

ผู้หญิง และ [@]ICT ในการเป็นผู้ประกอบการ

การวางแผนธุรกิจโดยใช้ ICT

Module W1

เส้นทางของผู้ประกอบการผู้หญิง
(Women Entrepreneurs Track)

Module W1

การวางแผนธุรกิจโดยใช้ ICT
(Planning a Business Using ICT)

ผู้หญิงกับการเริ่มใช้ ICT : เส้นทางของผู้ประกอบการผู้หญิง

(Women and ICT Frontier Initiative - Women Entrepreneurs Track)

ผลงานนี้เผยแพร่ภายใต้ Creative Commons 4.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

ความคิดเห็น ตัวเลข และข้อมูลต่างๆที่ระบุไว้ในเอกสารนี้เป็นความรับผิดชอบของผู้เขียน และไม่ถือว่าเป็นความคิดเห็นหรือการรับรองของสหประชาชาติ

การใช้และการนำเสนอเนื้อหาในเอกสารนี้ไม่ได้หมายถึงความเห็นของสำนักเลขาธิการสหประชาชาติเกี่ยวกับสถานะทางกฎหมายของประเทศหรือพื้นที่ใด ๆ

การกล่าวถึงชื่อบริษัทและผลิตภัณฑ์ทางการค้าใดๆ ไม่ได้หมายถึงการรับรองของสหประชาชาติ

ติดต่อ:

ศูนย์ฝึกอบรมข้อมูลแห่งเอเชียและแปซิฟิกแห่งสหประชาชาติ
และเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (UN-APCICT/ESCAP)
ชั้น 5 G-Tower, 175 Art Center Daero, Yeonsu-gu,
อินชอน สาธารณรัฐเกาหลี

โทร: +82 32 458 6650 โทรสาร: +82 32 458 6691/2

อีเมล: info@unapcict.org <http://www.unapcict.org>

ลิขสิทธิ์ © UN-APCICT/ESCAP 2016

ออกแบบ: Scand-Media Corp., Ltd และ Mr. Lowil Espada

คำนำ

ผู้ประกอบการผู้หญิงถือว่าเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเชิงบวก ผู้ประกอบการผู้หญิงส่วนใหญ่มีความคิดริเริ่มมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคและยังคงเปิดรับการเรียนรู้ตลอดชีวิตความสำเร็จของพวกเธอก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมากมาตั้งแต่การออมในครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นและการลงทุนด้านสุขภาพและการศึกษาของเด็ก ไปจนถึงการส่งเสริมการสร้างงานและการเพิ่มขึ้นอย่างมากในรายได้มวลรวม (GDP) ของประเทศ

ในขณะที่ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกได้ปิดช่องว่างทางเพศบางส่วนในด้านสุขภาพและการศึกษาผู้หญิงยังคงถูกกีดกันออกจากโอกาสทางเศรษฐกิจมากกว่าผู้ชายไม่ว่าจะโดยการจำกัดการเข้าแรงงานค่าแรงที่ต่ำกว่าความเปราะบางในอาชีพที่เป็นอันตราย หรือต่ำกว่า การเข้าถึงการเงินและสินเชื่อ

วาระ 2030 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นแผนงานระดับโลกของเราสำหรับอนาคตที่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เราต้องการ สำหรับคนรุ่นนี้และคนรุ่นต่อไปในอนาคตด้วยช่องว่างทางเพศที่เปลี่ยนแปลงน้อยมากมานานกว่า 20 ปี อย่างไรก็ตาม การตระหนักถึงวิสัยทัศน์นี้ในเอเชียและแปซิฟิกจะยิ่งท้าทายมากขึ้นไปอีก ความไม่เท่าเทียมปิดกั้นกระแสขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจบ่อนทำลายความสามัคคีทางสังคมและขัดขวางความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมการจัดการกับความไม่เท่าเทียมกันที่คงอยู่ทำให้เราต้องจัดการกับรากเหง้าของความยากจนและการเลือกปฏิบัติและเพื่อให้การคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอแก่ผู้ที่เปราะบางที่สุดสิ่งนี้ยังต้องการการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมรวมถึงการใช้ประโยชน์จากพลังของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เพื่อเพิ่มโอกาสในทุกด้านของการพัฒนา

ICT เป็นเครื่องมืออันมีค่าที่เปิดใช้งานสำหรับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม การมีส่วนร่วมทางสังคม และการเสริมอำนาจแก่กลุ่มประชากรบางกลุ่มยังคงเผชิญกับข้อเสียอันเนื่องมาจากการขาดการเข้าถึงและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้เพื่อเป็นสะพานเชื่อมความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลและเพื่อช่วยแก้ไขช่องว่างทางเพศที่ยังคงมีอยู่ ศูนย์ฝึกอบรมไอซีทีเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชียและแปซิฟิก (APCICT) ได้พัฒนาโครงการ Women and ICT Frontier Initiative (WIFI) เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการสตรีที่มีความรู้พื้นฐานด้านธุรกิจการจัดการทักษะ ICT และแหล่งข้อมูลออนไลน์โครงการนี้ยังส่งเสริมสภาพแวดล้อมของนโยบายที่เอื้ออำนวยอย่างแข็งแกร่งซึ่งจะจัดการกับอุปสรรคของสถาบันที่ขัดขวางความก้าวหน้าของผู้หญิงโดยเฉพาะ

โมดูล WIFI สะท้อนให้เห็นถึงข้อเสนอที่ว่าพัฒนาทั้งทักษะ ICT และความรู้ของผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อการปรับปรุงการดำรงชีวิตและส่งเสริมความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจโดยรวมและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้หญิง WIFI ถือเป็นก้าวสำคัญในการสร้างอนาคตที่ครอบคลุมและยั่งยืนด้วยโอกาสและผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกันสำหรับทุกคน

เกี่ยวกับโมดูล

วัตถุประสงค์หลักของโมดูลนี้คือการแนะนำผู้ประกอบการผู้หญิงที่ต้องการในการวางแผนธุรกิจด้วยเครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT)

โมดูลนี้ให้แนวคิดพื้นฐานในการวางแผนธุรกิจ เครื่องมือวิเคราะห์ และแอปพลิเคชัน ICT สำหรับการวางแผนธุรกิจ โมดูลนี้มุ่งเป้าไปที่ผู้หญิงที่มีความรู้ด้าน ICT กำลังใช้ ICT สำหรับงานพื้นฐานเท่านั้น (เช่น การโทร การส่งข้อความ อีเมล) และมีความสนใจในการใช้ ICT เพื่อการทำงานทางธุรกิจขั้นสูง (เช่น การตลาดออนไลน์และการขาย) อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ไม่ใช่ผู้ใช้ ICT ยังสามารถใช้ประโยชน์จากโมดูลได้

การออกแบบเนื้อหาหลักสูตร เน้นการคำนึงถึงความต้องการและความชอบของผู้ประกอบการผู้หญิง โมดูลนี้ไม่เพียงแต่ให้ความรู้และความรู้เท่านั้นแต่ยังเสนอกิจกรรมสำหรับผู้ประกอบการผู้หญิงในการเริ่มนำแนวคิดและเครื่องมือมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่วางแผนไว้

คู่มือวิทยากรที่ส่วนท้ายของโมดูลจะให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการผู้หญิง รวมทั้งการเพิ่มคุณค่าของเนื้อหาของโมดูลนี้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในพื้นที่ รวมทั้งปัญหาและความต้องการต่าง ๆ ที่แท้จริง

ผลการเรียนรู้

เมื่อเสร็จสิ้นโมดูล ผู้เรียนจะสามารถ:

1. เข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างการเสริมอำนาจของผู้หญิงและการเป็นผู้ประกอบการ และการใช้ ICT ในการวางแผนธุรกิจของผู้หญิง
2. ชื่นชมขั้นตอนของธุรกิจ ความท้าทายของผู้หญิงในธุรกิจ ความสำคัญของการวางแผนและการใช้ ICT ในการวางแผน
3. ระบุและวิเคราะห์แนวคิดทางธุรกิจที่สัมพันธ์กับจุดแข็งและจุดอ่อนของผู้ประกอบการ และสัมพันธ์กับโอกาสและข้อจำกัดในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ รวมถึงการใช้ ICT
4. ตระหนักถึงความสำคัญของการทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ระบุลูกค้าและคู่แข่งในตลาดธุรกิจ และเข้าใจว่า ICT จะมีประโยชน์ในกระบวนการระบุตัวตนได้อย่างไร
5. เข้าใจการสร้างมูลค่าทางธุรกิจและการใช้ ICT ในกระบวนการทางธุรกิจ
6. เข้าใจถึงความสำคัญของการเป้าหมายทางธุรกิจและการกำหนดทิศทางการธุรกิจ
7. ระบุและวิเคราะห์ความต้องการทรัพยากรของธุรกิจ และทำความเข้าใจว่า ICT สามารถช่วยในการระบุข้อกำหนดทางธุรกิจได้อย่างไร

8. เห็นคุณค่าของการจัดทำแผนธุรกิจทางการเงินและทำความเข้าใจว่า ICT สามารถช่วยในการเตรียมการได้อย่างไร
9. ตระหนักถึงความเสี่ยงทางธุรกิจประเภทต่าง ๆ และผลที่ตามมาของกระบวนการทางธุรกิจและการสร้างผลิตภัณฑ์โดยไม่ได้ตั้งใจ
10. ทำความเข้าใจว่าแนวคิดทางธุรกิจถูกนำมาใช้ในการเขียนแผนธุรกิจอย่างไร

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการผู้หญิงที่มีศักยภาพและผู้ประกอบการผู้หญิงในระยะเริ่มต้นของธุรกิจ

ระยะเวลา

8 ชั่วโมงบนพื้นฐานกระจายออกไปในหนึ่งสัปดาห์ - ขึ้นอยู่กับความพร้อมในแต่ละวันของผู้เข้าร่วมผู้หญิง 2 ชั่วโมง

ขอขอบคุณ

UN-APCICT ขอขอบคุณพันธมิตรที่เข้าร่วมในการทบทวนเนื้อหาการฝึกอบรมหลายรอบ และเป็นผู้ให้ข้อมูลที่ประเมินค่ามิได้ในขณะที่พัฒนาโมดูลนี้ ขอขอบคุณสถาบัน ICT เพื่อการพัฒนาของปากีสถาน (PIID) และมหาวิทยาลัยแห่งฟิลิปปินส์ Diliman - โครงการส่งเสริมในปัมปังกา (UP Clark) UN-APCICT ผลงานเฉพาะของ Maria Juanita R. Macapagal, Faheem Hussain, Sayuri Cocco Okada, Thi Ngoc Thao Nguyen, Maria Luisa S. Concepcion, Therese Marie B. Rico, Emmy F. Iman, Mina Lyn C. Peralta, Emmanuel C. Lallana, John J. Macasio, Usha Rani Vyasulu Reddy, Maria Anthonette Velasco Allones Grace Gorospe Jamon and CCDKM, STOU ที่ช่วยกำหนดรูปแบบโมดูลอย่างแท้จริง

สารบัญ

คำนำ.....	3
เกี่ยวกับโมดูล.....	4
ผลการเรียนรู้.....	4
กลุ่มเป้าหมาย	5
ระยะเวลา.....	5
ขอขอบคุณ.....	5
รายการคำย่อ (Acronyms).....	9
I. บทนำ.....	10
1.1 โมดูล W1 เกี่ยวกับอะไร?	11
1.2 ธุรกิจคืออะไร?	11
1.3 ขั้นตอนของธุรกิจคืออะไร ?.....	13
II. การพัฒนาแผนธุรกิจของคุณ	17
2.1 แผนธุรกิจคืออะไร?	19
2.2 การใช้ ICT ในการวางแผนธุรกิจ.....	20
2.3 การสร้างสรรค์ไอเดียธุรกิจ	33
2.4 การทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและโอกาสต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง.....	44
2.5 เป้าหมายทางธุรกิจ.....	59
2.6 การระบุทรัพยากรทางธุรกิจ.....	62
2.7 การพัฒนาแผนธุรกิจการเงิน	67
2.8 กำหนดการกิจกรรมเริ่มต้นธุรกิจและกิจกรรมประจำ	75
2.9 Sources of capital.....	75
2.10 คาดการณ์ความท้าทาย.....	76

III. การเขียนแผนธุรกิจของคุณ.....	80
ภาคผนวก (ANNEXES)	83
เกี่ยวกับผู้เขียน.....	97

รายการกล่องข้อความ

กล่องที่ 1 ตัวอย่างผู้ประกอบการผู้หญิงที่มีความคิดสร้างสรรค์	12
กล่องที่ 2 ตัวอย่างกลุ่มช่วยเหลือตนเองในอินเดีย	12

รายการตัวเลข

รูปที่ 1 สี่ขั้นตอนของธุรกิจ	13
รูปที่ 2 ภาพหน้าจอของแอปพลิเคชันสเปรดชีต	21
รูปที่ 3 ภาพหน้าจอของโปรแกรมประมวลผลคำ	22
รูปที่ 4 สกรีนช็อตของแอปพลิเคชันการนำเสนอ	23
รูปที่ 5 แบรนดของเครื่องมือค้นหา	24
รูปที่ 6 แบรนดของเครื่องมือค้นหา	25
รูปที่ 7 แบรนดของเครื่องมือค้นหา	26
รูปที่ 8 แบรนดของเครื่องมือค้นหา	27
รูปที่ 9 แบรนดของเครื่องมือค้นหา	27
รูปที่ 10 แบรนดของเครื่องมือค้นหา	28
รูปที่ 11 แบรนดของเครื่องมือค้นหา	29
รูปที่ 12 ภาพหน้าจอของ e-marketplace ระหว่างประเทศ (eBay)	30
รูปที่ 13 ภาพหน้าจอของ e-marketplace ในพื้นที่ (harbest.com.ph)	30
รูปที่ 14 สกรีนช็อตของบริการ e-government สำหรับธุรกิจ	31
รูปที่ 15 ตัวอย่างแบบฟอร์มการขอสินเชื่อที่ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์	32
รูปที่ 16 การกรองแนวคิดทางธุรกิจ	33
รูปที่ 17 การกรองแนวคิดทางธุรกิจ	43
รูปที่ 18 ระบบนิเวศน์ของผู้ประกอบการ	46
รูปที่ 19 ตัวอย่างแผนที่ชุมชน	49

รูปที่ 20 การกรองแนวคิดทางธุรกิจ	55
รูปที่ 21 การนำเสนอคุณค่า	57

รายชื่อตาราง

ตารางที่ 1 รายการแนวคิดทางธุรกิจ	34
ตารางที่ 2 ตัวอย่างแนวคิดทางธุรกิจและคำอธิบาย	35
ตารางที่ 3 คัดกรองคำถามสำหรับแนวคิดทางธุรกิจและตัวอย่างคำตอบ	37
ตารางที่ 4 การสแกนสภาพแวดล้อมและตัวอย่างคำตอบจากกรณีของนายคุน (Mr.Kuhn)	47
ตารางที่ 5 คำถามเพื่อจำแนกลูกค้าที่มีค่า	50
ตารางที่ 6 คำถามเพื่อระบุคู่แข่ง และตัวอย่างคำตอบจากกรณีของนางคุน (Mrs. Kuhn)	52
ตารางที่ 7 คำนิยามกระบวนการของแบบจำลอง SCAMPER	57
ตารางที่ 8 ตัวอย่างเป้าหมาย SMART	60
ตารางที่ 9 รายละเอียดความฝันและวิสัยทัศน์ธุรกิจของนางคุน (Mrs. Kuhn)	61
ตารางที่ 10 รายการตรวจสอบอุปกรณ์ของนางคุน (Mrs. Kuhn)	63
ตารางที่ 11 ตัวอย่างรายการตรวจสอบทรัพยากรบุคคล	66
ตารางที่ 12 รายการตัวอย่างค่าใช้จ่ายเริ่มต้น	68
ตารางที่ 13 รายการตัวอย่างต้นทุนทางการตลาด	69
ตารางที่ 14 ตัวอย่างประมาณการยอดขาย	69
ตารางที่ 15 ตัวอย่างการคำนวณต้นทุนสำหรับสินค้าหรือบริการ	70
ตารางที่ 16 ตัวอย่างประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหาร	70
ตารางที่ 17 ตัวอย่างประมาณการต้นทุนของทรัพยากรบุคคลที่จำเป็น	70
ตารางที่ 18 ตัวอย่างการประมาณการต้นทุนทั้งหมด	71
ตารางที่ 19 ตัวอย่างแผนการเงิน	73

รายการคำย่อ (Acronyms)

APCICT	ศูนย์ฝึกอบรมเอเชียและแปซิฟิกสำหรับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สหประชาชาติ)
C1	WIFI – โมดูล C1: การพัฒนาศักยภาพของผู้หญิง, SDGs และ ICT
C2	WIFI - โมดูล C2: การเปิดใช้งานบทบาทของ ICT สำหรับผู้ประกอบการผู้หญิง
CEO	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
ESCAP	คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมสำหรับเอเชียและแปซิฟิก (สหประชาชาติ)
FAO	องค์การอาหารและการเกษตร (สหประชาชาติ)
GDP	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ
GSMA	สมาคมผู้ให้บริการมือถือระดับโลก
ICT	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ITU	สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ
MDG	เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ
PSI	บริการประชากรระหว่างประเทศ
SDG	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน
SMS	บริการข้อความสั้น
STEM	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์
UN	สหประชาชาติ
UNDP	โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ
UNESCO	องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ
W1	WIFI Women Entrepreneurs Track – Module W1: Planning a Business Using ICT (เส้นทางของผู้ประกอบการผู้หญิง WIFI - โมดูล W1: การวางแผนธุรกิจโดยใช้ ICT)
W2	WIFI Women Entrepreneurs Track – Module W2: Managing a Business Using ICT (เส้นทางของผู้ประกอบการผู้หญิง WIFI - โมดูล W2: การจัดการธุรกิจโดยใช้ ICT)
WIFI	Women and ICT Frontier Initiative (ผู้หญิง และการใช้ ICT ในการประกอบการ)

I. บทนำ

เนื้อหาหลักของโมดูล C1: การเสริมสร้างศักยภาพของผู้หญิง SDGs และ ICT และโมดูล C2: การใช้งานและบทบาทของ ICT สำหรับผู้ประกอบการผู้หญิง อธิบายถึงความสำคัญของการเสริมอำนาจและการมีส่วนร่วมของผู้หญิงในด้านเศรษฐกิจและการเมืองเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาด้านหนึ่งผู้หญิงจะต้องสามารถเอาชนะอุปสรรคของการเสริมอำนาจทางเศรษฐกิจได้และในทางกลับกันรัฐบาลและสถาบันต่าง ๆ จะต้องสามารถจัดเตรียมสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยเพื่อส่งเสริมให้ผู้หญิงเข้าถึงการเงิน ตลาด การฝึกอบรม เครือข่าย และผลิตผลกับสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานได้ ในทำนองเดียวกัน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการเมืองสามารถอำนวยความสะดวกและมีส่วนช่วยในการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) รวมถึงเป้าหมายที่ห้าในการบรรลุความเท่าเทียมทางเพศและให้อำนาจแก่ผู้หญิงและเด็กผู้หญิงทุกคน

สำหรับผู้หญิง การเข้าสู่ธุรกิจเป็นสิ่งที่คุ้มค่าและท้าทาย รางวัลมีมากมาย เช่น การเพิ่มคุณค่าในตนเองและความมั่นใจเมื่อเธอสามารถใช้พรสวรรค์และทักษะของเธอ การได้รับอิสรภาพทางเศรษฐกิจเมื่อเธอสามารถสร้างรายได้ของเธอเอง และปรับปรุงคุณภาพชีวิตของเธอและครอบครัวของเธอเมื่อเธอสามารถทำได้ เพื่อการดำรงชีวิตที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น เป็นเรื่องที่ทำหายเพราะเธอสามารถเผชิญกับอุปสรรคทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่ทำให้เธอกลายเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ยาก อุปสรรครวมถึงทัศนคติเชิงลบต่อผู้หญิงในที่ทำงาน บทบาทที่หลากหลายของผู้หญิงในฐานะลูกสาว ลูกสะใภ้ ภรรยาและแม่ และการเข้าถึงโอกาสทางการเงิน เทคโนโลยี และการฝึกอบรมอย่างจำกัด

ผู้หญิงสามารถค้นหาข้อมูลอ้างอิงที่เป็นประโยชน์มากมายเกี่ยวกับการประกอบการและคำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ โมดูลนี้เป็นส่วนเสริมของวรรณกรรม แต่ต้องการเสนอแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการผู้หญิงโดยเฉพาะ ซึ่งรวมถึงการใช้ไอซีทีเพื่อธุรกิจ มีสถานที่บางแห่งที่ ICT (โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต) ถูกจำกัด และผู้ประกอบการจำนวนมากเจริญเติบโตได้โดยปราศจากมัน อย่างไรก็ตาม การทำให้กระบวนการทางธุรกิจมีสมาธิ มีระเบียบ และมีระเบียบมากขึ้นในขณะที่มีความคิดสร้างสรรค์ช่วยให้ผู้ประกอบการได้เปรียบเหนือผู้อื่น และโมดูลนี้แสดงให้เห็นว่าสามารถใช้ ICT เพื่อทำให้ผู้หญิงได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างไร

เส้นทางผู้ประกอบการผู้หญิง – โมดูล W1: การวางแผนธุรกิจโดยใช้ ICT และโมดูล W2: การจัดการธุรกิจโดยใช้ ICT ได้รับการออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการผู้หญิงที่มีศักยภาพและผู้ที่กำลังเริ่มต้นธุรกิจ โมดูลนี้ทำหน้าที่เป็นแนวทางสำหรับผู้หญิงที่ต้องการเพิ่มและปรับปรุงความรู้ทักษะและความสามารถในการพัฒนาแผนธุรกิจและการจัดการธุรกิจของตน โมดูลประกอบด้วยกรณีศึกษาตัวอย่าง แบบฝึกหัด และเครื่องมือวิเคราะห์เพื่อสร้างและเสริมสร้างความเข้าใจของผู้ประกอบการผู้หญิงเกี่ยวกับธุรกิจและสภาพแวดล้อม

แม้ว่าโมดูลเหล่านี้จะให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการผู้หญิงรายบุคคล แต่ก็สนับสนุนให้ผู้ประกอบการผู้หญิงมีส่วนร่วมและสนับสนุนซึ่งกันและกันเป็นกลุ่ม โมดูลนี้เมื่อใช้โดยวิทยากรในการฝึกอบรม จะมีลักษณะทั่วไปเพียงพอที่จะรองรับตัวอย่างและแบบฝึกหัดในพื้นที่ที่คุ้มค่ามากยิ่งขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมาย

ผลการเรียนรู้

เข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาศักยภาพของผู้หญิงและการเป็นผู้ประกอบการ และการใช้ ICT เพื่อการวางแผนธุรกิจของผู้หญิง

1.1 โมดูล W1 เกี่ยวกับอะไร?

โมดูลนี้เกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจโดยใช้ ICT ได้รับการออกแบบมาสำหรับผู้หญิงที่ต้องการเริ่มต้นหรือปรับปรุงธุรกิจของตนเอง โมดูลนี้เป็นข้อมูลเบื้องต้น โดยให้แนวคิดพื้นฐานทางธุรกิจ เครื่องมือวิเคราะห์ และการใช้งาน ICT ขั้นพื้นฐานในการวางแผนธุรกิจ โดยคำนึงถึงความต้องการและความชอบของผู้ประกอบการผู้หญิง โมดูลนี้ไม่เพียงแต่ให้ความรู้และความรู้เกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจแก่ผู้เรียนเท่านั้น แต่ยังเสนอกิจกรรมสำหรับผู้หญิงในการเริ่มใช้เครื่องมือ ICT และเครื่องมือที่ไม่ใช่ ICT กับธุรกิจของตน

วัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่สำคัญของโมดูลนี้คือ:

- » เพื่อนำเสนอแนวคิดการวางแผนธุรกิจและเครื่องมือวิเคราะห์ในการจัดทำแผนธุรกิจ
- » เพื่อแนะนำการใช้งานโปรแกรม ICT เฉพาะสำหรับการวางแผนธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่ง รูปแบบการ

เรียนรู้จะเป็นไปในทางปฏิบัติและโต้ตอบได้ ซึ่งประกอบด้วย

- แนวคิดและคำศัพท์ทางธุรกิจที่ใช้กันทั่วไปในธุรกิจทุกประเภท
- ตัวอย่างกรณีเพื่อแสดงแนวคิดและคำศัพท์
- แบบฝึกหัดและการอภิปรายเชิงปฏิบัติที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถนำแนวคิดไปใช้กับธุรกิจเฉพาะของตนได้

1.2 ธุรกิจคืออะไร?

ธุรกิจคือชุดของกิจกรรมเพื่อจัดหาสินค้าและบริการเพื่อแลกกับเงินหรือสินค้าและบริการ อาจเป็นกำไรหรือไม่แสวงหาผลกำไร ธุรกิจสามารถก่อตั้งและดำเนินการโดยบุคคลเดียว กลุ่ม ห้างหุ้นส่วน หรือองค์กร ประเทศต่าง ๆ มีกฎหมายและนโยบายในการควบคุมธุรกิจประเภทต่าง ๆ

บุคคลที่เริ่มต้น เป็นเจ้าของ และดำเนินธุรกิจ และควบคุมและรับผิดชอบต่อธุรกิจนั้นคือผู้ประกอบการ แทนที่จะทำงานเป็นพนักงาน เธอทำงานและเป็นผู้นำธุรกิจขนาดเล็ก และยอมรับความเสี่ยงและผลตอบแทนทั้งหมดจากการร่วมทุนที่กำหนด ผู้ประกอบการมักถูกมองว่าเป็นผู้ริเริ่มแนวคิดและกระบวนการทางธุรกิจใหม่ ๆ

คุณลองข้อความที่ 1 ตัวอย่างผู้หญิงที่ก่อตั้งแนวคิดเชิงนวัตกรรม (เช่น ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่ให้วิธีการหรือวิธีแก้ปัญหาใหม่ ๆ ในการทำสิ่งต่าง ๆ)

กล่องข้อความที่ 1: ตัวอย่างผู้ประกอบการผู้หญิงที่มีความคิดสร้างสรรค์

วิดีโอ “ผู้ประกอบการผู้หญิง: พลังแห่งการเปลี่ยนแปลง” (<https://youtu.be/gnDCH4sfwd8>) มีความยาว 10 นาทีและนำเสนอผู้ประกอบการผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จหารายได้ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผู้หญิงพูดคุยเกี่ยวกับอุปสรรคที่พวกเขาเผชิญและวิธีที่พวกเขาเอาชนะพวกเขา

หนังสือ “Follow Every Rainbow: Inspiring Stories of 25 Women Entrepreneurs which Gentle Touch Create Strong Business” บรรยายเรื่องราวเกี่ยวกับผู้ประกอบการผู้หญิง

<http://her.yourstory.com/25-women-entrepreneurs-0714>

บทความ “10 ผู้ประกอบการผู้หญิงชาวฟิลิปปินส์ทุบเพดานกระจก” (<https://www.techinasia.com/filipino-women-entrepreneurs-who-smashed-glass-ceiling>)

จากอินเดียมีกรณีศึกษาของผู้ประกอบการผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จในภาคการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำในรัฐทมิฬนาฑูที่ <https://genderaquafish.files.wordpress.com/2011/04/25-dr-b-shanthi-successful-women-entrepreneurs-tamil-nadu.pdf>.

ผู้ประกอบการผู้หญิงไม่จำเป็นต้องอยู่คนเดียว เธอสามารถจัดตั้งหรือเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการพัฒนา การเงิน หรือดำเนินธุรกิจของพวกเขา ตัวอย่างเช่น ในบางประเทศมีการจัดตั้งเป็นสมาคม กลุ่มอาสาสมัครเล็ก ๆ รวมตัวกันเพื่อแก้ไขปัญหาทั่วไปผ่านการช่วยเหลือตนเองและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สมาคมเหล่านี้เรียกว่า “กลุ่มช่วยเหลือตนเอง” กลุ่มเหล่านี้บางกลุ่มมีส่วนร่วมในโครงการหาเลี้ยงชีพ กิจกรรมการเรียนรู้ และการเพิ่มการออมทางการเงินเพื่อสร้างทุนสำหรับธุรกิจของพวกเขา (ดูลิงก์บทความและวิดีโอในช่องที่ 2) สำหรับตัวอย่างของกลุ่มช่วยเหลือตนเองในอินเดีย เช่น สหกรณ์อเนกประสงค์และองค์กรพัฒนาเอกชนจากหลายประเทศก็มีส่วนร่วมในโครงการที่คล้ายคลึงกัน

กล่องข้อความที่ 2: ตัวอย่างกลุ่มพึ่งพาตนเองในอินเดีย

บทความ “ไม่ควรรอนอนหิวที่นี่: กลุ่มช่วยเหลือตนเองผู้หญิงในรัฐมัธยประเทศ นำธัญพืชไปให้ชาวบ้านที่อดอยาก” (<http://www.dailymail.co.uk/indiahome/indianews/article-2560434/No-one-sleep-hungry-Womans-self-help-group-Madhya-Pradesh-bring-grains-starving-villagers.html>)

วิดีโอเกี่ยวกับกลุ่มพึ่งพาตนเองและการเสริมอำนาจของผู้หญิงโดยมูลนิธิ NavjyotiIndia
(<http://navjyoti.org.in/self-help-groups/>หรือ <https://www.youtube.com/playlist?list=PLHchKqxixMJO1qtqGTsLnz5JsdrDu-DDm>)

สรุปเนื้อหา 1.2

ธุรกิจคืออะไร?¹

1. ธุรกิจ หมายถึง องค์การ หรือกิจการที่ก่อให้เกิดสินค้า และบริการ ธุรกิจเป็นกระบวนการทั้งหมดของการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาเปลี่ยนสภาพตามกรรมวิธีการผลิตด้วยแรงคน และเครื่องจักรให้เป็นสินค้า เพื่อประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการ กิจกรรมของธุรกิจจึงรวมทั้งการผลิต การซื้อ ขาย การจำแนกแจกจ่ายสินค้า การขนส่ง การธนาคาร การประกันภัย และอื่น ๆ

2. ธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้มีการผลิตสินค้า และบริการ มีการซื้อขายแลกเปลี่ยน จำหน่าย และกระจายสินค้าและมีประโยชน์หรือกำไรจากกิจกรรมนั้น ธุรกิจมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคมปัจจุบันมากเพราะนอกจากจะเป็นองค์การที่ผลิตสินค้า หรือบริการที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของการดำรงชีวิตหรือปัจจัย4 การประกอบธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็ก หรือใหญ่แค่ไหนก็ตาม สิ่งที่สำคัญ คือ กำไร เพราะเป็นแรงจูงใจของการดำเนินการทางธุรกิจ ก่อให้เกิดการแข่งขันและการขยายตัวทางธุรกิจให้เจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

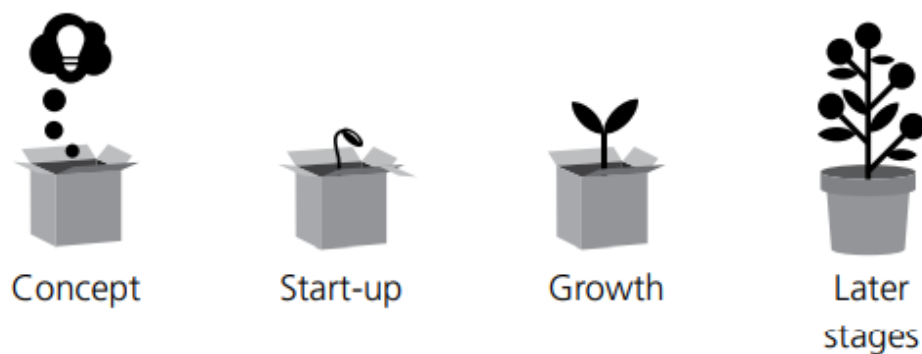
3. ธุรกิจ หมายถึง ความพยายามที่เป็นแบบแผนของนักธุรกิจในการผลิต และขายสินค้า หรือบริการ เพื่อสนองความต้องการของสังคมโดยมุ่งหวังกำไร

1.3 ขั้นตอนของธุรกิจคืออะไร ?

