Article
47

ធុរកិច្ចថ្មី

ដំណើរវិវត្តន៍នៃធុរកិច្ចថ្មីត្រូវបានផ្សារភ្ជាប់យ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយនឹងវត្តមាននៃបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្ម និងការវិវត្តនៃបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលថ្មីៗ។ ពាក្យថា **«ធុរកិច្ចថ្មី»** ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដំបូងនៅទសវត្សរ៍ឆ្នាំ១៩៧០ សម្រាប់ពិពណ៌នាអំពីសហគ្រាសថ្មី ដែលជាសហគ្រាសខ្នាតតូចមានដើមទុន និងធនធានមានកម្រិតនៅក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យានៅក្នុងប្រទេសសហរដ្ឋអាមេរិក។ ក្រោយមកទៀត ពាក្យ **«ធុរកិច្ចថ្មី»** ក៏ទទួលបានប្រជាប្រិយភាពកាន់តែខ្លាំង រហូតដល់មានការបង្កើតជាប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មី ដូចជាតំបន់ Silicon Valley ក្នុងរដ្ឋកាលីហ្វ័រញ៉ាដែលបានក្លាយជាកន្លែងដ៏ល្បីល្បាញមួយសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មីបច្ចេកវិទ្យា។ ចំនួនប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីបន្តមានការកើនឡើងពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ ដែលធ្វើឱ្យនៅក្នុងយុគសម័យឌីជីថលនាពេលសព្វថ្ងៃនេះ ធុរកិច្ចថ្មីបានក្លាយជាកត្តាដ៏សំខាន់មួយនៅក្នុងការជំរុញការបង្កើតថ្មី និងការកសាងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល ដែលធ្វើឱ្យការស្វែងយល់ពីធុរកិច្ចថ្មីគឺជារឿងចាំបាច់មួយ។ យោងតាម ក្របខណ្ឌគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមឌីជីថលកម្ពុជា ២០២១-២០៣៥ **«ធុរកិច្ចថ្មី»** សំដៅដល់ស្ថាប័ន ឬដំណើរការបង្កើត និងគ្រប់គ្រងធុរកិច្ចដែលប្រើប្រាស់នវានុវត្តន៍ជាស្នូលនៃការបង្កើតគំរូអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ក្រោមលក្ខខណ្ឌមិនច្បាស់លាស់ និងមានហានិភ័យ ប៉ុន្តែមានសក្តានុពលរីកចម្រើនលឿន។ ធុរកិច្ចថ្មីត្រូវបានបង្កើតឡើងប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងមានគោលបំណងដើម្បីដោះស្រាយភាពខ្វះខាតនៃផលិតផលដែលមានស្រាប់ ឬបង្កើតជាផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មីទាំងស្រុងដែលអាចជះឥទ្ធិពល ឬរំខានដល់ការគិត និងការធ្វើអាជីវកម្មនៅក្នុងវិស័យ ឬឧស្សាហកម្មផ្សេងៗ។ ធុរកិច្ចថ្មីជាទូទៅចាប់ផ្តើមដំណើរការជាមួយនឹងការចំណាយខ្ពស់ និងត្រូវការពេលវេលាដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណេញ ដែលនេះជាមូលហេតុដែលម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីត្រូវការស្វែងរកដើមទុនពីប្រភពផ្សេងៗ។

I. ប្រភេទនៃធុរកិច្ចថ្មី

នៅក្នុងបរិបទសម័យទំនើបនេះ មនុស្សគ្រប់គ្នាព្យាយាមខិតខំនាំយកមកនូវភាពច្នៃប្រឌិត គំនិត និងដំណោះស្រាយល្អៗ ដើម្បីបង្កើតធុរកិច្ចថ្មីមួយឱ្យជោគជ័យ ប៉ុន្តែរាល់គោលគំនិត និងភាពច្នៃប្រឌិតទាំងនោះគឺពុំទាន់មានភាពគ្រប់គ្រាន់នោះទេ គឺយើងទាំងអស់គ្នាចាំបាច់ត្រូវស្គាល់ឱ្យច្បាស់នូវមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃធុរកិច្ចថ្មីជាមុនសិន ជាពិសេសនោះគឺការជ្រើសរើសឱ្យបានត្រូវនូវប្រភេទធុរកិច្ចថ្មីដែលយើងចង់បង្កើត។ អាស្រ័យហេតុនេះ ដើម្បីយល់ពីលក្ខណៈផ្សេងៗគ្នានៃធុរកិច្ចថ្មីឱ្យបានកាន់តែប្រសើរ យើងចាំបាច់ត្រូវពិនិត្យមើលលើប្រភេទទាំង ៦ ដូចខាងក្រោម៖

1. Scalable Startups

ធុរកិច្ចថ្មីប្រភេទនេះ ភាគច្រើនបង្កើតឡើងនៅក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យា មានលក្ខណៈប្លែកពីគេ ដែលអាចឱ្យធុរកិច្ចថ្មីទាំងនេះអាចជ្រៀតចូលទៅកាន់ទីផ្សារសកលបាន។ ធុរកិច្ចថ្មីទាំងនេះមានសក្តានុពលសម្រាប់ទីផ្សារអន្តរជាតិ និងអាចទទួលបានការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុពីវិនិយោគិនធំៗ។ ជាឧទាហរណ៍ Scalable Startups ល្បីៗមាន ដូចជា Google, Uber, Facebook និង Twitter ជាដើម។ ធុរកិច្ចថ្មីទាំងនេះផ្តោតលើការជួលអ្នកដែលមានទេពកោសល្យ និងស្វែងរកការគាំទ្រពីអ្នកវិនិយោគ ដើម្បីពន្លឿនការអភិវឌ្ឍគំនិត និងសម្រេចបាននូវវិសាលភាពដែលពួកគេចង់បាន។ ពួកគេផ្លាស់ប្តូរឧស្សាហកម្ម និងបង្អាក់ទីផ្សារប្រពៃណី តាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា និងគំរូអាជីវកម្មប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត។ Scalable Startups អាចពង្រីកប្រតិបត្តិការរបស់ពួកគេបានឆាប់រហ័ស និងងាយទទួលបានមូលដ្ឋានអតិថិជនច្រើន ដែលជាហេតុធ្វើឱ្យពួកគេមានឱកាសទទួលបានការវិនិយោគផងដែរ។

2. Small Business Startups

ជាទូទៅ ធុរកិច្ចថ្មីប្រភេទនេះកើតចេញពីគំនិតផ្តួចផ្តើមរបស់បុគ្គល ដោយគ្មានការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាធំៗ និងប្រើប្រាស់ទុនវិនិយោគដោយខ្លួនឯង។ ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មទាំងនេះមានគន្លងកំណើនប្រកបដោយស្ថិរភាព និងឯករាជ្យ ដោយបង្កើតសេវាកម្មតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត និងពុំចាំបាច់មានថ្នាលអ្វីពិសេសនោះទេ។ ជាក់ស្តែង ចំពោះធុរកិច្ចថ្មីប្រភេទនេះមាន ដូចជា ហាងលក់គ្រឿងទេស ហាងកាត់សក់ និងភ្នាក់ងារទេសចរណ៍ជាដើម ហើយ Small Business Startups នេះផ្តោតសំខាន់លើសហគមន៍ និងក្នុងតំបន់ ដែលមានតម្រូវការលើសេវាកម្មរបស់ពួកគេ។ ប្រសិនបើអ្នកចង់ចាប់យកធុរកិច្ចថ្មីប្រភេទនេះ ចាំបាច់គួរផ្តោតលើការកសាងទំនាក់ទំនងជាមួយសហគមន៍មូលដ្ឋានរបស់អ្នក និងប្រើប្រាស់ថ្នាលបណ្តាញសង្គម ដើម្បីជាឧបករណ៍ក្នុងការទាក់ទាញអតិថិជនឱ្យបានកាន់ទូលំទូលាយ។

3. Lifestyle Startups

Lifestyle Startups គឺជាប្រភេទពិសេសមួយនៅក្នុងចំណោមប្រភេទផ្សេងៗ ដោយបុគ្គលបង្វែរចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់ពួកគេទៅជាឱកាសអាជីវកម្ម។ ធុរកិច្ចថ្មីប្រភេទនេះអនុញ្ញាតឱ្យយើងស្វែងរកអ្វីដែលយើងស្រឡាញ់ និងបង្កើតអាជីវកម្មពីការស្រឡាញ់ទាំងនោះ ជាក់ស្តែង អ្នកស្រឡាញ់ការរាំអាចបង្កើតសាលារាំតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត ដើម្បីបង្រៀនអ្នកដទៃផ្សេងទៀតបាន។ Lifestyle Startups ផ្តោតលើប្រយោជន៍ផ្ទាល់ខ្លួន និងអាចចែករំលែកអ្វីដែលខ្លួនស្រឡាញ់ជាមួយអ្នកដទៃ ហើយព្រមទាំងទទួលបាននូវប្រាក់ចំណេញទៀតផង។

4. Buyable Startups

Buyable Startups ស្ថិតនៅក្នុងឧស្សាហកម្មបច្ចេកវិទ្យា និង Software ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីលក់ទៅឱ្យក្រុមហ៊ុនធំៗនាពេលអនាគត។ ជាឧទាហរណ៍ Amazon ទិញយក Whole Foods

និង Uber ទិញយក Postmates។ វិធីសាស្ត្រនេះតម្រូវឱ្យមានការរៀបចំផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ គំនិតច្នៃប្រឌិត និងការយល់ដឹងអំពីនិន្នាការទីផ្សារ ហើយសហគ្រិនចាំបាច់ត្រូវតែបង្កើតការផ្តល់ជូនពិសេស ដែលខុសប្លែកពីធុរកិច្ចថ្មីរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែង និងព្យាយាមទាក់ទាញអ្នកទិញដែលមានសក្តានុពល។

5. Big Business Startups

Big Business Startups ជាប្រភេទមួយមានលក្ខណៈពិសេស ដែលក្រុមហ៊ុនបានបង្កើតឡើងដោយសម្របខ្លួន និងមានភាពច្នៃប្រឌិត ដើម្បីរក្សាការប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារដែលមានការប្រែប្រួលញឹកញាប់ (Dynamic Market)។ ក្រុមហ៊ុន Apple យល់ច្បាស់ពីតម្រូវការនៃការវិវត្តរបស់ទីផ្សារ ដើម្បីបំពេញតាមចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជន និងយកឈ្នះលើការប្រកួតប្រជែងរបស់ខ្លួន ដោយ Apple បានធ្វើការផ្លាស់ប្តូរក្រុមហ៊ុនខ្លួនពីក្រុមហ៊ុនកុំព្យូទ័រទៅជាការផ្តល់ជូននូវផលិតផលចម្រុះ ដូចជា iPads, Apple Music, Apple TV, iCloud និង Apple Cards ជាដើម ដែលបង្ហាញពីភាពរហ័សរហួនរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ។ នៅក្នុងទិដ្ឋភាពអាជីវកម្មដែលផ្លាស់ប្តូរឥតឈប់ឈរនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ស្ថាប័នធំៗត្រូវតែទទួលយកផ្នត់គំនិតនៃការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្ម ហើយផ្តោតលើការរចនាដំណោះស្រាយប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត ដែលបំពេញតម្រូវការអ្នកប្រើប្រាស់ទំនើប ហើយភាពរហ័សរហួន និងការបង្កើតថ្មីជាបន្តបន្ទាប់ គឺជាគន្លឹះក្នុងការពង្រីក និងបង្កើនភាពរីកចម្រើនរបស់ធុរកិច្ចថ្មីប្រភេទនេះ។

