ្ជាជីវៈវ័យក្មេង ដើម្បីរៀបចំវគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងកម្មវិធីបង្វឹកជាឯកជន។ ខ្ញុំរីករាយដែលទទួលបានឱកាសឃើញពីការរីកចម្រើន និងការផ្លាស់ប្តូររបស់អ្នកចូលរួម ដោយពួកគេទទួលបានជំនាញ និងយុទ្ធសាស្ត្រថ្មីៗ ។ បន្ថែមពីនេះ ខ្ញុំដើរតួនាទីជាម្ចាស់ផ្ទះ និងជាអ្នករៀបចំកម្មវិធី ដែលលើកកម្ពស់សហគមន៍ សម្រាប់ការរៀនសូត្រឱ្យកាន់តែរស់រវើក។

បន្ទាប់មក នៅឆ្នាំ ២០២០ គឺជាឆ្នាំដែលបានសាកល្បងភាពធន់នៃអាជីវកម្ម នៅទូទាំងសកលលោក។ ការរីករាលដាលតត្បាតនៃជំងឺកូវីដ-១៩ បានបង្ខំឱ្យយើងត្រូវតែបន្សាំខ្លួននឹងបរិបទថ្មី ដែលខ្ញុំបានបើកចិត្តទទួលយកការផ្លាស់ប្តូរនៃការរៀនសូត្រទៅតាមប្រព័ន្ធអនឡាញវិញ។ វគ្គបណ្តុះបណ្តាលតាមប្រព័ន្ធអនឡាញបានក្លាយជាកន្លែងថ្មីសម្រាប់ខ្ញុំ ដែលខ្ញុំបានរកឃើញវិធីនវានុវត្តន៍ក្នុងការទាក់ទង និងគាំទ្រទៅដល់ម្ចាស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដែលជាញឹកញាប់ គឺធ្វើឡើងតាមរយៈការអញ្ជើញអ្នកជំនាញផ្តល់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងវាគ្មិនជំនាញមកចែករំលែកបទពិសោធន៍។ អំឡុងពេលនោះគឺជាការខិតខំដើម្បីឱ្យបន្តដំណើរការ ហើយក៏ជាពេលចាប់យកបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីពង្រីកវិសាលភាព និងលទ្ធផលវិជ្ជមានរបស់ខ្ញុំទៅកាន់មជ្ឈដ្ឋានជុំវិញ។

កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មដែលខ្ញុំបានចូលរួមជាមួយ CJCC Accelerator Program (CJAP) នៅឆ្នាំនោះ បានក្លាយជាចំណុចផ្តើមនៃការផ្លាស់ប្តូរ។ កម្មវិធីនេះបានផ្តល់ឱកាសដ៏មានតម្លៃដល់ខ្ញុំ ដើម្បីពង្រីកការយល់ដឹង, ធនធាន និងកសាងបណ្តាញជាមួយអ្នកដែលមានគំនិតស្រដៀងគ្នា។ សំខាន់ជាងនេះទៅទៀត, កម្មវិធីនេះបានពង្រឹងចក្ខុវិស័យរបស់ខ្ញុំសម្រាប់ BKD Academy ដែលជាស្ថាប័នបណ្តុះបណ្តាលមួយមិនផ្តោតតែលើតែការរកប្រាក់ចំណេញប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងមានការប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះការលើកកម្ពស់ការអភិវឌ្ឍដែលមានចីរភាព និងចូលរួមទៅដល់គោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាព (SDG)។

បច្ចុប្បន្ននេះ BKD Academy ជាសក្ខីកម្មមួយក្នុងការសម្រេចការប្តេជ្ញាចិត្តនេះ។ យើងសហការជាមួយស្ថាប័នចម្រុះក្នុងការផ្តល់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលទៅដល់បុគ្គល និងអាជីវកម្មតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ និងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលស្របទៅតាមតម្រូវការជាក់ស្តែង ដោយប្រើឧបករណ៍ដែលចាំបាច់សម្រាប់ពួកគេ។ លើសពីការផ្តល់ជូនកម្មវិធីសិក្សា និងវិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ការសិក្សា, BKD Academy កំពុងរៀបចំបំផុសការសិក្សាពេញមួយជីវិត, ពង្រឹងសមត្ថភាពបុគ្គលឱ្យប្រើប្រាស់សក្តានុពលឱ្យបានពេញលេញ និងរួមចំណែកធ្វើឱ្យមានភាពប្រសើរឡើងនូវអនាគតដែលប្រកបដោយសមធម៌ និងនិរន្តរភាព ។

យ៉ន សុភារិទ្ធ,

នាយកគ្រប់គ្រង និងនាយកផ្នែកបណ្តុះបណ្តាលនៃ BKD Academy

"ទោះបីជាដំណើរនេះមានការលំបាកក៏ដោយ ប៉ុន្តែវាមានអត្ថន័យយ៉ាងខ្លាំង។ វាគឺជាដំណើរដែលកើតចេញពីចំណង់ចំណូលចិត្ត, ភាពអត់ធ្មត់ រួមជាមួយគោលបំណង ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងការប្តេជ្ញាចិត្តខ្ពស់ ដើម្បីបង្កើតលទ្ធផលវិជ្ជមាន។ ដោយសារ BKD Academy បន្តរីកចម្រើន, ខ្ញុំរីករាយចំពោះការផ្លាស់ប្តូរជាច្រើនដែលនឹងត្រូវកត់ត្រាទុក។"

នៅដំណាក់កាលដំបូង, គំនិតរបស់ BOBA បានកើតចេញពីបទពិសោធន៍បច្ចេកវិទ្យារបស់យើង និងការកើនឡើងនូវការយល់ដឹងអំពីបញ្ហាក្នុងវិស័យអប់រំ, បរិស្ថាន និងជីវិតប្រចាំថ្ងៃនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ។ យើងចូលរួមកម្មវិធី Hackathon លើកដំបូងគឺជាកម្មវិធី Hackathon របស់ធនាគារកាណាឌីយ៉ា ដែលបានជំរុញយើងឱ្យមានចំណាប់អារម្មណ៍ទៅលើបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ និងជំរុញឱ្យពួកយើងស្វែងយល់ពីដំណោះស្រាយនៃបច្ចេកវិទ្យាឆ្លើយតបទៅនឹងបញ្ហាជាក់ស្តែងក្នុងសហគមន៍។

យើងបានបម្លែងគំនិតរបស់យើងទៅជាគំរូដើម តាមរយៈការចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះពន្លកអាជីវកម្មធុរកិច្ចថ្មី ដែលផ្តល់នូវការយល់ដឹងអំពីចំនុចសំខាន់ៗ ទាំងទៅលើទិដ្ឋភាពបច្ចេកទេស និងអាជីវកម្ម។ យើងអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រផ្សំគ្នា តាមរយៈការសហការជាមួយអ្នកប្រឹក្សាដែលជាក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា ក៏ដូចជាតាមរយៈការសិក្សាស្រាវជ្រាវដើម្បីអភិវឌ្ឍ និងកែលម្អគំរូដើមរបស់យើងដែលផ្តោតទៅលើបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ។

ភាពទាក់ទាញនៃផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់យើងគឺកើតចេញពីសមត្ថភាពចម្រុះរបស់យើងប្របាច់ចូលគ្នា ដែលរួមមានសមត្ថភាពក្នុងការស្រាវជ្រាវ, ការយល់ដឹងពីយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម និងជំនាញបច្ចេកទេស។ យើងធ្វើការស្រាវជ្រាវយ៉ាងហ្មត់ចត់ដើម្បីធានាថាដំណោះស្រាយរបស់យើងឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់សហគមន៍យ៉ាងពិតប្រាកដ។ បទពិសោធន៍ផ្នែកវិស្វកម្មរបស់យើងធ្វើឱ្យយើងមានភាពច្នៃប្រឌិតកាន់ខ្ពស់ ស្របពេលនេះដែរគំរូអាជីវកម្មរបស់យើងរួមផ្សំជាមួយនឹងការប្រឹក្សាបង្កើតផលិតផល អាចជួយអតិថិជនក្នុងការពង្រឹងទាំងបច្ចេកវិទ្យា និងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ពួកគេ។ ដោយសារលក្ខណៈពិសេសនៃសេវាកម្មរបស់យើង, យើងបានសហការជោគជ័យជាមួយក្រុមហ៊ុនចំនួន ២ ។

លក្ខណ៍ ច័ន្ទម៉ូលិកា,

សហស្ថាបនិកនៃ
BOBA

"ដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំទៅកាន់សហគ្រិនថ្មី ឬវ័យក្មេងគឺ សូមមានចក្ខុវិស័យ, បេសកកម្ម និងគោលដៅច្បាស់លាស់សម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មីរបស់អ្នក។ សូមបង្កើតក្រុមការងារមួយដែលរឹងមាំ, បន្តពង្រឹងជំនាញរបស់អ្នក និងស្វែងរកបទពិសោធន៍ថ្មីៗ ដើម្បីជំរុញការលូតលាស់។ សូមរក្សាភាពរីករាយ ប្រកាន់ភ្ជាប់បើកទូលាយចំពោះការរៀនសូត្រ និងទទួលយកទាំងភាពជោគជ័យ និងចាត់ទុកការបរាជ័យជាឱកាសដ៏មានតម្លៃសម្រាប់ការកែលម្អឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។"

គំនិតរបស់ CheckinMe បានលេចឡើង អំឡុងពេលដែលខ្ញុំបានជជែកជាមួយនឹងមិត្តភក្តិម្នាក់ កាលពីឆ្នាំ ២០២១ ។ គាត់មានបញ្ហាជាមួយការគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក ដែលជាញឹកញាប់មកធ្វើការយឺត, មិនផ្តល់ដំណឹងពេលឈប់ ឬពេលមិនមកធ្វើការ។ គាត់បានស្នើឱ្យបង្កើតកម្មវិធីមួយដើម្បីឱ្យស្កេនវត្តមានបុគ្គលិកដែលដូចទៅនឹងប្រព័ន្ធទូទាត់សងប្រាក់របស់ធនាគារ អេ.ប៊ី.អេ (ABA) ដែលផ្តល់ព័ត៌មានបច្ចុប្បន្នភាពជាក់ស្តែង តាមរយៈតេឡេក្រាម។ ការណ៍នេះបានជំរុញឱ្យខ្ញុំបង្កើតគំរូដើម ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនោះ។ ដោយមានការជំរុញចេញពីសក្តានុពលនេះ, ក្រុមការងាររបស់ខ្ញុំ និងខ្ញុំបានដាក់ ផលិតផលដែលអាចទទួលអប្បបរមា (Minimum Viable Products - MVP) ទៅក្នុងកម្មវិធីរបស់យើង ដែលទទួលបានអ្នកប្រើប្រាស់ជាអាជីវកម្មមានចំនួនច្រើនជាង ១០០ ក្នុងអំឡុងពេល ៣ ខែ។

ខ្ញុំបានបម្លែងផលិតផលដែលអាចទទួលអប្បបរមាទៅជាកម្មវិធី តាមរយៈការជួបជាមួយអតិថិជនដោយផ្ទាល់ និងធ្វើការយ៉ាងជិតស្និតជាមួយពួកគេ។ តាមរយៈដំណើរការនេះ អតិថិជនបានចែករំលែកអំពីតម្រូវជាក់លាក់របស់ពួកគេដែលអនុញ្ញាតឱ្យយើងបន្តកែលម្អកម្មវិធីពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ។ បច្ចុប្បន្ននេះ សេវាកម្មរបស់យើងបានដំណើរការជាង ៤ ឆ្នាំហើយ។

កម្មវិធីរបស់យើងផ្តល់នូវមុខងារចម្បងចំនួន ៣ គឺ តម្លៃសមរម្យ, គុណភាពខ្ពស់ និងមានភាពងាយស្រួលប្រើប្រាស់។ វាជំនួសឱ្យការតាមដានវត្តមានតាមរយៈការស្កេនខ្ទៅដៃទៅជាដំណោះស្រាយដែលប្រើទូរស័ព្ទដៃ ដែលនេះអាចផ្តល់បច្ចុប្បន្នភាពជាក់ស្តែងតាមរយៈតេឡេក្រាមបាន។ លើសពីនេះ វាអាចគណនាប្រាក់បៀវត្សរ៍ដោយស្វ័យប្រវត្តិ ដោយចុចប៊ូតុង ២ ឬ ៣ តែប៉ុណ្ណោះ (Just A Few Clicks) ។ ការណ៍នេះបានសន្សំពេលវេលា ទៅដល់ការគណនាវត្តមាន និងចំនួនម៉ោងធ្វើការរបស់បុគ្គលិក។ មុខងារទាំងនេះធ្វើឱ្យផលិតផលរបស់យើងមានប្រសិទ្ធភាពនិងងាយស្រួលប្រើដែលទាក់ទាញអតិថិជនដែលកំពុងស្វែងរកដំណោះស្រាយដែលអាចប្រតិបត្តិជាមួយនឹងអាជីវកម្មរបស់ពួកគេបាន។

ឡី កំថូង,

សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
CheckinME

“ខ្ញុំសូមលើកទឹកចិត្តដល់សហគ្រិនវ័យក្មេងឱ្យបន្តខិតខំ និងបន្តស្វែងរកចំណេះដឹង តាមរយៈកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល ដូចជាកម្មវិធី **Hackathons**, កម្មវិធីបណ្តុះពន្លកអាជីវកម្ម, និងកម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្ម ដែលផ្តល់ដោយឥតគិតថ្លៃ នៅមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី “តេជោ” និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត។ ការចូលរួមក្នុងឱកាសទាំងនេះអាចជួយពង្រឹងជំនាញ និងការយល់ដឹងអំពីសហគ្រិនភាពរបស់អ្នក។ បន្ថែមពីនេះ ខ្ញុំសូមស្នើឱ្យអ្នកទាំងអស់គ្នាលើកកម្ពស់បច្ចេកវិទ្យារបស់ប្រទេសកម្ពុជាឱ្យកាន់តែច្រើន ដើម្បីជំរុញវិស័យបច្ចេកវិទ្យា និងចូលរួមចំណែកដល់សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលនៅប្រទេសកម្ពុជា។”

នៅដំណាក់កាលដំបូងនៃធុរកិច្ចថ្មីរបស់ខ្ញុំ, គំនិតសម្រាប់កម្មវិធីបោកគក់របស់ខ្ញុំដែលមានឈ្មោះថា CLOTH BIRD បានកើតឡើងពីបញ្ហាផ្ទាល់ខ្លួនដែលខ្ញុំបានជួបប្រទះ ក្នុងការគ្រប់គ្រងហាងបោកគក់របស់ខ្ញុំផ្ទាល់។ ខ្ញុំកត់សម្គាល់ឃើញថា អតិថិជនមានការលំបាកក្នុងការស្វែងរកសេវាកម្មបោកគក់ដែលងាយស្រួល ជាពិសេសនៅក្នុងទីផ្សារមួយដែលមានហាងបោកគក់បែបប្រពៃណីច្រើន។ការណ៍នេះបានជំរុញឱ្យខ្ញុំបង្កើតដំណោះស្រាយមួយដើម្បីសម្រួលទៅដំណើរការឱ្យកាន់តែងាយស្រួល ក្នុងការទទួលបានសេវាបោកគក់ តាមរយៈកម្មវិធី (on-demand app)។ ដើម្បីបម្លែងគំនិតនេះទៅជាការពិត, ខ្ញុំបានចាប់ផ្តើមអភិវឌ្ឍគំរូដើមដោយសហការជាមួយអ្នកអភិវឌ្ឍន៍កម្មវិធីក្នុងស្រុក និងប្រមូលមតិត្រឡប់ពីអ្នកប្រើប្រាស់ ដើម្បីធានាថាកម្មវិធីនេះនឹងអាចឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់ពួកគេ យ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព។

CLOTH BIRD មានមុខងារពិសេសជាច្រើនដែលទាក់ទាញអតិថិជន រួមមានមុខងារដែលមានភាពងាយស្រួលប្រើ, ការតាមដានការបោកគក់ជាក់ស្តែង និងកម្មវិធីផ្តល់រង្វាន់ដល់អ្នកប្រើប្រាស់ជាប់លាប់។ មុខងារទាំងនេះមិនត្រឹមតែធ្វើឱ្យបទពិសោធន៍របស់អតិថិជនកាន់តែប្រសើរឡើងប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងធ្វើឱ្យសេវាកម្មរបស់យើងមានលក្ខណៈខុសពីសេវាកម្មបោកគក់បែបប្រពៃណីផងដែរ។ ផលប័ត្រ (Portfolio) របស់យើង, បច្ចុប្បន្ននេះ, ភាគច្រើន អតិថិជនរបស់យើងជាសណ្ឋាគារ ហើយកម្មវិធីនេះក៏កំពុងទទួលបានការគាំទ្រយ៉ាងខ្លាំងចាប់តាំងពីសម្ពោធដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ជាមួយនឹងការកើនឡើងនូវចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានការពេញចិត្តទៅនឹងភាពងាយស្រួល និងប្រសិទ្ធភាពរបស់ CLOTH BIRD ។

ឡូញ ង៉ែត,

ស្ថាបនិកនៃ
CLOTH BIRD

“ចំពោះសហគ្រិនវ័យក្មេងដែលមានបំណងបង្កើតធុរកិច្ចថ្មី, ខ្ញុំសូមផ្តល់ការណែនាំគឺ សូមហ៊ានទទួលយកហានិភ័យ និងរក្សានូវចំណង់ចំណូលចិត្តទៅលើគំនិតរបស់អ្នកជានិច្ច។ កុំមានការភ័យខ្លាចក្នុងការធ្វើការបង្កើត, កែច្នៃ និងកែសម្រួលផលិតផលរបស់អ្នកដោយផ្អែកលើមតិត្រឡប់ពីអតិថិជនដែលនឹងអាចជួយអ្នកកែលម្អសេវាកម្មរបស់អ្នកបាន។ សូមស្វែងរកបណ្តាញដែលគាំទ្រជួយជ្រោមជ្រែង, ស្វែងរកការតម្រង់ទិសពីអ្នកណែនាំនិងត្រៀមខ្លួនជាស្រេចក្នុងការប្រឈមនឹងឧបសគ្គនានាដែលអាចនឹងកើតឡើង។ សូមចងចាំថា ការបន្តកិច្ចខិតខំ និងការស្រលាញ់ទៅលើអ្វីដែលអ្នកធ្វើ អាចផ្តល់ជាកម្លាំងជំរុញឱ្យអ្នកទទួលបានជោគជ័យក្នុងវិស័យធុរកិច្ចថ្មីនេះបាន។”

បណ្ឌិត ហួង ពានី,

ស្ថាបនិក និងអ្នកគ្រប់គ្រងបច្ចេកទេសនៃ CONSA Tech

តាមរយៈការងាររបស់ខ្ញុំក្រោមគម្រោងនានាជាមួយសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យចំណីអាហារ និងគ្រឿងសម្អាង ដែលម្ចាស់គម្រោងជាបណ្តាអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល, ខ្ញុំបានឃើញពីឧបសគ្គចម្បងៗ ដែលរារាំងដល់ការរីកចម្រើនរបស់ពួកគេ រួមមាន ភាពមានកម្រិតនៃការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍, កង្វះការច្នៃប្រឌិតថ្មី និងកង្វះចំណេះដឹងផ្នែកបច្ចេកទេស។ បញ្ហាប្រឈមទាំងនេះធ្វើឱ្យពួកគេពិបាកក្នុងការប្រកួតប្រជែងជាមួយនឹងផលិតផលនាំចូល។ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមជាច្រើនមានការលំបាកក្នុងការស្វែងរកអ្នកជំនាញក្នុងស្រុក ដូចជាការបង្កើតរូបមន្តនៃផលិតផល ដែលជារឿយៗ ពួកគេត្រូវពឹងផ្អែកលើសេវាកម្មពីបរទេសឯនាយសមុទ្រ ឬប្រទេសទេសជិតខាង ដែលមានតម្លៃថ្លៃ និងមិនសូវប្រើបានជាក់ស្តែងក្នុងស្ថានភាពសហគ្រាសកម្ពុជា។ បញ្ហានេះបានជំរុញឱ្យខ្ញុំបង្កើតធុរកិច្ចថ្មី ខន់សា តិច (CONSA TECH) នេះឡើង ក្នុងការផ្តល់សេវាកម្មស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលអាហារ និងគ្រឿងសម្អាង ការបង្កើតរូបមន្តក្នុងស្រុក សេវាកម្មប្រឹក្សាផ្សេងៗ ទៀត ក៏ដូចជាការបណ្តុះបណ្តាលផ្សេងៗ ឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការច្រើនទម្រង់របស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ដើម្បីជួយឱ្យពួកគេមានសមត្ថភាពច្នៃប្រឌិតកាន់តែប្រសើរ, កែលម្អគុណភាពផលិតផល និងបំពេញបន្ថែមចំណេះដឹងបច្ចេកទេស។ សេវាកម្មរបស់យើងជួយពង្រឹងដោយផ្ទាល់លើអាជីវកម្មក្នុងស្រុក និងដោយប្រយោលលើសេដ្ឋកិច្ចជាតិផងដែរ។

ដើម្បីបម្លែងគំនិតរបស់ពួកយើងទៅជាគំរូអាជីវកម្មមួយនេះបាន, ជាដំបូងគឺយើងបានកំណត់តម្រូវការបច្ចេកទេសរបស់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យអាហារ និងគ្រឿងសម្អាងជាមុនសិន។ គោលបំណងរបស់យើងគឺផ្តល់សេវាកម្មពេញលេញមួយជូនអតិថិជន រួមមានទាំងការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផល, ការពិគ្រោះយោបល់លើការជ្រើសរើសបុគ្គលិកបច្ចេកទេសជូនសហគ្រាស, ការរចនាការវេចខ្ចប់, ការរៀបចំផែនការផលិតកម្ម និងស្តុក និងការប្រឹក្សាពីឧបករណ៍ និងគ្រឿងផ្សំ។ តាមរយៈការសហការជាមួយមជ្ឈមណ្ឌលពិសោធន៍, យើងអាចសាកល្បងសេវាកម្មការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍របស់យើង និងប្រមូលមតិត្រឡប់ដើម្បីកែលម្អសេវាកម្មរបស់យើង។ តាមរយៈការសហការជាមួយដៃគូ និងបទពិសោធន៍ជាក់ស្តែង, យើងបានបង្កើតគំរូដើមដែលឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការឧស្សាហកម្ម ដែលក្លាយខ្លួនជាអ្នកផ្តល់សេវាកម្មបច្ចេកទេសដែលអាចទុកចិត្តបានសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យអាហារ និងគ្រឿងសម្អាង។

សេវាកម្មរបស់ CONSA TECH មានលក្ខណៈពិសេស ដោយសារវាជាបណ្តុំនៃសេវាកម្ម (One-stop Service) ដែលគាំទ្រអតិថិជន តាំងពីដំណាក់កាលរៀបចំគំនិត និងបច្ចេកទេសប្រតិបត្តិការលើកដំបូង រហូតដល់ផលិតផលចុងក្រោយ។ សេវាកម្មនេះធ្វើឡើងដើម្បីធានានូវប្រសិទ្ធភាពនៃដំណើរការ ដែលជួយឱ្យផលិតផលទៅដល់ទីផ្សារដោយជោគជ័យ ខណៈពេលដែលជួយកាត់បន្ថយការចំណាយពេលវេលា និងកិច្ចខំប្រឹងប្រែងរបស់អតិថិជន។

បច្ចុប្បន្ននេះ ពួកយើងបានផ្តល់សេវាកម្មដល់អតិថិជនចំនួនប្រមាណ ២៥ អតិថិជន រួមទាំងដៃគូសំខាន់ៗ ដូចជា អង្គការអភិវឌ្ឍន៍អន្តរជាតិអាល្លឺម៉ង់កម្ពុជា (GIZ Cambodia) និងសហគ្រិនខ្មែរ ដែលជាដៃគូសហការគម្រោងគាំទ្រសហគ្រាសក្នុងស្រុក។ អតិថិជនភាគច្រើនរបស់យើងគឺជាសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមក្នុងវិស័យចំណីអាហារ និងគ្រឿងសម្អាង នៅតំបន់ពាយ័ព្យប្រទេសកម្ពុជា ដែលជាតំបន់គោលដៅចម្បងរបស់យើង។ ជាទូទៅ អតិថិជនជ្រើសរើសកញ្ចប់សេវាកម្មមួយកញ្ចប់រួមមាន ការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍, ការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេស, ការប្រឹក្សាពីគ្រឿងផ្សំ និងឧបករណ៍ និងការរចនាការវេចខ្ចប់។ អតិថិជនជាច្រើនបន្តធ្វើការងារជាមួយយើងក្នុងរយៈពេលវែង និងផ្តល់តម្លៃទៅលើការគាំទ្ររបស់ពួកយើងដែលជួយទៅដល់ការរីកចម្រើន និងស្តង់ដារគុណភាពសម្រាប់ពួកគេ។ នៅពេលដែលកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ពួកយើងកាន់តែល្បីល្បាញ, យើងទទួលបានអតិថិជនថ្មី ជារៀងរាល់ខែ ដែលធ្វើឱ្យចំនួនអតិថិជនរបស់យើងបន្តកើនឡើងជាបន្តបន្ទាប់។