เอกสารประกอบธุรกิจชี้ให้เห็นวงจรชีวิตของธุรกิจ ธุรกิจมีสี่ขั้นตอน: แนวคิด การเริ่มต้น การเติบโต และระยะต่อมา รูปที่ 1 แสดงภาพประกอบของขั้นตอนธุรกิจ

¹ <http://www.thaiall.com/business/syllabus.htm>

ภาพที่ 1: 4 ขั้นตอนของธุรกิจ



Concept (แนวคิด)/Start-up (เริ่มต้น)/Growth (เติบโต)/Later stages (ขั้นตอนสุดท้าย)

ที่มา: MaRS, “Stages of company development: Angel seed and venture capital investors”, 6 December 2013. Available from <https://www.marsdd.com/mars-library/angel-investors-seed-or-venture-capital-investors-that-depends-on-your-stage-of-company-development/>

ขั้นตอนแนวคิด (Concept stage)

แนวคิดหรือระยะเริ่มต้นของวงจรชีวิตธุรกิจคือ เมื่อธุรกิจของคุณเป็นเพียงความคิดหรือแนวคิด มันคือความคิดหรือการเกิดของธุรกิจใหม่ ในขั้นตอนนี้เน้นที่การจับคู่โอกาสทางธุรกิจกับทักษะ ประสบการณ์ และความหลงใหลของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังเป็นขั้นตอนของการวางแผน การรับข้อมูลที่ดี และการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงสร้างความเป็นเจ้าของธุรกิจ แหล่งการเงิน และวิธีที่ดีที่สุดในการสร้างผลิตภัณฑ์หรือส่งมอบบริการ แผนธุรกิจเป็นก้าวที่ใหญ่ที่สุดในขั้นตอนแนวคิด

ในขั้นตอนแนวคิด สิ่งสำคัญคือต้องคิดและคาดการณ์ผลลัพธ์เชิงบวกและเชิงลบ และความท้าทายที่คุณในฐานะผู้ประกอบการสตรีต้องรับมือกับหลายอย่างของผู้หญิงในบ้านต้องการเวลาและทรัพยากรเป็นจำนวนมาก ในทำนองเดียวกันการทำและดำเนินธุรกิจก็ต้องการความเอาใจใส่เวลา และทรัพยากรด้วยเช่นกัน ผู้หญิงต้องการการสนับสนุนผู้คนสามารถช่วยเหลือคุณได้โดยใช้และรวบรวมทรัพยากรที่มีอยู่การรู้สิ่งนี้ตั้งแต่เริ่มต้นจะช่วยให้คุณเตรียมและช่วยให้คุณคาดการณ์ว่าจะรับมือกับความท้าทายทางธุรกิจได้อย่างไร

ในขั้นตอนนี้การใช้อุปกรณ์และแอปพลิเคชันICTเช่นโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์และแอปพลิเคชันโปรแกรม และอินเทอร์เน็ตจะมีประโยชน์มากในการช่วยให้คุณจัดการเวลาและทรัพยากรของคุณทั้งที่บ้านและสำหรับธุรกิจของคุณ

ความรับผิดชอบของคุณที่บ้านไม่สิ้นสุด การวางแผนกิจกรรมส่วนตัวและการสื่อสารกับครอบครัวและญาติเป็นสิ่งสำคัญที่คุณต้องดูแลทุกวัน คุณสามารถได้รับความช่วยเหลือจากอุปกรณ์และแอปพลิเคชัน ICT ในการวางแผนและสื่อสารเรื่องส่วนตัว

ในทำนองเดียวกันในธุรกิจการวางแผนและการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการเตรียมและดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ และสร้างความสัมพันธ์สำหรับธุรกิจในช่วงตอนการวางแผนอุปกรณ์และแอปพลิเคชัน ICT สามารถช่วยในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่สำคัญผ่านอินเทอร์เน็ตและผ่านผู้คนที่คุณสามารถสื่อสารด้วยอุปกรณ์ ICT

ขั้นตอนเริ่มต้น (Start-up stage)

ในขั้นตอนนี้ ธุรกิจได้ดำเนินการเพื่อให้มีอยู่อย่างถูกกฎหมาย คุณต้องค้นหาว่าคุณสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของรัฐบาลในการจัดตั้งธุรกิจได้หรือไม่ ก่อนที่คุณจะตัดสินใจดำเนินการต่อและเริ่มต้นธุรกิจใหม่ที่สุด

นอกจากนี้ ในขั้นตอนนี้ ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ได้รับการพัฒนาและการผลิตอยู่ในสถานที่ซึ่งมีโอกาสที่จะมีลูกค้ารายแรกของคุณนี้เป็นขั้นตอนที่คุณวางระบบและขั้นตอนเพื่อให้ธุรกิจของคุณมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพมากขึ้นระบบจะรวมถึงวิธีที่คุณซื้อวัสดุและอุปกรณ์ จ้างและจัดการคน ดำเนินธุรกิจเพื่อผลิตและรับยอดขายเพิ่มขึ้นติดตามการเงินและปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านกฎระเบียบของรัฐบาล

ในขั้นตอนนี้ ผู้ประกอบการผู้หนึ่งต้องการการสนับสนุนอย่างมาก ความต้องการเวลาในการสื่อสารและตัดสินใจเพิ่มขึ้น คุณจะต้องการบุคลากรและทรัพยากรเพื่อช่วยคุณในการก่อตั้งธุรกิจ กลไกการสนับสนุนจากญาติและเพื่อน กลุ่มช่วยเหลือตนเอง และเครือข่ายสังคมสามารถช่วยจัดการกับความท้าทายและรับโอกาสทางธุรกิจมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การเข้าถึงศูนย์ดูแลเด็กกลางวันสำหรับคุณแม่ที่เป็นผู้ประกอบการสามารถช่วยให้เธอมีเวลามากขึ้นในการปฏิบัติตามภาระหน้าที่ในการทำงานและความต้องการส่วนตัวของเธอ ICT ยังช่วยในการจัดการเวลาทรัพยากร และเรื่องส่วนตัว

ขั้นตอนเติบโต (Growth stage)

ขั้นตอนนี้แสดงให้เห็นโดยลูกค้าที่เพิ่มขึ้น รายได้จากการขาย และผลกำไร แต่การแข่งขันกำลังเผชิญ ขั้นตอนการเติบโตมีความต้องการอย่างมากจากการเพิ่มขึ้นของธุรกิจและความท้าทายส่วนบุคคล มากขึ้นดังนั้น หาก你不能วางแผนและใช้ทรัพยากรของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกครั้ง ธุรกิจสามารถช่วยได้โดยได้รับการสนับสนุนจากบุคคลและเครือข่ายมากขึ้น และโดยการใช้ ICT ที่สามารถช่วยให้ธุรกิจของคุณดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น บ่อยครั้ง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีบทบาทหลายอย่าง (ในฐานะผู้จัดการ ผู้ทำบัญชี ผู้บริหาร นักวิเคราะห์ทางการเงิน การตลาดและการประชาสัมพันธ์) คุณต้องตั้งใจและเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ในชีวิตของคุณ

ขั้นตอนสุดท้าย (Later stages)

ในระยะต่อมา ชีวิตธุรกิจสามารถอธิบายได้ว่าเป็นกิจวัตรและเป็นผู้ใหญ่มากขึ้น เป็นไปได้มากกว่าความต่อเนื่องสำหรับการขยายตัวกลายเป็นความท้าทายในตอนนี้อย่างยิ่ง จิตใจของธุรกิจอาจมองหาโอกาสมากขึ้น ซึ่งต้องใช้การวางแผน การค้นหาข้อมูล การสื่อสารและการติดต่อกันเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ดียิ่งขึ้นซึ่งจะส่งผลให้มีการตัดสินใจทางธุรกิจที่ดี อีกครั้ง ธุรกิจในระยะหลังนี้สามารถช่วยเหลือได้โดยใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชัน ICT

สรุปเนื้อหา 1.3

ขั้นตอนการทำธุรกิจ

1. เริ่มต้นหาไอเดียสร้าง Product แน่นอนว่าถ้าเราต้องการขายผลิตภัณฑ์ (Product) สักอย่าง เราก็ต้องรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของเราคืออะไร หรือมีบริการอะไรที่คนต้องการ อาจจะหาไอเดียจากสิ่งที่เรามีความรู้มาก่อนหรือว่าลองเป็นผลิตภัณฑ์ที่เราอยากทำมาตลอดก็ได้ แม้แต่ผลิตภัณฑ์ที่อาจจะยังไม่เคยมีคนทำมาก่อนเพราะไม่มีคนประดิษฐ์ขึ้นมา

สิ่งต่อมาที่เราควรคิดก็คือชื่อของบริษัท ซึ่งชื่ออาจจะเปลี่ยนแปลงได้อีก เพราะยังธุรกิจเติบโตมากขึ้นเท่าไร ชื่อบริษัทก็สามารถเปลี่ยนให้ชัดเจนและสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นเท่านั้น สิ่งที่เราควรคิดถึงเวลาตั้งชื่อบริษัทมีวิธีการจำคือ ชื่อบริษัทควรมี “2 ง่าย” นั่นคือ ง่าย และ เข้าใจง่าย

2. วาดแผนการตลาด ขั้นตอนหลังจากที่เราตัดสินใจเกี่ยวกับไอเดียสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แล้ว ต่อมาเรื่องที่ต้องทำให้เรียบร้อยคือเรื่องของการเขียนแผนธุรกิจ เพราะการเขียนแผนธุรกิจจะช่วยให้เรารู้ว่าขั้นตอนต่อไปที่ต้องทำให้ธุรกิจของเราดำเนินต่อไปได้คืออะไร การเขียนแผนธุรกิจนั้นยังเขียนรายละเอียดมากเท่าไรยิ่งดีต่อธุรกิจของคุณมากขึ้นเท่านั้น ตั้งแต่ลักษณะของธุรกิจ, ลักษณะของบริษัท ไปจนถึงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ของคุณ รวมทั้งข้อดีและข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อใช้เปรียบเทียบกับบริษัทที่เป็นคู่แข่งของคุณ

เมื่อได้แผนและมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์แล้ว สิ่งที่ต้องทำต่อมาคือหา feedback เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของเรา เริ่มจากคนใกล้ชิดตัวอย่างญาติหรือเพื่อนๆ ก็ได้ เพราะคนเหล่านี้จะให้ความเห็นได้อย่างเร็วที่สุดและเมื่อเราได้ feedback กลับมาก็นำไปใช้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นแล้วก็ออกมาหา feedback วนกลับไปมาจนกว่าจะได้ผลงานที่ดีที่สุด

3. วางแผนเรื่องการเงิน ขอให้คิดอยู่เสมอว่าเงินสำหรับการทำธุรกิจก็เหมือนกระแสเลือดสายสำคัญในร่างกายของเรา ก่อนอื่นเราต้องรู้ว่าบที่เรากำลังสร้างธุรกิจนั้นควรมีเราเท่าไร หากเงินที่นำมาใช้ทำธุรกิจนั้นคือเงินที่มาจากกระเป๋าออม เราไม่ควรนำเงินออมทั้งหมดมาใช้ลงทุน เพราะทุกการลงทุนมีความเสี่ยง หากนำเงินที่มีทั้งหมดมาลงทุน แล้วผลตอบแทนธุรกิจไม่ได้ตามที่หวังอาจจะทำให้สูญเสียเงินทั้งหมดไปได้

4. หา Partner ที่วางใจได้ เพราะการทำธุรกิจการมีหุ้นส่วนนั้นช่วยแบ่งเบาภาระที่เราต้องลงทุนไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบต่าง ๆ หรือทรัพยากรอื่น ๆ นั้นทำให้การคัดเลือกหุ้นส่วนสำคัญมาก เพราะคนที่จะมาร่วมทำธุรกิจ

นั้นต้องเห็นภาพรวมของธุรกิจที่ทำอยู่ในแบบเดียวกับที่เราเห็น คือแผนในการดำเนินธุรกิจควรจะเป็นภาพเดียวกัน หากเห็นภาพต่างกันหรือขัดแย้งกันย่อมไม่อาจทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

5. ศึกษาเรื่องกฎหมายเกี่ยวกับ SMEs แบบรอบด้าน ทาที่ปรึกษาด้านกฎหมายสำหรับคอยให้คำปรึกษา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดตั้งบริษัทเพื่อทำธุรกิจหรือแม้แต่กฎหมายด้านภาษีเองก็ตาม เรื่องเหล่านี้หากเราได้ผู้เชี่ยวชาญมาช่วยก็จะทำให้การดำเนินงานทำได้ง่ายขึ้น และอีก 1 เรื่องที่ควรทำคือ การเปิดบัญชีสำหรับเงินที่เป็นผลประโยชน์การเท่านั้น เราไม่ควรนำเงินมาใส่บัญชีส่วนตัวเพราะนั่นทำให้การจัดระบบบัญชีไม่แบ่งแยกชัดเจน และนั่นเป็นสาเหตุที่หลายบริษัท SMEs ต้องปิดตัวลงเพราะการไม่แบ่งแยกบัญชีให้ชัดเจน ไม่แบ่งว่าบัญชีไหนคือผลประโยชน์ทำให้เราไม่รู้ว่าเงินผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุนนั้นได้กำไรหรือขาดทุนเท่าไร

6. เปิดตัวผลิตภัณฑ์ของคุณ แน่นอนว่าการวางแผนเปิดตัวผลิตภัณฑ์นั้น เริ่มต้นจากการหาพื้นที่สำหรับจัดวางขายผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณ คุณควรแบ่งส่วนพื้นที่ให้ชัดเจนว่าส่วนไหนคือสำนักงาน และส่วนไหนคือส่วนที่ใช้เก็บผลิตภัณฑ์ และส่วนไหนสำหรับการพักผ่อน อย่าลืมตรวจสอบกฎหมายให้ดีด้วยเพราะธุรกิจบางประเภทไม่อนุญาตให้ดำเนินการภายในที่อยู่อาศัยได้ และตรวจสอบการติดต่อต่าง ๆ ภายในสำนักงานว่าสามารถใช้ได้ตามปกติ เพราะนั่นช่วยให้เราสามารถติดต่อกับลูกค้าที่สนใจในผลิตภัณฑ์ของเราโดยตรงได้

II. การพัฒนาแผนธุรกิจของคุณ

ผลการเรียนรู้

» ชื่นชมขั้นตอนของธุรกิจ ความท้าทายของผู้หญิงในธุรกิจ ความสำคัญของการวางแผนและการใช้ ICT ในการวางแผน

» ระบุและวิเคราะห์แนวคิดทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับจุดแข็งและจุดอ่อนของผู้ประกอบการและที่เกี่ยวข้องกับโอกาสและข้อจำกัดในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจรวมถึงการใช้ ICT

» ตระหนักถึงความสำคัญของการทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ระบุลูกค้าและคู่แข่งในตลาดธุรกิจ และทำความเข้าใจว่า ICT จะมีประโยชน์ในกระบวนการระบุตัวตนได้อย่างไร

» เข้าใจการสร้างมูลค่าทางธุรกิจและการใช้ไอซีทีในกระบวนการทางธุรกิจ

» เข้าใจถึงความสำคัญของเป้าหมายทางธุรกิจและการกำหนดทิศทางธุรกิจ

» ระบุและวิเคราะห์ความต้องการทรัพยากรของธุรกิจ และทำความเข้าใจว่า ICT สามารถช่วยในการระบบข้อกำหนดทางธุรกิจได้อย่างไร

» ชื่นชมคุณค่าของการจัดทำแผนการเงินธุรกิจและทำความเข้าใจว่า ICT สามารถช่วยในการเตรียมการได้อย่างไร

» ตระหนักถึงความเสี่ยงทางธุรกิจประเภทต่าง ๆ และผลที่ตามมาของกระบวนการทางธุรกิจและการสร้างผลิตภัณฑ์โดยไม่ตั้งใจ

กรณีศึกษาของผู้ประกอบการผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจของตน (ดुक่องที่ 1) เริ่มต้นด้วยแนวคิดทางธุรกิจหลายอย่าง ธุรกิจของพวกเขาขึ้นอยู่กับสิ่งที่พวกเขาคุ้นเคย และพวกเขาเข้าใจผลิตภัณฑ์และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการผู้หญิงจำนวนมากประสบกับความท้าทายและธุรกิจที่ล้มเหลว แต่พวกเขาอยู่เหนือสิ่งเหล่านี้ด้วยความมุ่งมั่นและเรียนรู้จากความผิดพลาด

จากเอกสารทางธุรกิจและเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยจากผู้ประกอบการมีปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจ ปัจจัยภายในบางประการอาจรวมถึงดังต่อไปนี้:

การขาดเป้าหมายทางธุรกิจและวิสัยทัศน์ที่สูงและชัดเจน

- » ขาดจุดชัดเจน หรือจุดที่เน้นของธุรกิจ
- » ขาดแรงจูงใจ หรือขาดแรงบันดาลใจ
- » ความรู้และความสามารถไม่เพียงพอในธุรกิจ
- » กลัวความล้มเหลว (กลัวสิ่งที่คนอื่นจะพูด)
- » บริหารจัดการเงินไม่ดี
- » ทุนน้อย
- » จำกัดหรือไม่มีทีมงานและแบ่งปันกับผู้อื่น

ปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจ:²

- » ข้อจำกัดและอุปสรรคในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
- » ขาดการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาลหรืออุตสาหกรรม
- » เหตุการณ์ไม่ปกติในภูมิภาคหรือประเทศที่ดำเนินธุรกิจ เช่น เหตุการณ์ที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ (เช่น ภัยพิบัติ วิกฤตทางการเงิน เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง)
- » เปลี่ยนรูปแบบการซื้อ

² Zahra Arasti, Fahimeh Zandi and Neda Bahmani, “Business failure factors in Iranian SMEs: Do successful and unsuccessful entrepreneurs have different viewpoints?” Journal of Global Entrepreneurship Research, vol. 4, no. 10 (December 2014). Available from <http://link.springer.com/article/10.1186/s40497-014-0010-7>; and Mulugeta Chane Wube, “Factors Affecting the Performance of Women Entrepreneurs in Micro and Small Enterprises (The Case of Dessie Town)”, August 2010. Available from <http://www.unevoc.unesco.org/e-forum/thesis%20final.pdf>.

- » กำลังซื้อของลูกค้าลดลง
- » การขาดแคลนวัตถุดิบ
- » ลูกค้านัดหยุดงาน
- » ราคาต่ำของคู่แข่ง
- » มีสินค้าอื่นมาทดแทน

ในฐานะผู้ประกอบการ คุณต้องคาดการณ์ความเสี่ยงและความท้าทายทางธุรกิจ ดูมาตรา 2.10 สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับความเสี่ยงทางธุรกิจ

(1) การมีแผนที่ตีความถึงการคิดถึงวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ที่สูงขึ้นของธุรกิจ การมุ่งเน้น การวางแผน การจัดการทรัพยากรทางธุรกิจและการเงินของคุณ และการเตรียมพร้อมสำหรับปัจจัยภายในและภายนอกของธุรกิจ ใครก็ตามที่ประสงค์จะประกอบธุรกิจต้องมีแผนการที่ดีเพื่อ: (1) มีความชัดเจนในสิ่งที่คุณกำลังจะทำ;

(2) รู้เกี่ยวกับตัวคุณและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของคุณ และ (3) สร้างความมั่นใจในทิศทางธุรกิจของคุณมากขึ้น

2.1 แผนธุรกิจคืออะไร? ³

แผนธุรกิจโดยพื้นฐานแล้วคือเอกสารที่มีพื้นฐานมาจากกระบวนการเขียนสิ่งที่คุณวางแผนจะทำกับธุรกิจของคุณ การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ และวิธีที่คุณวางแผนทางการเงินและดำเนินการ เมื่อคุณวางแผน เตรียมพร้อมสำหรับการดำเนินการ ไม่มีอะไรดีไปกว่าการเตรียมตัวในความพยายามใด ๆ

แผนธุรกิจบอกเกี่ยวกับรายละเอียดพื้นฐานของธุรกิจ มันอธิบาย:

- » เป้าหมายและแนวคิดทางธุรกิจของคุณ
- » คุณเข้าใจตลาดของคุณอย่างไรและวางแผนขายสินค้าหรือบริการของคุณอย่างไร
- » การแข่งขันและความเสี่ยงทางธุรกิจของคุณ
- » การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของคุณให้ดีกว่าคู่แข่ง
- » คุณจะดำเนินการและจัดการธุรกิจของคุณอย่างไร
- » ข้อมูลทางการเงินที่จะทำให้ธุรกิจของคุณดำเนินไปและทำกำไรได้

แผนธุรกิจไม่ได้บังคับเฉพาะในชั้นแนวคิดของธุรกิจเท่านั้น แต่จะต้องตรวจสอบและแก้ไขในทุกขั้นตอนของธุรกิจด้วย ต้องใช้แผนธุรกิจเมื่อคุณสมัครสินเชื่อธุรกิจหรือเมื่อคุณแสวงหาเงินทุนจากนักลงทุน

³ Investopedia, “What is a Business Plan”. Available from <http://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp>.

จากส่วนที่ 2.3 เป็นต้นไป แนวคิดทางธุรกิจที่ใช้กันทั่วไปในแผนธุรกิจจะถูกนำเสนอทีละครั้งพร้อมตัวอย่างและแบบฝึกหัด รวมทั้งข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน ICT บางรายการจะถูกจัดเตรียมไว้ด้วย

สรุปเนื้อหา 2.1⁴

แผนธุรกิจ (Business Plan) หมายถึง เครื่องมือที่ผู้ประกอบการใช้กำหนดขั้นตอน และวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ ได้แก่ กำไร หรืออื่น ๆ ที่คาดหวังเอาไว้ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการนำเสนอต่อหุ้นส่วนหรือสถาบันการเงินต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาร่วมลงทุน หรือการพิจารณาเงินกู้

แผนธุรกิจที่ดีควรมีลักษณะดังนี้

1. มีความถูกต้อง ชัดเจนและกระชับ
2. ครอบคลุมเนื้อหาที่สำคัญ
3. เนื้อหาต่อการเข้าใจ
4. มีความเป็นไปได้จริงต่อการปฏิบัติตามแผน

ความสำคัญของแผนธุรกิจ

1. ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการมีเป้าหมายชัดเจน กำหนดแนวทางของความคิดและช่วยให้ผู้ประกอบการมีความมั่นคงต่อการใช้ทรัพยากร และนำไปสู่เป้าหมาย
2. เป็นเครื่องมือที่แสวงหาเงินทุนจากผู้ร่วมลงทุนจากกองทุนร่วมลงทุนจากสถาบันการเงินต่าง ๆ
3. ให้รายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การจัดหาเงินทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และอื่น ๆ ในการบริหารกิจการ และใช้เพื่อกำหนดการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องในอนาคตของกิจการ

2.2 การใช้ ICT ในการวางแผนธุรกิจ

ICT รวมถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือที่มีโปรแกรมแอปพลิเคชันอยู่แล้วและอาจมีความสามารถในการติดตั้งโปรแกรมเพิ่มเติมเพื่อใช้ในธุรกิจนอกเหนือจากอุปกรณ์แล้วยังมีบริการต่าง ๆ เช่น เครือข่ายโทรคมนาคมอินเทอร์เน็ตและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่อาจจำเป็นเพื่อให้ได้รับประโยชน์จาก ICT มากขึ้นในธุรกิจ

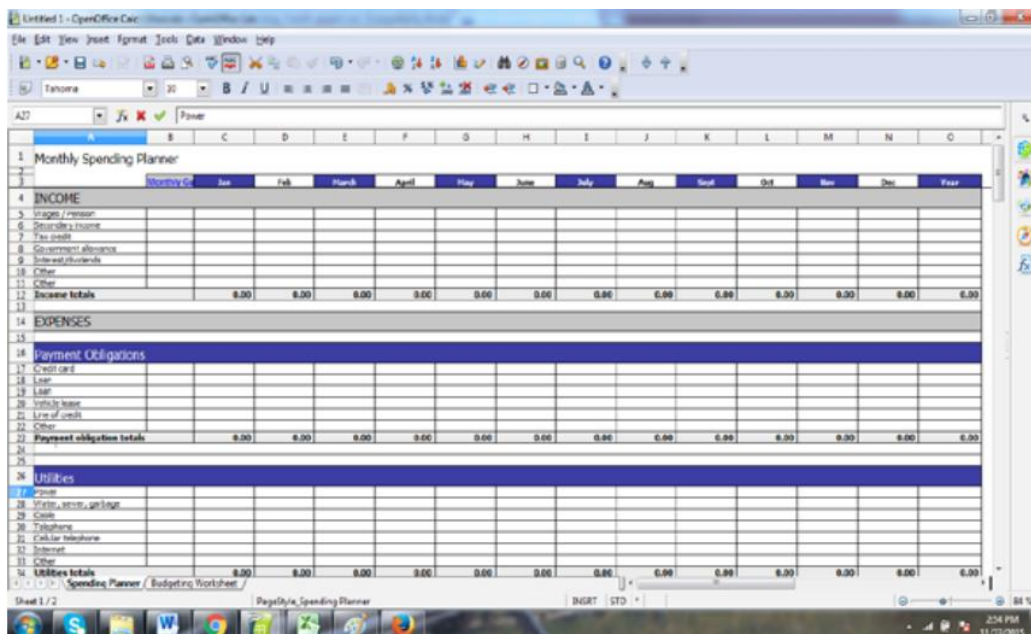
⁴ <https://sites.google.com/site/prakopkarnn/home/--7/7-1-khwam-hmay-laea-khwam-sakhay-khxng-phaen-thurkic>

เพื่อช่วยคุณเตรียมและพัฒนาแผนธุรกิจแอปพลิเคชัน ICT พื้นฐานต่อไปนี้จะสามารถทำให้กระบวนการวางแผนง่ายขึ้นและมีส่วนทำให้ผู้ประกอบการสตรีมีความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิต

โปรแกรมสเปรดชีต (Spreadsheet programs) คือเวิร์กชีต worksheet มีแถวและคอลัมน์ที่ช่วยจัดเรียงและจัดเรียงข้อมูลจำนวนมาก แอปพลิเคชันหรือซอฟต์แวร์สเปรดชีตคอมพิวเตอร์คล้ายกับกระดาษบัญชีแบบเสาคอนกรีตที่มีคอลัมน์และแถวแสดงบนหน้าจอคอมพิวเตอร์สเปรดชีตอิเล็กทรอนิกส์สามารถทำการคำนวณได้โดยอัตโนมัติต่างจากการใช้สเปรดชีตกระดาษด้วยตนเอง หรือแม้แต่สร้างรายงานแบบกราฟิก เช่น แผนภูมิและกราฟ

Google Sheets, Microsoft Excel และ OpenOffice Calc เป็นแอปพลิเคชันที่คุณสามารถใช้สร้างแผนเวลาหรือสร้างรายชื่อผู้ติดต่อ ตัวอย่างของแอปพลิเคชันการวางแผนสเปรดชีตโดยใช้ Microsoft Excel มีอยู่ใน <http://analysistabs.com/excel-templates/project-plan-free-download/> หากคอมพิวเตอร์ของคุณไม่มีแอปพลิเคชัน Microsoft Office คุณสามารถใช้ชุดโปรแกรม OpenOffice ที่มี OpenOffice Calc ภาพหน้าจอในรูปที่ 2 เป็นแอปพลิเคชันที่ดัดแปลงมาจาก <http://www.mymoneycoach.ca/> ที่เปิดและแก้ไขผ่าน OpenOffice Calc

รูปที่ 2 ตัวอย่างของแอปพลิเคชันสเปรดชีต (Spreadsheet programs)

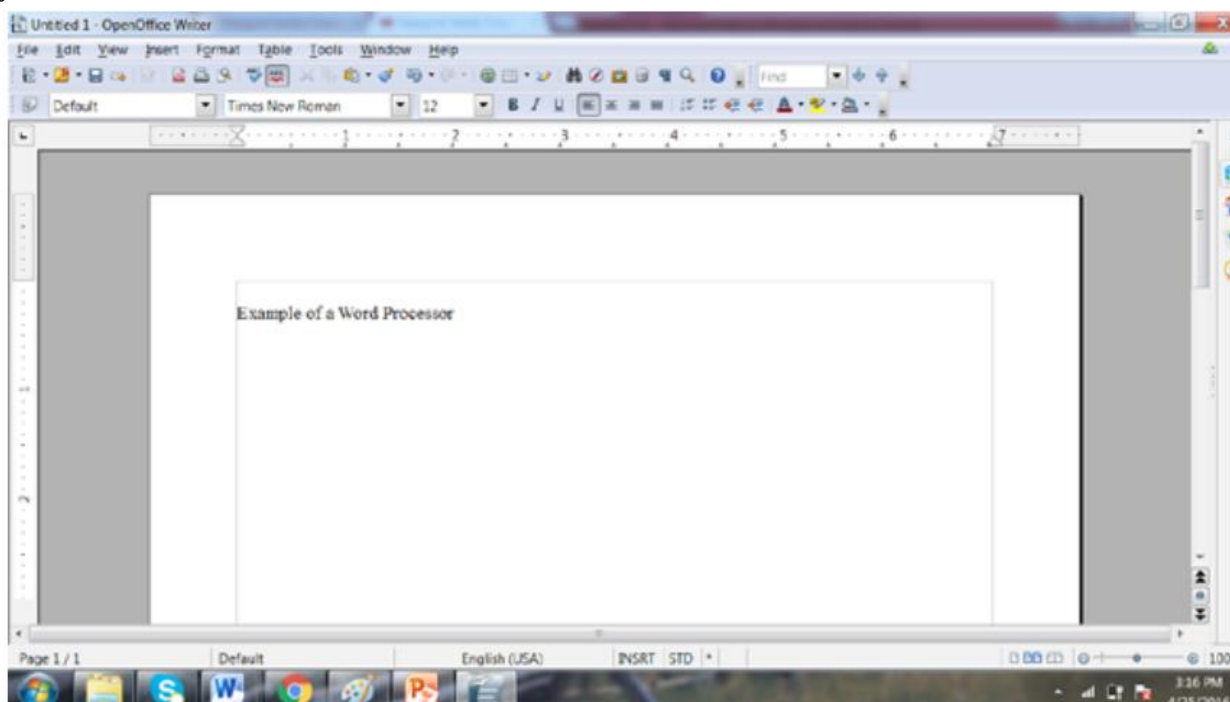


» เอกสารหรือโปรแกรมประมวลผลคำ Document or word processor โปรแกรมประมวลผลคำนั้นเหมือนกับเครื่องพิมพ์ดีดและกระดาษของคุณ แต่ในคอมพิวเตอร์ มันสามารถมีฟังก์ชันและคุณสมบัติเพิ่มเติมได้ Google Docs, Microsoft Word และ OpenOffice Writer สามารถช่วยเขียนและสื่อสารแผนธุรกิจได้

แผนธุรกิจต้องมีเอกสารประกอบ ขณะที่พัฒนาแผนธุรกิจดังกล่าว การเขียนความคิดและรายละเอียดของแผนจะช่วยให้ การบันทึกความคิดและตัวเลขช่วยให้คุณจดจำ วิเคราะห์ และแก้ไขข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษร และอำนวยความสะดวกในการสร้างข้อเสนอโครงการหรือการศึกษาความเป็นไปได้ซึ่งเป็นข้อกำหนดเสมอเมื่อต้องการหาเงินทุนจากนักลงทุนหรือสมัครขอสินเชื่อจากธนาคาร

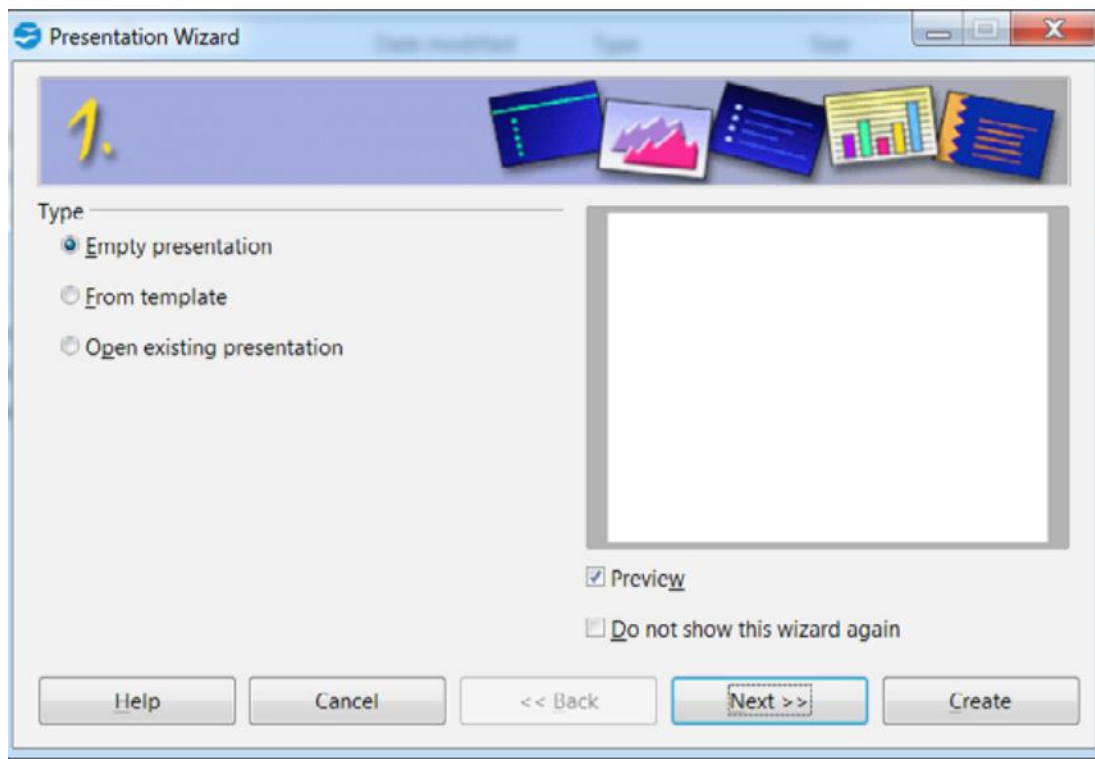
ในการสร้างเอกสารเช่นจดหมายธุรกิจและการกรอกแบบฟอร์มหรือเทมเพลตรายงานแอปพลิเคชันประมวลผลคำเช่น Open Office Writer จะให้บริการฟรีจาก Apachecom หรือ CNET (http://download.cnet.com/Apache-OpenOffice/3001-18483_4-10263109.html?hlndr=1)
รูปที่ 3 สำหรับภาพหน้าจอของ OpenOffice Writer

รูปที่ 3 ภาพโปรแกรมประมวลผล (Document or word processor)



» สไลด์นำเสนอ Presentation slides ในการนำเสนอแนวคิดและแผนธุรกิจ คุณสามารถใช้ Google สไลด์, Microsoft PowerPoint หรือ OpenOffice Impress แอปพลิเคชันการนำเสนอสามารถแสดงภาพ เช่น ภาพถ่าย กราฟ และวิดีโอ เพื่ออธิบายและนำเสนอแนวคิดต่อกลุ่มบุคคลเพื่อวัตถุประสงค์ในการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและแสดงหลักฐานหรือความเป็นไปได้ของแนวคิด

รูปที่ 4 ภาพแอปพลิเคชันการนำเสนอ



» โสตทัศนูปกรณ์และกราฟเบื้องต้น Basic visual aids and graphs เมื่อคุณวางแผนธุรกิจ บางครั้งการใช้ภาพ กราฟ และภาพถ่ายที่สามารถอธิบายความคิดของคุณได้ก็มีประโยชน์ คอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถืออาจติดตั้งโปรแกรมที่สามารถใช้สร้างสื่อโสตทัศนได้แล้ว ตัวอย่างเช่น โปรแกรมสเปรดชีตสามารถพัฒนาแผนภูมิและกราฟจากข้อมูลของคุณได้ ตัวอย่างเช่น การสร้างนามบัตรสามารถทำได้โดยใช้โปรแกรมประมวลผลคำ และโปรแกรมอื่น ๆ เช่น Adobe โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่ เช่น Paint สามารถจับภาพและแก้ไขภาพได้ อุปกรณ์พกพาอาจมีความสามารถในการจับภาพและแก้ไขภาพที่ติดตั้งไว้ล่วงหน้า ตัวอย่างเช่น โทรศัพท์มือถือบางรุ่นมีแอปพลิเคชันรูปภาพที่ให้คุณแก้ไขรูปภาพได้

» อินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายบริเวณกว้างทั่วโลกที่เชื่อมต่อระบบคอมพิวเตอร์ของคุณกับเวปไซด์เว็บ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต คุณจะต้องมีสิทธิ์เข้าถึงผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

» เว็บเบราว์เซอร์ Web browser เบราว์เซอร์คือแอปพลิเคชันที่ใช้ในการเข้าถึงและดูเว็บไซต์ เว็บเบราว์เซอร์ทั่วไป ได้แก่ Google Chrome, Internet Explorer ของ Microsoft, Mozilla Firefox และ Safari ของ Apple

รูปที่ 5 แบนด์ของเครื่องมือค้นหา (search engines)