6. Social Startups

ធុរកិច្ចថ្មីប្រភេទនេះ បង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងជួយដល់ការកសាងសង្គម ជាក់ស្តែងធុរកិច្ចថ្មីដូចជា Ben & Jerry's Ice Cream ផ្តោតលើកំណែទម្រង់ពន្ធធនាគារ។ Social Startups ខ្លះដំណើរការជាអង្គការមិនរកប្រាក់ចំណេញ ដោយមានគោលការណ៍តែមួយគត់គឺដើម្បីធ្វើឱ្យពិភពលោកកាន់តែប្រសើរឡើង។ បន្ថែមពីនេះ យើងឃើញមាន Ecopreneurship កំពុងទទួលបានភាពទាក់ទាញដែលសហគ្រិនទាំងនេះប្រើប្រាស់ Social Startups ជាគំរូដោយផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍផលិតផល និងសេវាកម្មដែលមិនមានផលប៉ះពាល់ដល់បរិស្ថាន។ ភាពចាំបាច់នៃធុរកិច្ចថ្មីប្រភេទនេះ គឺមិនត្រឹមតែបង្កើតប្រាក់ចំណេញប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងរួមចំណែកដល់សុខុមាលភាពសង្គម និងបរិស្ថានទៀតផង។

II. វដ្តជីវិតនៃធុរកិច្ចថ្មី

ជារឿយៗ ធុរកិច្ចថ្មី ជាប្រភេទអាជីវកម្មថ្មីមួយ ដែលប្រើប្រាស់នវានុវត្តន៍ជាស្នូល ហើយមានសក្តានុពលរីកចម្រើនខ្លាំង ប៉ុន្តែក៏តែងតែមានហានិភ័យខ្ពស់ក្នុងដំណើរប្រតិបត្តិការផងដែរ។ ដំណើរការក្នុងការធ្វើធុរកិច្ចថ្មី ក៏មិនមែនមានភាពងាយស្រួលផងដែរ ពោលគឺត្រូវទាមទារការអត់ធ្មត់ បត់បែន និងមានការសម្របខ្លួនខ្ពស់ពីមួយដំណាក់កាលទៅមួយដំណាក់កាល ចាប់តាំងពីការកកើត រហូតក្លាយទៅជាក្រុមហ៊ុនដែលពេញលក្ខណៈ ទទួលបានជោគជ័យនៅក្នុងទីផ្សារ។ ដូច្នេះ ក្នុងអំឡុងពេលវដ្តជីវិតនេះ ធុរកិច្ចថ្មីនីមួយៗនឹងឆ្លងកាត់ដំណាក់កាលសំខាន់ៗមួយចំនួន រួមមាន៖

Ideation

ដំណាក់កាលដំបូងនៃការបង្កើតធុរកិច្ចថ្មី គឺចាប់ផ្តើមពីការគិតគូរដាក់ចេញ និងបង្កើតគំនិតអាជីវកម្ម តាមរយៈការមើលឃើញពីបញ្ហា ឬឱកាសនៅក្នុងទីផ្សារ ហើយចាប់ផ្តើមសិក្សាស្វែងយល់ពីបញ្ហា ឬឱកាសនោះ ដើម្បីបង្កើតជាគំនិតអាជីវកម្មដ៏ល្អ ដែលអាចដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនោះបាន។

Minimum Viable Product (MVP)

ការបង្កើតជា MVP គឺជាដំណាក់កាលទី២ បន្ទាប់ពីម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីបានរកឃើញនូវគំនិតអាជីវកម្មរបស់ពួកគេរួចរាល់ហើយ។ ដំណាក់កាលនេះ ពួកគេចាប់ផ្តើមយកគំនិតនោះ មកបង្កើតឱ្យចេញផលិតផលគំរូដើម ដោយមិនត្រូវបានសន្មតថាជាផលិតផលមួយពេញលេញ និងចុងក្រោយនោះទេ ដោយសារតែការបង្កើត MVP គឺដើម្បីយកមកសាកល្បងឱ្យទីផ្សារ ឬអតិថិជនដំបូងប្រើប្រាស់ ក្នុងគោលបំណងប្រមូលមតិកែលម្អ និងយោបល់ពីអ្នកប្រើប្រាស់ផ្ទាល់ ដើម្បីបន្តអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលនោះឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។

Investment

ដំណាក់បន្ទាប់ទៀត គឺជាដំណាក់កាលដែលម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីត្រូវស្វែងរកប្រភពទុន បន្ទាប់ពីពួកគេមានទំនុកចិត្តជាមួយផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ពួកគេហើយ។ ពួកគេអាច Pitch ផលិតផលរបស់ពួកគេទៅកាន់អ្នកវិនិយោគ ដើម្បីទទួលបានដើមទុនបន្ថែមយកមកជួយពង្រីកប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន។ ជាទូទៅនៅប្រទេសកម្ពុជា ប្រភពទុននៅដំណាក់កាលនេះ អាចនឹងចេញពីប្រភពថវិកាផ្ទាល់ខ្លួន, អ្នកវិនិយោគ ឬតាមរយៈការចូលរួមកម្មវិធីគាំទ្រផ្សេងៗដែលមានជាប្រាក់រង្វាន់។

Market Validation

នៅក្នុងដំណើរការនៃការបង្កើតធុរកិច្ចថ្មី ដំណាក់កាលនេះក៏ជាដំណាក់កាលសំខាន់មួយផងដែរ មុនពេលឈានទៅដំណាក់កាលចុងក្រោយនៃការណែនាំគំរូអាជីវកម្ម និងផលិតផលចូលទៅក្នុងទីផ្សារ។ ម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីត្រូវពិនិត្យមើលឡើងវិញនូវគំរូអាជីវកម្ម និងផលិតផលរបស់ខ្លួន ដើម្បីប្រាកដថាគំរូអាជីវកម្ម និងផលិតផលរបស់ខ្លួនពិតជាមានសក្តានុពល ហើយត្រូវជាមួយនឹងទីផ្សារ និងអាចរកចំណូលមកកាន់ក្រុមហ៊ុនបានពិតមែន។

Go to Market

នៅក្នុងដំណាក់កាលនេះ ផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលបានសម្រេចនឹងត្រូវបានណែនាំយ៉ាងពិតប្រាកដនៅលើទីផ្សារ។ ម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីត្រូវរុញច្រានផលិតផលនៅលើទីផ្សារឱ្យបានទូលំទូលាយ ដើម្បីពង្រីកម៉ាកយីហោអាជីវកម្មអ្នកឱ្យទីផ្សារបានស្គាល់។ បន្ថែមពីនេះ នៅក្នុងដំណាក់កាលនេះ ម្ចាស់អាជីវកម្មក៏ត្រូវស្វែងរកយុទ្ធសាស្រ្តទីផ្សារផ្សេងៗ ដូចជា ការផ្សព្វផ្សាយតាមបណ្តាញសង្គម និងការបង្កើតមាតិកាវីដេអូជាដើម ដើម្បីប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារ និងចាប់យកចំណែកទីផ្សារ។

- **Growth**

នៅក្នុងដំណាក់កាលនេះ គឺជាដំណាក់កាលមួយដែលបង្ហាញថា ផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ពួកគេទទួលបានទំនុកចិត្តពីអតិថិជន និងបោះជំហានយ៉ាងរឹងមាំនៅក្នុងទីផ្សារ ហើយក៏ជាពេលដែលម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីត្រូវផ្ដោតសំខាន់លើការចាប់យកអតិថិជនឱ្យកាន់តែច្រើន និងពង្រីកទីផ្សារឱ្យកាន់តែធំ។ ស្របពេលដូចគ្នា ពួកគេក៏ត្រូវការធនធានមនុស្សបន្ថែមទៀត ដើម្បីទប់ទល់ជាមួយការងារដែលមានការកើនឡើង។ យ៉ាងណាមិញ នៅដំណាក់កាលនេះ ពួកគេក៏គួរតែមានការប្រុងប្រយ័ត្នខ្ពស់ផងដែរ ព្រោះថាពួកគេនឹងត្រូវដោះស្រាយបញ្ហាជាច្រើនចូលមកក្នុងពេលតែមួយ ដែលទាមទារឱ្យពួកគេត្រូវមានការសម្របខ្លួនខ្លាំង និងអាចដោះស្រាយបញ្ហាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។

- **Maturity**

ដំណាក់កាលចុងក្រោយនៃធុរកិច្ចថ្មី គឺជាពេលដែលធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេបានឈរជើងរឹងមាំក្នុងទីផ្សារ ដែលមានអតិថិជនច្បាស់លាស់ និងរកប្រាក់ចំណូលបានជាប្រចាំ។ យ៉ាងណាមិញ ម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីក៏ត្រូវបន្តផ្ដោតសំខាន់លើការរក្សាស្ថិរភាពនៃការលូតលាស់នេះ ដើម្បីបន្តប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារ ក៏ដូចជាពង្រឹងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មឱ្យកាន់តែល្អប្រសើរ ដើម្បីប្រែក្លាយជាក្រុមហ៊ុនដែលមានស្តង់ដាពេញលេញ។ នៅដំណាក់កាលនេះ ម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីក៏ត្រូវគិតគូរពិចារណាក្នុងការចាប់យកទីផ្សារថ្មីទៀត ដូចជា ពង្រីកទៅកាន់តំបន់ផ្សេងៗ ឬអាចនឹងបង្កើតផលិតផលថ្មីបន្ថែមទៀត ដើម្បីណែនាំទៅទីផ្សារក៏បាន។