“ដំបូន្មានមួយសំខាន់បំផុត ដែលខ្ញុំចង់ណែនាំជូនសហគ្រិនធុរកិច្ចថ្មី ឬសហគ្រិនវ័យក្មេង គឺការកសាងក្រុមការងារដែលល្អមួយ គឺជារឿងចាំបាច់បំផុតមួយ។ សូមស្វែងរកមនុស្សដែលមិនត្រឹមតែមានជំនាញដែលអ្នកត្រូវការប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងមានឆន្ទៈ និងចក្ខុវិស័យរួមគ្នា។”

ក្នុងរយៈពេល ២ ទស្សវត្សនេះខ្ញុំបានធ្វើការជាមួយអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលនានា ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាសង្គម ដោយយកការអប់រំជាចំណុចស្នូល ព្រោះខ្ញុំជឿជាក់លើអំណាចរបស់ការអប់រំក្នុងការលុបបំបាត់ភាពក្រីក្រ។ ខ្ញុំបានឃើញផ្ទាល់ភ្នែកនូវការផ្លាស់ប្តូរក្នុងជីវិតរបស់របស់អ្នកដទៃតាមរយៈការអប់រំ ប៉ុន្តែវាក៏ជារឿងគួរឱ្យសោកស្តាយសម្រាប់ខ្ញុំពេលមើលឃើញកុមារដែលត្រូវឈប់រៀនដើម្បីទៅរើសអេតចាយ ខណៈមានឪពុកដែលត្រូវចាកចេញពីគ្រួសារទៅរកការងារធ្វើ។ បញ្ហាទាំងនេះឆ្លុះបញ្ចាំងទៅនឹងកុមារភាពរបស់ខ្ញុំក្នុងសម័យសង្គ្រាមស៊ីវិលនៅប្រទេសកម្ពុជា ដែលខ្ញុំបានបាត់បង់ឪពុក ដែលជាហេតុធ្វើឱ្យខ្ញុំឈឺចាប់នៅពេលខ្ញុំឃើញគ្រួសារដែលនៅតែត្រូវបែកបាក់ដោយសារការលំបាកផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច ហើយបើទោះបីជាបច្ចេកវិទ្យា និងការទំនាក់ទំនងមានភាពរីកចម្រើននាពេលបច្ចុប្បន្ននេះក៏ដោយ។

ខ្ញុំបានប្រែក្លាយចក្ខុវិស័យរបស់ខ្ញុំសម្រាប់ដាំដុះ (DamDoh) ទៅជាគំរូដើមដោយបញ្ចូលបច្ចេកវិទ្យាជាមួយចំណេះដឹងកសិកម្មក្នុងស្រុក ដើម្បីដោះស្រាយវិបត្តិស្បៀងអាហារ។ ហេតុនេះដំណើរការបង្កើតគំរូដើមនេះរួមបញ្ចូលការសហការពីសហគមន៍ និងទទួលមតិដើម្បីកែលម្អឧបករណ៍ជាបន្តបន្ទាប់។ នៅពេលដែលគំរូដើមបានវិវឌ្ឍប្រសើរហើយ វាបានក្លាយជាឧបករណ៍ដ៏មានអានុភាពសម្រាប់កែលម្អការធ្វើកសិកម្ម និងការកសាងសហគមន៍ ដែលមានភាពធន់ជាងមុន។ ដំណើរការនេះបានបង្រៀនខ្ញុំពីសារៈសំខាន់នៃការចូលរួមរបស់សហគមន៍, ការសហការ និងការអភិវឌ្ឍជាប្រចាំ ដើម្បីបង្កើតដំណោះស្រាយដែលពិតជាឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការក្នុងស្រុក ហើយបង្វែរបញ្ហាប្រឈមទៅជាឱកាសលូតលាស់។

សេវាកម្មរបស់យើងទាក់ទាញអតិថិជនតាមរយៈមុខងារសំខាន់ៗ ចំនួន ៣ ។ ទី ១ យើងជំរុញកសិករឱ្យក្លាយជាកសិករសហគ្រិន (agripreneurs) ឬ អ្នកគ្រប់គ្រងកសិដ្ឋាន ដោយបំពាក់បំប៉នពួកគេនូវជំនាញចាំបាច់ ក្នុងការគ្រប់គ្រងកសិដ្ឋានរបស់ពួកគេប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ទី ២ យើងសង្កត់ធ្ងន់លើការលើកកម្ពស់ការអនុវត្តកសិកម្មប្រកបដោយនិរន្តរភាព ដែលផ្តល់ផលចំណេញក្នុងផ្នែកចំនួន ៣ ៖ កំណើនសេដ្ឋកិច្ចសម្រាប់កសិករ, ការអភិរក្សបរិស្ថាន និង ការពង្រឹងសហគមន៍ក្នុងស្រុក។ ជាចុងក្រោយ យើងសម្រួលដំណើរការចូលទៅកាន់ទីផ្សារតាមរយៈបច្ចេកវិទ្យាតាមដាន (tracking) ដែលធានានូវតម្លាភាព និងការជឿទុកចិត្តនៅក្នុងខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ ដែលបន្ថែមតម្លៃសម្រាប់កសិករ និងអ្នកប្រើប្រាស់។

យើងមានចំនួនអ្នកទាញយកកម្មវិធីប្រហែល ២០០០ នាក់,

ឯក ម៉ានិល,

សហស្ថាបនិកនៃ
ដាំដុះ App

កសិករចូលរួមលើសពី ៣០០ នាក់, កសិដ្ឋានគំរូចំនួន ៨ ជាមួយនឹងកសិដ្ឋានបន្ថែមចំនួន ៤ ទៀតក្នុងឆ្នាំនេះ និងបណ្តុះបណ្តាលកសិករច្រើនជាង ៥០០ នាក់។

"សាររបស់ខ្ញុំសម្រាប់សហគ្រិនថ្មីគឺការបង្កើតផលិតផលដែលមានលក្ខណៈពិសេស មិនគួរមានភាពលំបាកដូចការប្រមូលផ្តុំក្រុមដែលមានសមត្ថភាព ដើម្បីអមដំណើរធុរកិច្ចអ្នកទេ។ សូមជៀសវាងការធ្វើតាមអ្នកដទៃ; ជំនួសមកវិញសូមផ្តោតលើការកំណត់បញ្ហាជាក់លាក់ដែលអ្នកបានដឹងខ្លះៗ និងជំរុញក្រុមរបស់អ្នកឱ្យចូលរួមជាមួយអ្នក។ សូមត្រៀមចិត្តប្រឈមការបដិសេធ, ការរិះគន់ និងកង្វះខាតការគាំទ្រ។ សូមរក្សាភាពអត់ធ្មត់ និងមានក្តីសុបិន្តធំ ប៉ុន្តែចាប់ផ្តើមដោយជំហានតូចៗ ។ សូមមានចិត្តអោនលំទោនគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការសុំជំនួយ និងមានចិត្តទូលាយគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការចែករំលែកចំណេះដឹងរបស់អ្នកជាមួយអ្នកដទៃ។"

ឡាយ វីឡា,

ស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ Delightech

ឌីឡៃថ៍ថេក (Delightech) ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ និងបានចុះបញ្ជីជាផ្លូវការជាមួយក្រសួងពាណិជ្ជកម្មក្នុងឆ្នាំ ២០២១ ដោយកើតចេញពីការកត់សម្គាល់មួយដែលនោះគឺ មនុស្សរាប់លាននាក់នៅក្នុងទីផ្សារកំពុងរីកចម្រើន ខ្វះលទ្ធភាពទទួលបានសេវាហិរញ្ញវត្ថុដែលមានតម្លៃសមរម្យ និងអាចទុកចិត្តបាន។ វីឡា ដែលជាសហគ្រិនដែលមានចក្ខុវិស័យបង្កើតនូវឥទ្ធិពលជាវិជ្ជមានសម្រាប់សង្គម បានកំណត់បញ្ហាប្រឈមដែលបុគ្គលជួបប្រទះ រួមទាំងភាពស្មុគស្មាញនៃការិយាធិបតេយ្យ, កង្វះវត្ថុបញ្ចាំ និងភាពមិនមានប្រវត្តិឥណទាន។ Delightech ត្រូវបានបង្កើតឡើងជាមួយនឹងក្ដីសុបិន្ត ប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដើម្បីធ្វើឱ្យហិរញ្ញវត្ថុប្រកបដោយបរិយាប័ន្នក្លាយជាការពិត ដោយមានការគាំទ្រពីក្រុមអ្នកជំនាញខ្មែរដែលមានភាពស្វាហាប់ និងមានបទពិសោធន៍យ៉ាងទូលំទូលាយនៅក្នុងបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ និងប្រព័ន្ធធនាគារស្នូល។ សព្វថ្ងៃនេះ Delightech គឺលើសពីធុរកិច្ចថ្មី Delightech ជាកាតាលីករនៃការផ្លាស់ប្ដូរ, ការបំបែកឧបសគ្គផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងការឆ្ពោះទៅអនាគតដែលការទទួលបានឥណទានគឺជាសិទ្ធិទូទៅ មិនមែនជាសិទ្ធិពិសេស។ ដើម្បីប្រែក្លាយចក្ខុវិស័យនេះទៅជាដំណោះស្រាយជាក់ស្ដែង Delightech បានបង្កើតកម្មវិធីទូរសព្ទចល័តមួយឈ្មោះថា "លុយលឿន" ដែលជាវេទិកាផ្ដល់ប្រាក់កម្ចីឌីជីថលដំណើរការដោយ AI សម្រាប់អ្នកមិនមានគណនីធនាគារ និងអ្នកមិនសូវប្រើប្រាស់សេវាធនាគារ។ តាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាកម្រិតខ្ពស់កម្មវិធីនេះផ្ដល់នូវការដាក់ពិន្ទុឥណទានជំនួស ដើម្បីជួយសម្រួលដល់តម្រូវការលំហូរសាច់ប្រាក់បន្ទាន់។ អ្នកប្រើប្រាស់អាចចូលទៅប្រើផលិតផលហិរញ្ញវត្ថុបានគ្រប់ពេលវេលា ហើយកសាងឥណទានតាមរយៈការសងប្រាក់វិញ ដែលជាគន្លឹះដោះសោរឧបករណ៍ និងសេវាកម្មជាច្រើនទៀត។ មុខងារនេះជំរុញឱ្យមានបរិយាប័ន្នហិរញ្ញវត្ថុ ដោយភ្ជាប់គម្លាតរវាងសេដ្ឋកិច្ចក្នុងប្រព័ន្ធ និងសេដ្ឋកិច្ចក្រៅប្រព័ន្ធ ដែលបង្កើតទំនាក់ទំនងរវាងបុគ្គល និងធនាគារដោយរលូន។

មុខងារពិសេសលេចធ្លោរបស់ Delightech ធ្វើឱ្យធុរកិច្ចថ្មីនេះក្លាយជាតួអង្គពិសេសមួយនៅក្នុងទីផ្សារ ជាពិសេសតាមរយៈថ្នាលនវានុវត្តន៍ "លុយលឿន" ។ "លុយលឿន" ផ្ដល់ជូននូវការអនុម័តប្រាក់កម្ចីភ្លាមៗ ក៏ដូចជាការទូទាត់សាច់ប្រាក់ភ្លាមៗ និងមានលក្ខខណ្ឌបត់បែន និងការដាក់ពិន្ទុឥណទានប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាបញ្ញាសិប្បនិម្មិតកម្រិតខ្ពស់។ លក្ខណៈពិសេសសំខាន់ៗ របស់ "លុយលឿន" រួមមានភាពងាយស្រួល ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ដាក់ពាក្យស្នើសុំ និងទទួលការអនុម័តលើប្រាក់កម្ចីដោយផ្ទាល់តាមរយៈស្មាតហ្វូន ដោយមិនចាំបាច់ធ្វើដំណើរទៅកាន់សាខាធនាគារ។ វេទិកានេះក៏មានល្បឿនលឿនដោយការប្រើប្រាស់ក្បួនដោះស្រាយកម្រិតខ្ពស់ (advanced algorithms) ដែលអាចអនុម័ត និងផ្ដល់ប្រាក់កម្ចីក្នុងរយៈពេលមួយម៉ោងជាទូទៅ។ សមត្ថភាពកំណត់ទៅតាមតម្រូវការបុគ្គល (personalization) គឺភាពលេចធ្លោមួយទៀតនៃ "លុយលឿន" ដែលថ្នាលនេះប្រើទិន្នន័យជំនួសក្នុងការកែសម្រួលលក្ខខណ្ឌឥណទាន ដោយធានានូវជម្រើសសមរម្យ និងអាចបត់បែនបានសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានប្រវត្តិឥណទានតិចតួច ឬគ្មានសោះ។ កម្មវិធីនេះធានានូវតម្លាភាពដោយកំណត់លក្ខខណ្ឌច្បាស់លាស់ និងមិនមានថ្លៃសេវាលាក់កំបាំង ស្របជាមួយនឹងមុខងារ gamification ដែលជួយបង្កើនការចូលរួម និងការអប់រំ ដូចជាឧបករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងរង្វាន់ដែលទទួលបានពីការសងត្រលប់។ "លុយលឿន" ទទួលបានសមិទ្ធផលគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ដែលមានការទាញយកច្រើនជាង ១៥០,០០០ ដង, អ្នកប្រើប្រាស់ដែលបានចុះឈ្មោះ ១០០,០០០ និងអ្នកខ្ចីប្រចាំខែសកម្មប្រហែល ៥០០ នាក់។ សមិទ្ធផលទាំងនេះគូសបញ្ជាក់នូវឥទ្ធិពលដែលកំពុងលូតលាស់នៅក្នុងទិដ្ឋភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងភាពជោគជ័យក្នុងការឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការអ្នកប្រើប្រាស់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធផល។

"ជាសារទៅកាន់អ្នកមានបំណងក្លាយជាសហគ្រិន, Delightech គូសបញ្ជាក់សារៈសំខាន់នៃការដោះស្រាយបញ្ហាដែលកើតឡើងពិតប្រាកដ ដោយមានគោលបំណង និងនវានុវត្តន៍។ តាមរយៈការរួមបញ្ចូលបច្ចេកវិទ្យាជាមួយនឹងការជឿទុកចិត្ត, ការចាប់ផ្ដើមអាជីវកម្មអាចបំបែកឧបសគ្គ និងបង្កើតផលជះដែលមានន័យ។ ការអត់ធ្មត់, ការសម្របខ្លួន និងវិធីសាស្ត្រផ្ដោតលើអតិថិជន (customer-focused) គឺជាកត្តាចាំបាច់ក្នុងការកសាងដំណោះស្រាយដែលមានសក្ដានុពលពង្រីកខ្លួន។ ភាពជោគជ័យស្ថិតលើការដោះស្រាយគម្លាតទីផ្សារ, ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា និងការបន្តប្ដេជ្ញាចិត្តធ្វើឱ្យមានភាពខុសប្លែក។"

ប៊ុន សៅសុភនាថ,

សហស្ថាបនិកនៃ
ដុះស្លាប

ដុះស្លាប (Dosslarb) ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ២០២០ ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាកង្វះការអប់រំសុខភាពផ្លូវភេទ និងបន្តពូជ (SRH) សម្រាប់យុវជនកម្ពុជា។ អំឡុងពេលធំដឹងក្តីឡើង ខ្ញុំបានមើលឃើញបញ្ហាដែលកើតចេញពីការទទួលព័ត៌មានមានកម្រិត ដែលបញ្ហាទាំងនោះមានដូចជាការមានផ្ទៃពោះនៅវ័យជំទង់។ ការមើលឃើញបែបនេះជំរុញទឹកចិត្តខ្ញុំឱ្យបង្កើតវេទិកាមួយដែលផ្តល់ការអប់រំពីសុខភាពផ្លូវភេទ និងបន្តពូជដែលយុវជនងាយចូលប្រើប្រាស់ និងទទួលបានការគាំទ្រ។

ក្រោយបញ្ចប់ការសិក្សានៅសាកលវិទ្យាល័យ ខ្ញុំបានបង្កើតជាក្រុមនៃអ្នកមានគំនិតដូចគ្នា ហើយបានដាក់ Dosslarb ឱ្យមានដំណើរការ។ យើងបានចាប់ផ្តើមដោយការបង្កើតមាតិកា និងរៀបចំសិក្ខាសាលា ដែលបន្តិចម្តងៗ យើងក៏ពង្រីកភាពទូលំទូលាយនៃការផ្សព្វផ្សាយរបស់យើង តាមរយៈកិច្ចសហការជាមួយយុវជន, អ្នកបង្កើតមាតិកា និងអ្នកមានឥទ្ធិពលផ្នែកគំនិត (Key Opinion Leaders)។

Dosslarb ផ្តល់នូវការអប់រំសុខភាពផ្លូវភេទ និងបន្តពូជ ដែលងាយទទួលបាន និងផ្តោតលើយុវជន, តាមរយៈយុទ្ធនាការឌីជីថល, ការផលិតមាតិកា និងសិក្ខាសាលា។ ភាពខ្លាំងរបស់យើងគឺការបង្កើតមាតិកាដែលមានភាពទាក់ទងទៅនឹងអ្នកមើល, កសាងសហគមន៍គាំទ្រ និងផ្តល់ជូននូវការភ្ជាប់ទៅកាន់សេវាសុខភាពផ្លូវភេទ និងបន្តពូជដែលគួរឱ្យទុកចិត្ត និងផ្អែកតាមលក្ខខណ្ឌបុគ្គលម្នាក់ៗ ។

ក្នុងរយៈពេល ៤ ឆ្នាំកន្លងមកនេះ Dosslarb បានបង្កើតសហគមន៍មួយដែលមានអ្នកតាមដានចំនួន ៣៥,០០០ នាក់ និងបានផ្សាយដល់ទស្សនិកជនជាង ១៧ លាននាក់ និងការមើលវីដេអូចំនួន ៤ លានដង។ យើងបានចូលរួមដោយផ្ទាល់ជាមួយយុវជនជាង ៥០០ នាក់ តាមរយៈសិក្ខាសាលា សហការជាមួយដៃគូច្រើនជាង ១០ និងលើកកម្ពស់សុខមាលភាពយុវជនចំនួន ៣០០ នាក់តាមរយៈការភ្ជាប់ពួកគេទៅកាន់ទីតាំងផ្តល់សេវាសុខភាពដែលត្រូវនឹងបញ្ហាដែលពួកគេកំពុងជួបប្រទះ។

"ជាសារទៅកាន់សហគ្រិនដែលទើបនឹងចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម សូមផ្តោតលើអ្វីដែលអ្នកខ្វល់ខ្វាយ និងពេញចិត្តពិតប្រាកដពីព្រោះកត្តាទាំង ២ នេះនឹងសម្រួលការឆ្លងកាត់ពេលវេលាលំបាកក្នុងដំណើរអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ សម្រាប់ **Dosslarb** ការរក្សាតុល្យភាពរវាងគម្រោងនេះជាមួយនឹងការងារពេញម៉ោងរបស់សមាជិកក្រុមគឺជាបញ្ហាប្រឈម ប៉ុន្តែការដឹងថាយើងអាចបង្កើតជាផលវិជ្ជមានបានលើកទឹកចិត្តយើង។ សូមចាប់ផ្តើមពីជំហានតូចៗ ដំណើររបស់យើងបានចាប់ផ្តើមចេញពីមាតិកាមួយចំនួនតូច ហើយយើងបានរៀន និងលូតលាស់ជាដំណាក់ៗ ។ សំខាន់បំផុត សូមព្យាយាមនៅជាមួយអ្នកជុំវិញ ដែលមានទស្សនៈ និងតម្លៃដូចអ្នក ពីព្រោះក្រុមដែលខិតខំប្រឹងប្រែងនឹងជំរុញលើកទឹកចិត្តអ្នក និងជំរុញភាពរីកចម្រើនរួមគ្នា។"

គៀត សាវរី,

ស្ថាបនិកនៃ
ដំរីបូមទឹក

“ជាសារសម្រាប់សហគ្រិនថ្មី មុនពេលចាប់ផ្តើមអាជីវ-កម្មថ្មី គួរចាំបាច់ផ្តោតលើគុណភាពនៃសមាសភាពផ្ទៃក្នុងសំខាន់ៗ ដែលរួមទាំងចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អ្នកចំពោះការបណ្តាក់ទុន, គំនិតច្នៃប្រឌិត និងសមត្ថ-ភាពកត់សម្គាល់ឱកាស។ បទពិសោធន៍ និងចំណេះ-ដឹង ដែលមានភាពពាក់ព័ន្ធ, ក្រុមការងារដែលរឹងមាំ និងការយល់ដឹងស៊ីជម្រៅអំពីតម្រូវការរបស់អតិថិជន គឺជាកត្តាសំខាន់ក្នុងការបង្កើតដំណោះស្រាប្រកបដោយប្រសិទ្ធផល។ បន្ថែមទៅលើនេះ, យុទ្ធសាស្ត្របង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនគោលដៅ និងបណ្តាញដ៏រឹងមាំនឹងបង្កើនឱកាសជោគជ័យរបស់អ្នកច្រើន។”

ការចូលរួមក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម និង hacka-thons បានបណ្តុះការយកចិត្តទុកដាក់របស់ខ្ញុំលើការច្នៃប្រឌិតបច្ចេកវិទ្យាស្អាតចាប់តាំងពីនៅដំណាក់កាលដំបូងនៃធុរកិច្ចរបស់ខ្ញុំ។ នេះជាបទពិសោធន៍ផ្ទាល់របស់ខ្ញុំជាមួយម៉ាស៊ីនបូម-ទឹកប្រើប្រាស់ថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យ។ ខ្ញុំបានកំណត់បញ្ហាគន្លឹះដែលកសិករខ្នាតតូចត្រូវចំណាយខ្ពស់ទៅលើការស្រោចស្រពដំណាំដែលប្រើប្រាស់ប្រេងម៉ាស៊ីន។ យើងបានធ្វើការស្ទង់មតិជាមួយកសិករលក់បន្លែនៅខេត្តសៀមរាប ដែលរកឃើញថាការ-ចំណាយលើតម្លៃប្រេងម៉ាស៊ូត និងប្រេងសាំងសម្រាប់ប្រព័ន្ធធា-រាសាស្ត្រមានចំនួនចាប់ពី ១,៣៥០ ដល់ ១,៦៥០ ដុល្លារអាមេរិកក្នុងមួយហិកតាក្នុងមួយឆ្នាំ។ ព័ត៌មាននេះជំរុញឱ្យជឿថា ដំរីបូមទឹក (Elephant Pump) មានសក្តានុពលទីផ្សារក្នុងការបំពេញតម្រូវការទាំងនេះ។

យើងបានប្រែក្លាយគំនិតទៅជាគំរូដើមដោយកំណត់គោល-ដៅ, ស្រាវជ្រាវបច្ចេកវិទ្យាដែលមានស្រាប់ និងគូររចនាផលិត-ផលបឋម។ យើងបានជ្រើសរើសវត្ថុធាតុដើមដែលធន់ល្អ, បង្កើតគំរូដើម និងធ្វើការតេស្ត និងសាកល្បងជាក់ស្តែង ដើម្បីបង្កើនស័ក្តិសិទ្ធិភាព និងស្ថេរភាព។ ការទទួលបានយោបល់ត្រលប់បានជួយការកែលម្អការរចនា និងការរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារសម្រាប់យើង។

Elephant Pump បម្រើដល់កសិករដែលមានដីតិចជាង ៣ ហិកតា និងមានប្រភពទឹកលើផ្ទៃដី ដោយផ្តល់នូវម៉ាស៊ីនបូមទឹកថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យដែលមានតម្លៃសមរម្យ។ ម៉ាស៊ីនបូមទឹកបណ្តែតទឹកនេះកាត់បន្ថយការបញ្ចេញឧស្ម័នកាបូនិច (CO_2) ជាមធ្យម ៣,៦៥២ គីឡូក្រាមក្នុងមួយឆ្នាំ។ Elephant Pump ក៏ផ្តល់ការប្រឹក្សាដោយឥតគិតថ្លៃលើការដំឡើង និងថែទាំផងដែរ។