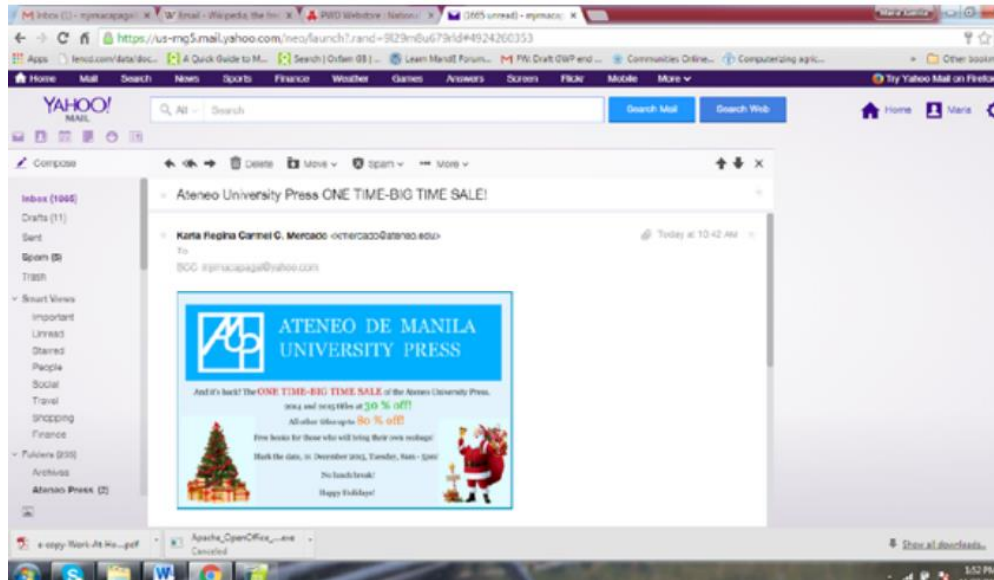
ที่มา : <http://imarketdentists.com/dental-online-marketing/dental-seo/> <http://news.techgenie.com/latest/are-students-web-savvy-or-search-engine-savvy/> <https://sambridge.wordpress.com/2011/03/18/97/>
<http://www.bravonc.com/web/link-bulding-services/>
<https://www.linkedin.com/pulse/20140926034247-126344576-search-engines-in-world-complete-list-of-all-search-engines-in-world> http://library.austincc.edu/help/InfogameDevelopment/searching/2_search-engines.php <http://www.vc2plus.com/what-are-the-differences-between-major-search-engines/>
<http://azedigital.com/servicios/posicionamiento-en-buscadores-google/> <http://noworriesit.net/little-search-engines-that-could/> http://noworriesit.net/little-search-engines-that-could/#.V79A9_l97rc
<http://makemoneyonlineareality.com/seo/>

เครื่องมือค้นหา (Search engines) หรือมักเรียกทับศัพท์คือ “เสิร์ชเอนจิน” ใช้เพื่อค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตเมื่อคุณสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านทางอินเทอร์เน็ตเบราว์เซอร์ เวิลด์ไวด์เว็บเสิร์ชเอนจิน เช่น AltaVista, Bing, Excite, Google, Infoseek, Lycos และ Yahoo!สามารถใช้เพื่อค้นหาข้อมูลที่จำเป็นสำหรับธุรกิจของคุณคุณสามารถเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจผ่านการค้นหาและค้นหาการอัปเดตเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการบนเว็บ

» **การสร้างอีเมล (e-mails)** เพื่อการสื่อสาร จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมลเป็นวิธีการแลกเปลี่ยนข้อความดิจิทัลจากบุคคลหนึ่งที่มีที่อยู่อีเมลไปยังผู้รับอย่างน้อยหนึ่งรายด้วยที่อยู่อีเมล มันทำงานผ่านการใช้

อินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์อื่น ๆ อีเมลถูกส่งเร็วมากเมื่อเทียบกับการโพสต์แบบเดิม ข้อดีอีกประการของการใช้อีเมลคือความสามารถในการส่งเอกสารเป็นเอกสารแนบไปกับข้อความอีเมล

รูปที่ 6 ภาพของอีเมลในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์



ไซต์ (Sites) ที่คุณสามารถสร้างบัญชีอีเมลของคุณอาจมีโปรแกรมอื่น ๆ ที่คุณสามารถบันทึกและเรียกค้นไฟล์ และมีพื้นที่จัดเก็บเพียงพอสำหรับเอกสารของคุณ การเข้าถึงไซต์เหล่านี้ทำให้คุณสามารถใช้ "การประมวลผลแบบคลาวด์" ซึ่งคุณสามารถจัดเก็บและเข้าถึงข้อมูลและโปรแกรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตแทนโทรศัพท์คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของคุณ บริการอีเมลทางเว็บ เช่น Gmail, Outlook.com และ Yahoo Mail เป็นตัวอย่างของคลาวด์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งให้คุณส่งและรับอีเมลจากคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

» สื่อสังคม (Social Media) แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียสามารถให้โอกาสในการสื่อสารและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น Facebook อนุญาตให้คุณอัปโหลดรูปภาพสินค้าเพื่อขาย นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติที่มีประโยชน์หลายอย่างรวมถึงการส่งข้อความส่วนตัว (เมสเซนเจอร์) และการค้นหากลุ่มที่คุณสามารถเป็นส่วนหนึ่งได้

รูปที่ 7 ภาพการใช้สื่อสังคม หรือโซเชียลมีเดีย (Social Media) ในการขายผลิตภัณฑ์



สื่อสังคม หรือโซเชียลมีเดีย (Social Media) ได้กลายเป็นแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพสำหรับการตลาดโซเชียลมีเดียยอดนิยมที่ใช้สำหรับการสื่อสารและการตลาดได้แก่ ⁵

» Facebook —โซเชียลมีเดียที่ใหญ่ที่สุดสำหรับการโฆษณาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม—มีผู้ใช้ที่ใช้งานอยู่ทั้งหมด 1.09 พันล้านคนต่อวัน

» Twitter สำหรับทวีตข้อความสั้นๆ แต่ทรงพลังมาก มีผู้ใช้ 310 ล้านคน

» LinkedIn สำหรับมืออาชีพในด้านต่างๆ มีผู้ใช้ 332 ล้านคน

» Google+ มีผู้ใช้ 300 ล้านคน

» YouTube เว็บไซต์วิดีโอมีผู้ใช้ 1 พันล้านคนและดูวิดีโอ 6 พันล้านชั่วโมงต่อเดือน

» Pinterest สำหรับแชร์รูปภาพและวิดีโอมีผู้ใช้ 100 ล้านคน โดย 80% เป็นผู้หญิง

» Instagram สำหรับการแชร์เรื่องราวด้วยภาพมีผู้ใช้มากกว่า 300 ล้านคน

» Tumblr แพลตฟอร์มไมโครบล็อกสำหรับการแชร์รูปภาพ วิดีโอ เสียง และข้อความเพื่อการตลาดมีผู้ใช้ 420 ล้านคน

» Flickr เว็บไซต์ที่ให้บริการรูปภาพและวิดีโอที่มีการอัปโหลด 3.5 ล้านภาพ มีผู้ใช้ 112 ล้านคน

» Reddit โซเชียลมีเดียที่ผู้ใช้แชร์เนื้อหาและลิงก์โดยตรง มีผู้ใช้ 36 ล้านคน

⁵ za Sareah, "Interesting Statistics for the Top 10 Social Media Sites", Small Business Trends, 26 July 2015.

Available from

<http://smallbiztrends.com/2015/07/social-media-sites-statistics.html>; and <http://expandedramblings.com/>.

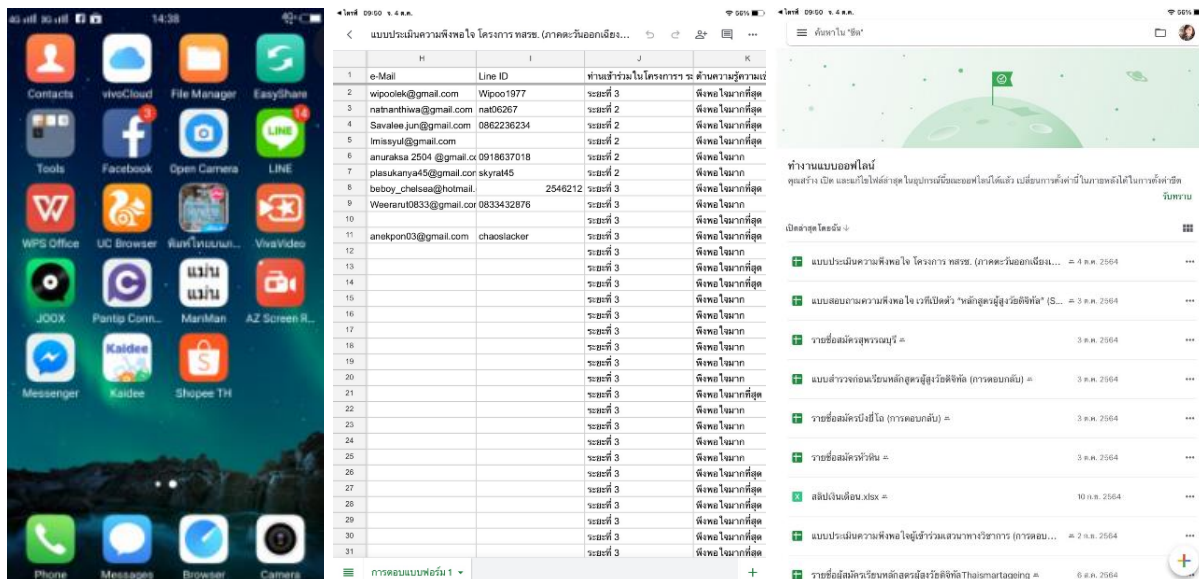
รูปที่ 8 ไอคอนสื่อสังคม หรือโซเชียลมีเดีย (Social Media) ยอดนิยม



Source: http://www.cowleyweb.com/sites/default/files/styles/lightbox_full/public/sms.png?itok=JuTv9BAO
<http://www.thinkingit.com.au/blog/top-10-social-networking-sites>

» แอปมือถือ (Mobile phone applications) อุปกรณ์พกพาสามารถทำอะไรได้หลายอย่างนอกจากการสื่อสารกับผู้คน คุณสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์ของคุณได้โดยการสำรวจเมนูบนอุปกรณ์ของคุณ โทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่จะมีฟังก์ชันทางธุรกิจที่เรียบง่าย (ดูรูปที่ 9)

รูปที่ 9 ตัวอย่างเมนูโทรศัพท์มือถือ



ฟังก์ชัน (Functions: SMS) ข้อความ เตือนเวลาและกำหนดการ เครื่องคิดเลข และสเปรดชีตอย่างง่าย โทรศัพท์ Android Android phones สามารถเชื่อมต่อมือถือและอินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันคอมพิวเตอร์มือถือขั้นสูง โดยใช้อินเทอร์เน็ต ปัจจุบันโทรศัพท์มือถือจำนวนมากมีกล้องที่สามารถถ่ายภาพได้ง่าย และสามารถแก้ไขตัดแปลง อัปโหลด และส่งได้

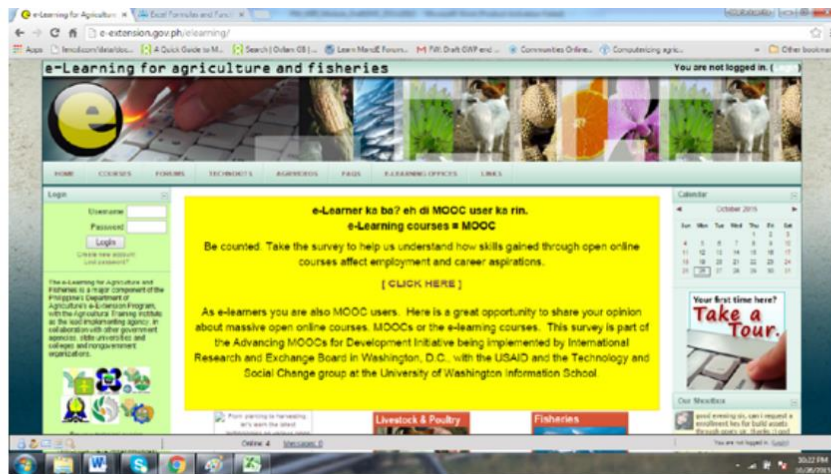
รูปที่ 10 ตัวอย่างเมนูสมาร์ทโฟน



Source: <http://pinoydroid.net/android-news/install-official-android-403-samsung-galaxy-ii-xx/pq-firmware/>
<http://androidlooks.com/media/scr/t1952/iconia-android-theme-4.264x400.png>

» ไซต์การเรียนรู้ (Learning sites) มีไซต์การเรียนรู้หลายแห่งที่คุณสามารถใช้และลงทะเบียนเรียนในหลักสูตรได้ฟรีตัวอย่างเว็บไซต์อีเลิร์นนิงได้แก่ Coursera (<http://www.coursera.org>), edX (<http://www.edx.org>), Udacity (<http://www.udacity.com>) และ e-Learning หรือ e-Class ในประเทศ รวมทั้งสถานที่เรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ ดังรูปที่ 11

รูปที่ 11 ภาพไซด์การเรียนรู้ (Learning sites)



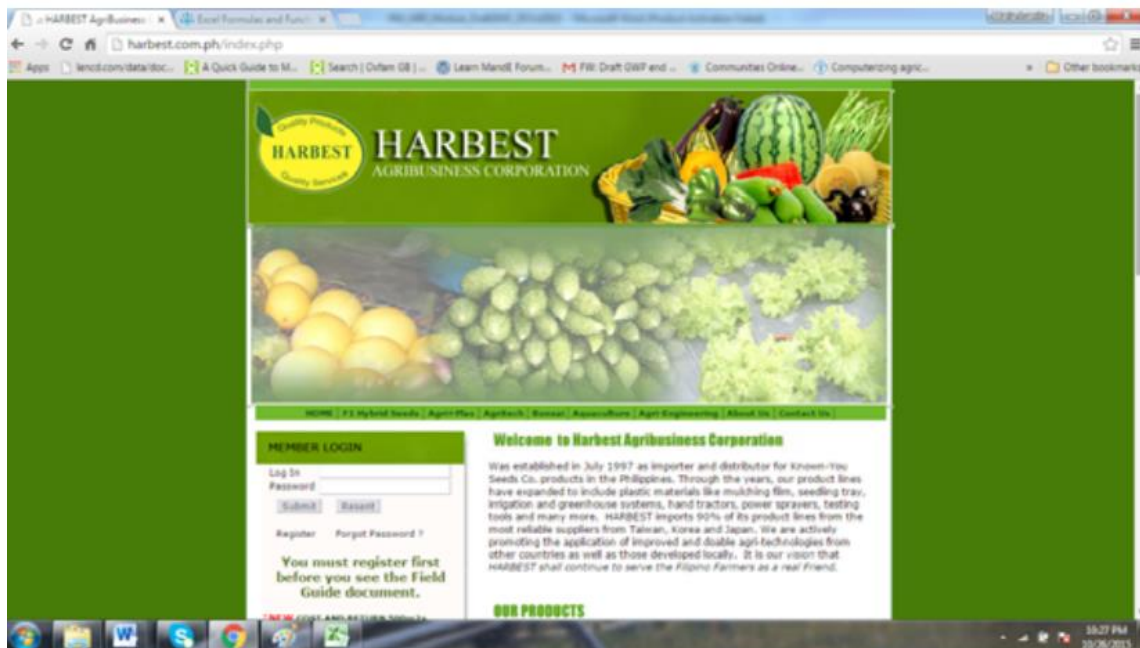
Source: Agricultural Training Institute of the Philippines; the URL is: <http://e-extension.gov.ph/elearning/>

» การขายและซื้อไซด์ (Selling and buying sites) ไซด์เหล่านี้อาจคุ้มค่าที่จะสำรวจเพื่อขายผลิตภัณฑ์และบริการของคุณ คุณสามารถอัปโหลดภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์และบริการของคุณบนเว็บไซต์เหล่านี้เมื่อคุณได้ลงทะเบียนและยอมรับข้อกำหนดและเงื่อนไขแล้ว นอกจาก Facebook แล้ว ยังมีเว็บไซต์ขายและซื้อออนไลน์อีกมากมาย เช่น eBay (ภาพที่ 12) เว็บไซต์ขายอื่นๆ ได้แก่ ตลาด Amazon, Artfire, Asos Marketplace, Bidstart, Bonanza, Cqout, Delcampe, Ebid, eCRATER, Etsy, iOffer, Newegg, OnlineAuction.com, RubyLane, Storenevy, Swap, Threadflip, TIAS, Tradesy, uBID.com , เว็บไซต์โตร์ และอื่นๆ อีกมากมายจากประเทศที่มี e-marketplaces ในประเทศของตนเอง ดังตัวอย่างของตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในท้องถิ่นคือ Harbest ในฟิลิปปินส์ (รูปที่ 13)

รูปที่ 12 ภาพหน้าจอของ e-marketplace ระหว่างประเทศหรือระดับโลก (eBay)



รูปที่ 13 ภาพหน้าจอของ e-marketplace ในประเทศ (harbest.com.ph)



Source: Harbest Agri Business Corporation: <http://www.harbest.com.ph/>

แหล่งที่มา: Harbest Agri Business Corporation: <http://www.harbest.com.ph/>

» บริการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ e-Government services รัฐบาลส่วนใหญ่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการที่เสนอให้กับประชาชนซึ่งมักจะรวมถึงข้อมูลและข้อกำหนดเกี่ยวกับภาษีและค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจและการจดทะเบียนธุรกิจออนไลน์เมื่อคุณรู้วิธีนำทางและค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตแล้วอย่าลืมหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการของรัฐที่สามารถนำไปใช้เพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการ

รูปที่ 14 ภาพบริการ e-government สำหรับธุรกิจ



Source: The Philippine business registry of the Department of Trade and Industry: www.business.gov.ph/

บริการทางการเงิน Financial services. ธนาคารและสถาบันการเงินหลายแห่งมีเว็บไซต์ของตนเองซึ่งคุณสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการสมัครสินเชื่อและเปิดบัญชีธนาคารหรือการลงทุนตัวอย่างเช่นสถาบันการเงินในฟิลิปปินส์มีแบบฟอร์มขอสินเชื่อที่สามารถดาวน์โหลดได้ที่ผู้ประกอบการสามารถใช้ได้ (ดูรูปที่ 15)

รูปที่ 15 ตัวอย่างแบบฟอร์มการขอสินเชื่อที่ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์

LAND BANK OF THE PHILIPPINES									
LIVELIHOOD LOAN APPLICATION/AGREEMENT FORM									
(Please read Terms and Conditions at the back before filling up this form)									
Annex B-1									
Revised 4/2013									
TO BE FILLED UP BY APPLICANT/BORROWER									
Type of Loan: ☐ New ☐ Renewal									
Type of Applicant: ☐ Private Employee ☐ Government (GLGC) Employee ☐ Government (LGU) Employee ☐ Barangay Official									
APPLICANT (First Name, MI, Surname)								PIN Number	
Residence Address						Zip Code		Tel. No.	
Provincial Address								Tel. No.	
Birthdate		Age		Gender ☐ Male ☐ Female		Civil Status ☐ Single ☐ Married ☐ Widower		Department	
Type ☐ Rank & File ☐ Officer		Position		Employee No.		Years in Service		End of Term (for Elected only)	
SSS/GSIS No.		TIN		Basic Pay		Net Pay		CASA No.	
TO BE FILLED UP BY CO-MAKER									
CO-MAKER (P/S PRINT: First Name, MI, Surname)									
Residence Address						Zip Code		Tel. No.	
Birthdate						Age		Gender ☐ Male ☐ Female	
Type ☐ Rank & File ☐ Officer		Position		Employee No.		Years in Service		End of Term (for Elected only)	
SSS/GSIS No.		TIN		Basic Pay		Net Pay		CASA No.	

Source: <https://www.landbank.com/downloadable-forms>

จากพื้นฐานโดยสังเขปเกี่ยวกับธุรกิจ แผนธุรกิจ และโปรแกรมและแอปพลิเคชัน ICT ที่สามารถรองรับการทำงานทางธุรกิจและการสร้างแผนคุณสามารถตระหนักถึงพลังของ ICT หากคุณสามารถควบคุมสิ่งนี้สำหรับธุรกิจของคุณได้ การเรียนรู้วิธีใช้ ICT นั้นคุ้มค่า มีหน่วยงานและองค์กรที่ให้การฝึกอบรมความรู้ด้าน ICT (ดูภาคผนวก) และ การใช้ ICT ขั้นสูงสำหรับธุรกิจของคุณ ณ จุดนี้สิ่งสำคัญคือต้องเตือนให้คุณระมัดระวังการใช้ ICT โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตคุณต้องเรียนรู้เกี่ยวกับการปกป้องตัวเอง (ตัวตนและข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับตัวคุณ) และธุรกิจของคุณ (เช่น รายละเอียดบัญชีธนาคารของธุรกิจของคุณ) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อคุณออนไลน์ (เช่น เมื่อชำระเงินออนไลน์) รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยออนไลน์มีอยู่ในโมดูล W2: การจัดการธุรกิจโดยใช้ ICT

สำหรับผู้หญิงที่มีความรู้ด้าน ICT อย่างจำกัดหรือไม่มีเลย ให้ขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น สมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้ใช้ ICT สามารถช่วยคุณได้ สมาชิกของเครือข่ายสนับสนุนหรือกลุ่มช่วยเหลือตนเองอาจสามารถช่วยคุณได้ หากไม่มีกลุ่มดังกล่าว ให้พิจารณาจัดตั้งกลุ่มสนับสนุนของคุณเองร่วมกันกับผู้ประกอบการผู้หญิงรายอื่น ๆ

รูปที่ 16 การกลั่นกรองแนวคิดทางธุรกิจ



2.3 การสร้างสรรค์ไอเดียธุรกิจ

มีแหล่งที่มาของแนวคิดทางธุรกิจมากมาย มีคนดี ๆ อยู่รอบตัวคุณ แนวคิดทางธุรกิจอาจเป็นการขายผลิตภัณฑ์ที่คุณรู้จักวิธีทำ อาจเป็นการซื้อและขายต่อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยบุคคลอื่น มันอาจจะขึ้นอยู่กับความสามารถที่คุณมี อาจเป็นบริการที่คุณชอบทำอาจเป็นความสนใจหรือความฝันตลอดชีวิต อาจเป็นสิ่งที่คุณเชื่อว่าจำเป็นจริง ๆ หรือเป็นสิ่งที่สามารถแก้ปัญหาในชุมชนของคุณได้ อาจเป็นสิ่งที่ครอบครัวหรือเพื่อนของคุณแนะนำ สิ่งที่คุณต้องการคัดลอกหรือเลียนแบบ แต่ต้องการปรับปรุง หรือสิ่งที่คุณสังเกตเห็นสามารถช่วยเปลี่ยนวิธีการทำสิ่งต่าง ๆ

แนวคิดทางธุรกิจสามารถอยู่บนพื้นฐานของการค้าแบบดั้งเดิม (แบบธรรมดา) เช่น ศิลปะและงานฝีมือในหมู่บ้านในพื้นที่ชนบท หรืออาจเป็นไปตามแนวทางที่เป็นนวัตกรรม เช่น ที่นำเสนอในการอภิปรายก่อนหน้านี้ แนวคิดทางธุรกิจบางอย่างสามารถนำไปใช้และพัฒนาตามห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้ ห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วยธุรกิจทั้งหมดและผู้มีส่วนร่วมแต่ละรายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลิตภัณฑ์ตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงสินค้าสำเร็จรูป สิ่งเหล่านี้อาจรวมถึงการทำฟาร์ม การกลั่น การออกแบบ การผลิต การบรรจุ และการขนส่ง คุณอาจพบโอกาสทางธุรกิจจากห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมขนาดใหญ่ตัวอย่างเช่น

ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มคุณสามารถให้การสนับสนุนด้านลอจิสติกส์ในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งที่มาไปยังไซต์การผลิตหรือจากไซต์การผลิตไปยังสถานที่ขายคุณอาจจัดหาสินค้าบางอย่างเช่นวัสดุตกแต่งเพื่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้นหรือการเก็บรักษาอาหาร

2.3.1 แนวคิดทางธุรกิจของคุณคืออะไร?

คุณอาจมีแนวคิดทางธุรกิจมากมาย อย่างไรก็ตาม คุณต้องมุ่งเน้นและกรองแนวคิดทางธุรกิจเป็นสิ่งที่สามารถทำได้และเป็นไปได้ตามสถานการณ์ปัจจุบันของคุณ

ทำแบบฝึกหัดด้านล่างเพื่อสร้างและเลือกแนวคิดทางธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 1: ขยายและสร้างความคิด

1. เริ่มกำหนดธุรกิจของตนเองด้วยการเริ่มคิด คุณอาจมีแนวคิดทางธุรกิจมากมาย ลองพิจารณาจากตารางที่ 1 ตารางที่ 1 รายการแนวคิดทางธุรกิจ

» Food business ธุรกิจอาหาร
» Beauty salon ร้านเสริมสวย
» Buy and sell การซื้อและขายไป
» Community store ร้านค้าชุมชน
» Home service การให้บริการถึงบ้าน
» Online selling การขายของออนไลน์
» Bag making การทำกระเป๋า
» Make-up artist ช่างแต่งหน้า
» Coffee shop ร้านกาแฟ
» Sell clean water การขายน้ำสะอาด
» Designing การออกแบบ
» Bake and sell cupcakes การอบและขายคัพเค้ก
» Bake and sell cookies การอบและขายคุกกี้
» Hair treatment การทรีตเมนต์ผม หรือการดูแลผม
» Ladies and children's clothes เสื้อผ้าผู้หญิงและเด็ก
» Baby's clothes and accessories เสื้อผ้าและของใช้เด็กอ่อน

2. จัดกลุ่มแนวคิดที่คล้ายคลึงและเกี่ยวข้องกัน หลังจากที่คุณได้ระบุแนวคิดของคุณแล้ว ให้จัดกลุ่มแนวคิดที่คล้ายคลึงและเกี่ยวข้องกัน จากรายการที่ให้ไว้ในตารางที่ 1 นำมารวมกันได้มีดังนี้

- » ร้านเสริมสวย บริการถึงบ้าน ช่างแต่งหน้า ทำผม
- » ซื้อ-ขาย ขายของออนไลน์ เสื้อผ้าผู้หญิงและเด็ก ของใช้เด็ก
- » รับซื้อ-ขาย ร้านค้าชุมชน ขายน้ำสะอาด
- » ธุรกิจอาหาร อบและขายคัพเค้ก คุณก็ ร้านกาแฟ

3. ตั้งชื่อแต่ละแนวคิด หลังจากจัดกลุ่มแล้ว ให้ตั้งชื่อแต่ละแนวคิด เช่น

- » ร้านเสริมสวยบริการถึงบ้าน
- » ขายเสื้อผ้าและเครื่องประดับสำหรับสตรีและเด็กออนไลน์
- » ร้านสะดวกซื้อในชุมชนมีน้ำสะอาดขาย
- » ธุรกิจอาหาร – อบและขายคัพเค้ก

4. อธิบายแนวคิดทางธุรกิจของตนเอง คือการอธิบายแนวคิดทางธุรกิจของคุณโดยถามตัวเองด้วยคำถามพื้นฐาน (โดยใช้คำถาม อะไร ที่ไหน ใคร เมื่อไร ทำไม และอย่างไร) เช่น

- » ธุรกิจจะอย่างไร?
- » ฉันจะผลิตและจำหน่ายอะไร?
- » ธุรกิจจะตั้งอยู่ที่ไหน?
- » ธุรกิจนี้จะเปิดเมื่อไหร่หรือเมื่อไหร่ที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด?
- » จะผลิตอย่างไร ขายอย่างไร และใครจะซื้อ?
- » จะผลิตและจำหน่ายเท่าไร?
- » สินค้าจะราคาเท่าไร?
- » ผลิตภัณฑ์นี้แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นอย่างไร?

ขอให้ลองใช้โปรแกรมประมวลผลคำ (word processor) หรือสเปรดชีต (Spreadsheet) เพื่อเขียนแนวคิดธุรกิจและที่เกี่ยวข้องของคุณ ดังตัวอย่างในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตัวอย่างแนวคิดทางธุรกิจและคำอธิบาย หรือการขยายความ

ตัวอย่างแนวคิดทางธุรกิจ	คำอธิบายของแนวคิดทางธุรกิจ
1. ร้านเสริมสวยบริการถึงบ้าน	ร้านเสริมสวยจะให้บริการตัดผม สระผม เป่าแห้ง จัดแต่งทรงผมและทรีตเมนต์ผม ฉันจะใช้บ้านของฉันเป็นที่เริ่มต้น ฉันยังสามารถนำเสนอบริการเหล่านี้ที่บ้านของลูกค้าได้อีกด้วย
2. ขายเสื้อผ้าและเครื่องประดับสำหรับสตรีและเด็กออนไลน์	ฉันจะขายเสื้อผ้าและเครื่องประดับสำหรับสตรีและเด็กทางออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียและไซต์ขาย

ตัวอย่างแนวคิดทางธุรกิจ	คำอธิบายของแนวคิดทางธุรกิจ
3.ร้านสะดวกซื้อในชุมชนมีน้ำสะอาดขาย	ร้านค้าชุมชนจะจำหน่ายสินค้าพื้นฐานและน้ำสะอาด
4. ธุรกิจอาหาร - การทำขนมขายคัพเค้ก	ฉันจะขายคัพเค้กราคาถูกทั้งปลีกและส่งให้เด็กนักเรียนโดยใช้บ้านของฉันเป็นที่ผลิต และฉันจะตั้งร้านกาแฟ

ขั้นตอนที่ 2: การกลั่นกรองแนวคิดทางธุรกิจ

การถามคำถามเป็นแนวทางปฏิบัติที่ดีในการประเมินความคิดและแผนงานธุรกิจของคุณ ในการกรองแนวคิดต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในขั้นตอนที่ 1 ให้ถามคำถามต่อไปนี้สำหรับแนวคิดทางธุรกิจแต่ละข้อ:

1.ทักษะหรือความชำนาญส่วนตัว

» ความรู้ ความคุ้นเคย และการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจ?

» ทักษะในการดำเนินธุรกิจ คือ ความสามารถในการผลิตสินค้าธุรกิจหรือส่งมอบบริการ?

» ความสามารถหรือความสามารถในการใช้ความรู้และทักษะและมีพฤติกรรมในการทำงานสำเร็จและมีประสิทธิภาพ?

» มีเวลาทำงาน (Time) และมีส่วนร่วมในธุรกิจนี้หรือไม่? ผู้หญิงหลายคนมีงานหลายอย่างเนื่องจากบทบาทที่แตกต่างกัน นี่เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ต้องพิจารณาในช่วงเริ่มต้นนี้ พิจารณาตารางเวลาประจำวันของคุณและประเมินว่าคุณสามารถจัดเวลาให้กับธุรกิจได้หรือไม่ คุณสามารถใช้แอปพลิเคชันปฏิทินหรือสร้างสเปรดชีตของคุณเองเพื่อวิเคราะห์การใช้เวลาสำหรับธุรกิจของคุณ

» ความสนใจ (Interest) นี่เป็นสิ่งที่คุณชอบทำจริงๆหรือ?

» คุณลักษณะ (Traits) ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ฉันมีคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จซึ่งฉันเต็มใจที่จะพัฒนาเพื่อให้ธุรกิจนี้ทำงานได้ดีหรือไม่

คุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (ที่กล่าวถึงในโมดูล C2: การเปิดใช้บทบาทของ ICT สำหรับผู้ประกอบการสตรี) มีดังต่อไปนี้:

» อยากรู้ อยากเห็น และค้นหาคำตอบ (curious and find answers) การหาข้อมูล (อยากรู้ อยากเห็น และค้นหาคำตอบ)

» การแสวงหาโอกาส (Opportunity seeking) (ดูความเป็นไปได้และหาโอกาสทำบางสิ่ง)

» ความมุ่งมั่น (determination) ความมุ่งมั่นเพื่อให้ได้ผลลัพธ์

» ความต้องการคุณภาพและประสิทธิภาพ (ไม่พอใจกับผลลัพธ์ที่น้อยและปานกลาง)

» การตั้งเป้าหมายที่มุ่งมั่น (Goal setting)

» การวางแผนอย่างเป็นระบบ

2. **มีเงินทุน (Money)** สำหรับเงินทุนเพื่อเริ่มต้นธุรกิจนี้ ซื้อทรัพยากรที่จำเป็น ที่ดินหรือสถานที่จำหน่าย อุปกรณ์ ในการผลิตผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบหรือไม่? ฉันมีเงินทุนในการจ้างพนักงานที่จะช่วยในการดำเนินธุรกิจหรือไม่?

3. **ความพร้อมของทรัพยากร (Availability of resources)** มีทรัพยากร เช่น อุปกรณ์ วัตถุดิบ และทรัพยากร บุคคลหรือไม่

4. **มีกลุ่มเป้าหมาย** หรือผู้คนที่ซื้อสินค้าหรือบริการหรือไม่ Demand? สินค้าหรือบริการที่ลูกค้าหรือลูกค้า ต้องการจำเป็นหรือไม่? ลูกค้าหรือลูกค้าสามารถซื้อได้หรือไม่?

5. **คู่แข่ง (Competitors)** มีคนอื่นขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเดียวกันหรือไม่? เท่าไหร่?