III. ភាគីពាក់ព័ន្ធនៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មី

នៅក្នុងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មី មានភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗជាច្រើន ដែលភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងនោះបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការចិញ្ចឹមបីបាច់ធុរកិច្ចថ្មី និងណែនាំពួកគេអំពីគំនិតទៅរកភាពជោគជ័យ។ ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងនោះ រាប់ចាប់ពីបុគ្គលិក និងអតិថិជន រហូតដល់វិនិយោគិន និងស្ថាប័ននិយ័តកម្ម ដែលជាផ្នែកមួយរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការផ្ដល់ធនធាន ចំណេះដឹង និងការគាំទ្រសំខាន់ៗនៅគ្រប់ដំណាក់កាលនៃដំណើរការធុរកិច្ចថ្មី។ ភាគីពាក់ព័ន្ធនីមួយៗមានលក្ខណៈពិសេសរៀងៗខ្លួន ដែលជះឥទ្ធិពលដល់ការអភិវឌ្ឍនៃធុរកិច្ចថ្មី ដោយបានផ្ដល់នូវការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ យុទ្ធសាស្ត្រ និងប្រតិបត្តិការដែលចាំបាច់ ដើម្បីបំប្លែងគំនិតច្នៃប្រឌិតឱ្យទៅជាសហគ្រាសប្រកបដោយនិរន្តរភាព។ ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់នេះ ក៏ជាកត្តាមួយដែលជំរុញឱ្យមានបណ្ដាញសហការដើម្បីជំរុញកំណើនសហគ្រិន និងការបង្កើតថ្មីនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចផងដែរ។ ទាំងនេះជាភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗមួយចំនួនដែលគាំទ្រដល់ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មី៖

- **អតិថិជន៖** អតិថិជនគឺជាភាគីពាក់ព័ន្ធមួយដែលមិនអាចមើលរំលង ឬខ្វះបាន ដោយហេតុថាពួកគេចូលរួមចំណែកដោយផ្ទាល់ដល់ការលក់ ការទទួលបានប្រាក់ចំណូល និងការរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ស្រដៀងទៅនឹងសាជីវកម្មធំៗ អតិថិជនរបស់ក្រុមហ៊ុនធុរកិច្ចថ្មីភាគច្រើនរួមចំណែកដល់

ដំណើរការហិរញ្ញវត្ថុរបស់ពួកគេ។ បន្ថែមពីនេះ ចំពោះអតិថិជននៃធុរកិច្ចថ្មីដែលមានភាពច្នៃប្រឌិត និងប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាខ្ពស់ លែងត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអតិថិជនបែបប្រពៃណីទៀតហើយ។ ផ្ទុយទៅវិញ ពួកគេត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអតិថិជនទំនើប ដែលមានសមត្ថភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ និងទាញយកផ្ទាល់បច្ចេកវិទ្យា ឬមានសមត្ថភាពក្នុងការប្រើប្រាស់សេវាកម្មឌីជីថល។

- **និយោជិក៖** ក្នុងចំណោមភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ និយោជិកត្រូវបានចាត់ទុកថាភាគីពាក់ព័ន្ធមួយដែលមានសារៈសំខាន់បំផុតសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មី។ និយោជិកគឺជាកម្លាំងផលិតភាពសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន ហើយទេពកោសល្យ និងជំនាញរបស់ពួកគេគឺ Competitive Advantages និងជាស្នូលដែលកំណត់ការច្នៃប្រឌិតផលិតផល, ការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យា, ការរីកចម្រើន និងអនាគតរបស់ធុរកិច្ចថ្មី។ សហគ្រិនជោគជ័យជាច្រើនបានកត់សម្គាល់ថា សមាជិកក្រុម និងបុគ្គលិកដំបូងរបស់ធុរកិច្ចថ្មីអាចជាកត្តាកំណត់ថា **"ថាតើក្រុមហ៊ុននោះអាចទៅបានឆ្ងាយប៉ុណ្ណា"**។ ជាមួយគ្នាដែរ ការច្នៃប្រឌិត និង R&D គឺជាមូលដ្ឋានគ្រឹះសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មីដើម្បីពង្រីកខ្លួននៅលើទីផ្សារ ហើយពួកគេមិនអាចសម្រេចបានដោយគ្មានទេពកោសល្យ និងជំនាញរបស់និយោជិកនោះទេ។

- **ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ៖** ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយត្រូវបានចាត់ទុកថាជាតួអង្គមួយដ៏សំខាន់នៅក្នុងធុរកិច្ចថ្មី ដោយសារការវិវត្តយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃបច្ចេកវិទ្យា។ ទិដ្ឋភាពប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបានផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងខ្លាំងក្នុងមួយទសវត្សរ៍កន្លងមកនេះ ដោយសារតែការរីកចម្រើនផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា ជាលទ្ធផល ធ្វើឱ្យទម្រង់នៃការផ្សព្វផ្សាយក៏មានការវិវត្តផងដែរ។ ការវិវត្តនេះបានធ្វើឱ្យប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបែបប្រពៃណី ដូចជាកាសែត ទស្សនាវដ្តីពាណិជ្ជកម្ម ទូរទស្សន៍ និងវិទ្យុ ប្រែខ្លួនទៅជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល ដើម្បីអាចឈរជើងនៅលើទីផ្សារដែលមានការផ្លាស់ប្តូរឥតឈប់ឈរនេះ។ ចំពោះធុរកិច្ចថ្មី យុទ្ធសាស្ត្រចម្បងមួយរបស់ពួកគេគឺការធ្វើទីផ្សារ ហើយរាល់ការធ្វើទីផ្សារទាំងអស់នោះគឺសុទ្ធសឹងតែប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គម ដូច្នេះ កាលដែលរក្សាបាននូវទំនាក់ទំនងល្អជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនឹងជួយមាតិការបស់ពួកគេឱ្យបានជ្រៀតដល់មនុស្សជាច្រើន។

- **រដ្ឋាភិបាល៖** រដ្ឋាភិបាលគឺជាតួអង្គធំបំផុតមួយដែលជួយក្នុងការរុញច្រានការបង្កើតធុរកិច្ចថ្មី និងជាផ្នែកសំខាន់មួយក្នុងការពង្រឹងភាពជាសហគ្រិនក្នុងសហគមន៍។ រដ្ឋាភិបាលជាធម្មតាលើកទឹកចិត្តដល់ការចាប់ផ្តើមធុរកិច្ចថ្មី ដោយផ្តល់ឱ្យពួកគេនូវថវិកា និងគោលនយោបាយគាំទ្រផ្សេងៗ ជាពិសេសធុរកិច្ចថ្មីនៅក្នុង *High Value-added Field* ឧទាហរណ៍ ដូចជា *High-tech* និង *Biotech* ជាដើម ហើយការគាំទ្ររបស់រដ្ឋាភិបាល គឺមានស្ទើរតែគ្រប់ប្រទេស ជាពិសេស នៅក្នុងប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍។

IV. ភាពខុសគ្នារវាងធុរកិច្ចថ្មី និងអាជីវកម្មខ្នាតតូច

- **គំរូធុរកិច្ច**

ធុរកិច្ចថ្មីជាធម្មតាផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍ និងសាកល្បងគំរូអាជីវកម្មថ្មីដែលអាចជ្រៀតចូលក្នុងទីផ្សារ ឬបង្កើតទីផ្សារបាន ដោយឡែកចំពោះអាជីវកម្មខ្នាតតូចជាធម្មតាដំណើរការនៅក្នុងទីផ្សារ

ដែលមានស្រាប់ និងពឹងផ្អែកលើគំរូអាជីវកម្មដែលមានស្រាប់។ ជាឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុន Airbnb បានបង្កើតគំរូអាជីវកម្មថ្មីសម្រាប់ការជួលផ្ទះរយៈពេលខ្លី ដែលជាគំរូអាជីវកម្មថ្មីមួយផ្តល់ភាពងាយស្រួលបន្ថែមសម្រាប់អតិថិជនរបស់ពួកគេ ខណៈដែលហាងកាហ្វេក្នុងស្រុកដំណើរការលើគំរូអាជីវកម្មបែបប្រពៃណី និងគំរូអាជីវកម្មដែលមានស្រាប់នៅក្នុងទីផ្សារប្រកួតប្រជែង។

- **បច្ចេកវិទ្យា**

បើយើងនិយាយអំពីការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា ធុរកិច្ចថ្មីគឺមានការផ្តោតលើការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាច្រើនជាងបើប្រៀបធៀបទៅនឹងអាជីវកម្មខ្នាតតូច ឬអាជីវកម្មបែបប្រពៃណី។ ជារឿយៗ ធុរកិច្ចថ្មីផ្តោតលើការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ហើយតែងតែមានក្រុមអ្នកជំនាញ ឬអ្នកអភិវឌ្ឍន៍ដែលធ្វើការលើការអភិវឌ្ឍផលិតផល ឬសេវាកម្មទៅតាមកម្រិតនៃទំហំធុរកិច្ចរបស់ពួកគេ។ ចំពោះអាជីវកម្មខ្នាតតូច ឬអាជីវកម្មបែបប្រពៃណីក៏មានការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដែរ ប៉ុន្តែស្ថិតក្នុងកម្រិតតិចតួច ដូចជា ការប្រើប្រាស់សម្រាប់ការទូទាត់ប្រាក់ ឬការធ្វើស្វ័យប្រវត្តិកម្មវិកយប័ត្រជាដើម។

- **ការដាក់ចេញយុទ្ធសាស្ត្រ**

ធុរកិច្ចថ្មីជាញឹកញាប់ផ្តោតសំខាន់លើកំណើន និងការធ្វើមាត្រដ្ឋានឆាប់រហ័ស ខណៈដែលអាជីវកម្មខ្នាតតូចផ្តោតសំខាន់លើស្ថិរភាព និងកំណើនប្រកបដោយនិរន្តរភាពរបស់អាជីវកម្ម។ ជាក់ស្តែង Uber បានពង្រីកសេវាកម្មជិះរបស់ខ្លួនទៅកាន់ទីក្រុង និងប្រទេសថ្មីៗ ដើម្បីប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងកម្រិតសកល ខណៈដែលហាងលក់ទំនិញក្នុងស្រុកផ្តោតលើការបម្រើសហគមន៍របស់ខ្លួន និងរក្សាឱ្យបាននូវកំណើនប្រកបដោយចីរភាព និងស្ថិរភាព។