ចាប់ពីពេលបង្កើតមក, Elephant Pump បានលក់ប្រព័ន្ធ-បូមទឹកប្រើប្រាស់ថាមពលពន្លឺព្រះអាទិត្យចំនួន ២៤ គ្រឿង ជូនដល់កសិករនៅជុំវិញបឹងទន្លេសាប។ អតិថិជនគោលដៅរបស់យើងគឺជាកសិករមានផ្ទៃដីតិចជាង ៣ ហិកតា ដែលដាំបន្លែ ស្រូវ ឬផ្លែឈើ ហើយមានប្រភពទឹកដែលនៅលើផ្ទៃដី ដូចជាស្រះ បឹង ឬទន្លេ។ អតិថិជនគោលដៅរបស់ Elephant Pump ស្ថិតនៅតំបន់ដាច់ស្រយាលដែលមិនមានបណ្តាញអគ្គិសនីប្រើប្រាស់ហើយត្រូវចំណាយខ្ពស់លើប្រព័ន្ធទឹកដែលប្រើម៉ាស៊ីនចាក់ប្រេងម៉ាស៊ូត ឬសាំង។

នៅពេលខ្ញុំសិក្សានៅឆ្នាំទី ២ ក្នុងសាកលវិទ្យាល័យ មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ម្នាក់បានមករកឪពុករបស់ខ្ញុំ ដើម្បីសុំគាត់ឱ្យជួយពឹងខ្ញុំឱ្យបង្កើតគេហទំព័រដើម្បីផ្សព្វផ្សាយពីគាត់។ខ្ញុំយល់ថាបើមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ម្នាក់ត្រូវការគេហទំព័រមួយ នោះបើមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ ១០០ នាក់នឹងត្រូវការគេហទំព័រ ១០០ មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ម្នាក់ៗ នឹងត្រូវចាយការខិតខំប្រឹងប្រែង និងការចំណាយច្រើន។ មូលហេតុនេះបាននាំខ្ញុំឱ្យមានគំនិតបង្កើតវេទិកាមួយដែលមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ទាំងអស់អាចលក់សេវាកម្មរបស់ពួកគេ។ តាមរយៈវិធីនេះ ពួកគេមិនចាំបាច់ចំណាយប្រាក់លើគេហទំព័រនីមួយៗ ទេ ហើយខ្ញុំក៏យល់ថាវាមានភាពងាយស្រួលសម្រាប់អ្នកទេសចរណ៍ក្នុងការស្វែងរកមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍សម្រាប់ការធ្វើដំណើរឱ្យកាន់តែលឿន និងងាយស្រួលជាងមុន។

ខ្ញុំបានបម្លែងគំនិតរបស់ខ្ញុំទៅជាគំរូដើមដោយធ្វើការកែសម្រួលគោលគំនិតស្នូលដំបូងក្រោយស្រាវជ្រាវទីផ្សារ និងកំណត់មុខងារសំខាន់ៗ ដែលអាចជាដំណោះស្រាយចំពោះបញ្ហាជាក់លាក់ដែលខ្ញុំចង់ដោះស្រាយ។ បន្ទាប់មកខ្ញុំបានបង្កើត wireframes ដើម្បីបង្កើតជារូបភាពនៃថ្នាល plateform និងលំហូរអ្នកប្រើប្រាស់ ដោយផ្ដោតលើមុខងារសំខាន់ៗ ដូចជាការកក់, ព័ត៌មានមគ្គុទ្ទេសក៍ និងការស្វែងមគ្គុទ្ទេសក៍។

មុខងារពិសេស ឬសំខាន់របស់ GuideMe រួមមានវេទិកាដែលងាយស្រួលប្រើ ដែលភ្ជាប់អ្នកធ្វើដំណើរទៅនឹងមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ដែលមានការបញ្ជាក់ ឬទទួលស្គាល់ ព្រមជាមួយមុខងារសំខាន់ៗ ដូចជា ការបង្ហាញមគ្គុទ្ទេសក៍ដែលទំនេរអាចទទួលសេវាក្នុងពេលជាក់ស្ដែង (real-time availability) និងមតិយោបល់អ្នកប្រើប្រាស់។ នាពេលបច្ចុប្បន្នយើងកំពុងបន្តរចនាគំរូដើមនៃថ្នាលរបស់យើង, មិនទាន់មានអតិថិជនប្រើប្រាស់ផលិតផល/សេវាកម្មរបស់យើងនៅឡើយទេ។

គង់ ស្រីពេជ្រ,

សហស្ថាបនិកនៃ

GuideMe

“ខ្ញុំកំពុងរៀនធ្វើជាស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីនៅឡើយ ដូចនេះខ្ញុំគិតថាវាមិនមែនជាពេលវេលាត្រឹមត្រូវដែលខ្ញុំអាចផ្ដល់ដំបូន្មានដល់ស្ថាបនិកថ្មីនៅឡើយ។ បើខ្ញុំចាំបាច់ត្រូវផ្ដល់ដំបូន្មាននោះខ្ញុំនឹងនិយាយថា៖ “សូមធ្វើវាចុះ!” ។ ទោះបីជាការធ្វើមិនល្អឥតខ្ចោះ ក៏ប្រសើរជាងស្ដាយក្រោយដែលមិនបានធ្វើអ្វីទាំងអស់។ សូមបន្តរៀនសូត្រ, កែលម្អខ្លួនឯងជារៀងរាល់ថ្ងៃ និងជំរុញខ្លួនឯងក្នុងការសាកល្បងកិច្ចការថ្មី។”

ឈុន ណារី,

ស្ថាបនិកនៃ
INNO BOX

“សម្រាប់សហគ្រិនវ័យក្មេង សូមផ្តោតលើការដោះស្រាយបញ្ហាដែលអ្នកខ្វល់ខ្វាយ, ស្វែងយល់ពីទីផ្សាររបស់អ្នក និងព្យាយាមស្វែងរកមូលនិធិ។ សូមប្រមូលផ្តុំនូវក្រុមដែលមានទេពកោសល្យ, ដាក់អាទិភាពទៅលើភាពពេញចិត្តរបស់អតិថិជន និងអាចសម្របខ្លួនបាន។ សូមចាំថា ភាពជោគជ័យត្រូវការពេលវេលា ដូច្នេះសូមរក្សាតុល្យភាព និងជឿជាក់លើចក្ខុវិស័យរបស់អ្នក។”

គំនិតបង្កើត INNO BOX បានកើតចេញពីឧបសគ្គនៃការចូលរួមរបស់សិស្សក្នុងការអប់រំ វិទ្យាសាស្ត្រ, បច្ចេកវិទ្យា, វិស្វកម្ម និង គណិតវិទ្យា ឬSTEM។ វិធីសាស្ត្រដែលមានលក្ខណៈប្រពៃណី, ផ្តោតលើទ្រឹស្តី គឺមិនសូវទាក់ទាញ និងគ្មានប្រសិទ្ធភាព ហើយកង្វះនៃការធ្វើពិសោធន៍ផ្ទាល់ បណ្តាលឱ្យបាត់បង់ការចូលរួមរបស់សិស្ស។ កត្តានេះបានជំរុញទឹកចិត្តយើងបង្កើតដំណោះស្រាយដែលបង្កើតអន្តរកម្ម និងមានតម្លៃសមរម្យ ហើយភ្ជាប់ទ្រឹស្តីទៅនឹងការអនុវត្ត។

យើងទទួលបានការបំផុសគំនិតពីវិធីសាស្ត្រ CrunchLab របស់ Mark Rober ដែលប្រើប្រាស់សម្ភារៈដែលងាយរកនៅតាមហាង និងម៉ាស៊ីនបោះពុម្ព 3D ដើម្បីបង្កើតគំរូដើមរបស់យើង។ យើងក៏អាចបង្កើតឧបករណ៍ពិសោធន៍ដែលមានតម្លៃសមរម្យសម្រាប់ការអប់រំ STEM តាមរយៈវិធីសាស្ត្រនេះ។

INNO BOX ផ្តល់នូវវិធីសាស្ត្រអប់រំ STEM មានលក្ខណៈផ្សំគ្នា (hybrid) ដោយរួមបញ្ចូលគ្នានូវឧបករណ៍រូបវន្ត, សម្រួចបទពិសោធន៍ឌីជីថលដែលមានលក្ខណៈផ្ទាល់ខ្លួន និងថ្នាលមួយដែលរួមបញ្ចូលនូវវីដេអូបង្រៀន, ចំណោទដែលជាល្បែងកម្សាន្ត និងការសហការជាសកល។ មុខងារទាំងនេះជំរុញឱ្យមានអន្តរកម្ម, ការសិក្សាមានលក្ខណៈជាគម្រោង និងជំរុញការគិតស៊ីជម្រៅ។

INNO BOX ផ្តល់ឧបករណ៍អប់រំ STEM ដែលមានតម្លៃសមរម្យ និងធនធានអប់រំសម្រាប់សាលារៀន និងសិស្ស ដោយលើកកម្ពស់ការចូលរួម និងការច្នៃប្រឌិត។ ខណៈពេលដែលយើងមិនទាន់អាចកំណត់ចំនួនអតិថិជនជាក់លាក់ ដំណោះស្រាយរបស់យើងមានគោលបំណងទៅឱ្យដល់ និងជំរុញទឹកចិត្តអ្នកសិក្សាវ័យក្មេងជាសកល។

ស៊ូ សេដ្ឋី,

សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
Jalat Logistics

ចល័ត ឡូជីស្ទីក (Jalat Logistics) បានបង្កើតឡើងអំឡុងពេលបិទខ្ទប់ប្រទេសដោយសារជំងឺរាតត្បាតកូវីដ-១៩ ដើម្បីដោះស្រាយភាពកង្វះប្រសិទ្ធភាពក្នុងការដឹកជញ្ជូនដំណាក់កាលចុងក្រោយក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងប្រសិទ្ធភាពក្នុងការដឹកជញ្ជូនដែលមានសម្ពុះតម្រូវការដោយសារអាជីវកម្មពិបាកបំពេញតម្រូវការដឹកជញ្ជូន។ យើងមានគោលបំណងបង្កើតដំណោះស្រាយមួយដែលមានប្រសិទ្ធភាពចំណាយ និងអនុញ្ញាតឱ្យអាជីវកម្មគ្រប់គ្រងការដឹកជញ្ជូនច្រើន ក្នុងពេលតែមួយ និងអាចផ្ដល់ព័ត៌មានបច្ចុប្បន្ននៃទំនិញទៅកាន់អ្នកទទួល។

ដោយចាប់ផ្ដើមនៅក្នុងបន្ទប់តូចមួយ ដែលមានអ្នកបើកបរតែ ៥ នាក់ យើងបានប្រើឧបករណ៍មូលដ្ឋានដូចជា Google Sheets និង Maps ធ្វើជាផលិតផលដែលអាចសម្រេចបានជាអប្បបរមារបស់យើង (MVP) ដើម្បីធ្វើសាកល្បងជាគំរូដើមប្រព័ន្ធរបស់យើង។ រាល់ការដឹកជញ្ជូននីមួយៗ យើងបានប្រមូលមតិត្រឡប់ ដើម្បីកែលម្អប្រតិបត្តិការរបស់យើង។ នៅពេលដែល MVP របស់យើងបានបង្ហាញឱ្យឃើញប្រសិទ្ធផល យើងបានបណ្ដាក់ទុនក្នុងការបង្កើតប្រព័ន្ធដ៏ទូលំទូលាយមួយស្របតាមតម្រូវការរបស់យើង។

Jalat Logistics ផ្ដល់ជូននូវមុខងារប្លែកពីគេដែលទាក់ទាញអតិថិជន រួមទាំងដំណោះស្រាយដែលប្រើបច្ចេកវិទ្យា (tech-enabled) សម្រួលដំណើរការនៃចង្វាក់ប្រតិបត្តិការ អនុញ្ញាតឱ្យដៃគូយើងចូលប្រើព័ត៌មាន និងរបាយការណ៍កញ្ចប់ទំនិញដោយគ្រាន់តែឃ្លីក (click) តែមួយដងដើម្បីពិនិត្យមើល។ ប្រព័ន្ធរបស់យើងដែលមានសមត្ថភាពពង្រីកខ្លួន បម្រើដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងក្រុមហ៊ុនធំៗ ដោយធានានូវភាពងាយស្រួលប្រើប្រាស់បូកផ្សំនឹងព័ត៌មានដឹកជញ្ជូនមួយដ៏ជាក់លាក់។

ចាប់តាំងពីការបង្កើត Jalat Logistics ក្រុមហ៊ុនមានកំណើនការដឹកជញ្ជូនរាប់រយភាគរយ ៣ ឆ្នាំជាប់ៗ គ្នា តាមរយៈការផ្ដល់សេវា ទៅដល់អតិថិជនរាប់ពាន់នាក់ជារៀងរាល់ថ្ងៃ ដែលមានចាប់ពីហាងក្នុងស្រុករហូតដល់ផ្លាលពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកខ្នាតធំនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ។ ឥឡូវនេះ យើងជាដៃគូដែលអាចទុកចិត្តបានសម្រាប់អាជីវកម្មជាច្រើន ដោយយើងផ្ដល់សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនប្រកបដោយទំនុកចិត្ត ជាមួយនឹងសមត្ថភាពដឹកជញ្ជូនរហូតទៅដល់ ២ លាន កញ្ចប់ទំនិញជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ សមិទ្ធផលរបស់យើងរួមមានទទួលបានចំណាត់ថ្នាក់លេខមួយក្នុងកម្មវិធីសប្ដាហ៍ធុរកិច្ចថ្មីអាស៊ាន-កូរ៉េ (the ASEAN Korea Startup Week) ដែលនេះជាសមិទ្ធផលលើកទីមួយសម្រាប់ធុរកិច្ចខ្មែរលើកដំបូងនៅក្នុងកម្មវិធីនេះផ្ទាល់ និងការទទួលស្គាល់ក្នុងនាមជាអ្នកជាប់វគ្គពាក់កណ្ដាលផ្ដាច់ព្រ័ត្រនៅក្នុងកម្មវិធីសហគ្រិនភាពរបស់អភិបាលក្រុងឡុងដ៍ (the Mayor of London's Entrepreneur program)។ ថ្មីៗ នេះយើងក៏ទទួលបាននូវពានរង្វាន់ធុរកិច្ចប្រចាំឆ្នាំរបស់រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងប្រៃសណីយ៍ និងទូរគមនាគមន៍ផងដែរ ដែលសបញ្ជាក់ពីនវានុវត្តន៍ដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់របស់ក្រុមហ៊ុន Jalat Logistics ។

"សម្រាប់សហគ្រិនថ្មី សូមឱបក្រសោបភាពពិសេសរបស់អ្នក និងឆ្ពោះទៅរកអ្វីមួយដែលអ្នកពិតជាជឿជាក់ដោយបង្ហាញសុពលភាពគំនិតរបស់អ្នកតាមរយៈការអនុវត្តជាក់ស្ដែង។ សូមចងចាំថា ភាពជោគជ័យជំរុញទឹកចិត្ត ប៉ុន្តែការធ្វើត្រាប់តាមអ្នកដទៃបន្សាបនវានុវត្តន៍។ ការដាក់អាទិភាពចំពោះសុខុមាលភាពផ្លូវចិត្តរបស់អ្នកជាការពិបាក ប៉ុន្តែមានភាពចាំបាច់សម្រាប់ភាពជោគជ័យក្នុងរយៈពេលវែង។ ការរក្សាតុល្យភាពនេះនឹងជំរុញអ្នកឆ្ពោះទៅមុខ និងគាំទ្រដល់ការរីកចម្រើនផ្ទាល់ខ្លួន និងវិជ្ជាជីវៈប្រកបដោយនិរន្តរភាព។"

ស៊ុំ សុផា,

ស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ Jobify

គំនិតបង្កើត Jobify បានផុសឡើងអំឡុងពេលដែលយើងជាស្ថាបនិកកំពុងសិក្សានៅសាកលវិទ្យាល័យដែលពេលនោះមានសាស្ត្រាចារ្យជនជាតិជប៉ុនម្នាក់បានណែនាំយើងអំពី Business Model Canvas ។ យើងបានឮបានឃើញបញ្ហាប្រឈមនៅក្នុងទីផ្សារការងារផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលរួមមានលទ្ធភាពទទួលបានព័ត៌មាននៅមានកម្រិត, ការយល់ដឹង ពីអ្វីជាឱកាសមានកម្រិតទាប និងប្រាក់បៀវត្សរ៍ទាប។ ដោយមានទឹកចិត្តដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនេះ យើងបានបង្កើតធុរកិច្ចថ្មីឈ្មោះ Jobify ឡើង។ ឈ្មោះ "Jobify" មកពីការរួមបញ្ចូលគ្នារវាង "ការងារ" និង "ពេញចិត្ត" ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីចក្ខុវិស័យរបស់យើងដែលចង់ឃើញអ្នកស្វែងរកការងារ និងនិយោជកមានសេចក្តីពេញចិត្ត។ Jobify ផ្តើមឡើងជាគម្រោងដែលយើងសាកល្បង នៅក្នុងកម្មវិធីប្រកួតប្រជែងមួយក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ និងឈ្នះចំណាត់ថ្នាក់លេខ ១ ។ បន្ទាប់ពីបញ្ចប់ការសិក្សានៅឆ្នាំ ២០១៩ យើងបានធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ និងបង្កើត Jobify ជាផ្លូវការក្នុងឆ្នាំ ២០២០ ដោយទទួលបានការវិនិយោគពីប្រទេសជប៉ុនដើម្បីអភិវឌ្ឍថ្នាលបន្ថែមទៀត។

យើងបានបម្លែងគំនិតរបស់យើងទៅជាគំរូដើមមួយដោយប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិត និងធនធានទិន្នន័យដើម្បីបង្កើតវេបផតថល (web-portal) ជាមូលដ្ឋានភ្ជាប់អ្នកស្វែងរកការងារផ្នែកព័ត៌មានវិទ្យាជាមួយនឹងឱកាសការងារក្នុងស្រុក។ ក្នុងអំឡុងពេលរាតត្បាតនៃជំងឺកូវីដ-១៩ តម្រូវការនៃបរិវត្តកម្មឌីជីថលនៅក្នុងវិស័យសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម, ធនាគារ និងស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុបានបង្កើតឱកាសបង្ហាញពីតម្លៃនៃទេពកោសល្យផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា។ លក្ខខណ្ឌនេះបានជួយទាក់ទាញអតិថិជន និងអប់រំភាគីពាក់ព័ន្ធអំពីសក្តានុពលនៃអាជីពបច្ចេកវិទ្យា ដែលជំរុញឱ្យមានការអភិវឌ្ឍបន្ថែមទៀតនៃគំរូរបស់យើងទៅជាផលិតផល/សេវាកម្មពេញលេញ។

Jobify គឺជាសេវាកម្មផ្គូផ្គងការងារដែលផ្តោតលើផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន (IT) លំដាប់លេខ ១ ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលផ្តល់ជូននូវសេវាជ្រើសរើសបុគ្គលិកផ្នែក IT និងដំណោះស្រាយ Software-Engineer-as-a-Service ។ សេវាកម្មទាំងនេះដោះស្រាយតម្រូវការរបស់អតិថិជន, បង្កើតប្រាក់ចំណូល និងកែលម្អក្បួនដោះស្រាយសម្រាប់ការផ្គូផ្គងដោយផ្អែកលើទិន្នន័យ (data-driven matching algorithms) ធ្វើឱ្យការភ្ជាប់ទីកន្លែងការងារនឹងអ្នកមានទេពកោសល្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។ ក្រុមហ៊ុនទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីការប្រឹក្សាតាមអ៊ីនធឺណិតដោយឥតគិតថ្លៃ, ភ្ជាប់ទៅអ្នកឯកទេសព័ត៌មានវិទ្យាដែលមានជំនាញ, ការទទួលបានបុគ្គលិកលឿនជាងមុន និងការសន្សំថ្លៃចំណាយរហូតដល់ ៧០%។ យើងក៏បានបង្កើត PWA និងកម្មវិធីទូរសព្ទដែលប្រើបញ្ញាសិប្បនិម្មិតកម្រិតខ្ពស់ និង UI/UX ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកស្វែងរកការងារអាចបង្ហោះប្រវត្តិការងារ, ផ្គូផ្គងការងារដែលពាក់ព័ន្ធនឹងឯកទេស និងមានមុខងារអូស (swipe) ដើម្បីដាក់ពាក្យ ឬរំលងចោល។

ផលប័ត្រ (portfolio) របស់យើងរួមបញ្ចូលទាំងបញ្ជីការងារមានចំនួនជាង ៧៦២ និងអ្នកប្រើប្រាស់ដែលបានចុះឈ្មោះមានចំនួនច្រើនជាង ១៣,០០០ នៅលើថ្នាលរបស់យើង។ យើងផ្តល់សេវាដល់ក្រុមហ៊ុនចំនួនជាង ១៥០ ដោយផ្តល់នូវការជ្រើសរើសបុគ្គលិក IT និងដំណោះស្រាយយុទ្ធសាស្ត្រឌីជីថល។ Jobify ក៏ទទួលបានពានរង្វាន់នៅក្នុងកម្មវិធីពន្លឿនថ្នាលឌីជីថល (DPA) ក្នុងនាមជាធុរកិច្ចថ្មីឈានមុខគេលើការផ្គូផ្គងការងារផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

"ខ្ញុំសូមណែនាំសហគ្រិនវ័យក្មេងឱ្យបង្កើនបទពិសោធន៍ដោយធ្វើការជាមួយក្រុមហ៊ុនធុរកិច្ចថ្មីដែលផ្តល់នូវចំណេះដឹងដ៏មានតម្លៃពីប្រតិបត្តិការ និងការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម។ ការកសាងក្រុមការងារដ៏រឹងមាំ និងមានទស្សនវិស័យរួមគ្នាគឺជារឿងសំខាន់ ព្រោះថាមានក្រុមល្អអាចប្រែក្លាយសូម្បីតែគំនិតខ្សោយទៅជាជោគជ័យ។ សូមទទួលយកបញ្ហាប្រឈម ហើយបន្តអនុវត្តជានិច្ច ព្រោះការប្រឹងប្រែងគឺជាគន្លឹះ។ បន្ថែមពីនេះ គួរផ្តោតលើលទ្ធផលចុងក្រោយ ហើយរៀបចំផែនការដោយភាពបត់បែន (ផែនការ A, B, C) ដែលអាចឆ្លើយតបទៅនឹងស្ថានភាពប្រឈមនឹងឧបសគ្គ។ ភាពជោគជ័យច្រើនតែកើតចេញពីដំណើរការ ហើយអ្នកដទៃទៀតនឹងទទួលស្គាល់សមិទ្ធផលរបស់អ្នកនៅពេលអ្នកបង្កើតចេញជាលទ្ធផល។"

សុខ សុធារតន៍,

ស្ថាបនិកនៃ
JUNLEN ជន្លេន

“ជំបូន្មានសម្រាប់សហគ្រិនវ័យក្មេង សូមកំណត់អត្តសញ្ញាណអ្នកជានរណា និងចំណង់ចំណូលចិត្តអ្វីដែលអ្នកមាន ហើយវិនិយោគលើការអភិវឌ្ឍខ្លួនអ្នកដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលដៅទាំងនោះ។ សូមស្វែងរកការជួយគាំទ្រពីអ្នកដែលមានគោលដៅដូចអ្នក, រក្សាការរៀនសូត្រពេញមួយជីវិត, រក្សាភាពវិជ្ជមាន, បន្តធ្វើល្អសម្រាប់ខ្លួនអ្នក និងអ្នកដទៃ និងជាចុងក្រោយគឺ គិតបែបសកល និងអនុវត្តសកម្មភាពបែបមូលដ្ឋាន។”

ខ្ញុំមានគំនិតបង្កើត ជន្លេន (JUNLEN) ក្នុងឆ្នាំ ២០១៧ អំឡុងពេលសិក្សាអំពីកសិកម្មដោយនិរន្តរភាព និងស្រាវជ្រាវពីនិន្នាការបច្ចេកវិទ្យាកសិកម្ម។ ការឃើញកសិករខ្នាតតូចពិបាកស្វែងរកចំណេះដឹងអំពីកសិកម្មដែលប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងទទួលបានប្រាក់ចំណូលស្ថិរភាព បានជំរុញខ្ញុំឱ្យផ្តោតលើបច្ចេកវិទ្យាធ្វើជីកំប៉ុសដោយប្រើប្រាស់ជន្លេន (vermicomposting) ដែលបច្ចេកវិទ្យានេះផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់បរិស្ថាន និងសេដ្ឋកិច្ច។ ខ្ញុំមានគោលដៅជួយដល់គ្រួសារ និងសហគមន៍ក្នុងការសម្រេចបាននូវសន្តិសុខស្បៀង, ប្រាក់ចំណូលមានស្ថេរភាព និងរបៀបរស់នៅប្រសើរជាងមុន។