เพื่อช่วยคุณประเมินเกณฑ์การคัดกรอง ให้ใช้มาตราส่วนการให้คะแนนต่อไปนี้ (ดูตารางที่ 3):

» สูงมาก » ค่อนข้างสูง » ค่อนข้างต่ำ » ต่ำมาก » ไม่มี » ไม่รู้

โดยให้คะแนนคำถามแต่ละข้อสำหรับแต่ละซื้อธุรกิจโดยทำเครื่องหมาย ใช้การประเมินส่วนบุคคลของคุณเอง คุณสามารถจดบันทึกคำถามทางธุรกิจแต่ละแง่มุมที่อาจเป็นประโยชน์สำหรับการตัดสินใจและการวางแผน ในขั้นตอนที่สาม หรือขั้นที่เป็นกระบวนการคัดเลือก

คุณสามารถใช้โปรแกรมประมวลผลคำหรือสเปรดชีตเพื่อสร้างตารางเช่นเดียวกับในตารางที่ 3 เพื่อช่วยคุณวิเคราะห์และกลั่นกรองแนวคิดทางธุรกิจแต่ละรายการ

ตารางที่ 3 : ตัวอย่างคำถามเพื่อการเลือกตัดสินใจเกี่ยวกับธุรกิจของคุณ

คำถาม/คะแนน	สูงมาก	ค่อนข้างสูง	ค่อนข้างต่ำ	ต่ำมาก	ไม่มี	ไม่รู้	หมายเหตุ (จุดแข็ง ข้อจำกัด และแผนปฏิบัติการ)
แนวคิดทางธุรกิจ 1: ร้านเสริมสวยบริการถึงบ้าน							
คำอธิบายโดยย่อ: ร้านเสริมสวยจะให้บริการตัดผม สระผม เป่าแห้ง จัดแต่งทรงผม และทำทรีตเมนต์ผม ฉันจะใช้บ้านของฉันเป็นที่เริ่มต้น ฉันยังสามารถนำเสนอบริการเหล่านี้ที่บ้านของลูกค้าได้อีกด้วย							
a. ฉันมีสิ่งต่างๆเหล่านี้หรือไม่?							
• ความรู้ (เกี่ยวกับธุรกิจนั้นๆ)							ฉันรู้แต่ฉันต้องรู้มากกว่านี้

คำถาม/คะแนน	สูงมาก	ค่อนข้างสูง	ค่อนข้างต่ำ	ต่ำมาก	ไม่มี	ไม่รู้	หมายเหตุ (จุดแข็ง ข้อจำกัด และแผนปฏิบัติการ)
• ทักษะ (ความสามารถที่เกี่ยวกับธุรกิจนั้นๆ)							ฉันมีประสบการณ์แต่ต้องฝึกพร้อมกับผู้อื่นมากขึ้น
• สมรรถนะ (ความสามารถและทักษะหรือการปฏิบัติ)							ไม่มีความรู้เรื่องทริทเม้นท์ผม
• คุณสมบัติที่จำเป็นต่อการประสบความสำเร็จ							ต้องเรียนรู้และฝึกฝนให้มากขึ้น
• ความสนใจ							สนใจมาก
• เวลา							ฉันสามารถขอความช่วยเหลือจากญาติของฉันได้บ้าง
b. ฉันมีเงิน (ทุน) หรือไม่?							มีเงินเก็บ และสามารถขอความช่วยเหลือได้
c. ฉันมีทรัพยากรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือไม่?							
• วัตถุดิบ							ฉันต้องเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์คู่แข่งแล้ว
• อุปกรณ์							ต้องซื้อหี กรรไกรคูใหม่ เครื่องเป่าลม
• คนจ้าง							ฉันยังไม่ต้องการ แต่มีบางคนที่ฉันสามารถขอได้
d. มีกลุ่มเป้าหมาย/ผู้คนจะซื้อสินค้าหรือบริการของฉันหรือไม่ (ความต้องการ)							ฉันจะต้องทำรายชื่อผู้ติดต่อและลูกค้าที่เป็นไปได้

คำถาม/คะแนน	สูงมาก	ค่อนข้างสูง	ค่อนข้างต่ำ	ต่ำมาก	ไม่มี	ไม่รู้	หมายเหตุ (จุดแข็ง ข้อจำกัด และแผนปฏิบัติการ)
e. มีคนอื่นที่นำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่? (คู่แข่ง)							the same service ฉันจะเขี่ย่านที่ให้บริการเหมือนกัน
f. เกณฑ์อื่น ๆ • ความกังวลเรื่องสุขภาพในการใช้ผลิตภัณฑ์							ฉันจะตรวจสอบว่ามีข้อกังวลด้านสุขภาพที่สำคัญหรือไม่
• ธุรกิจต้องมีใบอนุญาตหรือไม่?							ฉันจะตรวจสอบ

แนวคิดทางธุรกิจ 2: การขายเสื้อผ้าและเครื่องประดับสำหรับสตรีและเด็กทางออนไลน์

คำอธิบายสั้น ๆ : ฉันจะขายเสื้อผ้าและเครื่องประดับสำหรับสตรีและเด็กทางออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ขาย

คำถาม/คะแนน	สูงมาก	ค่อนข้างสูง	ค่อนข้างต่ำ	ต่ำมาก	ไม่มี	ไม่รู้	หมายเหตุ (จุดแข็ง ข้อจำกัด และแผนปฏิบัติการ)
a. ฉันมีหรือไม่?							
• ความรู้ (เกี่ยวกับธุรกิจนั้นๆ)							ฉันรู้แต่ฉันต้องรู้มากกว่านี้
• ทักษะ ความสามารถ (เกี่ยวกับธุรกิจนั้นๆ)							มีประสบการณ์แต่ต้องฝึกร่วมกับผู้อื่นมากขึ้น
• สมรรถนะ : ความสามารถ (ความสามารถและการปฏิบัติ)							ไม่มีความรู้มาก่อนเลย
• เวลา							จัดการได้
• ลักษณะนิสัย							ต้องเรียนรู้เพิ่มเติม
• ความสนใจ							การคิดธุรกิจอื่นๆอาจจะทำให้ฉันเบื่อ

คำถาม/คะแนน	สูงมาก	ค่อนข้างสูง	ค่อนข้างต่ำ	ต่ำมาก	ไม่มี	ไม่รู้	หมายเหตุ (จุดแข็ง ข้อจำกัด และแผนปฏิบัติการ)
a. ฉันมีสิ่งต่างๆเหล่านี้หรือไม่?							
• ความรู้ที่เกี่ยวข้อง							ฉันสามารถเรียนรู้จากคนขายอื่นๆ
• ทักษะที่เกี่ยวข้อง							ฉันสามารถเรียนรู้ได้แต่ไม่มีประสบการณ์
• ความสามารถที่เกี่ยวข้อง							ฉันสามารถเรียนรู้ได้แต่ไม่มีประสบการณ์
• เวลา							มีเวลา
• ความสนใจ							ฉันอาจจะเบื่อ
• ลักษณะนิสัย							ต้องเรียนรู้ให้มาก
b. ฉันมีเงินทุน?							ไม่พอ
c. ฉันมีทรัพยากรที่เกี่ยวข้องหรือไม่?							
• วัตถุดิบ							มีซัพพลายเออร์มากมาย
• อุปกรณ์							มีซัพพลายเออร์
• ลูกจ้าง							มีคนต้องการทำงาน
d. ผู้คนจะซื้อสินค้าหรือบริการของฉันหรือไม่?							ไม่แน่ใจ
e. มีคนอื่นที่นำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่? (คู่แข่ง)							มีร้านค้ามากมายในชุมชน
f. เกณฑ์อื่น ๆ • แพรนไฮส์น้ำสะอาด							ยังต้องตรวจสอบโดยเฉพาะเรื่องพรนไฮส์และใบอนุญาตขายอาหารและยา

คำถาม/คะแนน	สูงมาก	ค่อนข้างสูง	ค่อนข้างต่ำ	ต่ำมาก	ไม่มี	ไม่รู้	หมายเหตุ (จุดแข็ง ข้อจำกัด และแผนปฏิบัติการ)
ข้อกำหนดทางกฎหมาย (ใบอนุญาตอาหารและยาสำหรับน้ำ)							

Step 3: ขั้นตอนการคัดเลือก Selection process

เมื่อคุณกลั่นกรองความคิดของคุณแล้ว ก็ถึงเวลาทำการเลือก เพื่อจุดประสงค์ในการเรียนรู้ในกิจกรรมนี้ ได้มีการพัฒนาตัวอย่างกรณีของคุณ (ดูภาคผนวก) และเธอได้ตัดสินใจเลือก “แนวคิดทางธุรกิจ 1: ร้านเสริมสวยบริการถึงบ้าน” เพราะความคิดนี้เธอมีทักษะสูง ดอกเบี้ย เวลา เงิน และความพร้อมของทรัพยากรในการเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจ

ในตารางการคัดกรอง (ตารางที่ 3) มีการวางคอลัมน์สำหรับบันทึกย่อ เนื่องจากคุณต้องพิจารณาการให้คะแนนของคุณให้ถี่ถ้วนและความหมายสำหรับคุณ ในแบบฝึกหัดมีคำตอบและบันทึกย่อที่แสดงความกังวลเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และความสามารถที่จำกัดในธุรกิจ ใช้โอกาสนี้จดข้อจำกัดของคุณและสิ่งที่คุณวางแผนจะทำเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และความสามารถของคุณ สิ่งนี้จะส่งผลให้การเดินทางของคุณประสบความสำเร็จในฐานะผู้ประกอบการ การสร้างความรู้และทักษะทางธุรกิจของคุณต้องเป็นส่วนหนึ่งของแผนส่วนบุคคลของคุณ จดบันทึกและสร้างแผนส่วนบุคคลของคุณควบคู่ไปกับการพัฒนาแผนธุรกิจของคุณ

มีการให้คะแนนความรู้เกี่ยวกับลูกค้าและคู่แข่ง ทรัพยากรที่คุณจะใช้ในธุรกิจ และข้อกำหนดของรัฐบาล เช่น ใบอนุญาตประกอบธุรกิจและข้อกำหนดด้านสุขภาพ การมีข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก สิ่งสำคัญคือต้องคิดล่วงหน้าและรู้ว่าเกิดอะไรขึ้นนอกธุรกิจที่อาจมีอิทธิพลต่อธุรกิจที่คุณต้องการติดตาม

รูปที่ 17 การกรองความคิดทางธุรกิจ



สรุปเนื้อหา 2.3⁶

การสร้างแนวคิดทางธุรกิจ

1. ชัดเจนในความตั้งใจของคุณ

คุณตั้งใจที่จะทำสิ่งนั้นเพื่อธุรกิจหรือเพื่อความสนุก? กุญแจสู่ธุรกิจที่สำเร็จคือการทำสิ่งที่คุณรักและการให้ผู้อื่น เห็นคุณค่าของตัวเองและมีความตั้งใจชัดเจนในการสร้างผลกำไร กำหนดความตั้งใจของคุณอย่างชัดเจน ตั้งแต่ต้น เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจของคุณ

2. เข้าถึงลูกค้าก่อน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อนนั้นเป็นวิธีที่ผิด แทนที่จะเริ่มต้นด้วยการสร้างต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการ คุณควรเชื่อมต่อกับลูกค้าเป็นอันดับแรก และการสนทนาเหล่านี้จะเปิดเผยสิ่งที่พวกเขาต้องการจะซื้อ

3. กำหนดโชคชะตาของคุณเอง

โชคอาจจะหมายถึงการลองผิดลองถูก การคำนวณ คาดคะเนผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นและสิ่งที่คุณจะได้รับ คุณอาจต้องลองสร้างกว่า 10 ธุรกิจ จนกว่าจะพบว่าอันใดอันหนึ่งนั้นประสบความสำเร็จ

4. กำหนดเป้าหมายวัตถุประสงค์

เป้าหมายที่ชัดเจนคือเป้าหมายที่คุณสามารถอธิบายให้ใครก็ได้ฟังแล้วสามารถเข้าใจได้ภายในหนึ่งประโยค ดังนั้นกำหนดเป้าหมายวัตถุประสงค์สำหรับเรื่องกำไร การหมุนเวียน ตลาดเป้าหมาย การสร้างผลิตภัณฑ์และอื่น ๆ

⁶ <https://www.captbenz.com/10-business-mindsets-that-every-successful-entrepreneur-has-nurtured.html>

5. คิดให้รอบคอบกับทุกเรื่อง

คุณต้องคิดให้รอบคอบและให้ความสำคัญในการตัดสินใจกับทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่ ซึ่งบางทีอาจจะทำให้คุณต้องเสียเวลากับเรื่องที่น่าเบื่อ แต่มันคือหน้าที่ของคุณในการทำให้ทุกอย่างถูกต้อง

6. เขียนความกลัวของคุณ (ไม่ใช่เป้าหมาย)

ลองเขียนลิสต์ความเสี่ยงแทนการกำหนดเป้าหมาย การเขียนความกลัวและความเสี่ยงจะทำให้สิ่งเหล่านั้นดูซอฟต์ลง การตั้งเป้าหมายบางทีอาจเป็นการตั้งข้อจำกัดตัวเอง เพราะถ้าคุณบรรลุเป้าหมายเหล่านั้นแล้วคุณอาจไม่รู้ว่าจะทำอะไรต่อ

7. เข้าใจพลังของแบรนด์

คุณอาจรู้จักภาพยนตร์ Star Wars ที่เปิดตัวในช่วงปลายยุค 70 และจากนั้นภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จก็เกิดขึ้นมากมาย ซึ่งสร้างตลาดใหม่สำหรับนิยายวิทยาศาสตร์และแฟนตาซี George Lucas ผู้สร้างภาพยนตร์ ทำให้ Star Wars เป็นแบรนด์ที่ทรงพลัง จากนั้นแบรนด์ก็สร้างกำไรจากลิขสิทธิ์ให้กับทุกอย่าง ตั้งแต่ของเล่นไปจนถึงวิดีโอเกม นี่คือการทำงานของแบรนด์

8. ความคิดในการพัฒนา

หากคุณเชื่อว่า你有ความสามารถและความสำเร็จ คุณจะเก่งขึ้นและสามารถทำสิ่งอื่น ๆ ได้ ความคิดที่ส่งเสริมการพัฒนานั้นจะทำให้คุณประสบความสำเร็จได้มากขึ้น

9. ใช้ไหวพริบและการสังเกต

กุญแจสู่ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จคือการค้นหาว่าตลาดของคุณต้องการอะไร และส่งมอบสิ่งนั้น ๆ ดังนั้น การศึกษาคู่แข่ง ตลาด และคุณค่าที่คุณสามารถกับลูกค้าได้คือสิ่งที่จำเป็น

10. มีความชัดเจนในกลุ่มเป้าหมาย

จำไว้เสมอว่าลูกค้าของคุณคือใคร ซึ่งพวกเขาอาจจะมากกว่าหนึ่งกลุ่ม และล้วนแต่ต้องการ ความสนใจ ความตั้งใจและความตระหนัก โดยจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละกลุ่ม

2.4 การทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและโอกาสต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจก็เหมือนคนในชุมชน มันได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอก ผู้ประกอบการจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการสร้าง ทดสอบ และวางแผนแนวคิดทางธุรกิจใหม่ ๆ หากเธอเข้าใจสถานการณ์ภายใน และสิ่งที่เกิดขึ้นนอกธุรกิจของเธอ หลังเรียกว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

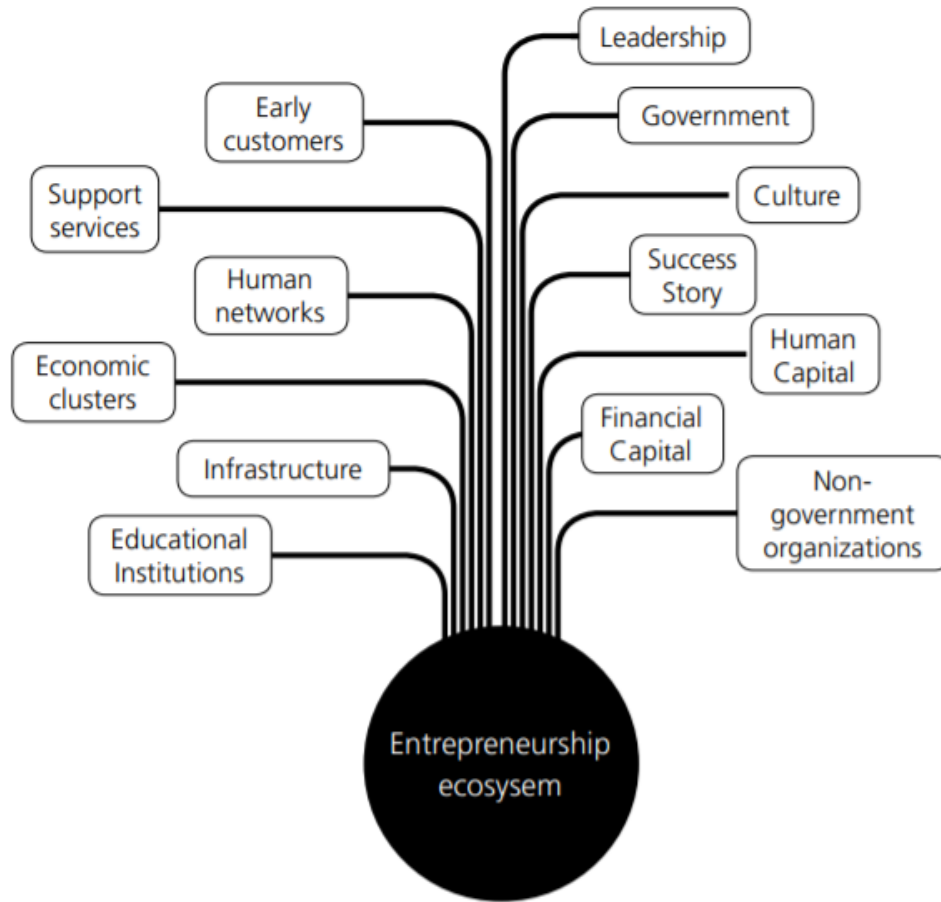
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจสามารถเรียกได้ว่าเป็นระบบนิเวศของผู้ประกอบการ ซึ่งรวมถึงองค์ประกอบภายนอกผู้ประกอบการแต่ละราย (หรือกลุ่ม) ที่เป็นประโยชน์หรือไม่เป็นที่โปรดปราน และส่งผลต่อโอกาสความสำเร็จในธุรกิจ

โมเดลระบบนิเวศของผู้ประกอบการ⁷ ประกอบด้วย

- » ความเป็นผู้นำ – การสนับสนุนทางธุรกิจ, ความชอบธรรม, การสนับสนุน, กลยุทธ์, ความเร่งด่วน
- » รัฐบาล – นโยบาย (กฎ ระเบียบ ข้อกำหนดทางกฎหมายของธุรกิจ) กฎหมาย การสนับสนุนของสถาบันวิจัยและพัฒนา
- » วัฒนธรรม – การยอมรับความเสี่ยง นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ การทดลอง สถานะทางสังคม แรงผลักดัน
- » เรื่องราวความสำเร็จ – ความสำเร็จที่มองเห็นได้ การสร้างความมั่งคั่ง ชื่อเสียง
- » ทุนมนุษย์ – ผู้ประกอบการที่มีทักษะและไร้ฝีมือ, รุ่นต่อ ๆ ไป
- » ทุนทางการเงิน – ธนาคาร, สถาบันไมโครไฟแนนซ์, นักลงทุนเทวดา, เพื่อนและครอบครัว, กองทุนร่วมลงทุน, ตลาดทุนสาธารณะ, หนี้
- » สถาบันพัฒนาเอกชน – การส่งเสริมผู้ประกอบการในองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร การแข่งขันแผนธุรกิจ การประชุม สมาคมที่เป็นมิตร
- » สถาบันการศึกษา – สถาบันฝึกอบรมวิชาชีพและวิชาการที่มุ่งเน้นสำหรับผู้ประกอบการ
- » โครงสร้างพื้นฐาน – โทรคมนาคม พลังงาน การขนส่ง และโลจิสติกส์
- » กลุ่มเศรษฐกิจ – กลุ่มสำคัญของบริษัท ชื่อเสียงเฉพาะประเทศ ทักษะเฉพาะโดเมน เทคโนโลยี
- » เครือข่ายมนุษย์ – เครือข่ายผู้ประกอบการ เครือข่ายพลัดถิ่น บริษัทธุรกิจ
- » บริการสนับสนุน – กฎหมาย, การบัญชี, นายธนาคารเพื่อการลงทุน, ผู้เชี่ยวชาญทางเทคนิค, ที่ปรึกษา, สมาชิกคณะกรรมการ
- » ลูกค้ายารแรก – ผู้เริ่มใช้การพิสูจน์แนวคิด ความเชี่ยวชาญ ลูกค้ำอ้างอิง บทวิจารณ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย

⁷ Daniel Isenberg, “Introducing the Entrepreneurship Ecosystem: Four Defining Characteristics”, Forbes, 25 May 2011. Available from <http://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/#796e566b38c4>.

รูปที่ 18 ระบบนิเวศน์การประกอบการ



2.4.1 เครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Environment scan)

เครื่องมือวิเคราะห์ที่มีประโยชน์อย่างหนึ่งในการทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจคือ การสแกนสภาพแวดล้อม (Environment Scan) หมายความว่าคุณต้องการข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับโอกาสและข้อจำกัดของคุณ คุณอาจต้องการข้อมูลเกี่ยวกับผู้คนในละแวกบ้าน กิจกรรมและข่าวสารเกี่ยวกับประเทศ กฎระเบียบและกฎหมาย และเกี่ยวกับการพัฒนาใหม่ ๆ ที่อาจส่งผลต่อธุรกิจ ยิ่งคุณอัปเดตและกรอกข้อมูลครบถ้วนมากเท่าไร ธุรกิจของคุณก็จะยิ่งดีขึ้นเท่านั้น

ตัวอย่างเช่น คุณได้เรียนรู้ว่ามีเยาวชนมากกว่าผู้ใหญ่ในชุมชนของคุณ (ข้อมูลประชากร) คุณพบว่าธุรกิจใหม่กำลังมาในละแวกใกล้เคียงที่คล้ายกับธุรกิจของคุณ (โซเชี่ยล) คุณได้ยินจากข่าวที่ออกอากาศว่าราคาน้ำมันสูงขึ้น (เศรษฐกิจ) และมีการออกกฎหมายใหม่เกี่ยวกับการจดทะเบียนธุรกิจออนไลน์ (รัฐบาลและเทคโนโลยี) ข้อมูลทั้งหมดเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องมีความอยากรู้อยากเห็น

(แสวงหาข้อมูล) เพื่อทำความเข้าใจโอกาสและข้อจำกัดในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ขอให้อ่านกรณีศึกษาที่ 1: นางคุณ (Mrs. Kuhn) ในภาคผนวก

การสแกนสภาพแวดล้อม (Environment Scan) ต้องครอบคลุมสิ่งต่อไปนี้:

- » ความต้องการของลูกค้า (Demand) หมายถึง กลุ่มลูกค้าและความต้องการของพวกเขา
- » ความสามารถในการตอบสนองความต้องการ (อุปทาน) (Supply) ทั้งคุณภาพและปริมาณต่างๆ
- » โอกาสหรือต้นทุน อันเนื่องมาจากความใกล้ หรือระยะทางทางภูมิศาสตร์
- » คู่แข่ง รวมทั้งในปัจจุบันและศักยภาพของคู่แข่งด้วย
- » บทบาทของสถาบันสนับสนุนธุรกิจ
- » บทบาทของชุมชนและสถาบันชุมชน
- » บทบาทของเครือข่ายและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

เพื่อให้เข้าใจข้างต้นมากขึ้น ต่อไปนี้คือคำถามพื้นฐานบางส่วนโดยใช้ตัวอย่างของกรณีศึกษาของนางคุณ (Mrs. Kuhn) ที่มีแนวคิดทางธุรกิจในการตั้งร้านเสริมสวยแบบบริการถึงบ้าน ขอให้อ่านกรณีของนางคุณ (Mrs. Kuhn) (กรณีศึกษา 1) ในภาคผนวก

ตารางที่ 4 การสแกนสภาพแวดล้อม (และตัวอย่างคำตอบจากคดีของนางคุณ (Mrs. Kuhn))

คำถามที่ต้องถาม	ตัวอย่างคำตอบจากกรณีของนางคุณ (Mrs. Kuhn) (กรณีศึกษา 1)	โอกาสและข้อจำกัด
1. ในชุมชนและบริเวณใกล้เคียงมีกี่คน? (แยกข้อมูลตามเพศ อายุ และระดับรายได้ หากมี)	• ประชากรทั้งหมด: 50,000 • หญิง: 25,000 • ชาย: 25,000 • เด็ก (อายุ 1-9 ปี): 12,500 • เยาวชน (10-19): 10,500 • ผู้ใหญ่ (20-29): 8,500 • ผู้ใหญ่ (30-39): 6,500 • ผู้สูงอายุ (40 ปีขึ้นไป): 12,000	จำนวนลูกค้าที่เป็นไปได้ที่สามารถระบุเป้าหมายได้
2. สถาบันท้องถิ่นที่สำคัญที่สุดคืออะไร? (เช่น ศาลาว่าการ สภาเมืองและหมู่บ้าน โรงเรียน ศูนย์สุขภาพ โรงพยาบาล ธนาคาร ที่ทำการไปรษณีย์ สถานที่สักการะ)	• ศาลาเทศบาล – 1 • สภาหมู่บ้าน – 10 • โรงเรียน – โรงเรียนประถมศึกษา 14 แห่งและมัธยมศึกษา 4 แห่ง (เอกชน 3 แห่ง) • ศูนย์สุขภาพ 5 แห่ง (รวมศูนย์ใหญ่ที่ศาลากลาง)	แหล่งที่มีศักยภาพในการจำหน่ายหรือส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ และสถานที่ที่สามารถให้การสนับสนุนธุรกิจได้

คำถามที่ต้องถาม	ตัวอย่างคำตอบจากกรณีของนางคุณ (Mrs. Kuhn) (กรณีศึกษา 1)	โอกาสและข้อจำกัด
	• โรงพยาบาล 1 • ธนาคาร 1 • สถานที่สักการะ 1	
3. แหล่งผลิตและการค้าที่สำคัญที่สุดคืออะไร? (เช่น ตลาด ร้านค้า อยู่ช่อมรถแปลงเกษตร โรงงาน)	• ตลาด 1 • ร้านค้า 30 หรือมากกว่า • เวิร์กช็อปงานฝีมือและการซ่อมแซม • แปลงเกษตร • โรงงาน	ตำแหน่งที่เป็นไปได้ของคู่แข่ง
4. ระยะทางทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ตามความเหมาะสม เป็นอย่างไร? (ให้ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการเข้าถึงถนนสายหลัก ระยะทางไปยังหมู่บ้านและเมืองใกล้เคียง และเมืองหลวง และระดับการเข้าถึงแม่น้ำและทางน้ำอื่นๆ และสนามบิน)	• เข้าถึงทางหลวงสายสำคัญ 2 สาย • ไปยังตัวเมือง (15 กม.) • ไปยังเมืองหลวง (50 กม.) • ไปยังสนามบินภายในประเทศ (25 กม.) • ไปยังสนามบินนานาชาติ (65 กม.) • ถนนเชื่อมต่อหลักสองสายเข้าถึงถนนสายหลักทั้งหมดของหมู่บ้าน • ถนนลาดยางทั้งหมด	เพื่อระบุและคำนวณต้นทุนการจัดจำหน่ายและการผลิต
5. วิธีการขนส่งคืออะไร? (เช่น โดยรถประจำทาง รถไฟ แท็กซี่ และอื่น ๆ)	• รถประจำทางและรถโดยสารขนาดเล็กวิ่งผ่านทางหลวงสายหลัก • มีรถยนต์โดยสารขนาดเล็กหลายคันที่ขับโดยรถจักรยานยนต์ให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปตลอดทั้งวันและคืน	เพื่อระบุและคำนวณต้นทุนการจัดจำหน่ายและการผลิตและเพื่อประเมินความสะดวกของลูกค้าในการเยี่ยมชมที่ตั้งธุรกิจของคุณ
6. จุดนัดพบของผู้หญิง ผู้ชาย และเด็กคืออะไร? (เช่น โรงเรียน ศูนย์สุขภาพ สถานที่สักการะ บ่อน้ำ พื้นที่ซีกล่าง ตลาด สมาคมสตรี ศาลาประชาคม สวนสาธารณะ)	• จุดนัดพบของสตรีและบุรุษอยู่ในตลาด สถานบูชา โรงเรียนและศาลาประชาคม	เพื่อส่งเสริมการขายและจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ

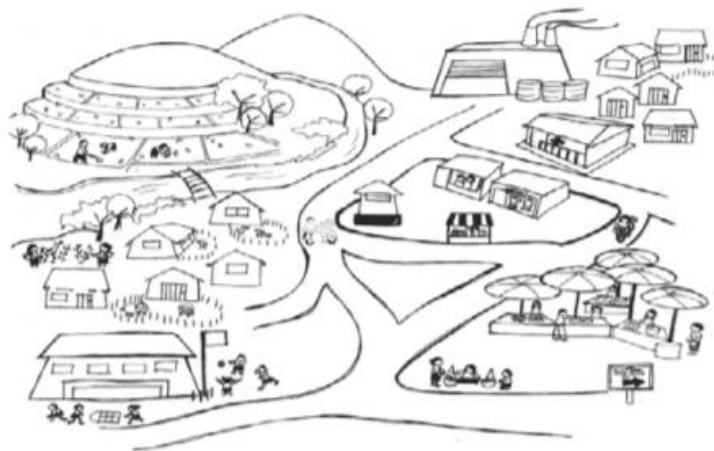
ข้อมูลที่เป็นในการสแกนสภาพแวดล้อมสามารถได้มาจากการถามผู้มีความรู้เกี่ยวกับชุมชนและธุรกิจเป็นวิธีหนึ่ง คุณยังสามารถสังเกตการณ์ ไปที่ห้องสมุด วาดแผนที่ และถ่ายรูปได้

การทำแผนที่หรือวาดแผนที่ชุมชนของคุณและบริเวณใกล้เคียงสามารถช่วยให้คุณวางตำแหน่งธุรกิจของคุณให้สัมพันธ์กับลูกค้าที่เป็นไปได้และคู่แข่งของคุณ การวาดแผนที่แสดงสถานประกอบการธุรกิจต่าง ๆ สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสถานที่สำคัญที่คุณสามารถใช้เพื่อส่งเสริมธุรกิจของคุณได้ นอกจากนี้ยังสามารถบอกถึง

โอกาสและข้อจำกัดของธุรกิจของคุณ รูปที่ 17 แสดงแผนที่ชุมชนที่วาดด้วยมือเพื่อระบุภูมิประเทศ สถาบัน เครือข่ายถนน สถานประกอบการธุรกิจ และสถานที่ที่ผู้คนพบปะกัน

ICT จะช่วยให้คุณตรวจสอบสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างไร? ในกรณีของนางคุณ (Mrs. Kuhn) เธอใช้อินเทอร์เน็ตและค้นหาเว็บไซต์ของรัฐบาลเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชากรทั้งหมดในชุมชนของเธอ เธอยังสามารถค้นหาแผนที่โดยใช้โปรแกรมบนเว็บ (Google Maps) เพื่อแสดงตำแหน่งของชุมชน ภูมิประเทศ และถนนหลายสายที่เชื่อมถึงกัน

รูปที่ 19 ตัวอย่างแผนที่ชุมชน



Source: International Labour Organization, *Gender and Entrepreneurship Together: GET Ahead for Women in Enterprise – Training Package and Resource Kit* (Bangkok, Berlin and Geneva, 2004). Available from http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_empl/---emp_ent/documents/publication/wcms_116100.pdf

2.4.2 การระบุลูกค้าและคู่แข่ง)

ธุรกิจหมายถึง การรู้จักไม่เพียงแต่ผลิตภัณฑ์ของคุณเท่านั้น แต่ยังหมายถึง ใครที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ของคุณ นั่นคือลูกค้าของคุณ ลูกค้าคือบุคคลหรือองค์กรที่ซื้อและรับสินค้าหรือบริการจากธุรกิจของคุณ ลูกค้าก็เป็นผู้บริโภคเช่นกัน เขา/เธอมีทางเลือกและความสามารถในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันและซื้อจากซัพพลายเออร์รายอื่น⁸

⁸ BusinessDictionary.com, “Customer”. Available from <http://www.businessdictionary.com/definition/customer.html#ixzz42kIR0LnT>.

หากคุณรู้ว่าลูกค้าของคุณเป็นใคร คุณสามารถปรับแต่งผลิตภัณฑ์หรือบริการให้เหมาะกับพวกเขาได้ดียิ่งขึ้น การรู้จักลูกค้าของคุณทำให้คุณสามารถวางแผนได้ว่า จะสร้างจำนวนเท่าใด กำหนดเป้าหมายได้มากเท่าใด และวิธีปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณอย่างไร เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น

ในขณะเดียวกัน ธุรกิจก็ต้องรู้จักการแข่งขัน การแข่งขันคืออะไร? หมายถึงคู่แข่งของคุณในธุรกิจที่นำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายคลึงกันและกำหนดเป้าหมายไปยังลูกค้ากลุ่มเดียวกัน ด้วยการแข่งขัน ลูกค้ามีตัวเลือกมากมายให้เลือก ยิ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณมีการแข่งขันสูง คุณก็ยิ่งต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณมากขึ้นเท่านั้น

ลูกค้า (Customers)

ลูกค้าเป็นแบบไหนก็ได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่มีทักษะมากกว่าจะพบว่า การหาลูกค้าที่ "มีคุณค่า" มีกำไรมากกว่า ยิ่งคุณรู้จักพวกเขาและความต้องการของพวกเขามากเท่าไร ก็ยิ่งง่ายต่อการระบุโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ใหม่และกำหนดเป้าหมายพวกเขาด้วยข้อเสนอที่เหมาะสม เป็นประโยชน์ในการพัฒนาโปรไฟล์ลูกค้า การรู้จักลูกค้าสามารถช่วยคุณในการวางแผน คาดการณ์ได้ดีขึ้นว่าพวกเขาจะซื้ออะไร และช่วยคุณประมาณการปริมาณหุ้นของคุณ นอกจากนี้ ยังมีประโยชน์ในการเก็บบันทึกรายละเอียดลูกค้าและการขายของคุณเพื่อลดข้อผิดพลาดและความเร็วของการทำธุรกรรม ด้วยวิธีนี้ คุณสามารถปรับปรุงการบริการลูกค้าและจัดการกับลูกค้าของคุณได้ดียิ่งขึ้น

การระบุลูกค้าที่มีค่าของคุณอาจไม่ใช่เรื่องง่าย ลองทำแบบฝึกหัดต่อไปนี้เพื่อช่วยให้คุณระบุตัวตนได้

ตารางที่ 5 คำถามเพื่อระบุลูกค้าที่มีคุณค่า

การอธิบายลักษณะของลูกค้าของคุณ	
ลักษณะประชากรประชากร (รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา เชื้อชาติ และระดับรายได้)	• ผู้หญิงหรือผู้ชาย • แก่หรือหนุ่ม และอยู่ในกลุ่มอายุใด (เช่น 0-15, 16-30, 31-45, 46 ขึ้นไป) • ศึกษาในระดับใด เช่น ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือวิทยาลัย • การทำงาน และช่วงรายได้ประจำปีของเธอคืออะไร
ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ (ที่พวกเขาอาศัยอยู่)	• บุคคลนั้นอาศัยอยู่ใน: • เมือง • ชานเมือง • ชุมชนของคุณ • ที่ราบสูง - พวกเขาอาศัยอยู่ไกลจากที่ทำงานของคุณมากแค่ไหน? • เพื่อนบ้านของคุณ

การอธิบายลักษณะของลูกค้าของคุณ	
	• ห่างออกไป 500-900 เมตร • ห่างไป 1-2 กิโลเมตร
จิตวิทยา (ไลฟ์สไตล์และทัศนคติ)	ลูกค้าของคุณคือ: • มืออาชีพ • แรงงานมีฝีมือหรือไม่มีฝีมือ • นักเรียน • โสดหรือแต่งงาน • แม่กับลูก • พ่อกับลูก
อะไรคือเหตุผลหลักที่ลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์/บริการของคุณ	• ประโยชน์ที่จะได้รับ • ราคา • ความสะดวก • บริการที่ดี
ลักษณะอื่น ๆ ของลูกค้า	• อนุรักษ์นิยม • ทันสมัย • เน้นการใช้ประโยชน์ • เน้นการผจญภัย
ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	• พวกเขามักพบปะกันที่ไหน? • โรงเรียน • ตลาด • สถานที่ทางศาสนา

เพื่อทำความรู้จักลูกค้าของคุณ คุณอาจเข้าร่วมกิจกรรมในท้องถิ่น พูดคุยกับลูกค้า ถามคำถาม หรือทำแบบสำรวจง่าย ๆ ด้วยการรู้จักลูกค้าของคุณมากขึ้น คุณสามารถส่งมอบผลลัพธ์ที่ดีขึ้นผ่านผลิตภัณฑ์ การตลาด และนวัตกรรม⁹

นางคุณ (Mrs. Kuhn) ระบุว่าลูกค้าที่มีค่าที่สุดของเธอมีลักษณะดังต่อไปนี้:

- » ผู้หญิงที่แต่งงานแล้วและแม่ที่มีลูก
- » อายุประมาณ 31 ถึง 45 ปี
- » มัธยมปลายและบัณฑิตวิทยาลัย
- » มีรายได้ครอบครัวระหว่าง 6,000 ถึง 10,000 เหรียญสหรัฐต่อปี
- » อาศัยอยู่ในชุมชน
- » การพิจารณาซื้อเป็นราคา แต่ยังสะดวกและการบริการ
- » เน้นความทันสมัย และการใช้งานได้จริง
- » มีแนวโน้มที่จะพบปะสังสรรค์ในโรงเรียน ตลาด และในศาสนาสถาน

⁹ Susan Payton, "How to Identify Your Customer", Growth University, 15 August 2011. Available from <https://www.futuresimple.com/blog/identify-your-customer/>.