- **មូលនិធិវិនិយោគ**

ធុរកិច្ចថ្មី និងអាជីវកម្មខ្នាតតូចដំណើរការខុសគ្នាបើយើងមើលទៅលើការប្រមូលទុនវិនិយោគ និងរបៀបរបបនៃការប្រើប្រាស់ទុនទាំងនោះ។ ធុរកិច្ចថ្មីជាធម្មតាប្រើប្រាស់ការវិនិយោគដើមទុន ដើម្បីអភិវឌ្ឍផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ពួកគេ និងពង្រីកប្រតិបត្តិការរបស់ពួកគេ។ ជារឿយៗពួកគេពឹងផ្អែកលើប្រភពទុនវិនិយោគពីខាងក្រៅ ដូចជា Venture Capitalists, Angel Investors ឬ Crowdfunding Platforms ជាដើម ដែលប្រភពវិនិយោគទាំងនេះផ្តល់ឱ្យធុរកិច្ចថ្មីនូវដើមទុនដែលពួកគេត្រូវការ ដើម្បីនាំយកគំនិតរបស់ពួកគេឱ្យដំណើរការ។ ផ្ទុយទៅវិញ អាជីវកម្មខ្នាតតូចជាទូទៅពឹងផ្អែកលើប្រភពមូលនិធិវិនិយោគផ្ទៃក្នុង ដូចជា ការសន្សំផ្ទាល់ខ្លួន ប្រាក់កម្ចី ឬឥណទានជាដើម ហើយជារឿយៗអាជីវកម្មខ្នាតតូចតែងតែមានតម្រូវការដើមទុនដំបូងទាបជាងធុរកិច្ចថ្មី។

- **នវានុវត្តន៍**

ធុរកិច្ចថ្មីផ្តោតសំខាន់លើការអភិវឌ្ឍ និងការណែនាំផលិតផល សេវាកម្ម ឬបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗទៅកាន់ទីផ្សារ ខណៈដែលអាជីវកម្មខ្នាតតូចផ្តោតលើការកែលម្អផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលមានស្រាប់ ដើម្បី

បម្រើអតិថិជនរបស់ពួកគេឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។ ជាឧទាហរណ៍ Tesla បានណែនាំរថយន្តអគ្គិសនីទៅកាន់ទីផ្សារ ហើយផ្ដោតលើការអភិវឌ្ឍបច្ចេកវិទ្យាបើកបរដោយស្វ័យប្រវត្តិ ខណៈដែលហាងលក់សៀវភៅក្នុងស្រុកផ្ដោតលើការលក់ និងការនាំចូលសៀវភៅថ្មីៗសម្រាប់បម្រើអតិថិជនរបស់ពួកគេ។

V. តួនាទីនៃបច្ចេកវិទ្យានៅក្នុងធុរកិច្ចថ្មី

បច្ចេកវិទ្យាបានដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជំរុញភាពជោគជ័យនៃធុរកិច្ចថ្មី ដោយបានរួមចំណែកស្ទើរគ្រប់ដំណាក់កាលទាំងអស់ ចាប់ពីដំណាក់កាលបង្កើតគំនិត និងការអភិវឌ្ឍផលិតផល រហូតដល់ការស្រាវជ្រាវ និងដាក់ចេញជាយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ ដែលជួយឱ្យអ្នកចាប់ផ្ដើមធុរកិច្ចថ្មីអាចសម្រេចបាននូវគោលដៅរបស់ពួកគេ និងកសាងអាជីវកម្មមួយប្រកបដោយភាពរីកចម្រើន និងរក្សាបាននូវនិរន្តរភាព។ ខាងក្រោមនេះ នឹងបង្ហាញពីតួនាទីសំខាន់ៗនៃបច្ចេកវិទ្យានៅក្នុងធុរកិច្ចថ្មី៖

ជួយជំរុញដំណើរការបង្កើតគំនិត

ដំណើរការបង្កើតគំនិតគឺជាដំណាក់កាលចាប់ផ្ដើម និងសំខាន់មួយនៃដំណើរការបង្កើតធុរកិច្ចថ្មី ឬអាជីវកម្ម។ បច្ចេកវិទ្យាបានជះឥទ្ធិពលយ៉ាងខ្លាំងលើដំណើរការនេះ ដែលជួយធ្វើឱ្យកាន់តែមានភាពងាយស្រួលសម្រាប់ម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មី ក្នុងការប្រែក្លាយគំនិតរបស់ពួកគេឱ្យក្លាយជាការពិត។ តាមរយៈការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា ពួកគេអាចប្រមូល និងវិភាគទិន្នន័យបានយ៉ាងឆាប់រហ័ស និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដែលធ្វើឱ្យពួកគេអាចធ្វើការស្រាវជ្រាវទីផ្សារបានហ្មត់ចត់ និងសម្រេចចិត្តបានត្រឹមត្រូវដើម្បីឱ្យគំនិតធុរកិច្ចថ្មីនោះ បានទទួលជោគជ័យផងដែរ។ លើសពីនេះ បច្ចេកវិទ្យាក៏ផ្ដល់ឱ្យនូវភាពងាយស្រួលក្នុងការសហការ និងបង្កើតបណ្ដាញទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកដទៃ មិនថាតាមរយៈបណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយសង្គម ឬវេទិកាអនឡាញនានា ពួកគេអាចភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយគ្នា ដើម្បីចែករំលែកចំណង់ចំណូលចិត្ត និងចំណាប់អារម្មណ៍របស់ពួកគេ និងទទួលបានមតិកែលម្អលើគំនិតរបស់ពួកគេផងដែរ។

ប្រើប្រាស់ក្នុងការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ និងការទាក់ទាញអតិថិជនថ្មី

ការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ និងការទាក់ទាញអតិថិជនថ្មី ក៏ជាសមាសធាតុសំខាន់ផងដែរ សម្រាប់ការចាប់ផ្ដើមធុរកិច្ចថ្មី ឬអាជីវកម្មមួយឱ្យជោគជ័យ។ ប្រសិនបើយើងនិយាយអំពីការស្រាវជ្រាវទីផ្សារ បច្ចេកវិទ្យាបានធ្វើឱ្យការស្រាវជ្រាវកាន់តែមានភាពងាយស្រួល និងរហ័សសម្រាប់អ្នកចាប់ផ្ដើមធុរកិច្ចថ្មីក្នុងការប្រមូល និងវិភាគទិន្នន័យ តាមរយៈការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ឌីជីថល ឬបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលសំខាន់មួយចំនួន ដូចជា Web Scraping, ម៉ាស៊ីនសិក្សា និងការវិភាគទិន្នន័យធំ ដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យយ៉ាងច្រើនពីទីផ្សារគោលដៅរបស់ពួកគេ។ បន្ទាប់មក ពួកគេអាចប្រើទិន្នន័យទាំងនោះ ដើម្បីសិក្សាឱ្យបានលម្អិតពីអតិថិជន, ស្វែងយល់ពីតម្រូវការរបស់អតិថិជន និងកំណត់និន្នាការទីផ្សារ ដែលនេះអនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មី ឬអាជីវកម្មអាចធ្វើការសម្រេចចិត្តលើការអភិវឌ្ឍផលិតផល, ការកំណត់ទីផ្សារ និងការដាក់ចេញយុទ្ធសាស្ត្រឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងមានប្រសិទ្ធភាព។

ដោយឡែក បច្ចេកវិទ្យាក៏រួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជួយឱ្យធុរកិច្ចថ្មី ឬអាជីវកម្មអាចទាក់ទាញអតិថិជនថ្មីផងដែរ។ បច្ចេកវិទ្យាបានផ្តល់ឱ្យអ្នកចាប់ផ្តើមធុរកិច្ចថ្មី ឬអាជីវកម្ម នូវវិធីថ្មីៗ និងប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត ដើម្បីឱ្យពួកគេអាចផ្សារភ្ជាប់ផលិតផល ឬសេវាកម្មទៅអតិថិជនគោលដៅរបស់ពួកគេ ហើយអាចប្រែក្លាយអតិថិជនគោលដៅទាំងនោះ ឱ្យក្លាយជាអតិថិជនថ្មីរបស់ពួកគេ តាមរយៈការប្រើប្រាស់បណ្តាញផ្សព្វផ្សាយសង្គម, Influencer និងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមគោលដៅជាដើម។

- **ជួយក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផល និងការច្នៃប្រឌិត**

តួនាទីសំខាន់មួយទៀតរបស់បច្ចេកវិទ្យានៅក្នុងធុរកិច្ចថ្មី គឺជួយក្នុងការអភិវឌ្ឍផលិតផល និងការច្នៃប្រឌិត ដោយហេតុថា ការងារទាំងពីរនេះគឺជាធាតុផ្សំដ៏សំខាន់មួយនៃការចាប់ផ្តើមធុរកិច្ចថ្មី។ ការងារទាំងពីរនេះជួយបង្កើតតម្លៃឱ្យស្ថាប័ន ធ្វើឱ្យពួកគេខុសប្លែកពីដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ពួកគេ និងធ្វើឱ្យអាជីវកម្មរបស់ពួកគេរីកចម្រើនផងដែរ។ ដូច្នេះ ការងារទាំងពីរនេះអាចដំណើរការបានទៅដោយរលូន ក៏មកពីមានការចូលរួមពីបច្ចេកវិទ្យាផងដែរ តាមរយៈការផ្តល់ឱ្យនូវលទ្ធភាពប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ និងថ្នាលថ្មីៗប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត។ ជាឧទាហរណ៍ ធុរកិច្ចថ្មីអាចប្រើការបោះពុម្ព 3D, AR & VR និងកម្មវិធី Simulation Software ជាដើម ដើម្បីបង្កើតជាគំរូផលិតផលសាកល្បង ដែលនេះអាចឱ្យម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីអាចផ្ទៀងផ្ទាត់គំនិតច្នៃប្រឌិតរបស់ពួកគេ និងនាំផលិតផលរបស់ពួកគេទៅកាន់ទីផ្សារបានលឿន និងមានប្រសិទ្ធភាពជាងមុន។

- **ជួយក្នុងការស្វែងរកការវិនិយោគ និងការទទួលបានមូលនិធិ**

ការធានាបាននូវមូលនិធិ និងការវិនិយោគ គឺជាបញ្ហាប្រឈមដ៏សំខាន់មួយសម្រាប់ម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មី ដោយសារពួកគេត្រូវការទុន ដើម្បីបង្កើតអាជីវកម្ម, នាំយកផលិតផលរបស់ពួកគេទៅកាន់ទីផ្សារ និងពង្រីកប្រតិបត្តិការរបស់ពួកគេ ប៉ុន្តែម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីអាចប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាជាជំនួយមួយផ្នែកក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមនេះ។ ម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីអាចចូលទៅកាន់ថ្នាលផ្តល់មូលនិធិ ដូចជា Kickstarter និង Indiegogo ដើម្បីធ្វើការបង្ហាញពីគំនិតអាជីវកម្មរបស់ពួកគេទៅកាន់ទស្សនិកជន ដែលបង្កើនឱកាសទទួលបានមូលនិធិក្នុងការអភិវឌ្ឍគំនិតអាជីវកម្មរបស់ពួកគេ។ ម្ចាស់ធុរកិច្ចថ្មីក៏អាចប្រើប្រាស់ថ្នាលវិនិយោគតាមអ៊ីនធឺណិត ដូចជា AngelList និង Gust ដើម្បីភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយ Angel Investors និង Venture Capitalists ផងដែរ។