ខ្ញុំបានធ្វើការជាមួយកសិករដោយប្រើការស្ម័គ្រចិត្ត និងការប្រាស្រ័យទាក់ទងដោយវិធីសាស្ត្រ human design centered ក្នុងការណែនាំបច្ចេកវិទ្យាជីកំប៉ុសដោយប្រើប្រាស់ជន្លេនដោយជោគជ័យតាមរយៈ JUNLEN ក្នុងដំណាក់កាលទីមួយ។ បន្ថែមពីនេះ យើងកំពុងអនុវត្តគំរូអាជីវកម្មកសិកម្មតាមកិច្ចសន្យាដែលផ្តល់នូវការបណ្តុះបណ្តាលជាប្រចាំ និងផ្តល់ប្រាក់ចំណូលដល់កសិករជាប្រចាំ។ ខ្ញុំបន្តរៀនអំពីសហគ្រិនភាព, ភាពជាអ្នកដឹកនាំ និងការគ្រប់គ្រង ដោយឱបក្រសោបនូវការរៀនសូត្រពេញមួយជីវិត។

លក្ខណៈសំខាន់ៗ នៃផលិតផលរបស់ JUNLEN គឺជីធម្មជាតិ និងសរីរាង្គដែលជួយឱ្យរុក្ខជាតិមានសុខភាពល្អបង្កើនផលិតផលដំណាំរហូតដល់ ៤០%, សន្សំសំចៃការប្រើប្រាស់ទឹក និងបង្កើនគុណភាពដីតាមរយៈមីក្រូសារពាង្គកាយ។ គុណតម្លៃនៃ JUNLEN គឺភាពជាសហគ្រាសបែបសង្គមដែលមានការប្តេជ្ញាចិត្តយ៉ាងមុតមាំក្នុងការនាំយកប្រាក់ចំណេញ និងបង្កើតជាផលវិជ្ជមានជាបន្តបន្ទាប់ទៅដល់ដៃគូ និងនៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសហគ្រិនភាព។

ផតហ្វូលីយ៉ូ (portfolio) របស់ JUNLEN រួមមានអតិថិជនជាង ៥,០០០ នាក់ ដែលរួមមានកសិករខ្នាតតូច, កសិករនៅទីក្រុង, និងកសិករពាណិជ្ជកម្ម ដែលប្រើប្រាស់ផលិតផលជីសរីរាង្គរបស់យើង។

ពេជ្រ ពង្សបុញ្ញឫទ្ធិ,

សហស្ថាបនិកនៃ
កាក់សេន

ដោះស្រាយការអប់រំផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុសម្រាប់គ្រប់ដំណាក់កាលនៃជីវិត។

"ពីការចាប់ផ្ដើមដ៏តូចទាបរហូតដល់ក្លាយជាម៉ាកយីហោដ៏គួរឱ្យទុកចិត្តសម្រាប់ក្រុមគ្រួសារជាច្រើន, ដំណើរវិវឌ្ឍន៍របស់ Kakcent គឺជាសក្ខីភាពមួយចំពោះអានុភាពនៃការប្ដេជ្ញាចិត្ត, ភាពច្នៃប្រឌិត និងបំណងប្រាថ្នាដើម្បីធ្វើឱ្យមានការផ្លាស់ប្ដូរ។"

ជាមួយនឹងចំណង់ចំណូលចិត្តក្នុងការជំរុញការផ្លាស់ប្ដូរដ៏មានសារៈសំខាន់ដែលអាចធ្វើឱ្យមានផលវិជ្ជមានយូរអង្វែង, កាក់សេន (Kakcent) ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងរូបភាពជាថ្នាលឌីជីថល និងបានកំណត់នូវចក្ខុវិស័យរបស់ខ្លួនក្នុងការកសាងចំណេះដឹងហិរញ្ញវត្ថុនៅប្រទេសកម្ពុជា។ ការបើកដំណើរការធុរកិច្ចថ្មីគឺសុទ្ធតែមានបញ្ហាប្រឈម។ ត្រលប់ទៅឆ្នាំ ២០២០, លោក បុញ្ញឫទ្ធិ រួមជាមួយសហស្ថាបនិកផ្សេងទៀត បានចាប់ផ្ដើម Kakcent ជាប្លុក (Blog) តូចមួយ ដោយបោះពុម្ពអត្ថបទនានាជាភាសាខ្មែរ អំពីការសន្សំ, ការរៀបចំផែនការថវិកា, ការគ្រប់គ្រងបំណុល និងការវិនិយោគ។ ទោះបីជាធនធានមានកម្រិត ប៉ុន្តែការប្ដេជ្ញាចិត្តគ្មានដែនកំណត់, ក្រុមការងារ Kakcent បានប្រើនូវភាពច្នៃប្រឌិត, សង្គតិភាព និងភាពពាក់ព័ន្ធនៃវប្បធម៌ ដើម្បីពង្រីកថ្នាលនេះបន្តិចម្ដងៗ ។

ដោយសារអេកិក្រុមរបស់យើងបានឆ្លើយតបយ៉ាងរហ័សជាមួយទស្សនិកជន, Kakcent បានទទួលការតាមដាន (Following) យ៉ាងច្រើនពីទស្សនិកជនតាំងពីពេលនោះមក ហើយបានផ្លាស់ប្ដូរបន្តិចម្ដងៗ ពី Blog សាមញ្ញទៅជាថ្នាលដ៏ទូលំទូលាយមួយ ដែលផ្ដល់ជូននូវការលាយបញ្ចូលគ្នានៃអត្ថបទ, វីដេអូ និងឧបករណ៍អន្តរកម្ម។ នៅឆ្នាំ ២០២១, Kakcent បានក្លាយជាស្លាកឈ្មោះមួយដែលអាចជឿទុកចិត្តបាននៅក្នុងសហគមន៍ចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ដោយអាចស្រូបទាញចំណាប់អារម្មណ៍ពីដៃគូ និងអ្នកសហការ ដែលអនុញ្ញាតឱ្យថ្នាលនេះអាចរៀបចំ (Host) កិច្ចសហការជាមួយស្ថាប័នដទៃជាស៊េរី និងដាក់ចេញផ្សាយសៀវភៅណែនាំផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុផ្ទាល់ខ្លួន (Personal Financial Guidebooks) ទៀតផង។

នៅឆ្នាំ ២០២៤, Kakcent បានប្រថុយក្នុងការចាប់ផ្ដើមលក់ទំនិញមួយចំនួនដែលអាចជួយផ្លាស់ប្ដូរទម្លាប់នៃការចាយលុយឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង មានចាប់តាំងពីសៀវភៅណែនាំរហូតដល់មុខទំនិញសំខាន់ៗ ដោយក្នុងនោះមានជាឧបករណ៍សម្រាប់ការអនុវត្តជាក់ស្ដែង រួមទាំងសៀវភៅកត់ត្រាចំណាយចំណូល និងកាបូបសន្សំ ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីទស្សនវិជ្ជាស្នូលរបស់ម៉ាកយីហោនៃ Kakcent ក្នុងការយកចិត្តទុកដាក់ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ។ ផលិតផលទាំងនេះត្រូវបានទទួលការស្វាគមន៍យ៉ាងកក់ក្ដៅ និងបានបោះជំហានចូលទៅកាន់ជំពូកថ្មីមួយនៅក្នុងដំណើរអភិវឌ្ឍម៉ាកយីហោរបស់ Kakcent ។ មកដល់ពេលនេះ, Kakcent បានវិវឌ្ឍទៅជាថ្នាលចំណេះដឹងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ដោយធ្វើជាស្ពានភ្ជាប់រវាងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក្រៅបណ្ដាញ (Offline Media) ខណៈពេលដែលមានការប្ដេជ្ញាចិត្តយ៉ាងមុតមាំក្នុងការ-

អ៊ឹង ប៉ហៃ,

សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ Karpia

ប្រវត្តិវិជ្ជាជីវៈរបស់ខ្ញុំគឺស្ថិតក្នុងវិស័យសុវត្ថិភាពសាយប័រ ដែលក្នុងអំឡុងពេលអនុវត្តការងារក្នុងវិស័យនេះ ខ្ញុំបានកត់សម្គាល់ឃើញចន្លោះដ៏ធំមួយនៅក្នុងការផ្តល់សេវាសន្តិសុខតាមអ៊ីនធឺណិតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ កង្វះខាតយ៉ាងច្បាស់នោះគឺធនធានសន្តិសុខសាយប័រក្នុងស្រុក ដែលអ្នកផ្តល់សេវាភាគច្រើនស្ថិតនៅក្រៅប្រទេស។ កង្វះខាតនេះបានបង្កឧបសគ្គសម្រាប់អាជីវកម្មដែលត្រូវការជំនាញជាក់លាក់ក្នុងតំបន់ដែលអាចទុកចិត្តបាន ហើយពិបាកស្វែងរកអ្នកឯកទេសនេះ។

ដោយមើលឃើញពីឱកាសនេះ ខ្ញុំបានប្រមូលផ្តុំមិត្តភ័ក្តិ និងសហការីមួយក្រុម ដែលពួកគាត់ម្នាក់ៗ មានជំនាញដែលអាចបំពេញឱ្យគ្នា នៅក្នុងវិស័យសន្តិសុខសាយប័រ, បច្ចេកវិទ្យា, និងអាជីវកម្ម ដើម្បីបង្កើត Karpia ឡើង។ រួមគ្នា យើងមានគោលបំណងបង្កើតក្រុមហ៊ុនសន្តិសុខ-សាយប័រដែលបម្រើទីផ្សារក្នុងស្រុកដោយផ្តល់នូវដំណោះស្រាយ និងការ-គាំទ្រពិសេសត្រូវនឹងទីផ្សារ។

ក្នុងការពង្រឹងមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃធុកិច្ចថ្មីរបស់យើង ខ្ញុំបានចូលរួមកម្មវិធីមួយដែលរៀបចំឡើងដោយ ម.ធ.ត.។ កម្មវិធីនេះបានផ្តល់ឱ្យខ្ញុំនូវធនធាន, ការណែនាំ និងបណ្តាញដែលជាតម្រូវការ ក្នុងការបម្លែងចក្ខុវិស័យរបស់យើងទៅជាអាជីវកម្មរស់រវើកមួយ។ ការគាំទ្រទាំងនោះជួយយើងក្នុងការ-ដាក់ដំណើរការ Karpia យ៉ាងពេញលេញ និងចាប់ផ្តើមដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនៃសុវត្ថិភាពសាយប័រ ដែលអាជីវកម្មក្នុងស្រុកកំពុងប្រឈម។

ការបម្លែងគំនិតរបស់យើងទៅជាគំរូដើមគឺជាដំណើរការរំភើបស្របនឹងការដោះស្រាយចំណោទបញ្ហា។ ជំនាញឯកទេសយើងក្នុងឯកទេសសុវត្ថិភាពសាយប័របានធ្វើឱ្យដំណើរការបម្លែងគំនិតទៅជាគំរូដើម កើត-ឡើងដោយរលូនដូចជាការវិវត្តបែបធម្មជាតិ។ ការផ្តល់សេវាសន្តិសុខ-សាយប័រ គឺជាការងារប្រចាំថ្ងៃរបស់យើងអស់ជាច្រើនឆ្នាំហើយ ដូច្នេះសម្រាប់យើង ការកំណត់នូវតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងការបង្កើតដំណោះស្រាយឆ្លើយតបនឹងតម្រូវការដោយងាយស្រួល។ ដោយមានចំណេះដឹងស៊ីជម្រៅអំពីបញ្ហាប្រឈមដែលអាជីវកម្មជួបប្រទះ យើងបានចាប់ផ្តើមដោយផ្តោតលើមុខងារស្នូលដែលយើងជឿថានឹងអាចផ្តល់តម្លៃពិតប្រាកដ។

មុខងារសំខាន់មួយដែលធ្វើឱ្យយើងខុសប្លែកពីគេគឺភាពជឿទុកចិត្តបាន និងជំនាញឯកទេសរបស់ក្រុមរបស់យើង យើងគឺជាតួអង្គដែលមានការ-ទទួលស្គាល់នៅក្នុងវិស័យសន្តិសុខសាយប័រនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាជាមួយនឹងកេរ្តិ៍ឈ្មោះដែលបានកសាងឡើងយ៉ាងរឹងមាំក្នុងរយៈពេលជាច្រើនឆ្នាំជាមួយបទពិសោធន៍អនុវត្តផ្ទាល់។ ភាពគួរឱ្យទុកចិត្ត និងជំនាញរបស់ក្រុមរបស់យើងក្នុងវិស័យសុវត្ថិភាពសាយប័រ ផ្អែកលើបទពិសោធន៍ច្រើនឆ្នាំរបស់យើង និងវិញ្ញាបនបត្រអន្តរជាតិដែលធ្វើឱ្យយើងមានភាពពិសេសជាងគេក្នុងទីផ្សារប្រទេសកម្ពុជា ដែលធ្វើឱ្យយើងទទួលបានទំនុកចិត្តពីអតិថិជន បើទោះបីយើងជាធុរកិច្ចថ្មីក៏ដោយ។ ក្នុងឆ្នាំនេះ Karpia មានវិស័យធនាគារ, អ្នកផ្តល់សេវាធានារ៉ាប់រង និងស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល។ ភាពជាដៃគូទាំងនេះឆ្លុះបញ្ចាំងពីទំនុកចិត្តដែលស្ថាប័នចំពោះយើង ដែលធានាបាននូវប្រព័ន្ធ និងទិន្នន័យសំខាន់ៗ របស់ពួកគេ។ ផតហ្វូលីយ៉ូ (Portfolio) របស់យើងរួមមានសេវាកម្មចម្រុះដូចជា ការស្វែងរកការគំរាមកំហែងសកម្ម, ការវាយតម្លៃភាពងាយរងគ្រោះ, ការប្រឹក្សាផ្នែកសុវត្ថិភាព និងដំណោះ-ស្រាយសម្រាប់ការបំពេញអនុលោម និងកែច្នៃទៅតាមតម្រូវការដែលជាដំណោះស្រាយតែមួយគត់ក្នុងឧស្សាហកម្មទាំងនេះ។ លក្ខណៈពិសេសរបស់ Karpia គឺសមត្ថភាពរបស់យើងក្នុងការផ្តល់ជូននូវដំណោះ-ស្រាយដែលមានគុណភាពខ្ពស់ និងអាចទុកចិត្តបានដែលដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមទាំងផ្នែកបច្ចេកទេស និងស្ថាប័ន។

"សម្រាប់សហគ្រិនថ្មី សូមផ្តោតលើការដោះស្រាយបញ្ហាពិត-ប្រាកដ, ជជែកជាមួយអ្នកដែលមានសក្តានុពលជាអតិថិជនរបស់អ្នក និងបញ្ជាក់សុពលភាពនៃគំនិតរបស់អ្នក។ សូមបង្កើតក្រុមដ៏រឹងមាំ និងចម្រុះ ដែលមានចក្ខុវិស័យរួមជាមួយអ្នក និងអាចបំពេញបន្ថែមនឹងជំនាញរបស់អ្នក។ សូមរក្សាភាពបត់បែន និងបើកចិត្តទូលាយក្នុងការរៀនសូត្រ ព្រោះថាដំណើរនៃការចាប់ផ្តើមធុរកិច្ចថ្មី ពោរពេញទៅដោយឧបសគ្គ និងការប្រែប្រួល។ យោបល់សំខាន់បំផុតគឺគួររក្សាចិត្តអំ-ណត់, ការតស៊ូ និងក្តីស្រឡាញ់ចំពោះអ្វីដែលអ្នកកំពុងក-សាងឡើង។"

ទិត្យ កំរង,

ស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
កត់លុយ

ក្នុងអាជីពរយៈពេល ២០ ឆ្នាំរបស់ខ្ញុំក្នុងវិស័យមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ និងធនាគារ ខ្ញុំបានមើលឃើញពីបញ្ហាប្រឈមផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុចម្បង ដែលប្រជាជនកម្ពុជាជាង ៨០% ខ្វះចំណេះដឹងហិរញ្ញ-វត្ថុ។ បញ្ហានេះបានបំផុសគំនិតខ្ញុំឱ្យបង្កើតក្រុមហ៊ុន Rithipul Co., Ltd នៅឆ្នាំ ២០១៩ ដែលជាក្រុមហ៊ុនអប់រំចំណេះដឹងហិរញ្ញវត្ថុដំបូងគេនៅកម្ពុជា ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាការសន្សំទាប និងការជំពាក់បំណុលវ័ន្តករ តាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាលចំណេះដឹងហិរញ្ញវត្ថុ។ ខ្ញុំបានដឹងថាការអនុវត្តប្រចាំថ្ងៃមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការធ្វើឱ្យចំណេះដឹងហិរញ្ញវត្ថុមានប្រសិទ្ធភាព និងទទួលបានផល។

ខ្ញុំបានផ្លាស់ប្រែគំនិតរបស់ខ្ញុំទៅជាផលិតផលគំរូដើមមួយ ដោយដាក់ដំណើរការនូវកម្មវិធីឈ្មោះ Kotluy ក្នុងឆ្នាំ ២០២២ ជាឧបករណ៍អប់រំហិរញ្ញវត្ថុដែលកាន់តែទូលំទូលាយ។ កម្មវិធីនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីជួយអ្នកប្រើប្រាស់កំណត់គោល-ដៅ, ធ្វើផែនការថវិកា និងតាមដានប្រតិបត្តិការ ទន្ទឹមគ្នានេះ នឹងផ្តល់លទ្ធភាពដល់អ្នកប្រើប្រាស់ចូលប្រើប្រាស់ផលិតផល និងធន-ធានហិរញ្ញវត្ថុនានាថែមទៀតផង។ ផ្ទាំងកម្មវិធីដែលងាយស្រួលប្រើ ធានាបានថា អ្នកមានចំណេះដឹងហិរញ្ញវត្ថុគ្រប់កម្រិតអាចប្រើប្រាស់បាន។

Kotluy ផ្តល់នូវប្រព័ន្ធដាក់ពិន្ទុពិសេសតែមួយគត់ដែលលើកទឹកចិត្តអ្នកប្រើប្រាស់ និងបង្កើនការចូលទៅប្រើកម្មវិធី។ Kotluy ទទួលបានការគាំទ្រយ៉ាងប្រសើរ ដោយមានការទាញ-យកចំនួន ២០,០០០ ដង និងអ្នកប្រើប្រាស់សកម្មចំនួន ២,៥០០ គិតត្រឹមខែតុលា ឆ្នាំ ២០២៤ ។ ថ្មីៗ នេះ យើងបានចាប់ដៃគូជាមួយធនាគារវីង (Wing Bank) និងមានការទទួលស្គាល់នានាដូចជា ពានរង្វាន់ Honorable Mention ក្នុងកម្មវិធី Reverse Innovation វដ្ដកាលទី ៣ ដែលរៀបចំដោយ ម.ធ.ត. និងជាបេក្ខជនក្នុងកម្មវិធី World Summit Awards 2024 ។ យើងបានសហការជាមួយសមាគមជាច្រើន និងជួយផ្តល់នូវកម្ម-វិធីសិក្សាចំណេះដឹងហិរញ្ញវត្ថុ ដែលធ្វើឱ្យសេវាកម្មរបស់យើងមានភាពទាក់ទាញដល់អតិថិជនដែលកំពុងស្វែងរកការអប់រំហិរញ្ញវត្ថុជាបន្តបន្ទាប់។

"ដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំសម្រាប់សហគ្រិនថ្មី គឺត្រូវដោះស្រាយបញ្ហាពិតប្រាកដ ជាមួយនឹងចំណង់ដ៏លើសលប់ និងការតាំងចិត្តធ្វើឱ្យសម្រេចបាន។ សូមចាប់ផ្តើមពីតូច បន្តអភិវឌ្ឍដោយផ្អែកលើមតិរបស់អ្នកប្រើ, ហើយសូមត្រៀមខ្លួនរួចជាស្រេចសម្រាប់ដំណើរមួយដែលទាមទារពេលវេលា ភាពធន់ និងការរៀនសូត្រជាប្រចាំ។ សូមបង្កើតបណ្តាញគាំទ្រដែលជាអ្នកណែនាំ និងអ្នកប្រឹក្សាយោបល់សម្រាប់អ្នក និងសូមរក្សាជំនឿយ៉ាងមុតមាំលើចក្ខុវិស័យរបស់អ្នក។"

ផាន់ ឡៃហេង,

សហស្ថាបនិក និងនាយកគ្រប់គ្រងផ្នែកយុទ្ធសាស្ត្រនៃ KrubKrong

“ជាសារទៅកាន់ស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីដែលជោគជ័យ សូមអ្នកផ្តោតលើការដោះស្រាយបញ្ហាទីផ្សារពិតប្រាកដ, ផ្តល់អាទិភាពដល់មតិកែលម្អរបស់អតិថិជនសម្រាប់ការកែលម្អផលិតផល និងចាប់ផ្តើមជាមួយនឹងផលិតផលដែលអាចទទួលអប្បបរមា (MVP)។ សូមកសាងក្រុមដែលរឹងមាំ, រក្សាភាពធន់ និងភាពបត់បែន ហើយចូលរួមជាមួយសហគមន៍នៃធុរកិច្ចថ្មីដើម្បីស្វែងរកការគាំទ្រ និងការរីកលូតលាស់។”

នៅក្នុងដំណាក់កាលដំបូងនៃ Krubkrong យើងបានរកឃើញថាអាជីវករលក់រាយតូចៗ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាកំពុងជួបនឹងបញ្ហាក្នុងការធ្វើឌីជីថលប្រតិបត្តិការ និងការគ្រប់គ្រងការលក់។ យើងបានបង្កើត Krubkrong ដែលជាថ្នាល SaaS ដែលងាយស្រួលប្រើប្រាស់ និងសម្រួលប្រតិបត្តិការ, គ្រប់គ្រងបញ្ជីទំនិញ, គ្រប់គ្រងការទូទាត់ និងសម្របសម្រួលពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីពង្រឹងសមត្ថភាពអាជីវកម្មរបស់អាជីវករដោយការប្រើឧបករណ៍ឌីជីថល។

ការបង្កើតគំរូដើម យើងបានស្រាវជ្រាវដើម្បីកំណត់ឧបសគ្គសំខាន់របស់អាជីវករលក់រាយខ្នាតតូច ដែលបានជួយតម្រង់នូវការកំណត់មុខងារសំខាន់ៗ របស់យើង ដែលរួមមានទាំងការគ្រប់គ្រងបញ្ជីទំនិញ និងប្រព័ន្ធ POS ។ បន្ទាប់ពីបង្កើត wireframe និងគំរូដើមសាមញ្ញមួយ យើងបានកែលម្អគំរូនោះតាមមតិកែលម្អពីអាជីវករលក់រាយដែលយើងបានជ្រើសរើស និងធានាការយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើភាពសាមញ្ញ, តម្លៃសមរម្យ និងលទ្ធភាពពង្រីកមាត្រដ្ឋាន។

Krubkrong ផ្តល់នូវមុខងារសំខាន់ៗ ដូចជាថ្នាលគ្រប់គ្រងគ្រប់ផ្នែកទាំងអស់ក្នុងទីតាំងតែមួយ ដែលរួមបញ្ចូលមុខងារ POS និងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ដែលអាចតាមដាន និងធ្វើរបាយការណ៍លក់ដោយរលូន។ ដំណោះស្រាយដែលមានតម្លៃសមរម្យនេះត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីបង្កភាពងាយស្រួលប្រើប្រាស់ និងរួមទាំងថ្នាលពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកដ៏សាមញ្ញមួយដើម្បីជួយអាជីវករលក់រាយស្វែងរកអតិថិជនថ្មី។ មុខងារពិសេសនានាដែលនឹងអភិវឌ្ឍនាពេលខាងមុខ មានដូចជាកម្មវិធី loyalty និង Telegram Shop Bot ដែលនឹងជួយបង្កើនការប្រើប្រាស់របស់អតិថិជនបន្ថែមទៀត។