คู่แข่งทางธุรกิจ (Competitors)

ทำไมคุณต้องรู้จักคู่แข่งทางธุรกิจของคุณ? คู่แข่งสามารถให้บทเรียนจากอดีตแก่คุณได้ คุณสามารถใช้การเรียนรู้จากความผิดพลาดเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินธุรกิจของคุณ คุณยังสามารถเรียนรู้จากคู่แข่งว่าสิ่งใดที่เหมาะสมกับพวกเขาและแนวทางปฏิบัติที่ดีของพวกเขาคืออะไร การรู้จักคู่แข่งของคุณสามารถเปิดเผยโอกาสในตลาดได้อย่างน้อยที่สุด เรียนรู้จากคู่แข่งสามอันดับแรกของคุณและติดตามความเคลื่อนไหวของพวกเขาอยู่เสมอ

คุณต้องการรู้อะไรเกี่ยวกับคู่แข่งของคุณ?

» เรียนรู้เกี่ยวกับการตลาดของคู่แข่งของคุณ ระบุว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการของพวกเขาทำอะไร และรู้ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณเปรียบเทียบกับกันอย่างไร

» ค้นหาว่าทำไมลูกค้าถึงชอบพวกเขามากกว่าของคุณ

» จุดแข็งและจุดอ่อนของพวกเขาทำอะไร? ค้นหาสิ่งที่คุณสามารถเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณที่คู่แข่งของคุณไม่สามารถทำได้

» ในฐานะเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดเล็กลง คุณสามารถมีต้นทุนและค่าเสียที่ต่ำกว่าได้ ในการทำเช่นนั้น คุณสามารถใช้การประหยัดต้นทุนเหล่านี้เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของคุณสำหรับลูกค้าของคุณ สิ่งนี้ช่วยให้คุณได้เปรียบเหนือคู่แข่งรายใหญ่

การทราบความได้เปรียบทางการแข่งขันของคุณเหนือคู่แข่งจะทำให้คุณมั่นใจในธุรกิจของคุณ ใครสามารถเป็นคู่แข่งของคุณได้? หากธุรกิจของคุณอยู่ในชุมชน การนับและสังเกตคู่แข่งอาจเป็นเรื่องง่าย แต่ถ้าธุรกิจของคุณไปไกลกว่าชุมชน คุณอาจพยายามระบุคู่แข่งของคุณได้ยาก

คำถามในตารางที่ 6 จะช่วยให้คุณนึกถึงคู่แข่งของคุณ

ตารางที่ 6 คำถามเพื่อคัดกรองคู่แข่งของคุณ (และตัวอย่างคำตอบจากกรณีของนางคุณ (Mrs. Kuhn)

ใครคือคู่แข่งที่แข็งแกร่งที่สุดของคุณ? สำหรับคู่แข่งแต่ละราย ให้อธิบายผลิตภัณฑ์/บริการ ภาพลักษณ์/แบรนด์ ลูกค้าทั่วไป การกำหนดราคา กลยุทธ์ทางการตลาด และวิธีที่พวกเขาสร้างความแตกต่างในตัวเอง (คุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของพวกเขาทำอะไร) พวกเขาทำอะไรได้ดีที่สุด? จุดอ่อนของพวกเขาทำอะไร?
ผู้แข่งขัน 1: Patrice Beauty Salon and Spa ตั้งอยู่ริมทางหลวงเข้าเมือง • สินค้า: ผลิตภัณฑ์ความงามระดับไฮเอนด์หรือระดับตลาดบน หรือราคาสูง • บริการ: บริการทำผมและเล็บ รวมทั้งสปา • ภาพลักษณ์: ราคาสูง • ลูกค้าทั่วไป: ผู้หญิงรวยและวัยทำงาน

• ราคา: แพงเป็นสองเท่าของร้านทำผมอื่น ๆ ในชุมชน • การตลาด: ป้ายโฆษณา ป้ายโฆษณา ใช้โซเชียลมีเดีย • คุณค่าที่ไม่เหมือนใคร: หนึ่งเดียวในชุมชนที่ให้บริการสปา • สิ่งที่พวกเขาให้บริการได้ดีที่สุด: สปาและการนวด • จุดอ่อน: แพงเกินไปสำหรับคนธรรมดา
คู่แข่ง 2: ร้านเสริมสวย Generation X ริมหาดหลวงเข้าเมือง • สินค้า: ผลิตภัณฑ์ความงามสำหรับหญิงสาวและผู้ชาย • บริการ: บริการทำผมและเล็บ, ตัดผมอย่างมีสไตล์, ยืดผม, ทำสีผมและทรีตเมนต์ • ภาพลักษณ์: ทันสมัยและน่าสนใจ ให้บริการอินเทอร์เน็ต • ลูกค้าทั่วไป: หญิงสาวและผู้ชายอายุ 20 ถึง 30 • ราคา: เฉลี่ยเป็นกลางในตลาด • การตลาด: ป้ายโฆษณา ป้ายโฆษณา ใช้โซเชียลมีเดีย • คุณค่าที่ไม่เหมือนใคร: มีสไตล์และดึงดูดมืออาชีพรุ่นใหม่ • สิ่งที่พวกเขาทำได้ดีที่สุด: ตัดผมอย่างมีสไตล์ • จุดอ่อน: สถานที่เสียงดังเกินไป
คู่แข่ง 3: JJ Beauty Salon • สินค้า: ใช้ผลิตภัณฑ์ความงามราคาถูก • บริการ: บริการทำผมและเล็บ • ภาพลักษณ์: ทั่วไป • ลูกค้าทั่วไป: ชนชั้นแรงงานและผู้ชายในตลาด • ราคา: ถูกกว่าคู่แข่ง 2 • การตลาด: ไม่มี • มูลค่าที่ไม่ซ้ำ: ราคาถูก • สิ่งที่พวกเขาให้บริการได้ดีที่สุด: ตัดผม • จุดอ่อน: สกปรกและเสียงดังเพราะทำเลใกล้ตลาด
คู่แข่ง 4: Dodang's Home Service ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านอื่น • สินค้า: สินค้าในครัวเรือน • บริการ: ตัดผม ย้อมผม ทำสี • ภาพลักษณ์: พอใช้บริการได้เมื่อจำเป็น • ลูกค้าทั่วไป: ผู้หญิงที่มีอายุมากกว่าในชุมชน

- ราคา: เฉลี่ยแล้วกลางๆ
- การตลาด: ไม่มี
- คุณค่าที่ไม่เหมือนใคร: บริการถึงบ้านและพร้อมให้บริการสำหรับผู้สูงอายุ
- สิ่งที่พวกเขาทำได้ดีที่สุด: ตัดผมและทำสีผม
- จุดอ่อน : ให้บริการคนเดียวไม่มีร้านของตนเอง

เมื่อมีข้อมูลนี้ นางคุน (Mrs. Kuhn) ก็มองโอกาสดีเกี่ยวกับแนวคิดทางธุรกิจของเธอ ตอนนี้เธอมีแนวโน้มที่จะสามารถเปิดและไล่ตามร้านเสริมสวยอื่น ๆ ได้ แต่เปิดดำเนินการที่บ้านของเธอก่อน เธอกำลังคิดที่จะเปิดร้านเสริมความงามสำหรับครอบครัวซึ่งเธอจะดูแลแม่และพ่อของเด็กนักเรียนตลอดจนบริการสำหรับผู้สูงอายุ

หากธุรกิจของคุณไม่เหมือนกับกรณีศึกษา วิธีระบุลูกค้าและคู่แข่งคือการสังเกตและถามผู้คนเกี่ยวกับธุรกิจนี้ การทำการศึกษาตลาดจะมีการหาหรือเพิ่มเติมในโมดูล W2: การจัดการธุรกิจโดยใช้ ICT

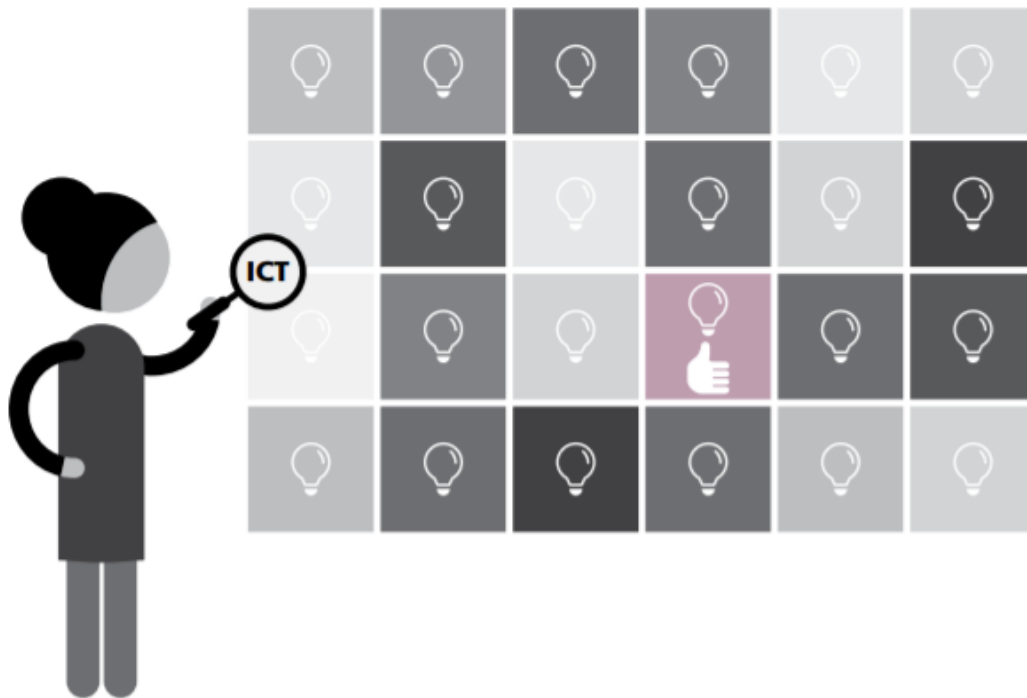
ICT จะช่วยระบุลูกค้าธุรกิจและคู่แข่งได้อย่างไร จากเครื่องมือค้นหาเช่น Google หรือ Bing คุณสามารถพิมพ์คำหลักเพื่อค้นหาคู่แข่งในตลาดของคุณได้ ศึกษาความพยายามในการโฆษณาของพวกเขาเพื่อเรียนรู้ว่าอะไรคือช่องทางการโฆษณาที่เหมาะสมกับคุณ หากคุณกำลังมองหาคู่แข่งที่แข็งแกร่งกว่านี้ คุณสามารถใช้แหล่งข้อมูลเหล่านี้เพื่อระบุบริษัทที่เกี่ยวข้อง¹⁰

- » ไตเรกทอรี (ไตเรกทอรีธุรกิจท้องถิ่น)
- » หอการค้าท้องถิ่น
- » ไตเรกทอรีวารสาร
- » ไตเรกทอรีสมาชิกของสมาคม
- » คู่มือผู้ซื้อ/ซัพพลายเออร์
- » อันดับทางการตลาด
- " การโฆษณา
- » รายงานข่าว
- » นิทรรศการและงานแสดงสินค้า
- » แบบสอบถาม
- » ค้นหาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายกันทางอินเทอร์เน็ต
- » ข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าและเครือข่าย

¹⁰ MaRS, "How do I identify competitors", 31 March 2014. Available from <https://www.marsdd.com/mars-library/identify-competitors/>; and Info Entrepreneurs, "Understand Your Competitors". Available from <http://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/understand-your-competitors/>.

- » ไปปลีกและเอกสารการตลาดที่ส่งถึงคุณแล้ว
- » ค้นหาผลิตภัณฑ์ที่มีสิทธิบัตรที่คล้ายกับของคุณ
- » วางแผนการใช้งานและการก่อสร้างที่กำลังดำเนินการ

รูปที่ 20 การกลั่นกรองความคิดทางธุรกิจ



คุณสามารถติดตามข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับคู่แข่งและลูกค้าของคุณโดยใช้แอปพลิเคชัน ICT และอินเทอร์เน็ต

» Google Alert เป็นบริการฟรีที่จะแจ้งเตือนคุณตามคำหลักที่คุณเลือกและเมื่อหน้าเว็บที่มีคำหลักเหล่านั้นเผยแพร่ต่อสาธารณะและดูได้ ตัวอย่างเช่น คุณต้องการขาย “กระเช้าของขวัญ” ทุกครั้งที่เกิดเหตุการณ์ใหม่ของคำนั้นปรากฏขึ้นบนหน้าเว็บหรือบล็อก คุณจะได้รับการแจ้งเตือนทางอีเมล คุณสามารถไปที่ไซต์และดูว่าเกิดอะไรขึ้น

» ตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอบนเว็บไซต์หรือบัญชีโซเชียลมีเดียของคู่แข่งของคุณและติดตามกิจกรรมของพวกเขาอยู่เสมอ ใช้โซเชียลมีเดียเช่น Facebook และ Twitter เพื่อดูว่าคู่แข่งของคุณเป็นอย่างไรและเรียนรู้จากความสำเร็จและความล้มเหลวของพวกเขา ¹¹

¹¹ See <http://www.bizmove.com>.

» ตรวจสอบเว็บไซต์ผู้ประกอบการรายอื่นและติดตามคู่แข่งเพื่อร้องเรียนหรือชมเชย คุณสามารถเปลี่ยนหรือปรับปรุงการดำเนินธุรกิจของคุณเพื่อใช้ประโยชน์จากความคิดเห็นเหล่านี้

» มีเว็บไซต์ข่าวการแข่งขันทที่ให้ข้อมูลเพื่อติดตามประสิทธิภาพของคู่แข่งของคุณ

คำถามเพิ่มเติมที่จะให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจรวมถึงคำถามที่อธิบายสถานการณ์ของอุตสาหกรรม คำถามดังกล่าวมีดังต่อไปนี้:

» คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการและความต้องการของผลิตภัณฑ์/บริการของคุณในอีก 5 ปีข้างหน้า? ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์/บริการของคุณจะเปลี่ยนแปลงไปในอีกห้าปีข้างหน้าหรือไม่? ทำไม?

» แนวโน้มหรือการพัฒนาที่จะส่งผลกระทบต่ออุปสงค์เป็นอย่างไร?

» แนวโน้มและการพัฒนาใดที่จะส่งผลต่อวิธีการดำเนินธุรกิจของคุณ?

» ภาวะเศรษฐกิจและสังคมส่งผลต่อความต้องการสินค้าหรือบริการของคุณอย่างไร? เช่น รายได้ของประชากรจะส่งผลกระทบต่อราคาสินค้า/บริการ

เพื่อตอบคำถามเหล่านี้ ให้พิจารณาข้อมูลประชากร (โปรไฟล์ของลูกค้า) เศรษฐกิจ (รายได้และเศรษฐกิจของประเทศ) กฎระเบียบ (กฎหมาย กฎเกณฑ์ และนโยบาย) และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และแนวโน้มธุรกิจทั่วโลกที่อาจส่งผลต่อความต้องการและวิธีดำเนินธุรกิจของคุณ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่กำลังเติบโตได้ก่อให้เกิดรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน รูปแบบธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างหนึ่งคือ "ธุรกิจแฟรนไชส์" เป็นการลงทุนในธุรกิจที่มีอยู่แล้ว ซึ่งคุณใช้แบรนด์ธุรกิจ วิธีการทำธุรกิจ และระบบการตลาดและการจัดจำหน่ายที่ได้รับการพิสูจน์แล้ว ในฐานะกลุ่มเครือข่ายแฟรนไชส์ คุณกลายเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายธุรกิจที่ขายผลิตภัณฑ์แบรนด์เดียวกันกับแฟรนไชส์อื่น ๆ ที่คุณไม่ถือว่าเป็นคู่แข่ง แต่เป็นสมาชิกในทีมของเครือข่ายผลิตภัณฑ์แบรนด์ ซึ่งมักจะต้องใช้ต้นทุนการ ลงทุนที่สูงและการชำระค่าภาคหลวงปกติให้กับแฟรนไชส์ซอร์

2.4.3 การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและมูลค่าที่ไม่ซ้ำใครสำหรับธุรกิจของคุณ

หากต้องการทราบความได้เปรียบทางการแข่งขันของคุณคือการหาจุดแข็งของคุณและสิ่งที่ทำให้ธุรกิจของคุณแตกต่างจากที่อื่น14 หากคุณเชื่อว่าคุณมีบางสิ่งที่มีคุณค่าที่จะเสนอให้ประกาศว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจของคุณไม่เหมือนใคร เขียนว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างไร หรือคุณจะปรับปรุงสถานการณ์ของพวกเขาได้อย่างไร ระบุประโยชน์เฉพาะในแง่เชิงปริมาณที่ลูกค้าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณ ลองถามคำถามต่อไปนี้เพื่อกำหนดมูลค่าเฉพาะของผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณ:

» สินค้าหรือบริการที่คุณขาย ลูกค้าจะได้ประโยชน์อะไรเมื่อพวกเขาใช้มัน?

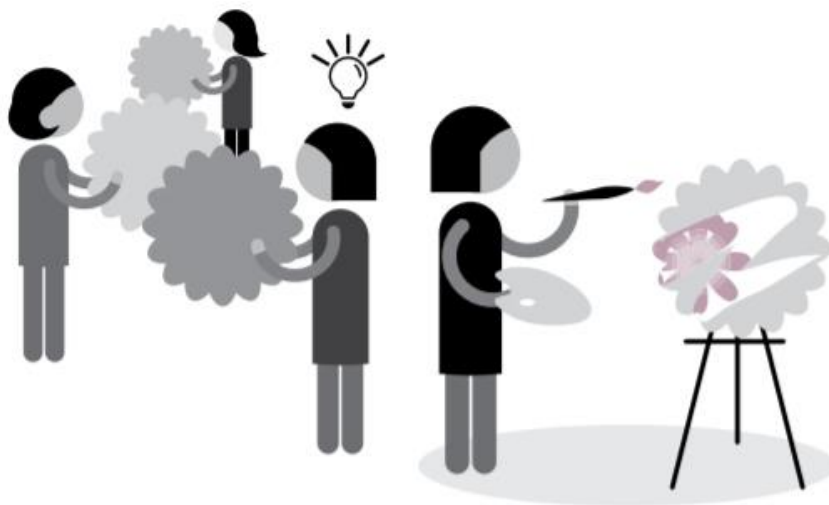
- » ใครจะเป็นลูกค้าเป้าหมายของคุณสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการนี้?
- » อะไรที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณมีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคนอื่น
- » คุณค่าของคุณมีความชัดเจนและเข้าใจง่ายหรือไม่?
- » ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณแตกต่างหรือดีกว่าคู่แข่งอย่างไร?

ICT จะช่วยได้อย่างไร? ท่องอินเทอร์เน็ตและดูว่าคู่แข่งของคุณพูดถึงคุณค่าของตนอย่างไร เยี่ยมชมเว็บไซต์ขายและซื้อออนไลน์เพื่อดูว่าผู้ขายอธิบายถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของตนอย่างไร ในการค้นหาคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของคุณ คุณสามารถรับแนวคิดจากผลิตภัณฑ์ธุรกิจที่คล้ายคลึงกันในที่อื่น ๆ

ในกรณีของนางคุณ (Mrs. Kuhn) ได้ตอบคำถามข้างต้นดังนี้

» เธอระบุประโยชน์ของผลิตภัณฑ์บริการของเธอว่า: การตัดผมสำหรับครอบครัว การตัดผมที่ถูก สุขอนามัย และบริการด้านความงามที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคุณแม่ พ่อ ลูก และป้าตายายสามารถเพลิดเพลินได้ในขณะที่อยู่ที่บ้านอย่างสะดวกสบายในราคาที่เหมาะสม สามารถใช้บริการที่บ้านได้โดยมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่ต่ำมาก

รูปที่ 21 การนำเสนอคุณค่า



ตารางที่ 7 คำนิยามกระบวนการแบบจำลอง SCAMPER

ปัจจัยแห่งการเปลี่ยนแปลง	เปลี่ยนกระบวนการ
การทดแทน	เปลี่ยนส่วนประกอบหนึ่งหรือหลายส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์
การรวมกัน	ผสานหนึ่งหรือหลายองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
การขยาย	ขยายหรือทำให้ผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อนมากขึ้น
ลดขนาด	ทำให้ผลิตภัณฑ์ง่ายขึ้น
นำไปใช้อย่างอื่น	ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน

ปัจจัยแห่งการเปลี่ยนแปลง	เปลี่ยนกระบวนการ
การกำจัด	ลบส่วนที่ไม่จำเป็น
การจัดเรียงใหม่	แก้ไขลำดับขององค์ประกอบที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์

สรุปเนื้อหา 2.4¹²

การทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมและโอกาสทางธุรกิจ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบันที่สถานการณ์ความได้เปรียบและกาเสียเปรียบทางธุรกิจสามารถเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงเป็นความจำเป็นที่ผู้บริหารในทุกองค์กรต้องให้ความสนใจเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เกิดขึ้น

เราสามารถกล่าวได้ว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจหมายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร สภาพแวดล้อมทางธุรกิจอาจก่อให้เกิดผลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อการดำเนินงานในปัจจุบันและในอนาคตขององค์กร การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอาจก่อให้เกิดจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) หรืออุปสรรค (Threat) ต่อองค์กร การศึกษาด้านกลยุทธ์ธุรกิจจะแบ่งการพิจารณา สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรออกเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment) ประกอบด้วยปัจจัยที่อยู่ภายใต้ขอบเขตขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยเจ้าของและผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริหาร ลูกจ้างและวัฒนธรรมในองค์กร ในทางตรงกันข้าม สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (External Environment) จะประกอบด้วยปัจจัยที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งอาจแยกให้เห็นความแตกต่างเป็น 2 ระดับ คือ สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) และสภาพแวดล้อมที่มีผลโดยตรงต่อธุรกิจหรือสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Operating Environment) โดยสภาพแวดล้อมทั่วไปประกอบด้วยอิทธิพลทางการเมือง อิทธิพลทางเศรษฐกิจ อิทธิพลทางเทคโนโลยี อิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรม และอิทธิพลจากต่างประเทศ ส่วนสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานประกอบด้วยลูกค้า คู่แข่งขัน ผู้ขายวัตถุดิบ แรงงาน กฎระเบียบ และหุ้นส่วน โดยที่สภาพแวดล้อมในการดำเนินงานจะมีอิทธิพลต่อองค์การธุรกิจโดยตรงมากกว่าที่สภาพแวดล้อมทั่วไปมีอิทธิพลต่อองค์การธุรกิจ

¹² <https://sites.google.com/site/krutikamporn/home/phu-cad-tha/2-2-sphaph-waedlxm-thang-thurkic>

2.5 เป้าหมายทางธุรกิจ

โครงการพัฒนาผู้ประกอบการผู้หญิง (The Women's Entrepreneurship Development Programme) ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization) ได้แนะนำ SCAMPER Model¹³ เพื่อช่วยระบุคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาจเป็นการเลียนแบบ แต่ยังเป็น การปรับปรุงรายการหรือบริการอีกด้วย SCAMPER ย่อมาจาก: Substitution, Combination, Amplify, Minimize จากโมเดลนี้ คุณจะมีตัวเลือกใหม่ๆ โดยที่คุณจะสามารถระบุต้นทุนและผลประโยชน์ที่จะได้รับชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เราทุกคนต้องการ “ประสบความสำเร็จ” คุณนึกภาพตัวเองว่าประสบความสำเร็จหรือไม่? ความฝันคือวิสัยทัศน์ของคุณเกี่ยวกับอนาคต สิ่งที่คุณอยากจะเป็น เป้าหมายคือขั้นตอนใหญ่ที่คุณต้องทำเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ของคุณ ตัวอย่างเช่น เป้าหมายของคุณคือการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ การจะเป็นคนแบบนี้ได้ คุณต้องมีธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ คุณกำหนดเป้าหมายสำหรับธุรกิจของคุณและวางแผนการดำเนินการ - ขั้นตอนเล็ก ๆ - เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ทำให้คุณเข้าใจเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของคุณมากขึ้น

เพื่อระบุเป้าหมายของคุณ คุณต้องวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของคุณ คุณต้องการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ พลิกสถานการณ์เพื่อให้สิ่งต่าง ๆ ดีขึ้นในอนาคตอันใกล้

ยกตัวอย่างกรณีของนางคุณ (Mrs. Kuhn) เธอฝันถึงลูก ๆ ของเธอ เธอปรารถนาให้ในอนาคตเธอสามารถช่วยให้พวกเขาได้รับปริญญาวิทยาลัยและประสบความสำเร็จในภายหลัง

ความเป็นมืออาชีพ เธอยังต้องการบรรลุสิ่งที่ตัวเองภาคภูมิใจอีกด้วย เธอรู้สึกว่าการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันรายได้ของครอบครัวไม่เพียงพออีกต่อไป เธอต้องการเปลี่ยนสถานการณ์ด้วยการทำธุรกิจที่สร้างรายได้และเพิ่มรายได้ของครอบครัว เป้าหมายของเธอคือการมีธุรกิจที่จะได้รับเงินเพิ่ม อย่างไรก็ตาม เธอต้องทำให้เป้าหมายของเธอชัดเจนและแหลมคม (Smart)

เป้าหมายคือต้องเป็น SMART คือมีความเฉพาะเจาะจง วัดได้ บรรลุได้ สมจริง และตรงต่อเวลา เช่นเดียวกับวัตถุประสงค์ของ แผนปฏิบัติการ สิ่งเหล่านี้จะต้องกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน สามารถวัดได้ ทำได้จริง และมีเวลาจำกัดอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการต้องกำหนดเป้าหมายเหล่านี้และแผนปฏิบัติการเฉพาะที่ระบุไว้ในแผนธุรกิจ

¹³ International Labour Organization, Gender and Entrepreneurship Together: GET Ahead for Women in Enterprise – Training Package and Resource Kit (Bangkok, Berlin and Geneva, 2004). Available from http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_116100.pdf.

ตารางที่ 8 ตัวอย่างเป้าหมายที่ชัดเจนและแหลมคม (SMART)

SMART	คำอธิบาย	ตัวอย่างเป้าหมาย
S – เฉพาะ	มีความละเอียดและแม่นยำ	เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี
M – วัดได้	เป็นเชิงปริมาณ	เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าเพศหญิงอายุ 21-30 ปีขึ้น 100%
A – บรรลุได้	ทำได้และบรรลุได้	เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าเพศหญิงอายุ 21-30 ปีขึ้น 70%
R – สมจริง	อิงจากชีวิตจริง	เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าเพศหญิงอายุ 21-30 ปีขึ้น 50%
T – ขอบเขตเวลา	มันอยู่ในกรอบเวลา	เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าผู้หญิงอายุ 21-30 ปีขึ้น 50% ใน 6 เดือน

การทำเป้าหมาย SMART สามารถนำไปใช้กับชีวิตส่วนตัวของคุณได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่น หากเป้าหมายสูงสุดของคุณคือการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คุณสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของคุณและคิดถึงข้อจำกัดและอุปสรรคที่ขัดขวางไม่ให้คุณประสบความสำเร็จ หากความรู้และทักษะที่จำกัดเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน ICT เป็นข้อจำกัดที่คุณต้องการเปลี่ยนแปลง คุณสามารถสร้างเป้าหมาย SMART เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะด้าน ICT ของคุณ ระบุการดำเนินการที่คุณจะทำให้บรรลุเป้าหมายนี้ และวัดความก้าวหน้าของคุณตลอดเวลา

เนื่องจากผู้ประกอบการจำนวนมากเข้าสู่ธุรกิจเพื่อความมั่นคงทางการเงิน ตัวอย่างเช่น พิจารณาว่าคุณต้องการมีรายได้เท่าใดในช่วงปีแรกของการดำเนินงาน การดำรงชีวิต ฯลฯ

ความเป็นจริงหมายถึงคุณต้องพิจารณาหลายๆ ด้านของชีวิต เช่น ไลฟ์สไตล์ ชั่วโมงทำงานบ้านกับงานธุรกิจ รูปแบบการใช้จ่าย ระดับการลงทุน คุณจะทำงานที่ไหนและกับใคร ในการตั้งเป้าหมายทางธุรกิจ จงซื่อสัตย์เมื่อพิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อนของคุณ เป้าหมายธุรกิจของคุณต้องเชื่อมโยงกับเป้าหมายส่วนบุคคลของคุณ

ตารางที่ 9 รายละเอียดความฝันและวิสัยทัศน์ทางธุรกิจของนางคุณ (Mrs. Kuhn)

ชื่อธุรกิจ	ประเภทของธุรกิจ	ความฝันของธุรกิจ	จะเกิดขึ้นเมื่อไหร่และที่ไหน	เป้าหมายในฝัน : รายได้ต่อเดือน	สิ่งที่ต้องไปให้ถึงเป้าหมาย	สิ่งที่ต้องทำเพื่อไปให้ถึงฝัน
ดีเค โชม เซอร์วิส ร้านเสริมสวย	บริการ-เจ้าของคนเดียว	เป็นร้านเสริมสวยและบริการถึงบ้านที่เป็นที่ต้องการมากที่สุด	2018 ตามบ้านในชุมชน	USD 2,400.00	• เมืองหลวง • แผนธุรกิจ • พนักงาน • อุปกรณ์ • อาคาร	• บันทึกและสมัครสินเชื่อเพื่อทุน • ศึกษาการบริการที่เป็นที่ต้องการ

ชื่อธุรกิจ	ประเภทของธุรกิจ	ความฝันของธุรกิจ	จะเกิดขึ้นเมื่อไหร่และที่ไหน	เป้าหมายในฝัน : รายได้ต่อเดือน	สิ่งที่ต้องไปให้ถึงเป้าหมาย	สิ่งที่ต้องทำเพื่อไปให้ถึงฝัน
		ชุมชน			• จัดร้าน	• พัฒนาการกำหนดราคาและแผนการตลาด • รายชื่อลูกค้าที่เป็นไปได้ • หาคคนที่ช่วยในด้านการตลาด • ชื่ออุปกรณ์ • เริ่มธุรกิจที่บ้านขนาดเล็กและธุรกิจบริการ
เป้าหมายทางธุรกิจ: เพื่อเป็นร้านเสริมความงามสำหรับครอบครัวที่เป็นที่ต้องการตัวมากที่สุดที่สุดในชุมชนและมีรายได้ 2,400 เหรียญสหรัฐต่อเดือนในปีที่สามของธุรกิจ						

แล้วเป้าหมายของนางคุณ (Mrs. Kuhn) ได้มาอย่างไร? มาจากข้อมูลที่รวบรวมมาจากคำตอบและแบบฝึกหัดครั้งก่อน

รายได้รวมคำนวณได้ดังนี้ จำนวนลูกค้าเป้าหมายเฉลี่ยต่อวัน ต่อเดือน และต่อปี คูณด้วยราคาเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์ (บริการ) ส่งผลให้ประมาณการยอดขายรายวัน รายเดือน และรายปี

สรุปเนื้อหา 2.5¹⁴

เป้าหมายทางธุรกิจ

1. มีความเป็นไปได้ หมายความว่า กิจกรรมมีโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายได้ หากได้มีการดำเนินงานอย่างเต็มที่ตามแผนธุรกิจที่วางไว้ การกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจควรประเมินจากสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ กล่าวคือ ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่เลื่อนลอยเกินความจริงจนทำไม่ได้ และก่อให้เกิดความท้อแท้ แต่ก็ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ง่ายจนเกินไปจนไม่ต้องทุ่มเทความพยายามใด ๆ ก็สามารถที่จะบรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย เป้าหมายที่ดีจึงควรเป็นผลลัพธ์ที่ทำได้ยากแต่มีความเป็นไปได้

¹⁴ <https://www.inventor.in.th/home/home/องค์ประกอบที่-4-วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ/>

2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม หมายถึง มีความชัดเจนที่สามารถประเมินได้ว่า กิจกรรมบรรลุตามเป้าหมายนั้นหรือไม่ ทั้งนี้ โดยทั่วไป ควรจะต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนว่า จะต้องบรรลุถึงเป้าหมายนั้นภายในระยะเวลาเท่าใด

3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายถึง เป้าหมายย่อย ๆ ในแต่ละฝ่ายควรมีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งให้แน่ใจว่าเป้าหมายระยะสั้นๆ เป็นไปเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมเป้าหมายในระยะปานกลางและระยะยาว

กล่าวคือ ไม่มุ่งหวังเพียงกำไรหรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากเกินไป โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้นจะก่อให้เกิดผลเสียได้ในระยะปานกลางและระยะยาว

2.6 การระบุทรัพยากรทางธุรกิจ

2.6.1 โครงสร้างของธุรกิจ (Business infrastructure)

โครงสร้างพื้นฐานที่ธุรกิจต้องการมีอะไรบ้าง? ขึ้นอยู่กับธุรกิจของคุณ ตัวอย่างรายการโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นไปได้ของธุรกิจของคุณเช่น:

» อาคารและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น หน้าร้าน, โรงงาน, อ่างล้างหน้า, โชว์รูม, ห้องครัว, พื้นที่เก็บของ, ห้องน้ำ, โรงงานผลิต, เครื่องทำความเย็น

» อุปกรณ์ – เครื่องมือ เครื่องคิดเงิน เพอร์นิเจอร์สำนักงาน รอก บันได ที่ทำงาน

» เครื่องจักร – เครื่องจักรโรงงาน เครื่องจักรก่อสร้าง และเครื่องจักรการผลิตหรือการผลิต

» เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือ ICT เช่น แอปพลิเคชันฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ โปรแกรมเฉพาะทาง ฐานข้อมูล ผู้ให้บริการโทรคมนาคมสำหรับโทรศัพท์มือถือและบริการอินเทอร์เน็ตของคุณ

» สต็อก วัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลือง สินค้าคงคลังในร้าน วัสดุการผลิต เครื่องเขียน วัสดุก่อสร้าง เชื้อเพลิง

» ยานพาหนะ – รถบรรทุกส่งของ, รถพ่วง, รถสำหรับเยี่ยมลูกค้า, รถตู้, รถแทรกเตอร์

โครงสร้างพื้นฐาน อุปกรณ์ และสต็อกของวัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลืองเป็นส่วนหนึ่งของทุนธุรกิจ นอกจากสินทรัพย์เหล่านี้แล้ว ทุนยังรวมถึงเงินสดและทรัพย์สินอื่น ๆ ที่เป็นของธุรกิจด้วย