VI. សារៈសំខាន់នៃធុរកិច្ចថ្មី

នៅក្នុងទិដ្ឋភាពនៃអាជីវកម្មទំនើប ធុរកិច្ចថ្មីត្រូវបានចាត់ទុកថាជាកត្តាមួយរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការបង្កើតភាពច្នៃប្រឌិត និងភាពជាសហគ្រិន ព្រមទាំងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការកសាងសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមឌីជីថលផងដែរ។ បើយើងមើលពីធុរកិច្ចថ្មីនៅក្នុង Silicon Valley រហូតដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមនៅក្នុងទីផ្សារដែលកំពុងរីកចម្រើន ធុរកិច្ចថ្មីគឺតំណាងឱ្យភាពច្នៃប្រឌិតមហិច្ឆតា និងការបង្កើតដំណោះស្រាយចំពោះបញ្ហាប្រឈមនានា។ ខាងក្រោមនេះនឹងបង្ហាញពី

សារៈសំខាន់មួយចំនួននៃធុរកិច្ចថ្មី ដែលបានជះផលវិជ្ជមានលើសហគ្រិន ឧស្សាហកម្ម និងសេដ្ឋកិច្ច។

- **គំនិតច្នៃប្រឌិត៖** ធុរកិច្ចថ្មីតែងតែនាំមកនូវគំនិតថ្មីៗ ផលិតផលច្នៃប្រឌិត និងបច្ចេកវិទ្យាដែលអាចជ្រៀតចូលទីផ្សារ និងរំខានដល់អាជីវកម្មបែបប្រពៃណី និងទីផ្សារដែលមានស្រាប់។ ធុរកិច្ចថ្មីមានទំនោរប្រថុយប្រថាន និងផ្តោតសំខាន់លើការស្វែងរកដំណោះស្រាយថ្មីៗ ដែលក្រុមហ៊ុនធំៗឬអាជីវកម្មភាគច្រើនព្យាយាមជៀសវាង។ ជាមួយនឹងការខិតខំព្យាយាមស្វែងរកនូវដំណោះស្រាយទាំងនេះ បានធ្វើឱ្យធុរកិច្ចថ្មីដើរតួនាទីជាកាតាលីករយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការផ្លាស់ប្តូរ និងជំរុញវឌ្ឍនភាពសេដ្ឋកិច្ចសង្គម ដែលរាប់ពីការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា ការថែទាំសុខភាព រហូតដល់ថាមពល។
- **ជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច៖** ធុរកិច្ចថ្មីរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច ជាពិសេសលើការបង្កើតឱកាសការងារ។ យើងសង្កេតឃើញថា នៅពេលដែលសហគ្រិនព្យាយាមពង្រីកធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេ ធុរកិច្ចថ្មីទាំងនោះនឹងបង្កើនឱកាសការងារ, បន្ថែមតម្រូវការ និងសេវាកម្ម និងជំរុញការចំណាយ។ បន្ថែមពីនេះ ធុរកិច្ចថ្មីដែលមានភាពជោគជ័យអាចទាក់ទាញការវិនិយោគពីក្នុងតំបន់ និងបរទេសបានផងដែរ ដែលនេះបានរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ដល់កំណើន GDP, ជំរុញប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីនៃភាពជាសហគ្រិន និងវិបុលភាព។
- **បង្កើនការប្រកួតប្រជែង៖** ធុរកិច្ចថ្មីភាគច្រើនបង្កើតឡើងដើម្បីដោះស្រាយលើបញ្ហាអ្វីមួយនៅក្នុងទីផ្សារ ដែលម្ចាស់អាជីវកម្មឬក្រុមហ៊ុនព្យាយាមជៀសវាង ដោយការដោះស្រាយបញ្ហាទាំងនេះបាន

បង្កើតជាធុរកិច្ចថ្មីមួយដែលមានសក្តានុពល និងក្លាយជាតួអង្គមួយដ៏សំខាន់ក្នុងការរំខានដល់ទីផ្សារដែលមានស្រាប់។ ការរំខានដល់ទីផ្សារនេះផងដែរបានបង្កើតការប្រកួតប្រជែងរវាងធុរកិច្ចថ្មី និងអាជីវកម្មបែបប្រពៃណី ក៏ដូចជារវាងធុរកិច្ចថ្មី និងធុរកិច្ចថ្មី ដែលជាហេតុធ្វើឱ្យគ្រប់តួអង្គទាំងអស់នៅក្នុងទីផ្សារចាំបាច់ត្រូវខិតខំអភិវឌ្ឍន៍អាជីវកម្មឬសេវាកម្មរបស់ខ្លួនបន្ថែម ដែលនេះបានជំរុញឱ្យមានការកែលម្អជាបន្តបន្ទាប់នៅទូទាំងអាជីវកម្មទាំងអស់នៅក្នុងឧស្សាហកម្ម។ បន្ថែមពីនេះ ធុរកិច្ចថ្មីមិនត្រឹមតែរំខានដល់ទីផ្សារប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែក៏អាចជំរុញការសហការរវាងធុរកិច្ចថ្មី និងអាជីវកម្មបែបប្រពៃណីផងដែរ ដែលនេះបានរួមចំណែកយ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងចរន្តសេដ្ឋកិច្ចប្រទេស។

- **ផ្លាស់ប្តូរបរិបទសង្គម៖** ធុរកិច្ចថ្មីភាគច្រើនបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងដោះស្រាយបញ្ហាសង្គម និងបរិស្ថាន តាមរយៈការបង្កើតផលិតផល និងសេវាកម្មដែលមានផលវិជ្ជមាន។ បច្ចុប្បន្ន យើងសង្កេតឃើញថា មានធុរកិច្ចថ្មីជាច្រើនព្យាយាមផ្តោតលើដំណោះស្រាយបញ្ហាសង្គម ដូចជា ការអប់រំ ការថែទាំសុខភាព និងសេវាសាធារណៈជាដើម ដែលសេវាឬផលិតផលទាំងនេះបានធ្វើឱ្យមានផ្លាស់ប្តូរនៃរបៀបរបបរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ ទាំងការធ្វើការងារ ការធ្វើអាជីវកម្ម និងការសិក្សា ជាពិសេសធ្វើឱ្យមានភាពរីកចម្រើនដល់សង្គម។ ជាក់ស្តែង ថ្នាលសិក្សាតាមប្រព័ន្ធអនឡាញមួយចំនួន ដូចជា Udemy, Slideshare, Edx និងថ្នាលអប់រំផ្សេងៗទៀត បានធ្វើឱ្យការសិក្សាមានការផ្លាស់ប្តូរស្ទើរតែទាំងស្រុង ដោយសិស្សអាចជ្រើសរើសជំនាញបន្ថែមក្រៅពីជំនាញគោល ដែលពួកគេកំពុងសិក្សាបានយ៉ាងងាយស្រួល ហើយអាចសិក្សាបានគ្រប់ទីកន្លែង និងគ្រប់ពេលវេលាទៀតផង។

VII. ករណីសិក្សា

ប្រទេសកម្ពុជា

ក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ទិដ្ឋភាពនៃការចាប់ផ្តើមធុរកិច្ចថ្មីនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាសង្កេតឃើញថាមានការកើនឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ វឌ្ឍនភាពនៃការរីកចម្រើននេះ គឺរួមចំណែកមកពីកម្លាំងពលកម្មដ៏ស្វាហាប់ និងជំនាញ, ការគាំទ្រពីរដ្ឋាភិបាល និងចំនួនអ្នកវិនិយោគដែលកំពុងកើនឡើង។ ធុរកិច្ចថ្មីនៅកម្ពុជាកំពុងទទួលបានឱកាសជាច្រើន ដែលរួមចំណែកដល់ការលូតលាស់នៃធុរកិច្ចថ្មីរបស់ពួកគេ ដោយឱកាសដ៏មានសក្តានុពលមួយនោះគឺគោលនយោបាយគាំទ្ររបស់រាជរដ្ឋាភិបាលឆ្ពោះទៅជំរុញការចាប់ផ្តើមធុរកិច្ចថ្មី។ រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញនូវគំនិតផ្តួចផ្តើមជាច្រើន ដើម្បីជួយឱ្យប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីចាប់ផ្តើមដំណើរការរីកចម្រើន ដោយរួមបញ្ចូលគោលនយោបាយគាំទ្រ ការលើកទឹកចិត្តពន្ធ ជំនួយ និងកម្មវិធីផ្តល់មូលនិធិផ្សេងៗ។ យ៉ាងណាមិញប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីនៅកម្ពុជានៅតែបន្តត្រូវការការយកចិត្តទុកដាក់បន្ថែម ហើយរាជរដ្ឋាភិបាលតែមួយក៏មិនអាចជំរុញការងារនេះឱ្យទទួលបានជោគជ័យនោះទេ ពោលគឺទាមទារឱ្យមានការចូលរួមពីគ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីធ្វើការរួមគ្នា សំដៅជំរុញការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីនៅកម្ពុជា។

▶ កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល និងភាគីពាក់ព័ន្ធក្នុងការជំរុញការរីកចម្រើននៃធុរកិច្ចថ្មី

ក្របខណ្ឌគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមឌីជីថលកម្ពុជា ២០២១ - ២០៣៥

រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញនូវ ក្របខណ្ឌគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមឌីជីថលកម្ពុជា ២០២១ - ២០៣៥ ជាមួយចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់មួយគឺ "ការកសាងសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមឌីជីថលរស់រវើក តាមរយៈការរៀបចំមូលដ្ឋានគ្រឹះជំរុញការទទួលយក និងបរិវត្តកម្មឌីជីថល នៅក្នុងគ្រប់តួអង្គសង្គម ទាំងរដ្ឋ ទាំងពលរដ្ឋ និងទាំងធុរជន ដើម្បីជំរុញសន្ទុះកំណើនសេដ្ឋកិច្ចថ្មី និងលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពសង្គម តាមគន្លងប្រក្រតីភាពថ្មី"។ ក្របខណ្ឌគោលនយោបាយនេះមានគោលបំណងកសាងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលឱ្យក្លាយជាចន្ទល់កំណើនសេដ្ឋកិច្ចថ្មីផង និងជាប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីរួមចំណែកបង្កើនផលិតភាព និងប្រសិទ្ធភាពសេដ្ឋកិច្ច និងលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពរបស់ប្រជាពលរដ្ឋនៃសង្គមឌីជីថលកម្ពុជាផង។ គួរបញ្ជាក់បន្ថែមថា ក្របខណ្ឌគោលនយោបាយនេះក៏ត្រូវបានដាក់ចេញក្នុងគោលបំណងជួយក្នុងការជំរុញការបង្កើតធុរកិច្ចថ្មីនៅកម្ពុជាផងដែរ។ ជាក់ស្តែង នៅក្នុងវិធានការគោលនយោបាយចំនួន ៨២ ដែលត្រូវបានដាក់ចេញ ដើម្បីពង្រឹងសសរស្តម្ភទាំង ៣ ក្នុងនោះក៏មានរួមបញ្ចូលផែនការសកម្មភាពក្នុងការជំរុញធុរកិច្ចឌីជីថលផ្តោតលើបរិវត្តកម្មសហគ្រាស, ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសហគ្រិនភាព និងធុរកិច្ចថ្មី និងខ្សែច្រវាក់តម្លៃឌីជីថលផងដែរ។

ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ ២០១៩-២០២៣

រាជរដ្ឋាភិបាលបានដាក់ចេញនូវ ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ ២០១៩-២០២៣ ក្នុងគោលបំណងសម្រាប់អនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រចតុកោណ ដំណាក់កាលទី៤ ដោយមានកំណត់អាទិភាពសូចនាករនានា និងពេលវេលាច្បាស់លាស់សម្រាប់អនុវត្ត និងមានកំណត់ពីយន្តការសម្រាប់តាមដានត្រួតពិនិត្យនិងវាយតម្លៃផ្អែកលើក្របខណ្ឌលទ្ធផល ជាពិសេស កំណត់ពីការទទួលខុសត្រូវរបស់ក្រសួងស្ថាប័នទៅតាមមុំនីមួយៗ ដើម្បីបន្តទទួលបានផលចំណេញខ្ពស់ពីការធ្វើសមាហរណកម្មសេដ្ឋកិច្ចអាស៊ាន និងរួមចំណែកសម្រេចឱ្យបានក្របខណ្ឌគោលដៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាពកម្ពុជា ២០១៦-២០៣០។ ការរៀបចំ ផ.យ.អ.ជ. ២០១៩-២០២៣ ក៏បានគិតគូរដល់ការជំរុញការអភិវឌ្ឍធុរកិច្ចថ្មីផងដែរ ដោយមានការរៀបចំ និងជំរុញអនុវត្តនូវយន្តការសម្រួលដល់ការបង្កើតធុរកិច្ចថ្មី ដោយកាត់បន្ថយពេលវេលានៃការចុះបញ្ជី ការស្នើសុំអាជ្ញាបណ្ណ និងនីតិវិធីពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទៀត ព្រមទាំងរៀបចំកែលម្អនូវសេវាសាធារណៈដែលបម្រើធុរជន ឬដំណើរការធុរកិច្ចថ្មី។

កម្មវិធីថ្នាក់ជាតិស្តីពី «ធុរកិច្ចថ្មីកម្ពុជា»

ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ កាលពីថ្ងៃទី៨ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២១ បានប្រកាសដាក់ឱ្យដំណើរការនូវកម្មវិធីថ្នាក់ជាតិស្តីពី «ធុរកិច្ចថ្មីកម្ពុជា» (Startup Cambodia) ដើម្បីឆ្លើយតប គាំទ្រ និងជ្រោមជ្រែងដល់ក្របខណ្ឌគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមឌីជីថលកម្ពុជា ២០២១-២០៣៥។ «ធុរកិច្ចថ្មីកម្ពុជា» ត្រូវបានសហការសម្របសម្រួលរួមគ្នារវាងមជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" និងសហគ្រិនខ្មែរ

ហើយបានអភិវឌ្ឍន៍នូវថ្នាលឌីជីថលមួយសម្រាប់គាំទ្រធុរកិច្ចថ្មី និងអភិវឌ្ឍន៍ប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសហគ្រិនភាពនៅកម្ពុជា។ ថ្នាលឌីជីថលនេះមិនមែនត្រឹមតែជាគេហទំព័រធម្មតាដែលផ្តល់ព័ត៌មានស្តីពីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថ្នាលនេះក៏នឹងត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់សាកល្បងការផ្លាស់ប្តូរវប្បធម៌ចែករំលែក និងប្រើប្រាស់ទិន្នន័យ ស្របតាមគោលការណ៍បរិវត្តកម្មឌីជីថល ដើម្បីអាចឱ្យរាជរដ្ឋាភិបាលវាយតម្លៃពីស្ថានភាពនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មី ក្នុងការផ្តល់ការគាំទ្រ ឬដាក់ចេញគោលនយោបាយអន្តរាគមន៍នានាក្នុងវិស័យធុរកិច្ចថ្មី។

សហគ្រិនខ្មែរ

សហគ្រិនខ្មែរ (KE) ត្រូវបានបង្កើតឡើង ជាបរធនបាលកិច្ចរាជរដ្ឋាភិបាល ដើម្បីអនុវត្តកម្មវិធីគាំទ្រ និងធ្វើការដោយផ្ទាល់ជាមួយស្ថាប័នដៃគូ និងភាគីពាក់ព័ន្ធ។ គោលបំណងរបស់សហគ្រិនខ្មែរគឺដើម្បីកៀរគរ, វិនិយោគ និងគ្រប់គ្រងបរធនពីប្រភពស្របច្បាប់ទាំងអស់ ដើម្បីគាំទ្រដល់ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសហគ្រិនភាពដែលមានភាពរស់រវើក និងផ្តល់ការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងមិនមែនហិរញ្ញវត្ថុដល់អ្នកកសាងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសហគ្រិនភាព រួមមាន សហគ្រិន ធុរកិច្ចបង្កើតថ្មីដែលមានលក្ខណៈនវានុវត្តន៍ (Innovative Startups), សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមដែលមានសក្តានុពល (Potential SMEs) និងស្ថាប័នដៃគូ ដែលចូលរួមជំរុញសកម្មភាពសហគ្រិនភាពផ្សេងៗ សំដៅជំរុញនវានុវត្តន៍ និងការបង្កើតតម្លៃបន្ថែមនៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជា។ សហគ្រិនខ្មែរក៏គាំទ្រការផ្សព្វផ្សាយវប្បធម៌សហគ្រិនដោយបានរៀបចំពានរង្វាន់ថ្នាក់ជាតិ, ផតថលសហគ្រិន, កិច្ចប្រជុំកំពូលប្រចាំឆ្នាំ និងកម្មវិធីផ្សេងៗទៀត ក៏ដូចជាធ្វើការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយដៃគូក្នុងស្រុក និងអន្តរជាតិក្នុងការអនុវត្តកម្មវិធីច្រើនជាង ៤០កម្មវិធី ដើម្បីកសាងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសហគ្រិនដ៏រស់រវើកនៅកម្ពុជា។

មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ"

កាលពីខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២០ រាជរដ្ឋាភិបាលបានចេញអនុក្រឹត្យស្តីពីការបង្កើត មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី "តេជោ" ជាគ្រឹះស្ថានសាធារណៈរដ្ឋបាល ក្នុងគោលបំណងផ្តល់ឱកាសដល់យុវជននិស្សិត និងអ្នកស្រាវជ្រាវចូលរួមបង្កើត និងបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មីតាមនិន្នាការ និងសន្ទុះនៃភាពជឿនលឿនលើវិស័យបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល សំដៅដល់ការស្វែងរកនវានុវត្តន៍ ដើម្បីបង្កើតបានជាក្រុមហ៊ុនដែលមានសក្តានុពលលូតលាស់ឆាប់រហ័ស ស្របតាមបរិការណ៍របស់រាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការរៀបចំកសាងសេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល។ មជ្ឈមណ្ឌលបានដំណើរការកម្មវិធីបណ្តុះ និងពន្លឿនធុរកិច្ចថ្មីជាច្រើន ដែលរួមចំណែកជួយដល់ការជំរុញការអភិវឌ្ឍធុរកិច្ចថ្មីនៅកម្ពុជា ដូចជា កម្មវិធីនវានុវត្តន៍បញ្ញាស, កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មថ្នាលឌីជីថល, កម្មវិធីពន្លឿនអាជីវកម្មសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមឌីជីថល, កម្មវិធី Startup Journey, កម្មវិធី Startup Unboxing, កម្មវិធី SparkMeet, កម្មវិធី SparkHour និង កម្មវិធី Turing Hackathon ជាដើម។

មជ្ឈមណ្ឌលជាតិបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មីនៃកម្ពុជា

មជ្ឈមណ្ឌលជាតិបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មីនៃកម្ពុជា (NICC) ក្រោមមូលនិធិរបស់ទីភ្នាក់ងារសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិកូរ៉េ (KOICA) ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងគាំទ្រដល់ការចាប់ផ្តើមធុរកិច្ចថ្មីនៅកម្ពុជា តាមរយៈការផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាល ការស្រាវជ្រាវ និងការច្នៃប្រឌិតបច្ចេកវិទ្យា ព័ត៌មាន និងទំនាក់ទំនង។ មជ្ឈមណ្ឌលនេះក៏ជាកន្លែងតភ្ជាប់រវាងសហគ្រិន អ្នកចាប់ផ្តើមធុរកិច្ចថ្មី និស្សិត និងសហគ្រាស ដើម្បីពិភាក្សាគ្នាក្នុងគោលបំណងស្វែងរកដំណោះស្រាយដ៏ល្អបំផុត។

ធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម កម្ពុជា

ធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម កម្ពុជា ម.ក បានទទួលអាជ្ញាបណ្ណផ្លូវការជាធនាគារពាណិជ្ជពីធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា កាលពីថ្ងៃទី២៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០២០ និងស្ថិតនៅក្រោមអាណាព្យាបាលបច្ចេកទេស និងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ។ រាជរដ្ឋាភិបាលបង្កើតធនាគារនេះឡើងក្នុងគោលបំណងផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងចីរភាពដើម្បីគាំទ្រ សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម សំដៅជំរុញពិពិធកម្មសេដ្ឋកិច្ច និងការនាំចេញស្របតាមគោលនយោបាយដែលបានកំណត់ដោយរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ជាមួយចក្ខុវិស័យ ជាធនាគារជម្រើសដំបូង និងល្អបំផុតសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម នៅកម្ពុជា ក្នុងការទទួលបានសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុដែលមានតម្លៃសមស្រប, ងាយស្រួលក្នុងការទទួលបានហិរញ្ញប្បទាន, ផ្តល់ការគាំទ្រផ្នែកបច្ចេកទេស និងការបម្រើសេវាកម្មល្អ។ ជាក់ស្តែងក្នុងឆ្នាំ២០២៣ ធនាគារសហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម កម្ពុជា (SME Bank) បានផ្តល់ឥណទានដល់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យមចំនួន ៣៤០០ទីតាំង ដែលមានថវិកាសរុបរហូត ៥០០លានដុល្លារ។

ការសហការគ្នារវាងធនាគារអ៊ីវី មជ្ឈមណ្ឌលជាតិបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មីនៃកម្ពុជា និងសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទភ្នំពេញ ក្នុងការជំរុញធុរកិច្ចថ្មីនៅកម្ពុជា