ចាប់តាំងពីការបើកដំណើរការមក, Krubkrong រីកចម្រើនជាលំដាប់ ដោយផ្តល់សេវាជូនអាជីវករលក់រាយ និងអាជីវករខ្នាតតូចលើសពី ៥០ អាជីវកម្ម រួមមាន ហាងទំនិញ, ហាងកាហ្វេ និងអាជីវកម្មផ្តល់សេវាកម្ម។ យើងមានគោលបំណងទទួលឱ្យបាននូវអតិថិជនបង់ប្រាក់ចំនួន ២៥០ នាក់នៅឆ្នាំក្រោយ ហើយកំពុងបន្តបន្ថែមមុខងារថ្មីៗ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការអតិថិជនដែលវិវឌ្ឍទៅមុខ។

ទុយ ហុង,

ស្ថាបនិក និងនាយកគ្រប់គ្រងនៃ
Localize

“ដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំចំពោះសហគ្រិនវ័យក្មេង គឺគួរស្វែង-រកបទពិសោធន៍ការងារជាមុនសិន ដែលបទពិសោធន៍នឹងបណ្តុះជំនាញធ្វើការងារជាក្រុម, ផ្តល់ចំណេះដឹងអំពីតម្រូវការអាជីវកម្មជាក់ស្តែង និងពង្រឹងសមត្ថភាពបច្ចេកទេស ដែលជាជំនាញសំខាន់ក្នុងការគិតទុកជាមុន និងការគ្រប់គ្រងឧបសគ្គពាក់ព័ន្ធនឹងផលិតផលនៅពេលដែលអាជីវកម្មលូតលាស់ទៅមុខ។”

គោលគំនិតធុរកិច្ចថ្មីរបស់យើងចេញមកពីបទពិសោធន៍នៅក្នុងស្ថាប័នឯកជនមួយ ដែលយើងរកឃើញពីកង្វះខាតកម្មវិធីគណនេយ្យងាយស្រួលសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម និងបង្កើតក្នុងស្រុក។ ដោយទទួលស្គាល់ថាការបង្កើតកម្មវិធីគណនេយ្យស្តង់ដាបែបនេះទាមទារនូវមូលដ្ឋានគ្រឹះឯកទេស-គណនេយ្យរឹងមាំ ខ្ញុំបានលះបង់ពេលវេលាចូលរួមកម្មវិធីបណ្តុះ-បណ្តាលផ្នែកគណនេយ្យនានា ដែលពេលនោះខ្ញុំមានសំណាងបានជួបទីប្រឹក្សារបស់ខ្ញុំ។ ការណែនាំពីទីប្រឹក្សាបូកផ្សំនឹងការ-ស្រាវជ្រាវរបស់ខ្ញុំ, ខ្ញុំបានបង្កើតគំរូដើមដែលមានដំណើរការក្នុងរយៈពេល ៣ ខែ។

សុសវែររបស់យើងផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍សំខាន់ៗ ដូចជាភាពងាយស្រួលប្រើប្រាស់ជាភាសាខ្មែរ, ជួយសន្សំពេលវេលា និងថវិកាយ៉ាងច្រើនដល់អ្នកប្រើប្រាស់ បើធៀបនឹងផលិតផលបរទេស (ដូចជាការបង្កើតវិក្កយបត្រ និងដំណើរការទូទាត់លឿនជាងមុន), កាត់បន្ថយកំហុសរបស់មនុស្ស និងផ្ទាំងប្រើប្រាស់ងាយ-ស្រួលប្រើសម្រាប់ទាំងគណនេយ្យករ និងអ្នកមិនមែនជាគណ-នេយ្យករ។ ឥឡូវនេះ Localize មានអតិថិជនជាង ៦០០ នាក់ដែលកំពុងប្រើប្រាស់។

យុន សុភ័ទ្ទ,

សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
មរកត ថេកណូឡូជី

កាលពី ១០ ឆ្នាំមុន សហស្ថាបនិករបស់ខ្ញុំ និងខ្ញុំបានរួមគ្នាបង្កើត មរកត (Morakot) នៅពេលយើងកំពុងធ្វើការក្នុងគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុមួយ។ អំឡុងពេលនោះ គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុដែលបានចុះឈ្មោះមានច្រើនលើសលប់ប៉ុន្តែគ្រឹះស្ថានតិចតួចប៉ុណ្ណោះមានដំណោះស្រាយកម្មវិធីល្អ និងមានស្តង់ដាសម្រាប់អាជីវកម្មផ្តល់ប្រាក់កម្ចីរបស់ពួកគេ ហើយដំណោះស្រាយទាំងនោះចំណាយថ្លៃដែរយ៉ាងតិច ៥ សែន ដុល្លារ។ គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុភាគច្រើនជាគ្រឹះស្ថានខ្នាតតូច និងមិនមានលទ្ធភាពទិញសុសវែរនោះទេ។ សុសវែរប្រតិបត្តិ និងគាំទ្រដោយក្រុមហ៊ុនក្រៅប្រទេសផ្តល់នូវបញ្ហាប្រឈមជាច្រើន (ភាពមិនស្របនឹងបរិបទក្នុងស្រុក, ឧបសគ្គផ្នែកភាសា, ការចំណាយលើប្រតិបត្តិកម្មខ្ពស់ដោយបូកបញ្ចូល ចំណាយសណ្ឋាគារ, អាហារ, ហោះហើរ និងថ្លៃប្រឹក្សាយោបល់ជាដើម។) យើងមើលឃើញពីតម្រូវការជំនួយរបស់គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ នោះគឺជំណោះស្រាយប្រសើរមួយ និងការគាំទ្រដែលមានតម្លៃសមរម្យដោយក្រុមការងារក្នុងស្រុកដែលមានន័យថាជាក្រុមការងារដែលស្ថិតនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

នៅពេលដែលសហស្ថាបនិកផ្សេងទៀតយល់ស្របនឹងគំនិតនេះយើងបានបង្កើតក្រុមអភិវឌ្ឍន៍ដើម្បីចាប់ផ្តើមបង្កើតផលិតផល, បន្ទាប់ពីចំណាយរយៈពេល ៨ ខែទៅលើការអភិវឌ្ឍន៍កម្មវិធី យើងបានដាក់ចេញផលិតផលជាកំណែដំបូង (first version) សម្រាប់អតិថិជនដំបូងសាកល្បងប្រើប្រាស់។ យើងបានទទួលមតិត្រលប់ល្អ និងបានកែលម្អផលិតផលចាប់ពីពេលនោះមក។

ដំណោះស្រាយរបស់យើងត្រូវបានបង្កើតឡើង និងគាំទ្រដោយក្រុមក្នុងស្រុកដែលយល់ពីបរិបទពិសេសនៃប្រតិបត្តិកម្មរបស់គ្រឹះស្ថានហិរញ្ញវត្ថុ និងអនុលោមភាពនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ យើងផ្តល់ជូននូវជម្រើសតម្លៃប្រសើរជាងមុនបើប្រៀបធៀបទៅនឹងផលិតផលនាំចូល ដោយធានានូវតម្លៃសមរម្យដោយមិនបន្ថយគុណភាព។ ក្រុមការងារយើងប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាចុងក្រោយបំផុត ដែលជំរុញដំណើរការឱ្យបានប្រសើរ, បង្កើនប្រសិទ្ធផល និងបន្ថយចំណាយសម្រាប់ទាំងកម្មសិទ្ធិ និងប្រតិបត្តិការកម្មវិធី។

បច្ចុប្បន្ន Morakot ផ្តល់សេវាដល់គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ និងធនាគារចំនួន ៥៦ នៅក្នុងប្រទេសចំនួន ៣ រួមមានប្រទេសកម្ពុជា ថៃ និងភូមា។ ថ្នាលរបស់យើងបានជួយសម្រួលការទទួលប្រាក់កម្ចីសរុបជាង ១.៥ ពាន់លានដុល្លារ ហើយតាមដានចំនួនអតិថិជនចុងក្រោយចំនួន ៦៥០,០០០ នៅក្នុងប្រព័ន្ធ។

"ចំពោះសហគ្រិនថ្មី សូមផ្តោតកិច្ចការដែលអ្នកអាចធ្វើយ៉ាងល្អ, បង្កើតផលិតផលដែលអតិថិជនមានឆន្ទៈទិញ និងចំណាយ ហើយតែងតែតាមដានយ៉ាងជិតស្និទ្ធលើតួលេខរបស់អ្នកដែលរួមទាំងលំហូរសាច់ប្រាក់, និន្នាការទីផ្សារ និងប្រតិបត្តិកម្មរបស់ក្រុមការងារអ្នក។"

នៅដំណាក់កាលដំបូង យើងសង្កេតឃើញថា ប្រទេសកម្ពុជាប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាសន្តិសុខសំខាន់ៗ ជាពិសេសនៅពេលដែលសហគ្រាសធុនមធ្យម និងធំបានពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ សហគ្រាសនៅតែប្រើវិធីសាស្ត្របែបប្រពៃណីក្នុងការគ្រប់គ្រងសុវត្ថិភាពរបស់ខ្លួន ដូចជា សន្តិសុខ ជាដើម ដែលវិធីសាស្ត្រនេះមិនអាចកំណត់នូវចំណុចគំរាមកំហែងទាន់ពេលវេលា ហើយប្រសិទ្ធភាពនៃប្រតិបត្តិការគ្រប់គ្រងសុវត្ថិភាពក៏នៅមានកម្រិតផងដែរ។ ការណ៍នេះបានបំផុសគំនិតយើងឱ្យបង្កើត OPTIMUS ដែលជាដំណោះស្រាយមួយ រចនាឡើងដើម្បីបង្កើនសុវត្ថិភាព និងពង្រឹងប្រតិបត្តិការឱ្យដំណើរការរលូន ដោយអាចកំណត់ និងរកឃើញការគំរាមកំហែងទាន់ពេលវេលា និងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពការងារប្រចាំថ្ងៃសម្រាប់អាជីវកម្មកម្ពុជា។

ក្រុមការងាររបស់យើងមានសមាជិក ៣ នាក់ដែលមានប្រវត្តិសិក្សាផ្នែកវិស្វកម្មសុសវែរ ហើយពួកយើងម្នាក់ៗ មានជំនាញផ្សេងៗ គ្នាដូចជាបញ្ញាសិប្បនិម្មិត (AI), ការអភិវឌ្ឍផ្នែកខាងក្រោយ (Backend) និងការអភិវឌ្ឍផ្នែកខាងមុខ (Frontend)។ ដូច្នេះ ដើម្បីប្រែក្លាយគំនិតនេះឱ្យទៅជាគំរូដើម (Prototype) មួយ, យើងបានអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធ OPTIMUS ដោយប្រើប្រាស់ធនធាន និងបច្ចេកវិទ្យាអនឡាញនានាឥតគិតថ្លៃ ដែលមាននៅលើអ៊ីនធឺណិត។

សេវាកម្មរបស់យើងផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មដែលអាចកែសម្រួលទៅតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងការពិគ្រោះយោបល់ក្នុងការដោះស្រាយចំណុចឈឺចាប់ (Pain Point) ជាក់លាក់នៅក្នុងអាជីវកម្មរបស់អតិថិជន សំដៅអនុញ្ញាតឱ្យយើងអាចសម្រួចដំណោះស្រាយជាមួយនឹងមុខងារដែលអាចបំពេញតម្រូវការពិសេសរបស់អតិថិជន និងពង្រឹងប្រសិទ្ធភាពនៃប្រតិបត្តិការ។ យើងក៏ផ្តល់នូវសេវាថែទាំ និងជំនួយបច្ចេកទេសជាបន្តបន្ទាប់ សំដៅធានាថាដំណោះស្រាយរបស់យើងដំណើរការដោយរលូនក្នុងកម្រិតអតិបរមា អមជាមួយនឹងក្រុមការងារដែលខិតខំប្រឹងប្រែងត្រៀមខ្លួនរួចជាស្រេចក្នុងការជួយគាំទ្រ និងធ្វើការកែសម្រួលសេវាកម្មឱ្យស្របតាមតម្រូវការ។ មុខងារពិសេសសំខាន់ៗ របស់ប្រព័ន្ធ OPTIMUS រួមមានការបង្កើតរបាយការណ៍សម្រាប់ការវិភាគអាជីវកម្ម, ការចុះបញ្ជីយានយន្តដើម្បីបែងចែកឱ្យដាច់រវាងយានយន្តរបស់ភ្ញៀវ និងរបស់បុគ្គលិក, ការជូនដំណឹងដោយស្វ័យប្រវត្តិសម្រាប់ស្លាកលេខយានយន្តណាដែលធ្លាប់មានបញ្ហាពីមុន និងអធិការកិច្ចស្ថានភាពយានយន្ត ដើម្បីត្រួតពិនិត្យយានយន្តដែលកំពុងចត និងយានយន្តដែលចាកចេញពីវីសត ឬសណ្ឋាគារ។

ជ័យ ស្រីលីន,

សហស្ថាបនិកនៃ
OPTIMUS

OPTIMUS គឺជាប្រព័ន្ធ AI ដែលត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីជំរុញ និងបង្កើនអានុភាព និងប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់អ្នកដោយស្វ័យប្រវត្តិ តាមរយៈការគ្រប់គ្រង និងតាមដានព័ត៌មានយានយន្ត សំដៅកាត់បន្ថយបន្ទុកការងាររបស់សន្តិសុខ។

"ដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំចំពោះសហគ្រិនថ្មីគឺត្រូវបង្កើតក្រុមដែលមានជំនាញចម្រុះ ហើយជៀសវាងការជាប់គាំងនៅក្នុងការប្រកួតប្រជែង ឬព្រឹត្តិការណ៍ខាងក្រៅច្រើនពេក។ រក្សាការប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះគំនិតអាជីវកម្មរបស់អ្នក ប្រសិនបើអ្នកមានចក្ខុវិស័យ និងគោលដៅច្បាស់លាស់ កុំមានអារម្មណ៍ថាមានសម្ពាធពេលលឺទស្សនៈរបស់អ្នកដទៃ ហើយទៅផ្លាស់ប្តូរដំណោះស្រាយរបស់អ្នក។ សូមផ្តោតលើអ្វីដែលពិតជាជំរុញអាជីវកម្មរបស់អ្នកឱ្យទៅមុខ។"

ឱសថបណ្ឌិត ជា វីរៈ,

សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ PillTech

នៅដំណាក់កាលដំបូង, PillTech បានកើតចេញពីការយល់ដឹងយ៉ាងស៊ីជម្រៅអំពីបញ្ហាប្រឈមដែលឱសថស្ថានឯករាជ្យនានានៅកម្ពុជាបានជួបប្រទះ។ ក្នុងនាមជាឱសថការីដែលគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការទាំងនៅសហរដ្ឋអាមេរិក និងប្រទេសកម្ពុជា ខ្ញុំបានឃើញដោយផ្ទាល់នូវឧបសគ្គដែលឱសថស្ថានត្រូវប្រឈមមុខក្នុងការចូលទៅកាន់ និងទទួលបានផលិតផលសម្ភារបែបដែលមានគុណភាព ជាពិសេសនៅតាមតំបន់ជនបទ។ គំនិតបឋម គឺដើម្បីបង្កើតថ្នាលឌីជីថល B2B ដែលអាចជួយសម្រួលដំណើរការលទ្ធកម្ម សំដៅអនុញ្ញាតឱ្យឱសថការីសន្សំពេលវេលា និងអាចផ្តោតលើការថែទាំអ្នកជំងឺកាន់តែច្រើន។ បញ្ហាជាក់លាក់ដែលយើងចង់ដោះស្រាយគឺកង្វះលទ្ធភាពក្នុងការចូលទៅកាន់ និងទទួលបានថ្នាំដែលអាចទុកចិត្តបាននៅតាមបណ្តាខេត្តនានា ជាទីកន្លែងដែលឱសថស្ថានតូចៗ ជួបការលំបាកជាមួយនឹងអំណាចនៃការបញ្ជាទិញ (Purchasing Power) នៅមានកម្រិត និងការផ្គត់ផ្គង់មិនមានសង្គតិភាព។

យើងបានចាប់ផ្តើមដោយបង្កើតគំរូដើម (Prototype) ដ៏សាមញ្ញសម្រាប់ថ្នាលរបស់យើង ដោយផ្តោតលើបទពិសោធន៍របស់អ្នកប្រើប្រាស់ដើម្បីធ្វើឱ្យឱសថការីមានភាពងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរក, បញ្ជាទិញ និងពិនិត្យតាមដានសារពើភ័ណ្ឌ។ យើងបានកែសម្រួលថ្នាលរបស់យើងជាបន្តបន្ទាប់ ដោយផ្អែកលើមតិយោបល់របស់អ្នកប្រើប្រាស់សាកល្បង សំដៅធានាថាចំណុចប្រទាក់ (Interface) ពិតជាមានភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់ និងបានដោះស្រាយចំណុចឈឺចាប់ (Pain Points) របស់ឱសថស្ថាន។ ការសាកល្បងដំបូងរបស់យើង បានធ្វើឡើងក្រោមកិច្ចសហការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយក្រុមឱសថស្ថានតូចមួយ សំដៅជួយកែលម្អមុខងាររបស់ថ្នាលឱ្យកាន់តែមានផលវិជ្ជមានល្អបំផុត។

សព្វថ្ងៃនេះ ថ្នាលរបស់ PillTech មានភាពលេចធ្លោជាមួយនឹងមុខងារពិសេសមួយខុសប្លែកពីគេ (Unique) ដែលកើតឡើងចេញពីការបញ្ចូលគ្នារវាងផលិតផលដ៏សម្បូរបែបគ្រប់ប្រភេទ, ប្រព័ន្ធភីអូអេស (POS) សម្រាប់តាមដានការលក់ និងគ្រប់គ្រងសារពើភណ្ឌ, និងការបណ្តុះបណ្តាលបន្តសម្រាប់ឱសថការីតាមរយៈ PillTech Academy ។ លក្ខណៈពិសេសទាំងនេះបានទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់ឱសថស្ថាននានា ដែលសព្វថ្ងៃនេះ អតិថិជនរបស់យើងជាឱសថស្ថានមានចំនួនជាង ៣០០០ នៅទូទាំងប្រទេស ហើយឱសថស្ថានទាំងនេះសុទ្ធតែមានវត្តមានជាច្រើនឆ្នាំរួចមកហើយនៅតាមបណ្តាខេត្តនានា។ភាពជោគជ័យរបស់យើងស្ថិតនៅលើការកសាងទំនុកចិត្ត និងការផ្តល់នូវតម្លៃជាក់ស្តែង រួមទាំងការទទួលបានផលិតផល GHU របស់ Sanofi ដែលផ្តោតលើជំងឺទឹកនោមផ្អែម និងសម្ពាធឈាមខ្ពស់ និងការផ្សព្វផ្សាយដែលបានសម្រួចតាមតម្រូវការជាក់ស្តែងដែលបំពេញតម្រូវការឱសថស្ថានតូចៗ ។

> "សម្រាប់សហគ្រិនដែលប្រាថ្នាចង់បានដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំគឺសាមញ្ញ៖ ចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដោយស្វែងយល់ស៊ីជម្រៅអំពីបញ្ហាដែលអតិថិជនគោលដៅរបស់អ្នកជួបប្រទះ, ផ្តោតលើការបង្កើតផលិតផលដែលពិតជាអាចដោះស្រាយចំណុចឈឺចាប់ទាំងនោះ និងត្រៀមខ្លួនក្នុងការកែសម្រួលផលិតផល/សេវាកម្ម ជាដដែលៗម្តងហើយម្តងទៀតដោយផ្អែកលើមតិយោបល់របស់អ្នកប្រើប្រាស់។ ការកសាងធុរកិច្ចថ្មីដ៏ជោគជ័យ ទាមទារនូវភាពធន់, ចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់ និងសមត្ថភាពក្នុងការសម្របខ្លួនបានរហ័ស។"

ឈឹម សុជាតា,

សហស្ថាបនិកនៃ
PrimPharma

“ដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំចំពោះសហគ្រិនវ័យក្មេង គឺត្រូវស្វែងយល់អំពីបញ្ហាប្រឈមឱ្យបានច្បាស់លាស់មុននឹងធ្វើការជ្រើសរើសដំណោះស្រាយ។ កសាងជំនាញ, ទទួលយកបទពិសោធន៍ និងរៀបចំខ្លួនសម្រាប់ធ្វើជាអ្នកដឹកនាំ និងសហគ្រិន។ ត្រូវមានចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់, យុទ្ធសាស្ត្ររឹងមាំ និងសមត្ថភាពក្នុងការប្រតិបត្តិ។ បន្តការរៀនសូត្រ, បង្កើតបណ្តាញ និងរក្សាភាពធន់ក្នុងការប្រឈមមុខនឹងបញ្ហា។ មានភាពស្មោះត្រង់, ជឿជាក់ និងបើកចំហចំពោះមតិកែលម្អ ហើយតែងតែទទួលស្គាល់ចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់អ្នក។ ធ្វើការសម្រេចចិត្តដោយប្រាជ្ញា, រក្សាវិជ្ជាជីវៈ និងប្រព្រឹត្តចំពោះអ្នកដទៃដោយការគោរព និងការយោគយល់។ ភាពជោគជ័យកើតចេញពីការសិក្សា, ការរៀបចំ និងការគាំទ្រក្រុមការងារ ក៏ដូចជាអតិថិជនរបស់អ្នក ជាបន្តបន្ទាប់ឥតឈប់ឈរ។”

គំនិតសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មីរបស់ខ្ញុំបានមកពីបទពិសោធន៍ជិត ២០ ឆ្នាំដែលបានមើលឃើញពីបញ្ហាប្រឈមផ្នែកសុខភាពដែលកើតឡើងដដែលៗ ទាំងបញ្ហាផ្ទាល់ខ្លួន និងបញ្ហានៅក្នុងសហគមន៍របស់ខ្ញុំ។ ខ្ញុំបានសង្កេតឃើញពីកង្វះព័ត៌មានអំពីសេវាថែទាំសុខភាពរួមទាំងទីតាំងមន្ទីរពេទ្យ,សេវាព្យាបាលដែលមាន និងតម្លៃនៃការព្យាបាល។ អ្នកជំងឺ និងក្រុមគ្រួសាររបស់ពួកគាត់ មានការស្ទាក់ស្ទើរក្នុងការស្វែងរកការថែទាំសុខភាពដោយសារការបារម្ភអំពីតម្លៃ និងទំនុកចិត្ត ហើយមិនមានវិធីមជ្ឈការណាមួយដែលអាចតាមដានប្រវត្តិវេជ្ជសាស្ត្រ ឬអាចធានាការតាមដាន (Follow-up) បាននោះទេ។ គម្លាតទាំងនេះបានបំផុសគំនិតខ្ញុំឱ្យបង្កើតសេវាកម្មដែលផ្តល់ព័ត៌មានអំពីការថែទាំសុខភាព, ណែនាំអ្នកជំងឺទៅកាន់មន្ទីរពេទ្យសមស្រប និងសម្របសម្រួលលើកំណត់ត្រាវេជ្ជសាស្ត្រ និងការថែទាំបន្ត។

យើងបានផ្លាស់ប្តូរគំនិតរបស់យើងទៅជាគំរូដើម (Prototype)ដោយប្រើប្រាស់ជំនាញរបស់សហស្ថាបនិកនីមួយៗ ក្នុងវិស័យថែទាំសុខភាព និងបច្ចេកវិទ្យាបុគ្គល។ យើងបានរួមគ្នាកំណត់បញ្ហាប្រឈមសំខាន់ៗ ក្នុងការថែទាំសុខភាព និងបានបង្កើតកម្មវិធី និងទំព័រ Facebook ព្រីមហ្វាម៉ា (PrimPharma)។ ថ្នាលទាំងនេះផ្តល់ការអប់រំនិងសេវាកម្មសុខភាពដោយដោះស្រាយបញ្ហាមួយចំនួន ដូចជាការការពារជំងឺមហារីក និងសុខភាពស្ត្រីសំដៅផ្តល់នូវដំណោះស្រាយអនុវត្តជាក់ស្តែងចំពោះបញ្ហាដែលយើងសង្កេតឃើញកើតមានឡើងនៅក្នុងវិស័យថែទាំសុខភាព។