ตัวอย่างโครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจที่จำเป็นสำหรับธุรกิจร้านเสริมสวยของนางคุณ (Mrs. Kuhn) มีอะไรบ้าง? ดังแสดงในตารางที่ 10 แสดงรายการโครงสร้างพื้นฐาน อุปกรณ์ และวัสดุสิ้นเปลืองที่ธุรกิจของเธอต้องการ นอกเหนือจากการระบุความต้องการของเธอแล้ว เธอยังทำรายการตรวจสอบเพื่อแสดงว่าเธอต้องซื้ออะไรในตอนนี้และในภายหลัง และประมาณการต้นทุนของอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง

ตารางที่ 10 รายการตรวจสอบอุปกรณ์ของนางคุณ (Mrs. Kuhn)

รายการอุปกรณ์และวัสดุ สิ้นเปลือง	ที่จะซื้อ	ยังไม่มี ความ จำเป็น	ประมาณ การต้นทุน (USD)	หมายเหตุ (ปริมาณ โหมด การซื้อ เวลาซื้อ)
แปรงและหวี				
แปรงสีเหลี่ยม	X		10	
หวีปลายหาง	X		5	
หวีซี่ห่าง	X		5	5 ตอนนี
แปรงกลม	X		10	2 ตอนนี
แปรงระบายอากาศ	X		10	2 ตอนนี
แปรงพาย	X		10	
แปรงปิดแก้ม	X		10	
แปรงระบายความร้อน	X		10	
หวีหวี	X		5	2 ตอนนี
แปรงฟันกว้าง	X		10	2 ตอนนี
หวีหางหนู	X		5	2 ตอนนี
หวีสองหาง	X		5	2 ตอนนี
แปรงธรรมดาและหวี	X		10	2 ตอนนี
หวีแปรงผมและหวี	X		20	2 ตอนนี
อุปกรณ์ตกแต่งผม				
กรรไกรตัดแต่งผม	X		100	2 ตอนนี
กรรไกรตัดผม	X		100	2 ตอนนี
ปัตตาเลี่ยนตัดผม	X		100	2 ตอนนี
อุปกรณ์ทำผม				
ที่หนีบผม	X		100	1
เครื่องเป่าลม	X		100	2
ที่ม้วนผม	X		100	2
เหล็กดัดลอน	X		100	1
เครื่องรีดตัดผม	X		100	1
เครื่องมือม้วนผมทรงถังใหญ่	X		50	1
เครื่องเป่าผมหวีม้วนผม	X		100	1
ลูกกลิ้งร้อน		X		

รายการอุปกรณ์และวัสดุ สิ้นเปลือง	ที่จะซื้อ	ยังไม่มี ความ จำเป็น	ประมาณ การต้นทุน (USD)	หมายเหตุ (ปริมาณ โหมด การซื้อ เวลาซื้อ)
ชุดแต่งหลายสไตล์		X		
อุปกรณ์อื่น ๆ				
ก๊อบติดผม	X		20	วางไว้ในจำนวนมาก
แชมพูผม	X		20	2
ผ้ากันเปื้อน	X		10	2
เครื่องฉีดน้ำ	X		10	2
แปรงปัดแก้ม	X		20	1
ผ้ากระดาด	X		10	ในกลุ่ม
ผ้าขนหนู	X		100	2 โหล
กระจกมือถือ	X		20	2
น้ำพู่ร้อน		X		
ถุงมือยาง	X		10	
ถุงมือพลาสติก	X		10	
เครื่องอบไอน้ำ/เครื่องหนีบผม		X		
เครื่องดูดควัน		X		
แชมพูผม	X		100	1
ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมระดับมืออาชีพ				
แชมพู	X		100	(ใช้งาน 1 เดือน)
คอนดิชันเนอร์ (1 เดือน)	X		100	(ใช้งาน 1 เดือน)
ชุดยัดและตัดผม	X		100	(ใช้งาน 1 เดือน)
เจลแต่งผม	X		100	(ใช้งาน 1 เดือน)
เซรั่ม	X		100	(ใช้งาน 1 เดือน)
มูส	X		100	(ใช้งาน 1 เดือน)
สีสผม	X		100	(ใช้งาน 1 เดือน)
ผมแห้ง	X		100	(ใช้งาน 1 เดือน)
เฟอร์นิเจอร์				
เก้าอี้ทำผม (คละสี)	X		200	เช็คของมือสองสภาพดี
อุปกรณ์จัดแต่งทรงผม: กระจก ลื่นชัก เก็บของ ช่องใส่เครื่องมือหรือที่ใส่ เครื่องมือ เต้าจ่ายไฟฟ้า	X		300	เช็คของมือสองสภาพดี

รายการอุปกรณ์และวัสดุ สิ้นเปลือง	ที่จะซื้อ	ยังไม่มี ความ จำเป็น	ประมาณ การต้นทุน (USD)	หมายเหตุ (ปริมาณ โหมด การซื้อ เวลาซื้อ)
รถเข็นและรถเข็น: ช่วยให้ช่างทำผมมี เครื่องมือทั้งหมดอยู่เคียงข้างในขณะที่ ดูแลลูกค้า จัดเก็บง่าย พกพาสะดวก และเป็นระเบียบ	X		200	เช็คของมือสองสภาพดี
แผนกต้อนรับ		X		เช็คของมือสองสภาพดี
เก้าอี้นึ่งรอ	X		100	เช็คของมือสองสภาพดี

ICT จะช่วยในการระบุอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายได้อย่างไร? อินเทอร์เน็ตและเครื่องมือค้นหาสามารถช่วยให้คุณค้นหาและเปรียบเทียบข้อมูลได้ ด้วยรายการทรัพยากรที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจของคุณอย่างชัดเจน ให้เริ่มคิดว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเท่าใดในการดำเนินธุรกิจ และพิจารณาขอบเขตการจัดการทรัพยากรและต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

2.6.2 ทรัพยากรบุคคล (Human resources)

จำนวนคนที่คุณต้องจ้างในธุรกิจของคุณจะขึ้นอยู่กับว่าคุณต้องการดำเนินธุรกิจแบบเต็มเวลาหรือนอกเวลา กิจกรรมที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจของคุณ กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่าย กิจกรรมทางการตลาด แม้ว่าการมีทรัพยากรบุคคลทั้งหมดที่สามารถช่วยคุณในการดำเนินธุรกิจเป็นเรื่องที่เหมาะสม แต่ต้องจำเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากสิ่งนี้มีผลกระทบอย่างมากในด้านการเงินของธุรกิจ สิ่งสำคัญคือต้องระบุว่า งานใดที่คุณไม่สามารถทำได้ คุณต้องการคนมาช่วยในสิ่งต่อไปนี้หรือไม่?

การจัดตั้งธุรกิจ – คุณต้องการทนายความหรือนักบัญชีที่สามารถจ่ายเป็นพาร์ทไทม์ได้หรือไม่?

» การจัดตั้งโครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ

○ คุณต้องการวิศวกร สถาปนิก และคนงานก่อสร้างสำหรับการติดตั้งโครงสร้างพื้นฐานหรือไม่?

○ คุณจำเป็นต้องจัดหาบริการสำหรับเทคโนโลยีที่คุณต้องการเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่งหรือไม่?

○ คุณต้องการคนดูแลหรือไม่?

» การพัฒนาผลิตภัณฑ์ – คุณต้องการบุคลากรหรือบริการเพื่อทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคุณเป็นระยะเวลาหนึ่งหรือไม่?

» การดำเนินธุรกิจ – คุณต้องการบุคลากรเมื่อคุณผลิตผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จำเป็นสำหรับธุรกิจในการดำเนินงานทุกวันหรือไม่?

» การขายและการจัดจำหน่าย – คุณต้องการบุคลากรและบริการเพื่อขายและแจกจ่ายผลิตภัณฑ์แบบเต็มเวลาหรือนอกเวลาหรือไม่?

คุณควรใช้เวลาให้กับธุรกิจมากแค่ไหน? คุณจะทำงานเต็มเวลาหรือนอกเวลา? ค่าใช้จ่ายเท่าไรหากจ้างแบบเต็มเวลาหรือนอกเวลา?

นางคุณ (Mrs. Kuhn) เตรียมรายการตรวจสอบ (ตารางที่ 11) และประมาณความต้องการทรัพยากรบุคคลของเธอ โดยระบุตำแหน่งงาน ไม่ว่าจะเป็นงานเต็มเวลาหรือนอกเวลา ค่าใช้จ่าย และเวลาที่จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรต่างๆอย่างชัดเจนดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ตัวอย่างรายการตรวจสอบทรัพยากรบุคคลที่ธุรกิจต้องการ

กิจกรรมทางธุรกิจ	ทรัพยากรบุคคล	เต็มเวลา	ไม่เต็มเวลา	ต้นทุน (USD)	เมื่อจำเป็น
การจัดตั้งธุรกิจ	• ทุนความ		✓	500/เดือน 500/เดือน	เดือนแรกของการเริ่มต้น
การจัดตั้งโครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ	• นักบัญชี			1,000/เดือน	เดือนแรกของการเริ่มต้นเท่านั้น
การพัฒนาผลิตภัณฑ์	• วิศวกร	✗	✗		ไม่ใช่ตอนนี้
การดำเนินธุรกิจ	• สถาปนิก	✓ 1	✓ 2	10/วัน	เดือนที่สอง
การขายและการจัดจำหน่าย	• คนงานก่อสร้าง		✓ 1	10/วัน	เดือนที่สาม
การบริหารและการเงิน	• ช่างเทคนิค	✓	✓	20/วัน 10/วัน	เดือนที่สี่
คนอื่น	• การซ่อมบำรุง	✗	✗		ไม่ใช่ตอนนี้

ทรัพยากรบุคคลในการดำเนินธุรกิจและการบริหารเป็นส่วนหนึ่งของรายจ่ายทางธุรกิจ คุณต้องรวมตัวเองไว้ในรายการทรัพยากรบุคคล การประมาณค่าทรัพยากรบุคคลในกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมดมีความสำคัญต่อการวางแผนทางการเงินของธุรกิจ

ICT สามารถช่วยในการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างไร? การใช้สเปรดชีตทำให้คุณสามารถคำนวณและประมาณจำนวนคน จำนวนวันหรือชั่วโมง และต้นทุนค่าจ้างและเงินเดือนที่คุณต้องการ โดยอิงจากตารางการทำงานและปฏิทิน

อินเทอร์เน็ตสามารถช่วยในกระบวนการสรรหาและว่าจ้างได้ คุณสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเงินเดือนปัจจุบันและค่าธรรมเนียมวิชาชีพ และสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับงานที่พวกเขาสามารถทำได้สำหรับคุณ

แล้วการบริหารเวลาล่ะ? เนื่องจากเป็นหนึ่งในทรัพยากรหลักในองค์กรของคุณ คุณต้องสามารถระบุเวลาที่คุณสามารถอุทิศให้กับธุรกิจของคุณได้ คุณสามารถใช้ตัวกำหนดตารางเวลาปฏิทินบนเว็บหรือดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อช่วยให้คุณจัดการเวลาได้

สรุปเนื้อหา 2.6

การระบุทรัพยากรทางธุรกิจ

การบริหารกิจการต่าง ๆ ต้องใช้ทรัพยากรอันเป็นปัจจัยที่จำเป็นซึ่งในปัจจุบันทรัพยากร องค์กรบริหารยุคใหม่ประกอบด้วยสิ่งที่สำคัญ 8 ประการ คือ 8M ได้แก่

1. คน (Man) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน
2. เงิน (Money) สำหรับเป็นค่าจ้างและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ
3. วัสดุสิ่งของ (Material) ได้แก่ อุปกรณ์ เครื่องใช้ และอาคารสถานที่
4. การจัดการ (Management) หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการจัดการ
5. ตลาด (Market) เป็นที่จำหน่ายสินค้าและบริการ
6. เครื่องจักร (Machine) ใช้สำหรับผลิตสินค้าและบริการ
7. วิธีการทำงาน (Method) หมายถึง วิธีหรือขั้นตอนในการทำงาน
8. เวลา (Minute) หมายถึง เวลาในการดำเนินงาน

2.7 การพัฒนาแผนธุรกิจการเงิน

ข้อมูลทางการเงินมักจะอยู่ด้านหลังแผนธุรกิจ แต่ก็มีสำคัญพอๆ กับคำอธิบายของแนวคิดทางธุรกิจ และการจัดการ การสร้างแผนภูมิ ตาราง สูตร และสเปรดชีตในส่วนการเงินของแผนธุรกิจจะแสดงสภาพของธุรกิจ คุณสามารถรวบรวมข้อมูลและใช้สเปรดชีตหรือโปรแกรมทางการเงินเพื่อสร้างสเปรดชีตของคุณได้ คุณยังจะพบว่า มีอยู่ในซอฟต์แวร์แผนธุรกิจส่วนใหญ่ โปรแกรมเหล่านี้ทำการคำนวณด้วย

แผนทางการเงินให้การประมาณการประสิทธิภาพการขายและค่าใช้จ่ายของธุรกิจของคุณ ผู้ประกอบการสามารถได้รับประโยชน์จากการใช้เวลาในการทำแผนการเงินอย่างน้อยปีละครั้ง แผนดังกล่าวช่วยให้เจ้าของธุรกิจขนาดเล็กจัดการกระแสเงินสดได้ดียิ่งขึ้นโดยเตรียมพร้อมสำหรับสถานการณ์ที่อาจส่งผลให้เกิดการขาดแคลนเงินสด เช่น ความผันผวนของรายได้ตามฤดูกาล โดยปกติ แผนทางการเงินจะจัดทำขึ้นโดยเป็นส่วนหนึ่งของ

กระบวนการวางแผนธุรกิจโดยรวม ซึ่งในระหว่างนั้นจะมีการกำหนดเป้าหมายและเลือกกลยุทธ์เพื่อช่วยให้ธุรกิจเติบโตในปีต่อ ๆ ไป¹⁵

ในการคิดแผนทางการเงินที่เป็นจริง ขั้นแรกให้นึกถึงจำนวนเงินที่คุณจะใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมเริ่มต้นของคุณ ซึ่งจะรวมถึง: อุปกรณ์ เฟอร์นิเจอร์ วัสดุสิ้นเปลือง เงินเดือนของผู้ที่จะดำเนินธุรกิจ (รวมถึงคุณ); การซื้อวัตถุดิบหรือวัสดุสิ้นเปลือง (สินค้าคงคลังเริ่มต้น) ป้าย ทุนดำเนินการ และข้อกำหนดทางกฎหมาย เช่น การจดทะเบียนธุรกิจสำหรับใบอนุญาตและข้อกำหนดด้านภาษี

คุณสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับส่วนหลังได้จากหน่วยงานของรัฐที่ดูแลการจดทะเบียนการค้าและอุตสาหกรรม หากธุรกิจของคุณเป็นธุรกิจด้านอาหาร อาจต้องมีการขึ้นทะเบียนอาหารและยาอีกครั้ง มีบริษัทเอกชนบางแห่งที่สามารถอำนวยความสะดวกในการจดทะเบียนธุรกิจได้

และใบอนุญาตโดยมีค่าธรรมเนียม แต่แน่นอนว่าคุณมีตัวเลือกที่จะทำสิ่งนี้ด้วยตัวเอง ดังนั้นคุณจะต้องรู้ว่ารัฐบาลต้องการอะไรจากผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก

เป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้น ให้ประมาณการว่าคุณจะใช้จ่ายในโครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจเป็นจำนวนเท่าใด ตัวอย่างเช่น การปรับปรุงร้านค้าหรือพื้นที่ที่คุณจะครอบครอง ไม่ว่าจะเป็นในบ้านของคุณหรือในสถานที่อื่นให้เช่า ตัวอย่างแสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ตัวอย่างรายการต้นทุนเริ่มต้น

รายการต้นทุนเริ่มต้น	ต้นทุน (USD)
การปรับปรุงตกแต่งร้าน	350
อุปกรณ์	600
เฟอร์นิเจอร์	500
การขอใบอนุญาต	350
การทำป้าย	100
เงินสดเริ่มต้นสำหรับธุรกิจ:	(1,300)
• การผลิต	800
• การบริหาร	250
• การตลาด	250

¹⁵ Brian Hill, “Developing a Financial Plan For a Small Business”. Available from <http://smallbusiness.chron.com/developing-financial-plan-small-business-4714.html>.

ถ้าอย่างนั้น ลองนึกถึงกิจกรรมทางการตลาด เช่น ใบปลิว ผ้าใบกันน้ำ และป้ายโฆษณา? ประเมินค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมทางการตลาดของคุณ ตารางที่ 13

ตารางที่ 13 รายการตัวอย่างต้นทุนทางการตลาด

ต้นทุนทางการตลาด	ค่าใช้จ่ายรายเดือน (USD)	ค่าใช้จ่ายรายปี (USD)
ใบปลิว ใบโฆษณาต่าง ๆ	10	120
บิลบอร์ด/ผ้าใบกันน้ำ	100	1,200
โฮสติ้งเว็บไซต์ (Website hosting)	10	120
ยอดรวม	120	1,440

ประการที่สอง ประมาณการรายได้ของคุณ (ดูตารางที่ 14) ประมาณการว่าคุณจะขายได้เท่าไรในหนึ่งวัน ในหนึ่งเดือน หรือหนึ่งปี คุณคาดว่าจะมีลูกค้ากี่ราย? ราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณจะเป็นอย่างไร? คำนวณรายได้ของคุณในแต่ละเดือนโดยใช้สมมติฐาน (ยอดขาย ลูกค้า ราคา ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ) ทำให้การประมาณการของคุณเป็นจริงและทำได้

ตารางที่ 14 ตัวอย่างประมาณการยอดขาย

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Sales Projection														
2															
3	Product/Monthly Sales	Price	M1	M2	M3	M4	M5	M5	M7	M8	M9	M10	M11	M12	TOTAL
4															
5	Product 1	5	125	150	225	250	300	350	400	250	300	350	400	500	3600
6	Quantity		25	30	45	50	60	70	80	50	60	70	80	100	720
7															

ประการที่สาม ประมาณจำนวนเงินที่คุณจะใช้จ่ายในการผลิตหรือการส่งมอบบริการ และคำนวณต้นทุนต่อสินค้า (ดูตารางที่ 15)

ประการที่สี่ ประเมินการค่าใช้จ่ายทั่วไปและการบริหาร เช่น ค่าเช่า ค่าสาธารณูปโภค การประกันภัย และค่าใช้จ่ายทางกฎหมาย (ภาษีและใบอนุญาต) ที่เป็นค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนเกิดขึ้นซ้ำ (ตารางที่ 16)

รายการต้นทุน	รายเดือน (USD)	รายปี (USD)	ประเภทต้นทุน
ค่าเช่า	85	1,020	ต้นทุนเกิดขึ้นซ้ำ
ค่าสาธารณูปโภค	45	540	ต้นทุนเกิดขึ้นซ้ำ
ค่าประกันภัย			ต้นทุนเกิดขึ้นซ้ำ
• ธุรกิจ	20	240	
• สุขภาพ	20	240	
ค่าภาษี	20	240	ต้นทุนเกิดขึ้นซ้ำ
ค่าอินเทอร์เน็ต	30	360	ต้นทุนเกิดขึ้นซ้ำ
ค่าขนส่งหรือขนส่ง	25	300	ตัวแปร
ยอดรวม	255	3,060	

ทรัพยากรบุคคล	จำนวน	เงินเดือน	จำนวน วัน	เดือน ที่ 1	เดือน ที่ 2	เดือน ที่ 3	เดือน ที่ 4	เดือน ที่ 5	เดือน ที่ 2	ค่าใช้จ่าย รายปี (USD)
งานประจำ										
• ผู้จัดการ	1	200	21	200	200	200	200	200	200	2,400
• พนักงานฝ่ายผลิต	1	100	21	100	100	100	100	100	100	1,200
Administration										

ทรัพยากรบุคคล	จำนวน	เงินเดือน	จำนวน วัน	เดือน ที่ 1	เดือน ที่ 2	เดือน ที่ 3	เดือน ที่ 4	เดือน ที่ 5	เดือน ที่ 2	ค่าใช้จ่าย รายปี (USD)
• พนักงานบัญชี	1	50	21	50	50	50	50	50	50	600
• การตลาดและการ ขาย	1	70	21	70	70	70	70	70	70	840
พนักงานพาร์ทไทม์										
• คนงาน (ต่อหน่วย)	1	5	12	50	50	50	50	50	50	600
• ผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์	1	50	21	50	50	50	50	50	50	600
• การบำรุงรักษา (อัตรารายวัน)	1	3	10	30	30	30	30	30	30	360
ผู้เชี่ยวชาญ										
• ทุนความ/นัก บัญชีเมื่อจำเป็น (อัตรารายชั่วโมง)	1	20	½	100	100	100	100	100	100	1,200
ค่าใช้จ่ายทั้งหมด	8			650	650	650	650	650	650	7,800

ประการที่หก ประเมินว่าคุณจะมีค่าใช้จ่ายสำหรับการปรับปรุงใด ๆ ในธุรกิจของคุณ เช่น การซื้ออุปกรณ์ใหม่ การซ่อมแซมและการปรับปรุงใหม่หรือไม่

สุดท้ายให้ตรวจสอบและดูยอดรวมและดูว่าการฉายภาพของคุณเป็นจริงหรือไม่แล้วจึงเสร็จสิ้น

ตารางที่ 18 แสดงให้เห็นถึงการประมาณค่าของนางคุณ (Mrs. Kuhn) ว่าดำเนินการอย่างไร

เริ่มต้น (1 เดือนแรก)	ค่าใช้จ่าย (USD)	รวม
การปรับปรุง	1,000.00	
อุปกรณ์	600.00	
เฟอร์นิเจอร์	500.00	
ใบอนุญาต ใบอนุญาต การลงทะเบียนเข้าระบบธุรกิจ	350.00	
ป้ายร้าน	100.00	
เงินสดเริ่มต้นสำหรับ:		
• การผลิต	800.00	
• การบริหารจัดการ	1,670.00	

เริ่มต้น (1 เดือนแรก)			ค่าใช้จ่าย (USD)		รวม
• การตลาด			250.00		
รวมต้นทุนเริ่มต้นทั้งหมด					5,270
การผลิต	รายเดือน		รายปี		ประเภทรายจ่าย
วัตถุดิบในการผลิต	320		3,840		แปรผัน
กำลังคนที่ใช้ในการผลิต	230		2,760		คงที่
ยอดรวม		550		6,600	
การบริหาร	รายเดือน		รายปี		
บุคลากร	420		5040		
ค่าเช่า	80		960		คงที่
ค่าสาธารณูปโภค	45		540		คงที่
ค่าประกันภัย					
• ธุรกิจ	20		240		คงที่
• สุขภาพ	20		240		คงที่
ภาษี	20		240		คงที่
อินเทอร์เน็ต	30		360		คงที่
ปริมาณสินค้า (supply)	10		120		แปรผัน
ขนส่งหรือขนส่ง	25		300		แปรผัน
ยอดรวม		670		8,040	
การตลาด	รายเดือน		รายปี		
ปริมาณสินค้า (supply)	10		120		แปรผัน
การฝึกอบรมผลิตภัณฑ์	120		1440		คงที่
วิจัยและพัฒนา (6 เดือน)	120		720		แปรผัน
เว็บไซต์ตั้ง	10		120		คงที่
ยอดรวม		250		2,280.00	
ต้นทุนรวมพร้อมต้นทุนเริ่มต้น				22,190.00	
รวมค่าใช้จ่ายสำหรับปีปกติ		1,470		16,920.00	

การระบุต้นทุนต่อรายการในขั้นตอนที่สามมีจุดประสงค์เพื่ออธิบายแนวคิดทางการเงินอื่น ๆ เช่น ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และจุดคุ้มทุน

» ต้นทุนคงที่หมายถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ไม่แตกต่างกันแม้ว่าปริมาณการขายและการผลิตจะเปลี่ยนไป ค่าเช่า ค่าสาธารณูปโภค บริการอินเทอร์เน็ต และการประกันภัยเป็นตัวอย่างของต้นทุนคงที่

» ต้นทุนผันแปร หมายถึง ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับยอดขายและการผลิต ตัวอย่าง ได้แก่ ต้นทุนการผลิต วัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หรือการส่งมอบบริการ

» จุดคุ้มทุน คือ การคำนวณต้นทุนเริ่มต้น ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และราคาขายของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อหาจำนวนหน่วยที่จะขายในแต่ละเดือนให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายรายเดือน

เมื่อคุณเริ่มดำเนินธุรกิจแล้ว คุณสามารถเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่แท้จริงกับแผนทางการเงินเบื้องต้นได้ ค้นหาข้อบกพร่องและดูว่ามีข้อมูลสำคัญที่คุณพลาดไปหรือไม่ คุณอาจพิจารณาตัดค่าใช้จ่ายหากทำได้ต่ำกว่าประมาณการ

นอกเหนือจากแผนทางการเงินแล้ว ในช่วงระยะเวลาหนึ่งหรือช่วงสิ้นปี ผู้ประกอบการต้องจัดทำงบการเงินของธุรกิจ แม้ว่าจะยังไม่บังคับสำหรับธุรกิจที่กำลังจะเริ่มต้นก็ตาม สิ่งสำคัญคือต้องทราบเมื่อเริ่มต้นถึงความสำคัญของการจัดทำงบการเงินรายไตรมาสหรือรายปี ซึ่งจัดทำรายงานเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน งบการเงินเหล่านี้ส่วนใหญ่มาในสาม: งบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสเงินสด

» งบกำไรขาดทุน หมายถึง สรุปรายได้ กำไร และค่าใช้จ่ายของธุรกิจที่จัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปี การคำนวณช่วยให้คุณมีแนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจของคุณ

» งบดุลเป็นการคำนวณและงบแสดงสินทรัพย์ หนี้สิน และทุนของธุรกิจ ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความสมดุลของรายได้และค่าใช้จ่าย ณ จุดใดเวลาหนึ่ง

» งบกระแสเงินสดรายงานเงินสดที่เกิดขึ้นจริงหรือได้รับและใช้ในช่วงเวลาหนึ่ง คุณสามารถจัดทำใบแจ้งยอดเป็นรายเดือน รายไตรมาส หรือรายปี ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ ข้อมูลนี้จะช่วยให้คุณเข้าใจถึงเงินที่เข้าและออกจากธุรกิจ

เมื่อนำมารวมกัน ข้อความเหล่านี้ให้ภาพที่ถูกต้องของมูลค่าปัจจุบันของธุรกิจ บวกกับความสามารถในการชำระค่าใช้จ่ายในวันนี้ และรับผลกำไรในอนาคต ข้อมูลนี้มีความสำคัญมากในการจัดทำแผนธุรกิจในอนาคต ตัวอย่างของแผนทางการเงินแสดงไว้ในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ตัวอย่างแผนทางการเงิน

ข้อกำหนดในการเริ่มต้น	(USD)
ค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้น	2,000.00
เงินมัดจำค่าเช่า	2,000.00
อื่น ๆ	
รวมค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้น	

ข้อกำหนดในการเริ่มต้น	(USD)
สินทรัพย์เริ่มต้น	
เงินสดที่ต้องการ	1,000.00
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	500.00
สินทรัพย์ระยะยาว	15,000.00
สินทรัพย์รวม	16,500.00
ความต้องการทั้งหมด	18,500.00
เงินทุนเริ่มต้น	
ค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นกองทุน	2000.00
เริ่มต้นสินทรัพย์เพื่อระดมทุน	16,500.00
เงินทุนทั้งหมดที่ต้องการ	18,500.00
ทรัพย์สิน	
สินทรัพย์ที่ไม่ใช่เงินสดตั้งแต่เริ่มต้น	16,500.00
ความต้องการเงินสดเริ่มต้นขึ้น	1,000.00
เงินสดเพิ่มขึ้น	0
เงินสดคงเหลือในวันเริ่มต้น	1,000.00
สินทรัพย์รวม	18,500.00
หนี้สินและทุน	
หนี้สิน	
เงินกู้ปัจจุบัน	0
หนี้สินระยะยาว	16,500.00
เจ้าหนี้การค้า (ตัวเงินคงค้าง)	0
หนี้สินหมุนเวียนอื่น (ปลอดดอกเบีย)	0
รวมหนี้สิน	16,500.00
เงินทุน	
แผนการลงทุน	
เจ้าของกิจการ	1,000.00
นักลงทุน	0
ข้อกำหนดการลงทุนเพิ่มเติม	0

ข้อกำหนดในการเริ่มต้น	(USD)
รวมแผนการลงทุน	1000.00
ขาดทุนเมื่อเริ่มต้น (ค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้น)	(2,000.00)
รวมทุน	
รวมทุนและหนี้สิน	18,500.00
เงินทุนทั้งหมด	18,500.00

รัฐบาลส่วนใหญ่ต้องการการรายงานทางการเงินข้างต้นจากเจ้าของธุรกิจ ซึ่งจะถูส่งเมื่อคุณจ่ายภาษี หากคุณสมัครสินเชื่อ นอกเหนือจากงบการเงินที่กล่าวถึง คุณอาจถูกขอให้แสดงงบการเงินส่วนบุคคล หากคุณรับประกันเงินกู้ด้วยตนเอง การทำความเข้าใจข้อกำหนดด้านการเงินและหากเป็นไปได้ ให้เชี่ยวชาญจะช่วยให้คุณดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นยิ่งขึ้น¹⁶

2.8 กำหนดการกิจกรรมเริ่มต้นธุรกิจและกิจกรรมประจำ

แผนธุรกิจที่ดีต้องมีกรอบเวลาสำหรับโครงการหลักและกิจกรรมทางธุรกิจตามปกติ การมีปฏิทินของกิจกรรมเหล่านี้และการประมาณจำนวนชั่วโมงและวันที่กิจกรรมเหล่านี้เสร็จสิ้นจะช่วยพัฒนาการส่งมอบผลงานที่มีประสิทธิภาพ

ICT จะช่วยได้อย่างไร? ดังที่คุณเห็นในการสนทนาก่อนหน้านี้ โปรแกรมสเปรดชีตมีประโยชน์มากในการเตรียมแผนทางการเงินและรายงานทางการเงินของธุรกิจ การใช้สเปรดชีต คุณยังสามารถสร้างกำหนดการและคำนวณจำนวนชั่วโมงและวันที่ต้องใช้ในการทำกิจกรรมการทำงานหรือกลุ่มของกิจกรรมการทำงาน ผู้ประกอบการจำนวนมากมักจะเตรียมข้อความเหล่านี้โดยใช้โปรแกรมสเปรดชีต เช่น GNU Cash ที่สามารถดาวน์โหลดได้ฟรี หรือ QuickBooks ที่สามารถซื้อทางออนไลน์หรือที่ร้านคอมพิวเตอร์ ก่อนซื้อโปรแกรมเหล่านี้ เปรียบเทียบราคาและประโยชน์ของโปรแกรมซอฟต์แวร์กับธุรกิจของคุณ

2.9 Sources of capital

ในการจัดหาเงินทุนเริ่มต้นสำหรับธุรกิจของคุณเพื่อใช้เป็นเงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ คุณจะต้องสร้างรายการแหล่งที่มาที่คุณสามารถแตะได้เมื่อจำเป็น ต่อไปนี้เป็นคำถามที่ควรพิจารณา:

» คุณมีเงินออมที่คุณสามารถใช้ได้หรือไม่?

¹⁶ See <http://www.entrepreneur.com/article/241077>.

» มีสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อนของคุณที่สามารถให้คุณยืมเงินได้หรือไม่? พูดคุยกับสมาชิกในครอบครัวและเพื่อน ๆ เกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการช่วยคุณหาเงินทุนสำหรับธุรกิจของคุณ

» คุณรู้จักโครงการของรัฐบาล สถาบันไมโครไฟแนนซ์ องค์กรพัฒนาเอกชน และโครงการธนาคารที่สามารถให้คุณยืมเงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำหรือไม่?