ធនាគារ អ៊ីវី ខេមបូឌា បានចុះហត្ថលេខាលើអនុស្សរណៈនៃការយោគយល់គ្នាជាផ្លូវការ ជាមួយមជ្ឈមណ្ឌលជាតិបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មីនៃកម្ពុជា និងសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទភ្នំពេញ ក្នុងគោលបំណងដើម្បីបង្ហាញពីជំហានដ៏សំខាន់មួយឆ្ពោះទៅរកការជំរុញការរីកចម្រើននៃធុរកិច្ចថ្មីនៅកម្ពុជា ជាមួយនឹងការប្តេជ្ញាចិត្តយ៉ាងខ្ជាប់ខ្ជួនក្នុងការលើកកម្ពស់ដល់សហគ្រិន និងជំរុញការផ្លាស់ប្តូរឌីជីថល តាមរយៈការបង្កើតហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុដ៏រឹងមាំ និងសេវាកម្មហិរញ្ញវត្ថុពិសេស។

ប្រទេសចិន៖ ការកើនឡើងនៃធុរកិច្ចថ្មីនៅក្នុងប្រទេសចិន និងវិធីសាស្ត្រដែលធ្វើឱ្យមានការរីកចម្រើន

ការកើនឡើងនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីនៅក្នុងប្រទេសចិន គឺជាលទ្ធផលនៃយុទ្ធសាស្ត្រ និងគោលនយោបាយរបស់រដ្ឋាភិបាល, ការវិនិយោគឯកជន និងការជំរុញដ៏ខ្លាំងក្លាលើការរីកចម្រើនផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានទសវត្សរ៍កន្លងមកនេះ។ នៅដើមទសវត្សរ៍ឆ្នាំ២០០០ ចិនបានធ្វើការផ្លាស់ប្តូរប្រទេសខ្លួនពីសេដ្ឋកិច្ចដែលផ្តោតលើការផលិតទៅជាសេដ្ឋកិច្ចមួយដែលជំរុញដោយបច្ចេកវិទ្យា

និងការច្នៃប្រឌិត តាមរយៈការអនុម័តកំណែទម្រង់ និងលើកទឹកចិត្តសហគ្រិនឌីជីថល ដែលស្ថិតនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រ "**Innovation-Driven Development**" របស់ខ្លួន។ បន្ថែមពីនេះ ការផ្លាស់ប្តូរនេះក៏កើតចេញពីកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់រដ្ឋាភិបាលចិនក្នុងការបណ្តាក់ទុនវិនិយោគចូលទៅក្នុងក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យា និងអ៊ីនធឺណិត ដែលបានរួមចំណែកដល់ការរីកលូតលាស់របស់ក្រុមហ៊ុនយក្សរបស់ចិនសព្វថ្ងៃនេះ ដូចជា Alibaba, Tencent និង Baidu ជាដើម។ ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាយក្សទាំងនេះមិនត្រឹមតែបានកំណត់ស្តង់ដាឧស្សាហកម្មប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងបានជំរុញប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី ដោយធ្វើការវិនិយោគលើធុរកិច្ចថ្មីដំណាក់កាលដំបូង, បង្កើតប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនតូចៗ ដើម្បីពង្រីកខ្លួន និងផ្តល់ការណែនាំ និងការគាំទ្រផ្នែកហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធទៀតផង។

▶ ***វិស័យគាំទ្រ៖*** ធុរកិច្ចថ្មីនៅក្នុងប្រទេសចិនមានភាពចម្រុះ ហើយរីកចម្រើនខ្លាំងក្នុងវិស័យ ដូចជាបញ្ញាសិប្បនិម្មិត, បច្ចេកវិទ្យាជីវសាស្ត្រ, យានជំនិះស្វ័យប្រវត្តិ, FinTech, ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងបច្ចេកវិទ្យាបៃតង។ ការកើនឡើងនៃ AI ត្រូវបានកត់សម្គាល់ជាពិសេស ដែលជំរុញដោយការផ្តល់អាទិភាព និងគោលនយោបាយរបស់រដ្ឋាភិបាល ដែលមានបំណងធ្វើឱ្យប្រទេសចិនក្លាយជាអ្នកនាំមុខគេលើសកលលោកក្នុងវិស័យ AI នៅឆ្នាំ២០៣០។ FinTech គឺជាវិស័យដ៏រឹងមាំមួយផ្សេងទៀត ដោយមានក្រុមហ៊ុន Ant Group ជាអ្នកជួយជំរុញការបង្កើតថ្មីក្នុងការទូទាត់តាមទូរសព្ទ ការគ្រប់គ្រងទ្រព្យសម្បត្តិ និងការផ្តល់ប្រាក់កម្ចីជាដើម។ វិស័យទាំងអស់នេះសុទ្ធសឹងតែជាវិស័យគោល ដែលត្រួសត្រាយផ្លូវសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មីដែលទើបនឹងបង្កើតឱ្យព្យាយាមរកដំណោះស្រាយបន្ថែម ដើម្បីឱ្យប្រទេសចិនអាចសម្រេចគោលដៅដែលបានគ្រោងទុក។

▶ ***តួនាទីរបស់ក្រុមហ៊ុនយក្ស៖*** ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាធំៗរបស់ចិន រួមមាន Alibaba, Tencent, Baidu, និង ByteDance បានបណ្តាក់ទុនយ៉ាងច្រើននៅក្នុងវិស័យធុរកិច្ចថ្មី។ ពួកគេមិនត្រឹមតែដើរតួជាអ្នកវិនិយោគសំខាន់ៗប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងផ្តល់នូវប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីដែលជំរុញអាជីវកម្មខ្នាតតូចផងដែរ។ ក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាយក្សទាំងនេះផ្តល់នូវការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មជាមួយនឹងធនធានសំខាន់ៗ រួមទាំងការផ្តល់មូលនិធិ សេវាកម្មក្លោដ និងសូម្បីតែការចូលទៅកាន់ទីផ្សារ ដើម្បីធានាថាធុរកិច្ចថ្មីទាំងនោះអាចមានសមត្ថភាពពង្រីកប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីរបស់ក្រុមហ៊ុនយក្សទាំងនោះបន្ថែម។ ជាឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុន Alibaba បានដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការពង្រីកធុរកិច្ចថ្មីតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងភស្តុភារ ខណៈ Tencent បានជះឥទ្ធិពលលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម ហ្គេម និងវិស័យបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុ។

▶ ***ការចូលរួមរបស់រដ្ឋាភិបាល៖*** រដ្ឋាភិបាលចិនមានភាពសកម្មក្នុងការរៀបចំទិដ្ឋភាពនៃធុរកិច្ចថ្មីតាមរយៈការដាក់ចេញនូវគោលនយោបាយ ដូចជា Made in China 2025 និង Internet Plus ដោយរដ្ឋាភិបាលបានកំណត់អាទិភាពច្បាស់លាស់សម្រាប់ឯករាជ្យភាពផ្នែកបច្ចេកវិទ្យា និងការច្នៃប្រឌិត។ គោលនយោបាយទាំងនេះបានបង្កើតតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេស, ផ្តល់ការលើកទឹកចិត្តផ្នែកពន្ធ ផ្តល់មូលនិធិដល់ធុរកិច្ចថ្មីនៅក្នុងវិស័យគោល ដូចជា AI, គ្រឿងអេឡិចត្រូនិក និងថាមពលកកើតឡើងវិញ ហើយព្រមទាំងបានបង្កើតតំបន់ច្នៃប្រឌិតពិសេស ដូចជា Zhongguancun របស់ទីក្រុងប៉េកាំង ដែល

ជារឿយៗគេហៅថា **"China's Silicon Valley"**។ លើសពីនេះ Government-backed Funds និង Accelerators បានបោះដើមទុនជាច្រើនទៅក្នុងវិស័យគោល ដូចជា បញ្ញាសិប្បនិម្មិត, រ៉ូបូត, បច្ចេកវិទ្យាជីវសាស្ត្រ, Fintech និងថាមពលស្អាត ដែលស្របតាមគោលដៅយុទ្ធសាស្ត្ររបស់រដ្ឋទៀតផង។

▶ **ទំហំទីផ្សារក្នុងស្រុក៖** កត្តាសំខាន់មួយនៅក្នុងការកើនឡើងនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីគឺទំហំទីផ្សារក្នុងស្រុកដ៏ធំរបស់ចិន ដែលជាមធ្យមមានមនុស្សជាង **១ប៊ីលាននាក់** អាចប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល និងអាចសម្របខ្លួនបានលឿនចំពោះបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ។ ការទទួលយកសេវាកម្មឌីជីថលយ៉ាងឆាប់រហ័សរបស់ប្រជាជនបានអនុញ្ញាតឱ្យធុរកិច្ចថ្មីចាប់ផ្តើមសាកល្បង និងធ្វើមាត្រដ្ឋានគំរូអាជីវកម្មប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតដែលអាចត្រូវតាមតម្រូវការទីផ្សារ និងងាយស្រួលក្នុងការជ្រៀតចូលទីផ្សារ។ ចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់ទូរសព្ទចល័ត រួមជាមួយនឹងការប្រើប្រាស់យ៉ាងទូលំទូលាយនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម និងការទូទាត់ឌីជីថលតាមរយៈថ្នាលឌីជីថល ដូចជា Alipay និង WeChat បានផ្តល់កន្លែងសាកល្បងដ៏ល្អសម្រាប់ធុរកិច្ចថ្មី ដើម្បីពង្រីកខ្លួនឱ្យបានឆាប់រហ័សផងដែរ។

បច្ចុប្បន្ននេះ ប្រទេសចិនទទួលបានជោគជ័យយ៉ាងខ្លាំង ដែលមានការកើនឡើងនៃ "Unicorns" (ការចាប់ផ្តើមអាជីវកម្មមានតម្លៃជាង ១ប៊ីលានដុល្លារ) ជាច្រើនក្រុមហ៊ុន ដូចជា ByteDance, Didi Chuxing និង Meituan ព្រមទាំងសម្រេចបាននូវការទទួលស្គាល់ជាអន្តរជាតិទៀតផង។ ក្រុមហ៊ុនទាំងនេះមិនត្រឹមតែបង្កើតនិន្នាការក្នុងស្រុកប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងមានឥទ្ធិពលលើទីផ្សារបច្ចេកវិទ្យាសកល ជាពិសេសនៅក្នុងផ្នែក ដូចជា ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម AI និងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក។ យើងសង្កេតឃើញថា បើទោះបីកត្តាភូមិសាស្ត្រនយោបាយ និងបញ្ហាប្រឈមផ្នែកនិយ័តកម្មបានធ្វើឱ្យមានភាពស្មុគស្មាញ ប៉ុន្តែប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីរបស់ប្រទេសចិននៅតែបន្តរីកចម្រើនក្នុងស្រុកដោយសារមានការគាំទ្រពីក្រុមហ៊ុនបច្ចេកវិទ្យាយក្ស និងរដ្ឋាភិបាល។ បរិយាកាសថាមវន្តនេះបានជួយប្រទេសចិនឱ្យក្លាយជាប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីមួយដ៏មានឥទ្ធិពលបំផុតលើសកលលោក ដោយបង្កើតអនាគតនៃការច្នៃប្រឌិតទាំងក្នុង និងក្រៅព្រំដែនរបស់ខ្លួន។