កម្មវិធីរបស់យើងផ្តល់ជូននូវមុខងារសំខាន់ៗ ដែលអាចទាក់ទាញអតិថិជន រួមមានការចូលទៅកាន់ និងទទួលបានឈ្មោះមន្ទីរពេទ្យជាដៃគូរបស់ PrimPharma និងតម្លៃសេវាកម្ម សមត្ថភាពក្នុងការតាមដានប្រវត្តិវេជ្ជសាស្ត្ររបស់អ្នកជំងឺ, ការកំណត់កាលវិភាគណាត់ជួបដោយផ្ទាល់ជាមួយវេជ្ជបណ្ឌិត និងភាពងាយស្រួលក្នុងការទទួលបានព័ត៌មានសុខភាព។ ជាងនេះទៅទៀត កម្មវិធីនេះផ្តល់នូវទីតាំង និងទិសដៅមន្ទីរពេទ្យដែលនៅជិតអ្នកជំងឺបំផុត សំដៅធ្វើឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់កាន់តែងាយស្រួលក្នុងការចូលទៅកាន់ និងទទួលបានសេវាថែទាំសុខភាព។

យើងកំពុងស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលបង្កើតកម្មវិធី (App) ហើយក៏កំពុងប្រឈមនឹងបញ្ហាមួយចំនួនដូចជាកង្វះធនធានមនុស្ស,កង្វះធនធានហិរញ្ញវត្ថុ និងកង្វះជំនាញ និងចំណេះដឹងផ្សេងៗ ដែលអាចគាំទ្រយើងក្នុងការបោះជំហានទៅមុខបន្តទៀត។

នៅដំណាក់កាលដំបូង, យើងបានប្រមូលផ្តុំមិត្តភ័ក្តិមួយក្រុមមកពីជំរំ (Bootcamp) ដើម្បីពិភាក្សាអំពីបញ្ហាប្រឈមដែលយើងបានកត់សម្គាល់ឃើញនៅក្នុងលំហធុរកិច្ចថ្មី និងសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម (SMEs) ជាពិសេសជុំវិញលើរឿងមូលនិធិ និងការប្រតិបត្តិអាជីវកម្ម។ តាមរយៈបទពិសោធន៍របស់យើងនៅក្នុងកម្មវិធី hackathon និងកម្មវិធីបណ្តុះអាជីវកម្ម, យើងឃើញថាគំនិតអាជីវកម្មធុរកិច្ចថ្មីដែលមានសក្តានុពលជាច្រើន បានជួបប្រឈមនឹងបញ្ហាក្នុងការរីវឌ្ឍឆ្ពោះទៅមុខ ដោយសារតែកង្វះការទទួលបានមូលធន និងការគាំទ្រផ្នែកប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ ពុទ្ធិនេះបានជំរុញយើងឱ្យបង្កើត Quanta ជាថ្នាលមួយដែលត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមទាំងនេះ និងជួយឱ្យអាជីវកម្មចាប់ផ្តើមឈានដល់សក្តានុពលពេញលេញរបស់ពួកគេ។

Quanta ផ្តល់ជូនថ្នាលប្រាក់កម្ចីពីបុគ្គលទៅបុគ្គល (Peer-to-Peer) ដ៏ទូលំទូលាយ និងថ្នាលមូលនិធិក្រោដហ្វាន់ឌីង (Crowd funding) ដែលអាចភ្ជាប់ធុរកិច្ចថ្មី និង SMEs ជាមួយអ្នកផ្តល់ប្រាក់កម្ចីផ្ទាល់តែម្តង។ ថ្នាលរបស់យើងមានភាពលេចធ្លោ ដោយមានការផ្តល់ជូននូវដំណើរការយ៉ាងរលូនសម្រាប់អាជីវកម្មក្នុងការទទួលបានដើមទុនដែលពួកគាត់ត្រូវការ ស្របពេលជាមួយគ្នាអ្នកផ្តល់ប្រាក់កម្ចីក៏ទទួលបានតម្លាភាព សំដៅធានានូវសុវត្ថិភាពក្នុងបណ្តាក់ទុនវិនិយោគដែលផ្តោតលើកំណើន។ ការណ៍នេះធ្វើឱ្យ Quanta មានភាពទាក់ទាញទាំងចំពោះធុរកិច្ចថ្មីដែលកំពុងស្វែងរកមូលធន និងចំពោះអ្នកផ្តល់ប្រាក់កម្ចីដែលកំពុងស្វែងរកការវិនិយោគដែលអាចទុកចិត្តបាន និងមានផលវិជ្ជមាន។

ឃិន ភក្តី,

សហស្ថាបនិក និងអ្នកគ្រប់គ្រងបច្ចេកទេសនៃ Quanta

“ដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំចំពោះសហគ្រិនវ័យក្មេងគឺត្រូវយល់ឱ្យបានស៊ីជម្រៅអំពីបញ្ហាដែលអ្នកកំពុងដោះស្រាយ និងវាយតម្លៃកន្លែងដែលអ្នកឈរផ្អែកតាមសមត្ថភាព និងការត្រៀមខ្លួនរួចរាល់។ ត្រូវត្រៀមខ្លួនដើម្បីបង្វែរ និងសម្របខ្លួនខណៈដែលអ្នកនឹងអាចរៀនពីភាពជោគជ័យផង និងភាពបរាជ័យផង ហើយត្រូវប្រកាន់ខ្ជាប់នូវភាពតស៊ូអត់ធ្មត់។ ហើយជាចុងក្រោយសូមពិចារណាប្រើប្រាស់ **Quanta** ជាដំណោះស្រាយមួយ ដើម្បីជួយអ្នកលើបញ្ហាផ្នែកមូលនិធិដែលអ្នកអាចនឹងប្រឈមនាពេលខាងមុខ។”

ឆាង សីហា,

សហស្ថាបនិកនៃ

RoboTech Academy Siemreap

គំនិតសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មីដែលផ្តោតលើការអប់រំស្ទែម (STEM) របស់ខ្ញុំ បានកើតចេញពីការចូលរួមក្នុងសិក្ខាសាលានានាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងកម្មវិធី STEM ជាកន្លែងដែលខ្ញុំបានរៀនអំពីអាជីវកម្មផ្សេងៗ ក៏ដូចជាចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយរបស់អាជីវកម្មទាំងនោះ។ ដោយលទ្ធភាពទទួលបានការអប់រំ STEM នៅមានកម្រិតសម្រាប់យុវជន ជាពិសេសនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា, ខ្ញុំបានមើលឃើញនូវឱកាសមួយក្នុងការបង្កើតកន្លែងសម្រាប់កុមារដែលមានអាយុចាប់ពី ៦ ឆ្នាំឡើងទៅ ដើម្បីចូលរួមក្នុងការសិក្សា STEM ។ លើសពីនេះ សាលារៀនជាច្រើនក្នុងខេត្តមួយចំនួនមិនទាន់បានអនុវត្តកម្មវិធី STEM នៅឡើយទេ។ ហេតុដូចនេះហើយទើបបានជំរុញឱ្យខ្ញុំចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មដែលនឹងផ្តល់ការអប់រំ STEM សំខាន់ៗ និងជួយកាត់បន្ថយគម្លាតនៃការយល់ដឹងមុខវិជ្ជា STEM នេះ។ ដើម្បីនាំយកគំនិតរបស់ខ្ញុំទៅកាន់ទីផ្សារ ខ្ញុំបានស្វែងរកឱកាសសិក្សាបន្ថែម ដើម្បីបង្កើនចំណេះដឹង និងជំនាញរបស់ខ្ញុំ។ ដោយទទួលស្គាល់ពីកង្វះនៃការយល់ដឹងផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ខ្ញុំអំពីដំណើរការអាជីវកម្ម ខ្ញុំក៏បានស្វែងរកស្ថាប័នដែលបង្រៀនសហគ្រិនក្នុងការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។

មានមនុស្សជាច្រើនចាប់អារម្មណ៍លើអាជីវកម្មរបស់ខ្ញុំដោយសារហេតុផលមួយចំនួន៖ កម្មវិធីសិក្សាស្របតាមស្តង់ដារវិស័យអប់រំបច្ចុប្បន្ន ហើយមានលក្ខណៈពិសេសផ្តល់ឱកាសសម្រាប់សិស្សនៅតាមខេត្ត, សាលារៀនត្រូវការកម្មវិធីសិក្សាក្រៅម៉ោងសម្រាប់សកម្មភាពក្រៅម៉ោងសិក្សាធម្មតា, និងការធ្វើគម្រោងប្រកួតប្រជែងនៅចុងបញ្ចប់នៃកម្មវិធីនីមួយៗ ដែលអាចជំរុញលើកទឹកចិត្តសិស្សឱ្យបង្ហាញពីភាពច្នៃប្រឌិត និងជំនាញរបស់ពួកគេ។

នៅក្នុងត្រីមាសទីមួយ, ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់យើងបានទាក់ទាញសិស្សចំនួន ១០ នាក់ឱ្យចុះឈ្មោះចូលរៀនក្នុងកម្មវិធីអប់រំរបស់យើង។ នៅក្នុងត្រីមាសទី ២, យើងបានចាប់ផ្តើមថ្នាក់រៀនចំនួន ២ ដែលមានសិស្សសរុបចំនួន ២០ នាក់។

“សម្រាប់ខ្ញុំ ខ្ញុំជឿថាសហគ្រិនទាំងអស់គួរតែស្វែងយល់អំពីអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនឱ្យបានច្បាស់ និងចូលរួមក្នុងសិក្ខាសាលានានាដែលបង្រៀនពីគំនិតអាជីវកម្ម។ ការណ៍នេះអាចជួយឱ្យពួកគាត់ទទួលបានចំណេះដឹងបន្ថែម និងកែលម្អគំរូអាជីវកម្ម ដើម្បីធានាថាពួកគាត់អាចសម្រេចអាជីវកម្មឱ្យស្របតាមគោលដៅរបស់ពួកគាត់។ ការរៀនពីកម្មវិធីសហគ្រិនភាពពិតជាមានប្រយោជន៍សម្រាប់អ្នកដែលចង់ចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម។”

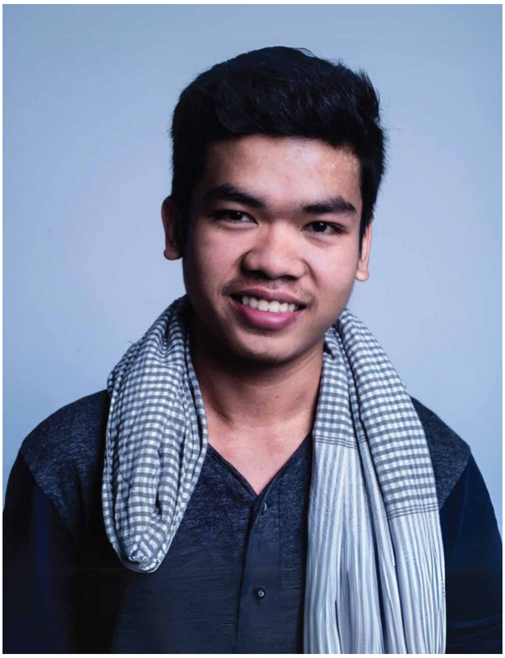
រត់ចោលស្រុក (Runaway) គឺជាក្រុមអ្នកធ្វើដំណើរយុវជន ដែលបង្កើតឡើងដើម្បីលើកកម្ពស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល និង ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍ទាំងក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ។ ឈ្មោះ "រត់ចោលស្រុក" ជាភាសាអង់គ្លេស "Runaway" ឆ្លុះបញ្ចាំងពី បេសកកម្មរបស់យើង។ បន្ទាប់ពីបានធ្វើដំណើរ និងសង្កេតអស់ រយៈពេលជាច្រើនឆ្នាំមក យើងកត់សម្គាល់ឃើញថា ខណៈពេល ដែលអ្នកទេសចរជាច្រើនចាប់អារម្មណ៍នឹងវប្បធម៌ និងប្រវត្តិសាស្ត្ររបស់ប្រទេសកម្ពុជា អ្នកស្រុកតែងតែខ្វះការយល់ដឹងស៊ីជម្រៅអំពីបេតិកភណ្ឌ និងកេរដំណែលរបស់ខ្លួន។ គម្លាតនេះរឹតតែឃើញច្បាស់នៅពេលដែលអ្នកធ្វើដំណើរស្វែងរកការសប្បាយ ជាជាងការរុករកយល់ដឹងលើវប្បធម៌។ យើងបានដឹងហើយថា ប្រទេសកម្ពុជាប្រឈមនឹងបញ្ហាសំខាន់ ២ ក្នុងវិស័យទេសចរណ៍៖ ការជួយដល់សេដ្ឋកិច្ចក្នុងតំបន់ និងការជួយប្រជាជនក្នុងស្រុកឱ្យយល់ដឹងពីវប្បធម៌របស់ខ្លួនកាន់តែប្រសើរ។ លើសពីនេះ, មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍កំពុងជួបការលំបាកក្នុងការស្វែងរកការងារធ្វើ ដោយសារពួកគេមិនមានថ្នាលណាមួយដើម្បីភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងអ្នកធ្វើដំណើរ។ ពុទ្ធិនេះ បានបំផុសគំនិតយើងឱ្យបង្កើតធុរកិច្ចថ្មីមួយក្នុងគោលបំណងដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមទាំងនេះ។

Runaway គឺជាក្រុមអ្នកធ្វើដំណើរដែលផ្តោតលើការលើកកម្ពស់ទេសចរណ៍ទាំងក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិ ដោយបំផុសគំនិតយុវជនតាមរយៈការធ្វើដំណើរ។ នៅឆ្នាំនេះ យើងបានដាក់ឱ្យដំណើរការ Usher ជាថ្នាលឌីជីថលមួយដែលភ្ជាប់អ្នកដំណើរជាមួយនឹងមគ្គុទ្ទេសក៍ក្នុងស្រុក។ ថ្នាលនេះអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ងាយស្រួលធ្វើការកក់មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ដោយជ្រើសរើសគោលដៅ សំដៅធានានូវសេវាកម្មគុណភាពខ្ពស់ក្នុងតម្លៃសមរម្យ ខណៈដែលអាចគាំទ្រសហគមន៍មូលដ្ឋានផងដែរ។

នៅលើថ្នាល Runaway, អ្នកអាចស្វែងរក និងស្វែងយល់បន្ថែមអំពីការធ្វើដំណើរ និងទេសចរណ៍ ក៏ដូចជារឿងរ៉ាវដ៏គួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍របស់មគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍នីមួយៗ ផងដែរ។ ក្រៅពីនោះ, អ្នកនឹងមានអារម្មណ៍ថាព្រឺសំបុរនៅពេលអ្នកទទួលបានបទពិសោធណ៍ក្នុងការធ្វើដំណើរជាមួយមគ្គុទ្ទេសក៍ទេសចរណ៍ទាំងនោះ។ ពួកគាត់មិនមែនគ្រាន់តែជាអ្នកផ្តល់សេវាទេ ប៉ុន្តែជាមនុស្សម្នាក់ដែលប្រាប់រឿងរ៉ាវផ្សេងៗ ដែលសូម្បីតែអ្នកមានឈាមជ័រជាខ្មែរមិនធ្លាប់បានដឹងឮពីមុនមកផង។ យើងជានាថា Runaway នឹងផ្តល់ព័ត៌មាន និងចំណេះដឹងដល់អ្នកប្រើប្រាស់ហើយយើងជឿជាក់ថាថ្នាលនេះគឺជាតម្រូវការមួយក្នុងវិស័យទេសចរណ៍ ដើម្បីជួយ, កែលម្អ និងធ្វើឱ្យរីកចម្រើន។ ដោយសារកង្វះកញ្ចប់ថវិកា និងការគាំទ្របច្ចេកទេស ទន្ទឹមនឹង

វ៉ា សុវណ្ណពង្ស,

សហស្ថាបនិកនៃ
Runaway



កត្តាកាលៈទេសៈ, ពួកយើងមិនទាន់ដាក់កម្មវិធីឱ្យដំណើរការនៅឡើយ ប៉ុន្តែពួកយើងជឿជាក់ថា គំរូអាជីវកម្មនេះនឹងមានសក្តានុពលសម្រាប់ឧស្សាហកម្មទេសចរណ៍។

"យើងអាចមើលឃើញថា មានធុរកិច្ចថ្មីជាច្រើនបានចាប់ផ្តើម ហើយក៏បិទទៅវិញពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ ប៉ុន្តែយើងសង្ឃឹមថា អាជីវកម្មល្អនឹងអាចផ្តល់ផលវិជ្ជមានដល់សង្គម។ យើងឃើញអាជីវកម្មជាច្រើនបានបង្កើតឡើងដោយផ្តោតលើភាពជោគជ័យដែលបានអនុវត្តនៅអន្តរជាតិ ឬផ្តោតលើអាជីវកម្មពេញនិយម។ យ៉ាងណាមិញ, ខ្ញុំនៅតែជឿថាវិធីតែមួយគត់ដែលអាចឱ្យយើងមានគោលដៅដូចគ្នាបាន គឺជាអ្វីៗ ដែលយើងធ្វើសម្រាប់មូលដ្ឋាន និងសកម្មភាពដែលគាំទ្រដល់មូលដ្ឋានរបស់យើង។ សូមបន្តជឿលើគំនិតរបស់អ្នក ទោះបីជាបរាជ័យនៅថ្ងៃនេះ អ្នកអាចរក្សាអភិវឌ្ឍគំនិតនោះបន្ត ហើយថ្ងៃណាមួយគំនិតនោះនឹងប្រែទៅជាអាជីវកម្មពិតប្រាកដដោយខ្លួនឯង។"

សុខ ឡាក់,

ស្ថាបនិកនៃ

Scholar Book

នៅដំណាក់កាលដំបូង គំនិតសម្រាប់ សៀវភៅបញ្ញាវន្ត (Scholar Book) កើតចេញពីចំណង់ចំណូលចិត្តយ៉ាងខ្លាំងរបស់គ្រួសារខ្ញុំចំពោះសៀវភៅ។ នៅឆ្នាំ ២០១៦, យើងបានប្រមូលសៀវភៅប្រមាណជា ២០០០ មកដាក់ក្នុងបណ្ណាល័យគ្រួសាររបស់យើង។ នៅឆ្នាំ ២០១៩, ខ្ញុំបានកត់សម្គាល់ឃើញថា ស្ថាប័នជាច្រើនក្នុងប្រទេសកម្ពុជាបានបែងចែកថវិការបស់ពួកគេដើម្បីកែសម្រួលដំណោះស្រាយបណ្ណាល័យ ប៉ុន្តែស្ថាប័នទាំងនោះពិបាកស្វែងរកអ្នកផ្តល់សេវាដែលអាចរៀបចំ, ផ្គត់ផ្គង់ និងគ្រប់គ្រងបណ្ណាល័យឱ្យស្របតាមតម្រូវការជាក់លាក់របស់ពួកគាត់។ បណ្ណាល័យនៅតាមបណ្តាខេត្តក៏ប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាកស្តុភារផងដែរព្រោះការទិញសៀវភៅក្នុងទីក្រុងត្រូវការពេលវេលា និងធនធានផ្សេងៗ ផងដែរ។ លើសពីនេះ, យើងបានឃើញការកើនឡើងនូវចំណាប់អារម្មណ៍របស់យុវជនកម្ពុជាក្នុងការអាន។ បញ្ហាជាក់លាក់ទាំងនេះបានបំផុសគំនិតខ្ញុំឱ្យបង្កើត Scholar Book ដោយផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មរៀបចំ និងគ្រប់គ្រងបណ្ណាល័យឯកទេស ដើម្បីធ្វើឱ្យសៀវភៅ និងបណ្ណាល័យកាន់តែងាយស្រួលសម្រាប់ប្រជាជនចូលទៅអាន និងសមស្របទៅនឹងតម្រូវការក្នុងស្រុក។

ខ្ញុំបានបម្លែងគំនិតរបស់ខ្ញុំឱ្យទៅជាគំរូជើម Scholar Book ដោយប្រើប្រាស់អានុភាពនៃបទពិសោធន៍របស់ខ្ញុំក្នុងការងារបណ្ណាល័យ ដែលខ្ញុំបានភ្ជាប់ជាមួយបណ្ណាល័យជាង ១០០ និងបានកំណត់នូវតម្រូវការសំខាន់ៗ រួចរាល់។ ដំបូងឡើយខ្ញុំបានបង្កើតថ្នាលបណ្ណាល័យមួយជាមួយក្រុមតូចមួយក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ដែលពេលនោះខ្ញុំទទួលបានគំនិតផុសចេញពីការអនុវត្តនៃការរួមបញ្ចូលទិន្នន័យនៅបរទេស (Data Integration Practices Abroad)។ នៅពេលដែលអតិក្រមនេះមិនជោគជ័យ ខ្ញុំបានបន្តធ្វើការតែម្នាក់ឯងនៅឆ្នាំ ២០១៩ ដោយកែសម្រួលប្រព័ន្ធភីអូអេស (POS) ដែលអាចកែសម្រួលស្របទៅតាមបំណងជាក់លាក់សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងបណ្ណាល័យ។

មុខងារពិសេសមួយខុសប្លែកពីគេរបស់ Scholar Book គឺសេវាកម្មក្នុងការទទួលបានសៀវភៅ ឬបណ្ណាល័យ ដែលរួមបញ្ចូលទាំងការណែនាំសៀវភៅឱ្យស្របតាមតម្រូវការបណ្ណាល័យជាក់លាក់របស់ស្ថាប័ននីមួយៗ ។ យើងក៏លើកទឹកចិត្តឱ្យគ្រួសារនីមួយៗ បង្កើតបណ្ណាល័យតូចមួយនៅផ្ទះដើម្បីជួយអភិវឌ្ឍទម្លាប់អានរបស់កុមារ។

Scholar Book គ្រប់គ្រងផលប័ត្រ (Portfolio) នៃចំណងជើងសៀវភៅប្រមាណជា ៤,០០០ និងផ្តល់នូវការចូលប្រើ (Access) ចំណងជើងសៀវភៅអនឡាញជាង ១០,០០០ ក្បាលសម្រាប់បណ្ណាល័យ។ បច្ចុប្បន្ន យើងបម្រើអតិថិជនដែលជាបណ្ណាល័យប្រហែល ១០០ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងមានអតិថិជនផ្សេងៗ ទៀតនៅសហរដ្ឋអាមេរិក, តៃវ៉ាន់ និងអាល្លឺម៉ង់។ លើសពីនេះ គេហទំព័ររបស់យើងទទួលបានការចូលមើលជិត ១ លានដងក្នុងមួយខែ។

"ដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំចំពោះសហគ្រិនវ័យក្មេងគឺត្រូវចំណាយពេលយ៉ាងហោចណាស់ ១០ ឆ្នាំដើម្បីទទួលបានបទពិសោធន៍ដោយធ្វើការឱ្យអ្នកដទៃមុនពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។ វានឹងជួយអ្នកឱ្យរៀនជំនាញដ៏មានតម្លៃ, សាកល្បងគំនិតអាជីវកម្ម និងបង្កើតបណ្តាញដ៏រឹងមាំមួយ។ ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មតម្រូវឱ្យមានសមត្ថភាពគ្រប់គ្រងដ៏រឹងមាំ និងធនធានហិរញ្ញវត្ថុដែលមានស្ថិរភាព ដូច្នេះហើយ វាចាំបាច់ក្នុងការទទួលបានចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ឱ្យបានច្រើនតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន មុនពេលចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។"

គំនិតបង្កើតស្កូឡារ៉ា (Scholarar) គឺចេញពីឧបសគ្គរបស់ខ្ញុំផ្ទាល់ ពេលដែលដាក់អាហារូបករណ៍ទៅសិក្សានៅប្រទេសជប៉ុន ពេលនោះខ្ញុំបានជួបប្រទះនឹងកង្វះខាតព័ត៌មាន និងការគាំទ្រជាច្រើន ទម្រាំបានជាប់អាហារូបករណ៍រដ្ឋាភិបាលជប៉ុន MEXT ។ បញ្ហានេះបានជំរុញចិត្តខ្ញុំឱ្យចែករំលែកចំណេះដឹងរបស់ខ្ញុំ និងតម្រង់ទិសជូនដល់សិស្សនិស្សិតពីការដាក់អាហារូបករណ៍ទៅបរទេស។ អ្វីដែលកាន់តែជំរុញចិត្តខ្ញុំគឺ នៅពេលដែលយើងបានរកឃើញថា មានសិស្សនិស្សិតកម្ពុជាចំនួន ៦៦% មិនដឹងពីរបៀបដាក់ពាក្យស្នើសុំអាហារូបករណ៍ ហើយបើគិតជាតួលេខគឺប្រមាណជា ២០០,០០០ នាក់ ជារៀងរាល់ឆ្នាំ ដែលខកខានឱកាសផ្លាស់ប្តូរជីវិតដ៏ល្អមួយនេះ។ ដូច្នេះហើយ បានជាក្រុមការងារយើងបានប្រមូលផ្តុំគ្នាបង្កើតជាធុរកិច្ចថ្មី Scholarar នេះឡើង ដើម្បីណែនាំ និងជួយសិស្សនិស្សិតកម្ពុជាបានដាក់ពាក្យស្នើសុំអាហារូបករណ៍ងាយ និងមានឱកាសជាប់ច្រើនជាងមុន តាំងពីដើមរហូតដល់ចប់។