» มีสถาบันที่ไม่ใช่สถาบันการเงินเช่น angel funders, กลุ่ม self-help, multi-purpose หรือ Lending cooperatives

ICT จะช่วยในการหาข้อมูลสถาบันการเงินและแหล่งเงินทุนได้อย่างไร? คุณสามารถค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับธนาคารและบริษัทสินเชื่ออื่นๆ เช่น สถาบันไมโครไฟแนนซ์ในประเทศของคุณ เว็บไซต์ของพวกเขาสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อกำหนดในการให้กู้ยืม แบบฟอร์มใบสมัคร อัตราดอกเบี้ย ข้อกำหนดและเงื่อนไขและการลงโทษ (หากคุณควรชะลอการจ่ายดอกเบี้ย ปิดบัญชีล่วงหน้า หรือหากคุณไม่สามารถปฏิบัติตามภาระผูกพันของคุณได้)

สถาบันไมโครไฟแนนซ์ (Microfinance) เป็นองค์กรที่ให้บริการทางการเงินแก่ประชากรที่มีรายได้น้อยเกือบทั้งหมดให้เงินกู้แก่สมาชิก และอีกหลายแห่งเสนอการประกัน เงินฝาก และบริการอื่น ๆ สถาบันเหล่านี้อาจเป็นส่วนเสริมของธนาคาร หน่วยงานของรัฐ หรือโครงการที่สร้างขึ้นโดยองค์กรพัฒนาเอกชน สถาบันเหล่านี้หลายแห่งให้การสนับสนุนแก่สตรีในโครงการทำมาหากินและกิจการทางเศรษฐกิจและสังคมที่คล้ายคลึงกัน เช่น กลุ่มช่วยเหลือตนเอง มองหาองค์กรประเภทนี้ในประเทศของคุณที่พร้อมให้การสนับสนุนผู้ประกอบการสตรี

การระดมทุน (crowdfunding) เป็นวิธีการระดมทุนผ่านกลุ่มเพื่อน ครอบครัว ลูกค้า และนักลงทุนรายย่อย เงินทุนไม่ว่าจะรวมกันน้อยแค่ไหนเพื่อสร้างเป็นจำนวนเงินที่จำเป็นสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ บางคนดำเนินการเหมือนการบริจาค บางคนคาดหวัง "รางวัล" บางอย่างเช่นตัวอย่างผลิตภัณฑ์ แต่บางคนคาดหวังว่าจะได้รับเงินคืนหรือคาดว่าจะได้นักลงทุนในธุรกิจของคุณ สิ่งเหล่านี้มักเป็นสื่อกลางผ่านกลุ่มออนไลน์และโซเชียลมีเดีย ทำการค้นหาเว็บเกี่ยวกับ “คราวด์ฟันดิง” เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม

2.10 คาดการณ์ความท้าทาย

หลังจากผ่านการฝึกหัดแล้ว คุณอาจตระหนักดีว่าการก่อตั้งธุรกิจเป็นงานที่ทำหายทีเดียว แต่ก็เหมือนกับงานอื่น ๆ ที่มีความท้าทายอยู่เสมอ ความท้าทายเหล่านี้สามารถเรียกได้ว่าเป็นความเสี่ยงหรือผลที่ไม่คาดคิด

ความเสี่ยงทั่วไปและทางธุรกิจ

ทุกธุรกิจต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่อาจส่งผลให้สูญเสียรายได้และทรัพย์สิน ในธุรกิจ ความเสี่ยงต้องได้รับการจัดการ การจัดการความเสี่ยงถูกกำหนดให้เป็น “วิธีการจัดระเบียบในการระบุและวัดความเสี่ยงและการพัฒนา การจัดการและการเลือกทางเลือกสำหรับการจัดการความเสี่ยงเหล่านี้” นอกจากนี้ “การจัดการความเสี่ยง

ที่เหมาะสมยังหมายถึงการควบคุมเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และเป็นเชิงรุกมากกว่าเชิงรับ การจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมจะไม่เพียงลดโอกาสที่เหตุการณ์จะเกิดขึ้นเท่านั้น แต่ยังช่วยลดขนาดของผลกระทบด้วย

ประเภทความเสี่ยงที่สำคัญในธุรกิจ ได้แก่¹⁷

» ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial risk) เงินที่ลงทุนในธุรกิจอาจสูญหาย หรือผลตอบแทนอาจน้อยกว่าที่คาดไว้หรือน้อยกว่าที่การลงทุนอื่นเสนอให้ ทุกธุรกิจสามารถเผชิญกับความเสี่ยงทางการเงิน การบรรเทาผลกระทบรวมถึงการวางแผนทางการเงินที่ดี การรายงานและการตรวจสอบข้อมูลที่สามารถเตือนล่วงหน้าหรือเตือนคุณจากการตัดสินใจที่ผิดพลาดและความสูญเสียทางการเงินเพิ่มเติม การมีพนักงานทำบัญชีและผู้เชี่ยวชาญด้านการเงิน หากธุรกิจสามารถจ่ายได้ จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจ แอปพลิเคชันโปรแกรม ICT สามารถบันทึกและติดตามเอกสารทางการเงินและการแสดง

» ความเสี่ยงจากสกุลเงิน (Currency exchange risk) หรืออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพราะการลงทุนหรือกระแสการชำระเงินอาจสูญเสียมูลค่าเนื่องจากความผันผวนของค่าเงินหรือการลดค่าเงิน วัตถุดิบหรือสินค้าบางอย่างที่จำเป็นในการผลิตสินค้าขึ้นอยู่กับกรนำเข้า หากเป็นอย่างหลังต้องติดตามค่าแลกเปลี่ยนเงินตราอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลตามเวลาจริงและออนไลน์จากแหล่งอินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือได้สามารถให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและค่าสกุลเงิน

» ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit risk) คุณอาจไม่สามารถชำระดอกเบี้ยและเงินต้นตรงเวลาให้กับบริษัทที่ให้อำนาจหรือผู้ให้กู้เงินสำหรับสินค้าที่ขายด้วยเครดิตหรือเงินที่ยืมมา การไม่สามารถชำระเงินตรงเวลาอาจส่งผลให้บันทึกเสียได้หากคุณต้องการสมัครสินเชื่อหรือเงินกู้ในในอนาคต หากคุณให้สินเชื่อ คุณต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่ไม่ได้รับเงินคืนจากลูกค้าของคุณ การคัดกรองลูกค้าเกี่ยวกับสถานะและสถานะเครดิตเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากการตรวจสอบเครดิตแล้ว การประเมินภูมิหลังยังสามารถทำได้โดยใช้ข้อมูลจากแหล่งอินเทอร์เน็ต

» ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย Security risk – คุณสามารถเผชิญกับภัยคุกคามจากการฉ้อโกง การโจรกรรม การลักขโมย หรือการนำเงินทุน สินค้า หรือทรัพย์สินทางธุรกิจอื่น ๆ ไปใช้ในทางที่ผิด คุณสามารถประเมินและระบุความเสี่ยงด้านความปลอดภัยภายในสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของคุณได้ การอัปเดตข่าวสารทางธุรกิจและแนวโน้มสามารถได้รับการสนับสนุนโดยข้อมูลที่ดึงมาจากแหล่งอินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือได้และมีชื่อเสียง

» ความเสี่ยงด้านทรัพย์สิน (Property risk) ทรัพย์สินหรือทรัพย์สินทางธุรกิจของคุณอาจถูกทำลายด้วยอัคคีภัย น้ำท่วม แผ่นดินไหว พายุ สงคราม การก่อการร้าย หรือสาเหตุที่คล้ายกัน การลงทุนในบริษัทประกันภัยที่

¹⁷ Tom Gorman, “Finance 101: Understanding Risk Management”, Idiot’s Guides, undated. Available from <http://www.idiotsguides.com/business-and-law/general-business/finance-101-understanding-risk-management/>.

ครอบคลุม “การกระทำของธรรมชาติ” อาจเป็นหนึ่งในมาตรการบรรเทาความเสี่ยงประเภทนี้ บริษัทประกันภัยที่มีชื่อเสียงหลายแห่งมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของบริษัท

» ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ (Regulatory risk) คุณต้องสามารถระบุและปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านกฎระเบียบทั้งหมดสำหรับประเภทธุรกิจที่คุณตัดสินใจลงทุนและดำเนินการ เว็บไซต์ของรัฐบาลให้ข้อมูลประเภทนี้ตรวจสอบให้แน่ใจว่าคุณได้อ่านข้อกำหนดเหล่านี้ทั้งหมดที่อธิบายไว้บนเว็บไซต์เพื่อที่คุณจะไม่ถูกลงโทษสำหรับการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือข้อบังคับ

» ความเสี่ยงทางกฎหมาย (Legal risk) ทั้งลูกค้า ซัพพลายเออร์ พนักงาน คู่แข่ง นักลงทุน หรือฝ่ายอื่นๆ สามารถฟ้องร้องได้ หรือคุณ คู่ค้า หรือลูกค้าของคุณอาจทำผิดกฎหมาย ข้อตกลงที่ไม่เป็นทางการกับอีกฝ่ายหนึ่ง เช่น ซัพพลายเออร์หรือลูกค้าเมื่อไม่ชัดเจนและ/หรือไม่ได้เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรอาจเป็นสาเหตุของความเข้าใจผิด การทำสัญญากับคู่ค้าและซัพพลายเออร์มีความสำคัญ ธุรกิจจะต้องสามารถจ่ายความยุติธรรมที่สนับสนุนผลประโยชน์สูงสุดของคุณ

» ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology risk) เพราะเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วถือเป็นความเสี่ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจที่ต้องพึ่งพาไอซีที การอัปเดตระบบและ อุปกรณ์ต้องถูกกำหนดให้อยู่ในหลักสูตรต่อไปในธุรกิจ อีกสถานการณ์หนึ่งที่น่ากังวลให้เกิดความเสี่ยงได้ก็คือเมื่อระบบ ICT ของธุรกิจถูกบุกรุกหรือนำไปใช้ในทางที่ผิดอันเนื่องมาจากเจตนาร้ายของคู่แข่ง ลูกค้า หรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ต สิ่งสำคัญคือต้องระวังการทุจริตของ ICT ประเภทเหล่านี้ และให้แน่ใจว่าคุณปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติที่ดีในการรักษาความปลอดภัยอินเทอร์เน็ต (เช่น ไม่เปิดเผยข้อมูลและรหัสผ่านที่สำคัญ และเปลี่ยนรหัสผ่านของคุณเป็นประจำ)

» ความเสี่ยงของประเทศ (หรือทางการเมือง) (Country (or political) risk) รัฐบาลต่างประเทศอาจเหมาะสมหรือให้สัญญาของธุรกิจหรือทรัพย์สิน หรือสร้างความสูญเสีย นโยบายที่กำหนดโดยประเทศอื่น ๆ อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในประเทศของคุณ (ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ) การติดตามข่าวสารทางการเมืองอยู่เสมอเป็นวิธีหนึ่งในการป้องกันความเสี่ยงประเภทนี้

» ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง (Reputational risk) ที่อาจเกิดจากการกระทำของพนักงาน ตัวแทนธุรกิจ หรือโฆษกอาจเป็นอันตรายต่อแบรนด์หรือชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งอาจรวมถึงความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับธุรกิจของคุณด้วย การมีความสัมพันธ์ที่ดีและติดตามการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับธุรกิจของคุณสามารถช่วยเตรียมมาตรการบรรเทาปัญหาที่อาจต้องใช้ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดีหรือคำพูดที่มาจากบุคคลที่น่าเชื่อถือ

การกำหนดความเสี่ยงเฉพาะที่ธุรกิจของคุณอาจเผชิญ และการประมาณขนาดและความถี่ของความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจะช่วยระบุแผนการบรรเทาผลกระทบเพื่อลดผลกระทบของความเสี่ยงหรือลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้น

ผลกระทบที่ไม่คาดคิดในธุรกิจ

ธุรกิจสร้างผลลัพธ์ที่ตั้งใจไว้เพื่อผลกำไร อย่างไรก็ตาม บางครั้งอาจเกิดผลที่คาดไม่ถึงได้หากธุรกิจไม่ได้รับการวิจัยหรือวางแผนอย่างดี

ในสังคมศาสตร์ ผลลัพธ์ที่ไม่คาดคิด บางครั้งเรียกว่าผลที่ไม่คาดคิดหรือผลที่คาดไม่ถึง เป็นผลลัพธ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าและตั้งใจไว้โดยการกระทำที่มีจุดประสงค์ คำนี้เป็นที่นิยมในศตวรรษที่ 20 โดย Robert K. Merton นักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน American sociologist, Robert K. Merton.¹⁸

ผลกระทบที่ไม่คาดคิดในธุรกิจ หรือผลกระทบที่ไม่ได้ตั้งใจสามารถแบ่งออกเป็นสามประเภท:

» ผลประโยชน์ที่ไม่คาดคิด (Unexpected benefit) เป็นผลประโยชน์เชิงบวกที่คาดไม่ถึง (เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการทำงานอื่น ๆ ที่ไม่ได้ตั้งใจ) เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามที่พบว่ามีคุณค่าทางยารักษาโรค

» การจ่ายย้อนหลังที่ไม่คาดคิด (Unexpected drawback) ความเสียหายเชิงลบที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นนอกเหนือจากผลที่ต้องการ ตัวอย่างเช่น ธุรกิจบริการน้ำจัดทำแผนงานที่ผู้คนสามารถใช้ น้ำเพื่อการเกษตรได้อย่างไรก็ตาม น้ำที่ใช้แล้วได้เพิ่มโรคที่เกิดจากน้ำซึ่งส่งผลเสียต่อสุขภาพ

» ผลลัพธ์ที่ตรงข้ามกับความคาดหวัง (Perverse result) เป็นผลกระทบในทางที่ผิดตรงกันข้ามกับสิ่งที่ตั้งใจไว้เดิม (เมื่อวิธีแก้ปัญหาที่ตั้งใจไว้ทำให้ปัญหาแย่ลง) นี่บางครั้งเรียกว่า “ย้อนกลับ” ตัวอย่างเช่น ต้นมะพร้าวพันธุ์ใหม่มีจุดประสงค์เพื่อใช้ในโปรแกรมการดำรงชีวิตที่เพิ่มขึ้น แนะนำผู้ประกอบการเกษตรกรเพื่อเพิ่มผลผลิตและผลผลิตมะพร้าว อย่างไรก็ตาม พันธุ์ไม้ใหม่ดึงดูดแมลงศัตรูพืชที่ส่งผลกระทบและฆ่าต้นมะพร้าวที่แข็งแรงของเกษตรกร

การป้องกัน “ผลกระทบที่ไม่ได้ตั้งใจ” เชิงลบนั้นต้องการข้อมูลเพิ่มเติมและการศึกษาเกี่ยวกับโครงการธุรกิจ ลองนึกถึงตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับความเสี่ยงและการระบุผลที่ตามมาโดยไม่ได้ตั้งใจในสภาพแวดล้อมในพื้นที่ของคุณ การรับข้อมูลจากเว็บและสำนักข่าวอาจเป็นแหล่งที่ดีของความเสี่ยงและผลที่ตามมาทางธุรกิจเหล่านี้

ธุรกิจของนางคุณ (Mrs. Kuhn) มีผลกระทบต่อสุขภาพและสวัสดิภาพของลูกค้า แม้ว่าเธอถูกต้องที่จะตรวจสอบให้แน่ใจว่าอุปกรณ์ที่เธอใช้นั้นถูกสุขอนามัย เธอก็ต้องตระหนักด้วยว่าผลิตภัณฑ์ที่เธอใช้สำหรับร้านเสริมสวยนั้นไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้าของเธอ เธอต้องอ่านอย่างละเอียดหากผลิตภัณฑ์เสริมความงามของเธอมีอาการแพ้ทั่วไปที่ผิวหนัง และเธอต้องรู้วิธีการปฐมพยาบาลหากลูกค้าแสดงอาการแพ้หรือหากผลิตภัณฑ์เหล่านี้ถูกกลืนเข้าไปโดยบังเอิญโดยเด็ก

¹⁸ Michael T. Kaufman, “Robert K. Merton, Versatile Sociologist and Father of the Focus Group, Dies at 92”, The New York Times, 24 February 2003. Available from <http://www.nytimes.com/2003/02/24/nyregion/robert-k-merton-versatile-sociologist-and-father-of-the-focus-group-dies-at-92.html>.

คุณในฐานะผู้ประกอบการต้องมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของคุณไม่มีผลเสียต่อสุขภาพของผู้คนและสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ต้องได้รับการวิจัยและทดสอบก่อนนำออกสู่ตลาด การใช้ไอซีทีในการวิจัยสามารถอำนวยความสะดวกในการส่งมอบผลลัพธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

III. การเขียนแผนธุรกิจของคุณ

ผลการเรียนรู้

เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดทางธุรกิจ และนำไปใช้ในการเขียนแผนธุรกิจได้

แม้ว่าแผนธุรกิจจะแตกต่างกันไปตามความยาวและขอบเขต แต่แผนธุรกิจที่ประสบความสำเร็จทั้งหมดมีองค์ประกอบทั่วไป แผนควรคำนึงถึงธุรกิจเฉพาะของคุณและสภาพแวดล้อม ส่วนสำคัญเบื้องต้นที่คุณต้องมีในแผนธุรกิจของคุณดังต่อไปนี้:

1. บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) ให้ภาพรวมของประเด็นสำคัญที่มีอยู่ในแผนธุรกิจของคุณ และบางครั้งก็ถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด

2. กลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business Strategy) ให้วัตถุประสงค์และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ เป้าหมายระยะสั้น (1 ปี) และระยะยาว (3-5 ปี) ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่จะนำเสนอ ความได้เปรียบในการแข่งขันของคุณ แผนการตลาด โฆษณา และเหตุการณ์สำคัญ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับการจดทะเบียนธุรกิจ ชื่อธุรกิจ ที่อยู่ และข้อมูลติดต่อ

3. กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) รวมถึงกิจกรรมที่จะส่งเสริมผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณ – ครอบคลุม 5P ของส่วนประสมทางการตลาด:

- » สินค้า – ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายได้อย่างไร?
- » ราคา – คุณจะเรียกเก็บเงินสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณเป็นจำนวนเท่าใด และเพราะเหตุใด
- » สถานที่หรือช่องทางจำหน่าย – คุณจะนำผลิตภัณฑ์ของคุณไปให้ลูกค้าของคุณได้อย่างไร?
- » การส่งเสริมการขายหรือโปรโมชั่น – คุณจะเชื่อมต่อกับตลาดเป้าหมายของคุณอย่างไร และคุณจะใช้จ่ายเพื่อการตลาดและการขายเท่าไร?
- » โปรไฟล์ของลูกค้าที่มีคุณค่าหรือลูกค้าในอุดมคติของคุณ - รวมถึงอายุ ที่ตั้ง และระดับรายได้ ให้การวิจัยตลาดที่มั่นคงและข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้

4. แผนปฏิบัติการ (Operation Plan) มีรายละเอียดในการดำเนินงานของธุรกิจในช่วงสามถึงห้าปี รวมคำอธิบายทั่วไปของการดำเนินธุรกิจในแต่ละวันเช่น ชั่วโมงการทำงาน ฤดูกาลของธุรกิจ ซัพพลายเออร์และข้อกำหนดด้านสินเชื่อ ข้อกำหนดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบข้อมูลการจัดการ และข้อกำหนดด้าน ICT

5. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม (SWOT) – รายงานผลการวิเคราะห์ SWOT ที่ดำเนินการเพื่อตัดสินใจอย่างถูกต้องและวางแผนในอนาคต

6. แผนทรัพยากรบุคคล (Human Resources Plan) แสดงให้เห็นถึงการวางแผนจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างไร รวมแผนผังองค์กรโดยย่อของธุรกิจที่แสดงว่าใครทำอะไรโดยมีคำอธิบายสั้นๆ เกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่

7. การคาดการณ์ทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ (Financial Forecasts and Other Information) เป็นการประมาณการทางการเงินสำหรับธุรกิจของคุณในปีแรก และสำหรับ 3 ถึง 5 ปีของธุรกิจ ควรรวมถึงกระแสเงินสด การพยากรณ์กำไรขาดทุน และการคาดการณ์ยอดขาย

กรณีศึกษา บทสัมภาษณ์คุณหญิงเจ้าของกระเป๋าหนังแท้ของไทย “รูชิตต้า” Ruchitta Band

คุณหญิง เจ้าของแบรนด์กระเป๋าไทย Ruchitta (รู-ชิต-ต้า) เป็นกระเป๋าหนังแท้แบรนด์ไทยที่มีคุณภาพและดีไซน์ระดับสากล ปีนี้ (2021) ก้าวเข้าสู่ปีที่ 9 ของแบรนด์ จุดเริ่มต้นการทำแบรนด์ Ruchitta ตั้งแต่ปี 2012 หน้านั้นคุณหญิงเคยเป็นแอร์โฮสเตสมาก่อน สายการบิน Eva เป็นสายการบินแห่งชาติได้หวั่น ในตอนที่คุณหญิงเป็นแอร์ ชอบเดินทาง ชอบท่องเที่ยว แต่จุดที่ทำให้อยากมาทำกระเป๋า คือคุณหญิงเป็นคนที่ชอบกระเป๋า และมีความรู้สึกกว่าตอนที่เราเป็นแอร์ “เรามีอาชีพเสริมโดยการหิ้วกระเป๋าแบรนด์เนมมาขายในประเทศไทย มาขายที่ร้านต่าง ๆ “บางครั้งมีเพื่อนสนิทหรือคนใกล้ตัวฝากซื้อกระเป๋า คุณหญิงจึงมองว่า “ทำไมกระเป๋าแบรนด์เนมมันราคาแพงขนาดนี้ ถ้าย้อนไปตอนนั้นราคาสมมุติหลุยส์ ราคา 3-4 หมื่น ความคิดนี้จึงกลายเป็นจุดเริ่มต้นที่คุณหญิงรู้สึก “ถ้าเกิดรู้สึกจะทำกระเป๋าหนังแท้ คุณภาพ ดีไซน์สวย ในราคาจับต้องได้มันก็น่าจะเป็นโอกาสที่เราจะสามารถขายกระเป๋าให้กับผู้หญิงไทยได้ใช้” เลยเป็นจุดเริ่มต้นตอนนั้น หลังจากหมดสัญญาในการเป็นแอร์โฮสเตส และก็ออกมาเริ่มต้นทำธุรกิจนี้



สมัยก่อนการขายของออนไลน์เรียกว่าใหม่มาก เรียกว่าถ้อยยังไม่ค่อยมีใครรู้จัก แต่คุณหญิงรู้สึกว่ามันเป็นจังหวะที่โชคดีด้วย ที่มีโอกาสได้เดินทางไปต่างประเทศบ่อย จนช่วงหนึ่งเคยไปหาพี่สาวที่นิวยอร์กและพี่สาวเขาสั่งของออนไลน์ ings ว่า “ว่าสั่งของออนไลน์ได้ยังไง ในเมื่อคุณไม่เคยเห็นสินค้า” แต่ว่าพี่สาวเขาบอกว่า “นี่ไง เข้าไปเลยของเว็บไซต์ สามารถกดสั่งของออนไลน์ได้ ก็เลยทำให้เรารู้สึกว่าตอนนั้นคือประเทศไทยเรานั้นก็เริ่มมีแล้ว

คุณหญิงรู้แล้วว่าเราเริ่มจากความชอบกระเป๋า และมีความตั้งใจว่า คุณหญิงเป็นคนชอบวาดรูป ชอบออกแบบ จึงเริ่มหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต เริ่มหาข้อมูลว่าช่างฝีมือสามารถหาได้จากไหน โรงงานที่ผลิตกระเป๋า ศึกษาข้อมูลทุกอย่างจากทางอินเทอร์เน็ต และได้นำความชอบมาเป็นแรงผลักดันในการสร้างธุรกิจกระเป๋าแบรนด์ Ruchitta ขึ้นมาจนถึงปัจจุบันนี้

IV. สรุป

1. ผู้หญิงมีส่วนร่วมในองค์กรด้วยเหตุผลหลายประการ ความเป็นอิสระทางเศรษฐกิจเป็นเหตุผลหนึ่ง พวกเขามีแรงจูงใจที่จะควบคุมรายได้และเวลาของพวกเขา และพวกเขาต้องการพัฒนาตนเองต่อไป มีความมั่นใจในตนเองและเต็มเต็มมากขึ้น
2. อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมในธุรกิจทำให้ผู้หญิงต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ท้าทายมากขึ้น เนื่องจากพวกเธอมักถูกคาดหวังให้ทำหน้าที่หลายอย่างในชีวิตครอบครัว การบรรลุความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเป็นหนึ่งในเป้าหมายและความท้าทายสูงสุดของเธอ ผู้หญิงจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อทำงานร่วมกับผู้อื่น การสนับสนุนจากครอบครัวและเพื่อนฝูง กลุ่มช่วยเหลือตนเอง และเครือข่ายสังคมสามารถเพิ่มกลไกการสนับสนุนของเธอได้
3. ICT เช่น โปรแกรมสเปรดชีต โปรแกรมประมวลผลคำ เครื่องมือค้นหาออนไลน์ โซเชียลมีเดีย และแอปพลิเคชันมือถือเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการวางแผนธุรกิจ รวมถึงการดำเนินการวิจัยตลาด การวางแผนทางการเงิน และการเชื่อมต่อกับซัพพลายเออร์และลูกค้าที่มีศักยภาพ
4. ผู้ประกอบการผู้หญิงต้องมีแผนธุรกิจที่ดีเพื่อที่จะรู้ว่าพวกเขากำลังทำอะไร เรียนรู้เกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจภายนอก และระบุทิศทางและโอกาสทางธุรกิจของตน
5. ผู้ประกอบการผู้หญิงต้องสามารถลงรายการ กลั่นกรอง และเลือกแนวคิดทางธุรกิจของตนได้ พวกเขาต้องมีความฝัน วิสัยทัศน์ และเป้าหมาย จากนั้นพวกเขาจะต้องทำความรู้จักกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สถานการณ์ตลาด ลูกค้าและคู่แข่ง เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการทางธุรกิจที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่จะบรรลุเป้าหมายและวิสัยทัศน์
6. นอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ การระบุทรัพยากรทางธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐาน อุปกรณ์ ความต้องการทรัพยากรมนุษย์ เวลาและตารางเวลา ช่วยให้ผู้ประกอบการสตรีสามารถวางแผนและพัฒนากลไกทางการเงินที่รวมถึงแหล่งที่มาของเงินทุน และวิธีการบันทึกและ ติดตามการเงิน
7. คาดการณ์ความท้าทาย (และความล้มเหลวในบางครั้ง) ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงทางธุรกิจประเภทต่างๆ และผลที่ตามมาทางธุรกิจที่ไม่คาดคิด เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการสตรีและช่วยให้พวกเขาวางแผนสำหรับการดำเนินการบรรเทาผลกระทบเพื่อรับมือกับความเสี่ยงและผลที่ตามมา
8. ความท้าทายและความล้มเหลวเป็นบทเรียนที่สามารถนำความรู้และข้อมูลเชิงลึกมาพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้นได้
9. ผู้ประกอบการผู้หญิงต้องมีข้อมูลที่ดีในการตัดสินใจที่ดีในธุรกิจและในชีวิต ICT เมื่อใช้ได้ดีสามารถให้ข้อมูลทันเวลาที่สามารถช่วยสร้างธุรกิจได้

ภาคผนวก (ANNEXES)

ภาคผนวก 1: กรณีศึกษาเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

กรณีศึกษาที่ 1: ธุรกิจของนางคุณ (Mrs. Kuhn)

นางคุณ (Mrs. Kuhn) ต้องการตั้งธุรกิจของตัวเอง เธอรู้วิธีตัดผมและจัดแต่งทรงผม ซึ่งเธอเรียนรู้และชอบทำในโรงเรียนมัธยมปลาย เธอยังมีความรู้เกี่ยวกับผมที่กำลังจะตายและการรักษาผมเสียเพราะเธอทำสิ่งนี้เพื่อเพื่อนๆ และญาติๆ โดยเฉพาะแม่ยายและพี่สะใภ้ ครอบครัวของเธอสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้เพราะสามีของเธอต้องการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงาน เธอค่อนข้างคุ้นเคยกับเว็บไซต์ออนไลน์เพราะน้องสาวของเธอซื้อสินค้าบางอย่าง เช่น เสื้อผ้าและกระเป๋าผ่านเว็บไซต์ซื้อและขาย

ลูกสองคนของเธอ (เด็กหญิงอายุ 12 และเด็กชายอายุ 7) เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และรายได้ของสามีของเธอในฐานะพนักงานขายผลผลิตทางการเกษตรไม่เพียงพอต่อความต้องการของครอบครัวที่กำลังเติบโตอีกต่อไป เธอใฝ่ฝันที่จะส่งลูกๆ ไปเรียนที่วิทยาลัยและในโรงเรียนดีๆ ในเมืองเพื่อให้พวกเขากลายเป็นมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จ เธอยังต้องการที่จะรู้สึกภาคภูมิใจในตัวเองที่เธอสามารถบรรลุสิ่งอื่นนอกเหนือจากการเป็นแม่บ้าน เธอถึงวิทยาลัยแล้ว แต่ไม่สามารถสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาได้ เพื่อเพิ่มรายได้ของครอบครัวที่เธอต้องการประกอบธุรกิจ และในที่สุดก็ประสบความสำเร็จในสิ่งที่เธอจะไล่ตาม

ครอบครัวของเธออาศัยอยู่ในชุมชน (เทศบาล 10 หมู่บ้าน) ครึ่งเมืองครึ่งและครึ่งเกษตรกรรม ที่มีแปลงเกษตรสำหรับทำนาและไม้ผล

จากการค้นหาข้อมูลจากออนไลน์ เธอพบสิ่งต่อไปนี้เกี่ยวกับชุมชนของเธอ:

- มีโรงงานรีไซเคิลเหล็กโลหะ 6 แห่ง โรงงานก๊าซอุตสาหกรรม 1 แห่ง ธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา 1 แห่ง ฟาร์มสัตว์ปีก 3 แห่ง และปั๊มน้ำมัน มีโรงเรียนของรัฐตั้งแต่ระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาทุกหมู่บ้าน โรงเรียนเอกชน 2 แห่ง ใกล้ถนนสายหลักเข้าเมือง ศูนย์สุขภาพ 5 แห่ง ตลาดเล็ก ๆ ที่คนพลุกพล่านในช่วงสุดสัปดาห์ สถานที่สักการะ ธนาคารของรัฐ สถานีตำรวจ และศาลว่าการ มีร้านสะดวกซื้อมากมาย แหล่งน้ำ 1 แห่ง ร้านเสริมสวย 3 แห่ง ใกล้ถนนใหญ่เข้าเมือง โรงสีข้าว 1 แห่ง และร้านอาหาร

- ชุมชนของเธอสามารถเข้าถึงได้ผ่านทางหลวงสายหลัก 2 สายที่มุ่งสู่: เมือง (15 กิโลเมตร) เมืองหลวง (50 กิโลเมตร) สนามบินภายในประเทศ (25 กิโลเมตร) และสนามบินนานาชาติ (65 กิโลเมตร) ถนนเชื่อมต่อหลักสองสายเข้าถึงถนนสายหลักทั้งหมดของหมู่บ้าน ถนนทุกสายเป็นถนนลาดยาง รถโดยสารและรถโดยสารขนาดเล็กวิ่งผ่านทางหลวงสายหลัก มีรถยนต์โดยสารขนาดเล็กหลายคันที่ขับโดยรถจักรยานยนต์ให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปตลอดวันทั้งคืน

- ชุมชนของเธอมีประชากรประมาณ 50,000 คน โดยครึ่งหนึ่งเป็นผู้หญิงและครึ่งหนึ่งเป็นผู้ชาย เด็กและเยาวชนมีสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่งของประชากร (46 เปอร์เซ็นต์) ประชากรของคนหนุ่มสาวอายุ 20 ถึง 29 ปีคือ

8,500 (17 เปอร์เซ็นต์) ผู้ใหญ่อายุ 30 ถึง 39 ปีคือ 6,500 (13 เปอร์เซ็นต์) และอายุ 40 ปีขึ้นไป 12,000 (24 เปอร์เซ็นต์)

- ชุมชนค่อนข้างยากจน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อปีประมาณ 3,000 ถึง 5,000 เหรียญสหรัฐต่อครัวเรือน รัฐบาลท้องถิ่นอ้างว่าสถานที่ที่มีช่างฝีมือจำนวนมาก ส่วนใหญ่ในกลุ่มวัยทำงานเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยมีเพียงไม่กี่คน (ร้อยละ 20) ที่บรรลุและสำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษา (วิทยาลัย)
- จากการสังเกต เธอสามารถระบุได้ว่าจุดนัดพบของผู้หญิงและผู้ชายส่วนใหญ่อยู่ที่ตลาด สถานที่สักการะโรงเรียน และห้องโถงของชุมชนชุมชนอยู่ใกล้แม่น้ำที่เพิ่มขึ้นในช่วงน้ำขึ้นและสามารถนำท่วมเทศบาลได้ในบางช่วงเวลาของปีเนื่องจากฝนตกหนัก

กรณีศึกษาที่ 2: ธุรกิจขายต่อของนางเบรนดา (Mrs. Brenda) และการตลาดโซเชียลมีเดียของเธอ

นางเบรนดา (Mrs. Brenda) เคยเป็นพนักงานขายในห้างสรรพสินค้าในมหานคร ปีที่แล้ว เธอแต่งงานและอยู่บ้านในขณะที่สามีของเธอทำงานในสำนักงาน นางเบรนดา (Mrs. Brenda) ไม่พอใจในวิถีชีวิตที่เป็นอยู่ เธอต้องการที่จะสร้างประโยชน์ที่มากขึ้น ต้องการมีธุรกิจของตัวเองและมีเงินเป็นของตัวเอง จากประสบการณ์ในฐานะพนักงานขาย เธอตระหนักว่าเธอมีความสนใจในแฟชั่นและเสื้อผ้าของผู้หญิง อย่างไรก็ตาม การตั้งครุฑของเธอทำให้เธอนึกถึงการทำธุรกิจบ้านที่เหมาะสมกับสภาพของเธอในขณะนั้น

นางเบรนดา (Mrs. Brenda) ใช้เงินออมเพียงเล็กน้อยและยืมเงินจากพี่สาวเพื่อซื้อแล็ปท็อป สมาร์ทโฟน และการเชื่อมต่อ Wi-Fi ราคาถูก หลังจากทำงานบ้านแล้ว เธอใช้เวลาค้นหาและอ่านบทความเกี่ยวกับเทรนด์แฟชั่น เธอตรวจสอบเว็บไซต์ซื้อและขาย (eBay และเว็บไซต์ขายในท้องถิ่น) ในที่สุดเธอก็ตัดสินใจก่อตั้งธุรกิจเพื่อซื้อและขายเครื่องแต่งกายสตรีทางออนไลน์

นางเบรนดา (Mrs. Brenda) ประสานกับผู้ค้าส่งเสื้อผ้าในท้องถิ่นและเจรจาคำสั่งฝากขาย เธอทดลองโดยโพสต์ภาพถ่ายชุดสตรีทันสมัยบน Facebook พี่สาวของเธอช่วยเธอจัดหาสินค้าจากตลาดค้าส่ง ญาติ เพื่อน และคนรู้จักของเธอหลายคนชอบสิ่งที่เบรนดาโพสต์และสั่งเครื่องแต่งกายจากเธอ ในที่สุดเธอก็สร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์และขยายเครือข่ายลูกค้าผ่านเว็บไซต์ขายอื่นๆ

ไม่นานหลังจากนั้น นางเบรนดา (Mrs. Brenda) ตัดสินใจขยายธุรกิจไปยังอุปกรณ์เครื่องนอนในบ้าน ซึ่งรวมถึงปลอกหมอน ผ้าปูที่นอน ผ้าเช็ดตัว ผ้าผืนหน้าต่าง และผ้าเช็ดในครัว เบรนดาประหลาดใจในช่วงสองปีที่ได้รับมากกว่าเงินเดือนที่เธอเคยได้รับตอนที่เธอเป็นพนักงานขาย ผลกำไรที่เธอได้รับจากธุรกิจช่วยให้เธอและสามีจ่ายค่าบ้านและค่ารักษาพยาบาลหลังคลอดบุตร แต่นางเบรนดา (Mrs. Brenda) ไม่มีระบบบัญชี ดังนั้นเธอจึงไม่สามารถอ้างสิทธิ์ในผลกำไรที่ได้รับอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ เธอไม่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจและไม่ได้ชำระภาษีที่ได้รับจากรายได้ธุรกิจของเธอ

ภาคผนวกที่ 2: คู่มือของผู้ให้การอบรม (Facilitators' Guide)

A. วัตถุประสงค์ของโมดูล

คือการแนะนำผู้ประกอบการผู้หญิงให้มีการพัฒนาศักยภาพในการวางแผนธุรกิจและวิธีการที่ ICT สามารถช่วยในกระบวนการนี้ นำเสนอแนวคิดทางธุรกิจขั้นพื้นฐาน เครื่องมือวิเคราะห์ และการประยุกต์ใช้ ICT ขั้นพื้นฐานในการวางแผนธุรกิจ ในการพิจารณาความต้องการและความชอบของผู้ประกอบการสตรี โมดูลนี้ให้ตัวอย่างกรณีศึกษาและกิจกรรมที่แนะนำสำหรับผู้หญิงในการเริ่มใช้เครื่องมือ ICT และเครื่องมือที่ไม่ใช่ ICT กับธุรกิจของตน วัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่สำคัญของโมดูลคือ:

O1 – เพื่อนำเสนอแนวคิดการวางแผนธุรกิจและเครื่องมือวิเคราะห์ในการจัดเตรียมความพยายามทางธุรกิจ

O2 – เพื่อแนะนำการใช้งานโปรแกรม ICT เฉพาะสำหรับการวางแผนธุรกิจ

B. ผลที่ได้จากการเรียนหรือการอบรม (Outcomes)

เมื่อเรียนเสร็จสิ้นโมดูลนี้ ผู้เรียนจะสามารถ:

L1 – เข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างการเสริมอำนาจของผู้หญิงและการเป็นผู้ประกอบการ และการใช้ ICT ในการวางแผนธุรกิจของผู้หญิง

L2 – ชื่นชมขั้นตอนของธุรกิจ ความท้าทายของผู้หญิงในธุรกิจ ความสำคัญของการวางแผนและการใช้ ICT ในการวางแผน