VIII. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ជារួម ធុរកិច្ចថ្មីត្រូវបានបង្កើតឡើងប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត និងមានគោលបំណង ដើម្បីដោះស្រាយភាពខ្វះខាតនៃផលិតផលដែលមានស្រាប់ ឬបង្កើតជាផលិតផល និងសេវាកម្មថ្មីទាំងស្រុង ហើយត្រូវបានចាត់ទុកថាជាកត្តាមួយរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការបង្កើតភាពច្នៃប្រឌិត និងភាពជាសហគ្រិន ព្រមទាំងដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការកសាងសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមឌីជីថល តាមរយៈការផ្តល់ឱ្យនូវសារៈសំខាន់មួយចំនួនដល់សហគ្រិន ឧស្សាហកម្ម និងសេដ្ឋកិច្ច រួមមាន ការជំរុញគំនិតច្នៃប្រឌិត, ជំរុញកំណើនសេដ្ឋកិច្ច, បង្កើនការប្រកួតប្រជែង និងចូលរួមក្នុងការផ្លាស់ប្តូរបរិបទសង្គម។

ដោយមើលឃើញពីអត្ថប្រយោជន៍ទាំងអស់នេះ បណ្តាប្រទេសក្នុងតំបន់ និងសកលលោកកំពុងផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ខ្ពស់ក្នុងការជំរុញការបង្កើតធុរកិច្ចថ្មី ដើម្បីទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីធុរកិច្ចថ្មីសម្រាប់ជំរុញការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចក្នុងប្រទេស។ ក្នុងនោះ កម្ពុជាក៏ដូចគ្នា គឺត្រូវសម្របខ្លួននៅក្នុងនិន្នាការថ្មីនេះ ដើម្បីរក្សាភាពប្រកួតប្រជែង និងសេដ្ឋកិច្ចរបស់ខ្លួន។ ការណ៍នេះ ទើបរាជរដ្ឋាភិបាល និងភាគីពាក់ព័ន្ធព្យាយាមដាក់ចេញនូវគោលនយោបាយ, ផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ, ការបង្កើតស្ថាប័នគាំទ្រ និងកិច្ចព្រមព្រៀងនានា ដើម្បីជំរុញការបង្កើតធុរកិច្ចថ្មីនៅកម្ពុជា។ ដូច្នេះ ធុរកិច្ចថ្មីត្រូវបានមើលឃើញថាពិតជាមានសារៈសំខាន់ ដែលចាំបាច់គួរតែយកចិត្តទុកដាក់ និងព្យាយាមជំរុញបន្ថែមលើការបង្កើតធុរកិច្ចថ្មី និងប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដែលមានសក្តានុពលសម្រាប់ជួយក្នុងការងារនេះ៕

ឯកសារយោង

- *The Evolution of Startups From Humble Beginnings to Disruptive Innovations*, ចូលអានថ្ងៃទី២៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.masslight.com/posts/evolution-of-startups-humble-beginnings-to-disruptive-innovations
- *History of startups, how startup word comes and how its popularized*, ចូលអានថ្ងៃទី២៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://startupsindia.in/history-of-startups-how-startup-word-comes-and-how-its-popularized/
- *What Is A Startup? The Ultimate Guide*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី៣ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៤, ចូលអានថ្ងៃទី៨ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-a-startup/
- *What a Startup Is and What's Involved in Getting One Off the Ground*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី២៥ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៤, ចូលអានថ្ងៃទី៨ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp
- *ក្របខណ្ឌគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមឌីជីថលកម្ពុជា ២០២១-២០៣៥*, ចេញផ្សាយខែឧសភា ឆ្នាំ២០២១, ចូលអានថ្ងៃទី៨ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤
- *The Startup Life Cycle*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី១៣ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៣, ចូលអានថ្ងៃទី២៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.feedough.com/the-startup-life-cycle/
- *វដ្តជីវិតនៃធុរកិច្ចថ្មី (Startup Life Cycle)*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី៩ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៤, ចូលអានថ្ងៃទី២៤ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://startupcambodia.gov.kh/resource/category/blog/240
- *Cambodia's Startup Ecosystem: Challenges and Opportunities*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី១៤ ខែមករា ឆ្នាំ២០២៤, ចូលអានថ្ងៃទី២៥ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://cambodianess.com/article/cambodias-startup-ecosystem-challenges-and-opportunities
- *កម្មវិធីថ្នាក់ជាតិស្ដីពី «ធុរកិច្ចថ្មីកម្ពុជា» ត្រូវបានដាក់ឱ្យដំណើរការផ្លូវការ*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី៩ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២១, ចូលអានថ្ងៃទី២៥ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.postkhmer.com/business/2021-12-09-0940-228055.html
- *មជ្ឈមណ្ឌលបណ្តុះធុរកិច្ចថ្មី «តេជោ» មាននិន្នាការចូលរួមក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថល និងបច្ចេកវិទ្យាហិរញ្ញវត្ថុនៅកម្ពុជា*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី៨ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២២, ចូលអានថ្ងៃទី២៥ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://news.pnn.com.kh/news/13787
- *ក្នុងឆ្នាំ២០២៣ ធនាគារ SME ផ្តល់កម្ចីបាន $៥០០លាន ដល់សហគ្រាសចំនួន ៣៤០០ទីតាំង*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី១២ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២៤, ចូលអានថ្ងៃទី២៥ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://construction-property.com/km/in-2023-sme-bank-will-lend-us-500-million-to-3400-enterprises/
- *Korea-funded National Incubation Centre of Cambodia Officially Inaugurated*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី១៥ ខែមីនា ឆ្នាំ២០២៤, ចូលអានថ្ងៃទី២៥ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.cpp.org.kh/en/details/369614#:~:text=The%20National%20Incubation%20Centre%20of,academic%20ability%20and%20market%20demand.

- ធនាគារអ៊ើរី មជ្ឈមណ្ឌលជាតិបណ្ដុះធុរកិច្ចថ្មីនៃកម្ពុជា និងសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទភ្នំពេញ សហការគ្នាក្នុងការជម្រុញ អាជីវកម្ម Startup នៅកម្ពុជា, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី១១ ខែមេសា ឆ្នាំ២០២៤, ចូលអានថ្ងៃទី២៥ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://shorturl.at/u27Zt
- ផែនការយុទ្ធសាស្រ្តអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ ២០១៩-២០២៣, ចេញផ្សាយខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩, ចូលអានថ្ងៃទី២៥ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤
- *What Is A Startup? The Ultimate Guide*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី៣ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៤, ចូលអានថ្ងៃទី៨ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-a-startup/
- *What a Startup Is and What's Involved in Getting One Off the Ground*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី២៥ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៤, ចូលអានថ្ងៃទី៨ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp
- ក្របខណ្ឌគោលនយោបាយសេដ្ឋកិច្ច និងសង្គមឌីជីថលកម្ពុជា ២០២១-២០៣៥, ចេញផ្សាយខែឧសភា ឆ្នាំ២០២១, ចូលអានថ្ងៃទី៨ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤
- *6 Types of Startups*, ចូលអានថ្ងៃទី២០ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://sendpulse.com/support/glossary/startup
- *What are the Different Types of Startups and Their Examples?*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី១៨ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២៤, ចូលអានថ្ងៃទី១៦ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://razorpay.com/learn/types-of-startups/
- *What Are the Different Types of Startups?*, ចូលអានថ្ងៃទី១៦ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.masslight.com/posts/types-of-startups
- *Understanding the stakeholders of startups*, ចេញផ្សាយខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៩, ចូលអានថ្ងៃទី២៥ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.researchgate.net/publication/338032139_Understanding_the_stakeholders_of_startups
- *China Manufacturing 2025 and Internet Plus: what's in it for FIEs?*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី១ ខែសីហា ឆ្នាំ២០១៦, ចូលអានថ្ងៃទី២២ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.eurobiz.com.cn/china-manufacturing-2025-internet-plus-whats-fies/
- *Zhongguancun in Beijing – China's Silicon Valley*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី២៦ ខែមេសា ឆ្នាំ២០១៣, ចូលអានថ្ងៃទី២០ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.linkedin.com/pulse/20130426152741-95015-zhongguancun-in-beijing-china-s-silicon-valley/
- *The Evolution of China's Technology-Driven Development Policies*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី២២ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២៤, ចូលអានថ្ងៃទី២៧ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.linkedin.com/pulse/evolution-chinas-technology-driven-development-habib-al-badawi-ka4ff/
- *Made in China 2025*, ចេញផ្សាយខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៨, ចូលអានថ្ងៃទី២៧ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.isdp.eu/wp-content/uploads/2018/06/Made-in-China-Backgrounder.pdf
- *Startup vs. Business - 5 Differences So You Know What You're Building?*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី១២ ខែមេសា ឆ្នាំ២០២៣, ចូលអានថ្ងៃទី១២ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.linkedin.com/pulse/startup-vs-business-5-differences-so-you-know-what-youre-sethi/

- *Difference Between a Startup and a Small Business*, ចេញផ្សាយថ្ងៃទី២៣ ខែមីនា ឆ្នាំ២០២៣, ចូលអានថ្ងៃទី១២ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://wadhwanifoundation.org/difference-between-a-startup-and-a-small-business/
- *Importance of Startup*, ចូលអានថ្ងៃទី២៥ ខែតុលា ឆ្នាំ២០២៤, https://www.digisnare.com/blog/importance-of-startup.html#:~:text=Beyond%20innovation%2C%20startups%20play%20a,stimulate%20investment%20in%20related%20sectors.

កម្ពុជា ៤.០ - Cambodia 4.0

www.cambodia4point0.org

កម្ពុជា ៤.០ Cambodia 4.0

cambodia_4.0

កម្ពុជា ៤.០ - Cambodia 4.0

កម្ពុជា ៤.០ - Cambodia 4.0

កម្ពុជា ៤.០ - Cambodia 4.0

Cambodia 4.0 Center

កម្ពុជា 4.0 CAMBODIA

វិបុលភាព បរិយាប័ន្ន សុវត្ថិភាព

គាំទ្រដោយ

មូលនិធិ ស.អ. CBRD FUND