យើងបានចាប់ផ្តើមបម្លែងគំនិតរបស់យើងទៅជាគំរូដើម (Prototypes) តាមរយៈការប្រឹក្សា និងតម្រង់ទិស ដើម្បីស្វែងយល់ពី តម្រូវការជាក់លាក់របស់សិស្សនិស្សិតម្នាក់ៗ ។ ដោយប្រើវិធីផ្អែកលើទិន្នន័យ (Data-driven Methods) យើងផ្គូផ្គងសិស្សនិស្សិត ជាមួយនឹងអាហារូបករណ៍ដែលស័ក្តិសម ហើយផ្តល់ ជូនពួកគេនូវវគ្គត្រៀមដាក់អាហារូបករណ៍ វគ្គត្រៀមប្រឡង ដូចជាតេស្ត IELTS និងចុងក្រោយជួយពិនិត្យពាក្យស្នើសុំធ្វើយ៉ាងណាឱ្យពួកគេមានឱកាសជាប់ច្រើនជាងមុន។ កន្លងមក យើងបានជួយសិស្សនិស្សិតកម្ពុជាឱ្យទទួលបានអាហារូបករណ៍ទៅសិក្សាជាង ១៥ ប្រទេស ជុំវិញសកលលោករួចហើយ។ ហើយដើម្បីពង្រីកសេវាកម្មរបស់យើងដល់អតិថិជនកាន់តែច្រើន ឥឡូវនេះ យើងកំពុងបង្កើតកម្មវិធី Scholarar (App) ដើម្បីជួយសិស្សនិស្សិតឱ្យបានដល់រាប់ពាន់រាប់ម៉ឺននាក់។

កម្មវិធី App របស់យើងរួមបញ្ចូលគ្នាយ៉ាងពិសេសនូវការផ្គូផ្គងអាហារូបករណ៍ ដែលស័ក្តិសមជាមួយនឹងអ្នកប្រើប្រាស់ម្នាក់ៗ ក្នុងរយៈពេលតែ ៣ ទៅ ៥ វិនាទីប៉ុណ្ណោះ ដែលដំណើរការនេះ គឺផ្អែកទាំងស្រុងលើម៉ាស៊ីនស្វ័យសិក្សា និងបញ្ញាសិប្បនិម្មិត (Machine Learning ឬ AI) អមដោយការរៀបចំឯកសារ, ការបណ្តុះបណ្តាលភាសា និងមានសៀវភៅត្រៀមដែលមានតម្លៃសមរម្យ។ ថ្វាលកម្មវិធីមួយនេះ នឹងជួយសម្រួលដល់ការដាក់អាហារូបករណ៍កាន់តែងាយស្រួល និងមានប្រសិទ្ធភាពជាងមុន ដែលការណ៍នេះមានភាពចាំបាច់សម្រាប់សិស្សនិស្សិត ក្នុងការចាប់យកអាហារូបករណ៍ទៅរៀននៅប្រទេសដែលពួកគេប្រាថ្នាចង់បាន។

គិតត្រឹមជាង ២-៣ ខែមកនេះ Scholarar App ទទួលបានអ្នកប្រើប្រាស់ច្រើនជាង ៥,០០០ នាក់ហើយ ក្នុងនោះក៏មានសិស្សនិស្សិត ដែលរៀនត្រៀមជាមួយយើងជាង ៥០០ នាក់ដែរ។ ជំហានបន្ទាប់ យើងនឹងជំរុញឱ្យអ្នកតាមដាន (Followers) ចំនួន ២៥០,០០០ នាក់ លើបណ្តាញសង្គមនានា (Facebook, Telegram, TikTok) របស់យើងប្រើប្រាស់ App របស់យើង។ យើងរំពឹងថានឹងទទួលបាន អ្នកប្រើប្រាស់ជាង ១០០,០០០ នាក់ នៅចុងឆ្នាំក្រោយ។ សូមបញ្ជាក់ថា នៅឆ្នាំនេះដែរ យើងក៏មានកិត្តិយសដែលបានទទួលរង្វាន់ជា ធុរកិច្ចថ្មីដ៏ឆ្នើម ពីកម្មវិធី DPA - Digital Platform Accelerator ៣ ដែលរៀបចំដោយ មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ"។

បណ្ឌិត អ៊ី ភូរ៉ា,

ស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
Scholarar

"ខាងក្រោមនេះគឺជាដំបូន្មានរបស់យើងសម្រាប់សហគ្រិនជំនាន់ថ្មី៖ (១) សូមផ្តោតលើការដោះស្រាយបញ្ហាដែលស្របតាមជំនាញរបស់អ្នក។ ប្រសិនបើអ្នកមិនច្បាស់អំពីកន្លែងដែលត្រូវចាប់ផ្តើម គួរធ្វើការងារឯករាជ្យ (Freelancing) ជាមុនសិន ដើម្បីបានអតិថិជនគោលដៅ និងដើម្បីបង្ខិត និងកែលម្អជំនាញរបស់អ្នកឱ្យកាន់តែខ្លាំង។ (២) អត់ធ្មត់ និងប្រកាន់ខ្ជាប់ចាំថាធុរកិច្ចថ្មីជោគជ័យភាគច្រើន ត្រូវការពេលពី ៣ ទៅ ៧ ឆ្នាំ។ (៣) ចូរបង្កើតក្រុមដែលមានជំនាញបំពេញគ្នា ហើយគួរមានក្រុមការងារដែលមានតួនាទីផ្សេងគ្នាដូចជា CEO, CFO និង CTO ។ (៤) ស្វែងរកការណែនាំតាមរយៈការចូលរួមកម្មវិធី hackathons, បណ្តុះអាជីវកម្ម និងពន្លឿនអាជីវកម្ម ឬដោយការអានសៀវភៅស្តីពីភាពជាសហគ្រិន។ ជាចុងក្រោយ សូមចាំថា ដំណាក់កាលដំបូងនៃការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម គឺជាការរៀនធ្វើអាជីវកម្ម ចំណែកឯដំណាក់កាលពង្រីកអាជីវកម្ម តម្រូវឱ្យមានយុទ្ធសាស្ត្រប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងភាពជោគជ័យរយៈពេលវែង។"

លី ងៀប,

ស្ថាបនិកនៃ
SNAPKYU

គំនិតក្នុងការបង្កើត ស្នេបឃ្យូ (SNAPKYU) បានផុសឡើងបន្ទាប់ពីខ្ញុំបានត្រឡប់មកពីការសិក្សារបស់ខ្ញុំនៅប្រទេសកាណាដា ដោយខ្ញុំមានទឹកចិត្តយ៉ាងជ្រាលជ្រៅក្នុងការចូលរួមចំណែកក្នុងការរីកចម្រើនរបស់ប្រទេស និងជួយប្រទេសយើងឱ្យមានភាពរីកចម្រើនក្នុងយុគសម័យដែលសកលលោកមានការវិវត្តយ៉ាងឆាប់រហ័សនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។ បទពិសោធន៍នៃការសិក្សានៅបរទេសបានជួយបើកភ្នែកខ្ញុំឱ្យឃើញឱកាស និងបញ្ហាប្រឈមនៅក្នុងបរិយាកាសដែលមានការអភិវឌ្ឍរហ័ស ហើយខ្ញុំចង់នាំយកចំណេះដឹងទាំងនោះមកប្រទេសកម្ពុជាវិញ។ ខ្ញុំមានចក្ខុវិស័យក្នុងការបង្កើត SNAPKYU ឱ្យក្លាយជាថ្នាលមួយដែលអាចផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់មនុស្សគ្រប់រូបដែលមានអាយុលើសពី ១៦ ឆ្នាំ សំដៅដោះស្រាយគម្លាតនៅក្នុងទីផ្សារ និងផ្តល់នូវដំណោះស្រាយមួយដើម្បីអាចបំពេញតម្រូវការរបស់ប្រជាជនដែលយល់ដឹងលើបច្ចេកវិទ្យា (Tech-Savvy) ដែលកំពុងមានចំនួនកើនឡើង។

SNAPKYU មានភាពលេចធ្លោខុសប្លែកពីថ្នាលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមផ្សេងទៀត ដោយមានការរួមបញ្ចូលគ្នានូវបណ្តាញសង្គមជាមួយនឹងទីផ្សារសេវាកម្មបុគ្គលទៅបុគ្គល (Peer-to-Peer) ដែលត្រូវបានរចនាឡើងជាពិសេសសម្រាប់សហគមន៍មូលដ្ឋានក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ SNAPKYU ផ្តល់ជូននូវកម្មវិធីឥតគិតថ្លៃដែលអ្នកប្រើប្រាស់អាចចែករំលែកខ្លឹមសារ, ជជែក និងភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងនៅក្នុងទីផ្សារសម្រាប់ការទិញ និងលក់ផលិតផលក៏ដូចជាសេវាកម្មនានាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលទាំងអស់នេះគឺមាននៅក្នុងកម្មវិធី SNAPKYU ។ កម្មវិធីនេះមានភាពទាក់ទាញជាពិសេសចំពោះមនុស្សវ័យជំទង់ ដោយអ្នកប្រើប្រាស់របស់យើងភាគច្រើនស្ថិតក្នុងក្រុមអាយុចន្លោះពី ១៨ ទៅ ២៤ ឆ្នាំ។ គិតត្រឹមពេលនេះ SNAPKYU បានទាក់ទាញអ្នកប្រើប្រាស់សកម្មប្រមាណជា ៣៥០,០០០ នាក់ ដោយបានបង្ហាញពីកំណើននៃប្រជាប្រិយភាពរបស់ខ្លួនក្នុងចំណោមយុវជនកម្ពុជា។

“ដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំចំពោះសហគ្រិនថ្មី ឬវ័យក្មេង គឺត្រូវឈានចូលទៅកៀកធុរកិច្ចថ្មីផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដោយប្រុងប្រយ័ត្ន។ ប្រសិនបើអ្នកកំពុងគិតអំពីការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា, ជារឿងសំខាន់ អ្នកត្រូវដឹងឱ្យបានច្បាស់អំពីបញ្ហាប្រឈមខាងមុខ។ ជាគោលគំនិតការបណ្តាក់ទុនទៅលើអាជីវកម្មបច្ចេកវិទ្យាមិនគួរចាប់ផ្តើមដោយដើមទុនតិចតួចនោះទេ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ, ប្រសិនបើអ្នកប្តេជ្ញាថានឹងធ្វើអាជីវកម្មនេះ ការណែនាំរបស់ខ្ញុំ គឺអ្នកត្រូវធានាថាអ្នកអាចប្រមូលបានមូលនិធិ ឬទុនយ៉ាងហោចណាស់ ៥០០,០០០ ដុល្លារសហរដ្ឋអាមេរិក។ ជាមួយនឹងមូលនិធិទំហំប៉ុននេះ នឹងអាចផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវមូលដ្ឋានគ្រឹះហិរញ្ញវត្ថុដ៏រឹងមាំមួយ ដើម្បីប្រឈមមុខនឹងបញ្ហា និងភាពស្មុគស្មាញនៃការកសាងក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា និងបង្កើនឱកាសរបស់អ្នកឱ្យទទួលបានជោគជ័យក្នុងរយៈពេលវែង។”

នៅដំណាក់កាលដំបូង យើងបានឃើញគម្លាតនៅក្នុងទីផ្សារសហគមន៍ទេសចរណ៍ ខណៈដែលសហគមន៍ទេសចរណ៍នេះគឺមានសក្តានុពលខ្ពស់ និងអាចបង្កើតការងារក្នុងស្រុកបានជាច្រើន។ ការណ៍នេះនាំឱ្យយើងឆ្ពោះទៅរកអេកូទេសចរណ៍ ក្នុងគោលបំណងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់សហគមន៍ និងដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនានាពាក់ព័ន្ធនឹងបរិស្ថាន។ ដំណើរនៃ Solo Landscapes ក៏បានសង្កេតឃើញពីបញ្ហាផ្សេងៗ ដូចជាការកាប់បំផ្លាញព្រៃឈើ, ការបរបាញ់សត្វព្រៃ និងការបំផ្លាញដែលរងគ្រោះពីវិស័យទេសចរណ៍ដែលមិនមានទំនួលខុសត្រូវ ដែលជំរុញឱ្យពួកយើងបង្កើតដំណោះស្រាយផ្សេងៗ ដើម្បីការពារតំបន់ធម្មជាតិទាំងនេះ។

យើងបានប្រើប្រាស់ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម ដើម្បីរៀបចំជម្រើសសម្បូរបែបនៃកញ្ចប់ធ្វើដំណើរ និងសមស្របតាមគោលការណ៍ណែនាំការការពារពីជំងឺកូវីដ-១៩ ដើម្បីអាចប្រែក្លាយបញ្ហាឱ្យទៅជាឱកាស។ អភិក្រមនេះបានអនុញ្ញាតឱ្យយើងកែលម្អនិងពង្រឹងគំរូផលិតផលដំបូងរបស់យើង និងអាចបន្តកែសម្រួលផលិតផលរបស់យើងឱ្យស្របទៅនឹងតម្រូវការអតិថិជន។

សេវាកម្មរបស់យើងផ្តល់ជូននូវបទពិសោធន៍ពិសេសមានតែមួយគត់ ដែលផ្តោតលើធម្មជាតិជាមួយនឹងការប្តេជ្ញាចិត្តចំពោះការទទួលខុសត្រូវលើបរិស្ថាន, សុវត្ថិភាព និងបញ្ហាប្រឈមផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អតិថិជន។ យើងផ្តល់ឱកាសជូនអតិថិជនសម្រាប់ការរុករក និងការផ្សងព្រេងបែបម្នាក់ឯង (Solo) ដែលតែងតែបង្កើតភាពភ្ញាក់ផ្អើលជូនអតិថិជនជាមួយនឹងអ្វីដែលថ្មី និងស្រស់បំព្រង។

ផលប័ត្រ (Portfolio) របស់យើង រួមមានការទទួលស្គាល់ជាភ្នាក់ងារទេសចរណ៍បៃតង,ពានរង្វាន់អាស៊ានសម្រាប់ការរួមចំណែកដល់ទេសចរណ៍បែបសហគមន៍ និងទទួលបានទាំងអតិថិជនជាតិ និងអន្តរជាតិច្រើនជាង ៣៥០០ នាក់។ យើងមានទេសចរណ៍បែបសហគមន៍ប្រមាណជា ៦០ នៅទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា ដើម្បីបម្រើជូនដល់អតិថិជន ហើយយើងក៏បានពង្រីកសេវាកម្មរបស់យើងទៅដល់ប្រទេសឡាវ, ថៃ និងឥណ្ឌូនេស៊ី។

ហ៊ែន សុខចាន់លីដា,

សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ
Solo Landscapes

“ដំបូន្មានរបស់ខ្ញុំចំពោះសហគ្រិនថ្មីគឺត្រូវចាប់ផ្តើមជាមួយជំហានតូចៗ ដែលអាចគ្រប់គ្រងបាន មុនពេលប៉ុនប៉ងធ្វើកិច្ចការធំជាងនេះ។ ស្វែងរកការណែនាំពីទីប្រឹក្សាដែលមានបទពិសោធន៍, ផ្តោតលើគោលដៅរបស់អ្នក និងផ្តល់អាទិភាពដល់សុខុមាលភាពផ្លូវកាយ និងផ្លូវចិត្តរបស់អ្នក។ ជោគជ័យគឺជាដំណើរមួយ ដូច្នេះត្រូវតាំងចិត្ត និងមានភាពអត់ធ្មត់ច្រើនក្នុងវឌ្ឍនភាពរបស់ខ្លួន ហើយត្រូវប្រាកដថា អ្នកបានកសាងគ្រឹះដ៏រឹងមាំមុនពេលពង្រីកបន្ថែមទៀត។”

តាមដាន (TamDan) គឺជាថ្នាលបដិវត្តន៍មួយដែលមានគោលបំណងដោះស្រាយបញ្ហារបស់មាតាបិតាទៅលើការអប់រំកុមារតូច។ ថ្នាលនេះផ្តល់នូវអភិក្រមគ្រប់ជ្រុងជ្រោយមួយចំពោះការអប់រំកុមារតូច ដែលគ្របដណ្តប់គ្រប់ទិដ្ឋភាពនៃការអភិវឌ្ឍរបស់កុមារ រួមទាំងការលូតលាស់នៃចំណេះដឹង, សង្គម, អារម្មណ៍ និងរាងកាយ។

បញ្ហាប្រឈមចម្បងមួយដែលមាតាបិតាប្រឈមគឺ ការស្វែងរកធនធានអប់រំត្រឹមត្រូវសមស្របសម្រាប់កូនៗ របស់ពួកគាត់។ TamDan អាចជួយមាតាបិតាឱ្យយកឈ្នះលើបញ្ហាប្រឈមនេះ បានតាមរយៈការផ្តល់នូវបណ្ណុំសម្ភារៈអប់រំយ៉ាងទូលំទូលាយដែលបានអភិវឌ្ឍឱ្យស្របតាមតម្រូវការរបស់កុមារក្នុងដំណាក់កាលនីមួយៗ នៃការអភិវឌ្ឍ។ ថ្នាល Tamdan ផ្តល់នូវធនធានជាច្រើន រួមទាំងសៀវភៅ, វីដេអូ, សំឡេង និងហ្គេមអន្តរកម្ម ដែលធនធានទាំងនេះត្រូវបានរចនាឡើងដើម្បីជំរុញ និងលើកកម្ពស់ការរៀនសូត្រ និងការអភិវឌ្ឍរបស់កុមារ។

បញ្ហាទូទៅមួយទៀតដែលមាតាបិតាជួបប្រទះគឺ កង្វះពេលវេលាក្នុងការផ្សារភ្ជាប់ខ្លួនចូលទៅក្នុងការសិក្សារបស់កូន។ TamDan យល់អំពីរឿងនេះ និងផ្តល់នូវកាលវិភាគសិក្សាដែលមានលក្ខណៈបត់បែន សំដៅអនុញ្ញាតឱ្យមាតាបិតាអាចបន្សាំខ្លួនឱ្យសមស្របនឹងការអប់រំរបស់កូនពួកគាត់ បើទោះបីពួកគាត់មានភាពមមាញឹកយ៉ាងណាក្តី។ ថ្នាលនេះក៏ផ្តល់ជូននូវឧបករណ៍ និងធនធានជាច្រើនដែលអាចឱ្យមាតាបិតាតាមដានវឌ្ឍនភាពរបស់កូនពួកគាត់ សំដៅធានាថាកូនរបស់ពួកគាត់អាចស្ថិតនៅលើចំណុចកំពូលនៃដំណើរសិក្សារបស់ខ្លួន។

TamDan ក៏ទទួលស្គាល់ពីសារៈសំខាន់នៃការអភិវឌ្ឍផ្លូវចិត្ត និងសង្គមរបស់កុមារផងដែរ។ ថ្នាលនេះ ផ្តល់ជូននូវសកម្មភាព និងធនធានជាច្រើនដែលលើកកម្ពស់ទំនាក់ទំនងសង្គម និងសុខុមាលភាពផ្លូវចិត្ត។ ធនធានទាំងនេះរួមមានហ្គេមអន្តរកម្ម, វគ្គនិទានរឿង និងឱកាសដើម្បីភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយក្រុមមាតាបិតា និងកុមារដទៃទៀតនៅក្នុងសហគមន៍ TamDan ។

គីន សុសេដ្ឋា,

សហស្ថាបនិកនៃ
តាមដាន

“សរុបសេចក្តីមក **TamDan** គឺជាធនធានដ៏មានតម្លៃសម្រាប់មាតាបិតាដែលកំពុងស្វែងរកការផ្តល់ឱ្យកូនរបស់ពួកគេនូវការចាប់ផ្តើមដ៏ល្អបំផុតនៅក្នុងជីវិត។ អភិក្រមគ្រប់ជ្រុងជ្រោយរបស់ **TamDan** ចំពោះការអប់រំកុមារតូច, កាលវិភាគសិក្សាដែលមានលក្ខណៈបត់បែន និងធនធានសម្បូរបែប ធ្វើឱ្យ **TamDan** ក្លាយជាជម្រើសដ៏ល្អមួយសម្រាប់មាតាបិតាដែលកំពុងស្វែងរកការគាំទ្រដល់ការរៀនសូត្រ និងការអភិវឌ្ឍរបស់កូនពួកគាត់។”

គំនិតចាប់ផ្ដើមអាជីវកម្មរបស់យើងបានផុសឡើងនៅពេលដែលស្ថាបនិករបស់យើងសង្កេតឃើញនូវបញ្ហាប្រឈមដែលអ្នកបើកបរតាក់ស៊ីជួបប្រទះក្នុងការស្វែងរកអតិថិជនដោយប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្របែបប្រពៃណី។ បញ្ហានេះបានធ្វើឱ្យពួកគាត់ទទួលបានប្រាក់ចំណូលនៅមានកម្រិត ដែលការណ៍នេះបានជំរុញឱ្យយើងបង្កើតកម្មវិធីដែលភ្ជាប់រវាងអ្នកបើកបរជាមួយនឹងអ្នកដំណើរដើម្បីអាចជួយឱ្យពួកគាត់រកប្រាក់ចំណូលបានកាន់តែច្រើន និងធ្វើឱ្យប្រតិបត្តិការរបស់ពួកគាត់កាន់តែរលូនក្នុងយុគសម័យឌីជីថល។

យើងបានផ្លាស់ប្ដូរគំនិតរបស់យើងទៅជាគំរូដើមមួយតាមរយៈការចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Turing Hackathon ជុំទី ២ ដែលរៀបចំឡើងដោយមជ្ឈមណ្ឌលបណ្ដុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" ដែលបានបំផុសគំនិតយើង និងផ្ដល់ការណែនាំគន្លឹះៗ ក្នុងការអភិវឌ្ឍគំរូដើមរបស់យើង។

Tap ផ្ដល់សេវាកម្មជូនអតិថិជន ២៤ ម៉ោង សំដៅលើការធានាសុវត្ថិភាព និងភាពជឿជាក់ចាប់តាំងពីការកក់រហូតការដល់ទីតាំងគោលដៅ ដើម្បីអាចរក្សាទាក់ទាញអតិថិជនឱ្យត្រឡប់មកប្រើសេវាកម្មរបស់យើងវិញជាបន្តបន្ទាប់។ យើងផ្ដល់ជូននូវបទពិសោធន៍ធ្វើដំណើរប្រកបដោយផាសុកភាពជាមួយនឹងសេវាកម្មល្អអស្ចារ្យ ក្នុងនោះផងដែរយើងក៏ទទួលបានមតិវិជ្ជមានពីអតិថិជនទៅលើអ្នកបើកបររបស់យើងដែលពួកគាត់សុទ្ធតែមានជំនាញល្អ។ លក្ខណៈពិសេសបន្ថែមរបស់ Tap គឺអនុញ្ញាតឱ្យយកសត្វចិញ្ចឹមធ្វើដំណើរជាមួយ និងការផ្ដល់សេវាធានារ៉ាប់រងសំដៅធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវបទពិសោធន៍ធ្វើដំណើររបស់អតិថិជនទាំងមូល។

ណោង រិទ្ធី,

សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃ

TapApp

"ស្រឡាញ់អ្វីដែលអ្នកធ្វើហើយត្រៀមខ្លួនដើម្បីប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាដោយមិនបោះបង់។ ភាពជោគជ័យត្រូវការពេលវេលា និងការខិតខំប្រឹងប្រែង ដូច្នេះត្រូវមានកម្លាំងចិត្ត, បន្តស្វែងរកគំនិតថ្មីៗ និងធ្វើឱ្យអស់ពីលទ្ធភាព។ អបអរសាទររាល់សមិទ្ធផលរបស់ខ្លួន ទោះបីជាសមិទ្ធផលនោះតូចយ៉ាងណាក្ដី ហើយជឿជាក់លើចក្ខុវិស័យរបស់អ្នក។"