L3 – ระบุและวิเคราะห์แนวคิดทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับจุดแข็งและจุดอ่อนของผู้ประกอบการ และที่เกี่ยวข้องกับโอกาสและข้อจำกัดในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ รวมถึงการใช้ ICT

L4 – ตระหนักถึงความสำคัญของการทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ระบุลูกค้าและคู่แข่งในตลาดธุรกิจ และทำความเข้าใจว่า ICT จะมีประโยชน์ในกระบวนการระบุตัวตนได้อย่างไร

L5 – เข้าใจการสร้างมูลค่าทางธุรกิจและการใช้ ICT ในกระบวนการทางธุรกิจ

L6 – เข้าใจถึงความสำคัญของเป้าหมายทางธุรกิจและการกำหนดทิศทางทางธุรกิจ

L7 – ระบุและวิเคราะห์ความต้องการทรัพยากรของธุรกิจ และทำความเข้าใจว่า ICT สามารถช่วยในการระบุข้อกำหนดทางธุรกิจได้อย่างไร

L8 – เห็นคุณค่าของการเตรียมแผนการเงินธุรกิจและทำความเข้าใจว่า ICT สามารถช่วยในการเตรียมการได้อย่างไร

L9 – ตระหนักถึงความเสี่ยงทางธุรกิจประเภทต่างๆ และผลที่ตามมาของกระบวนการทางธุรกิจและการสร้างผลิตภัณฑ์โดยไม่ได้ตั้งใจ

L10 – ทำความเข้าใจว่าแนวคิดทางธุรกิจถูกนำมาใช้ในการเขียนแผนธุรกิจอย่างไร

C. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการออกแบบการเรียนรู้หรือการอบรม

สำหรับผู้กำหนดนโยบาย การนำเสนอสามารถดำเนินการได้ประมาณ 30 นาทีถึงหนึ่งชั่วโมง

แนวทางสำหรับผู้ให้การฝึกอบรม (the training of facilitators)

หากเป็นการฝึกอบรม คือการจัดฝึกอบรมหลักสูตรผู้ฝึกอบรม ระยะเวลาของการฝึกอบรมจะแตกต่างกันไปตามภูมิหลังของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม เช่นหากเป็นกลุ่มผู้ที่คุ้นเคยกับการใช้คอมพิวเตอร์หรือแอปพลิเคชันของโทรศัพท์มือถือก็จะทำให้สามารถสำรวจเนื้อหาและแบบฝึกหัดได้ง่ายขึ้น สำหรับผู้ที่มีความรู้ด้าน ICT ที่จำกัดหรือไม่มีเลย อาจจะต้องเรียนหลักสูตรฝึกอบรมความรู้ด้าน ICT ก่อน โปรแกรมการฝึกอบรม WIFI นี้ สามารถปรับและออกแบบได้กับทุกกลุ่ม โดยเริ่มตั้งแต่กลุ่มที่มีความรู้หรือทักษะ ICT ที่จำกัดหรือไม่มีเลย กับกลุ่มผู้ที่มีความรู้ด้าน ICT บ้างแล้ว กลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์ทางธุรกิจในการขายผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการทั้งในภาคที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งนี้ระยะเวลาของการฝึกอบรมอาจใช้เวลา 1 ถึง 2 วันหรือ 8 ถึง 16 ชั่วโมง

แนวทางสำหรับการอบรมผู้ประกอบการผู้หญิง (For women entrepreneurs)

หากวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมคือเพื่อฝึกอบรมผู้ประกอบการผู้หญิง ระยะเวลาของการฝึกอบรมจะแตกต่างกันไปตามภูมิหลังของผู้ประกอบการผู้หญิงกลุ่มนั้น ๆ ขอแนะนำว่า สำหรับกลุ่มที่มีความรู้ด้าน ICT อย่างจำกัดหรือไม่มีเลย ขอให้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรด้าน ICT พื้นฐานก่อนเข้าโปรแกรม WIFI นี้ ระยะเวลาของการฝึกอบรมอาจใช้เวลา 8 ชั่วโมงโดยแบ่งเป็นครั้งละ 2 ชั่วโมง แบ่งเป็นหนึ่งหรือสองสัปดาห์ต่อครั้ง ทั้งนี้เพื่อให้แน่ใจว่าผู้หญิงสามารถใช้เวลานอกความรับผิดชอบประจำวันเพื่อเข้าร่วมในหลักสูตรได้อย่างสะดวก

D. การเตรียมการฝึกอบรม (Training preparations)

การเตรียมการเพื่อการฝึกอบรม ต้องทำการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายก่อน คุณในฐานะผู้ให้การฝึกอบรมต้องศึกษาภูมิหลังของผู้เข้าอบรม ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอายุและสถานะครอบครัว (ไม่ว่าจะแต่งงานหรือโสด) ประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการ และภูมิหลังด้าน ICT (ไม่ว่าจะใช้โทรศัพท์มือถือและ/หรือคอมพิวเตอร์ การใช้แอปพลิเคชันง่ายๆ ได้หรือไม่ นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์หากผู้เข้าร่วมสามารถแบ่งปันความคาดหวังของตนก่อนการฝึกอบรม ซึ่งจะช่วยให้คุณวางแผนการฝึกอบรมให้ตรงกับความต้องการของผู้เข้าร่วม การวิเคราะห์ความต้องการการฝึกอบรมสามารถทำได้ผ่านการสำรวจแบบสอบถามสั้น ๆ ที่ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมต้องทำก่อนการฝึกอบรม

การปรับ การประยุกต์ให้เหมาะสมกับพื้นที่ หรือกลุ่มเป้าหมาย (Localization) จำเป็นต้องแปลแนวคิดและแบบฝึกหัดในบางประเทศ จากนั้นนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมการฝึกอบรม และปรับกระบวนการ วิธีการการฝึกอบรมให้เข้ากับบริบทท้องถิ่นของพวกเขา

เขาด้วย รวมทั้งการพัฒนาและการใช้กรณีศึกษาและแบบฝึกหัดในพื้นที่นั้น ๆ และการสาธิตการใช้งานและเว็บไซต์ ในท้องถิ่นที่มีเนื้อหาภาษาท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น หากรัฐบาลของประเทศมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจดทะเบียนธุรกิจและใบอนุญาต ให้แสดงและนำการอธิบายไปที่เว็บไซต์นี้ ในทำนองเดียวกัน การใช้โซเชียลมีเดียยอดนิยมเพื่อแสดงให้เห็นว่าธุรกิจในพื้นที่ทำการตลาดผลิตภัณฑ์ของตนอย่างไรจะมีความหมายต่อผู้เข้าร่วมมากขึ้น เพราะจะช่วยให้พวกเขาเข้าใจและสามารถเชื่อมโยงความเกี่ยวข้องต่างๆรวมทั้งสามารถใช้ ICT ได้อย่างรวดเร็ว

การเตรียมตัวสำหรับการฝึกต้องฝึกฝนและทดสอบก่อน ให้กลุ่มเพื่อนร่วมงานช่วยคุณในการทดสอบก่อน การฝึกแบบฝึกภาษาของพื้นที่เพื่อให้ข้อเสนอแนะและรวมทั้งการปรับปรุงแบบฝึกหัด รวมทั้งการเตรียมการต่างๆให้พร้อมก่อนเริ่มกิจกรรมการฝึกอบรม

E. การดำเนินการฝึกอบรม

การใช้ภาษาของพื้นที่ หรือของท้องถิ่นพบว่าเป็นที่ต้องการและพบว่ามีประสิทธิภาพมากกว่า เพื่อกระตุ้นการอธิบาย พบว่าหลักการบางอย่างของการศึกษาผู้ใหญ่ที่มีประโยชน์และมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณในฐานะผู้อำนวยความสะดวกจะต้องใช้เวลาผู้เข้าร่วมเพื่อนำความรู้และประสบการณ์ของตนเองมาสู่การอธิบาย คุณต้องสามารถบรรเทาความกังวล ความประหม่าของผู้เข้าร่วมอบรม และชี้แจงให้ชัดเจนว่าการฝึกอบรมเป็นโอกาสในการทดสอบความคิดของพวกเขาด้วยการประยุกต์ใช้โดยตรงกับชีวิตของพวกเขา การกระตุ้นให้พวกเขาแบ่งปันความคิดและประสบการณ์จะช่วยให้คุณระบุบริบทและระดับของประสบการณ์ได้ สิ่งนี้จะช่วยให้คุณเข้าใจถึงทิศทางและความสามารถในการกำหนดทิศทางการฝึกอบรมให้ตรงตามความคาดหวังของผู้เข้าร่วม และในขณะเดียวกันก็ทำให้โมดูลและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ส่วนหนึ่งของการเตรียมตัวสำหรับการฝึกอบรมคือการเตรียมคำถามง่าย ๆ เช่น

การเล่าเรื่อง (Storytelling) และการใช้เกร็ดเล็กเกร็ดน้อย วิธีนี้มีประสิทธิภาพมากและได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วม หากคุณมีประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการ การแบ่งปันเรื่องราวของคุณเองจะดึงดูดผู้เข้าร่วมได้

การใช้กรณีศึกษาและแบบฝึกหัดต่าง ๆ ในพื้นที่ (local cases) มีอย่างน้อย 3 กรณีในพื้นที่และแบบฝึกหัด 3 แบบที่พร้อมจะอธิบายแนวคิดและข้อความหลักของหัวข้อที่จะหารือระหว่างการฝึกอบรม หากมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ให้แสดงวิดีโอสั้น ๆ เกี่ยวกับกรณีที่ผู้ประกอบการผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จ หากยังไม่มีให้บริการ คุณอาจแปลเนื้อหาวิดีโอบางส่วนเป็นภาษาของคุณ ขอแนะนำให้คุณผลิตสื่อวิดีโอสั้นและภาพถ่ายที่สะท้อนบริบทของท้องถิ่น

เรื่องราวการพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของผู้เข้าร่วมฝึกอบรม หากผู้เข้าร่วมมีประสบการณ์ให้พวกเขาแบ่งปันสิ่งเหล่านี้ระหว่างการสนทนา พวกเขาสามารถเป็นทรัพยากรของคุณได้อย่างง่ายดายในบางหัวข้อ คุณสามารถระบุได้อย่างง่ายดายเมื่อคุณได้ทำการวิเคราะห์ความต้องการการฝึกอบรมแล้ว

การใช้เกมและกิจกรรมกลุ่ม มีเกมกลุ่มและกิจกรรมเล่นบทบาทสมมติระหว่างการฝึกอบรมเพื่อให้ผู้เข้าร่วมมีชีวิตชีวาขึ้น

กิจกรรมกลุ่ม โดยปกติผู้หญิงที่เข้าร่วมจะรู้สึกสบายใจและมั่นใจมากขึ้นเมื่ออยู่เป็นกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการออกกำลังกาย คุณอาจพิจารณาจัดตั้งกลุ่มผสมโดยนำผู้ที่มีความรู้ด้าน ICT และไม่มีความรู้ด้าน ICT และผู้ที่มีและไม่มีประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการมารวมกัน อารมณ์และบรรยากาศระหว่างการฝึกอบรมสามารถกำหนดและจัดโครงสร้างในลักษณะที่ผู้รู้มากกว่าจะแบ่งปันความรับผิดชอบกับคุณเพื่อช่วยเหลือผู้ที่อาจรู้น้อยเกี่ยวกับหัวข้อที่กำลังสนทนา

กิจกรรมการเพิ่มความสัมพันธ์ (Ice breakers) มักเป็นการเตรียมกิจกรรมสั้น ๆ และช่วงสั้น ๆ ให้พร้อมในกรณีที่คุณเข้าร่วมรู้สึกง่วงหรือวิตกกังวล

การทบทวนและสรุปข้อความและหัวข้อที่สำคัญ สิ่งสำคัญคือต้องทำซ้ำ ทบทวน และสรุปประเด็นสำคัญของหัวข้อ ให้ผู้เข้าร่วมทำสิ่งนี้หากพวกเขาเต็มใจ และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้แบ่งปันข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อและข้อความหลักเสมอ

F. การประเมินผลการฝึกอบรม (Training evaluation)

ในการประเมินวัตถุประสงค์และผลการเรียนรู้ของการฝึกอบรม การประเมินจะต้องดำเนินการทันทีเมื่อสิ้นสุดการฝึกอบรม UN-APCICT มีตัวอย่างแบบการประเมินกิจกรรมการฝึกอบรม ซึ่งสามารถแปลเป็นภาษาท้องถิ่นและใช้เพื่อรับข้อเสนอแนะที่มีโครงสร้างจากผู้เข้าร่วม สิ่งนี้จะช่วยให้ปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการของกิจกรรมการฝึกอบรม

G. การติดตามประเมินผลและการสรุปประเมินผล

หากการฝึกอบรมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการของสถาบัน (ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน) แนะนำให้ทำกิจกรรมต่อไปนี้เพื่อติดตามผู้เข้าร่วมโครงการ

การติดตามผู้เข้าร่วม การวิเคราะห์ความต้องการการฝึกอบรมสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับโปรแกรมการฝึกอบรมได้ โปรแกรม UN-APCICT WIFI จะสนใจที่จะทราบประสิทธิภาพและผลกระทบของการฝึกอบรมในประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้โมดูลการฝึกอบรมในชีวิตของผู้เข้าร่วม สถาบันหรือโปรแกรมการฝึกอบรมสามารถออกแบบการประเมินผลหลังการฝึกอบรมอย่างง่าย เพื่อวัดประสิทธิภาพของโปรแกรม

การสนับสนุนผู้ประกอบการผู้หญิง อาจรวมถึงองค์กรผู้หญิงเพื่อดำเนินกิจกรรมเพื่อการพัฒนาศักยภาพของผู้หญิงด้านเศรษฐกิจอย่างแข็งขัน พวกเขาอาจจัดตั้งกลุ่มช่วยเหลือตนเองหรือกลุ่มสนับสนุนที่จะให้สถานที่สำหรับผู้ประกอบการผู้หญิงในการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์และสนับสนุนซึ่งกันและกันในธุรกิจและเรื่องส่วนตัว

การฝึกสอนและการให้คำปรึกษา (Coaching and mentoring) ผู้หญิงสามารถได้รับการสนับสนุนโดยการให้บริการเพิ่มเติมเช่นการฝึกสอนและให้คำปรึกษาด้านผู้ประกอบการและ ICT ในการฝึกสอน ผู้ประกอบการสตรีจะได้รับการอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมตามเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนธุรกิจ การเริ่มต้นและการจัดการ ในการให้คำปรึกษา ผู้ประกอบการสตรีจะได้รับคำแนะนำและคำแนะนำที่เจาะจงและเหมาะสมยิ่งขึ้น เพื่อที่พวกเขาจะได้ดำเนินการในระดับที่สูงขึ้น

การประเมินผลการเรียนรู้ (Evaluation of learning outcomes) จะเป็นการดีหากสถาบันฝึกอบรมหรือโปรแกรมสามารถรวมโปรแกรม WIFI เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการประเมินของสถาบันหรือโปรแกรม ผลการเรียนรู้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวัดผลกระทบของการฝึกอบรม UN-APCICT สามารถสนับสนุนในการพัฒนาคำถามเพื่อการประเมินต่างๆ เช่น

H. Suggested chronology, description and duration of session topics

Section A:	
ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพผู้หญิงสู่การเป็นผู้ประกอบการด้วย ICT	
ช่วงที่ 1: บทนำและภาพรวม (ระยะเวลาที่แนะนำ: 30 นาที)	ผลการเรียนรู้: L1 – เข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างการเสริมอำนาจของผู้หญิงกับการเป็นผู้ประกอบการและการใช้ไอซีทีในการวางแผนธุรกิจของผู้หญิง หัวข้อสำคัญ: • ทบทวนข้อความหลักของการเป็นผู้ประกอบการของผู้หญิง และวิธีที่ ICT สามารถทำได้มีส่วนช่วยในการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้หญิงและการเตรียมธุรกิจ • การวางแผนการฝึกอบรมตามแนวทางของโมดูล คุณในฐานะวิทยากรจะดึงดูดผู้เข้าร่วมให้สรุปสิ่งที่พวกเขาเรียนรู้จากโมดูลหลักในการเสริมพลังผู้หญิง การเป็นผู้ประกอบการ และบทบาทของ ICT ผู้เข้าร่วมอาจแบ่งออกเป็นสามกลุ่มเพื่ออภิปรายและสรุป: (1) การเสริมอำนาจของผู้หญิง (2) การเป็นผู้ประกอบการ และ (3) บทบาทของ ICT คุณจะเชื่อมโยงบทสรุปของโมดูลกับการวางแผนธุรกิจและวิธีที่ ICT สามารถสนับสนุนได้ การเตรียมธุรกิจของผู้หญิงโดยใช้ตัวอย่างจากชีวิตจริง
ช่วงที่ 2: ขั้นตอนธุรกิจ	ผลการเรียนรู้:

ความท้าทายของผู้หญิง การใช้ICT เพื่อเป็นเครื่องมือ ในการช่วยการวางแผนธุรกิจ (ระยะเวลาที่แนะนำ: 45 นาที)	L2 ขั้นตอนของธุรกิจ ความท้าทายของผู้หญิงในธุรกิจ ความสำคัญของการวางแผนและการใช้ ICT ในการวางแผน หัวข้อสำคัญ: • ธุรกิจคืออะไรและมีขั้นตอนอย่างไร • ความท้าทายของผู้หญิงในการทำธุรกิจ คุณจะหารือและดึงข้อมูลจากผู้เข้าร่วมเกี่ยวกับธุรกิจและขั้นตอนต่าง ๆ ของธุรกิจ และความท้าทายที่ผู้หญิงจะเผชิญในขั้นตอนเหล่านี้ • แผนธุรกิจและการใช้ไอซีทีในการวางแผน คุณจะมีส่วนร่วมกับผู้เข้าร่วมในการอภิปรายเกี่ยวกับการวางแผนวัตถุประสงค์ และการใช้ ICT ในการวางแผนทางธุรกิจ
Section B: การพัฒนาแผนธุรกิจ	
ช่วงที่ 3: การสร้างความคิด ทางธุรกิจ (ระยะเวลาที่แนะนำ: 60 นาที)	ผลการเรียนรู้: L3 – ระบุและวิเคราะห์แนวคิดทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับจุดแข็งและจุดอ่อนของผู้ประกอบการ และที่เกี่ยวข้องกับโอกาสและข้อจำกัดในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ รวมถึงการใช้ ICT หัวข้อสำคัญ: • แนวคิดทางธุรกิจคืออะไร? • การใช้เครื่องมือระดมความคิดเพื่อสร้างความคิด • ICT สามารถช่วยในการสร้างแนวคิดทางธุรกิจได้อย่างไร คุณจะแนะนำแหล่งที่มาของแนวคิดทางธุรกิจมากมาย และวิธีการใช้ ICT เพื่อสร้างแนวคิดเหล่านี้ ตัวอย่างกรณีศึกษาหนึ่งหรือสองกรณี ณ จุดนี้เป็นกรณีศึกษาแบบละเอียด การระดมความคิดและมีส่วนร่วมกับผู้เข้าร่วมในขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อดึงแนวคิดทางธุรกิจ จัดกลุ่มและจัดกลุ่มแนวคิดเหล่านี้ กลั่นกรองแนวคิดเหล่านี้ และเลือกแนวคิดที่เป็นไปได้มากที่สุดจากรายการ ในการคัดกรองแนวคิด คุณจะแนะนำเกณฑ์การคัดกรอง จุดแข็งและจุดอ่อนของผู้ประกอบการ และปัจจัยในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในการประเมินแนวคิดทางธุรกิจ

	ในกลุ่มย่อย ผู้เข้าร่วมจะผ่านการระดมความคิดและแบบฝึกคัดกรอง และในช่วงท้ายของการฝึก คุณจะขอให้ผู้เข้าร่วมแบ่งปันสิ่งที่ได้เรียนรู้จากแบบฝึกหัด คุณจะปรับปรุงการอภิปรายโดยให้ตัวอย่างเกี่ยวกับการใช้ ICT ในการสร้างแนวคิดทางธุรกิจ
ช่วงที่ 4: การทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (ระยะเวลาที่แนะนำ: 60 นาที)	ผลการเรียนรู้: L4 – ตระหนักถึงความสำคัญของการทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ระบุลูกค้าและคู่แข่งในตลาดธุรกิจ และทำความเข้าใจว่า ICT จะมีประโยชน์ในกระบวนการระบุตัวตนได้อย่างไร หัวข้อสำคัญ: • เข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ คุณจะนำเสนอปัจจัยภายนอกที่เป็นที่มาของโอกาสและข้อจำกัดที่ส่งผลต่อธุรกิจ ผู้เข้าร่วมจะได้รับการแนะนำให้รู้จักกับเครื่องมือสแกนสภาพแวดล้อมที่มีคำถามเป็นแนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ คุณจะใช้กรณีศึกษาแนะนำเพื่ออธิบายเครื่องมือสแกนสภาพแวดล้อม ในกลุ่มย่อย ผู้เข้าร่วมจะผ่านแบบฝึกหัดการสแกนสภาพแวดล้อม และเมื่อสิ้นสุดการฝึก คุณจะขอให้ผู้เข้าร่วมแบ่งปันการเรียนรู้จากแบบฝึกหัด คุณจะปรับปรุงการอภิปรายโดยให้ตัวอย่างเกี่ยวกับการใช้ ICT ในการสแกนสภาพแวดล้อม ส่วนหนึ่งของการสแกนสภาพแวดล้อมคือการระบุตัวตนของลูกค้าและคู่แข่ง ผู้เข้าร่วมจะได้รับการแนะนำให้รู้จักกับเครื่องมือระบุตัวตนและวิธีการใช้ ICT ในกระบวนการโดยใช้กรณีศึกษา
ช่วงที่ 5: การสร้างมูลค่าทางธุรกิจ (ระยะเวลาที่แนะนำ: 30 นาที)	ผลการเรียนรู้: L5 – เข้าใจการสร้างมูลค่าทางธุรกิจและการใช้ ICT ในกระบวนการทางธุรกิจ หัวข้อสำคัญ: • สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและมูลค่าทางธุรกิจที่ไม่เหมือนใคร คุณจะแนะนำความหมายของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและระบุมูลค่าทางธุรกิจที่ไม่เหมือนใคร แนวคิดของแบบจำลอง SCAMPER จะกล่าวถึงการใช้ตัวอย่าง ผู้เข้าร่วมจะได้รับการแนะนำให้รู้จักกับคำถามที่จะแนะนำผู้เข้าร่วมในการพัฒนาคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง รวมถึงการใช้ไอซีที

	คุณใช้กรณีศึกษา
ช่วงที่ 6: เป้าหมายทางธุรกิจ (ระยะเวลาที่แนะนำ: 60 นาที)	ผลการเรียนรู้: L6 – เข้าใจถึงความสำคัญของเป้าหมายทางธุรกิจและการกำหนดทิศทางทางธุรกิจ หัวข้อสำคัญ: - เป้าหมายทางธุรกิจ – วิธีทำให้เป็น SMART คุณจะนำเสนอความสำคัญของการตั้งเป้าหมายในแผนธุรกิจใด ๆ และทำให้แน่ใจว่าแผนเหล่านี้เป็น SMART ผู้เข้าร่วมจะได้รับตัวอย่างโดยใช้กรณีศึกษา - การนิยามความฝันและเป้าหมาย คุณจะแนะนำผู้เข้าร่วมฝึกหัดวาดภาพความฝันและเป้าหมายของพวกเขา การใช้คำถามแนะนำผู้เข้าร่วมจะเข้าใจถึงความสำคัญของการมีความฝันและเป้าหมายของ SMART
ช่วงที่ 7: การระบุทรัพยากรทางธุรกิจ (ระยะเวลาที่แนะนำ: 60 นาที)	ผลการเรียนรู้: L7 – ระบุและวิเคราะห์ความต้องการทรัพยากรของธุรกิจ และทำความเข้าใจว่า ICT สามารถช่วยในการระบุข้อกำหนดทางธุรกิจได้อย่างไร หัวข้อสำคัญ: - โครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ - ทรัพยากรมนุษย์ - แหล่งเงินทุน คุณจะแนะนำความสำคัญของการระบุทรัพยากรในธุรกิจ ผู้เข้าร่วมจะมุ่งเน้นไปที่ทรัพยากรประเภทต่างๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจที่มีอุปกรณ์และวัสดุ ทรัพยากรบุคคลที่ครอบคลุมบุคคลที่จะช่วยในการดำเนินงาน การตลาด และการจัดการ และแหล่งเงินทุนสำหรับทุนธุรกิจ การอภิปรายจะสมบูรณ์ยิ่งขึ้นด้วยการใช้กรณีศึกษา ผู้เข้าร่วมจะถูกขอให้เข้าร่วมในแบบฝึกหัดกลุ่มที่จะช่วยระบุแหล่งข้อมูลโดยใช้เครื่องมือ ICT และเครื่องมือที่ไม่ใช่ ICT

ช่วงที่ 8: การพัฒนาธุรกิจการเงิน วางแผน (ระยะเวลาที่แนะนำ: 60 นาที)	ผลการเรียนรู้: L8 – ขึ้นสมคุณค่าของการเตรียมแผนทางการเงินของธุรกิจและทำความเข้าใจว่า ICT สามารถช่วยในการเตรียมการได้อย่างไร หัวข้อสำคัญ: • ขั้นตอนการวางแผนทางการเงิน • ความแตกต่างระหว่างต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร • จุดคุ้มทุนคืออะไร • งบการเงินคืออะไร คุณจะหารือถึงความสำคัญของการวางแผนการเงินของธุรกิจและอธิบายขั้นตอนในการพัฒนาแผนการเงินของธุรกิจ ผู้เข้าร่วมจะได้รับการแนะนำให้รู้จักกับแนวคิดทางการเงินขั้นพื้นฐานและเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนทางการเงิน การอภิปรายจะเสริมด้วยตัวอย่างการใช้กรณีศึกษาแบบเจาะลึกและการสาธิตการใช้โปรแกรม ICT ในการสร้างแผนทางการเงิน อาจมีกิจกรรมภาคปฏิบัติหากสามารถจัดสรรเวลาให้กับช่วงนี้ได้มากกว่านี้
ช่วงที่ 9: การคาดการณ์ความท้าทายในธุรกิจ (ระยะเวลาที่แนะนำ: 30 นาที)	ผลการเรียนรู้: L9 – ตระหนักถึงความเสี่ยงทางธุรกิจประเภทต่างๆ และผลที่ตามมาของกระบวนการทางธุรกิจและการสร้างผลิตภัณฑ์โดยไม่ได้ตั้งใจ หัวข้อสำคัญ: • ความเสี่ยงและประเภทธุรกิจ • ผลที่ไม่คาดคิด คุณจะหารือเกี่ยวกับความท้าทายในธุรกิจโดยใช้กรณีศึกษาแบบเจาะลึก ความเสี่ยงทางธุรกิจและผลที่ตามมาจะไม่ถูกกำหนดและอธิบายด้วยตัวอย่างในชีวิตจริง ผู้เข้าร่วมจะถูกขอให้ยกตัวอย่างอื่นๆ ตามข้อสังเกตของพวกเขา คุณจะเน้นย้ำถึงการใช้ ICT และเครื่องมือที่ไม่ใช่ ICT เพื่อช่วยระบุความเสี่ยงทางธุรกิจและผลที่ตามมาโดยไม่ได้ตั้งใจ

Section C: การเขียนแผนธุรกิจ	
ช่วงที่ 10: การเขียนแผนธุรกิจ (ระยะเวลาที่แนะนำ: 75 นาที)	ผลการเรียนรู้: L10 – ทำความเข้าใจว่าแนวคิดทางธุรกิจถูกนำมาใช้ในการเขียนแผนธุรกิจอย่างไร หัวข้อสำคัญ: • การเขียนแผนธุรกิจ เซสชันนี้จะเป็นบทสรุปของแนวคิดทั้งหมดที่ได้เรียนรู้ในเซสชันที่ผ่านมา คุณจะนำเสนอส่วนต่างๆ ของแผนธุรกิจและตัวอย่างเกี่ยวกับวิธีการเขียนแผนธุรกิจ ผู้เข้าร่วมจะถูกขอให้ทำบทสรุปผู้บริหารของแผนธุรกิจในกลุ่มเพื่อชื่นชมการสนทนาที่ผ่านมาและเรียนรู้จากแบบฝึกหัด กลุ่มจะนำเสนอแผนการของพวกเขาในองค์กรสมบูรณ์

I. เครื่องมือเสริมอื่น ๆ เช่น The mini-workbook

ในสถานที่ที่ไม่มีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต และสำหรับผู้เข้าร่วมที่มีพื้นฐานด้าน ICT ที่จำกัด และต้องการทำแบบฝึกหัดด้วยตนเอง คุณสามารถเตรียมและคัดลอกตารางที่สามารถให้การวิเคราะห์ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เข้าร่วมได้ คุณสามารถสร้างเวิร์กบุ๊กขนาดเล็ก หรือคู่มือแบบฝึกปฏิบัติ ที่ผู้เข้าร่วมสามารถใช้เป็นสมุดบันทึกเพื่อแสดงความคืบหน้าในโมดูลได้

J. ทรัพยากรเพิ่มเติมอื่น ๆ (Additional resources for training/preparation)

ศูนย์เครือข่ายข้อมูลสตรีแห่งเอเชียแปซิฟิก Asia Pacific Women's Information Network Centre กลยุทธ์เชิงนวัตกรรมสำหรับการมีส่วนร่วมของสตรีชาวแอนเดียนในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล (พ.ศ. 2555-2557) eBiz Training (การฝึกอบรมผู้ฝึกอบรมสำหรับผู้ประกอบการสตรีในชนบท) สำหรับสื่อการฝึกอบรม โปรดติดต่อ APWINC <http://www.women.or.kr/>

Catherine Lang และ Marina Biasutti การฝึกอบรมผู้ประกอบการ "การเป็นเจ้าของอนาคตของคุณ" ได้จาก <http://www.slideshare.net/JacquelineRichardson/entrepreneurial-training-manual-owning-your-future>

Dandy Vicia, ผู้ประกอบการที่ทำงานที่บ้าน: คู่มือปฏิบัติสำหรับคนพิการชาวฟิลิปปินส์ (เกษอนชิตี, สภาแห่งชาติด้านกิจการทุพพลภาพ, 2014). ได้จาก <http://www.ncda.gov.ph/wp-content/uploads/2015/01/e-copy-Work-At-Home-EBook.pdf>

องค์การอาหารและเกษตร ส่งเสริมธุรกิจสหกรณ์สตรีชนบทในประเทศไทย: ชุดฝึกอบรม (กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2547) ได้จาก <http://www.fao.org/docrep/004/ad499e/ad499e00.htm>

Hewlett-Packard (HP) LIFE online courses for entrepreneurs. Available from <http://www.life-global.org/>.

Intel Learn Easy Steps. Available from <http://www.intel.com/content/www/us/en/education/intel-easy-steps.html>.

Intel Entrepreneurship Basics (E-Basics). Available from <https://educate.intel.com/employability/e-basics/>.

Intel, Women and the Web: Bridging the Internet gap and creating new global opportunities in low and middle-income countries (2012). Available from <http://www.intel.com/content/www/us/en/technology-in-education/women-in-the-web.html>

International Labour Organization, Can ICTs Help Me Improve My Business: A brief handbook for micro and small entrepreneurs from Latin America and the Caribbean. Available from <http://www.oitcenterfor.org/sites/default/files/canicthelp.pdf>.

International Labour Organization, Gender and Entrepreneurship Together: GET Ahead for Women in Enterprise – Training Package and Resource Kit (Bangkok, Berlin and Geneva, 2004). Available from http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_116100.pdf.

Microsoft and ASEAN Foundation, ICT Curriculum 2013: ICT training programs for small- and medium-sized enterprises. Available from <http://www.unapcict.org/ecohub/resources/ict->

for-sme/training-programs-guidelines/microsoft-asean-foundation-ict-curriculum-ict- training-programs-for-small-and-medium-sized-enterprises-smes.

Microsoft Digital Literacy. Available from <https://www.microsoft.com/en-us/DigitalLiteracy>.

Philippine Commission on Women, Development of a Gender and Financial Literacy Module, undated. Available from <http://pcw.gov.ph/publication/development-gender-and-financial-literacy-module-results-partnership-between-pcw-great-women-project-and-napc>

Steve Mariotti, Entrepreneurship: Owning Your Future, eleventh edition (New York, Network for Teaching Entrepreneurship and Pearson Education, 2010). Available from http://assets.pearsonschool.com/asset_mgr/current/201323/entrepreneurship_se_final_pdf.pdf.

United Nations Conference on Trade and Development, Empowering Women Entrepreneurs through Information and Communications Technologies: A Practical Guide (New York and Geneva, 2014). Available from http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dtlstict2013d2_en.pdf.

UNESCO-UNEVOC, Starting My Own Small Business: Training Packages on Entrepreneurship. Available from <http://www.unevoc.unesco.org/go.php?q=Starting%20my%20own%20small%20business>.

เกี่ยวกับผู้เขียน

UN-APCICT (The United Nations Asian and Pacific Training Centre for Information and Communication Technology for Development)

ศูนย์ฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชียและแปซิฟิกแห่งสหประชาชาติ (UN-APCICT) เป็นหน่วยงานย่อยของคณะกรรมการการเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติสำหรับเอเชียและแปซิฟิก (ESCAP) UN-APCICT มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความพยายามของประเทศสมาชิกของ ESCAP ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมผ่านการเสริมสร้างขีดความสามารถของมนุษย์และสถาบัน งานของ UN-APCICT มุ่งเน้นไปที่สามเสาหลัก:

1. การฝึกอบรม – เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะด้าน ICT ของผู้กำหนดนโยบายและผู้เชี่ยวชาญด้าน ICT และเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ฝึกอบรมด้าน ICT และสถาบันฝึกอบรมด้าน ICT
2. การวิจัย – เพื่อดำเนินการศึกษาเชิงวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ใน ICT; และ
3. ที่ปรึกษา – เพื่อให้บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับโครงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แก่สมาชิก ESCAP และสมาชิกสมทบ <http://www.unapcict.org>

ESCAP เป็นหน่วยงานพัฒนาระดับภูมิภาคของสหประชาชาติ และทำหน้าที่เป็นศูนย์พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมหลักสำหรับสหประชาชาติในเอเชียและแปซิฟิก หน้าที่ของมันคือการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสมาชิก 53 คน และสมาชิกสมทบ 9 คน ESCAP ให้การเชื่อมโยงเชิงกลยุทธ์ระหว่างโปรแกรมและประเด็นระดับโลกและระดับประเทศ สนับสนุนรัฐบาลของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคในการรวมตำแหน่งระดับภูมิภาคและสนับสนุนแนวทางระดับภูมิภาคเพื่อรับมือกับความท้าทายทางเศรษฐกิจและสังคมที่ไม่เหมือนใครของภูมิภาคในโลกยุคโลกาภิวัตน์ สำนักงาน ESCAP ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย <http://www.unescap.org>

UN-APCICT/ESCAP

United Nations Asian and Pacific Training Centre for Information
and Communication Technology for Development
5th Floor G-Tower, 175 Art center daero,
Yeonsu-gu, Incheon City, Republic of Korea

www.unapcict.org