គំនិតនេះត្រូវបានចាប់ផ្តើមកាលពី ១០ ឆ្នាំមុន នៅពេលដែលសហស្ថាបនិករបស់ខ្ញុំ និងខ្ញុំបានចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មហាងអាហាររួមគ្នា ហើយយើងបានប្រឈមមុខនឹងបញ្ហានៃការស្វែងរកទំនិញផ្សេងៗ ពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ជាច្រើន។ នេះហើយជាមូលហេតុដែល Tenbox ត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីដោះស្រាយចំណុចឈឺចាប់ (Pain Points) របស់អាជីវកម្មសេវាកម្មម្ហូបអាហារ ដោយប្រមូលអ្នកផ្គត់ផ្គង់គ្រប់ប្រភេទទៅក្នុងទីផ្សារតែមួយ ដូច្នេះពួកគេអាចស្វែងរកប្រភព, ប្រៀបធៀបតម្លៃ និងតាមដានការដឹកជញ្ជូនក្នុងពេលវេលាជាក់ស្តែង។

យើងបានចាប់ផ្តើមសាកល្បងគំនិតរបស់យើងដោយបង្កើតគេហទំព័រមួយជាគំរូដើមដែលភ្ជាប់ចេញពី Shopify ។ យើងបានចំណាយពេលមួយថ្ងៃដើម្បីរៀបចំគេហទំព័រនេះ។ យើងបានចាប់ផ្តើមផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដើម្បីពិនិត្យមើលថាតើយើងទទួលបានចំណាប់អារម្មណ៍ពីអតិថិជនគោលដៅរបស់យើង ហើយពួកគេបានចូលមកក្នុងគេហទំព័រដែរឬទេ ដែលនេះជារបៀបដែលយើងធ្វើសុពលកម្មទៅលើគំនិតអាជីវកម្មរបស់ពួកយើង។ បន្ទាប់មក យើងបានវិនិយោគក្នុងការបង្កើតគេហទំព័រទីផ្សារផ្ទាល់ខ្លួនរបស់យើង។

Tenbox ត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមពាក់ព័ន្ធនឹងភាពងាយស្រួល (Convenience) និងភាពអាចចូលដល់បាន (Accessibility)។ យើងបង្កើតថ្នាលនេះជាដំណោះស្រាយមួយសម្រាប់ម្ចាស់ហាងដើម្បីងាយស្រួលស្វែងរកអ្នកផ្គត់ផ្គង់ជាច្រើនប្រភេទ ក៏ដូចជាការចូលទៅកាន់អ្នកផ្គត់ផ្គង់ថ្មី ឬអ្នកចែកចាយដើម (Original Distributors) ដែលអាចផ្តល់តម្លៃប្រសើរជាងមុន ឬជាតម្លៃលក់ដុំ។

ក្នុងរយៈពេល ៣ ឆ្នាំកន្លងមកនេះ, យើងបានប្រមូលអាជីវកម្មច្រើនជាង ៤,០០០ ចុះឈ្មោះដាក់បញ្ចូលក្នុងថ្នាលរបស់យើង។ យើងបានធ្វើការជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់គ្រប់ប្រភេទ ទាំងជាអ្នកចែកចាយ, អ្នកលក់ដុំ, អ្នកផលិតក្នុងស្រុក និងកសិករផងដែរ ដើម្បីផ្តល់ជម្រើសសម្បូរបែបជូនដល់អ្នកទិញរបស់យើង។

ទី សុខមុី,

សហស្ថាបនិក និងនាយកផ្នែកពាណិជ្ជកម្មនៃ
Tenbox

“សូមកុំមានអារម្មណ៍ថាអ្នកមានប្រភពមកពីកន្លែងតូចទាបអី, ទំហំទីផ្សាររបស់អ្នកគឺធំគ្មានដែនកំណត់ទេ កុំកំណត់ព្រំដែនសម្រាប់ខ្លួនឯងអី។ ដំណោះស្រាយអាជីវកម្មរបស់អ្នកប្រហែលជាអាចមានអ្នកត្រូវការនៅក្នុងប្រទេសសិង្ហបុរី, ប្រទេសនៅតំបន់អឺរ៉ុប ឬសូម្បីតែនៅសហរដ្ឋអាមេរិក។ ចាំបាច់ យើងគ្រាន់តែចេញទៅទីនោះ ហើយធ្វើការសាកសួរ។ ធនធានមាននៅគ្រប់ទីកន្លែង រួមទាំងបច្ចេកវិទ្យាដែលនវានុវត្តជននៅតំបន់ **Silicon Valley** កំពុងប្រើប្រាស់ ដូច្នេះយើងអាចបង្កើតវត្ថុដ៏អស្ចារ្យចេញពីវា។ គិតធំហើយធ្វើធំ។”

អ៊ូ កេតសុវត្ថិ,

សហស្ថាបនិកនៃ
UniFlow

“ការបង្កើតធុរកិច្ចគឺជារឿងលំបាកមួយ ប៉ុន្តែការបង្កើតធុរកិច្ចដែលពិតជាដោះស្រាយបញ្ហា និងតម្រូវការរបស់អតិថិជនគឺរឹតតែពិបាកជាងនេះទៅទៀត។ ប្រសិនបើខ្ញុំជាសហគ្រិនថ្មីទើបចូលក្នុងវិស័យលើកដំបូងនេះ, ខ្ញុំនឹងផ្តោតលើការកំណត់យកបញ្ហាសំខាន់ៗ ដែលអតិថិជនប្រឈម មុនពេលគិតដល់ការបង្កើតដំណោះស្រាយ ឬបច្ចេកវិទ្យាណាមួយ។”

ជាសាច់រឿងគឺចាប់ផ្តើមពីបញ្ហាប្រឈមរបស់ម្តាយសហស្ថាបនិកម្នាក់របស់ UniFlow ក្នុងការគ្រប់គ្រងការដាក់ជួលរបស់គាត់។ ជារឿយៗ គាត់មានបញ្ហាទៅលើការបាត់វិក្កយបត្រ, កង្វះពេលវេលាក្នុងការប្រមូលព័ត៌មានពីការប្រើប្រាស់ទឹកភ្លើង និងការលំបាកក្នុងការបូកសរុបទូទាត់ឱ្យមានប្រសិទ្ធភាព។ បទពិសោធន៍របស់គាត់បានបំផុសគំនិតពួកយើងដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនេះ។ មុនពេលដាក់ដំណោះស្រាយបច្ចុប្បន្នរបស់ពួកយើងឱ្យប្រើប្រាស់, ពួកយើងបានធ្វើការសម្ភាសជាមួយអតិថិជនដែលអាចជាក្រុមគោលដៅរបស់យើង ដើម្បីស្វែងយល់ថា តើពួកគេកំពុងប្រឈមមុខនឹងបញ្ហាស្រដៀងគ្នានេះដែរឬទេ ដើម្បីធានាថាដំណោះស្រាយពួកយើងឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការពិតប្រាកដ។

យើងបានធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ និងសម្ភាសអតិថិជនដែលអាចជាក្រុមគោលដៅរបស់យើងដើម្បីកំណត់ថាតើពួកគេប្រឈមនឹងបញ្ហាស្រដៀងគ្នាដែរឬអត់សំដៅធានាថាពួកយើងបានឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការដែលពាក់ព័ន្ធបំផុត។ យើងក៏បានសួរអំពីមុខងារដែលពួកគេយល់ថាមានប្រយោជន៍បំផុត។ តាមរយៈការប្រមូលព័ត៌មាននេះ, យើងអាចបម្លែងគំនិតទៅជាគំរូដើមដែលឆ្លើយតបឱ្យស្របទៅនឹងតម្រូវការរបស់អតិថិជន ជួយទៅដល់ការងាររបស់ពួកគេយ៉ាងពិតប្រាកដ។

ផ្ទាលរបស់ពួកយើងមានឧបករណ៍គណនាដោយស្វ័យប្រវត្តិទៅលើការជួល ដែលធានាភាពត្រឹមត្រូវ និងស័ក្តិសិទ្ធិភាព, បំបាត់កំហុសដែលធ្វើដោយដៃ និងសន្សំពេលវេលា។ លើសពីនេះ SmartMeter គឺជាឧបករណ៍ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិតនៃវត្ថុ (Internet of Things) ដែលប្រមូលទិន្នន័យដោយស្វ័យប្រវត្តិពីឧបករណ៍វាស់ការប្រើប្រាស់ ដូចជា អគ្គិសនី, ទឹក ឬឧស្ម័នដែលបញ្ជូនទិន្នន័យជាក់ស្តែងទៅកាន់ប្រព័ន្ធមេ។ SmartMeter អាចតាមដានពីចម្ងាយបាន, សម្រួលដល់ការចេញវិក្កយបត្រ, បង្កើនភាពត្រឹមត្រូវ, ផ្តល់ព័ត៌មានអំពីការប្រើប្រាស់ និងផ្តល់ដំណឹងនៅពេលមានភាពមិនប្រក្រតីណាមួយកើតឡើង ដែលជួយអ្នកប្រើប្រាស់គ្រប់គ្រងធនធាន និងការពារពីបញ្ហាប្រកបដោយស័ក្តិសិទ្ធិភាព។

បច្ចុប្បន្ននេះ យើងស្ថិតនៅក្នុងដំណាក់កាលការស្រាវជ្រាវ និងអភិវឌ្ឍន៍។ ក្នុងដំណាក់កាលនេះ យើងកំពុងផ្តោតលើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ និងការអភិវឌ្ឍគំរូដើមដំបូងរបស់យើង ដែលអនុញ្ញាតឱ្យយើងយល់ពីតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងកែលម្អផលិតផលរបស់យើង។ ដោយសារយើងនៅតែកំពុងសាកល្បង និងកែលម្អ, ផលិតផលនេះនៅមិនទាន់ដាក់ចេញឱ្យប្រើប្រាស់នៅឡើយទេ។

ចូលចិត្តរុករក និងបង្កើតវត្ថុថ្មី។ ខ្ញុំចូលចិត្តអានអត្ថបទអំពីបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ និងនិន្នាការនៃបច្ចេកវិទ្យានាពេលអនាគត។ ខណៈខ្ញុំមានពេលទំនេរ ខ្ញុំតែងតែរៀបចំដំណើរផ្សងព្រេងជុំវិញប្រទេសកម្ពុជា និងក្រៅប្រទេស ដែលនេះជាកត្តាទាក់ទាញខ្ញុំឱ្យបង្កើតអួតអេប (Uot App)។

Uot App ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយជនជាតិខ្មែរក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ ជាសហគមន៍ឌីជីថលសម្រាប់អ្នកចូលចិត្តដំណើរកម្សាន្ត។ តាមរយៈការប្រើកម្មវិធី Uot App អ្នកប្រើប្រាស់នឹងទទួលបានតម្លៃពិតប្រាកដនៃការធ្វើដំណើរកម្សាន្តប្រកបដោយភាពរីករាយ, ការសន្សំសំចៃ និងទទួលអារម្មណ៍ដូចជាអ្នកក្នុងស្រុកកំពុងធ្វើដំណើរក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ចក្ខុវិស័យរបស់យើងគឺភ្ជាប់អ្នកស្រឡាញ់ការធ្វើដំណើរក្នុងប្រទេសកម្ពុជាទៅកាន់តំបន់អាស៊ី និងសកលលោក។ បេសកកម្មរបស់យើងគឺបង្កើតវេទិកាឌីជីថលសម្រាប់អ្នកស្រឡាញ់ការធ្វើដំណើរអាចលើកកម្ពស់ទេសចរណ៍ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពមនុស្ស។

ពេជ សូវៀត,

សហស្ថាបនិក និងនាយកប្រតិបត្តិនៃអួត App

"ចំពោះសហគ្រិនវ័យក្មេង សូមបន្តដំណើរឆ្ពោះទៅរកដំណើរការធុរកិច្ចថ្មីរបស់អ្នកតាមរយៈការអនុវត្ត, ការរៀនសូត្រ, ការកែលម្អ និងការទ្រទ្រង់ធុរកិច្ចរបស់អ្នកឱ្យមានភាពនិរន្តរភាព។ ប្រទេសកម្ពុជាយើងត្រូវការអ្នកទាំងអស់គ្នាជំរុញឱ្យសេដ្ឋកិច្ចរីកចម្រើនក្នុងរយៈពេល ៥-១០ ឆ្នាំខាងមុខ។"

ម៉ៅ សុវណ្ណាគង់,

សហស្ថាបនិកនៃ
Zippy Express

“បទពិសោធន៍ដ៏សំខាន់បំផុតក្នុងនាមជាស្ថាបនិកធុរកិច្ចថ្មីគឺ "សូមធ្វើចុះ" និងទទួលយកផ្នត់គំនិតមួយថា "ចូរនិយាយថា បាទ/ចា ពេលនេះសិន ហើយចាំគិតរបៀបធ្វើតាមក្រោយ"។ ខ្ញុំមិនឱ្យភាពមន្ទិលសង្ស័យមករារាំងខ្ញុំឡើយ និងនៅពេលខ្ញុំជឿជាក់លើការសម្រេចចិត្តមួយហើយ ខ្ញុំនឹងធ្វើវា ក្រោយពីពិភាក្សាជាមួយដៃគូខ្ញុំហើយ។ ជំនួសឱ្យការរង់ចាំនូវភាពល្អឥតខ្ចោះ, ខ្ញុំទំនាក់ទំនងអតិថិជនដំបូងឱ្យយ៉ាងឆាប់រហ័ស ហើយយកមតិត្រឡប់របស់ពួកគេ មកធ្វើឱ្យផលិតផលរបស់ **Zippy Express** កាន់តែប្រសើរ។ វិធីសាស្ត្រនេះបានជួយឱ្យយើងរៀនសូត្របានលឿន និងបង្កើតសេវាកម្មមួយដែលឆ្លើយតបតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជនយ៉ាងពិតប្រាកដ ដែលនាំឱ្យយើងរកឃើញតម្រូវការផលិតផលដែលឆ្លើយតបទៅនឹងទីផ្សារ។”

មុនពេលបង្កើត Zippy Express ឡើង, ខ្ញុំធ្លាប់មានបទពិសោធន៍ក្នុងការទិញ និងលក់ផលិតផលតាមអនឡាញ ហើយសង្កេតឃើញបញ្ហាធំមួយពាក់ព័ន្ធប្រព័ន្ធដឹកជញ្ជូនដែលធ្វើឡើងដោយដៃ។ ជាញឹកញាប់, អ្នកដឹកជញ្ជូនត្រូវទូរស័ព្ទទៅកាន់អតិថិជនជាច្រើនដង ដែលនាំឱ្យមានកំហុសក្នុងការដឹកជញ្ជូន។ គោលបំណងរបស់យើងគឺបង្កើតប្រព័ន្ធដឹកជញ្ជូនឆ្លាតមួយដែលដំណើរការមានភាពងាយស្រួលទាំងសម្រាប់អ្នកផ្ញើ និងអ្នកទទួល។ តាមរយៈការប្រមូលទិន្នន័យអតិថិជន យើងមានគោលបំណងកំណត់នូវលំនាំ, បង្កើនសុក្រឹតភាព និងពង្រឹងសេវាដឹកជញ្ជូនជារួមឱ្យបានប្រសើរឡើង។

ដើម្បីបង្កើត Zippy Express ឡើង, យើងបានបង្កើតគំរូដើមដោយប្រើវិធីសាស្ត្រដែលធ្វើឡើងដោយដៃ ដើម្បីកំណត់អ្នកដែលអាចនឹងប្រើប្រាស់សេវាសកម្មរបស់យើង និងដៃគូដែលមានសក្តានុពល។ យើងបានបង្កើតឆាតស្វ័យប្រវត្តិដែលកក់តាមតេឡេក្រាមបាន (Telegram booking bot) សម្រាប់ឱ្យអតិថិជនធ្វើការកក់សេវាដឹកជញ្ជូនបានយ៉ាងងាយស្រួល។ នៅពេលយើងប្រមូលមតិត្រឡប់ពីអ្នកប្រើប្រាស់ទាំងនេះ យើងបានប្រើទិន្នន័យនេះមកអភិវឌ្ឍកម្មវិធីដឹកជញ្ជូនពេញលេញតាមវេប ដោយប្រើជាមួយកម្មវិធីតេឡេក្រាម ដើម្បីភ្ជាប់ថ្នាលរបស់ Zippy Express ទៅកាន់អតិថិជនដោយផ្ទាល់។

Zippy Express ផ្តល់ដំណោះស្រាយនៃបណ្តុំសេវាកម្មឡូហ្សីស្ទិកមួយ (One-stop Logistics) សម្រាប់អ្នកលក់តាមអនឡាញនៅកម្ពុជា ដោយគ្របដណ្តប់លើការរក្សាទុក, ការវេចខ្ចប់ និងការដឹកជញ្ជូន។ ថ្នាលរបស់យើងអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនគ្រប់គ្រងសារពើភណ្ឌ ឬស្តុកទំនិញ, តាមដានការដឹកជញ្ជូន និងការទទួលបានបទពិសោធន៍ប្រើប្រាស់សេវាដ៏ងាយស្រួលមួយដោយមិនមានការព្រួយបារម្ភ ដែលធ្វើឱ្យអតិថិជនអាចផ្តោតលើការលក់ផលិតផលរបស់ពួកគេបាន នៅពេលដែលប្រើប្រាស់ថ្នាលរបស់យើង។

បច្ចុប្បន្ននេះ មានហាងចំនួន ១៥០ ដែលប្រើប្រាស់សេវាកម្មរបស់យើង ដែលក្នុងនោះមានចំនួនប្រមាណជា ២០ ដែលប្រើប្រាស់សេវាកម្មរបស់យើងក្នុងការគ្រប់គ្រងស្តុក និងវេចខ្ចប់។ ផលប័ត្ររបស់យើង (Portfolio) រួមមា====នដូចជា អ្នកលក់គ្រឿងសំអាង, សម្លៀកបំពាក់ និងគ្រឿងអលង្ការ (នាឡិកា និងខ្សែក ជាដើម)។

ឯកសារយោង

Alexander Nolte, Ei Pa Pa Pe-Than, Abasi-amefon Obot Affia, Chalalai Chaihirunkarn, Anna Filippova, Arun Kalyanasundaram, Maria Angelica Medina, Erik Trainer, James D. Herb sleb. (2020). How to organize a hackathon– A planning kit.

Atlas. ti. (2024). The Ultimate Guide to Qualitative Research. *The Ultimate Guide to Qualitative Research - Part 1: The Basics.* Retrieved from https://atlasti.com/guides

AtukpawuTipton, G., Higman, S., & Morrison, C. (2020). *Qualitative Evaluation.* Office of Planning, Research, and Evaluation, U.S. Department of Health and Human Services. Retrieved from https://www.jbassoc.com/wp-content/uploads/2020/12/Qualita tive_Evaluation.pdf

Bhandari, P. (2020). What is Qualitative Research? Methods & Example. Retrieved from https://www.scribbr.com/methodology/qualitative-research/

Boyce, C., & Neale, P. (2006). *Conducting In-Depth Interviews: A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews for Evaluation Input.* Pathfinder International.

Bryman, A., & Bell, E. (2011). *Business Research Methods Third Eidition.* Oxford.

Bulsulwa, Birdthistle & Dunn. (2020). *Startup Accelerator: A Field Guide.*

Bunthan, S., Then, Y., Oem, C., & Ouch, S. (2024). *Start a Startup - A Guide for Cambodia's FutureFounders.* Phnom Penh: Techo Startup Center.

Busulwa, R., Birdthistle, N., & Dunn, S. (2020). *Startup Accelerators: A Field Guide.* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Carnegie UK Trust and Scottish Libray and Information Council. (2016). *Hackathons: A Practical Guide.* Carnegie UK Trust.

Chan, P. (2018). *Tech Innovation Sector of Phnom Penh: Landscape Scoping and Narrative of Change 2013 -2018.* Phnom Penh: USAID.

Dee, N., Gill, D., Weinberg, C., & McTavish, S. (2015). *Startup Support Programmes.* Nesta.

Duke Kunshan University. (2024). *Post-Incubation.* Retrieved from Duke Kunshan University: https://ine.dukekunshan.edu.cn/dii/post-incubation/

Dworkin, S. (2012). Sample Size Policy for Qualitative Studies Using In-Depth Interviews. *Arch Sex Behav 41, 1319–1320.* Retrieved from https://doi.org/10.1007/s10508-012-0016-6

Eglestone, L. (2023). The many benefits of hackathons. Retrieved from https://www.linkedin.com/pulse/many-benefits-hackathons-lee-englestone-/

Ek, S., & Vandenberg, P. (2022). *Cambodia's Ecosystem For Technology Startups*. Asia Development Bank.

Faster Capital. (2024). The top support programs for startups. Retrieved from https://fastercapital.com/content/The-top-support-programs-for-startups.html

Feld, B. (2012). *Startup Communities Building an Entrepreneruial Ecosystem in Your City.* Hoboken: NJ:John Wiley & Sons.

InterQ. (2024). How Data Saturation Works in Qualitative Research. Retrieved from https://interq-research.com/how-data-saturation-works-in-qualitative-research/

Kaushik, A. (2024, November 18). What is a hackathon? Types, benefits, structure & tips. Retrieved from https://www.wecreateproblems.com/blog/what-is-a-hackathon

Kem, B., Sou, J., Ng, Z. & Chan, P. (2019). *Cambodia's Vibrant Tech Startup Ecosystem in 2018.* Phnom Penh: Mekong Strategic Partner and Raintree Developement.

Kohne, A., & Wehmeier, V. (2020). Hackathons: *From Idea to Successful Implementation.* Springer Nature Switzerland.

Madhu, P. (2024, January 29). LinkedIn. Retrieved from LinkedIn: https://www.linkedin.com/pulse/top-10-challenges-students-face-during-hackathons-makeskilled-vhgyc/

McCombes, S. (2019). Sampling Methods: Types, Techniques, and Examples. Retrieved from https://www.scribbr.com/methodology/sampling-methods/

Mentoring Complete. (2023, December 30). *What are the Problems with Business Incubators? How to address them? Retrieved from Mentoring Complete:* https://www.mentoringcomplete.com/what-are-the-problems-with-business-incubators-how-to-address-them/

Morse, J. M. (2000). Determining Sample Size. Retrieved from https://doi.org/10.1177/104973200129118183

Nesta. (2014). *Startup Accelerator Programs: A Practice Guide.* London: Nesta.

Nogueira, R. (2022, March 17). *TAIKAI.* Retrieved from https://taikai.network/blog/mistakes-to-avoid-hosting-a-hackathon

Orienteed. (2024, February 15). *Orienteed.* Retrieved from Orienteed: https://orienteed.com/en/b2b-b2c-b2b2c-c2c-c2b/

Pamela, B. R., & Jerri, L. C. (2020). In-Depth Interviewing. Retrieved from https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0019

Phong, K., Som, V., Srou, L., & Vong, R. (2022). *Tech Startup Ecosystem in Cambodia 2022.* Phnom Penh: Techo Startup Center.

Phong, K., Som, V., Srou, L., & Vong, R. (2022). *Tech Startup Ecosystem in Cambodia 2022: Challenges, Opportunities, and Ways Forward.* Phnom Penh: Techo Startup Center.

Rae, B. (2023, August 3). *Doodle.* Retrieved from Doodle: https://doodle.com/en/benefits-of-a-digital-calendar-saving-time-in-the-workplace/

RGC. (2021a). *Mid-term Review Report of the Cambodia Industrial Development Policy 2015 - 2025.* Phnom Penh: Royal Government of Cambodia.

RGC. (2021b). *Cambodia Digital Economy and Society Policy Framework 2021 - 2035.* Phnom Penh: Royal Government of Cambodia.

RGC. (2023). *Pentagonal Strategy-Phase I.* Phnom Penh: Royal Government of Cambodia.

Richard, B., Naomi, B., & Steve, D. (2020). Startup Accelerators: *A Field Guide.* Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Ritchie, J., Lewis, J., Elam, G., Tennant, R., & Rahim, N. (2014). Designing and Selecting Samples. In J. Ritchie, J. Lewis, C. M. Nicholls, & R. Ormston, *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers.* SAGE.

Samuel, L.-D., & Irma, P. V. (2022). *The Hackathon Survival Guide: Make Your Hack Stand Out from the Crowd.*

Shaheen, M., Pradhan, S., & Ranajee, R. (2019). Sampling in Qualitative Research. doi:10.4018/978-1-5225-5366-3.ch002

Swisscontact, Impact Hub Phnom Penh. (2021). *Connecting the Phnom Penh Entrepreneurial Ecosystem.* Credit Suisse.

Techo Startup Center. (2020). *Startup Development Strategic Framework.* Phnom Penh: Techo Startup Center.

UNDP. (2021). *Supporting Young Entepreneur Guidebook.*

UNIDO. (2023). *Training Manual for Incubators: Business Incubators to Support Entrepreneurship and MSME Creation in Somalia.* UNIDO.

រៀបចំដោយ៖

នាយកដ្ឋានបរិវត្តកម្មឌីជីថលសហគ្រាសនៃមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ"

២០២៥